

수업계획서

마케팅조사 (Marketing Research)

담당교수	성명	이홍재	교과목	주수강대상	학과	경영학과
	직위	교수			전공	마케팅
	소속	경영학과				

1. 교과목 개요

마케팅 전략수립을 위해 제품에 대한 소비자의 태도와 신뢰형성, 구매행동에 대한 보다 과학적인 접근이 요구되고 있다.

본 과목은 마케팅 전략수립을 위해 요구되는 정보를 효과적으로 탐색하고 분석하여, 전략적인 시사점을 발굴하는 데 목적을 두고 있다.

강의내용은 크게 (1)모형작성, (2)데이터수집, (3)통계분석으로 나누어지며,

최근의 연구사례를 중심으로 실무적인 조사 및 분석기법을 학습하는데 주안점을 두고 있다.

본 과목을 수강함으로써 이론적으로 학습하였던 마케팅이론들이 실제 소비자의 태도 및 행동양식에 어떠한 영향을 주는지를 검증해볼 수 있으며,

Feedback을 통해 실제 소비자행동을 기반으로 하는 새로운 이론형성에 유익한 정보를 발굴 가능하다.

또한 본 과목은 마케팅분야의 학술논문 작성에 매우 유용하게 이용될 수 있다.

o 강의목표

- 데이터 기반의 과학적 마케팅연구 방법 및 최신 트렌드를 소개한다
- 소비자행동과 태도에 대한 연구모형 및 가설을 설정하는 방법을 살펴본다
- 신뢰성과 타당성 있는 데이터 수집방법을 살펴본다
- 가설검증을 위한 통계 분석방법을 소개한다 (SPSS, EXCEL 사용 및 실습)
- 소비자를 다양한 빛깔(segment)로 분류하는 방법을 탐구한다

2. 수업운영방법 개요

이론강의와 실무강의를 70대 30의 비율로 병행한다.

이론은 강의노트와 연구사례(학술논문, case)로 이루어지며

실무연습은 sample data를 활용하여 강의시간에 소개한 연구방법 및 분석기법을 SPSS 및 EXcel을 활용하여 체득하는데 목적을 둔다.

또한 수강생의 연구 topic에 적합한 분석기법 및 모형설정방법을 on-demand로 학습/토의한다.

수업계획서

3. 학습평가방법

출석 20%
중간고사 20%
기말고사 30%
숙제 10%
연구제안(Research Proposal) 20%

4. 교재 및 참고자료

구 분	교재 제목(웹사이트)	저 자	출판사	출판년도
주교재	강의노트 (E-calss 공지)	이홍재		
부교재	연구논문, case (E-class 공지)			

5. 수업진도계획

주 별	교 수 내 용	수업형태	비 고
1	마케팅조사의 목적과 절차		
2	마케팅 연구모형과 가설		
3	마케팅 조사방법 1		
4	마케팅 조사방법 2		
5	마케팅 조사방법 3		
6	요인분석		
7	측정과 척도		
8	중간고사		
9	시장세분화 분석		
10	통계적 추론 원리		
11	추정 및 가설검정		
12	분산분석		
13	교차분석		
14	회귀분석		

수업계획서

5. 수업진도계획

주별	교수내용	수업형태	비고
15	리서치프로포절발표		
16	기말고사		

6. 기타참고사항