

# 수업계획서

## 마케팅관리 ( Marketing Management )

담당교수	성명	이병덕	교과목	주수강대상	학과	경영학과
	직위	교수			전공	
	소속	경영학과				

### 1. 교과목 개요

본 강의는 마케팅 전공자만을 위한 강의가 아니라, 경영학 전체를 큰 시각에서 이해하고자 하는 학생들을 위한 강의입니다. 따라서 마케팅의 다양한 기법이나 전문용어, 또는 자세한 전문지식을 전달하기 보다는, 수강생들에게 교재와 실제 사례를 통해 마케팅이란 무엇이며, 마케팅이 우리 사회와 조직에 어떠한 역할을 하고 어떠한 가치를 창조하는지, 그리고 수강생 본인들의 career 발전에 어떠한 의미가 있고, 경영학의 다른 분야들과 어떻게 유기적으로 연결되어 있는지를 전체적으로 이해할 수 있는 능력을 기르는 데 그 기본 목적이 있습니다. 또한 그러한 이해를 바탕으로 마케팅을 현실문제 해결에 적용할 수 있는 능력을 기르는 데도 그 목적이 있습니다. 따라서 수강생들은 본 강의를 통해 마케팅의 기본적인 용어들과, 중요한 주요 개념들, 그리고 일반적인 원리에 대하여 배우게 되고, 이를 바탕으로 수강생들은 어떻게 마케팅 이론과 개념, 그리고 전략들이 목표고객들과 마케팅조직에 영향을 주는 지를 이해하게 됩니다.

### 2. 수업운영방법 개요

본 강의는 기본적으로 오프라인에서 진행되는 마케팅 입문과목입니다. 따라서 정해진 수업시간에 정해진 강의실에서 대면수업으로 진행될 예정입니다. 그러나 아직도 코로나 바이러스의 감염 가능성이 여전히 상존하는 상황에서 반드시 강의실에서는 사회적 거리두기와 마스크 착용을 부탁드립니다. 그러나 향후 코로나 바이러스의 확산으로 상황이 악화하여 강의실 내 대면수업이 어려운 경우에는 경영대학원의 결정에 따라 비대면수업으로 변경될 수 있음을 알려드립니다.

본 강의는 가능한 토론식 수업으로 진행되며, 강의와 토론, 그리고 시험으로 이루어져 있습니다. 학생들은 매 강의 전에 해당 주제에 관련된 reading을 필히 읽고, 또한 학기 내에 요구되는 관련된 assignment들을 수행함으로써 강의에서 활발한 토론이 이루어질 수 있도록 항상 준비하고 수업에 참여해야 합니다.

### 3. 학습평가방법

시험: 학생들은 지정된 기간에 중간시험 그리고 기말시험을 보게 됩니다. 모든 시험은 수업 중에 토의되었던 내용뿐 아니라, 교재에 설명된 것에 관하여 학생들이 충분한 이해를 하였는가는 test 하게 됩니다. 모든 시험은 "closed book" 입니다. 어떠한 이유로도 추가시험은 절대 허락되지 않습니다. 단지 예외는 직장에서 출장이나 예비군 동원, 가정의 큰 경조사, 그리고 심각한 건강 상에 문제가 있는 경우 뿐입니다. 이러한 경우에는 관련서류를 반드시 제출하여야 하며, 관련서류 없이는 어떠한 추가시험도 허락되지 않습니다. 추가시험이 허락된 경우에는 원래 예정된 시험 이후 1주내에 시험을 보셔야 합니다. 중간시험과 기말시험은 최종 성적등급 결정에 각각 45%씩 영향을 주게 됩니다.

수업참여: 수업 중 토론이나 여타 강의관련 활동에 적극적으로 참여하는 것은 본인의 학습 뿐 아니라 강의실 내 모든 다른 학생들의 학습을 위해서도 매우 중요합니다. 강의참여라 함은 단순히 다른 수강생들과의 강의실 내 토론뿐 아니라, 토론에 참가하기 위한 강의 전 모든 준비 활동도 포함합니다. 학생들은 모든 강의에 빠짐없이 출석해서 활발한 토의에 참가해야 하며, 주어진 reading assignments를 성실히 수행하고, 그 내용을 충분히 숙지하여 정리하고 오셔야 합니다. 결석은 전적으로 학생 본인에게 책임이 있으며, 예외는 위에서 말씀드렸던, 공무상 출장이나 큰 경조사, 예비군 훈련, 그리고 심각한 건강 상에 문제가 있는 경우 뿐입니다. 이러한 경우에는 사전에 관련서류를 제게 제출하셔야 하며, 제 허락이 있는 경우에만 결석이 허락됩니다. 또한 본부의 규정에 따라, 전체 수강일의 1/4에 해당하는 수업을 결석하는 경우는 그 어떠한 경우에도 F-학점이 부여됨을 알려드립니다. 수업참여 성적은 최종 성적등급 결정에 10% 영향을 주게 됩니다.

# 수업계획서

최종평가: 중간과 기말시험, 그리고 수업참여 성적 이외에 추가적인 credit assignment는 없습니다. 학기말 성적평가는 중간시험 45%, 기말시험 45%, 그리고 수업참여 성적 10%를 가중치로 계산된 가중평균을 이용하여 경영대학원에서 정한 아래의 비율로 상대평가가 이루어집니다.

Grade	누적 percentage
A0 and A+:	최대 50% 까지
B0 and B+:	최대 90% 까지
C+ or lower:	100%

## 4. 교재 및 참고자료

구분	교재 제목(웹사이트)	저자	출판사	출판년도
주교재	Principles of Marketing, 17th ed.	Kotler, P. and G. Armstrong	Prentice Hall.	2018

## 5. 수업진도계획

주별	교수내용	수업형태	비고
1	Introduction and Organization	Lecture	
2	Marketing Concepts	Lecture	
3	Strategic Marketing Process	Lecture	
4	Marketing Environments	Lecture	
5	Consumer Decision Making	Lecture	
6	Consumer Decision Making	Lecture	
7	Market Segmentation, Targeting, and Positioning	Lecture	
8	Midterm Exam	Exam	
9	Product Concepts	Lecture	
10	Branding & Packaging	Lecture	
11	Managing Products and New Product Development	Lecture	
12	Concepts in Marketing Channels	Lecture	
13	Retailing	Lecture	
14	Concepts in Marketing Communication	Lecture	
15	Advertising and Sales Promotions	Lecture	
16	Final Exam	Exam	

# 수업계획서

## 6. 기타 참고사항

--