

교과목명 : 현대사회와마케팅

수강대상 : 희망학년 마케팅 또는 마케팅관리를 이번 학기에 수강신청하거나 이미 수강한 학생은 이수할 수 없다. 경영대학 모든 학생에 대해 이수제한 과목임. 광고홍보과 학생중 마케팅과목을 이수한 학생은 수강신청할 수 없음. 추가동의 및 수강문의는 경영학과사무실로 문의하세요.(교양선택)

담당교수: 김범종

## 교과목소개(개요)

<강좌 운영: 사이버 강좌>

.사이버 강좌로 개설되어 반복학습이 가능하도록 하였으며, 중간과 기말고사는 객관식으로 출석하여 시험을 보게 된다.

. 해당 주에 학습을 하지 않으면 결석처리된다. 해당 주에 학습을 해야 출석여부가 기록되며, 이전 주의 강의를 뒤늦게 들을 수는 있으나 출석처리는 되지 않는다. 해당주 강의를 모두 들어야 출석이 인정되며, 1주차 결석시 2점 감점되고 5주차 이상 결석시 성적이 나가지 않는다.

.중간고사와 기말고사는 출석으로 시험을 보며, 8주차(4월20일 수)와 15주차(6월15일 수) 오후6시(장소추후공지)에 실시합니다. 객관식(35문제) 단답형(5분제)이며 강의내용에 있는 정리문제와 새로운 출제문제로 구성한다.

<과목 소개>

개인, 자영업, 중소기업, 대기업, 공공기관, 공익단체 및 조직의 마케팅 관리를 위한 개념, 이론, 관리, 실무에 관한 내용을 강의와 사례를 통해 학습한다.

최근 시장 및 경영환경의 변화와 globalization에 따라 경쟁력 제고를 위한 마케팅력 강화의 중요성이 높아지고 있다. 기업의 성공뿐만 아니라 개인의 성공을 위한 이론적 실무적 마케팅 지식을 습득이 필요한 시대이다. 마케팅은 기업의 성공원리인 동시에 개인의 성공 원리이기도 하다. 재미있는 내용과 실전사례를 중심으로 강의하므로 매우 흥미롭고 유익한 강의가 될 것이다.

## 수업목표

1. 개인, 조직, 기업의 성공을 위한 마케팅의 원리와 기초지식을 습득한다.
2. 글로벌화, 개방화 경쟁시대에 차별화된 경쟁우위력을 확보한다.
3. 이미지 차별화와 수익력을 제고할 수 있는 방안과 아이디어 창출력을 배양한다.
4. 개인사업, 중소기업, 대기업의 마케팅 활동에 공헌할 수 있는 실무능력을 갖춘다.

## 교재

주교재 : 마케팅 원리와 전략,김범종,대경,2006

마케팅원리와전략DVD,김범종,대경,2009

참고서적(부교재) :

<http://dragon.seowon.ac.kr> -> 학습자료실

[www.robotmarketing.org](http://www.robotmarketing.org)

마케팅전략계획컨설팅가이드

마케팅원리와전략DVD

## 평가방법

중간고사(시험1) : 40%    기말고사(시험2) : 40%    출석점수 : 10%    과제점수 : 10%

평가점수 : 0%            시험3 : 0%            시험4 : 0%            시험5 : 0%

## 수업방법

강의(M), 토의( ), 발표 ( ), 검색( ), 실습( ), 토론 ( ), 질의응답(M), 모의수업( ), 탐구( ),

조정강연( ), 동영상시청(M), 어학( ) 기타:null

## 취업및 자격증 취득과의 연계성

- 경영지도사, 판매사, 유통관리사, 물류관리사, 브랜드관리사

## 주별수업계획

주	수업내용에대한요목
1	마케팅의 이해: 마케팅 특성, 등장배경, 기능과 역할, 인터넷 시대의 마케팅
2	마케팅 기능과 관리 구조: 마케팅이 창조하는 효율, 기초개념, 관리틀
3	마케팅 관리 및 전략 - SWOT 분석, STP 전략
4	시장세분화와 표적시장 선정
5	포지셔닝 전략
6	제품 관리: 제품관리 요소, 제품믹스
7	상표관리
8	중간고사
9	신제품과 신제품 개발과정
10	제품포트폴리오 분석
11	가격관리: 가격결정기준, 가격조정전략, 마케팅 전략과 가격
12	유통관리: 유통기관의 기능, 도매상과 소매상, 유통경로 전략, 물적유통 관리
13	촉진관리: 촉진 믹스, 광고, 홍보, 인적판매, 판매촉진
14	광고관리: 광고산업 현황, 광고 관리 과정, 광고와 마케팅 믹스
15	기말고사