

강 의 계 획 서

1. 강의개요							
학습과목명	인터넷 마케팅	학점	3학점	교·강사명		교·강사 전화번호	
강의시간	3시간	강의실		수강대상		E-mail	
2. 교과목 학습목표							
<p>(1) 인터넷마케팅에 대한 이론적 내용과 실무사례를 심도 있게 학습하고 기본지식을 습득한다.</p> <p>(2) 인터넷 환경에서 실무경영에 활용할 수 있는 비즈니스전략을 이해하고 응용함으로써 기존 오프라인과는 다른 형태의 커뮤니케이션 전략을 구축한다.</p> <p>(3) 각 장별 사례 및 요약정리를 통하여 학습의 완성도를 높인다.</p>							
3. 교재 및 참고문헌							
<p>주교재: 인터넷마케팅(개정3판) / 저자 박명호 외 / 출판 명경사 / 2014년</p> <p>부교재: 인터넷마케팅 / 저자 김문태 / 출판 비즈프레스 / 2015년</p>							
4. 주차별 강의(실습·실기·실형) 내용							
주별	차시	강의(실습·실기·실형) 내용				과제 및 기타 참고사항	
제1주	1	<p>1) 강의주제 : 인터넷비즈니스의 이해</p> <p>2) 강의목표 : 인터넷비즈니스의 각 구성개념에 대한 이론과 실무를 학습한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① BtoB 와 BtoC 의 차이를 이해하고 각 구성개념에 대해 학습한다.</p> <p>② 인터넷을 이용하여(재화나 용역) 거래하는 전자상거래 시스템의 구성기반에 대해 학습한다</p> <p>③ 인터넷 비즈니스를 통한 기업 상호관계에 대해 학습한다.</p> <p>4) 수업방법 :</p> <p style="text-align: center;">오리엔테이션 → 이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>					
	2	<p>1) 강의주제 : 인터넷마케팅의 이해</p> <p>2) 강의목표 : 인터넷마케팅 개념에 대해 이해한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① 인터넷을 활용한 마케팅 패러다임 변화에 대해 학습한다.</p> <p>② 다양한 정보원을 결합시킨 새로운 쌍방향 정보커뮤니케이션 작용에 대해 이해한다.</p> <p>③ 인터넷마케팅의 정의와 인터넷의 특성에 대해 학습한다.</p>					

		<p>4) 수업방법 : 이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
3		<p>1) 강의주제 : 기존마케팅과 인터넷마케팅의 차이점 2) 강의목표 : 기존마케팅과 인터넷마케팅의 각각의 차이점을 구분하여 이해한다. 3) 강의세부내용 ① 정보기반 마케팅의 특징을 이해한다. ② 광고효과 측정의 용이성을 학습하고 그 방법에 대해 토론한다. ③ 중소기업에서 활용하는 저비용 광고, 인터넷마케팅 방법에 대해 토론한다.</p> <p>4) 수업방법 : 이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
제2주	1	<p>1) 강의주제 : 온라인 구매자 타입 2) 강의목표 : 온라인 구매자의 구매가치에 대해 이해하고 그들의 구매 특성과 행동에 대해 학습한다. 3) 강의세부내용 ① 기업 온라인 구매자의 유형에 대해 학습한다. ② 온라인 구매자들의 구매패턴에 대해 이해한다. ③ 최신 국내외 인터넷마케팅 트렌드 전망에 대한 사례를 토론을 통해 학습한다.</p> <p>4) 수업방법 : 이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
	2	<p>1) 강의주제 : 온라인 구매자들의 행동 2) 강의목표 : 온라인 구매자들의 인터넷쇼핑 구매결정 속성에 대해 학습한다. 3) 강의세부내용 ① 일반적인 차원의 소비자 구매의사결정과정에 대해 학습한다. ② 인터넷 쇼핑 구매결정 속성에 대해 파악한다. ③ 소비자 구매의사결정과정에서의 인터넷과 전통적 상거래의 이용 실태에 대해 파악한다.</p> <p>4) 수업방법 : 이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
	3	<p>1) 강의주제 : 온라인을 사용하지 않는 소비자 2) 강의목표 : 인터넷 사용자, 기업 사이의 디지털 경계 (Digital Divides)에 대해 파악한다. 3) 강의세부내용 ① 디지털 경계(Digital Divides)의 발생 경우에 대해 학습한다. ② 인터넷을 사용하지 않는 오프라인 선택 소비자의 특성을 파악한다.</p>	

	<p>③ 신체적 장애를 가진 소비자 혹은 사회적 소외감을 가진 소비자의 인터넷쇼핑 반응에 대해 토론한다.</p> <p>4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → Case Study → 질의응답 및 출석평가</p> <p>* Case study : 남녀 인터넷 쇼핑몰 뇌반응(뉴로마케팅) Case study 및 학습토론</p>	
제3주	<p>1</p> <p>1) 강의주제 : 인터넷 소비자 행동</p> <p>2) 강의목표 : 신소비자로서 인터넷 소비자의 행동특성에 대해 학습한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① 인터넷 소비자 행위의 원리에 대해 파악하고 그들의 행동원리를 이해한다.</p> <p>② 인터넷 소비자의 대표적 특성들을 파악한다(개인적 성향, 독립적 성향, 정보지향적 성향, 참여적 성향 및 고관여 성향에 따른 각 관점별 특징을 파악한다).</p> <p>4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
	<p>2</p> <p>1) 강의주제 : 인터넷 소비자 유형</p> <p>2) 강의목표 : 인터넷 소비자의 유형을 분류하는 기준에 따라 구분하여 각각의 소비자 특성을 파악한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① 인터넷 사용목적(항해자, 단순 접속자, 교섭자, 반복이용자 및 레저 추구자)에 따른 인터넷 사용목적을 구분하여 파악한다.</p> <p>② 컴퓨터/ 인터넷 관련의식에 기반한 집단구분에 대해 학습한다.</p> <p>③ 소비자를 인터넷 수용정도에 따라 구분하여 파악한다.</p> <p>4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
	<p>3</p> <p>1) 강의주제 : 인터넷 소비자 행동모델과 구매의사결정과정</p> <p>2) 강의목표 : 인터넷 소비자 행동모델을 이해한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① 인터넷 소비자 정보처리과정을 이해한다</p> <p>② 소비자 정보처리과정의 각 처리과정별 특징을 이해한다.</p> <p>4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → Case Study → 질의응답 및 출석평가</p> <p>* Case study 주제: 중고나라'중고품 거래실태 조사'Case</p>	

		study 및 학습토론	
제4주	1	<p>1) 강의주제 : 인터넷 기업 판매자</p> <p>2) 강의목표 : 온라인을 활용한 기업들의 사례를 파악함으로써 온라인 기업 판매자의 사업모델을 재 해석해본다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① 블랙 앤 모탈 모델을 통한 판매 특징을 이해한다.</p> <p>② 장소, 순수 클릭 비즈니스의 특징을 이해한다.</p> <p>③ 인터넷 쇼핑에 대한 뉴로마케팅 사례를 이해하고 토론한다.</p> <p>4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
	2	<p>1) 강의주제 : 정부와 기타 판매자</p> <p>2) 강의목표 : 정부와 기타 판매자 등의 온라인 사이트 이용실태를 파악함으로써 최근 공공기관의 거래방식을 이해한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① 공공부문의 온라인 거래 활용에 대한 사례학습</p> <p>② 대학과 교육의 온라인 거래 활용에 대한 사례학습</p> <p>③ 예술문화, 종교단체의 온라인 거래 활용에 대한 사례학습.</p> <p>4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
	3	<p>1) 강의주제 : 개인 온라인 판매자</p> <p>2) 강의목표 : 개인 판매자의 온라인 사이트 이용실태를 파악하고 거래방식을 이해한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① 전문가 집단의 온라인 거래 활용에 대한 사례학습</p> <p>② 예술가와 설계사 등의 온라인 거래 활용에 대한 사례학습.</p> <p>③ 정부의 인터넷쇼핑몰 에스크로 사례를 학습하고 토론한다.</p> <p>4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → Case Study → 질의응답 및 출석평가</p> <p>* Case study 주제: 정부, 인터넷 쇼핑몰 '에스크로'가입 의무화 추진 사례 Case study 및 학습토론</p>	
제5주	1	<p>1) 강의주제 : 인터넷 마케팅 조사</p> <p>2) 강의목표 : 마케팅정보 시스템을 활용한 마케팅조사의 개념과 활용방안에 대해 학습한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① 응용조사(광고 효과성 조사, 클릭률 조사, 전환율 조사, 광고에 대한 소비자 의견조사 등)에 대한 개념을 파악한다.</p> <p>② 인터넷 마케팅조사를 하는 목적에 대해 이해한다.</p> <p>③ 온라인 마케팅 조사의 장단점에 대해 파악한다.</p>	

	4) 수업방법 : 이론강의 → 질의응답 및 출석평가	
	2 1) 강의주제 : 1차 마케팅 조사 2) 강의목표 : 시장 정보 수집을 위한 질적, 양적 조사 방법을 파악한다. 3) 강의세부내용 ① 온라인 표적집단 조사에 대해 학습한다. ② 온라인 브레인스토밍 등 질적 조사방법에 대해 학습한다. ③ 온라인 서베이를 통한 양적 조사방법에 대해 파악한다. 4) 수업방법 : 이론강의 → 질의응답 및 출석평가	
	3 1) 강의주제 : 2차 마케팅 조사 2) 강의목표 : 2차 마케팅 조사의 방법과 목적에 대해 이해한다. 3) 강의세부내용 ① 2차 마케팅 조사와 인터넷과의 상호작용을 파악한다. ② 정부, 단체, 정기간행물, 전문학회 및 전문협회 등의 2차 자료 원천을 파악한다. ③ 인터넷 마케팅 조사 사례를 학습하고 토론한다. 4) 수업방법 : 이론강의 → Case Study → 질의응답 및 출석평가 * Case study 주제: SK 마케팅 앤 컴퍼니 의 2010 인구주택 총조사의 국무총리상 수상 관련 Case study 및 학습토론	
제6주	1 1) 강의주제 : 인터넷마케팅과 기본 전략 2) 강의목표 : 인터넷을 통해 이루어지는 상업적 활동의 영역에 대해 파악한다. 3) 강의세부내용 ① 인터넷마케팅의 특징을 파악한다. ② 인터넷마케팅의 성공요인을 파악한다. ③ 인터넷마케팅의 전략을 유형별로 분류하여 파악한다. 4) 수업방법 : 이론강의 → 질의응답 및 출석평가	
	2 1) 강의주제 : 인터넷 비즈니스 모델 2) 강의목표 : 인터넷 비즈니스 모델의 구성을 이해한다 3) 강의세부내용 ① 기존 비즈니스 모델의 이식방법과 인터넷 고유의 비즈니스 모델의 구성을 비교하여 파악한다. ② 혁신성과 기능통합에 따른 인터넷 비즈니스 모델을 분류하여 파악한다. 4) 수업방법 :	

		<p>이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p> <p>1) 강의주제 : 소비자 분석 2) 강의목표 : 마케팅 계획에 있어 가장 중요한 소비자 욕구 (Needs)와 필요(Wants)에 대해 파악하고 이에 대한 소비자의 복잡 다양한 욕구 대응방안에 대해 학습한다. 3) 강의세부내용 ① 소비자 분석에 대한 목적을 파악한다. ② 소비자의 고관여도, 저관여도의 개념을 비교하여 구분한다. ③ 관여도를 높이는 방법에 대해 토론한다. 4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → Case Study → 질의응답 및 출석평가</p> <p>* Case study 주제: SNS, PPL 감성마케팅과 관련된 사례 Case study 및 학습토론</p>	
	3	<p>1) 강의주제 : 인터넷 마케팅을 활용한 시장세분화 2) 강의목표 : 시장세분화 및 표적시장 선정의 필요성 및 의의에 대해 학습함으로써 인터넷마케팅 전략의 개념을 이해한다. 3) 강의세부내용 ① 인터넷 마케팅에서의 시장세분화 방법을 파악한다. ② 인터넷 마케팅의 시장세분화 변수 기준을 각 관점별로 이해한다. ③ 시장세분화의 요건을 각 관점별로 파악한다. 4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
제7주	1	<p>11) 강의주제 : 시장 표적화 2) 강의목표 : 표적시장 선정의 필요성 및 의의에 대해 학습함으로써 인터넷마케팅 전략의 개념을 이해한다. 3) 강의세부내용 ① 표적시장 선정의 의미를 파악한다. ② 표적시장의 고려 요인을 파악한다. ③ 표적시장 선정 전략에 대해 학습한다. 4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
	2	<p>1) 강의주제 : 시장 포지셔닝 2) 강의목표 : 시장 포지셔닝 방법에 대해 학습함으로써 인터넷 마케팅 전략의 개념을 이해한다. 3) 강의세부내용 ① 인터넷 비즈니스 모델의 포지셔닝 전략방안에 대해 학습한다.</p>	
	3		

		<p>② 인터넷 마케팅 포지셔닝 방안을 포지셔닝 맵을 통해 학습한다.</p> <p>4) 수업방법 : 이론강의 → Case Study → 질의응답 및 출석평가</p> <p>* Case study 주제: 기업활동과 SNS의 영향력에 관한 사례 '페북도사의 4날개' Case study 및 학습토론</p>
제8주	1 2 3	<p>중간고사</p>
제9주	1	<p>1) 강의주제 : 인터넷 제품과 브랜드</p> <p>2) 강의목표 : 인터넷 기본상품 (Internet Product Fundamentals) 구성과 고객의 선호도에 대해 학습한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① 상품의 분류(디지털 상품, 결합상품)를 통해 상품의 구성 개념과 특징을 파악한다.</p> <p>② 상품의 계층에 대해 학습한다.</p> <p>③ 온라인상에서의 상품구매 장, 단점에 대해 비교 파악한다.</p> <p>4) 수업방법 : 이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>
	2	<p>1) 강의주제 : 인터넷 브랜드</p> <p>2) 강의목표 : 인터넷 브랜드의 특성과 중요성에 대해 학습한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① 기존 오프라인과 온라인 브랜드의 차이점을 구분하여 해석한다.</p> <p>② 브랜드자산의 네 가지 구성요소에 대해 학습한다.</p> <p>4) 수업방법 : 이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>
	3	<p>1) 강의주제 : 인터넷 도메인</p> <p>2) 강의목표 : 인터넷 도메인의 개념과 그 중요성에 대해 학습한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① 도메인 네임이 갖는 특성 및 계층구조 사례를 학습한다.</p> <p>② 도메인과 브랜드의 중요성과 가치평가 요소를 이해하고 학습한다.</p> <p>③ 도메인을 활용한 도메인 네임 창조전략에 대해 이해하고 도메인 네이밍 시 주의해야 할 사항에 대해 토론한다.</p> <p>4) 수업방법 : 이론강의 → Case Study → 질의응답 및 출석평가</p>

		<p>* Case study 주제: 소비자 와 지역 가게가 연계한 WinWin 전략 쇼핑몰 사례 Case study 및 학습토론</p>	
제10주	1	<p>1) 강의주제 : 인터넷 제품의 가격관리</p> <p>2) 강의목표 : 인터넷 환경하의 가격결정 방안과 고려요소에 대해 학습한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① 인터넷 가격결정시 고려요소를 파악한다.</p> <p>② 가격설정 방법에 대해 이해한다.</p> <p>③ 인터넷 환경하의 소비자와 가격민감도에 대해 학습한다.</p> <p>4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
	2	<p>1) 강의주제 : 인터넷 유통 I</p> <p>2) 강의목표 : 유통경로에 대한 기본개념 학습을 통한 인터넷 유통의 신 패러다임을 이해하고 응용한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① 직접유통경로와 디지털 직접 유통경로의 특징 이해</p> <p>② 경로장식에 대한 학습과 판매손실의 관계를 이해한다.</p> <p>③ 고객관계관리에 대해 이해한다.</p> <p>4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
	3	<p>1) 강의주제 : 인터넷 유통 II</p> <p>2) 강의목표 : 유통경로에 대한 기본개념 학습을 통한 인터넷 유통의 신 패러다임을 이해하고 응용한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① 메타미디어리(Metamediaries)의 개념과 특성에 대해 학습한다.</p> <p>② 다단계 마케팅의 유통시스템과 판매방식에 대해 학습한다.</p> <p>4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → Case Study → 질의응답 및 출석평가</p> <p>* Case study 주제:새로운 유통경로 경매사이트 '다음 온켓' 사례 Case study 및 학습토론</p>	
제11주	1	<p>1) 강의주제 : 인터넷 프로모션</p> <p>2) 강의목표 : 인터넷 프로모션의 개념과 그 중요성에 대해 학습한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <p>① 이상적인 프로모션과 프로모션을 통한 소비자 반응 형태에 대해 학습한다.</p> <p>② 프로모션 믹스에 대해 파악한다.</p> <p>③ 광고, 판매촉진, 인적판매 및 PR홍보의 각 구성개념을 파악</p>	

		한다.	
		4) 수업방법 : 이론강의 → 질의응답 및 출석평가	
	2	1) 강의주제 : 프로모션 이슈 2) 강의목표 : 인터넷을 활용한 프로모션 형태 및 프로모션 제약 사항들에 대해 파악한다. 3) 강의세부내용 ① 웹사이트의 방문고객들에 대한 공격적이 전술을 파악한다. ② 인터넷 통합 마케팅 프로모션에 대해 학습한다. ③ 배너광고, 자기광고, 스폰서십 및 틈새광고 등의 인터넷 광고 형태에 대해 학습한다. 4) 수업방법 : 이론강의 → 질의응답 및 출석평가	
	3	1) 강의주제 : 판매 프로모션과 이메일 승인 마케팅 2) 강의목표 : 인터넷을 활용한 판매 프로모션 형태 및 이메일 마케팅에 대해 학습한다. 3) 강의세부내용 ① 판매 프로모션의 유형 및 방법을 파악한다. ② 이메일 승인 마케팅을 통한 각 세분화된 전략을 학습한다. 4) 수업방법 : 이론강의 → Case Study → 질의응답 및 출석평가 * Case study 주제: 앵그리버드 손잡고 모바일 광고플랫폼 T애 드 탑재한 'SK플래닛' 사례 Case study 및 학습토론	
제12주	1	1) 강의주제 : 인터넷 마케팅 계획 2) 강의목표 : 인터넷 마케팅의 기초계획 수립방안에 대해 체계적으로 학습한다. 3) 강의세부내용 ① 인터넷 마케팅 계획의 필요성을 파악한다. ② 웹 마케팅 계획이 사이트에서 어떻게 구성되어야 하는지에 대해 기본 사례를 통해 학습한다. ③ 웹 마케팅 계획의 실행방법에 대해 실습한다. 4) 수업방법 : 이론강의 → 질의응답 및 출석평가	
	2	1) 강의주제 : 인터넷 사이트의 가치평가 및 관리 2) 강의목표 : 인터넷 사이트의 가치평가의 기준을 각 중심모델 별로 구분하여 파악한다. 3) 강의세부내용 ① 재무지표 중심모델을 통한 평가방법 이해 ② 트래픽 중심모델을 통한 평가방법 이해	

	<p>③ 자산가치 중심을 통한 평가방법 이해</p> <p>4) 수업방법 : 이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
3	<p>1) 강의주제 : 웹 로그 분석의 필요성과 문제점 2) 강의목표 : 웹 로그 분석의 필요성에 대한 평가와 기술의 문제점에 대해 학습한다. 3) 강의세부내용 ① 로그파일(자신의 사이트에 방문한 기록)을 통한 웹사이트 가치평가 분석의 형태 이해 ② 웹 로그의 평가기술에 대한 개념 이해 ③ 로그파일 분석을 통한 비즈니스 전략방안을 정의하고 이해한다.</p> <p>4) 수업방법 : 이론강의 → Case Study → 질의응답 및 출석평가</p> <p>* Case study 주제:HP의 e-mail마케팅 성공사례 Case study 및 학습토론</p>	
제13주	<p>1) 강의주제 : e-CRM 2) 강의목표 : e-CRM을 정확히 이해하고 e-CRM을 통한 수익 구조에 대해 파악한다. 3) 강의세부내용 ① 온라인상의 전자적 고객접근 경로에 대해 학습한다. ② 디지털 환경 중심의 다기능 접촉도구의 활용방안에 대해 학습한다. ③ 인터넷 고객센터 내에서 고정고객 관리강화 방안에 대해 집중 토론한다.</p> <p>4) 수업방법 : 이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
2	<p>1) 강의주제 : e-CRM 운용목적 2) 강의목표 : e-CRM의 운용목적에 대해 구체적으로 파악한다. 3) 강의세부내용 ① 표적고객에 대한 고객관계 집중화 방안에 대해 학습한다. ② 고객이탈 방지를 위한 적극적인 고객마케팅 방안에 대해 학습한다. ③ 데이터마이닝을 통한 고객자산의 기반 전략화 방안을 이해하고 토론한다.</p> <p>4) 수업방법 : 이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
3	<p>1) 강의주제 : e-CRM 모델의 분류</p>	

		<p>2) 강의목표 : e-CRM 모델의 분류를 통해 고객가치와 기업가치의 극대화를 위한 모델 유형별 특징과 차이점을 이해한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 고객관계 유형별 e-CRM 모델을 학습한다. ② 서비스 유형별 e-CRM 모델을 학습한다. ③ 거래 관계형 e-CRM 모델을 학습한다. <p>4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → Case Study → 질의응답 및 출석평가</p> <p>* Case study 주제: 인터넷을 활용한 고객관계 성공사례 Case study 및 학습토론</p>	
제14주	1	<p>1) 강의주제 : 인터넷 쇼핑몰 창업 I</p> <p>2) 강의목표 : 인터넷 쇼핑몰의 창업과 창업 아이디어의 선정 그리고 창업가 특성에 대해 학습한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 창업 아이디어의 중요성과 원천에 대한 이해를 도모한다. ② 창업 아이디어의 원천이 무엇인지 파악한다. ③ 창업 아이디어의 선정 절차에 대해 학습한다. <p>4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
	2	<p>1) 강의주제 : 인터넷 쇼핑몰 창업 II</p> <p>2) 강의목표 : 인터넷 쇼핑몰의 창업과 창업 아이디어의 선정 그리고 창업가 특성에 대해 학습한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 창업아이디어 선정의 기본 원칙에 대한 각 개념을 이해하고 학습한다. ② 창업아이디어 선정의 핵심 3 요소를 파악한다. ③ 사업 타당성분석 방법을 파악한다. <p>4) 수업방법 :</p> <p>이론강의 → 질의응답 및 출석평가</p>	
	3	<p>1) 강의주제 : 인터넷 쇼핑몰 구축과 운영</p> <p>2) 강의목표 : 인터넷 쇼핑몰 구축을 위한 기본적인 절차의 학습과 이를 통한 절차의 검토와 준비과정에 대해 학습한다.</p> <p>3) 강의세부내용</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 인터넷 쇼핑몰 사업 아이템 선정 방법을 이해한다. ② 인터넷 쇼핑몰 성공을 위한 5가지 전략에 대해 학습한다. ③ 인터넷 쇼핑몰 창업 사례 학습 및 토론 <p>4) 수업방법 :</p>	

		이론강의 → Case Study → 질의응답 및 출석평가					
		* Case study : '인터넷마케팅 10개명'에 대한 학습토론 * 과제물 제출 : 인터넷쇼핑몰 창업을 위한 절차를 설계하시오.(상세: 아이디어 및 사업목표 설정 단계에서부터 사업에 대한 자원 및 경영자원을 투입하는 전 과정에 대해 순서별로 상세하게 설계하시오.)					
제15주	1	기말고사					
	2						
	3						
5. 성적평가 방법							
	중간고사	기말고사	과제물	출결	기타	합계	비고
	30%	30%	20%	20%	0%	100 %	
6. 수업 진행 방법							
인터넷마케팅 교재강의, 조별실습 및 토론 방식을 통하여 네트워크기반의 마케팅전략에 대한 기본 개념을 이해하고 동시에 실무적인 틀에서 인터넷마케팅 전략에 대해 심도있게 학습함							
7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항 (과제물 제시)							
기 선행된 인터넷기업의 경영사례, 인터넷 기사 등 최근 인터넷 기반 마케팅전략 사례를 집중 토론하고 그에 대한 시사점을 도출함.							
8. 문제해결 방법(실험·실습 등의 학습과정의 경우에 작성)							
9. 강의유형							
이론중심(), 토론, 세미나 중심(), 실기 중심(), 이론 및 토론, 세미나 병행(●) 이론 및 실험, 실습 병행(), 이론 및 실기 병행()							