강의계획서

2026학년도 겨울계절학기

교과목명	실무마케팅의이해			학수번호	EB945-A	소속학과	경영학
수강대상	2,3,4학년	이수구분	전공선택	수업교시		담당교수	유현미
학점/시간/성적	3학점(이론:3, 실험및실습:0, 설계:0) / 3시간 / P					수업방식	

인재상	소통하는 지성인	도전하는 창의인	실천하는 평화인

핵심역량	인문	소통	지식정보	창의융합	글로벌	리더십
	%	%	%	%	%	%

핵심역량(전공능력)과 교과목 간 연계성	마케팅 이론 및 사에 대한 이해를 통해 실제 업무에 적용할 수 있는 능력을 함양한다
수업개요	기업의 시장지향적 활동을 이해하기 위한 교과목으로, 소비자 행동, 시장조사, 제품·가격·유통·촉진 전략 등 마케팅의 핵심 개념과 이론을 학습한다. 또한, 디지털 환경 변화에 따른 마케팅 트렌드를 반영하여 실제 사례 분석을 통해 마케팅 전략 수립 능력을 기르고, 실무 적용 가능성을 높이는 데 목적이 있다.
수업목표 및 내용	
수업운영방식 및 평가지침	
평가방식	출석 10% 결석 -1/ 지각 -0.5 중간평가 35% 중간 실습 기말평가 35% 기말 실습 과제 20% 과제
수강권장요건	마케팅에 대한 흥미와 관심이 있는 자
함께 들으면 좋은수업	
과제1	
과제2	
과제3	
과제4	
과제5	

수업 참고도서 (교재포함)	서명	저자	출판사	출판연도	ISBN
	마케팅 원리				

수업진행계획 (주차별 혹은 시간별)

주차	학습목표	교재명 및 학습목표 / 과제 및 평가 마감 정보
01	- 기업 경영철학으로서의 마케팅(마케팅 컨셉)에 대해 이해할 수 있다	제 1장 기업경영철학으로서의 마케팅: 마케팅 컨셉
02	- 마케팅 관리의 활동들에 대해 설명할 수 있다.	제2장 기업 활동으로서의 마케팅: 마케팅 관리
03	- 산업 구조분석 틀에 대해 설명할 수 있다	제3장 시장의 선택(I): 매력도 분석
04	- 경쟁의 정도를 파악할 수 있는 방법에 대해 설명할 수 있다.	제4장 시장의 선택(II): 경쟁우위 및 적합성 분석
05	- 소비자 구매행동에 대해 설명할 수 있다	제 5장: 고객의 이해
06	- 시장 세분화의 필요성과 방법에 대해 설명할 수 있다	제6장 시장 세분화와 표적시장 선택
07	- 마케팅 심리학을 통해 고객을 더 잘 이해한다	마케팅 Plus - <마케팅 심리학>
08	전반기에 배웠던 내용들을 완벽하게 숙지한다	중간 실습
09	- 나의 상품을 차별화 할 수 있는 방법에 대해 설명할 수 있다.	제 7장 마케팅 믹스- Product

주차	학습목표	교재명 및 학습목표 / 과제 및 평가 마감 정보
10	- 가격 책정 방법에 대해 설명할 수 있다	제 8장 마케팅 믹스- price
11	- 촉진믹스의 활용에 대해 설명할 수 있다.	제 9장 마케팅 믹스- promotion1
12	- 촉진믹스의 활용에 대해 설명할 수 있다.	제 10장 마케팅 믹스- promotion2
13	- 유통구조에 대해 전반적 내용을 설명할 수 있다.	제 11장 마케팅 믹스- Place
14	- 생활 속의 마케팅 지식을 업무에 적용할 수 있다	마케팅 Plus - <생활 속의 마케팅 지식>
15	하반기에 배웠던 내용들을 종합하여 설명할 수 있다	기말 실

연구실	8415/031-379-0573	E-MAIL	goodtogreat@hs.ac.kr	휴대폰	-

* 장애학생의 경우 장애학생지원센터와 강의, 과제 및 시험에 관한 사전협의가 가능합니다. (경삼관 1층, 031-379-0044)
* 시험시간 연장이 가능하며, 장애유형에 따라 대필도우미 배치나 컴퓨터를 활용하여 시험에 응할 수 있습니다.
※ 실제 지원 내용은 장애 정도 및 강의 특성에 따라 달라질 수 있습니다.