

## 마케팅관리

교과목	학수구분(학점/시간)	전필(3/3)	수강번호	1085
	주수강대상 학부/전공/학년	경영학부/경영학전공 2학년	개설년도/학기	2016년도 1학기
	강의시간 및 강의실	월E(종합102) 수E(종합102)(종합102)	영어등급	
교육과정 참고사항	선수과목			
	관련 기초과목			
	동시수강 추천과목			
	관련 고급과목			
담당교수	성명(직위/소속)	조재운 (부교수/경영대학 경영학과)		
	연구실	다512	구내전화	e-mail
	상당시간	T, Th 3-5	홈페이지	
담당조교	성명(직위/소속)			
	연구실		구내전화	e-mail

### 1. 교과목 개요

This course is designed to introduce Marketing Management, which is one of the four major functional areas in business. The main objectives of the course is to enable students to enhance strategic mind and to provide foundations for advanced marketing courses such as marketing research, consumer behavior, new product management, channel management, and advertising management. Main topics addressed in this course are marketing concept, process of marketing strategy planning, consumer analysis, situational analysis, market segmentation, targeting strategy, positioning strategy, and introduction to four functional areas including product management, channel management, promotion management, and pricing management.

### 2. 수업 목표

1. 소비자 욕구의 이해
2. 마케팅 전략 수립의 이해
3. 마케팅 정보시스템
4. 마케팅 믹스 전략
5. 제품 전략
6. 유통전략
7. 마케팅 커뮤니케이션 전략
8. 가격전략

#### <경영학교육인증 교과목 학습성과>

K1	경영학의 기초 지식에 대한 이해와 기본적인 활용 능력 배양
O3	효과적인 의사전달 능력 배양
G2	국제적인 활동 및 성과 창출에 필요한 외국어 구사 능력 배양


### 3. 수업의 형태 및 진행방식

수업내용의 심도있는 학습을 위해 수업토론의 참여가 권장된다.

### 4. 수업운영방법

<input checked="" type="checkbox"/> 강의	<input checked="" type="checkbox"/> 토론, 토의	<input type="checkbox"/> 팀 프로젝트(발표, 사례연구 등)
<input type="checkbox"/> 실험, 실습(역할극 등)	<input type="checkbox"/> 설계, 제작	<input type="checkbox"/> 현장학습(현장실습)
<input type="checkbox"/> 기타		

### 5. 수업지원시스템 활용방법

<input type="checkbox"/> e-class	<input type="checkbox"/> 자동녹화시스템	<input type="checkbox"/> 웹과제
<input type="checkbox"/> 사이버강의	<input type="checkbox"/> 블렌디드 러닝(온라인+오프라인 강의병행)	
<input type="checkbox"/> 수업행동분석시스템	<input type="checkbox"/> 기타	

### 6. 활용교수법

<input type="checkbox"/> PBL(Problem Based Learning)	<input type="checkbox"/> CBL(Case Based Learning)
<input type="checkbox"/> TBL(Team Based Learning)	<input type="checkbox"/> UR(Undergraduate Research)
<input type="checkbox"/> 기타	

### 7. 수강에 필요한 기초지식 및 도구능력

--

### 8. 학습평가 방법

평가항목	횟수	평가비율	비고
출석			
중간고사	1	45%	
기말고사	1	45%	
퀴즈			
발표			
토론		10%	
과제			
기타			
주당 자기학습에 요구되는 시간			

### 9. 교재 및 참고자료

구분	교재 제목(웹사이트)	저자	출판사	출판년도
	강의 노트	조재운		

### 10. 수업내용의 체계 및 진도계획

--

< 진도 계획 >

주	강 의 주 제	언어	담당교수	수업방법	평가방법	준비사항
1	Introduction and Marketing concept	한	조재운			
2	Company and Marketing strategy	한	조재운			
3	Marketing in the digital age	한	조재운			
4	Marketing environment	한	조재운			
5	Marketing information	한	조재운			
6	Customer behavior	한	조재운			
7	Market segmentation	한	조재운			
8	Mid-term exam	한	조재운			
9	Targeting, positioning	한	조재운			
10	Product strategy	한	조재운			
11	New product development	한	조재운			
12	Channel strategy	한	조재운			
13	Retailing and wholesaling	한	조재운			
14	Promotion strategy	한	조재운			
15	Pricing strategy	한	조재운			
16	Final exam	한	조재운			

11. 기타 참고사항