

# 수업 계획서

1. 강의개요							
학습과정명	마케팅원론	학점	3	교강사명	교강사 전화번호		
강의시간	3	강 의 실		수강대상	E-mail		
2. 교육과정 수업목표							
본 강의는 기업의 경영활동에 관계되는 여러 가지 마케팅개념과 이론, 그 실무활동을 설명하고 이러한 활동을 계획, 실행, 조정, 통제하는 프로세스 등을 인식시킴으로써 마케팅에 대한 이해 증진을 목적으로 한다.							
3. 교재 및 참고문헌							
주교재	핵심마케팅	저자	KERIN외2 인	출판사	생능출판사	출판년도	2013
부교재 (참고문헌)	마케팅(제2판)	저자	이학식	출판사	법문사	출판년도	2010
4. 주차별 강의(실습·실기·실험) 내용							
주별	차시	강의(실습·실기·실험) 내용				과제 및 기타 참고사항	
제 1 주	1	1] 강의주제: 마케팅의 이해				○교재참조 강의지도 ○주교재 pp. 28-45 ○빔프로젝트 강의교안	
	2	2] 강의목표: 마케팅의 중요성 및 고객에 대한 이해					
	3	3] 강의세부내용: - 마케팅이란 무엇인가 - 마케팅에서의 고객관계 - 마케팅의 중요성					
		4] 수업방법: 강의 및 질의/응답					
제 2 주	1	1] 강의주제: 성공적인 마케팅 및 조직의 전략개발				○교재참조 강의지도 ○주교재 pp. 48-87 ○빔프로젝트 강의교안	
	2	2] 강의목표: 조직의 이해 및 전략적인 의미 파악					
	3	3] 강의세부내용: - 조직에 대한 이해 - 비전과 연계된 전략 설정 - 전략적 마케팅 프로세스					
		4] 수업방법: 강의 및 질의/응답					
제 3 주	1	1] 강의주제: 마케팅 환경 및 사회적 책임				○교재참조 강의지도 팀별미션 ○주교재 pp. 90-130 ○빔프로젝트 강의교안	
	2	2] 강의목표: 마케팅 환경 특성 이해					
	3	3] 강의세부내용: - 시장 환경 탐색 - 사회/경제/기술/경쟁/법 환경 - 마케팅 윤리 및 사회적 책임					
		4] 수업방법: 강의 및 질의/응답					
제 4 주	1	1] 강의주제: 소비자 행동의 이해				○교재참조 강의지도 ○주교재 pp. 134-159 ○빔프로젝트 강의교안	
	2	2] 강의목표: 소비자 행동방식 과 영향요인 파악					
	3	3] 강의세부내용: - 소비자 구매의사결정 행동 - 소비자 행동 영향요인 - 소비자 행동 연구					
		4] 수업방법: 강의 및 질의/응답 <b>*과제 1 : SWOT분석 사례(개인과제)</b>					
제 5 주	1	1] 강의주제: 조직고객과 글로벌 시장				○교재참조 강의지도 ○주교재 pp. 162-206 ○빔프로젝트 강의교안	
	2	2] 강의목표: 새로운 시장에 대한 이해					
	3	3] 강의세부내용: - 조직구매의 특성 및 산업재 시장 - 글로벌 시장의 이해					

		- 글로벌 마케팅 프로그램 개발 4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	
제 6 주	1	1] 강의주제: 마케팅 조사 2] 강의목표: 마케팅조사의 의미 및 활용방안 이해	○교재참조 강의지도 팀별미션 ○주교재 pp. 210-237 ○빔프로젝트 강의교안
	2	3] 강의세부내용: - 마케팅조사의 역할 - 마케팅조사 5단계 - 마케팅조사 방법	
	3	4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	
제 7 주	1	1] 강의주제: 시장세분화, 표적시장, 포지셔닝 2] 강의목표: 시장세분화, 표적시장, 포지셔닝의 이해	○교재참조 강의지도 ○주교재 pp. 240-262 ○빔프로젝트 강의교안
	2	3] 강의세부내용: - 시장세분화의 목적 - 시장세분화/표적시장의 선정 단계 - 포지셔닝 방법	
	3	4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	
제 8 주	1	<b>중간고사</b>	
	2		
	3		
제 9 주	1	1] 강의주제: 신제품/ 신서비스 개발 2] 강의목표: 새로운 마케팅 기회 창출 방안 습득	○교재참조 강의지도 ○주교재 pp. 266-293 ○빔프로젝트 강의교안
	2	3] 강의세부내용: - 제품과 서비스의 이해 - 제품과 서비스의 실패요인 - 신제품 개발과정	
	3	4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	
제 10 주	1	1] 강의주제: 제품/서비스/브랜드 관리 2] 강의목표: 제품/서비스/브랜드 관리방안 이해	○교재참조 강의지도 팀별 미션 ○주교재 pp. 296-327 ○빔프로젝트 강의교안
	2	3] 강의세부내용: - 제품수명주기의 이해 - 브랜딩 브랜드관리 전략 - 서비스 마케팅 관리	
	3	4] 수업방법: 강의 및 질의/응답 <b>*과제2 : 마케팅기획서 작성 (마케팅 프로세스에 의거하여 작성, 팀과제)</b>	
제 11 주	1	1] 강의주제: 가격결정 및 마케팅 경로 관리 2] 강의목표: 가격결정 방법과 마케팅 경로의 이해	교재참조 강의지도 주교재 pp. 330-385 빔프로젝트 강의교안
	2	3] 강의세부내용: - 가격 및 가격결정 방법 - 마케팅 경로 본질과 중요성 - 물류의 개념 이해	
	3	4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	
제 12 주	1	1] 강의주제: 소매상과 도매상 2] 강의목표: 소매업과 도매업의 차이의 이해	○교재참조 강의지도 ○주교재 pp. 388-413 ○빔프로젝트 강의교안
	2	3] 강의세부내용: - 소매의 가치 및 전략 - 도매상의 개념	
	3	4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	
제 13 주	1	1] 강의주제: IMC 와 광고 2] 강의목표: IMC/디렉트마케팅과 광고 전략 습득	○교재참조 강의지도 팀별 미션 ○주교재 pp. 416-467 ○빔프로젝트 강의교안
	2	3] 강의세부내용: - IMC 프로그램 개발 - 디렉트 마케팅의 이해 - 광고/PR 전략	
	3	4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	

제 14 주	1	1] 강의주제: 인적판매/영업관리/신마케팅 시행	○교재참조 강의지도 ○주교재 pp. 470-518 ○빔프로젝트 강의교안
	2	2] 강의목표: 새로운 마케팅 방법의 이해	
	3	3] 강의세부내용: - 인적판매, 영업관리 방법 - 온라인 마케팅 전략 - 신마케팅 전략	
	4	4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	
제 15 주	1	기말고사	
	2		
	3		

5. 성적평가 방법

중간고사	기말고사	과제물	출결	기타	합계	비고
30 %	30 %	15 %	20 %	5 %	100 %	

6. 수업 방법(강의, 토론, 실습 등)

파워포인트로 작성된 강의안을 가지고 수업을 진행하지만 일방적인 주입식 교육방법을 지양하고 발표, 질의, 응답, 토론 등을 활성화하고, 이를 토대로 학습자의 이해도를 파악하여 학습자의 학습동기 및 수업참여도를 향상시킴

7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항

교재 이외에 기업의 공시자료, 학회 자료, 인터넷 상의 각종 마케팅 관련 자료 등을 수집하여 이를 학습자료로 적극 활용

8. 문제해결 방법(실험·실습 등의 학습과정의 경우에 작성)