

# 수업계획서

## 마켓이노베이션전략 ( Market Innovation Strategy )

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

### 1. 교과목 개요

#### A.Course Description

4차 산업 혁명 시대에는 지금까지와는 전혀 다른 경영학 이론과 학습 방법을 필요로 한다. 본 강좌의 학습 목표는 강의와 시험 위주의 전통적인 수업 방식과 달리 형식에 억매이지 않고 사례분석, 상호 토론을 통해 창조적 혁신을 창출하는 능력을 함양하는 것이다. 이는 향후 4차 산업 혁명 시대에는 기존의 이론을 습득하거나 암기를 기반으로 문제를 푸는 능력보다는 혁신적인 직관력, 상상력을 기르는 것이 보다 더 중요하기 때문이다.

최근 세상을 지배하는 global IT 기업들은 모두 click&mortar 형 기업이다. Click&mortar란 디지털 기술을 의미하는 click과 기존의 아날로그 산업을 뜻하는 brick&mortar (굴뚝 산업)의 합성어이다. 예를 들어 Jeff Bezos는 인터넷 (click)이 등장하자 이를 서점 (brick&mortar)과 접목하여 아마존 (click&mortar 형 기업)을 설립하여 불과 20년도 되지 않아 세계 1위 기업이 되었다. 수업에서 소개될 많은 click&mortar 기업들은 모두 상상력에 기반한다. 세상은 빠르게 변하고 있다. 한때 세상을 지배하던 Nokia, GE, IBM, AT&T 같은 기업은 혁신에 실패하여 경쟁력을 상실한 반면 현재 세상을 지배하는 기업들, Apple, Amazon, Google, Netflix, Facebook 등의 기업들은 모두 기존의 사업에 새로운 기술을 접목하여 성공한 기업들이다. 또한 이들 기업은 모두 정보통신기술 (information and communication technology), 특히 인터넷 기반의 플랫폼 기업들이다. Apple을 제외하면 기업 역사가 20년 정도이다. 접목한 기술은 다르지만 공통점은 남이 생각하지 않았던 기존 사업과 새로운 기술의 접목 방식을 ‘탁월한 상상력’을 기반으로 창의적으로 고안했다는 점이다. 수강생들도 저마다 이러한 사업을 발굴하고자하는 욕구가 있을 것이다. 본 강좌를 통해 상상력을 함양하면 누구나 제 2의 Jeff Bezos, Bill Gates, Steve Jobs가 될 수 있다. 이런 사람들이 대단해 보이지만 알고 보면 모든 것이 아주 조그만 상상력, 엉뚱한 생각에서 시작된 것이다. Steve Jobs는 IT를 공부한 적도 없고 경영학을 공부한 적도 없다. 그의 학력은 서체 (요즘 애기로 하면 font, 따라서 Mac이 그래픽이 강합니다)를 전공한, 대학 2년 중퇴가 전부이다. 다만 그는 상상력의 달인이고 기존의 틀을 거부하는 괴짜였다.

기존의 지식이 필요하긴 하지만 이것만으로는 충분하지 않다. 어쩌면 기존의 경영학 또는 지식 만을 공부하고 이것만을 고집한다면 이는 성공의 걸림돌이 될 수도 있다. 4차산업혁명의 ‘혁명’이란 기존과의 단절을 의미한다. 우리는 이미 4차 산업혁명시대에 살고 있다. 아마존의 Echo 등 AI는 이미 널리 사용되고 있고 자율자동차는 이미 주행 중이다. 학교의 경영학 교육은 실제 세상이 필요로 하는 교육에 비해 적어도 수십년 뒤쳐져 있다. 모든 분야가 마찬가지지만 경영학 교육에도 혁신이 필요하다. 교수가 강의하고 학생은 교과서를 읽고 필기하고 시험 보는 방식으로는 미래를 대비할 수가 없다. 모든 것이 ‘상상력’이다.

다시 한번 강조하지만 본 강좌에서는 글로벌 IT 기업들의 사례 분석과 토론을 통해 상상력과 통찰력을 함양하는 훈련을 할 것이다.

#### B.Learning Objectives

- 1.마케팅 전략 수립과정의 이해
- 2.혁신의 의의와 차원
- 3.혁신의 유형
- 4.혁신의 성공, 실패 요인
- 5.혁신 프로세스
- 6.통찰력, 상상력 훈련
- 7.신제품출시와 제품수명주기
- 8.성공적인 벤처 기업의 key success factor 이해
- 9.창업 아이디어이션

# 수업계획서

## 2. 수업운영방법 개요

### C. Teaching Method

1. 학습효과를 극대화하기 위해 필수적인 강의와 이와 관련된 사례연구, 토론 등을 통해 혁신에 필요한 이론의 습득 뿐 아니라 이의 현장에의 적용능력을 배양시킴.

- 강의 (이론, 원리 소개)

- 사례연구

2. 수업에서 다루는 개념과 원리 등에 관한 국내외 사례를 통해 학습효과를 고취시킴.

## 3. 학습평가방법

### D. Course Evaluation

- 출석: 10%

- 중간고사: 45%

- 기말고사: 45%

## 4. 교재 및 참고자료

구 분	교재 제목(웹사이트)	저 자	출판사	출판년도
주교재	사례로 학습하는 실무지향적 유통전략	조재운	학현사	2020
주교재	강의노트	안광호, 조재운, 한상린	학현사	2019
주교재	하바드 비즈니스 스쿨 사례집	HBSP		2020
참고자료	신상품 마케팅	이유재, 박찬수 편역	시그마프레스	1995
참고자료	전략적 브랜드관리	안광호, 한상만, 전성률	학현사	2008

## 5. 수업진도계획

주별	교수내용	수업형태	비고
1	needs, wants, innovation, click&mortar business		사례: Apple
2	마케팅의 진화		사례: Amazon, Costco
3	마케팅전략 수립과정 (I)		사례: Miller beer
4	마케팅전략 수립과정 (II)		사례: Nvidia
5	BCG model, 사업다각화, 기업성장전략		사례: Google
6	혁신의 영역, 실패원인, 성공요인		사례: 7-11

# 수업 계획서

## 5. 수업 진도 계획

주별	교 수 내 용	수업형태	비 고
7	혁신 절차		사례: Microsoft
8	중간고사		
9	제품수명주기, 확산이론		사례: Wal-Mart
10	수직계열화		사례: IKEA, Zara
11	유통전략 (1)		사례: Apple Store
12	유통전략(II)		사례: Best Buy, Aldi
13	venture 서비스 기업의 마케팅 전략		사례: Airbnb, Uber
14	: platform business, sharing economy, subscription economy		사례: Facebook, Netflix
15	CRM을 이용한 마케팅 전략		사례: IRI, YouTube

## 6. 기타 참고사항

중간 및 기말시험은 온라인으로 진행됩니다.

2021-2학기 온라인과목의 중간 및 기말시험 시간

중간고사: 2021년 10월 22일 금요일

- 시간: 20:00 ~ 21:30

- 응시시간: 90분

기말고사: 2021년 12월 17일 금요일

- 시간: 20:00 ~ 21:30

- 응시시간: 90분

유의 사항:

개인 사정으로 인해 시험일정을 변경하는 것은 불가능 하며, 온라인으로 진행되는 경우 사전에 준비하여서, 반드시 정해진 일정에 시험을 진행하셔야 합니다.

만약 정해진 시간에 시험에 응시하지 못할 경우 결시 처리되오니, 유의 하시기 바랍니다.

단, 해당 일정에 해외출장, 상해 등으로 응시가 불가능 할 경우, 사전에 증빙서류를 제출 하고 심사를 통해 그 사유가 타당하다고 인정될 경우, 대체 평가(기간 외 별도 응시 또는 과제 등 대체평가 신청 심사 후 과목별로 확정)가 진행될 수 있습니다.

대체평가 신청기간은 추후 경영대학원 홈페이지 공지사항을 통해 공지될 예정입니다.