

강 의 계 획 서		년 도	2016
		학 기	2
교 과 목 명	마케팅관리	담 당 교 수	허남일
1. 강의개설 목 적	<p>기업을 경영하는데 필요한 관리기능의 하나인 구매와 판매활동에 관련된 제반 의사결정 기법과 기초이론을 익혀 기업경영에 필요한 전략을 효과적으로 전개할 수 있는 능력을 배양하도록 한다.</p>		
2. 강좌운영 목 표	<p>마케팅에 관련된 기초 개념을 익히며 기업환경에 대한 이해와 시장세분화 및 마케팅 믹스에 관한 이해를 목표로 강의를 진행한다.</p>		
3. 교 재 가. 주교재 (저자, 출판사) 나. 참고도서 (저자, 출판사)	<p>주교재 : 이용학, 허남일, 김학운 공저, 마케팅(제2판), 무역경영사</p> <p>부교재 : 유필화, 김용준, 한상만 공저, 현대 마케팅론, 제 4판, 박영사 채서일, 마케팅, 제 3판, 학현사 안광호, 하영원, 박흥수, 마케팅원론, 학현사 P.Kotler Principles of Marketing, Prentice-Hall</p>		
4. 강좌(수업) 운영방법	<p>강의, 발표 및 토론</p>		
5. 장애학생 수업 지원안내			
6. 평가방법			

7. 강좌 내용 (1주 ~8주)

주별	강 의 내 용	강의방식/이용기자재	과제물	비고
1	마케팅의 이해	강의, 발표 및 토론 지능형 강의실		
2	시장주도적 전략기획			
3	마케팅환경		마케팅이란 무엇이며, 현대 기업환경에서 마케팅은 왜 중요한가?	
4	마케팅정보			
5	소비자행동			
6	STP전략			
7	제품전략			
8	중간고사			

7. 강좌 내용 (9주 ~ 16주)

주별	강 의 내 용	강의방식/이용기자재	과제물	비고
9	제품수명주기와 신제품관리			
10	가격의 결정		신제품 개발 우수사례	
11	촉진전략			
12	촉진의 주요 수단들			
13	유통경로		우수광고사례 조사	
14	유통기관과 물적유통			
15	기말고사			
16				