

# 수업계획서

## 마케팅커뮤니케이션 ( Marketing communication )

담당교수	성명	이미선	교과목	주수강대상	학과	경영학과
	직위	강사			전공	마케팅
	소속	경영대학원				

### 1. 교과목 개요

과거에 비해 다양해진 소비자층의 등장과 매체 환경의 발달로 인해 마케팅 커뮤니케이션 분야는 전통적인 매체를 통해 광고를 집행할 때와 다른 변화가 요구되고 있다. 마케팅 커뮤니케이션은 마케팅믹스의 한 요소에 불과하지만 그 중요성은 전체 마케팅믹스의 영향을 미칠 정도이다. 때문에 마케팅 커뮤니케이션을 구성하고 있는 광고, 판촉, 마케팅 지향 PR 등 다양한 마케팅커뮤니케이션 수단들이 점차 중요해지고 있다. 이러한 환경에서 높은 비용과 매체 혼잡을 피해 소비자와 잠재적 소비자인 오디언스에게 효과적이면서도 효율적으로 도달할 수 있는 커뮤니케이션 방법들을 필요로 한다. 본 수업에서는 브랜드 자신과 판매를 증가시키며 마케팅 커뮤니케이션 투자가 적절한 투자수익률을 창출하도록 하는 통합적 관점의 마케팅 커뮤니케이션을 소개한다.

### 2. 수업운영방법 개요

온라인 수업은 본 교재 내용을 위주로 주차별 강의계획에 따라 진행됩니다.

### 3. 학습평가방법

중간고사 40%  
기말고사 40%  
출석 10%  
과제 10%

### 4. 교재 및 참고자료

구분	교재 제목(웹사이트)	저자	출판사	출판년도
주교재	Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications	Terence A. Shimp	South-Western Pub	2017

# 수업계획서

## 5. 수업진도계획

주별	교수내용	수업형태	비고
1	수업개요, 수업방법 소개		
2	통합 마케팅 커뮤니케이션의 배경		
3	표적시장 선정, 포지셔닝 (STP)		
4	STP 계속		
5	목표설정과 예산 책정		
6	효과적이고 창의적인 메시지		
7	광고 소구 메시지와 광고 모델		
8	중간고사		
9	광고관리		
10	광고 메시지 효과 평가		
11	광고 매체 기획		
12	광고 매체의 특징		
13	판촉, 이벤트		
14	대외마케팅		
15	PR, 스폰서쉽		
16	기말고사		

## 6. 기타참고사항

주교재의 번역본이 필요하신 분은 광고와 프로모션(한경사)을 사용하셔도 괜찮습니다.

2023-1학기 온라인과목의 중간 및 기말시험 기간

중간고사: 2023년 4월 23일 일요일

- 시간: 12:00 ~ 12:50

- 응시시간: 50분

기말고사: 2023년 6월 18일 일요일

- 시간: 12:00 ~ 12:50

- 응시시간: 50분