

■ 주별진도

1주차	학습목표	오리엔테이션을 실시하고 마케팅의 이해에 대해 학습하고자 한다. 마케팅 컨셉에 대한 이해를 학습하고자 한다.
	주요학습내용	● 강의개요 및 목표, 수업방식, 평가방법 등을 안내 ● 마케팅 등장배경 ● 마케팅 개념에 대한 이해 ● 마케팅 기본요소 - 필요, 욕구, 수요 - 교환, 거래 및 관계, 시장 ● 마케팅 컨셉의 진화와 확대 ● 마케팅 믹스

	수업방법	강의식
	수업자료	수업계획서 1장 ppt
	과제	
2주차	학습목표	고객만족과 관계마케팅에 대해 이해하고자 한다.
	주요학습내용	● 마케팅 패러다임의 변화 - 고객지향의 중요성 - 고객의 역할변화 - 마케팅 성과측정 개념의 변화 ● 고객만족경영 - 고객만족의 성과, 고객불만의 결과 - 고객만족도 제고를 통한 신규고객 창출 - 고객만족을 통한 고객충성도 실현 ● 고객가치평가 ● 관계마케팅 - 고객유지의 중요성 - 관계마케팅의 정의 및 효익 <생각해볼 문제> - 고객측면에서 관계마케팅 효익을 예를 들어 생각하기
	수업방법	강의식 생각해 볼 문제 제공
	수업자료	2장 ppt
	과제	
3주차	학습목표	마케팅 환경분석에 대해 이해하고자 한다. 전략적 마케팅 계획 수립에 대해 학습하고자 한다.
	주요학습내용	● 마케팅 환경분석 - 일반환경 - 과업환경 ● 거시적 마케팅 계획의 수립 - 기업의 사명 및 목표의 설정 - SWOT분석에 의한 마케팅전략의 수립 - 경쟁우위전략 <생각해볼 문제> - 여러분이 아는 기업의 기업수준과 사업단위수준, 제품수준의 사명, 목표, 전략에 대해 생각하기
	수업방법	강의식 생각해 볼 문제 제공
	수업자료	3장 ppt
	과제	
4주차	학습목표	소비자행동 이해(1)에 대해 학습하고자 한다. 소비자행동 이해(2)에 대해 학습하고자 한다.
	주요학습내용	● 소비자의 다양한 역할 ● 소비자의 관여도 및 관여도와 의사결정 <생각해볼 문제> - 자동차를 구매하는 경우와 콜라를 구매하는 경우 의사결정이 어떻게 달라질 수 있는지 생각하기 ● 소비자 의사결정과정 - 문제인식, 정보탐색, 대안 평가 - 구매, 구매 후 평가 ● 소비자행동에 영향을 미치는 요인
	수업방법	강의식 생각해 볼 문제 제공
	수업자료	4장 ppt
	과제	
5주차	학습목표	마케팅조사 및 마케팅정보(1)에 대해 이해하고자 한다. 마케팅조사 및 마케팅정보(2)에 대해 이해하고자 한다.
	주요학습내용	● 마케팅조사의 기본 ● 연구목적에 따른 마케팅조사의 유형 - 탐색조사, 기술조사, 인과조사 <생각해볼 문제> - 설문조사 방법으로 온라인 설문의 장단점을 생각하기 ● 마케팅조사의 과정 - 문제의 인식과 정의 - 조사계획의 수립 - 1차 자료의 수집 및 측정 ● 빅데이터 마케팅
	수업방법	강의식 생각해 볼 문제 제공
	수업자료	5장 ppt
	과제	
6주차	학습목표	시장세분화, 표적시장 선정에 대해 이해하고자 한다. 포지셔닝에 대해 학습하고자 한다.
	주요학습내용	● 시장세분화 - 마케팅의 수준 - 시장의 세분화 기준 - 효과적인 세분화의 조건 ● 표적시장 선정 - 세분시장의 분석 - 표적시장 선정 형태 ● 포지셔닝 전략 - 제품 포지셔닝의 개념과 효과성 - 제품 포지셔닝의 유형 - 제품 포지셔닝 맵을 이용한 포지셔닝 전략 수립 <생각해볼 문제> - 포지셔닝의 유형을 예를 들어 생각하기
	수업방법	강의식 생각해 볼 문제 제공
	수업자료	6장 ppt
	과제	
7주차	학습목표	브랜드관리(1)에 대해 학습하고자 한다. 중간고사 관련 설명을 진행하고자 한다.

	주요학습내용	● 브랜드의 개념 및 중요성 ● 브랜드명 전략 - 유통업자 브랜드 - 브랜드명의 계층구조 및 전략 - 바람직한 브랜드명의 조건 ● 중간고사 관련 대비 학습
	수업방법	강의식 생각해 볼 문제 제공
	수업자료	7장 ppt
	과제	
8주차	학습목표	중간고사를 실시하고자 한다.
	주요학습내용	수업내용에 대해 올바르게 숙지하고 있는지를 평가
	수업방법	대면(지필고사 실시)
	수업자료	시험지
	과제	
9주차	학습목표	브랜드관리(2)에 대해 학습하고자 한다. 제품관리(1)에 대해 이해하고자 한다.
	주요학습내용	● 브랜드자산의 관리 - 브랜드자산의 개념 및 중요성 - 높은 브랜드자산이 가져오는 가치 - 브랜드자산의 강화 ● 브랜드확장 - 브랜드확장의 개념 및 이점 - 브랜드확장의 유형 및 성패 <생각해볼 문제> - 강력한 브랜드가 가지는 이점을 생각하기 ● 제품개념의 확대 - 제품개념 및 수준 - 체험경제로의 이동 ● 제품의 유형분류 - 소비재 분류 - 산업재 분류
	수업방법	강의식 생각해 볼 문제 제공
	수업자료	7장 ppt 8장 ppt
	과제	
	과제	
10주차	학습목표	제품관리(2)에 대해 설명하고자 한다. 신제품 개발 및 관리에 대해 설명하고자 한다.
	주요학습내용	● 제품믹스 및 제품라인 결정 - 제품믹스 결정 - 제품라인 결정 ● 서비스 제품관리 - 서비스의 본질과 분류 - 서비스경제로의 이동 - 서비스의 특징 <생각해볼 문제> - 한류의 제품적 가치를 생각해보고 이러한 한류의 성공요인이 무엇이었는지 생각하기 ● 신제품 정의 및 신제품 개발의 중요성 ● 신제품 개발과정 <생각해볼 문제> - 신제품 개발과정에서 마케팅의 역할에 대해 생각하기
	수업방법	강의식 생각해 볼 문제 제공
	수업자료	8장 ppt 9장 ppt
	과제	
	과제	
11주차	학습목표	제품수명주기관리에 대해 학습하고자 한다. 가격관리(1)에 대해 설명하고자 한다.
	주요학습내용	● 제품수명주기의 단계별 특징과 전략 ● 제품수명주기 개념의 평가 ● 마케팅에 있어서 가격문제 - 가격의 중요성 및 특성 - 가격역동성 ● 가격설정의 과정 - 가격결정을 위한 영향요인 - 가격설정목표의 결정 - 가격전략의 결정 <생각해볼 문제> - 가격결정에 영향을 미치는 요인 생각하기
	수업방법	강의식 생각해 볼 문제 제공
	수업자료	9장 ppt 10장 ppt
	과제	
	과제	
12주차	학습목표	가격관리(2)에 대해 이해하고자 한다. 유통관리(1)에 대해 이해하고자 한다.
	주요학습내용	● 가격설정방법 - 원가기준가격설정 - 수요관계분석에 의한 가격설정 - 소비자평가기준가격설정 - 경쟁기준가격설정 ● 유통경로의 개념 및 유형 ● 경로방식의 결정 - 직접유통 VS 간접유통 - 유통경로의 유형
	수업방법	강의식 생각해 볼 문제 제공
	수업자료	10장 ppt 11장 ppt
	과제	
	과제	
13주차	학습목표	유통관리(2)에 대해 학습하고자 한다. 촉진관리(1)에 대해 설명하고자 한다.

	주요학습내용	● 유통기구 - 유통기구의 정의 및 유형 - 소매상 ● 물류관리 - 물류의 기본개념 및 로지스틱스와의 차이 - 물류의 전략적 의의 ● 촉진의 정의 및 통합적 마케팅 커뮤니케이션 - IMC등장배경 및 정의와 특성 ● 광고관리 - 광고의 분류와 기능, 광고계획과정 ● PR관리 - PR의 정의와 퍼블리시티
	수업방법	강의식 생각해 볼 문제 제공
	수업자료	11장 ppt 12장 ppt
	과제	
14주차	학습목표	촉진관리(2)에 대해 설명하고자 한다. 기말고사 관련 설명을 진행하고자 한다.
	주요학습내용	● 판매촉진관리 - 판매촉진의 역할과 성장 목표 - 소비자 판매촉진의 유형 ● 인적판매관리 - 인적판매의 개념과 역할 - 최신 판매철학 ● 기말고사 관련 대비 학습
	수업방법	강의식 생각해 볼 문제 제공
	수업자료	12장 ppt
	과제	
15주차	학습목표	기말고사를 실시하고자 한다.
	주요학습내용	수업내용에 대해 올바르게 숙지하고 있는지를 평가
	수업방법	대면(지필고사 실시)
	수업자료	시험지
	과제	