

교 수 계 획 서

(학사지원과제출용)

◆교시 : 진리·정의·창의

◆교육목표 : 진리를 탐구하는 지성인, 정의를 구현하는 지도자, 창의를 실현하는 세계인

교과목보	개설년도	2013	개설학기	1학기	교과목번호	502973	분반	001
	교과목명	인터넷마케팅						
	학점/시간	3/3	이수구분	전공심화	교과목유형	이론		
	강의실	원격사이버강좌			실습실사용			
	강의시간	원격사이버강좌						
	수강대상	e비즈니스학과(2)			주관학과	e비즈니스학과		
담당교수	성명	박기남 (인)	소속	e비즈니스학과		직위	교수	
	E-mail		홈페이지			실습조교		
	연구실	국제관,711호 박기남교수실	연락처			상담시간	수요일 오전	
교과목요	오프라인 상의 마케팅 환경과는 다른 온라인에서의 마케팅 전략과 환경 이해를 목적으로 한다. 이와 더불어 현재 기업들이 사용하고 있는 인터넷 마케팅 기법 사례를 중심으로 접근해봄으로써 현업에서도 적용할 수 있도록 능력을 배양시키고자 한다.							
교과목표	전반적 인터넷 마케팅 환경과 전략을 깊이 있게 이해하고 이와 동시에 기업들의 인터넷 마케팅 사례를 구체적으로 살펴봄으로써 마케팅 실무능력 향상을 목적으로 한다.							
사회진출 가능직종	대분류	사무 종사자		소분류	기획 및 홍보사무 종사자			
추천 선수과목	마케팅							
수업방법	강의식[v] 산학연계[]	발표 및 토의[v] 과제중심수업[v]		세미나[] 실형.실습.실기[]	팀티칭[] 기타[]			()
기자재 / 재료	컴퓨터[v] 차트[]	OHP[] 슬라이드[]	비디오[v] 빔프로젝트[]	오디오[] 실물환등기[]	모형물[] 기타[]			()
평가방법	중간시험(%)	기말시험(%)	출석(%)	과제물(%)	수시평가(%)			
	30%	30%	20%	10%	10%			
주교재	유비쿼터스 인터넷 마케팅, 이유재, 박영사, 2005, ₩33,000							
부교재								
참고문헌 및 관련 인터넷 사이트	이유재, 서비스마케팅, 학현사, 1999 필카펜터, E브랜드, 세종서적, 1999 존 하겔 3세 외, 가상사회와 전자상거래, 세종서적							
수업의 질 관리	수업방법 개선방안							
	과제물 처리	1. 정정하여 학생들에게 되돌려 준다. 예[v] 아니오[] 2. 위와 다른 처리방법 :						

*주별 학습내용		502973-001
주 별	강 의 내 용	과 제 물
제 1 주	제1장 인터넷 혁명과 마케팅 : 인터넷의 등장과 마케팅 환경의 변화 및 인터넷이 마케팅에 미치는 영향에 관하여 살펴보고 마케팅 패러다임의 변화와 인터넷 마케팅의 정의와 특성에 관하여 학습한다.	마케팅 불변의 법칙 독후감
제 2 주	제2장 인터넷 마케팅 전략 : 인터넷 비즈니스 전략의 의의와 특성 및 인터넷 마케팅 전략의 개발과정에 관하여 학습한다.	레포트제출
제 3 주	제3장 인터넷 마케팅 조사 : 인터넷을 이용한 정보의 특성과 일차자료 및 이차자료를 수집하는 방법에 관하여 설명하고 웹 데이터의 분석과 웹을 이용한 데이터 수집과 분석기법에 관하여 학습한다.	레포트제출
제 4 주	제4장 인터넷 환경 하의 소비자 : 신소비자의 의의와 특성 및 인터넷소비자의 유형분류에 관하여 살펴보고 웹 사이트 개발과정의 실행 상 각 단계의 구체적 과업과 그 특징에 관하여 학습한다.	레포트제출
제 5 주	제5장 웹 사이트 구축 : 웹 사이트의 구성요소 및 웹 사이트 개발과정의 각 단계에 관하여 살펴보고 웹 사이트 개발과정의 실행 상 각 단계의 구체적 과업과 그 특징에 관하여 학습한다.	레포트제출
제 6 주	제6장 인터넷 제품 및 브랜드 자산의 관리 : 인터넷 제품관리의 의의와 신제품 개발에 관하여 살펴보고 인터넷 브랜드의 특징과 도메인브랜드의 중요성 및 인터넷 브랜드 자산관리의 방법에 관하여 학습한다. 또 트래픽을 유발하기 위한 인터넷 브랜드 구축방법에 관하여 살펴본다.	레포트제출
제 7 주	제7장 인터넷 가격결정 : 인터넷 환경 하의 가격 결정요인과 고객의 가격인감도에 관하여 살펴보고 일반적 가격전략과 동태적 가격결정 메커니즘에 관하여 학습한다.	레포트제출
제 8 주	중간시험	독후감제출
제 9 주	제8장 인터넷 유통과 e-SCM : 유통구조에 있어서 인터넷의 영향과 인터넷 유통경로의 특징 및 마켓플레이스에 관하여 살펴보고 유통경로의 갈등관리, 인터넷 소매업 및 인터넷 Logistics에 관하여 학습한다.	레포트제출
제 10 주	제9장 웹 사이트 촉진 : 인터넷 마케팅 커뮤니케이션의 개념과 프로세스에 관하여 살펴보고 인터넷광고, 인터넷 판매촉진, 인터넷 PR 등 각 촉진활동에 관하여 분석한다. 또 퍼미션 마케팅의 의미와 인터넷 구전의 특징에 관하여 학습한다.	레포트제출
제 11 주	제10장 인터넷 마케팅의 효과측정 : 인터넷 마케팅 효과측정의 구체적 과정과 온라인 측정방법에 관하여 살펴보고 웹 사이트 성과측정을 위한 소프트웨어와 개별 사용자 식별, 오프라인 측정법, 웹 촉진 성과측정 및 효과측정을 위한 마케팅조사에 관하여 학습한다.	레포트제출
제 12 주	제11장 인터넷 고객관계관리와 e-CRM : 인터넷을 통한 유망고객의 발굴과 개별적 대응을 통한 고객관계강화에 관하여 살펴보고 지원서비스를 통한 고객관계강화, 충성도제고를 위한 가상 공동체 환경의 조성 및 e-CRM의 의미에 관하여 학습한다.	레포트제출
제 13 주	제12장 B2B인터넷 마케팅 B2B인터넷 마케팅의 의의와 시장특성 및 현황과 사업모형에 관하여 살펴본다.	레포트제출
제 14 주	제13장 인터넷 마케팅의 활용 - 금융업 B2B에서 인터넷 마케팅의 활용방법에 관하여 학습한다. 또 은행/증권업에서 인터넷 마케팅 방법과 보험업에서의 인터넷 활용사례에 관하여 살펴본다.	레포트제출
제 15 주	기말시험	