

# 강 의 계 획 서

<b>과목명</b>	스포츠마케팅			
<b>학점</b>	3학점	<b>정원</b>	40	
<b>담당 교강사</b>				
<b>수업</b>	<b>수업기간(주)</b>		<b>총수업시간</b>	
	1학기 : 3월 초순 ~ 6월 중순 (15주) 2학기 : 9월 초순 ~ 12월 중순 (15주)		45	
<b>교재</b>	<b>주당시수</b>	3		
	<b>교재명</b>	<b>저자명</b>	<b>출판사</b>	
	스포츠마케팅 4.0 : 4차 산업혁명 미래비전	문개성	박영사	
<b>관련 과정명</b>	<b>출판연도</b>	2018		
	<b>학사</b>	체육학 전공, 태권도학 전공		
	<b>전문학사</b>			
<b>성적</b>	<b>평가방법</b>	상대평가		
	<b>성적배점</b>	중간 30점, 기말 30점, 과제물 10점, 출결 20점, 기타 10점		
	<b>성적비율</b>	A: 30%이내, B: 누계 70%이내		
	<b>이수요건</b>	성적 60점 이상 + 출석률 80% 이상		
<b>평가일정</b>	중간고사 : 개강 후 7~8주차 기말고사 : 개강 후 15주차			
<b>수업목표</b>	스포츠마케팅은 새로운 산업군으로 각광받는 스포츠용품업, 스포츠시설업, 스포츠 서비스업에 대한 체계적이고 과학적인 마케팅 전략을 학습한다. 체계적이고 과학적인 마케팅 전략 제시를 위해 스포츠산업과 스포츠마케팅 개요, 스포츠소비자 행동의 관점과 요인, 스포츠마케팅 전략과 프로세스, 스포츠마케팅 믹스, 스포츠마케팅 조사 종류와 방법, 스포츠스폰서십의 개념과 종류, 스포츠와 미디어의 관계, 스포츠이벤트 기획과 실행, 스포츠스폰서십, 라이선싱, 에이전트 등에 대한 이론과 사례를 논의하고 탐구한다. 스포츠마케팅의 기초이론을 바탕으로 스포츠산업 현장에서 실제로 응용할 수 있는 다양한 스포츠마케팅전략과 사례를 학습하여 스포츠마케팅관리자로서의 현장감과 실무능력을 함양한다.			

■ 주차별 강의 내용

주별	수업 주제 및 내용	비고
제1주	<p>※ 오리엔테이션 및 교과목 소개 (과목에 대한 안내, 출결 &amp; 평가안내)</p> <p>- 한 학기 수업 진행 과정과 내용을 전반적인 설명을 통해 이해를 도모하고 교수에 대한 이력과 소개를 함으로써 유대감을 형성할 수 있다.</p> <p>1) 강의주제: 경영과 마케팅의 본질</p> <p>2) 강의목표:</p> <p>- 경영의 본질과 현대사회에서 스포츠에 다른 마케팅을 이해하고 학습하여 설명할 수 있다.</p> <p>3) 강의세부내용:</p> <p>- 인간 본성이 경영 한계와 가능성</p> <p>- 판단과 행동의 기준범 잡기 학습</p>	<p>과제 제출일 : 15주차</p> <p>수시 시험 : 6주차, 14주차</p>
제2주	<p>1) 강의주제: 스포츠산업의 이해3</p> <p>2) 강의목표:</p> <p>- 스포츠산업의 중요성에 대해 학습하여 스포츠산업을 이해하여 설명할 수 있다.</p> <p>3) 강의세부내용:</p> <p>- 스포츠산업의 본질에 대한 이해 학습</p> <p>- 고부가가치 산업, 무한한 성장 잠재력이 있는 산업, 미디어적 가치가 있는 산업, 국민복지에 기여하는 산업을 설명하여 스포츠산업의 중요성을 학습</p>	
제3주	<p>1) 강의주제: 스포츠 마케팅의 이해1</p> <p>2) 강의목표:</p> <p>- 스포츠 시장을 학습하여 시장의 변화를 활용할 수 있다.</p> <p>3) 강의세부내용:</p> <p>- 스포츠 마케팅의 시작인 시장의 변화(수평적 공감 사회, 연결혁신 사회)를 이해하여 활용이 가능하게 학습한다.</p> <p>- 시장의 특성파악하기 학습</p>	
제4주	<p>1) 강의주제: 스포츠 마케팅의 이해4</p> <p>2) 강의목표:</p> <p>- 환경 분석에 대해 알아보고 이해하여 활용할 수 있다.</p> <p>3) 강의세부내용:</p> <p>- PEST 분석에 대해 이해하여 활용학습</p> <p>- SWOT 분석에 대해 이해하여 활용학습</p>	
제5주	<p>1) 강의주제: 스포츠 소비자의 충성도와 관여도1</p> <p>2) 강의목표:</p> <p>- 참여형태와 참여빈도에 따른 스포츠 소비자 특성을 이해하여 설명할 수 있다.</p> <p>3) 강의세부내용:</p> <p>- 참여형태에 따른 스포츠 소비자(참여, 관람, 매체 스포츠 소비자)에 대해 학습</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 참여빈도에 따른 스포츠 소비자 특성(스포츠 소비자, 간접 스포츠소비자, 비스포츠 소비자)을 통해 스포츠 소비자를 이해할 수 있게 학습</li> <li>- 충성고객의 관리방법에 대한 이해</li> </ul>	
<b>제6주</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 강의주제: 스포츠 서비스와 브랜드1</li> <li>2) 강의목표: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스포츠 서비스의 특성과 PZB의 서브컬 척도 이론을 활용할 수 있다.</li> </ul> </li> <li>3) 강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스포츠 서비스의 특성(무형성, 비분리성, 이질성, 소멸성)과 PZB의 서브컬 척도 이론(유형성, 신뢰성, 확산성, 응답성, 공감성)을 통해 서비스를 이해할 수 있게 학습</li> </ul> </li> </ol>	수시 시험
<b>제7주</b>	중간고사	시험
<b>제8주</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 강의주제: 스포츠 제품과 상품1</li> <li>2) 강의목표: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품과 상품, 제품의 차원의 개념에 대해 알아보고 이해하여 제품의 영역, 분류를 설명할 수 있다.</li> </ul> </li> <li>3) 강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품과 상품의 이해학습</li> <li>- 스포츠 제품의 영역과 분류, 핵심제품, 실제제품, 기대제품, 확장제품, 잠재제품을 이해학습</li> </ul> </li> </ol>	
<b>제9주</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 강의주제: 스포츠 가격과 통화1</li> <li>2) 강의목표: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가격과 통화, 스포츠 가격의 개념과 특성에 대해 알아보고 활용할 수 있다.</li> </ul> </li> <li>3) 강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가격과 통화의 이해할 수 있게 학습</li> <li>- 고정비용과 변동비용에 대해 학습</li> <li>- 스포츠 가격의 개념 및 특성을 이해할 수 있게 학습</li> </ul> </li> </ol>	
<b>제10주</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 강의주제: 스포츠 장소와 유통2</li> <li>2) 강의목표: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스포츠 유통의 이해를 통해 분류를 알아보고 전략을 제시할 수 있다.</li> </ul> </li> <li>3) 강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스포츠 유통의 개념, 스포츠 유통경로와 거래의 경제성, 유통경로의 기능 학습</li> <li>- 스포츠 콘텐츠 및 정보 유통, 참여 및 관람스포츠 유통, 스포츠 용품 유통 학습</li> </ul> </li> </ol>	
<b>제11주</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 강의주제: 스포츠 촉진과 커뮤니케이션1</li> <li>2) 강의목표: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스포츠 촉진과 커뮤니케이션이란 무엇인지를 이해하고 목표를 세워 촉진방법을 제시할 수 있다.</li> </ul> </li> <li>3) 강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스포츠 촉진과 커뮤니케이션을 이해 학습</li> <li>- 촉진목표를 세워 촉진방법인 광고이해 학습</li> </ul> </li> </ol>	

	- 홍보와 공중관계를 이해 학습	
<b>제12주</b>	1) 강의주제: 스포츠 미디어와 방송중계권2 2) 강의목표: - 스포츠와 미디어와의 관계를 이해하여 어떠한 영향 관계가 있는지 분석할 수 있다. 3) 강의세부내용: - 스포츠와 미디어 공생 관계 이해 - 스포츠와 미디어 간의 영향(광고수익 증대, 방송 프로그램 다변화, 방송중계권 상승, 첨단기술 개발과 도입)과 구조적 틀에 대한 학습	
<b>제13주</b>	1) 강의주제: 스포츠 스폰서십과 매복 마케팅2 2) 강의목표: - 공식 스폰서십과 매복 마케팅의 이유와 방지방법에 대해 이해하여 매복 마케팅을 활용할 수 있다. 3) 강의세부내용: - 성공적인 공식 스폰서십의 조건에 대한 학습 - 스폰서십의 취지와 매복 마케팅의 이유와 방지방법학습	
<b>제14주</b>	1) 강의주제: 명명권, 인도스먼트, 라이선싱 및 머천다이징3 2) 강의목표: - 스포츠 라이선싱과 머천다이징을 이해하고 구조 및 효과에 대해 설명할 수 있다. 3) 강의세부 내용: - 스포츠 라이선싱과 머천다이징의 구조(라이선싱, 라이선싱)에 대해 학습 - 머천다이징의 효과(스포츠 단체 혜택, 기업 혜택, 소비자 혜택)에 대해 학습	수시시험
<b>제15주</b>	기말고사	시험 과제 제출일