

학습과목명	스포츠마케팅	학 점	3	교·강사명	
강의시간	3시간	이론 / 실습	이론	전화번호	
학습목표					
<p>스포츠 마케팅의 기본 개념과 스포츠마케팅믹스(4P)을 이해하고, 일반 제품 혹은 서비스의 마케팅 믹스와 비교하여 스포츠마케팅전략 수립을 위한 기본 개념(STP)과 일반 제품 혹은 서비스의 STP와 비교한다.</p> <p>아울러 스포츠소비자의 행동에 대한 이해와 스포츠 마케팅의 최근의 경향 및 구체적으로, 스포츠에이전트, 방송 중계권 등의 분야를 이해한다.</p>					
교재 및 참고문헌					
<p>- 주교재 : 이병기.김주호 저(2014) / 스포츠마케팅플러스 / 대경북스</p> <p>- 부교재 : 임운학 (2015)/ 스포츠마케팅 / 대경북스</p>					
성적평가방법					
중간고사	기말고사	과제물	출결	기타	합계
30	30	20	20	-	100
주차별 강의(실습·실기·실험) 내용					
주차	차시	강의(실습·실기·실험) 내용			과제 및 기타 참고사항
1	1	<강의제목> 체육환경의 변화와 스포츠산업			PPT 활용수업 주교재 pp16~25 PPT
	2	<강의주제> 오리엔테이션, 체육환경의 변화와 전망, 정의 및 분류			
	3	<강의세부내용> 스포츠에 대한 사회적 수요의 변화 및 페러다임의 전환 노령화, 여가시간의 증가, 청소년 비만 및 체력저하, 소득격차			
2	1	<강의제목> 체육환경의 변화와 스포츠산업			PPT 활용수업 주교재 pp39~45 PPT
	2	<강의주제> 스포츠산업의 특성, 시장규모 및 발전방향			
	3	<강의세부내용> 특성, 현황, 전략산업화, 체육복지 실현, 관광연계 스포츠서비스업 중점/기업 활동 여건마련/설치운영/활성화를 위한 다양성 추진/상품화 전략			
3	1	<강의제목> 스포츠마케팅의 이해			PPT 활용수업 주교재 pp54~67 시청각(조단을 이용한 NBA의 마케팅 전략)
	2	<강의주제> 스포츠마케팅의 개념, 발달, 특성			
	3	<강의세부내용> 마케팅과 스포츠마케팅의 정의 및 핵심 개념 필요와 욕구/수요/제품/교환/시장 기업이미지 촉진수단으로서의 스포츠마케팅 활용 관람스포츠소비자의 증가/매스미디어 마케팅화, 확산/제품, 가격, 유통, 촉진			

4	1	<p><강의제목> 스포츠소비자 행동</p> <p><강의주제> 스포츠소비자의 개념, 행동분석, 의사결정과정, 행동요인</p>	<p>PPT 활용수업 주교재 pp72~90 <u>과제물 부여</u> 과제 - STP전략분석의 사례 조사 후 작성 제출</p>
	2	<p><강의세부내용> 스포츠소비자 정의 및 분류(참여,관람스포츠소비자)</p>	
	3	<p>스포츠소비자의 행동분석(행동의 정의,특성,필요성) 스포츠소비자의 행동영향요인(개인·심리적 요인, 사회·문화적 요인)</p>	
5	1	<p><강의제목> 스포츠시장 세분화(STP전략)</p> <p><강의주제> 시장세분화, 표적시장, 제품포지셔닝</p>	<p>PPT 활용수업 주교재 pp96~111</p>
	2	<p><강의세부내용> 시장세분화의 정의 및 조건(측정·접근가능성,집단간의이질성,규모성) 시장세분화의 기준(지리적,인구통계학적,심리적,행동적) 세분시장의 평가(규모와성장성,수익성,목표외지원)</p>	
	3	<p>표적시장 전략(비차별적,차별적,집중적 마케팅전략) 포지셔닝의 개념,유형(제품속성,사용상황,제품사용자) 포지셔닝전략 수립과정(경쟁적 강점파악,경쟁우위선택, 전달,재포지셔닝)</p>	
6	1	<p><강의제목> 스포츠와 제품</p> <p><강의주제> 스포츠의 개념, 구성요소, 제믹스전략, 신제품개발,수명주기</p>	<p>PPT 활용수업 주교재 pp116~133</p>
	2	<p><강의세부내용> 객관적·주관적 스포츠제품의 구성요소 (품질,디자인,상표,포장/효과,이미지)</p>	
	3	<p>스포츠 제품믹스 개념.전략(확대전략,축소전략) 신제품개발의 의의,개발과정(아이디어창출·심사,컨셉의 개발 및 테스트,사업성 분석,제품개발,시장테스트,상품화) 도입기,성장기,성숙기,쇠퇴기 등</p>	
7	1	중 간 고 사	<p><u>과제물 제출</u></p>
	2		
	3		
8	1	<p><강의제목> 스포츠와 가격</p> <p><강의주제> 가격의 개념과 중요성,결정요인,결정법,가격결정전략</p>	<p>PPT 활용수업 주교재 pp136~148</p>
	2	<p><강의세부내용> 가격의 개념과 중요성(가격의 개념,가격의결정요인) 결정요인(기업목표,수요,원가,경쟁상황,외부요인)</p>	
	3	<p>결정법(원가중심·소비자중심·경쟁중심 가격결정) 결정전략(신제품 가격결정, 할인가격 전략)</p>	
9	1	<p><강의제목> 장소와 유통</p> <p><강의주제> 장소의 개념, 구성, 유통경로의 유형</p>	<p>PPT 활용수업 주교재 pp152~162</p>
	2	<p><강의세부내용> 스포츠시설의 배치 및 이미지(시설배치,시설이미지)</p>	

	3	유통경로의 의의, 필요성 소비재 유통경로, 산업재유통경로,스포츠상품 유통경로	
10	1	<강의제목> 스포츠와 축진믹스	PPT 활용수업 주교재 pp166~188 <u>과제물 부여</u> 과제 - 기업의 스폰서십 사례조사 후 작성 제출
	2	<강의주제> 축진의 개념, 기능, 수단	
	3	<강의세부내용> 정보제공, 설득, 회상/광고(정의,형태,유형,모델),홍보,인적판매,판매촉진	
11	1	<강의제목> 스포츠 스폰서십	PPT 활용수업 주교재 pp194~212
	2	<강의주제> 스포츠 스폰서십 개관, 발전, 종류, 획득, 효과	
	3	<강의세부내용> 공식스폰서(독점스폰서,타이틀스폰서),공식공급업체(용구및용품제조업체,장비및기술제공업체)	
12	1	<강의제목> 스포츠 에이전트	PPT 활용수업 주교재 pp218~226 시청각(스포츠 에이전트의 마케팅 전략)
	2	<강의주제> 스포츠 에이전트의 개념, 유형, 역할	
	3	<강의세부내용> 스포츠 에이전트의 의의, 업무(연봉계약대행.부대수입원의 개발 및 계약,투자자문과 수입관리,법률 및 세무자문) 에이전트의 유형 및 역할(계약.라이선싱.마케팅.탈런트)	
13	1	<강의제목> 스포츠 에이전트	PPT 활용수업 주교재 pp226~238
	2	<강의주제> 스포츠 에이전트의 계약, 기초법리, 현황	
	3	<강의세부내용> 에이전트의계약(담당자.서비스.기간.수수료산정방식.상한선과지급시기.위약금.이해상충의 방지.비용처리.분쟁해결) 민법상 위임의 법리(수임인의 의무.위임인인의 의무.위임계약의 해지)	
14	1	<강의제목> 스포츠이벤트 마케팅	PPT 활용수업 주교재 pp224~262 <u>과제물 제출</u>
	2	<강의주제> 스포츠이벤트의 개관, 기능, 효과, 발전방향	
	3	<강의세부내용> 이벤트의 정의, 스포츠이벤트의 정의, 목적(개인.지역.기업) 사회자본 축적 기능.소비유발기능.지역연대성향상기능.도시이미지개선기능) 참가형스포츠이벤트의경제적효과.관람형스포츠이벤경제적효과	
15	1	기 말 고 사	
	2		
	3		