

수업계획서

<2021학년도 9월 5일 ~ 12월 12일(수업기간)>

1. 강의개요							
학습과목명	스포츠마케팅	학점	3	교·강사명		교·강사 전화번호	
강의시간	일 11,12,13	강의실	M402- 2	수강대상		E- mail	
2. 교과목 학습목표							
본 교과목에서는 체계적이고 과학적인 마케팅 전략 제시를 위해 스포츠산업과 스포츠마케팅 개요, 스포츠소비자 행동의 관점과 요인, 스포츠마케팅 전략과 프로세스, 스포츠마케팅 믹스, 스포츠마케팅 조사 종류와 방법, 스포츠 스폰서십의 개념과 종류, 스포츠와 미디어의 관계, 스포츠이벤트 기획과 실행, 스폰서십, 라이선싱, 에이전트 등에 대한 이론과 사례를 논의하고 탐구한다.							
3. 교재 및 참고문헌							
스포츠마케팅/ 김도균/ 오래(2011)							
4. 주차별 강의(실습·실기·실험) 내용							
주별	차시	강의(실습·실기·실험) 내용				과제 및 기타 참고사항	
1	1	오리엔테이션/ 스포츠의 이해					
	2	스포츠마케팅의 기본적 이해와 정의					
	3	스포츠마케팅의 형태와 세부 영역					
2	1	스포츠소비자 충성도/ 관여도 개념의 이해					
	2	소비자행동 영향변수					
	3	스포츠마케팅 개요 및 마케팅 전략					
3	1	스포츠마케팅의 역사					
	2	스포츠마케팅의 필요성					
	3	스포츠마케팅의 국제화					
4	1	스포츠산업					
	2	스포츠마케팅의 역사와 변천 과정					
	3	스포츠마케팅의 정의					
5	1	스포츠마케팅과 정보의 관계					
	2	스포츠마케팅 조사					
	3	스포츠마케팅의 정보시스템					
6	1	스포츠시장 세분화의 개념과 요건					
	2	시장세분화와 마케팅 전략 대안					
	3	스포츠소비자 구매 의사 결정					
7	1	중간고사					
	2	중간고사					
	3	중간고사					
8	1	스포츠 스폰서십의 대상과 범위					
	2	스폰서에게 제공되는 권리					
	3	스폰서의 유형					
9	1	스포츠 단체의 스폰서 선정					
	2	기업의 스폰서십 참여					
	3	네이밍 마케팅					
10	1	개념과 선수 보증 광고와 스폰서십					
	2	라이선싱의 개념과 기대효과					
	3	스포츠와 방송의 관계					

11	1	스포츠 브랜드의 정의					
	2	스포츠 브랜드의 개발					
	3	스포츠 브랜드 관리					
12	1	스포츠와 미디어의 개념					
	2	스포츠와 미디어					
	3	스포츠 방송 중계권					
13	1	스포테이먼트 마케팅의 이해					
	2	스포테이먼트 마케팅의 이해					
	3	스포테이먼트 마케팅 전략					
14	1	엠부시 마케팅의 정의					
	2	엠부시 마케팅의 정의					
	3	엠부시 마케팅의 합법성과 예방법					
15	1	기말고사					
	2	기말고사					
	3	기말고사					
5. 성적평가 방법							
중간고사		기말고사	과제물	출결	기타	합계	비고
30%		30%	10%	20%	10%	100%	
6. 수업 진행 방법							
이론 중심							
7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항							
8. 문제해결 방법(실험·실습 등 학습 과정의 경우에 작성)							
9. 강의유형							
이론 중심(○), 토론·세미나 중심(), 실기 중심(), 이론 및 토론/세미나 병행(), 이론 및 실험·실습 병행(), 이론 및 실기 병행()							