

교 수 계 획 서

◆교시 : 진리·정의·창의 ◆교육목표 : 진리를 공유하는 전문인, 정의에 공감하는 세계시민, 창의로 공명하는 지도자

교 과 목 명	개설년도	2017	개설학기	2학기	교과목번호	502973	분반	001
	교과목명	인터넷마케팅						
	학점/시간	2/2	이수구분	Bridge교양	교과목유형	이론		
	강 의 실				실습실사용			
	강의시간	원격사이버강좌						
	수강대상	전체(1)			주관학과	동의지천교양대학		
담 당 교 수	성 명	이문봉 (인)		소속	경영학	직위	교수	
	E-mail			홈페이지			실습조교	
	연구실			연락처			상담시간	수 14:00~16:00
교 과 목 요	인터넷으로 인해 변화된 기업의 경영환경을 이해하고, 변화된 기업 환경에서 기업의 지속 성장을 위해 필요한 필수 마케팅 개념을 학습하고, 기업의 경영 혹은 마케팅 목표를 달성하기 위한 마케팅 전략과 구체적인 마케팅 믹스 전략에 대해 살펴본다.							
교 육 목 표	인터넷으로 인한 마케팅 개념의 변화를 살펴보고, 이러한 환경에서 기업의 마케팅 목표를 달성하기 위한 필요한 새로운 인터넷 마케팅 믹스 전략을 살펴본다. 또한 기업들의 인터넷 마케팅 전략에 대한 사례를 조사하여 기업에 필요한 능력을 함양하는 것이다.							
사 회 진 출 가 능 직 종	대분류				소분류			
추 천 선 수 과 목	경영학원론							
수 업 방 법	강의식[V]	발표 및 토의[]		세미나[]		팀티칭[]		
	산학연계[]	과제중심수업[]		실험·실습·실기[]		기타[V]		(원격강의)
기 자 재 / 재 료	컴퓨터[V]	AHP[]	비디오[]		오디오[]		모형물[]	
	차트[]	슬라이드[]	빔프로젝트[]		실물환등기[]		기타[]	
	()							
평 가 방 법	중간시험(%)	기말시험(%)	출석(%)	과제물(%)	수시평가(%)			
	30%	40%	20%	10%	0%			
성 적 분 포 비 율	A:30%이하	B:30%이하	C~F:40%이하	수강정정기간 이후 수강인원에 따라 비율이 변경될 수 있음. "A: 100%이하"는 절대평가 적용함				
주 교 재	통합적 인터넷 마케팅 제3판, 이두희, 박영사, 2013, ₩33,000							
부 교 재								
참 고 문 헌 및 관 련 인 터 넷 사 이 트	인터넷 마케팅 3.0, 김용호 외 2인 공저, 학현사, 2013							
수 업 의 질 관 리	수업방법 개선방안	정보기술(클릭커, 게시판 등)을 활용한 양방향 커뮤니케이션 실시						
	과제물 처리	1. 정정하여 학생들에게 되돌려 준다. 예[] 아니오[v] 2. 위와 다른 처리방법 :						

*주별 학습내용

502973-001

주 별	차 시	담당 교원	강 의 내 용	과 제 물
제 1 주	1	이문봉	인터넷과 새로운 물결에 대해 학습한다.	
제 1 주	2	이문봉	인터넷 마케팅의 기본 개념에 대해 학습한다.	
제 2 주	1	이문봉	인터넷으로 인해 변화된 마케팅 패러다임에 대해 학습한다.	
제 2 주	2	이문봉	새로운 마케팅 패러다임에서의 마케팅 믹스인 5C에 대해 살펴본다.	
제 3 주	1	이문봉	인터넷 시장의 외부 환경 분석에 대해 학습한다.	
제 3 주	2	이문봉	인터넷 시장의 내부 환경 분석에 대해 학습한다.	
제 4 주	1	이문봉	인터넷 소비자 특성에 대해 살펴본다.	
제 4 주	2	이문봉	인터넷 소비자 분석에 대해 학습한다.	
제 5 주	1	이문봉	인터넷 소비자 의사결정 과정에 대해 살펴본다.	
제 5 주	2	이문봉	인터넷 조사 개념과 과정에 대해 학습한다.	
제 6 주	1	이문봉	소셜분석과 로그파일 분석에 대해 학습한다.	
제 6 주	2	이문봉	인터넷 마케팅 목표 설정에 대해 학습한다.	
제 7 주	1	이문봉	마케팅 STP 전략(시장 세분화)에 대해 학습한다.	과제1
제 7 주	2	이문봉	마케팅 STP 전략(표적시장 선정과 위상정립)에 대해 학습한다.	
제 8 주	1	이문봉	중간고사	
제 8 주	2	이문봉		

*주별 학습내용				502973-001
주 별	차 시	담당 교원	강 의 내 용	과 제 물
제 9 주	1	이문봉	인터넷 마케팅 믹스 관리 - 콜라보레이션 관리에 대해 학습한다.	
제 9 주	2	이문봉	콜라보레이션 관리와 효과에 대해 학습한다.	
제 10 주	1	이문봉	인터넷 마케팅 믹스 관리 - 콘텐츠웨어 관리에 대해 학습한다.	
제 10 주	2	이문봉	신 콘텐츠웨어와 인터넷 상표에 대해 학습한다.	
제 11 주	1	이문봉	인터넷 마케팅 믹스 관리 - 커뮤니티먼트 관리에 대해 학습한다.	
제 11 주	2	이문봉	퍼미션 관리에 대해 학습한다.	
제 12 주	1	이문봉	인터넷 마케팅 믹스 관리 - 커뮤니케이션 관리에 대해 학습한다.	
제 12 주	2	이문봉	통합적 인터넷 마케팅 커뮤니케이션에 대해 살펴본다.	
제 13 주	1	이문봉	인터넷 광고에 대해 학습한다.	
제 13 주	2	이문봉	인터넷 PR, 판매촉진, 구전에 대해 학습한다.	
제 14 주	1	이문봉	인터넷 마케팅 믹스 관리 - 채널 관리에 대해 학습한다.	
제 14 주	2	이문봉	유통채널 갈등과 물류에 대해 살펴본다.	
제 15 주	1	이문봉	기말고사	과제2
제 15 주	2	이문봉		