

강의계획서

교과목	국문	알기쉬운 마케팅																																	
	영문	Easy to understand marketing																																	
학년·분반			이수구분	교선		학점		2																											
담당교수	김 명 진		이론/실습	2/0		2시수																													
HP	미공개		E-mail	sunbi99@jbsc.ac.kr																															
개요 및 특징																																			
학습목표	<div><input type="checkbox"/> 마케팅의 개념과 유형, 시장세분화, 표적화, 포지셔닝, 주요사례에 대한 학습을 통해 마케팅을 이해할 수 있다.</div> <div><input type="checkbox"/> 4P등에 대한 실제적 교육 및 훈련을 통해 경영자로서 요구되는 의사결정 능력 고취와 분석기법을 학습한다.</div> <div><input type="checkbox"/> 마케팅 실제 사례를 통한 마케팅에 대한 이해도를 높인다</div>																																		
교수학습 방법	A	B	C	D	E	F	G	H	I																										
	○		○	○																															
	A. 이론강의 B. 실습 C. 발표 D. 토론 E. 팀티칭 F. 프로젝트중심학습 G. 문제중심학습 H. 캡스톤디자인 I. 플립러닝																																		
교육시설 (장소)	일반강의실		전용실습실		컴퓨터실습실		외부 교육시설		기타																										
									○(LMS)																										
교재	주교재	미정																																	
	부교재																																		
	참고 교재																																		
평가방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>									A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○										
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																						
			○																																
	A.포트폴리오 B.문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자설문 G. 평가자 체크리스트 H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타																																		
※ 세부내용은 평가계획서에 기술 됨																																			
	중간고사	40%	기말고사	40%	출석	20%	리포트																												

주차별 학습내용

주차	관련 하위능력	수업내용	비고
1	마케팅 개념	오리엔테이션 및 사전평가 마케팅 개념, 제품서비스의 발전과정 등	
2	마케팅 전략과 환경	전략계획 수립, BCG매트릭스, 성장전략 등	
3	기업의 사회적 책임과 구매행동	사회적 책임 성격과 개념, 소비자 구매행동 방식 등	
4	소비자 구매행동의 유형	상황적 요인과 소비자구매행동, 구매후 행동 등	
5	소비자 구매의사결정	구매의사결정 특성, 대안평가 등	
6	브랜드와 소비자행동	브랜드 개념, 브랜드와 소비자행동	
7	광고 및 마케팅 커뮤니케이션	마케팅 커뮤니케이션 개념, 통합적 마케팅커 뮤니케이션	
8	중간고사 판매촉진전략	1 ~ 8주에 해당되는 수행준거 평가 판매촉진의 유형, 판매촉진의 분류 등	
9	마케팅과 상표권	마케팅활동에 필요한 상표권 개념, 절차 등	
10	차별화 마케팅	블루오션 마케팅, 란체스터 마케팅, 벤치마킹 마케팅	
11	오감 마케팅	미각마케팅, 소리마케팅, 음악마케팅 등	
12	그룹 마케팅	실버마케팅, 엔젤마케팅, 키덜트 마케팅 등	
13	편 마케팅	댄스마케팅, 송마케팅, 스포테인먼트마케팅 등	
14	무조건 튀어라	게릴라마케팅, 노이즈마케팅, 신드롬마케팅 등	
15	유통경로 기말고사	유통경로의 개념과 필요성, 소매점, 도매점 등 9 ~ 15주에 해당되는 수행준거 평가	

평가계획서					
교과목명		알기쉬운 마케팅		담당교수	김명진
관련 직무명		대학공통		능력단위명 (능력단위코드)	직업기초능력
평가개요	구분		배점	평가 개요	
	진단평가		0	직업인에게 일반적으로 요구되는 의사소통능력에 대한 사전지식과 태도를 평가한다.	
	출석평가		20	1회 결석 : -1점 결석 7회 이상 : F 지각 3회 = 결석 1회	
	직무능력평가1		40	중간평가 마케팅 개념, 소비자의사결정 등 객관 및 서술형 시험으로 평가한다.	
	직무능력평가2		40	기말평가 다양한 마케팅 기법등을 객관 및 서술형 시험으로 평가한다.	
	과제평가		0	과제 및 발표평가 주차별 과제물을 평가한다.	
평가항목		평가내용 및 방법			
진단평가		1. 평가내용 : 마케팅 개념에 대한 사전지식과 태도 및 사후평가 2. 평가방법 : 자가진단 체크리스트(사전 & 사후)			
출석평가		1. 지각 : 지각 3회는 결석 1회 해당 2. 결석 : 1회당 -1점 - 8회 이상 결석 시 출석부족으로 F처리			
직무능력평가1		1. 평가내용 : 마케팅 개념, 소비자의사결정 등 객관 및 서술형 시험으로 평가 - 마케팅 개념, 소비자구매행동 유형, 구매의사결정 등 2. 평가방법 - 객관 및 서술형 평가 - 평가내용에 따라 우수, 보통, 미흡으로 평가			
직무능력평가2		1. 평가내용 : 다양한 마케팅 전략, 사례, 지식재산권 등 관련 내용을 객관 및 서술형 시험으로 평가 2. 평가방법 - 객관 및 서술형 평가 - 평가내용에 따라 우수, 보통, 미흡으로 평가			
향상/심화계획		평가 점수가 70점 미만인 성취수준 미달자는 향상교육을 실시한 후 재평가			