

2022년도 1학기 강의 계획서

교과목명	마케팅의이해	교과목코드	710043(1)	주관학과(부)	국제통상전공
이수구분	전필	학점/이론/실습	3-3-0	강의요일/시간	(월 5B, 6A, 6B E7-405), (화 2B, 3A, 3B E7-321)

담당교수	양희석	연구실 전화		핸드폰	010-9566-1524
		이메일	hsyang@ut.ac.kr		

수업운영방식	* 수업운영방식을 대면/비대면/혼합방식중 선택하여 입력(1 ~ 7주차 까지 적용) - 수업운영방식 : 대면(강의실 출석)수업을 원칙으로 함(.월 오후1시 30분-2시45분(75분), . 화 오전 10시 30분-11시45분(75분), 경영항공관 4050호) - 단, 수강생 중 확진자가 발생할 시, 비대면 수업으로 전환합니다. - 개강 : 3.7(월), 오후 1시 30분, 경영항공관 405호) - 수강생 전원 꼭 참석할 것.				
교과목 개요	마케팅의 이해에서는 마케팅 개념과 이론에 대해 기본적으로 이해하고, 마케팅관리의 중요성과 역할에 대해 배운다. 마케팅의 이해의 내용으로는 마케팅본질, 마케팅환경분석, 소비자행동분석, 마케팅전략, 마케팅 4P 실행 전략 등이 포함된다.				
교과목 교육목표1	마케팅의 이해는 마케팅이론 및 전략의 기본을 습득하는 것을 목적으로 한다.				
교과목 교육목표2	마케팅의 이해를 통해 국제마케팅의 기초를 터득한다.				
교과목 교육목표3	마케팅의 이해를 통해 수출마케팅, 해외시장개발론 등 국제통상이해의 기초를 수립한다.				
전공역량	의사소통(10%) 글로컬(30%) 융합실무(10%) 창의적 문제해결(30%) 리더십(20%)				
역량별학습목표	[1.의사소통] 의사소통 및 대인관계 능력을 바탕으로 다양한 상황에서 갈등을 관리하고 동료들과 협력하여 공동목표를 달성하도록 한다 [2.글로벌] 지역 및 세계의 문화 다양성 이해를 바탕으로 외국어 능력을 갖추고 세계시민으로서 공동체 가치를 추구하는 역량을 기른다 [3.융합실무] 학습전략 및 정보활용능력을 바탕으로 지식을 스스로 탐구하고 전공지식을 활용할 수 있는 전문가를 양성한다 [4.창의적 문제해결] 비판적 사고로 문제를 분석, 추론하여 해결하고, 새로운 발상으로 기술을 수용하고 활용하는 능력을 기른다 [5.리더십] 자기주도적으로 새로운 목표를 설정하고 실행하기 위하여 자기를 관리하고 개인이나 조직의 변화를 이끌 수 있는 역량을 향상시킨다				
대표전공능력/핵심역량		연계성			

구분	도서명	저자명	출판사
주교재	마케팅(이론과 실제)	양희석	청목출판사
참고서적			
참고서적2			
참고서적3			
참고서적4			
선수과목			
강의진행방법	강의 및 세미나 참여		
산학 공동운영	아니오	현업 기관명	
장애학생편의 제공안내	장애학생은 본 수업과 관련하여 본인 희망 시 수업도우미 및 학습지원을 위한 조정(강의자료 사전제공, 과제 및 평가 시간 조정, 시험 시간 연장 등)이 가능하오니, 필요한 학생은 수강신청 전, 후 담당 교수님 및 장애학생지원센터(☎ 84)에 상담하여 주시기 바랍니다.		

수업 평가 방법

순서	도구명	반영율%	평가내용
1	과제	20%	마케팅 관련 연구- 주제 선정 자유, 5월말까지 제출
2	출석	10%	무단 결석하지 말 것, 결석 1회당 1점 감점
3	태도	10%	학습 참여, 적극적인 참여 및 토론할 것
4	발표	10%	기말 세미나 발표(ppt), 발표 참여하지 않으면 0점 처리됨
5	시험(중간)	25%	1-7주차 강의 내용 중심
6	시험(기말)	25%	9-15주차 강의 내용 중심

교과목학습성과

전공능력 평가도구		
역량번호	역량명	역량평가방법
2	글로벌	
4	창의적 문제해결	
5	리더십	
1	의사소통	
3	융합실무	

전공능력과 전공교과목간 연계성

역량번호	역량명	연계성
2	글로벌(30)	
4	창의적 문제해결(30)	
5	리더십(20)	
1	의사소통(10)	
3	융합실무(10)	

인증학습성과

순서	교과목학습성과내용	평가도구
No data have been found.		

주별세부내용

강의계획서 주차별 계획				
1주차	강의주제 및 내용	마케팅 개념의 이해		
	과제/실험 및 실습계획			
	기자재			
	혁신수업방법		건축학전공(SPC)	
2주차	강의주제 및 내용	마케터의 요건		
	과제/실험 및 실습계획			
	기자재			
	혁신수업방법		건축학전공(SPC)	
3주차	강의주제 및 내용	소비자의 이해		
	과제/실험 및 실습계획	소비자 지향 기업의 특성		
	기자재			
	혁신수업방법		건축학전공(SPC)	
4주차	강의주제 및 내용	소비자행동의 이해		
	과제/실험 및 실습계획			
	기자재			
	혁신수업방법		건축학전공(SPC)	
5주차	강의주제 및 내용	소비자 시장조사		
	과제/실험 및 실습계획			
	기자재			
	혁신수업방법		건축학전공(SPC)	
6주차	강의주제 및 내용	STP(1) : 개요		
	과제/실험 및 실습계획			
	기자재			
	혁신수업방법		건축학전공(SPC)	
7주차	강의주제 및 내용	STP(2) : 목표시장 선정		
	과제/실험 및 실습계획			
	기자재			
	혁신수업방법		건축학전공(SPC)	
8주차	강의주제 및 내용	마케팅 환경의 이해		
	과제/실험 및 실습계획			
	기자재			
	혁신수업방법		건축학전공(SPC)	
9주차	강의주제 및 내용	마케팅 환경 분석 : 환경분석 기법		
	과제/실험 및 실습계획			
	기자재			
	혁신수업방법		건축학전공(SPC)	

주별세부내용

강의계획서 주차별 계획			
10주차	강의주제 및 내용	마케팅 4P 믹스전략	
	과제/실험 및 실습계획		
	기자재		
	혁신수업방법		건축학전공(SPC)
11주차	강의주제 및 내용	PRODUCT(제품)(1)	
	과제/실험 및 실습계획		
	기자재		
	혁신수업방법		건축학전공(SPC)
12주차	강의주제 및 내용	PRODUCT(제품)(2)	
	과제/실험 및 실습계획		
	기자재		
	혁신수업방법		건축학전공(SPC)
13주차	강의주제 및 내용	PRICE(가격)	
	과제/실험 및 실습계획		
	기자재		
	혁신수업방법		건축학전공(SPC)
14주차	강의주제 및 내용	PLACE(유통)	
	과제/실험 및 실습계획		
	기자재		
	혁신수업방법		건축학전공(SPC)
15주차	강의주제 및 내용	PROMOTION(광고)	
	과제/실험 및 실습계획		
	기자재		
	혁신수업방법		건축학전공(SPC)