

<2016년도 2학기>

1. 강의개요							
학습과정명	마케팅관리론	학점	3	교강사명		교강사 전화번호	
강의시간	3	강의실		수강대상		E-mail	
2. 교육과정 수업목표							
마케팅의 컨셉을 이해하고 마케팅 전략수립의 틀을 학습하며, 이를 활용할 수 있는 다양한 마케팅기법들을 학습하여 직접 활용할 수 있는 실무 마케터의 능력을 배양한다.							
3. 교재 및 참고문헌							
주교재	마케팅관리	저자	박충한 외 3인	출판사	박영사	출판년도	2011
부교재(참고문헌)	세계 일류들의 마케팅관리	저자	김정구 외 2인	출판사	윙크	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 2] 강의목표: 마케팅의 정의와 주요개념 이해 3] 강의세부내용: - 마케팅의 정의 - 마케팅의 주요개념 - 현대 마케팅 의사결정변수 4] 수업방법: 강의 및 질의/응답			<ul style="list-style-type: none"> 교재참조 강의지도 주교재 pp. 3-16 부교재 pp.11-41 빔프로젝트 강의교안 		
	2						
	3						
제 2 주	1	1] 강의주제: 마케팅 환경분석 2] 강의목표: 마케팅 환경분석의 의의 이해 3] 강의세부내용: - 거시적 환경분석 - 미시적 환경분석 - 내부환경분석[SWOT분석] - 제품 포트폴리오 전략 4] 수업방법: 강의 및 질의/응답			<ul style="list-style-type: none"> 교재참조 개인지도팀별 Mission 주교재 pp. 17-38 부교재 pp. 48-140 빔프로젝트 강의교안 		
	2						
	3						
제 3 주	1	1] 강의주제: 소비자행동 이해 2] 강의목표: 소비자행동에 대한 이해 3] 강의세부내용: - 소비자 의사결정과정 - 소비자 정보처리과정 - 소비자행동의 사회문화적 영향요인 - 소비자행동의 개인심리적 요인 4] 수업방법: 강의 및 질의/응답			<ul style="list-style-type: none"> 교재참조 개인지도 팀별 Mission 주교재 pp. 39-62 부교재 pp. 145-181 빔프로젝트 강의교안 		
	2						
	3						
제 4 주	1	1] 강의주제: 시장세분화와 표적시장 선정전략 2] 강의목표: 시장세분화를 통한 마케팅 전략 수립에 대한 이해 3] 강의세부내용: - 시장세분화 수준별 마케팅 유형 - 시장세분화의 유형 - 표적시장 선정방법 4] 수업방법: 강의 및 질의/응답			<ul style="list-style-type: none"> 교재참조 개인지도 팀별 Mission 주교재 pp. 93-132 부교재 pp. 191-218 빔프로젝트 강의교안 기업의 포지셔닝 사례 분석 		
	2						
	3						
제 5 주	1	1] 강의주제: 포지셔닝 전략 2] 강의목표: 포지셔닝을 통한 마케팅 전략 수립 이해 3] 강의세부내용: - 포지셔닝의 의미와 목적 - 포지셔닝 유형 - 포지셔닝 실행방법 4] 수업방법: 강의 및 질의/응답			<ul style="list-style-type: none"> 교재참조 개인지도 팀별 Mission 포지셔닝 사례 주교재 pp. 133-162 부교재 pp. 224-252 빔프로젝트 강의교안 		
	2						
	3						
제 6 주	1	1] 강의주제: 제품관리 2] 강의목표: 제품관리를 통한 마케팅 전략 수립 이해			<ul style="list-style-type: none"> 교재참조 개인지도 팀별 Mission 주교재 pp. 163-186 		

	2	3] 강의세부내용: - 제품의 정의 - 개별제품관리 의사결정	<ul style="list-style-type: none"> • 부교재 pp. 292-330 • 빔프로젝트 강의교안
	3	- 집합제품관리 의사결정 4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	
제 7 주	1	1] 강의주제: 브랜드 관리 2] 강의목표: 브랜드 전략 수립에 대한 이해 3] 강의세부내용:	<ul style="list-style-type: none"> • 교재참조 개인지도 팀별 Mission 브랜드 사례 • 주교재 pp. 187-210 • 부교재 pp. 258-281 • 빔프로젝트 강의교안
	2	- 브랜드의 정의 및 구성요소 - 브랜드 구조[개별, 공동, 혼합 브랜드] - 브랜드 자산 관리	
	3	4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	
제 8 주	1	중간고사	
	2		
	3		
제 9 주	1	1] 강의주제: 신제품개발과 제품수명관리 2] 강의목표: 신제품 개발 전략 수립에 대한 이해 3] 강의세부내용:	<ul style="list-style-type: none"> • 교재참조 개인지도 팀별 Mission • 주교재 pp. 211-266 • 부교재 pp. 292-330 • 빔프로젝트 강의교안
	2	- 성공적인 신제품 개발 전략 - 신제품 개발과정 - 제품수명 관리	
	3	4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	
제 10 주	1	1] 강의주제: 가격관리 2] 강의목표: 가격을 통한 마케팅 전략 수립에 대한 이해 3] 강의세부내용:	<ul style="list-style-type: none"> • 교재참조 개인지도 팀별 Mission • 주교재 pp. 267-296 • 부교재 pp. 337-372 • 빔프로젝트 강의교안 • [과제2] 기업의 마케팅 사례 분석 및 대안전략 수립
	2	- 가격의 정의 - 기본적인 가격의사결정 모델 - 상황별 가격의사결정 모델	
	3	4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	
제 11 주	1	1] 강의주제: 유통경로 및 도소매업 2] 강의목표: 유통경로 및 도소매업에 대한 이해 3] 강의세부내용:	<ul style="list-style-type: none"> • 교재참조 개인지도 팀별 Mission • 주교재 pp. 297-366 • 부교재 pp. 381-416 • 빔프로젝트 강의교안
	2	- 소매업체 경영 - 소매업 트렌드 - 유통산업과 유통업태별 전망 - 인터넷 유통전략 - 녹색유통전략	
	3	4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	
제 12 주	1	1] 강의주제: 유통경로 관리 2] 강의목표: 유통경로를 통한 마케팅 전략 수립 이해 3] 강의세부내용:	<ul style="list-style-type: none"> • 교재참조 개인지도 팀별 Mission • 주교재 pp. 367-392 • 부교재 pp. 381-416 • 빔프로젝트 강의교안
	2	- 유통경로의 의의와 기능 - 유통경로 설계 - 유통경로의 계열화 - 유통경로의 갈등관리 - 유통경로 운용	
	3	- 유통경로 성과평가 및 피드백 4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	
제 13 주	1	1] 강의주제: 마케팅커뮤니케이션 과정과 IMC 2] 강의목표: 마케팅 커뮤니케이션 전략 수립에 대한 이해	<ul style="list-style-type: none"> • 교재참조 개인지도 팀별 Mission • 주교재 pp. 393-436

	2	3] 강의세부내용: - 마케팅 커뮤니케이션의 정의 및 유형 - IMC의 이해 - IMC의 실행과정	<ul style="list-style-type: none"> • 부교재 pp. 424-452 • 빙프로젝트 강의교안
	3	4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	
제 14 주	1	1] 강의주제: 광고/PR/판매촉진 인적판매 2] 강의목표: 프로모션 전략 수립에 대한 이해 3] 강의세부내용:	<ul style="list-style-type: none"> • 교재참조 개인지도 팀별 Mission • 주교재 pp. 437-494 • 부교재 pp. 424-452 • 빙프로젝트 강의교안
	2	- 광고의 개념과 기능 - 광고매체의 결정 및 성과측정 - PR의 개념과 기능 및 유형 - 판매촉진의 개념과 기능 및 유형 - 인적판매의 개념과 기능 및 유형	
	3	4] 수업방법: 강의 및 질의/응답	
제 15 주	1	기 말 고 사	
	2		
	3		

5. 성적평가 방법

중간고사	기말고사	과제물	출결	기타	합계	비고
30%	30%	10%	20%	10%	100%	

6. 수업 방법(강의, 토론, 실습 등)

매주 수업 진행에 필요한 기본적인 자료와 강의내용을 학사정보시스템 과목별 자료실에 공지하고, 강의 교안을 파워포인트로 제작하여 미리 예습한다.
해당 주차의 학습내용에 해당하는 주제에 대한 삼성경제연구원 및 LG경제연구원의 마케팅 보고서를 자료실에 공지하고 이에 대해 유사한 사례를 미리 토론할 수 있도록 준비한다.

7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항

해당 학기 내에 수행하는 마케팅 기획서 공모전을 소개하고 수업 내용을 토대로 공모전을 수행할 수 있다는 자신감을 고취시켜 학생들의 수업 참여도를 진작시킨다.

8. 문제해결 방법(실험·실습 등의 학습과정의 경우에 작성)