

## 학습과정의 수업계획서

1. 강의개요						
학습과목명	관광마케팅	학점	3	교·강사명	최영환외5명	교·강사 전화번호
강의시간	3시간	강의실	1~11강의실	수강대상	관광 경영	E-mail
2. 교과목 학습목표						
<p>현대산업에서의 마케팅은 기본적으로 사람을 대상으로 사람의 역할을 강조하고 있으며, 고객의 필요와 욕구를 충족시키기 위한 마케팅활동이 점차 독립적이기 보다는 상호작용을 마케팅 믹스의 중요 부분으로 제시하고 있는 실정이다. 그러므로 관광산업의 고객지향적·시장지향적 기업경영을 향한 마케팅의 기본적인 이론을 습득하며, 다양화되고 다원화되는 고객의 욕구와 필요를 충족시키기 위하여 마케팅 계획·조사·실행·통제·평가라는 기본적인 틀을 학습하여 이해한다. 또한, 일반기업의 마케팅과는 차별화되는 관광산업의 특성이 반영된 마케팅활동을 파악하게 하고 상품적 특성에 따른 일반적인 마케팅과 관광마케팅의 비교를 통해 고객행동을 이해하며, 마케팅의 기회분석과 계획, 조사, 전략, 시장조사를 통한 고객 세분화와 표적시장 선정, 포지셔닝 전략(STP 전략) 및 관광마케팅의 8P 믹스 전략을 학습 하여 관광기업의 마케팅이론을 접목한 전략적 응용능력을 배양한다.</p>						
3. 교재 및 참고문헌						
주 교 재 : Hospitality&Travel Marketing 호텔관광마케팅 / A. M. Morrison 저/ 김홍범 역 / 한울출판사 / 2014						
부 교 재 : 호텔 외식 관광 마케팅 / 정규업 / 연경문화사 / 2015						
참고문헌 :						
4. 주차별 강의(실습·실기·실험) 내용						
주별	강의(실습·실기·실험) 내용					과제 및 기타 참고사항
제 1 주	<ul style="list-style-type: none"> <li>●강의주제: 마케팅의 정의</li> <li>●강의목표: 마케팅의 정의와 발전단계, 마케팅지향성과 핵심원칙 및 마케팅의 중요성을 이해할 수 있다.</li> <li>●강의세부내용:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-마케팅의 개념과 6가지원칙,</li> <li>-PRICE 마케팅,마케팅 지향성과 핵심원칙</li> </ul> </li> </ul>					교과목소개 및 과제·수시평가 소개 강의, 토론
제 2 주	<ul style="list-style-type: none"> <li>●강의주제: 현대 및 여행서비스 마케팅의 개념과 시스템</li> <li>●강의목표: 서비스 마케팅의 의미와 현대 및 여행서비스 마케팅의 개념을 이해하고 구체적인 특징과 마케팅 시스템을 설명할 수 있다.</li> <li>●강의세부내용:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-서비스 마케팅의 의미와 제품 마케팅과의 차이점</li> <li>-현대마케팅에서 요구되는 독특한 접근법과 현대 및 여행서비스의 시스템</li> </ul> </li> </ul>					강의 및 토론
제 3 주	<ul style="list-style-type: none"> <li>●강의주제: 고객행동</li> <li>●강의목표: 고객행동의 영향요인, 고객의 구매과정, 고객의사 결정과정에 대해 이해하고 설명할 수 있다.</li> <li>●강의세부내용:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-고객행동에 영향을 미치는 요인</li> <li>-소비자인식에 미치는 영향요인</li> <li>-고객의 의사결정과정 및 구매과정</li> </ul> </li> </ul>					강의 및 토론
제 4 주	<ul style="list-style-type: none"> <li>●강의주제: 마케팅 기회분석</li> <li>●강의목표: 상황분석, 시장분석, 타당성분석을 단계별로 설명할 수 있다.</li> <li>●강의세부내용:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-기업내부의 강점과 약점 분석</li> <li>-기업 외부환경 분석과 타당성 분석의 차이점</li> </ul> </li> </ul>					강의 및 토론
제 5 주	<ul style="list-style-type: none"> <li>●강의주제: 마케팅 조사</li> <li>●강의목표: 마케팅 조사, 유용한 정보를 위한 조건에 대해 이해하고 1차 조사와 2차 조사 및 질적 조사와 양적 조사를 구별할 수 있다.</li> <li>●강의세부내용:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-마케팅 조사의 정의와 현대산업에서의 단계별 적용</li> <li>-1차 자료 조사와 2차 자료 조사</li> <li>-질적 조사와 양적 조사의 구별과 장단점</li> </ul> </li> </ul>					강의 및 토론

제 6 주	<ul style="list-style-type: none"> <li>●강의주제: 마케팅 전략 시장세분화와 시장추세</li> <li>●강의목표: 시장세분화의 목적과 중요성 세분시장 결정 기준을 이해하고 세분화 실행의 최근 시장추세를 설명 할 수 있다.</li> <li>●강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>-시장조사를 통한 시장세분화의 필요성과 목적</li> <li>-시장세분화의 혜택과 한계점, 실행가능조건</li> <li>-현대산업에서의 세분화 실행의 최근 시장추세</li> </ul> </li> </ul>	강의 및 토론
제 7 주	<ul style="list-style-type: none"> <li>●강의주제: 포지셔닝 전략과 마케팅 목표</li> <li>●강의목표: 마케팅전략과 포지셔닝, 마케팅 목표와 상품의 생명주기 단계, 포지셔닝의 필수적 이유, 포지셔닝 접근법을 설명 할 수 있다.</li> <li>●강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>-시장을 세분화 및 목표시장의 선정</li> <li>-포지셔닝의 필요성과 마케팅 전략의 수립</li> <li>-상품의 생명주기에 따른 단계별 포지셔닝 접근법</li> </ul> </li> </ul>	현대산업에서의 마케팅 성공사례와 실패사례를 조사한 후, 자료 제출 (PPT 파일-10점) -발표는 중간고사 이후 발표일정에 맞추어 주당 다섯 명씩 발표 (발표시간 10분 내외)
제 8 주	중 간 고 사	
제 9 주	<ul style="list-style-type: none"> <li>●강의주제: 마케팅 계획 및 8P 전략</li> <li>●강의목표: 마케팅 계획을 이해하고 필요조건과 내용 및 현대산업에서의 마케팅 믹스 8P를 설명할 수 있다.</li> <li>●강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>-마케팅 계획의 정의와 필요조건</li> <li>-마케팅계획의 이점과 내용</li> <li>-마케팅계획의 단계와 8P</li> </ul> </li> </ul>	강의 및 토론, 과제발표
제10 주	<ul style="list-style-type: none"> <li>●강의주제: 제품 개발과 파트너십</li> <li>●강의목표: 현대산업에서의 유형과 역할을 이해하고 제품과 서비스의 믹스와 제품개발 의사결정의 유형과 파트너십의 유형을 규명할 수 있다.</li> <li>●강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>-현대산업에서 공급업자, 운송업자, 여행중개업자,관광 목적지 마케팅조직 등 각 집단별 유형</li> <li>-서비스마케팅 믹스의 요소와 현대 및 여행 기업이 이용 가능한 파트너십의 유형</li> </ul> </li> </ul>	수시퀴즈평가(5점), 강의, 토론, 과제발표
제11 주	<ul style="list-style-type: none"> <li>●강의주제: 서비스품질, 패키징, 프로그래밍</li> <li>●강의목표: 서비스품질의 개념을 이해하고 현대산업의 마케팅 믹스 중 패키징과 프로그래밍의 핵심 역할을 설명할 수 있다.</li> <li>●강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>-마케팅 믹스의 인적요소와 서비스품질의 고찰</li> <li>-관계마케팅의 필요성</li> <li>-패키징과 프로그래밍의 개념과 핵심적인 역할</li> </ul> </li> </ul>	강의 및 토론, 과제발표
제12 주	<ul style="list-style-type: none"> <li>●강의주제: 유통믹스와 커뮤니케이션 믹스</li> <li>●강의목표: 현대산업의 유통믹스와 타 산업과의 차이점을 파악하고 온오프라인 여행서비스의 마케팅 진행단계와 커뮤니케이션 촉진믹스를 설명할 수 있다.</li> <li>●강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>-현대산업의 유통시스템, 유통믹스,</li> <li>-온라인 여행시장의 등장 및 발전배경</li> <li>-촉진믹스와 마케팅믹스의 관계</li> <li>-다섯 가지 촉진믹스</li> </ul> </li> </ul>	강의 및 토론, 과제발표
제13 주	<ul style="list-style-type: none"> <li>●강의주제: 광고 및 판매촉진</li> <li>●강의목표: 광고 기획 단계와 메시지 전략의 고려요인, 광고대행사의 역할 및 장점을 이해하고 판매촉진과 머천다이징의 역할과 개발단계를 설명할 수 있다.</li> <li>●강의세부내용:</li> </ul>	강의 및 토론, 과제발표

	-광고 기획 단계과 광고 메시지 전략 -광고대행사의 역할 및 장점 -판매촉진과 머천다이징 -판매촉진 기법, 판촉 역할과 장점						
제14 주	<ul style="list-style-type: none"> <li>●강의주제: 인적 판매와 PR 및 홍보</li> <li>●강의목표: 인적 판매의 정의와 역할, 판매원의 특성과 역할을 이해하고 PR과 홍보의 수단을 규명하고 설명할 수 있다.</li> <li>●강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>-인적판매, 인적판매의 역할</li> <li>-성공한 판매원의 특성</li> <li>-PR 및 홍보의 역할</li> <li>-PR 컨설턴트</li> </ul> </li> </ul>	강의 및 토론, 과제발표					
제15 주	기 말 고 사						
5. 성적평가 방법							
중간고사	기말고사	수시평가	레포트	출결	수업기여도	합계	비고
30 %	30 %	15 %		20 %	5 %	100 %	
6. 수업 진행 방법							
- 강의 : 기본적인 마케팅의 정의와 발전 단계 마케팅의 핵심원칙, 현대산업에서의 마케팅, 고객의 구매과정과 행동, 마케팅 기회와 상황에 따른 각종 분석, 마케팅 조사와 전략 및 계획, 시장세분화와 목표시장 선정, 포지셔닝, 현대산업의 마케팅 8P 믹스, 제품개발과 파트너십, 인적요소, 패키징, 프로그래밍, 유통 및 커뮤니케이션 믹스, 광고와 판매촉진, 인적판매와 PR 등 마케팅 전반에 대한 이론적 체계를 확립하고자 한다.							
- 토론 : 주차별 수업을 통해 현대산업 마케팅의 성공사례와 실패사례에 대한 조별 토의를 통해 학습효과를 배가시키고자 한다.							
- 과제발표 : 개인과제 발표 후, 질의응답 및 효율적인 결론 도출							
7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항							
- 정기평가 기간 : 8주차, 15주차							
- 과제평가(레포트 및 수시평가) 기간 : 7주차, 10주차							
- 성적확인 및 이의신청기간 : 종강일 이후 12일차 ~ 14일차 (3일간)							
8. 문제해결 방법(실험·실습 등의 학습과정의 경우에 작성)							
9. 강의유형							
이론중심( ), 토론, 세미나 중심( ), 실기 중심( ), 이론 및 토론/세미나 병행(○),							
이론 및 실험/실습 병행( ), 이론 및 실기 병행( )							