

□ 교과목명 : 미디어와마케팅커뮤니케이션(전북대학교 최용준 교수)

■ 교과목의 개요

○ 수업목표

미디어 기술의 발전과 다매체 다채널로의 변화는 기업에게 새로운 마케팅의 기회를 줄 뿐만아니라 더욱 치열한 경쟁상황을 야기하고 있다. 이러한 무한경쟁의 상황에서 기업은 소비자들을 설득하여 자사제품을 구매하도록 유도하기 위해서는 소비자와의 효율적이고 효과적인 커뮤니케이션을 도모하게 된다. 특히 다양한 매체의 등장과 SNS와 같은 소셜미디어의 영향력은 기업에 있어 중요한 마케팅 수단이 될 수 밖에 없다. 이러한 점에서 통합적 마케팅커뮤니케이션이 기업의 생사를 결정 짓는 중요한 도구가 되고 있는 실정이다.

이에 본 강좌에서는 다음과 같은 수업 목표를 가지고 있다.

첫째, 커뮤니케이션 및 미디어에 대한 개념과 특성, 중요성 등에 대해 이해한다.

둘째, 마케팅을 위한 다양한 설득 커뮤니케이션 이론을 이해한다.

셋째, 전통적 매체에서의 마케팅 커뮤니케이션의 특징을 이해한다.

넷째, 소셜 미디어를 포함한 뉴미디어 활용 마케팅 커뮤니케이션을 이해한다.

다섯째, 다양한 콘텐츠를 활용한 마케팅 커뮤니케이션을 이해한다.

■ 주요교재



○ 교재명 : 통합 마케팅 커뮤니케이션론

○ 저 자 : 곽동성, 이상훈

○ 책소개

『통합 마케팅 커뮤니케이션론』은 총 12장으로 구성되어 있다. 다양한 수단들을 통합하는 총괄적 계획의 부가가치를 인식하는 통합 마케팅 커뮤니케이션의 개념부터 인터넷, 입소문, 제휴, 공익 등 다양한 마케팅을 알아본다.

[출처 : 에스24 제공]