

강 의 계 획 서

학습과정명	구분	교재명	저자명	출판사	출판연도	비고
소비자심리학	주교재	소비자 행동론	Michael R. Solomon	한빛아카데미	2022	

학습목표	기업의 제1목표는 수익의 극대화이다. 이를 달성하기 위해서는 마케팅활동이 중요한 역할을 수행하며 마케팅활동의 주체는 고객인 소비자이다. 때문에 소비자에 대한 이해는 곧 기업의 수익으로 연결된다. 시대에 따라 소비자의 의미는 진화하고 있다. 이에 소비자의 유형에 대한 다양한 논의가 필요하며 소비자의 권리와 특성에 대해 관심을 기울여야 한다. 이에 근거하여 소비자의 구매 의사결정이 어떤 과정을 통해 이루어지는지 이해하고 소비자의 만족이 재구매로 이어지는지 알아보고자 한다. 소비자는 여러 가지 요인에 근거하여 행동하게 되는데 소비자행동에 영향을 주는 주요 요인은 동기, 지각, 기억, 태도, 학습, 라이프스타일 등의 개인적 요인과 사회적 요인이다. 소비자행동을 이해하기 위한 다양한 요인과 사례 등을 연구하고 학습하여 이를 실제 현장에 응용하고 적용할 수 있도록 하고자 한다.
------	---

학점	3학점			정원	40명	
수업 기간 (※학사일정 참고)	1. 1학기: 3월 ~ 6월 (15주) 2. 여름 계절학기: 7월 ~ 8월 (8주) 3. 2학기: 9월 ~ 12월 (15주) 4. 겨울 계절학기: 1월 ~ 2월 (8주)			주당 시수 / 총 시수	3시간 / 45시간	
교·강사명	신형재 등 5명			수강료	420,000원	
성적평가 방법(평가요소)						
중간고사	기말고사	과제물	출결	기타	합계	비고
30%	30%	10%	20%	10%	100%	기타-수시시험

학습과정명		소비자심리학	
■ 주차별 수업(강의 • 실험 • 실습 등) 내용			
주 별	차 시	주차별 수업(강의•실험•실습 등) 내용	과제 및 기타 참고사항
1	1	1) 강의주제: 오리엔테이션, 소비자와 소비자행동의 정의 2) 강의목표: 소비자와 소비자행동에 대해 학습하고 소비의 의미에 대해 이해한다.	•
	2	3) 세부내용: - 소비자심리학에서 한 학기 동안 다루는 전반적인 내용을 간략히 소개하고, 학습교재, 강의방법, 보고서, 발표 출결관리 계획 등에 대하여 학생들에게 설명한다.	
	3	- 마케팅전략에 있어서의 소비자 영향을 이해하고 소비자에 대한 마케팅의 영향에 대해 학습한다. 그리고 소비자 연구의 관점에서 마케팅과 대중문화의 관계에 대해	

		학습한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답	
2	1	1) 강의주제: 소비자 복지와 마케팅 윤리 2) 강의목표: 소비자 복지와 소비자주의, 마케팅 윤리에 대해 이해한다. 3) 세부내용:	•
	2	- 마케팅 윤리와 소비자 권리에 대해 학습하고 지난 강의에서 학습한 내용을 정리해본다. - 시장규제, 소비자주의, 기업의 사회적 책임에 대해 학습한다.	
	3	- 소비자 행동과 관련된 주요 정책 이슈인 데이터 프라이버시, 신원도용, 시장접근, 환경관리에 대해 학습한다. - 소비자 행동의 부정적인 면인 중독성 소비, 강박적 소비, 불법적 획득에 대해 학습한다. ※ 토론: 소비자 행동의 밝은 면과 어두운 면에 대해 토론한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 토론	
3	1	1) 강의주제: 소비행동과 관련된 지각적 요인 2) 강의목표: 지각의 개념과 단계, 선택 요인에 대해 이해한다. 3) 세부내용:	과제안내
	2	- 지난 주에 학습한 소비자 복지와 마케팅 윤리에 대해 리뷰한다. - 지각의 단계를 이해한다. - 상징의 사용에 대한 이해를 돕는다.	
	3	- 감각 마케팅의 영향에 대해 학습한다. - 개인적 선택 요인이 소비행동에 미치는 영향에 대해 학습한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답	
4	1	1) 강의주제: 소비자의 학습과 기억 2) 강의목표: 소비자의 학습패턴에 대한 이론을 이해하고 사례연구를 통해 토의한다. 3) 세부내용:	•
	2	- 소비자 행동과 관련된 지각적 요인에 대해 학습한 내용을 리뷰한다. - 제품을 학습하는 인간행동을 관찰한다. - 조건화의 원리를 마케팅에 활용한다.	
	3	- 반복 마케팅 활용의 방법을 학습한다. - 기억의 저장과 인출방법에 대해 학습한다. - 마케팅 메시지에 대한 소비자의 회상에 대해 학습한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 토론	
5	1	1) 강의주제: 구매동기와 감정	•

		2) 강의목표: 소비자행동의 구매의사결정 과정을 단계별로 설명할 수 있다.	
	2	3) 세부내용: - 지난 주 학습한 소비자 학습과 기억에 관하여 정리한다. - 소비자 니즈를 충족시키는 제품에 대해 학습한다. - 제품과 마케팅 메시지에 대한 소비자의 다양한 감정적 반응을 학습한다.	
	3	- 제품 선택과 평가에 대한 관여의 정도에 대해 학습한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답	
6	1	1) 강의주제: 자아개념과 젠더 정체성 2) 강의목표: 우리가 구매한 제품에 의해 우리가 누구인지를 이해할 수 있다.	•
	2	3) 세부내용: - 지난 주 학습한 내용을 리뷰한다. - 소비자 행동에 영향을 미치는 자아개념에 대해 학습한다. - 자아개념의 중요요소인 젠더 정체성에 대해 학습한다. - 우리가 신체를 생각하는 방식과 문화가 규정하는 방식에 대해 학습한다.	
	3	※ 토론: 내가 구매하는 제품을 통해 나는 누구인지에 대해 정의해보고 이를 토대로 토론하고 발표한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 토론	
7	1	1) 강의주제: 개성과 라이프스타일 2) 강의목표: 마케팅 자극에 반응하는 소비자의 개성에 대해 이해한다.	1.
	2	3) 세부내용: - 자아개념과 젠더 정체성에 대해 지난주 학습한 내용을 리뷰한다. - 정신분석 측면에서의 소비자 행동을 이해한다. - 브랜드 개성의 의미와 중요성에 대해 이해한다.	
	3	- 사이코그래픽스에 대해 이해한다. - 소비자 행동에 연결되는 가치에 대해 이해한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 토론	
8	1	중간고사	
	2		
	3		
9	1	1) 강의주제: 소비자 태도와 설득 2) 강의목표: 태도의 특성과 힘을 이해하고 소비자의 태도를	•

		바꾸는 설득에 대해 이해한다.	
	2	3) 세부내용: - 지난 주 학습내용인 개성과 라이프스타일에 관하여 리뷰한다. - 태도를 형성하는 과정에 대해 학습한다.	
	3	- 태도를 변화시키는 마케터의 설득에 대해 학습한다. - 전문적인 커뮤니케이션에 대해 학습한다. - 새로운 메시지 양식인 소셜 미디어 혁명에 대해 학습한다. - 정보원 대 메시지에 대한 사례를 통해 메시지 소구의 유형에 대해 학습한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 토론	
10	1	1) 강의주제: 의사결정을 통한 소비자의 구매 2) 강의목표: 소비자의 인지적 구매결정을 통한 제품 선택의 과정을 학습한다. 3) 세부내용: - 소비자의 태도와 설득에 대해 지난주 학습한 내용을 정리해 본다. - 의사결정의 개념과 과정에 대해 학습한다. - 인지적 의사결정의 단계에 대해 학습한다. - 뉴로마케팅에 대해 학습한다. - 온라인 의사결정에 대해 학습한다.	과제안내
	2	- 습관적 의사결정에 대해 학습한다.	
	3	※ 토론: 소비자의 구매에 있어서 누가 결정권자인가에 대해 토론한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답	
11	1	1) 강의주제: 소비자의 행동에 영향을 미치는 상황적 효과와 쇼핑경험 2) 강의목표: 소비자의 의사결정에 영향을 미치는 요인과 정보에 대해 이해한다. 3) 세부내용:	※수시시험- 퀴즈: - 목적: 학습자의 수업 내용의 이해와 자율적 학습 습관 형성을 위한 방안으로 그동안 학습한 내용을 확인한다. - 내용: 학습했던 내용의 숙지정도를 파악할 수 있는 간단한 퀴즈를 실시한다.
	2	- 지난 주 학습한 의사결정을 통한 소비자의 구매에 대해 리뷰한다. - 소비상황과 쇼핑경험에 대해 학습한다. - 온라인 대 오프라인의 소비에 대해 학습한다.	
	3	- 디지털 화폐의 사용영역의 확장에 대해 학습한다. - 매장 이미지와 즉흥적 소비와의 관계에 대해 학습한다. - 즉흥적 쇼핑의 기제에 대해 학습한다. - 소유권과 공유경제에 대해 학습한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답	
12	1	1) 강의주제: 구매에 영향을 미치는 집단과 소셜 미디어의 역할 2) 강의목표: 구매 의사결정에 영향을 미치는 사회적 집단과 소셜 미디어의 영향에 대해 이해할 수 있다.	•

		3) 세부내용:	
	2	- 상황적 효과와 쇼핑경험에 대해 지난 주 학습한 내용을 정리해본다. - 사회적 힘과 준거집단에 대해 학습한다. - 브랜드 커뮤니티에 대해 학습한다. - 집단적 의사결정이 구매 의사결정에 미치는 영향에 대해 학습한다.	
	3	- 친밀조직과 가족 의사결정에 대해 학습한다. - 구전 커뮤니케이션에 대해 학습한다. - 오피니언 리더의 영향력과 유형에 대해 학습한다. - 온라인 소셜 네트워크와 디지털 입소문에 대해 학습한다. ※ 토론: 공지를 통해 사전조사한 연령별로 즐겨 사용하는 소셜 미디어에 대해 발표하고 토론한다.	
		4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 토론	
13	1	1) 강의주제: 소비자의 수입과 사회적 계급에 따른 소비자 정체성 2) 강의목표: 사회적 계급에 따른 소비자 정체성과 제품선호에 대한 욕구를 이해한다.	
	2	3) 세부내용: - 수입에 기초한 마케팅에 대해 학습한다. - 사회계급에 따른 소비자 정체성에 대해 학습한다. - 사회계급에 대한 측정방법에 대해 학습한다.	
	3	- 지위의 상징과 사회적 자본에 대해 학습한다. - 취향문화와 코드에 대해 학습한다. - 세계의 사회계급에 대해 학습하고 그에 따른 마케팅 활동의 사례를 알아본다.	
		4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 발표 및 토론	
14	1	1) 강의주제: 민족적 특성을 통해 이해하는 문화와 하위문화 2) 강의목표: 문화적 체계와 하위문화를 이해할 수 있다.	•
	2	3) 세부내용: - 민족적 특성과 문화변용에 대해 학습한다. - 종교적 하위문화에 대해 학습한다. - 가족단위와 연령 하위문화에 대해 학습한다. - 문화적 체계에 대해 학습한다.	
	3	- 고급문화와 저급문화에 대해 학습한다. - 신성한 소비와 세속적 소비에 대해 학습한다. -글로벌 소비자 문화와 글로벌 마케팅에 대해 학습한다.	
		4) 학습방법: 강의 및 질의응답	
15	1	기말고사	
	2		
	3		

※ 강의계획서 주차별 내용은 교·강사에 따라 변동될 수 있습니다.