

## 이러닝콘텐츠 강의 계획서

교과목명	소비자와 마케팅	개발학기	2023년 2학기
교수명	이병운	학부/학과	글로벌융합공학과
학년	2	학점/시수	3
수업 목표	이 교과목은 마케팅에 대한 전반적 이해를 위하여 마케팅의 기본 개념과 특징, 사례 등을 중심으로 진행되며, 다양한 마케팅 분야를 개괄적으로 살펴봄으로써 기업 비즈니스에서 마케팅이 어떤 의미를 가지는지 알아보는데 목적이 있다.		
교재 및 참고문헌	1. 이훈영, 2017, 『이훈영 교수의 마케팅』, 청람 2. 조명광, 2020, 『마케팅 무작정 따라하기』, 길벗 3. 히라노 아쓰시 칼, 2020, 『가장 쉬운 마케팅』, 더퀘스천		

주차	차시	주제	소주제
1주차	1-1	마케팅의 기본 개념	마케팅의 정의
	1-2		마케팅 컨셉의 발달
2주차	2-1	STP전략	STP전략의 개념 및 과정
	2-2		시장세분화, 표적시장, 포지셔닝
3주차	3-1	상품전략	상품의 개념
	3-2		상품의 개발과정 및 수명주기
4주차	4-1	가격전략	가격의 정의와 중요성
	4-2		가격결정방법 및 가격전략
5주차	5-1	유통경로전략	유통경로의 개념 및 구조
	5-2		유통경로의 설계
6주차	6-1	촉진관리	촉진 커뮤니케이션의 과정과 개발
	6-2		촉진전략의 4가지 요소
7주차	7-1	소비자행동 I	고객 니즈의 정의
	7-2		현시 니즈와 지불의향 모델
8주차	8-1	소비자행동 II	소비자행동의 동기와 갈등
	8-2		소비자 행동에 영향을 주는 요인
9주차	9-1	서비스 마케팅	서비스와 서비스상품의 정의
	9-2		서비스 특성에 따른 마케팅전략
10주차	10-1	산업재 마케팅	산업재 마케팅의 개요
	10-2		산업재 마케팅믹스 전략
11주차	11-1	인터넷 마케팅	인터넷과 e-비즈니스 모델
	11-2		인터넷 마케팅전략

12주차	12-1	다이렉트 마케팅	다이렉트 마케팅과 이메일 마케팅
	12-2		텔레마케팅과 데이터베이스 마케팅

※ 작성 시 유의사항

- 본 계획서는 콘텐츠 개발 계획서임(※강의계획서 아님)

1. 콘텐츠는 10주차 이상의 분량을 개발해야 함
2. 콘텐츠는 1차시당 25분 이상이어야 함(25분 이상 영상 분에 대해서는 분할해도 무방함)
3. 여러 차시일 경우 셀을 추가하여 작성해야 함
4. 콘텐츠 개발 기준은 KOCW(Koera Open CourseWare) 등록 기준에 부합해야 함