



2016학년도 여름계절학기 강의계획안

Course Title	마케팅관리	학수번호 Course No.	
개설전공 Department/Major	경영학	학점 Credit	3
담당교원 Instructor	성명:김용준 Name	소속:경영대학 Department	

ESB Mission:

To generate and disseminate knowledge to advance the understanding, practice and management of business while seeking to be a recognized leader in a high-quality business education.

- To play a leading role in the development of ideas that shapes the world of business and management.
- To prepare future women leaders of business, education and public services by delivering the quality education.

ESB AoL Learning Goals and Traits:

In addition to the course objectives listed below, students should expect to develop the following by end of the course:

Learning Goal A: Management Knowledge: Students will demonstrate that they have adequate business specific knowledge and understanding.

AoL Trait # 6-1: Acquisition of adequate knowledge of basic business principles in Marketing Management

Assessment : Group Project(Strategic Marketing Planning) / Mid-term & final exam

Learning Goal B: Strategic Thinking: Each student shall be able to identify key issues in business setting, develop a perspective is supported with relevant information and integrative thinking, to draw and assess conclusions.

AoL Trait # 4-1: demonstrate integration and application skill

AoL Trait # 4-2: demonstrate analytical skills and problem-solving skills

Assessment : Group Project(Strategic Marketing Planning)) / Mid-term & final exam

Learning Goal C : Effective Communication Skills: Each student shall be able to show verbal and written



communication ability in an organized, clear, and persuasive manner, and be a responsive listener and speaker.

AoL Trait #3-1: demonstrate writing and documentation skills

AoL Trait #3-2: demonstrate verbal presentation skills

Assessment : Project presentation

I. 정보 Course Overview

1. 교과목 개요 Course Description

급변하는 마케팅 환경의 무한생존경쟁 상황에서 고객의 가치를 극대화 시킬 수 있는 마케팅 능력을 제고하고 효율적인 마케팅관리 시스템의 이론적 기법을 숙지한다. 또한 많은 친숙한 기업이나 브랜드들의 사례를 통한 실무적 감각을 익혀 전략적 마케팅 계획 수립 및 현장에서에서의 적용 가능한 능력을 습득한다

2. 선수학습사항 Prerequisites

3. 강의방식 Course Format

Lecture	발표/토론 Discussion/Presentation	실험/실습 Experiment/Practicum	현장실습 Field Study	기타 Other
70%	20%	%		10%

(항목은 실제 강의방식에 맞추어 변경 가능합니다.)

강의 진행 방식 설명 (explanation of course format):

- Lecture : PPT자료이용(강의안file 제공)
- 단원별 Case에 대한 토론
- Team project를 통한 Strategic Marketing Plan 수립 : 보고서 제출 및 Presentation

4. 교과목표 Course Objectives

- 1) 강력한 고객관리구축을 통해서 고객에게 더 많은 가치창조를 위한 고객지향적 마케팅 능력 배양
- 2) 마케팅 계획수립절차 및 다양한 마케팅 도구(4P)의 활용방안 연구
- 3) 마케팅 환경의 변화에 따른 새로운 마케팅 추세 및 기법에 관한 연구
- 4) 사례와 팀프로젝트를 통한 실질적인 마케팅전략수립과정을 통해 실제 현장에서의 문제해결 능력의 향상



5. 학습평가방식 Evaluation System

중간고사 Midterm Exam	기말고사 Final Exam	퀴즈 Quizzes	발표 Presentation	프로젝트 Projects	과제물 Assigments	참여도 Participation	기타 Other
35%	35%	%	%	20%	%	%	10%

(항목은 실제 학습평가방식에 맞추어 변경 가능합니다.)

*그룹 프로젝트 수행 시 팀원평가(PEER EVALUATION)이 평가항목에 포함됨. Evaluation of group projects may include peer evaluations.

평가방식 설명 (explanation of evaluation system):

- presentation시 그룹팀원간의 역할분담 및 수행여부를 확인 한다
- group meeting attendance/group discussion contribution/individual assignment quality & on time/ supportive attitude에 의한 팀원평가 후 제출

II. 및 참고문헌 Course Materials and Additional Readings

1. 주교재 Required Materials

마케팅원론6th edition(학현사-안광호/하영원/박홍수)

2. 부교재 Supplementary Materials

Principles of Marketing (Philip Kotler & Gary Armstrong/Pearson/16th edition)

3. 참고문헌 Optional Additional Readings

마케팅4th edition(집현채-이학식/임지훈)

III. 수업운영규정 Course Policies

- * 실험실 진행 강의의 경우 본교에서 진행되는 '실험실안전교육'을 필수로 이수하여야 함.
- * For laboratory courses, all students are required to complete lab safety training.
- 수업준비로 강의안에 따른 교재 및 강의노트 읽기

IV. 주차별 강의계획 Course Schedule (최소 15주차 이상 강의)

주차	날짜
----	----



주차	날짜		
1	6월 22일 (수요일)	및 구성 Topics & Class Format	An Introduction to Marketing Management (definition/process/customer relationship/marketing concept/4P mix)
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	<u>주교재</u> <u>부교재</u> 제1장 chp.1/20
2주차	6월 23일 (목요일)	주요강의내용 및 구성 Topics & Class Format	Developing Marketing Strategies and Plans (marketing environment system/SWOT analysis)
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	제2/3장 chp.2/18
3주차	6월 27일 (월요일)	주요강의내용 및 구성 Topics & Class Format	Analyzing the Marketing Environment (consumer behavior/organizational buying/SBU.corporate strategy)
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	제2/3/5장 chp.3/5/6
4주차	6월 28일 (화요일)	주요강의내용 및 구성 Topics & Class Format	Portfolio analysis & Marketing Research (BCG matrix/GE matrix/MIS/demand forecast)
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	제2/4장 chp.4
5주차	6월 29일 (수요일)	주요강의내용 및 구성 Topics & Class Format	Customer-Driven Marketing Strategy (Segmentation/Targeting/Positioning Strategy)
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	제6장 chp.7
6주차	6월 30일 (목요일)	주요강의내용 및 구성 Topics & Class Format	Product Management (classification/product mix/product & service decision/package)
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	제7장 chp.8
7주차	7월 4일 (월요일)	주요강의내용 및 구성 Topics & Class Format	Brand Management (definition/brand equity/brand management strategy)
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	제8장 chp.8
8주차	7월 5일 (화요일)	주요강의내용 및 구성 Topics & Class Format	Mid-term exam
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	



주차	날짜		
9	7월 6일 (수요일)	및 구성 Topics & Class Format	New Product Development & PLC Strategy (strategic NPD process/adoption & diffusion process/PLC)
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	제9장 chp.9
10주차	7월 7일 (목요일)	주요강의내용 및 구성 Topics & Class Format	IMC: Integrated Marketing Communication (definition/IMC planning process)
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	제10장 chp.14
11주차	7월 11일 (월요일)	주요강의내용 및 구성 Topics & Class Format	Promotion Mix Management (AD/SP/SP/PR/Direct Marketing)
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	제11/12장 chp.15/16/17
12주차	7월 12일 (화요일)	주요강의내용 및 구성 Topics & Class Format	Marketing Channel Management & Pricing (channel design/wholesaling/retailing/logistics/pricing methods)
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	제13/14/15장 chp.10/11/12/13
13주차	7월 13일 (수요일)	주요강의내용 및 구성 Topics & Class Format	Service/Global/Cyber Marketing Management
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	chp.19
14주차	7월 14일 (목요일)	주요강의내용 및 구성 Topics & Class Format	Team Project Presentation
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	Report (Team별 PT)
15주차	7월 18일 (월요일)	주요강의내용 및 구성 Topics & Class Format	Team Project Presentation / Final exam
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	Report (Team별 PT)
(필요시) Makeup Classes		주요강의내용 및 구성 Topics & Class Format	
		강의자료 및 주요과제 Materials & Assignments	



ESB Code of Ethics

To promote the growth of ethically responsible women leaders at ESB through adherence to the highest standards of academic integrity and overall ethical conduct, and to develop a sense of individual responsibility to maintain such standards.

- **Code of Ethics for Faculty:** ESB faculty must teach students with good faith, maintain transparency in grading, and faithfully conduct student counseling.
- **Code of Ethics for Students:** ESB student is expected to represent her academic product honestly and fairly, and to respect the individual rights of others.

V. Special Accommodations

- * 제57조에 의거하여 장애학생은 학기 첫 주에 교과목 담당교수와의 면담을 통해 출석, 강의, 과제 및 시험에 관한 교수학습지원 사항을 요청할 수 있으며 요청된 사항에 대해 담당교수 또는 장애학생지원센터를 통해 지원받을 수 있습니다.

According to the University regulation #57, students with disabilities can request special accommodation related to attendance, lectures, assignments, and/or tests by contacting the course professor at the beginning of semester. Based on the nature of the students' requests, students can receive support for such accommodations from the course professor and/or from the Support Center for Students with Disabilities (SCSD).

- * **내용은 추후 변경될 수 있습니다.**
- * The contents of this syllabus are not final—they may be updated.