

수업계획서

디지털마케팅 (Digital Marketing)

담당교수	성명	강주영	교과목	주수강대상	학과	경영학과
	직위	교수			전공	IT비즈니스
	소속	e-비즈니스학과				

1. 교과목 개요

디지털 마케팅은 고객을 이해하고, 제품에 가치를 부여하며, 다양한 디지털 채널을 통해 판매를 촉진하는 활동으로서 IT 비즈니스의 핵심으로 정의되기도 한다. 4차 산업혁명 시대에 맞추어 기업의 모든 활동들이 디지털 전환이 요구되고 있는 시점에 디지털 마케팅 과목을 통해 학생들은 마케팅 활동에서 디지털로 전환되면서 발생하는 다양한 이슈들을 점검하고 이를 효율적으로 대처할 수 있는 방안에 대해 학습한다. 또한, 다양한 디지털 마케팅 방법론을 습득하여 기업의 새로운 전략을 수립하고 이를 통해 매출을 증대할 수 있는 방안에 대해 학습한다. 또한 디지털 마케팅의 최근 트렌드에 해당하는 마케팅 자동화, SNS 마케팅, 모바일 마케팅, 검색엔진 최적화, 콘텐츠 마케팅, 퍼포먼스 마케팅 등의 개념을 익히고 실제 다양한 디지털 마케팅 기업 사례를 분석하고 실제 구글 애널리틱스와 같은 실전 도구들을 배울 기회를 갖는다.

무엇보다도 디지털 마케팅은 IT를 이용한 기업 마케팅 프로세스의 혁신적인 개선으로 정의될 수 있을 것이다. 따라서 이 과목은 IT를 이용하여 보다 효과적으로 소비자 요구를 발견하고, 예측하며, 만족시키는 절차에 대한 내용이라고 할 수 있다.

2. 수업운영방법 개요

온라인으로 운영됩니다.

3. 학습평가방법

1. 중간고사와기말고사의배점
중간고사: 40%
기말고사: 40 %
과제: 10% (디지털 마케팅 기획서 작성, 광고 효과 분석 등)
출석: 10%
2. 중간고사와기말고사 시험유형:
객관식, OX, 단답식, 간단한 서술식

수업계획서

4. 교재 및 참고자료

구분	교재 제목(웹사이트)	저자	출판사	출판년도
주교재	- 디지털 마케팅 4.0	조창환, 이희준	청송미디어	

5. 수업진도계획

주별	교수내용	수업형태	비고
1	마케팅 패러다임의 변화		
2	디지털 마케팅의 이해		
3	디지털 마케팅 커뮤니케이션과 광고		
4	디지털 광고의 이해		
5	디지털 광고 전략		
6	구전마케팅		
7	SNS마케팅		
8	중간고사		
9	콘텐츠마케팅과 네이티브광고		
10	인터랙티브 미디어 캠페인		
11	쇼핑몰을 위한 디지털 마케팅		
12	디지털 광고 효과의 측정		
13	퍼포먼스 마케팅		
14	구글 애널리틱스		
15	빅데이터 마케팅, 디지털 마케팅의 미래		
16	기말고사		

6. 기타참고사항

2022-2학기 온라인과목의 중간 및 기말시험 기간

중간고사: 2022년 10월 18일 화요일

- 시간: 22:30-23:20

- 응시시간: 50분

기말고사: 2022년 12월 13일 화요일

- 시간: 22:30-23:20

수업계획서

- 응시시간: 50분

유의 사항:

개인 사정으로 인해 시험일정을 변경하는 것은 불가능 하며, 온라인으로 진행되는 경우 사전에 준비하셔서, 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.