

수업계획서

2021학년도 2학기 나사렛대학교 학점은행제

1. 강의개요					
학습과목명	마케팅원론	학점	3	주당시간	3
강의시간	월 18:40 ~ 21:30	강 의 실	제2창학관	수강대상	경영학
강좌기간	2021.09.01~2021.12.08		202,203,602,603,605		
교·강사명		교·강사 전화번호		E-mail	
2. 교과목 학습목표					
마케팅 기본개념과 방법들을 이해하고 각 부문별 내용을 전략적 측면에서 통합하여 실제 현장에서 활용할 수 있는 지식과 능력을 갖춘다					
3. 교재 및 참고문헌					
-주교재: 마케팅원론 3판/ 오세조외 4인/ 박영사/ 2017					
-부교재: 안광호외2인/ 마케팅원론6판/ 학현사/ 2014					
4. 주차별 강의(실습·실기·실형) 내용					
주별	차시	수업(강의·실형·실습 등) 내용		과제 및 기타 참고사항	
제 1 주	1	강의주제: 강의 오리엔테이션 및 마케팅의 개요 강의목표: 마케팅의 개념과 전반적 이해 강의세부내용		-교재 1장.	
	2	1차시: 강의 및 평가 오리엔테이션 2차시: 마케팅의 개념, 마케팅 관리철학의 변천 3차시: 마케팅의 기능, 적용범위, 마케팅 관리과정 수업방법: 강의, 토론, 질의응답			
	3				
제 2 주	1	강의주제: 전략적 시장계획 강의목표: 시장계획의 수립과정 이해 강의세부내용		-교재 2장 -마케팅전략 성공사례	
	2	1차시: 기업사명과 사업영역, 기업목표 설정 2차시: 사업포트폴리오평가, 사업단위별 전략 3차시: 제품수준에서의 마케팅계획 수업방법: 강의, 토론, 질의응답, 팀발표			
	3				
제 3 주	1	강의주제: 마케팅 환경분석 마케팅정보시스템 강의목표: 마케팅환경의 의미와 정보관리 이해 강의세부내용		-교재 2장	
	2	1차시: 내적 환경의 의미, 내적 환경요소 분석 2차시: 외적 환경 요인, 거시와 미시환경 요인 3차시: 마케팅정보시스템과 마케팅 조사 수업방법: 강의, 토론, 질의응답			
	3				
제 4 주	1	강의주제: 소비자 및 산업재 구매행동 강의목표: 소비자의 구매의사결정과정 이해		-교재 3,4장 -과제: 소비자불평처리 방법	

	2	강의세부내용 1차시: 구매의사결정과정, 관여도와 의사결정 2차시: 구매 후 행동의 중요성, 관계마케팅 3차시: 구매의사결정에 영향요인, B2B의 구매행동 수업방법: 강의, 토론, 질의응답	(A4 10매 이내, 9주차 강의 시간 제출)
	3		
제 5 주	1	강의주제: 시장세분화, 표적화, 포지셔닝 (STP) 강의목표: STP의 의미와 내용이해 강의세부내용	-교재 5장 -팀발표:STP성공사례
	2	1차시: 시장세분화 의미, 세분화단계, 세분화기준 2차시: 표적시장 선택과정, 표적마케팅 전략 유형 3차시: 포지셔닝의 의미, 포지셔닝 전략수립 과정 수업방법: 강의, 토론, 질의응답, 팀발표	
	3		
제 6 주	1	강의주제: 제품 및 신제품관리 강의목표: 제품의 의미와 관련의사결정 이해 강의세부내용	-교재 7장, -서비스품질 측정방법 자료 -팀발표:신제품 성공/실패 사례
	2	1차시: 제품의 개념, 제품구성요소 관리, 제품분류 2차시: 제품믹스 관리, 서비스 특성과 품질관리 3차시: 신제품개념과 개발과정, PLC단계특성과 전략 수업방법: 강의, 토론, 질의응답, 팀발표	
	3		
제 7 주	1	강의주제: 브랜드 자산관리 강의목표: 브랜드자산의 전략적 관리 이해 강의세부내용	-교재 7장 -브랜드 자산가치 평가자료 -과제: 브랜드 개성의 의미와 실제광고에서 브랜드 개성분석(A410매 이내 14주차 강의시간 제출)
	2	1차시: 브랜드의 개념, 브랜드자산의 의미와 중요성 2차시: 브랜드인지도 관리, 브랜드연상, 브랜드개성 3차시: 브랜드확장 전략, 브랜드자산 가치평가 수업방법: 강의, 토론, 질의응답	
	3		
제 8 주	1		
	2	중간고사	
	3		
제 9 주	1	강의주제: 촉진전략 강의목표: 마케팅커뮤니케이션의 전략적 이해 강의세부내용	-교재 8장 -IMC성공사례
	2	1차시: 표적청중파악, 목표반응결정, 메시지설계 2차시: 커뮤니케이션 효과측정, 촉진예산 결정 3차시: 촉진믹스 수단개요, 믹스영향요인, IMC전략	

	3	수업방법: 강의, 토론, 질의응답	
제 10 주	1	강의주제: 촉진수단의 유형과 역할 강의목표: 촉진수단 유형과 역할 이해 강의세부내용	-교재 9장 -판매촉진 효과측정 자료
	2	1차시: 광고의 개념과 역할, PR의 의미와 역할 2차시: 판매촉진의 성격과 방법, 판매촉진 효과측정 3차시: 인적판매의 중요성과 역할, 촉진믹스전략	
	3	수업방법: 강의, 토론, 질의응답	
제 11 주	1	강의주제: 유통경로 관리 강의목표: 유통경로 설계와 물적유통 이해 강의세부내용	-교재 10장 -공급체인관리 자료
	2	1차시: 유통경로 개념과 필요성, 유통경로의 구조 2차시: 유통경로 설계과정, 경로갈등 관리 3차시: 물적유통의 개념, 목표, 물적유통 관리	
	3	수업방법: 강의, 토론, 질의응답	
제 12 주	1	강의주제: 유통경로 관리 강의목표: 도매상 및 소매상의 전략적 역할 이해 강의세부내용	-교재 10장 -팀발표: 유통경로의 변천과정
	2	1차시: 소매상의 정의와 기능, 소매상의 유형 2차시: 도매상의 정의와 기능, 도매상의 유형 3차시: 소매상과 도매상의 전략적 관리	
	3	수업방법: 강의, 토론, 질의응답, 팀발표	
제 13 주	1	강의주제: 가격결정과 관리 강의목표: 가격관리전략 이해 강의세부내용	-교재 11장 -가격전략 사례
	2	1차시: 가격결정 영향요인, 가격결정 목표 2차시: 가격결정의 기본적 접근방향, 가격결정방법 3차시: 가격전략의 실행, 마케팅전략과의 연관성	
	3	수업방법: 강의, 토론, 질의응답	
제 14 주	1	강의주제: 마케팅믹스 통합과 마케팅전략 강의목표: 마케팅믹스요소의 전략적 응용이해 강의세부내용	-교재 12,13장
	2	1차시: 제품 유통 촉진의 통합, 사례분석 2차시: 다른 믹스요소와의 통합, 새로운 믹스필요성 3차시: 시장지위에 따른 마케팅전략 유형과 수립	
	3	수업방법: 강의, 토론, 질의응답	
제 15 주	1	기말고사	

	2						
	3						
5. 성적평가 방법							
중간고사	기말고사	과제물	출결	기타	합계	비고	
30%	30%	15%	15%	10%	100 %		
6. 수업 진행 방법							
-이론수업							
7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항							
8. 문제해결 방법(실험·실습 등의 학습과정의 경우에 작성)							
9. 강의유형							
이론중심(0), 토론, 세미나 중심(), 실기 중심(), 이론 및 토론,세미나 병행(), 이론 및 실험,실습 병행(), 이론 및 실기 병행()							