

※장애학생 등의 수강안내
신체적/기타의 어려움으로 강의실 이동,수강,과제 시험 등에 조정이 필요한 경우 언제든지 담당교수와 협의하여 주시기 바랍니다

수업계획서

학과 : 경영학부

2024학년도 2학기

교과목명	<국문> 소비자행동론				담당교수	황지현(223001)				
	<영문> Consumer Behavior				연락처					
교과코드	31614A				전자우편					
이수구분	제 1 기본				학점체계 (학점-이론-실습)	3-3-0				
수강대상	경영학부 2 학년				선수/후수과목	(선수) 마케팅의 이해 (후수) 없음				
수업방법	수업방식	대면	원격(사이버)	원격(실시간)	블렌디드러닝	플립드러닝	ActiveLearning			
		○								
	강의평가유형	이론								
		사용기자재	판서	OHP	슬라이드	차트	비디오	오디오	컴퓨터	프로젝트

1. 교과목 개요

소비를 하는 우리들의 모습은 다양각색입니다. 소비 이전, 소비 이후, 소비 시, 어느 순간도 빠짐없이 우리가 왜 이런 행동과 생각을 하게 되었는지에 대해 '집중' 탐색하기 위한 과목으로 구성되었습니다. 다양한 소비자 행동에 대해 날카롭게 파악하고, 분석하여 더 양질의 마케팅을 할 수 있도록 성장해봅시다. 마케팅 전공에서의 두 번째 도전 과목, 또 한 번 힘차게 진행해봅시다!

2. 수강에 필요한 예비지식

-성실히 수업 활동에 참여하겠다는 열정과 자신감
-요즘 사람들은 뭘 먹고, 입고, 사는지에 대한 "관심" 두 스펀
-모든 심리를 읽는 날카로운 시선

3. 학생이 달성해야 할 학습목표

-나는 소비자 행동론에서 배우는 이론, 지식들을 기반으로 트렌드 읽기에 활용할 수 있으며, 관련하여 친구들 앞에서 조리있게, 재밌게, 이야기할 수 있다.

4.수업 역량			
핵심역량	정의	역량지정	역량지수 (총합 100%)
자기관리역량	생애목표 도달을 위한 계획 수립 및 자기주도적 학습으로 목표에 도달하는 능력	주역량	40
리더십역량	구성원의 의견을 수렴하고, 책임감·통솔력을 바탕으로 함께 업무수행을 수행하는 능력		0
글로벌역량	세계인과 소통·화합하는 능력과 다른문화를 경험·수용하려는 태도		0
자원활용역량	정보수집 및 분석, 인적·물적자원을 활용함으로써 수행성과를 높이는 능력	보조역량	10
창의적 문제해결력 역량	도전적 태도로 문제를 인식·분석하여 다양한 해결책을 찾아내는 능력	보조역량	10
의사소통역량과 공감 역량	상대방을 존중하고, 주제를 정확히 대화하거나 문서로 작성하는 능력	주역량	40

5. 평가 항목 및 방법			
평가항목 (기준)	반영 비율 (%)	만점	평가방법 및 주요 내용
출석 (15% 이상)	20	20	1 회 결석 시 1 점 감점, 10 회 이상 결석 출미 F
수시 1 차	0	0	
중간고사	40	100	전반기 학습 내용에 대한 평가
수시 2 차	0	0	
수시추가	0	0	
기말고사	40	100	후반기 학습 내용에 대한 평가
레포트 등	0	0	
태도	0	0	
발표	0	0	
기타 1	0	5	
기타 2	0	0	
기타 3	0	0	
기타사항			

6. 주별 강의계획(1)

주차	교육주제	단위수업 목표	단위수업 내용	비고
1	소비자 행동 이해를 위한 기초	소비자, 마케팅에 대한 이해	-소비자, 마케팅 기초 -소비자 행동과 빅데이터 활용	
2	소비자 행동 이해	-소비자 행동에 대한 이해 -소비자 의사결정 및 영향요인에 대한 이해	-소비자 유형 -소비자 행동 -관여도	
3	(심리적 요인) 동기, 개성과 자아	-소비자 동기, 개성, 자아에 대한 이해	-소비자 동기, 개성, 자아와 관련된 이론 및 요인	
4	(심리적 요인) 지각	-소비자 지각을 통한 정보처리에 대한 이해	-지각 -정보처리 과정 -정보처리와 설득	
5	(심리적 요인) 학습과 기억	-소비자 학습, 기억 구조에 대한 이해	-소비자 학습 요소 -관찰 학습 -정보 처리와 기억	
6	(심리적 요인) 태도와 태도 변화	-태도 및 관련 이론들에 대한 이해	-태도 정의와 구성요소 -태도 관련 이론	
7	사회적 요인	-집단과 사회계층, 라이프스타일과 가족에 대한 이해	-집단과 사회계층 -라이프스타일과 가족	
8	상황적 요인	상황적 영향과 관여도	-상황적 영향에 대한 이해 -관여도	

7. 주별 강의계획(2)

주차	교육주제	단위수업 목표	단위수업 내용	비고
9	(소비자 구매의사결정) 문제인식	-소비자 의사결정 과정과 문제 인식에 대한 이해	-소비자 의사결정과정 -소비자 문제인식	
10	(소비자 구매의사결정) 정보탐색	-소비자 의사결정 과정과 정보탐색에 대한 이해	-소비자 의사결정 과정 -소비자의 문제 인식	
11	(소비자 구매의사결정) 대안의 선택과 평가	-소비자 의사결정 과정과 대안의 선택, 평가에 대한 이해	-소비자 대안평가 -대안 평가 방법 및 요소	
12	(소비자 구매의사결정) 구매 행동과 구매 후 행동	-소비자 의사결정 과정과 구매행동에 대한 이해 - 소비자 의사결정 과정과 구매 후 행동에 대한 이해	-소비자 구매 행동 -조직 구매 -소비자 구매 후 행동 -소비자의 만족과 불만족 -구매 후 부조화	

8. 교재 및 참고문헌					
수업교재구분	저자	출판사	책명	출판년도	ISBN
교재	고민정	생능	소비자행동론	2017	
교재	Leon G. Schiffman, Joseph L. Wisenblit	시그마프레스	소비자행동론	2016	
교재	김훈	청람	마케팅과 삶의 이야기	2024	
9. 참여 교수별 담당시수(팀티칭 강좌에 한함)					
교수명			시수		
조회된 데이터가 없습니다.					