

수업계획서

소비자행동 (Consumer Behavior)

담당교수	성명	유창조	교과목	주수강대상	학과	경영학과
	직위	객원교수			전공	마케팅
	소속	경영대학원				

1. 교과목 개요

<교과목 개요>

- 소비자 행동은 소비자들의 제품이나 서비스에 대한 생각(cognition), 감정(affet), 행동(behavior)를 분석합니다. 이와 관련해 소비자행동에서 다루는 두 핵심 주제는 의사결정과정과 정보처리과정으로 본 강좌는 이 두 과정을 상세히 소개합니다.
- 소비자의 의사결정과정과 정보처리과정에 영향을 미치는 개인적 영향요인, 환경적 영향요인을 분석하고 이들 요인들이 마케팅 관리자에게 제공하는 시사점을 논의합니다.
- 그리고 이러한 학습내용과 관련된 마케팅 실전사례가 소개됩니다. 특히 강사가 기업현장에서 실제로 진행했던 사례들을 소개해 학생들에게 현장감을 제공하고자 합니다.
- 수강생들은 본 과목을 수강하기 위해 마케팅원론을 수강하여야 합니다.

<기대 효과>

- 본 강좌를 통해 수강생은 다음과 같은 능력을 배양할 수 있습니다.
- 수강생들은 소비자의 과정에서 소비자들의 생각, 느낌, 행동의사를 관찰하고 해석할 수 있는 능력을 배양할 수 있습니다.
 - 수강생들은 소비자들에 대한 이해를 바탕으로 소비자들 또는 시장에 대한 인사이트를 개발할 수 있습니다.
 - 마지막으로 고객 인사이트를 바탕으로 실전적인 마케팅전략을 개발할 수 있는 능력을 갖출 수 있습니다.

2. 수업운영방법 개요

본 과목의 주별 수업내용은 icebreaking, 교재를 중심으로 한 강의, 실전 사례로 구성됩니다.

- 1) 강사는 수강생들에게 창의적인 마케팅 전문가가 되기 위해 필요한 자질과 마음가짐을 제공하기 위해 매 주마다 icebreaking시간을 가져 마케터에게 필요한 좋은 글들을 소개합니다.
- 2) 주별로 강의일정에 따라 강의 주제에 대한 설명이 제공됩니다.
- 3) 강의주제와 관련이 있는 실전사례가 설명됩니다. 특히 강사가 실제로 진행한 바 있는 프로젝트를 통해 수강생들의 실무 적용 능력을 높이고자 합니다.

수업계획서

3. 학습평가방법

수강생의 학습성과는 다음과 같이 평가됩니다.

중간시험 35점
기말시험 35점
개인과제 10점
출석 20점
총점 100점

- * 중간시험과 기말시험은 8주차와 16주차에 진행됩니다. 출제 유형은 다지선다형, OX형, 단답형으로 구성됩니다. 시험진행은 open book 형식으로 수강생은 교수가 제공한 강의자료를 참고할 수 있습니다.
- * 개인과제의 내용과 작성방법은 2주차 icebreaking 시간에 소개되고 제출 기한 중강까지입니다.
- * 출석점수는 개강시 모든 학생에게 20점이 부여되고 주별 강의에 결석시마다 2점이 감점(출석기준은 수업시간의 70% 이상 수강)됩니다. 5주 이상 결석시 Fail 처리됩니다.
- * 최종 성적은 아주대학교 경영대학원 가이드라인에 따라 부여됩니다.

4. 교재 및 참고자료

구 분	교재 제목(웹사이트)	저 자	출판사	출판년도
주교재	주교재: 소비자행동(7판)	이학식, 안광호, 하영원	집현재	2021
부교재	강사가 제공하는 강의자료			

5. 수업 진도 계획

주별	교 수 내 용	수업형태	비 고
1	Ice Breaking 1: 행번의 조연, 과목소개(Orientation), 마케팅 개념에 대한 이해, 경영전략과 마케팅전략	강의 및 토론	
2	Ice Breaking 2: 나의 비전 세우기, 마케팅 전략의 틀(STP), 실전 사례 1: 자동차 시장의 시장세분화, 소비자행동 접근방식의 발전과정(1장)	강의 및 토론	개인과제 설명
3	Ice Breaking 3: 성공하는 사람들의 10가지 습관, 소비자행동의 개관과 관여도(2장), 소비자의사결정과정 1-문제의 인식, 정보의 탐색(3장), 실전사례 2: 화장품 의사결정의 특징	강의 및 토론	
4	Ice Breaking 4: 90-10 principle, 소비자의사결정과정 2-구매 전 대안 평가(4장), 실전사례 3: 소비자의 차종 및 상표선택, 소비자의사결정과정 3-구매, 구매 후 행동(5장)	강의 및 토론	
5	Ice Breaking 5: 오바마 Speech, 소비자정보처리와 기억 1-노출, 주의, 이해(6장), 보충 자료 1: 암묵적 기억성과 명시적 기억성과, 소비자정보처리와 기억 2-기억(7장), 실전사례 4: 뉴트리라이프 캠페인	강의 및 토론	중간시험 sample 제공
6	Ice Breaking 6: Grit by Duckworth, 태도 1: 개념과 태도-행동 관계(8장), 태도 2: 태도의 형성과 변화 2(9장), 실전사례 5: 저관여 제품의 마케팅전략	강의 및 토론	
7	Ice Breaking 7: Rick Rigsby 전문대학연설, 개인적 영향요인1: 학습(10장), 개인적 영향요인2: 개성, 가치, 라이프스타일(11장)	강의 및 토론	
8	중간시험	시험	open book

수업계획서

5. 수업진도 계획

주별	교수내용	수업형태	비고
9	Ice Breaking 8: Seven Sins, 환경적 영향요인 1: 문화와 사회계층(12장), 보충 자료 2: 길거리 응원의 소비문화, 환경적 영향요인 2: 준거집단과 가족(13장)	강의 및 토론	
10	Ice Breaking 9: 조앤롤링 하바드대 연설, 에스노그래피 원리와 활용방안, 보충 자료 3: 에스노그래피 원리, 실전사례 6: 에스노그래피를 이용한 사례 모음	강의 및 토론	
11	Ice Breaking 10: Steve Jobs 스탠포드대 연설, 체험마케팅, 경험기반의 가치경영, 실전 사례 7: 핸드폰의 가치	강의 및 토론	
12	Ice Breaking 11: Inner Beauty 캠페인, 소비자행동과 가격전략, 고객기반의 성장전략(실패와 성공사례), 실전사례 8: 발아현미 사례	강의 및 토론	
13	Ice Breaking 12: 법정 스님의 무소유철학 비교, 소비자행동과 브랜드관리, 실전사례 9: 트리오 50주년 이벤트	강의 및 토론	
14	Ice Breaking 13: 조용필의 직업정신, 소비자행동과 마케팅커뮤니케이션:커뮤니케이션 개념과 IMC, 창의적인 아이디어가 개발되는 과정	강의 및 토론	
15	Ice Breaking 14: 싸이와 BTS의 차이, 4차 산업혁명의 특징과 미래 경영, 미래 경영의 핵심 1: 협력, 미래 경영의 핵심 2: 참여, 기업의 사회적 책임 진화과정, 실전사례 10 : 소비자를 초대하는 블랙야크의 친환경활동	강의 및 토론	
16	기말시험	시험	개인과제 제출

6. 기타 참고사항

2023-2학기 온라인과목의 중간 및 기말시험 기간

중간고사: 2023년 10월 15일 일요일

- 시간: 9:00 ~ 9:50

- 응시시간: 50분

기말고사: 2023년 12월 10일 일요일

- 시간: 9:00 ~ 9:50

- 응시시간: 50분

시험관련 유의 사항:

개인 사정으로 인해 시험일정을 변경하는 것은 불가능 하며, 온라인으로 진행되는 경우 사전에 준비하여서, 반드시 정해진 일정에 시험을 진행하여야 합니다.

만약 정해진 시간에 시험에 응시하지 못할 경우 결시 처리되오니, 유의 하시기 바랍니다.

단, 해당 일정에 해외출장, 상해 등으로 응시가 불가능 할 경우, 사전에 증빙서류를 제출 하고 심사를 통해 그 사유가 타당하다고 인정될 경우, 대체 평가(기간 외 별도 응시 또는 과제 등 대체평가 신청 심사 후 과목별로 확정)가 진행될 수 있습니다.

수업계획서

대체평가 신청기간은 추후 경영대학원 홈페이지 공지사항을 통해 공지될 예정입니다.