

2016년 1학기 테크노경영대학원 강의계획서

과목명	소비자행동론	학점	3	강의시간	화요일 18:30~21:20	강의실	603
-----	--------	----	---	------	-----------------	-----	-----

담당교수	성 명: 이인희	전공분야: MBA (마케팅)
	E-mail: bizideaman@hotmail.com	전화번호: 010-9217-9433

수업개요	소비자행동에 대한 이론 및 사례연구를 통해 인간의 상호작용과 마케팅에 대한 근본적 지식습득
------	--

수업목표	기업이 성공적인 마케팅 전략을 수립하려면 마케팅 활동에 가장 많은 영향력을 행사하는 "소비자들의 제품이나 서비스 구매에 관련된 소비 행동"에 대한 이해가 필수적이며, 이에 대한 이해를 바탕으로 개인도 더욱 현명하고 합리적인 소비를 할 수 있게 됩니다. 또한 기업과 소비자 간의 관계 분석은 관련된 정부정책 입안과 법규제정의 기반이 되기도 합니다. 소비자행동론의 학습 목표는 소비자 행동을 규범하는 다양한 사회.문화.심리적 요소와 구매의사 결정과정을 이해함으로써 효율적인 기업의 의사 결정과 효과적인 마케팅 전략을 수립하는데 있습니다
------	---

교재	주교재 : 소비자행동 Consumer Behavior 5th, 이명식 김찬목 이선수 옮김, CENGAGE Learning 부교재 : 소비자행동의 이해, 이문규 홍성태 지음, 법문사
----	---

평가방법	중간고사	기말고사	과제보고서	발표	출석	기타(참여)	합계
	20%	20%	20%	20%	20%	0%	100%

강의 계획	주(기간)	강의내용
	1주	소비자행동의 이해
	2주	심리적 핵심 - 동기, 능력, 기회
	3주	심리적 핵심 - 노출, 주의, 지각, 지식과 이해
	4주	심리적 핵심 - 고노력에 기초한 태도
	5주	심리적 핵심 - 저노력에 기초한 태도
	6주	심리적 핵심 - 기억과 인출
	7주	중간고사
	8주	의사결정과정 - 문제 인식과 정보탐색 과정
	9주	의사결정과정 - 고노력에 근거한 판단 및 의사결정
	10주	의사결정과정 - 저노력에 근거한 판단 및 의사결정
	11주	의사결정과정 - 의사결정 후 과정
	12주	소비자 문화 - 소비자 다양성, 사회계층 및 가족의 영향
	13주	소비자 문화 - 사이코그래픽스
	14주	소비자 문화 - 소비자행동에 미치는 사회적 영향
	15주	소비자행동 결과와 쟁점
	16주	기말고사