

개강기간	해당학년	단위점수	과목필수구분
후기	3학년	2	선택
담당교사			
요시다			
전문교육과목			
첨부파일			

수업종류	<p>수업담당교사</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 실무 경험이 있는 교원이 담당 <p>수업의 언어조사</p> <ul style="list-style-type: none"> □ 일본어 이외의 언어를 사용 <p>활동학습요소</p> <ul style="list-style-type: none"> □ 협정 등에 기초를 두고 외부기관과 연계한 과제해결형 학습 □ 토론 □ 그룹워크 □ 프레젠테이션 □ 실습, 필드워크
------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

수업개요·목적	<p>모든 제품은 시장 도입기, 성장기, 성숙기, 쇠퇴기의 제품 수명주기가 있다. 그 스테이지별로 수립해야 할 마케팅 MIX의 4P는 다르다. 그 특징 ы 취해야 할 전략을 이해하고 "고객의 만족을 창조하고 구입하실 구조를 만드는 것"이 마케팅이다. 마케팅 이론의 기초를 배운다.</p>
---------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

수업계획	<ol style="list-style-type: none"> 1 마케팅 개념 매회 소개 사례 GDP 비교 마케팅 목표와 3C의 이해 2 마케팅 전략 중국 인구 세대 특징 시장 기회, SWOT 분석 3 상품 개발 전략 Car Division 제품의 분류, 상품 개발 컨셉 4 상동 포지셔닝 MAP 고객 요구 변화 대응 예 (일본 CVS 세계의 SPA) 5 상동 외식 산업 제품 라이프 사이클 업계 유형별 라이프 사이클 6 가격 전략 가전 업계 원가의 파악 방법, 라이프 사이클 별 가격 전략 7 유통 전략 CVS 업계
------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	채널 기능, 프랜차이즈 사업 예
8	상동 알라 모아 나 SC 업태 개발, SC DS, Outlet
9	프로모션 전략 NET 연계 구매 의사 결정 과정, 혁신 이론
10	전술 영업 화법 인적 판매, 판매 계획 수립, 세일 토크 초보 편
11	고객 관계 DEPT 연계 CRM 사례
12	마케팅 리서치 맥주 연계 연구 방법, 데이터 분석 방법
13	상동 시장 조사 연계 리서치 작업 흐름, 질문 답변 형식의 연습
14	시장 지위 별 마케팅 틈 전략 자동차 산업 리더 챌린저 추종자, 닛차
15	강의의 정리와 사회적 책임 마케팅 MIX의 4P 및 수명주기 별 마케팅 전략을 습득
성취도평가의 항목	평가 마케팅 이론의 기초이다 4p을 이해하고 다음 라이프 사이클별로 그 적용이 다르다는 것을 이해한다.
교과서·참고서 등	MBAマーケティング、クロービス大学院、ダイヤモンド社
수업에서 사용하는 기기 등	매번 이력서를 배포 OHC & ppt
예습·복습 어드바이 스	일상 생활이나 아르바이트에서 고객 대응의 좋고 나쁨의주의를 메모 해 그 개선책을 생각 습관을 몸에 익힌다
이수자의 주의·수강 조건 등	강의 시작 부분에 10분간 전 강의의 복습을 하기 때문에 지각을하지 않을 것
성적평가의 기준 등	기말 고사 70 %, 보고서 및 수업 태도 30 %
메시지	어떤 사업에도 고객 만족의 창조는 필수 사항이다
근무시간	월요일 9 : 00 ~ 10 : 30 14 : 15 ~ 16 : 00
기타	마케팅 조사에 관심을 나타내는 학생들은 주요 조사 회사에 인턴 신청 기회를 제공한다.