

강 의 계 획 서

과목명	유통물류관리		
학점	3학점	정원	40
담당 교강사			
수업	수업기간(주)		총수업시간
	1학기 : 3월 초순 ~ 6월 중순 (15주) 2학기 : 9월 초순 ~ 12월 중순 (15주)		45
교재	교재명	저자명	출판사
	유통경영의 핵심전략론	구자영	도서출판 두남
관련 과정명	학사	e-비즈니스학 전공, 경영학 전공, 산업공학 전공	
	전문학사		
성적	평가방법	상대평가	
	성적배점	중간 30점, 기말 30점, 과제 10점, 출결 20점, 수시시험 10점	
	성적비율	A: 30%이내, B: 누계 70%이내	
	이수요건	성적 60점 이상 + 출석률 80% 이상	
평가일정	중간고사 : 개강 후 7~8주차 기말고사 : 개강 후 15주차		
수업목표	유통물류관리는 제조 기업이나 유통기관의 물자조달 및 분배에 대한 계획, 조직, 통제에 대해 전체적이고 체계적으로 이해토록 하고, 생산자로부터 최종소비자에까지 이르는 물류의 흐름과 이를 담당하는 채널을 디자인하고 관리하는 법을 배운다. 본 과목은 수요예측, 제품설계, 구매, 자재취급, 창고운영, 포장, 배송 등에서 야기될 수 있는 제반 문제를 총체적 개념으로 이해하고 체계화하는 방법을 배운다. 본 과목을 통해 기업의 물류활동의 효율적인 수행에 필요한 지식과 이론을 이해해 물류전략, 물류고객서비스, 수 배송시스템, 보관 및 하역시스템, 물류 거점 네트워크, 재고통제시스템을 스스로 분석 및 예측할 수 있는 능력을 배양, 유통물류 전문가로 자리 매김할 수 있다.		

■ 주차별 강의 내용

주별	수업 주제 및 내용	비고
제1주	<p>1)강의주제: 1 장 유통경영의 핵심전략은? 2)강의목표: 유통물류관리의 명확한 핵심전략 개념을 설명할 수 있다. 유통관리의 기초개념을 학습함으로써 유통경로의 개념을 유입할 수 있으며 유통관리 영역에 대한 구분과 함께 마케팅믹스와의 연계성을 설명할 수 있다. 유통경로의 개념의 이해과정을 통해 유통경로의 정의, 유통경로가 필요한 이유, 유통경로구성원의 기능, 시스템으로서의 유통경로, 경쟁우위 원천으로서의 유통경로를 설명할 수 있다. 유통물류의 기본단위 소매상에 대한 학습을 통해 소매상의 유형과 각각의 기능을 이해할 수 있으며 기능에 따른 유통전략 계획의 수립이 가능해진다. 3)강의세부내용: 유통경영의 핵심전략과 사례를 통해 유통경영사업의 극복 과정을 알아본다. 소매업의 정의와 역할을 살펴보고 향후 소매업의 변화를 전망해보고 발전 요인과 미래이슈를 예측한다.</p>	
제2주	<p>1)강의주제: 2장 상품 경쟁력 강화전략 2)강의목표: 소매상에서 상품경쟁력의 의미와 상품경쟁력 방안의 수립과 실행이 가능하다. 상품경쟁력 강화전략으로서 어떠한 품목과 주제의 선정이 가능하며 Life Style MD의 강화 전략의 수립이 가능하다. 새로운 소비트렌드의 관측이 가능하며 이에 대한 가치혁신 상품을 개발하고 수용할 수 있다. 카테고리 킬러 상품의 개발과 Process 구축이 가능하다. 3) 강의세부내용: 상품경쟁력에 대한 정의와 소매업의 다양한 전략중 상품에 대한 경쟁력 강화방안에 대해 학습한다. 상품경쟁력 제고방안중 신선식품/Life Style MD/ 절약형 상품의 개발 원리를 학습한다. New Trend 대응 Smart 상품개발 측면에서 가치혁신제품의 발굴과 개발의 필요성을 학습하며 이를 위한 상품개발 프로세스에 대해 알아본다.</p>	
제3주	<p>1)강의주제: 3장 상품구색 관리 2)강의목표: 유통업의 생명인 취급상품의 구색 관리의 개념과 특성에 대한 설명이 가능하다. 상품구색의 문제점에 관한 해결방안의 수립이 가능하다. 유통업에서 상품의 진열에 관한 연관진열과 단품배치의 요령과 이에 대한 실무응용이 가능하다. 유통실무에서 중분류 별 연관분석(Sequence Analysis), 단품의 연관배치(Sequence) 개념에 대한 설명이 가능하다. 3)강의세부내용: 유통업의 상품취급에 관한 일반적 정의와 상품구색의 필요성을 학습한다. 상품구색 프로세스별 진행방법에 관해 알아본다. 자석상품의 개념과 선정방법, 배치요령을 학습한다. 유통 공급업체 통제적의미의 최적화와 계량적인 방식의 선별 요령에 관해 학습한다.</p>	
제4주	<p>1)강의주제: 4장 PB상품전략 2)강의목표: PB(Private Brand) 상품에 대한 이해와 이를 활용한 다양한 사례에서 나타난 성공적 전략을 설명할 수 있다. 전세계 유통회사들의 전략으로 사용중인 GPD 혁신전략을 이해하여 브랜드혁신전략과 CATEGORY MANAGEMENT(CM), PB 운영 System 강화를 설명할 수 있다. 매장에서 가치상품의 진열이 가능하고 이를 실행하고자 하는 기업의 혁신전략과 마케팅 지원전략의 수립이 가능하다. Prime PB 개발전략을 이해하여 POSITIONING MAP과 PB상품 실연을 위한 Cooking Studio 도입을 할 수 있다. 3)강의세부내용: PB(Private Brand) 상품의 개념과 PB브랜드의 성공 사례를 살펴본다. 글로벌 유통회사들의 전략인 GPD 혁신전략을 통해 브랜드, 마케팅, 매장개선,내부지원책, 조직혁신등의 전사적기법을 사례를 통해 학습한다. 프라이م PB전략의 속성에 관해 학습한다.</p>	
제5주	<p>1)강의주제: 5장 최저 가격 실현전략 2)강의목표: 유통업에서 최저가격에 대한 정의와 함께 최저가격의 중요성에 관한 설명이 가능하다.</p>	과제 제출일 : 13주차까지

	<p>원가경쟁력 제고를 통한 가격경쟁력 우위 확보의 방법으로 매입원가 절감 방안 또는 유통비 절감, 원가 절감의 필요성에 관해 설명할 수 있다.</p> <p>최저 가격 전략의 필요성을 이해하며 EDLP의 관리 강화를 통해 EDLP 상품 선정을 할 수 있다.</p> <p>가격민감도 상품의 구별이 가능하다.</p> <p>최저 이미지가격을 만드는 과정을 이해하며 가격관리 대상 상품군의 선정부터 전단행사를 통한 고객가격체감 우위확보 전략의 수립이 가능하며 경쟁사와의 비교가 가능해진다.</p> <p>3)강의세부내용 : 최저가격실현을 위한 유통업의 다양한 전략을 학습한다. 최저가격의 개념적 정의와 함께 원가경쟁력확보를 위한 유통비 절감방안에 관해 학습한다. 특히 EDLP 운영전략과 최저 "이미지 가격" 만드는 과정의 이해를 통해 가격책정 효율화 전략에 관해 학습한다.</p>	
제6주	<p>1)강의주제: 6장 상품의 품질 및 안전관리</p> <p>2)강의목표: 유통업 상품관리 중요성에 대한 개념의 설명이 가능하며 상품의 품질과 안전관리 측면의 계획의 수립이 가능하다. 신선식품 불량률의 경우 폐기처분 프로세스의 확립이 가능하다. 홈테코상품과 가공식품,건어물 상품과 같이 유형과 속성이 다른 상품에 대한 보관관리 전략에 대해 설명할 수 있다. 소비자 안전에 대한 개념과 상품안전의 관리사례를 통해 전문안전센터와 연계한 안전검사 강화 방안 마련을 할 수 있다.</p> <p>3)강의세부내용: 상품의 품질과 안전관리개념과 상품유형에 대해 학습한다. 기업의 상품관리 실행방안의 하나인 유통상품과 폐기처분 대상 상품의 기준과 이를 통한 상품품질관리시스템의 구축이 기업의 이익에 부합하고 소비자이미지 제고에 도움을 준다는 사실에 대해 학습한다.</p>	
제7주	<p>중간고사</p>	
제8주	<p>1)강의주제: 7장 재고 건전성 관리</p> <p>2)강의목표: 재고(stock)의 개념과 중요성을 설명할 수 있다. 균형재고가 유통업의 성과에 미치는 영향을 측정할 수 있으며 재무적성과 가치를 측정할 수 있다. 상품에 따른 재고유연성 확보 전략 수립이 가능하다. 재고전략의 타당성을 검토하여 부진재고해소 방안을 마련할 수 있다.</p> <p>3)강의세부내용: 재고건정성의 의미를 학습한다. 상품별 재고 보충 및 축소 전략방안을 익히게 된다. 부진재고의 다양한 방안을 계획하고 수립하는 방법에 대해 알아본다.</p>	
제9주	<p>1)강의주제: 8장 매출이익률 제고방안</p> <p>2)강의목표: 기업의 매출이익이 차지하는 중요성을 설명할 수 있으며 매출이익달성률이 기업가치에 미치는 영향을 설명할 수 있다. 원가경쟁력의 의미와 기업성과와의 관련성에 대해 설명이 가능하다. 매입원가절감을 위한 수입다변화 전략의 수립이 가능하게 되며 상품의 구조조정 방법을 사용할 수 있다. 원가절감을 위한 아웃소싱의 방법에 대한 설명이 가능하다. 물류과정의 원가절감 전략의 수립이 가능하며 이에 대한 설명이 가능하다. 기타방법의 원가를 절감하여 기업의 이익에 부합되는 방법을 마련할 수 있다.</p> <p>3)강의세부내용: 매출이익률의 개념과 방법에 대해 학습한다. 또한 다양한 매출로 인한 수익달성방법과 유형 대해 알아보며 이에 대한 선택적 접근방안에 대해 학습한다.</p>	
제10주	<p>1)강의주제: 9장 CM/표준진열(POG)</p> <p>2)강의목표: Category Management 전략의 개념과 실행방법에 대해 설명이 가능하다. Plan-O-Gram이란? 무엇인지와 POG 도입 목적 및 예상기대 효과를 설명할 수 있다. Plan-O-Gram을 통한 소매업 진열효과 방안에 관해 전략적 선택이 가능하다. Plan-O-Gram 작성 프로세스를 이해 하며 효율적인 매대 관리를 통해 혁신판매기법의 응용이 가능하다.</p> <p>3)강의세부내용: Category Management 전략의 개념과 응용을 학습하며</p>	

	<p>Category Management의 핵심전략과 이슈에 대해 알아본다. 효과적인 진열방법에 대해 알아보며 특히 Plan-O-Gram이란? 무엇인지와 로드맵구성방법에 대해 학습한다. 표준진력의 전략적 효과성에 대해 알아보며 적용사례를 학습한다.</p>	
제11주	<p>1)강의주제: 10장 마케팅(Marketing) 2)강의목표: 유통업의 마케팅(Marketing)은 핵심으로서 판매에 많은 부분을 차지하는 중요한 핵심과정중 하나임을 설명할 수 있다. 마케팅의 세부요인 광고와 온라인 마케팅의 전략을 수립할 수 있으며 빅데이터 기반의 고객수요 파악과 활용이 가능하다. CRM(Customer Relationship Management)의 개념과 유통업의 지불시스템 도입전략을 수립할 수 있다. 성공적 마케팅을 위한 개별상품별 세부전략 실행이 가능하다. 판촉행사를 기획하고 실행할 수 있다. 3)강의세부내용: 유통업의 마케팅에 관한 기본적인 개념에 대해 학습한다. 광고와 온라인 마케팅의 최신 유형을 살펴보고 BIG DATA 기반의 마케팅 기초에 대해 학습한다. CRM(Customer Relationship Management)의 개념과 프로그램 사용 방법 다양한 채널의 고객분석을 통한 유통업의 이익을 위한 방법에 대해 학습한다. 유통판매 지불시스템의 방법에 관해 알아보며 상품혁신의 다양한 사례 및 분석기법을 학습한다.</p>	
제12주	<p>1)강의주제: 11장 찾기 쉽고 고르기 쉬운 매장 만들기 2)강의목표: 유통업에서 진열의 중요성을 설명할 수 있다. 소매업 진열을 매장의 분위기와 함께 고객의 습관을 이해하여 판매전략을 수립하고 이에 대한 판매효율을 높인다는 점을 설명할 수 있다. 진열방법의 다양화에 대해 설명할 수 있으며 진열집기에 대한 물리적 장비의 개선과 함께 전반적인 매장관리를 계획할 수 있다. 소매점 사인광고의 개념과 유형을 파악하여 고객유도를 위한 사인의 올바른 문제점과 해결방안의 도출이 가능하다. VMD(Visual Merchandising)의 원리를 설명할 수 있다. 3)강의세부내용: 유통업의 판매방안중 하나인 매장관리의 필요성과 중요성에 대해 알아본다. 진열집기와 광고판 체계의 구성 및 판매안내의 중요성에 대해 학습한다. 파악한다. VMD(Visual Merchandising)의 개념과 구매심리에 대해 학습하며 실제 보기 좋은 상품진열방법에 대해 알아본다.</p>	
제13주	<p>1)강의주제: 12장 MD Academy/13장 기업가치전략 2)강의목표: 유통업 인재의 발굴과 육성을 위한 MD(PB) Academy의 개념과 함께 교육훈련 전략의 필요성에 대해 설명이 가능하다. Mder의 근무여건 개선을 위한 유통조직의 인사혁신전략 방법에 대한 설명이 가능하며 MD Academy 커리큘럼을 수립할 수 있다. 유통업으로서 가치혁신전략의 의미와 핵심가치를 선정하고 고객가치를 설명할 수 있다. 공급자와의 상생협력 필요성과 비즈니스 모델의 구축이 가능해진다. 3)강의세부내용: MD Academy의 개념과 실행방법에 대해 학습한다. 유통인재의 발굴과 함께 교육훈련방법 및 근무여건 개선 마련방안에 대해 알아본다. 기업가치전략의 개념과 이를 달성하기 위한 여러 가지 방법에 대해 학습한다. 유통업 공급자와의 상생협력의 의미와 성과에 대해 학습하며 이를 통한 동반성장의 장점에 관해 논의한다.</p>	과제 제출일
제14주	<p>1)강의주제: 14장 SCM관리(Supply Chain Management)/ 15장 유통업의 IT 기술전략/ 16장 유통업의 핵심성과지표(KPI) 2)강의목표: SCM관리(Supply Chain Management)의 정의와 주요업무에 대해 설명할 수 있다. 상류공급업체 물류에 속하는 CMI(Co-managed Inventory), 2 VISS(VMI Information Sharing System), POG(진열관리 표준화)에 관해 설명이 가능하다. 유통업의 IT 전략 구축의 필요성을 설명할 수 있다. 유통업의 발전과 성장을 위한 기반으로 정보기술도구의 활용이 가능하다. 3)세부강의목표: SCM관리(Supply Chain Management)의 정의와 주요 업무를 살펴본다. 유통업의 IT 성장전략도구로서 IoT 기술의 도입, AI(인공지능) 적용, SCM 측면, Voice Commerce에 대해 학습한다.</p>	
제15주	기말고사	