

2020학년도 1학기

과목명 소비자행동

학수번호 049892-02

학점/시간 3/3

이수학년 2

수업시간/강의실

외국어강의

평가유형 절대평가

선수과목

강좌홈페이지

면담시간
(Office Hour)

<담당교수>

성명 이민규

전화

연구실

E-mail

홈페이지

키워드

대상계층 및 공적과제

대상#1 : 노인

- ☐ 건강
☐ 안전
☒ 균등한 기회
☐ 접근성
☐ 기타(직접입력)

대상#2 : 장애인

- ☐ 건강
☐ 안전
☐ 균등한 기회
☒ 접근성
☐ 교육
☐ 기타(직접입력)

대상#3 : 청소년

- ☐ 건강
☐ 안전
☐ 균등한 기회
☒ 교육
☐ 기타(직접입력)

대상#4 : 어린이/유아

- ☐ 건강
☐ 안전
☐ 접근성
☒ 교육
☐ 기타(직접입력)

대상#5 : 여성

- ☐ 건강
☐ 안전
☐ 균등한 기회
☒ 교육
☐ 기타(직접입력)

대상#6 : 관리자

- ☒ 의사결정
☐ 효율성
☐ 윤리
☐ 사회적 책임
☒ 성과역량
☐ 분석역량
☐ 기타(직접입력)

대상#7 : 대중/시민/고객

- ☐ 건강
☐ 안전
☐ 균등한 기회
☐ 환경
☐ 프라이버시
☒ 경제적 가치
☒ 경험적 가치
☐ 신뢰
☐ 기타(직접입력)

기술구분(6T)

☐ BT_바이오기술

☐ IT_정보기술

☐ ET_환경기술

☐ NT_나노기술

☐ ST_우주항공기술

☒ CT_문화기술

☐ 기타(직접입력)

경제사회목적별 구분

☐ 지구개발 및 탐사

☐ 환경

☐ 우주개발 및 탐사

☐ 교통, 전기통신 등 기반시설	☐ 에너지	☐ 건강
☐ 농업	☒ 문화, 휴양, 종교 및 매스미디어	☐ 교육
☐ 정치, 사회시스템, 구조 및 과정	☐ 국방	☐ 섬유, 의복 및 가족
☐ 목재, 종이 및 인쇄	☐ 화학물질 및 화학제품	☐ 의료용 물질 및 의약품
☐ 비금광석 및 금속제품	☐ 전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비	☐ 의료, 정밀, 광학기기 및 시계
☐ 전기장비 및 기계장비	☐ 자동차 및 운송장비	☒ 지식의 일반적 진보

1.교과목개요

급변하는 현시대, 광고/마케팅은 그 어느 때보다 소비자의 가치 창출을 최우선에 두고 있습니다. 이에, 효과적인 광고/마케팅 전략 수립을 위하여 소비자의 심리와 행동을 이해하는 것은 매우 중요합니다. 본 강의는 소비자를 이해하는 이론을 학습하고, 소비자 행동과 광고/마케팅의 연관성을 파악하며, 소비자 지향적 사고와 관점을 익히고자 합니다. 또한 외국인 강좌에 적합하도록 이해가 쉬운 이론 제시와 사례 설명 중점으로 운영됩니다.

2.수업목표

· 소비자행동과 구매결정과정에 대한 이론과 모델을 학습한다. · 소비자행동 이론의 적용 예시를 통해 내용을 이해한다. · 광고/마케팅 관련 사례를 통해 이론 활용 능력을 만든다.

3.국민핵심역량

인문역량	소통역량	글로벌역량	창의역량	전문역량
50 %	%	%	%	50 %

4.선수학습내용

5.수업방법

강의	토의/토론	실험/실습	현장학습	발표	창작	기타
☒	☒	☐	☐	☒	☐	

비고

* 개강 후 4주간 코로나 사태로 인해 온라인으로 진행됩니다.

6.평가방법

시험			수행과제			기타		기타
중간고사	기말고사	퀴즈	프로젝트	과제물	발표	출석	수업참여도	
0%	0%	%	40%	40%	%	10%	10%	%

비고

7.수행과제

과제유형	과제명	제출기한
과제물	소비자행동 이론 사례 연구	중간고사 리포트
프로젝트	소비자행동 활용 광고 캠페인 (학기 전체 온라인 강의 시 과제로 변경)	기말고사 발표

비고

8.교재

구분	도서명	저자	출판사	출판년도	ISBN
주교재	소비자행동	박세범, 박종호	북넷	2009	978899374016
부교재	소비자행동 이해와 적용	황병일 외	대경	2012	9788958582939
참고도서	설득커뮤니케이션	김영석	나남	2019	9788930040082
참고도서	더브레인	데이비드 이글먼	해나무	2017	9788956057293
참고도서	진화심리학	데이비드 버스	웅진지식하우스	2012	9788901147093

비고

9.수업규정 또는 안내사항

수업은 강의 중점의 1파트와, 참여 중점의 2파트로 진행됩니다. 1파트는 해당 주제에 대한 강의와 사례를 통해 이해를 돕습니다. 2파트는 이론을 토대로 학생들의 소비자행동 사례 발견으로 내용을 체득합니다. 수강생들에게는 수업 참여 태도 역시 수업 평가에 중요하게 반영됩니다.

주차별 수업계획

1주차	03/17	수업 내용	수업 소개 · 과목 개요 및 수업 진행 방법	비고
2주차	03/24	수업 내용	소비자행동 개요 · 소비자행동 개념과 배경, 소비자 행동 과정	비고
3주차	03/31	수업 내용	소비자행동의 내적 요인 1 · 동기와 관여도	비고
4주차	04/07	수업 내용	소비자행동의 내적 요인 2 · 개성, 라이프스타일	비고
5주차	04/14	수업 내용	소비자행동의 외적 요인 1 · 문화, 사회계층	비고
6주차	04/21	수업 내용	소비자행동의 외적 요인 2 · 준거 집단, 가족	비고
7주차	04/28	수업 내용	소비자 인지: 정보 처리 과정 1 · 노출, 주의	비고
8주차	05/05	수업 내용	중간고사 · 사례 분석 레포트	비고
9주차	05/12	수업 내용	소비자 인지: 정보 처리 과정 2 · 이해, 기억	비고
10주차	05/19	수업 내용	소비자 태도 1 · 태도의 개념, 특성, 기능	비고
11주차	05/26	수업 내용	소비자 태도 2 · 태도 형성과 변화 이론	비고
12주차	06/02	수업 내용	소비자 구매의사결정 과정 · 구매 전 행동, 구매, 구매 후 행동	비고
13주차	06/09	수업 내용	소비자행동 트렌드 · 디지털 트렌드 & 빅데이터	비고
14주차	06/16	수업 내용	소비자 행동의 마케팅 프로세스 적용 · 소비자 분석과 STP	비고
15주차	06/23	수업 내용	기말고사 · 팀별 발표	비고

수업관련 제반 안내사항

- 수업일수는 매학기 15주이상으로 하며 수업일수의 1/4 이상을 결석할 시는 당해 학기의 성적을 부여하지 않습니다.(학칙 제9조 및 학사규정 제63조 1항)
- 상대평가의 등급 분포비율
 - 상대평가 (이론시간이 있는 강좌 중 상대평가 대상인원이 10명 이상인 강좌) :
A등급(A+ · A0)은 30% 이내, A등급(A+ · A0)과 B등급(B+ · B0)의 합은 70%이내, C+이하 제한 없음
 - 상대평가II (이론시간이 있는 강좌 중 상대평가 대상인원이 10명 미만인 강좌, 이론시간이 없는 실험실습 및 실기강좌, 원어강좌) : A등급(A+ · A0)은 40% 이내, A등급(A+ · A0)과 B등급(B+ · B0)의 합은 90%이내, C+이하 제한 없음
 - 절대평가 : P/N 평가 교과목
- ※ 평가방법은 수강학생의 학적변동에 따라 변동될 수 있습니다.
- 재수강의 경우 취득할 수 있는 최고성적은 A0까지이며 “2015학번”부터는 B+로 제한됨
※ 재수강 후 성적이 재수강전 성적보다 낮아도 재수강 후 성적으로 반영됨
- 시험부정 행위, 기타 부정한 방법(예, 표절)으로 취득한 과목의 성적은 취소처리 됩니다.(학사규정 제65조)
- 실험/실습 교과목의 경우 수업 진행 전 안전교육이 실시됩니다.
- 장애학생지원센터 운영규정 제4조에 의거하여, 장애학생은 학기 시작 전후에 교과목 담당교수 또는 장애학생지원센터와의 면담을 통해 출석, 강의, 과제 및 시험에 관한 교수학습지원 사항을 요청할 수 있으며, 요청한 사항에 대해 지원을 받을 수 있습니다.
● 장애학생지원센터 : 종합복지관 411호, 02-910-5001,5002

[강의]

- 시각장애 : 대필 도우미, 녹음기, 점자 및 스캔도서 제작
- 지체장애 : 대필 도우미 및 수업보조 도우미, 지정좌석 배정
- 청각장애 : 대필 도우미, 강의 녹취 허용
- 지적장애/자폐성장애 : 대필 도우미 및 수업보조 도우미

[과제 및 시험]

- 시각장애/지체장애/청각장애 : 과제 제출 기한 연장, 과제 및 제출방식 조정, 시험시간 연장 등
- 지적장애/자폐성장애 : 개별화 과제 제출 및 대체 평가 실시 검토

- 실제 지원 내용은 강의 특성에 따라 달라질 수 있습니다.

7. 수업과제 제출 시 표절예방시스템(Copy Killer)검증 결과 제출 상용화

- 사용방법 : 도서관 홈페이지 오른쪽 상단[표절예방시스템]접속 후 로그인
(도서관 로그인 연계)

- 결과제출 : 보고서 도입부 언급 또는 검증결과 보고서 출력 후 첨부

8. 본 수업계획서는 추후 변경될 수 있습니다.