

사례로 배우는 마케팅 전략 I

교육목적	<ul style="list-style-type: none"> · 마케팅관리자나 기타 분야 관리자가 기본적으로 갖추어야 할 마케팅의 기본원리를 학습 · 마케팅 원리의 science적 요소의 학습을 위해 지금까지 수립된 원리 또는 이론을 습득함과 아울러 다양한 산업과 기업의 성공사례, 실패사례를 중심으로 토론함으로써 자사의 상황에 맞고 현장감 있는 전략 수립의 능력을 배양
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> · 제품의 시장 출시 이후 필요한 마케팅 전략을 학습함으로써 시기별 최적 마케팅 전략을 수립할 수 있는 역량을 제고 · 시장은 다양한 욕구를 가진 이질적인 고객으로 구성되어 있음. 따라서 시장을 구분하여 정의하는 접근법이 유용함. 시장세분화 방법을 학습함으로써 제품 차별화 전략을 구사하는 능력을 배양

■ 교육시간표

일차	시간	과목명	세부내용
9/8 (금)	09:30~ 10:30	마케팅의 기본 개념	<ul style="list-style-type: none"> - 고객의 needs와 wants - 고객만족과 고객충성도의 이해 - 마케팅 사고의 변천 - 사례: Zappos.com
	10:30~ 12:00	혁신의 유형	<ul style="list-style-type: none"> - 혁신의 필요성 - 어떻게 혁신할 것인가? - analogue 사업과 digital 기술의 hybrid를 통한 신제품/신사업 창출(click&mortar) - 사례: Amazon.com
	12:00~ 13:00	중식 제공	
	13:00~ 15:00	마케팅 전략 수립 과정	<ul style="list-style-type: none"> - 시장조사 - 시장세분화 - targeting 전략 - 차별화 전략 - 4p(product, place, promotion, price) 전략 - 사례: 밀러 맥주
	15:00~ 16:00	기업성장전략	<ul style="list-style-type: none"> - 매출 증대전략 - 시장침투전략 - 신시장 개발 전략 - 신제품 개발 전략 - 사업다각화 전략 - 사례: Arm and Hammer
	16:00~ 17:30	기업차원의 전략 수립	<ul style="list-style-type: none"> - mission statement 수립 - business objective 결정 - business portfolio 전략 - 사례: Disney