

강 의 계 획 서

과목명	인터넷마케팅		
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
	4차 산업혁명 시대의 인터넷마케팅(Internet Marketing)	김용호, 김문태	청람
관련 과정명	학사	경영학 전공, 멀티미디어학 전공	
	전문학사	마케팅정보 전공, 멀티미디어 전공	
성적	평가방법	상대평가	
	성적배점	중간 30점, 기말 30점, 과제 10점, 수시시험 10점, 출결 20점	
	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	소비자마케팅의 이론들을 인터넷 마케팅에 적용하여 온라인과 오프라인의 시너지 효과를 높이는 마케팅 전략과 관리를 탐구하며, 인터넷을 통한 마케팅의 의미에 대해 이해하고 이를 기업 인터넷 마케팅 현장에서 곧바로 활용할 수 있도록 이론 및 사례연구를 통한 실무 감각을 익힌다. 인터넷 환경이 비즈니스와 마케팅에 미치는 영향에 대한 이해를 기초로 하여, 21세기 변화된 마케팅 패러다임 하에서의 보다 효과적이고 효율적인 경영성과를 달성할 수 있는 인터넷 마케팅 전략 및 관리에 대해 학습한다. 또한 인터넷 광고모형 및 효과측정, 인터넷 고객 행동분석, 인터넷 상에서의 고객관리 수립 등에 대해 연구한다. 강의와 토론을 통해 기본적인 이론의 토대를 마련하며, 실무에 있는 인터넷 마케팅 전문가의 특강을 통해 실무적 감각을 익힌다.		

■ 주차별 강의 내용

주별	수업 주제 및 내용	비고
제1주	<p>* 강의 주제: 오리엔테이션 및 교과목 소개 (담당 교수 소개 및 과목에 대한 안내, 출결 & 평가 안내 및 과정생 소개), 4차 산업혁명 시대의 비즈니스 환경 변화</p> <p>* 강의 목표: 기술혁명에 의한 비즈니스 환경 변화, 디지털 환경과 비즈니스 수단, 신매체에 따른 디지털 환경 변화 등에 대해 이해한다.</p> <p>* 강의 세부내용: ① 디지털 시대의 비즈니스에 영향을 미칠 기술적 힘 ② 디지털 환경의 특징과 마케터의 역할 및 디지털 컨버전스 ③ 인터넷과 확장된 인터넷을 활용한 비즈니스 ④ 매체 산업의 범위 및 특징과 디지털화가 매체 산업의 변화에 미치는 영향</p> <p>* 수업 방법: 강의, 토론(토론식 수업)</p>	
제2주	<p>* 강의 주제: 인터넷 비즈니스에 대한 이해</p> <p>* 강의 목표: 인터넷 비즈니스의 개념 및 주체, 비즈니스 모델, 인터넷 비즈니스에 대한 영향 등에 대해 이해한다.</p> <p>* 강의 세부내용: ① 인터넷 비즈니스의 개념 정의, 인터넷 비즈니스와 전자상거래 ② 인터넷 비즈니스의 주체 구분, 사업 위치와 분야에 따른 인터넷 비즈니스 기업 분류</p>	
제3주	<p>* 강의 주제: 인터넷마케팅의 개념 및 특징</p> <p>* 강의 목표: 마케팅 패러다임의 변화, 인터넷마케팅 정의와 특징, 모바일 마케팅 개념, 인터넷마케팅에 대한 도전적 문제 등에 대해 설명할 수 있다.</p> <p>* 강의 세부내용: ① 4차 산업혁명 시대의 마케팅 전략 및 목표, 마케팅 과정 및 커뮤니케이션의 변화 ② 인터넷마케팅의 정의 및 특징 ③ 모바일 마케팅의 정의 및 특징 ④ 인터넷마케팅에 대한 기대와 도전적 문제</p> <p>* 수업 방법: 강의, 토론(토론식 수업)</p>	
제4주	<p>* 강의 주제: 인터넷 소비자행동의 이해</p> <p>* 강의 목표: 소비자의 발전과 변화, 인터넷 소비자 의사결정과정, 인터넷 구전마케팅 등에 대해 이해한다.</p> <p>* 강의 세부내용: ① 디지털 시대의 고객 변화, 소비자 가치의 공동 창조 ② 인터넷의 구매 의사결정에 미치는 영향과 구매의사 결정과정 ③ 인터넷의 구전 활동에 미치는 영향, 인터넷 구전 전략 (바이러스 마케팅)</p> <p>* 수업 방법: 강의, 토론(토론식 수업)</p>	
제5주	<p>* 강의 주제: 인터넷 마케팅조사</p> <p>* 강의 목표: 인터넷 마케팅조사의 개념 및 일반적 절차를 이해하고 데이터마이닝과 빅데이터 분석을 통해 인터넷 마케팅조사를 할 수 있다.</p> <p>* 강의 세부내용: ① 인터넷 마케팅조사의 개념과 종류, 인터넷 마케팅 조사 기관 ② 문제의 인식과 정의, 조사 계획 수립, 인터넷을 이용한 자료수집 ③ 데이터의 종류와 데이터마이닝의 기본 개념 ④ 인터넷 마케팅을 위한 빅데이터 분석</p> <p>* 수업 방법: 강의, 토론(토론식 수업)</p>	
제6주	<p>* 강의 주제: 개인화 마케팅과 eCRM</p> <p>* 강의 목표: 마케팅 패러다임의 변화, 인터넷마케팅 정의와 특징, 모바일 마케팅 개념, 인터넷마케팅에 대한 도전적 문제 등에 대해 설명할 수 있다.</p> <p>* 강의 세부내용: ① 4차 산업혁명 시대의 마케팅 전략 및 목표, 마케팅 과정 및 커뮤니케이션의 변화 ② 인터넷마케팅의 정의 및 특징 ③ 모바일 마케팅의 정의 및 특징 ④ 인터넷마케팅에 대한 기대와 도전적 문제</p> <p>* 수업 방법: 강의, 토론(토론식 수업)</p>	과제 제출일 : 14주차까지

제7주	중간고사	
제8주	<p>* 강의 주제: 인터넷마케팅 전문가 특강</p> <p>* 강의 목표: 글로벌 기업의 인터넷 마케팅 사례를 이해한다.</p> <p>* 강의 세부내용:</p> <p>① 글로벌 기업의 인터넷마케팅 사례</p> <p>② 인터넷마케팅 전략과 실천 사례</p> <p>③ 질의 및 답변</p> <p>* 수업 방법: 특강, 질의 및 답변</p>	
제9주	<p>* 강의 주제: 인터넷마케팅 전략 수립</p> <p>* 강의 목표: 인터넷 비즈니스 환경의 분석과 SWOT 분석을 할 수 있다. 인터넷 비즈니스 기업의 전략적 마케팅 계획 수립 과정을 이해한다.</p> <p>* 강의 세부내용:</p> <p>① 인터넷 비즈니스에서의 마케팅 전략, 전략적 마케팅 계획 수립 과정</p> <p>② 인터넷 비즈니스 기업의 환경분석, 환경분석을 통한 SWOT 분석</p> <p>③ 인터넷 비즈니스 환경 하에서의 산업 경쟁의 결정 요소, 기업의 경쟁전략의 결정, 온라인 오프라인의 통합 전략</p> <p>④ 인터넷 비즈니스에서 표적마케팅의 필요성, 인터넷 마케팅 믹스 전략</p> <p>* 수업 방법: 강의, 토론(토론식 수업)</p>	
제10주	<p>* 강의 주제: 인터넷 브랜딩</p> <p>* 강의 목표: 인터넷 브랜딩의 개념, 인터넷 브랜드 확장의 이점과 문제점에 대해 이해한다.</p> <p>* 강의 세부내용:</p> <p>① 인터넷 브랜드의 정의 및 특징, 브랜드 관리의 중요성</p> <p>② 인터넷 브랜드명의 선정, 도메인명</p> <p>③ 물리적 브랜드 자산과 인터넷 브랜드 자산의 정의, 인터넷 브랜드 자산의 차원</p> <p>④ 인터넷 브랜드 확장의 개념, 이점과 문제점, 인터넷 브랜드 확장 유형</p> <p>* 수업 방법: 강의, 토론(토론식 수업)</p>	
제11주	<p>* 강의 주제: 디지털 제품의 개념과 분류</p> <p>* 강의 목표: 디지털 경제에서의 제품의 개념을 설명하고 분류를 이해할 수 있다.</p> <p>* 강의 세부내용:</p> <p>① 인터넷 비즈니스에서의 소비자 가치, 디지털 제품의 개념과 분류</p> <p>② 인터넷에서 제공되는 유형의 제품과 디지털 콘텐츠</p> <p>③ 디지털 제품의 대표적인 예(인터넷 포탈, SNS, UCC, eBook, 온라인 게임)</p> <p>* 수업 방법: 강의, 토론(토론식 수업)</p>	
제12주	<p>* 강의 주제: 인터넷 가격의 의미와 소비자 비용</p> <p>* 강의 목표: 인터넷에서 가격의 의미와 중요성에 대해 설명할 수 있다. 인터넷 소비자 비용에 대해 이해한다.</p> <p>* 강의 세부내용:</p> <p>① 인터넷 가격의 의미와 중요성</p> <p>② 인터넷 가격에 대한 영향</p> <p>③ 인터넷의 원가 투명성</p> <p>④ 인터넷 가격 책정의 이점과 가격결정방식</p> <p>* 수업 방법: 강의, 토론(토론식 수업)</p>	
제13주	<p>* 강의 주제: 인터넷 유통 통로 관리</p> <p>* 강의 목표: 인터넷에서의 유통 통로에 대해 설명할 수 있다. 인터넷 유통에서의 물류관리를 이해한다.</p> <p>* 강의 세부내용:</p> <p>① 다양한 유통 통로로서 인터넷의 특징, 인터넷 유통 통로 갈등 관리</p> <p>② 오프라인 제품의 온라인 유통경로 전략</p> <p>③ 인터넷 소매 및 중간상, 인터넷 경매</p> <p>④ 인터넷 유통에서의 물류관리, 전자상거래와 물류정보시스템</p>	
제14주	<p>* 강의 주제: 통합적 마케팅 커뮤니케이션</p> <p>* 강의 목표: 인터넷 광고, PR, 판매촉진, 이벤트 등을 통합한 인터넷커뮤니케이션 계획을 수립할 수 있다.</p> <p>* 강의 세부내용:</p> <p>① 인터넷 비즈니스 기업의 통합적 마케팅커뮤니케이션 모델</p> <p>② 인터넷 광고의 정의 및 장점, 유형, 효과 측정 기준</p> <p>③ 인터넷 PR의 개념 및 수단</p>	과제 제출일

	④ 인터넷 판매촉진의 개념 및 유형 ⑤ 인터넷 이벤트와 프로모션의 활용 * 수업 방법: 강의, 토론(토론식 수업)	
제15주	기말고사	