

강의과목명칭 : 마케팅론 II

수업코드 : 30010

영문과목명칭 : Marketing II

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

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

수업개요·목적	<p>본 강의는 원칙적으로 마케팅론 I의 이수자가 수강 할 수있다. 아시아 신흥국은 경제 발전 과정 제 2 차 산업의 발전에 비해 3 차 산업의 지연이 지적되고있다. 올 유통 비즈니스의 진화에 대비 마케팅 전략 수립, 고객 충성도, 브랜드 채널 구축 등의 시책을 P·Kotler의 실천 편보다 배운다.</p>
---------	--

수업계획	<ol style="list-style-type: none"> <li>1            마케팅 이해 각 회의 삽화 기업 애플 수업의 진행 방법, 마케팅의 대상은 아이디어</li> <li>2            상동 스타 벅스 마케팅 전략 수립, 창조와 파괴</li> <li>3            상동 소니 수요의 창조, 이노베 - 프로그램 경박 단소</li> <li>4            고객과의 관계 구축 애벌레 고객 충성도 창조 평생 가치 필수적인 파트너</li> <li>5            상동 나이키 소비자의 무의식의 영향 영향력의 피라미드</li> <li>6            상동 SAP 비즈니스 시장 분석 B to B 커스터마이징</li> </ol>
------	--

	7	상동 홀 마크 시장 세분화와 타겟팅의 명확화 사람들의 마음을 형태로
	8	강한 브랜드 구축 구글 브랜드 가치의 구축, 품질 표시 구글
	9	전술 P & G 위치 설정이 가장 중요한 테마 새로운 시장에 새로운 브랜드
	10	시장 제공 물 형성 스테인 웨이 상품 개발, 브랜드의 핵심은 우수한 제품 세련된 디자인
	11	상동 프로그레시브 서비스 상품 개발 유형 제품과 서비스 3 : 7 무리를 뽑는 서비스
	12	상동 유니레버 가격 전략 소비자가 살 수있는 가격 BOP 비즈니스
	13	가치의 제공 (판매 채널)뱅크 오브 아메리카 가치의 제공 방법의 개발 옴니 채널의 원형
	14	가치의 전달 (프로모션 - 프로그램) BMW 효과적인 커뮤니케이션 독특한 가치
	15	IT 마케팅 및 15 회 강의 요약 P. Kotler의 "효과적으로 시장을 개척하기위한 마케팅 기법"특히 STP를 깊이 이해할 수 있다.
성취도평가의 항목	평가	마케팅 분석의 토대가되는 Segmentation, Targeting, Positioning을 삽화 기업 명과 함께 배운다. 여기에 소개되는 회사 이름을 볼 때, 그 성공 사례를 경청 습관이되면 마케팅 감각이 몸에 붙는다.
교과서·참고서 등		.Kotler의 「マーケティングマネジメント」ピアソンエデュケーション社刊、
수업에서 사용하는 기기 등		
예습·복습 어드바이스		
이수자의 주의·수강 조건 등		강의 시작 10분간 전강의의 복습을하기 때문에 지각하지 않는다
성적평가의 기준 등		기말 고사 70 %, 보고서 및 수업 태도 30 %
메시지		경쟁자와는 두드러지는 차이점이나 특징을 나타낼 위치의 창조가 중요하다
근무시간		월요일 9 : 00 ~ 10 : 30 14 : 15 ~ 16 : 00
기타		