강의계획서(계절학기)

과목명		
	국문	문화콘텐츠 마케팅 전략의 수립과 집행
	영문	Marketing Strategy for Culture Content

개발대학/교수	한양대학교 김영재/신현욱
운영교수	한양대학교 장효진

* 개발교수와 운영교수는 다를 수 있습니다.

이수학점	3학점

개요	• 이 강좌는 문화콘텐츠를 전공하지 않는 학생들을 위한 수업으로, 문화콘텐츠 마케팅 전략과 수립의 실제를 탐구하기 위한 것이다. 전략적 마케팅을 실제와 가설을 통해 이해하고, 문화콘텐츠 마케팅 전략 수립에 필요한 다양한 이론과 실제를 학습한다. - 성공했던 마케팅 사례를 분석하고 벤치마킹한다. - 이후 콘텐츠 마케팅 전략수립에 필요한 조사, 분석 방법을 익힌다. - 동시에 마케팅 믹스 전략, 마케팅 실행과 통제 그리고 마케팅 사례 연구를 통하여 마케팅 전략 수립의 실무를 익힌다.
학습목표	• 마케팅 전략수립의 틀을 습득 및 그에 따른 문화콘텐츠 기획 접근법에 대해 설명할 수 있다. • 마케팅 전략적 사고의 틀에 기초한 문화콘텐츠 마케팅 전략의 수립과정에 대해 설명할 수 있다. • 실제 사례를 통한 문화콘텐츠 마케팅 전략 수립 및 집행과정에 대해 설명할 수 있다.
교재 및 참고문헌	
평가항목	

출석	40%	퀴즈	-
중간고사	계절학기 미진행	토론	-
기말고사	60%	팀프로젝트	-
과제	-	학습참여도	-
총합	100%		

※ 평가 방법 및 배점은 담당 교수 재량에 의해 변경될 수 있습니다.

주차별 강의 내용		
주차	**수업주제**	**학습내용**
1주차	문화콘텐츠마케팅 전략의 틀과 문화콘텐츠 상품의 특성 1	• 문화콘텐츠의 이해 • 문화콘텐츠 프로듀싱과 마케팅 • 무엇을 배울 것인가? • 문화콘텐츠 상품의 특성 1 - 비표준적 성격, 고위험 고수익, 경험재적 성격, 공공재적 성격, 규모의 경제
2주차	문화콘텐츠 상품의 특성 2	• 문화콘텐츠 상품의 특성 2 - OSMU / 짧은 수명주기 / 문화적 할인율
3주차	마케팅과 마케팅 컨셉의 이해	• 마케팅 개념의 이해 • 마케팅 개념의 변화 • 마케팅 영역 • 마케팅 핵심전략 • 마케팅 컨셉의 이해 • 마케팅 컨셉의 차이
4주차	마케팅 믹스 1	• 마케팅 믹스의 이해 • 마케팅 믹스 : 제품 / 유통 / 가격
5주차	마케팅 믹스 2	• 마케팅 믹스 : 프로모션
6주차	시장세분화와 문화소비자	• 시장세분화의 개념 • 시장세분화의 방법 • 문화콘텐츠 시장의 세분화 • 문화소비자
7주차	소비자 Needs와 목표시장	• 소비자 Needs의 이해 • 문화콘텐츠 상품의 소비자 Needs • 변화하는 Needs와 새로운 시장 • Needs에 따른 시장 세분화
8주차	마케팅 전략의 수립과정의 이해 및 Business Source	• 마케팅 전략의 수립 • 마케팅 전략의 핵심과제 • 마케팅 전략의 수립과정 • 구매 장애요인 • Business Source
9주차	문화콘텐츠 작품기획과 마케팅 전략	• 문화콘텐츠 마케팅 전략과 기획 • 소비자 Needs 분석과 시장 세분화 • 목표시장 선정 • 마케팅 컨셉 도출 및 마케팅 믹스 • 마케팅 결과
10주차	오피니언 리더와 구전효과	• 오피니언 리더의 특성 • 오피니언 리더의 정보전파 확산 방안 • 구전 마케팅
11주차	문화콘텐츠마케팅과 Brand	• Brand의 개념 • Brand의 스토리 전략 • 문화콘텐츠 브랜딩 전략
12주차	해외 문화콘텐츠 마케팅 - 한류를 중심으로	• 한류 현황 • 한류 성공사례 • 성공적인 해외 시장 진출 방안
13주차	문화콘텐츠 마케팅 성공과 실패 사례 1	• 사례 분석 1 • 사례 분석 2
14주차	문화콘텐츠 마케팅 성공과 실패 사례 2	• 사례 분석 3 • 사례 분석 4
15주차	기말고사	기말고사