

강의계획서(NCS 기반교과목)

2017학년도 2학기

세무회계과

학습과목	(410130) 마케팅원론			학점	3	주당시간	3
담당교수	김승경 (인)			E-mail			
				연락처			
교육목표	본 마케팅원론 과목은 기업들이 고객가치를 창출하고 강력한 고객관계를 구축하기 위해 필요한 마케팅원리는 무엇이고, 이를 어떻게 적용해야 하는지를 기본적인 이론과 사례학습 및 워크숍 등을 통하여 이해하기 쉽게 전달하고 학습하는 데 그 목표를 두고 있다.						
대분류	중분류	소분류	세분류	능력단위	능력단위요소		
02. 경영·회계·사무	01. 기획사무	03. 마케팅	01. 마케팅전략기획	STP전략 수립	목표시장 선정하기		
02. 경영·회계·사무	01. 기획사무	03. 마케팅	01. 마케팅전략기획	STP전략 수립	시장세분화하기		
02. 경영·회계·사무	01. 기획사무	03. 마케팅	01. 마케팅전략기획	STP전략 수립	포지셔닝하기		
상담시간	요일	시작시간	종료시간	비고			
	월요일	15:50	16:50				
	화요일	15:50	16:50				
	교재명			저자명	출판사	출판년도	
주교재	(제6판)마케팅원론			안광호, 하영원, 박흥수	학현사	2014	
참고도서	마케팅원리(제5판)			박찬수	법문사	2014	
	마케팅정론(2판)			김성호	학현사	2015	

■ 강의진행계획 ■

주	강의요목(기본)			강의요목(추가-NCS 연계정보)					
	강의내용 및 방법	과제물	학습자료	학습명	학습목표	평가항목	평가방법	능력단위	능력단위요소
1	* 오리엔테이션 : 교과목 및 수업 방향 소개(학습 목표 및 필요성 등 공유) * 마케팅 개념 I		교재 등 활용	마케팅의 핵심개념	마케팅의 핵심개념 이해하기	마케팅 지식	F.평가자질문		
2	* 마케팅 개념 II * 전략적 시장계획의 수립과정		교재 등 활용	전략적 시장계획의 수립과정	전략적 시장계획의 수립과정 이해하기	전략적 시장계획의 수립과정	F.평가자질문		
3	* 기업의 사명 및 목표	1장 사례학습	교재 등 활용	기업의 사명 및 목표	기업의 사명 및 목표 이해하기	기업의 사명 및 목표	F.평가자질문		

■ 온라인 강의진행계획 ■

주	강	강의내용	과제물	학습자료
1	1	○ 마케팅의 개념 : 마케팅의 정의, 마케팅 관리철학의 발전		
2	2	○ 전략적 시장계획I : 기업사명의 정의, 기업목표의 결정		
3	3	○ 전략적 시장계획II : 기존 사업포트폴리오의 평가		
4	4	○ 전략적 시장계획III : 사업단위별 경쟁전략의 결정		
5	5	○ 마케팅 환경 분석 : 내적 환경요인, 외적 환경요인		
6	6	○ 마케팅 정보시스템 : 내부정보시스템, 고객정보시스템 등		
7	7	○ 소비자 구매행동의 유형 : 고관여/저관여 구매행동		
9	8	○ 구매의사결정과정 : 필요인식, 정보탐색, 대안평가, 결정, 행동		
10	9	○ 시장세분화 : 마케팅 배경, 시장세분화의 단계, 의의 및 기준		
11	10	○ 표적시장 선택 : 세분시장 평가, 표적시장 선택, 공략전략 선택		
12	11	○ 포지셔닝 : 포지셔닝의 의의, 전략 및 수립과정 등		
13	12	○ 제품관리 : 제품의 개념적 정의, 제품 구성요소의 관리		
14	13	○ 서비스마케팅 : 서비스의 차별적 특성, 서비스마케팅의 유형, 서비스품질의 관리		
15	14	○ 신제품개발 : 신제품의 정의 및 분류, 신제품 개발과정		

장애학생
지원안내

본 교과목을 수강하는 장애학생은 수업에 별도 도움이 필요한 경우 장애학생지원센터(031-467-4729)로 필요한 도움을 요청
(예 : 청각-효과적인 학습 효과를 위해 교수와 가장 가깝게 자석 배치& 지체장애 및 지적장애 등-시험시간 연장 등)