

2015학년도 2학기 강의정보

2015학년도 2학기 강의정보			
교과목명	마케팅전략론	교강사명	정환
학점	3	수강대상 학년	4학년
강의목표	<p>본 수업은 Markops라는 마케팅 시뮬레이션을 사용하여 수강생들로 하여금 마케팅 의사결정을 모의상황 속에서 실제로 경험하게 함으로써 마케팅 이론의 응용능력을 배양하기 위해 계획된 수업입니다. 마케팅 시뮬레이션과 수업시간 중 토론을 통해 학생들은 아래 열거된 능력을 습득할 것입니다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 마케팅 성과를 분석하고 마케팅 문제를 파악하는 능력 2. 마케팅 전략수립을 위해 적합한 목표를 정하는 능력 3. 기존 제품들에 대한 현존하는 경쟁위험뿐만 아니라 잠재적인 경쟁위험을 파악하는 능력 4. 전략적으로 타겟 시장을 선정하고 효과적으로 제품을 포지셔닝하는 능력 5. 제품을 위한 마케팅믹스를 계획하고 조율하는 능력 6. 마케팅리서치 자료를 이용하여 마케팅관리를 위한 최선의 의사결정을 이끌어내는 능력 		
교과목 해설	<p>동태적인 마케팅 환경속에서 기업의 생존을 지향하기 위한 전략적 대응방안을 공부한다. 중요한 주제는 전략적 계획과정, 시장세분화 전략, 표적시장의 선정전략, 포지셔닝 전략 등이다.</p>		
강의진행 방법	<p>강의방법: Markops 시뮬레이션의 의사결정은 그룹별로 수행되어 지며 의사결정을 위한 토론 및 실제 의사결정의 입력 등 Markops을 위한 모든 활동들은 수업시간 중에 수행될 것입니다. 각 그룹은 Markops 가상 산업 내의 한 기업을 맡아 여섯 번의 의사결정을 통해 경쟁사들과 경쟁하게 될 것입니다. Markops에 대한 소개가 수업 시간 중에 제공될 것이지만 학생 개인의 개별적인 학습이 요구됩니다. Markops는 여러 우수 경영대학에서 전략적 마케팅 관리의 훈련을 위해 사용되고 있는 가장 유명한 수업교재들 중 하나입니다. Markops 의사결정이 그룹별로 수행되므로 모든 팀원의 적극적인 참여가 요구되어지며 무임승차자 문제를 최소화하기 위해 기말에 동료평가가 수행되어 그 결과가 성적에 반영될 것입니다.</p> <p>Markops 시뮬레이션 사용을 위해 수강생들은 Markops 웹사이트에서 등록을 마쳐야합니다. 등록에 관한 자세한 설명은 오리엔테이션 세션 중에 제공될 것입니다.</p> <p>강의/토론: 강의는 제품의 관리 및 지속 가능한 경쟁우위 확보 등과 같은 높은 수준의 전략적 이슈들을 다루기 위해 필요한 핵심적인 분석기술에 초점이 맞춰져 있습니다. 이러한 내용은 Markops를 통해 수행할 마케팅관리를 위해 필요하게됩니다.</p> <p>기말 팀 발표 : 마지막 주간 동안 그룹별로 20분 동안 발표하게됩니다. 발표내용은 여섯</p>		

번의 의사결정을 통해 거둔 성과에 대한 보고, 성공 및 실패요인 분석, 향후 마케팅관리를 위한 전략적 방향제시 등이 포함됩니다. (다음 마케팅관리자에게 업무인수인계를 위한 보고와 같은 형식)

기말 개인별 보고서: 보고서 내용은 시뮬레이션 과정을 통해 학습한 주요 교훈, 배정된 제품에 대한 성과(성공/실패)분석 등 포함합니다. 보고서 작성을 위한 질문이 포함된 양식이 따로 있으며 추후 e-campus에 올려놓을 예정입니다.