

## 부분(특강형) 강의 동영상 강의계획서

|       |   |            |      |     |
|-------|---|------------|------|-----|
| 교과목   | 교과목명  | 유통환경 조사방법론 | 학점   | 3   |
|       | 개설학부(과)/전공  | 유통경영학과     | 담당교수 | 옥정원 |
| 수업목표  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유통환경조사와 관련하여 기초적인 지식이라 할 수 있는 마케팅에 대한 이해의 폭을 넓히고자 한다.</li> <li>- 기존의 알고 있는 마케팅에 대한 개념과 새롭게 변화하고 있는 마케팅 개념에 대한 이해를 넓히고자 한다.</li> <li>- 마케팅 개념이 전략적으로 어떻게 작용하며, 그러한 전략의 수립에 있어 조사방법의 차지하는 의미에 대하여 파악하고자 한다.</li> </ul> |            |      |     |
| 교과목개요 | 마케팅이란 무엇인가?라는 주제를 통하여 마케팅의 개념에 대한 이해와 함께 마케팅 전략의 수립에 있어 마케팅의 개념 및 조사방법이 왜 중요한지에 대하여 논의한다.   |            |      |     |
| 수업형태  | 강의유형  | 강의         |      |     |
|       | 교육자료  | PPT 강의자료   |      |     |

| 차시별 강의 내용 |                             |           |        |
|-----------|-----------------------------|-----------|--------|
| 차시        | 강의(실습) 내용                   | 강의(실습) 방법 | 활용 기자재 |
| 1         | 마케팅이란 무엇인가?의 전체적인 구도        | 강의        | 빙 프로젝트 |
| 2         | 마케팅이란 무엇인가?에서 마케팅 컨셉의 의미 파악 | 강의        | 빙 프로젝트 |
| 3         | 마케팅관리과정에 대한 이해              | 강의        | 빙 프로젝트 |