

강 의 계 획 서

학습과정명	구분	교재명	저자명	출판사	출판연도	비고
텔레마케팅	주교재	TM중심의 컨택트 매니지먼트	김복수 김승환	북넷	2022	

학습목표	고객과의 관계마케팅이 부각되어지고 있는 현 상황에서 관계마케팅을 실현하는 텔레마케터의 역할 또한 중요해지고 있다. 본 과목에서는 이러한 흐름을 반영해, 고객과의 접점 마케팅에 대해 살펴보는 하나의 방법으로 텔레마케팅의 필요 역량에 대해 학습함으로써 텔레마케팅 이론 및 제 기법에 대한 활용능력을 배양하는데 목적이 있으며, 이를 위하여 다음과 같은 능력을 배양하는 것을 목표로 한다. 1. 텔레마케팅을 위한 마케팅의 기본적 이론으로서 마케팅 믹스, STP전략과 같은 마케팅 이론을 이해할 수 있다. 2. 원투원 마케팅 실현을 위한 데이터베이스 마케팅 및 CRM과 관련된 사항들에 대하여 체계적으로 이해할 수 있다. 3. 성공적인 텔레마케팅 실현을 위해 필요한 기본적인 토대로서 시장조사론, 텔레마케팅 관리, 고객 응대에 대한 이론 및 제 기법에 대해 충분히 이해할 수 있다.
-------------	---

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		텔레마케팅	
■ 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, 아웃바운드 텔레마케팅 및 인바운드 텔레마케팅 2) 강의목표: 인바운드와 아웃바운드로 구분되는 텔레마케팅의 주요 업무를 살펴보는 과정을 통해 텔레마케팅에 대한 전반적인 이해도를 향상 시킨다 3) 강의세부내용: - 텔레마케팅 과목에서 한 학기 동안 다루는 전반적인 내용을 간략히 소개하고, 학습교재, 강의방법, 레포트, 발표, 출결관리 계획 등에 대하여 학생들에게 설명한다.	
	2	- 텔레마케팅 업무에 대한 이해도 향상을 위해 참고교재를 소개하고 자발적 독서활동을 독려한다. - 인바운드 텔레마케팅과 아웃바운드 텔레마케팅의 개념을 촉진 전략과 연결시켜 살펴본다.	

	3	- 인바운드 마케팅에서 활용되는 주요 업무를 살펴본다. - 아웃바운드 마케팅에서 활용되는 주요 업무를 살펴본다. - Push 전략과 Pull 전략에 대해 학습한다. - 마케팅 전략과 연계하여 텔레마케팅을 정의하고 분류에 따른 특성을 요약 설명한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 토론 ※ 텔레마케팅이란 무엇인지에 대해 살펴보고, 효과적인 텔레마케팅을 위한 필수 요소에 대해 토론한다.	
2	1	1) 강의주제: 제품전략, 가격전략, 유통전략, 촉진 전략 (4P전략) 2) 강의목표: 텔레마케팅에서 활용되는 다양한 마케팅 믹스에 대한 기초 지식을 학습하고, 이를 이용한 마케팅 전략에 대해 알아본다. 3) 강의세부내용:	
	2	- 제품의 분류, 기업의 제품 믹스 및 제품수명주기에 대해 학습한다. - 소비재의 분류에 대해 학습한다. - 가격 결정에 영향을 주는 내부·외부 요소에 대해 학습하고, 기업의 가격전략에 대해 알아본다. - 유통구조 및 전략에 대한 학습한다. - 촉진의 다양한 방법에 대해 학습한다.	
	3	- 마케팅 믹스 전략 사례를 제시하고 4P전략에 대해 요약한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 토론 ※ 조별 토의: 조별로 시장에서 성공한 상품을 선택한 후, 오늘 학습한 내용을 바탕으로 성공 전략을 자유롭게 토론한다.	
3	1	1) 강의주제: 마케팅 정보시스템 2) 강의목표: 마케팅 기회분석을 위한 일환인 기업의 마케팅 정보시스템에 대해 알아본다. 3) 강의세부내용:	
	2	- 마케팅 정보 시스템의 정의 구성 요소들에 대해 학습한다. - CRM의 개념에 대해 정의한 후 CRM의 마케팅 정보 시스템 활용 방법에 대해 소개한다. - 고객 관계 마케팅에서 사용하는 고객유지, 고객 점유율, LTV 등과 같은 용어에 대해 설명한다. - 마케팅 정보시스템에 대한 기업 사례를 통해 개념 정리 및 이해도를 향상시킨다. - 학습한 용어를 학생들에게 개별 질문하는 과정을 통해 오늘 학습한 내용을 숙지시킨다.	
	3	4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 토론 ※ 조별 토론: 학생 본인에게 가장 높은 LTV를 제공하는 상품을 발표하고 그 상품의 충성고객을 유지하기 위한 마케팅 정보 시스템 활용 방안에 대해 자유롭게 토론해 본다.	
4	1	1) 강의주제: 시장세분화 2) 강의목표: 마케팅 전략에 대해 학습한다. 3C분석 및 효과	※ 팀과제 안내 공지사항: 과제 주제, 내용, 평가, 제출기

		적인 마케팅전략 실행을 위한 STP전략에 대해 알아본다. 3) 강의세부내용: - 경쟁하는 환경 속에서 기업의 STP전략을 살펴본다.	한 및 벌칙에 대해 상세히 안내하고 과제 제출이 늦어 불이익이 가지 않도록 한다.
	2	- 고객 지향적 마케팅 전략의 단계로서 STP전략을 이해한다. - 공적인 세분화를 위한 필수 요소, 적합한 세분화 기준을 학습한다. - 기업의 경쟁우위를 쟁취하기 위한 다양한 포지셔닝의 기법에 대해 학습한다.	
	3	- 반얀트리 호텔 STP 사례 분석을 통해 오늘 배운 학습내용을 숙지 시킨다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 사례분석, 토론 ※ 조별로 학생들이 기억하고 있는 인상적인 상품을 선택하여, 그 상품의 STP전략에 대해 토론한다.	
5	1	1) 강의주제: 텔레마케팅 관리자 판매관리 2) 강의목표: 텔레마케팅 판매관리방법에 대해 이해한다. 3) 강의세부내용: - 텔레마케팅 판매 관리에서 사용되는 다양한 기업의 마케팅 믹스 전략 및 시장 세분화 전략에 대해 살펴본다.	※ 수시시험 : 판매관리에 대해 기출문제를 중심으로 객관식 형태의 쪽지시험 진행
	2	- up selling, cross selling, bundling과 같이 판매 관리에서 자주 사용되는 전략 사례를 살펴보고 각 전략의 장단점에 대해 살펴본다. - 기업의 성공적인 상품을 선택하여 환경분석 및 효율적인 텔레마케팅 판매관리 기법을 교수자와 학습자가 함께 분석해본다.	
	3	- 판매관리 기출 문제 풀이 - 오늘 배운 내용을 요약, 정리한다. 본 과정을 통해 학습 내용에 대한 이해도를 높인다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 사례분석, 문제풀이	
6	1	1) 강의주제: 마케팅 시장 조사 2) 강의목표: 마케팅 조사방법과 절차에 대한 기초 지식을 습득한다. 3) 강의세부내용: - 마케팅 조사의 개념과 다양한 조사방법을 살펴본다.	※ 팀과제 발표
	2	- 1차 마케팅 조사로써 질적, 양적 방법을 알아보고 2차 마케팅 조사의 개념과 방법, 조사의 원천에 대해 학습한다. - 조사 도구의 신뢰성 및 타당성에 대해 학습한다. - 표본 추출의 다양한 방법들에 대해 살펴보고 각 방법의 장단점에 대해 토론하는 시간을 가진다.	
	3	- 단순한 가설을 설정하여 시장조사 절차를 요약해본다. - 팀 과제에 대한 발표 시간을 가진다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 발표 ※ 팀과제 발표	
7	1	1) 강의주제: 마케팅 시장 조사 II 2) 강의목표: 설문지 작성 실습을 통해 설문지 작성의 전체 흐름에 대해 이해하고 설문지 작성 시 주의할 사항에 대해	■ 과제안내 공지사항: 과제 주제, 내용, 평가, 제출기한 및 벌칙에 대해 상세히 안내

		알아본다. 3) 강의세부내용: - 독립변수, 종속변수 학습을 통해 변수간의 인과관계를 이해시킨다. - 외생변수 통제를 통한 타당성 및 신뢰성 확보 방법에 대해 알아본다.	
	2	- 조절변수, 매개변수 등에 대해 살펴보고 실험 설계 모형을 함께 작성해 본다. - 문제 정의, 조사 설계, 설문지 작성의 순으로 이루어지는 시장조사에서의 자료 수집 기법에 대해 살펴본다.	
	3	- 설문지를 함께 작성해보며 설문지 작성의 유의 사항을 학습한다. - 잘못된 설문지를 제시하고, 학습자와 함께 교정한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 설문지 작성 실습 ※설문지 샘플을 활용한 오류 수정, 설문지 공란 완성을 통한 설문지 작성 실습	
8	1	중간고사	
	2		
	3		
9	1	1) 강의주제: 텔레마케팅 관리 및 활용분야 2) 강의목표: 성공적인 텔레마케팅 관리를 위해 텔레마케팅 개념 및 텔레마케팅 활용분야를 살펴본다. 3) 강의세부내용: - 중간고사 시험문항에 대한 설명 및 배점 기준 제시, 채점 결과 확인	
	2	- 텔레마케팅 정의 및 다양한 분류 기준에 대해 학습한다. - 텔레마케팅의 활용분야에 대해 살펴본다. - 국내 텔레마케팅 시장의 변천 과정에 대해 학습하고 변화하는 시장에서 텔레마케팅의 운영방안에 대해 살펴본다.	
	3	- 고객 서비스 향상을 위한 기법에 대해 학습한다. - 효과적인 텔레마케팅 관리 기법을 사례를 통해 오늘 학습한 내용을 복습, 숙지시킨다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 사례분석, 중간고사 시험지 확인	
10	1	1) 강의주제: 텔레마케팅 조직 관리 2) 강의목표: 인사관리 측면에서 텔레마케팅 조직에 대해 살펴보고, 인적 자원관리 방법에 대해 학습한다. 3) 강의세부내용: - 텔레마케팅 조직에서 활용되는 인사관리 개념에 대해 학습한다.	
	2	- 직무분석 과정을 설명한다. 효과적인 인적자원 구성을 위한 모집과 선발 과정을 살펴보고, 직무명세서와 직무기술서에 대해 학습한다. - 리더십의 특성 이론에 대해 학습한다. - 콜센터 성과관리의 다양한 기법에 대해 학습한다. - 콜센터 업무를 선정, 직무명세서와 직무기술서를 조별로	

	3	작성해 봄으로서 오늘 배운 학습내용을 숙지한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 토론 ※ 콜센터 인적자원 관리에 활용되어질 수 있는 다양한 인사 관리 이론에 대해 자유롭게 발표 한 후, 각 이론의 장점 및 단점에 대해 토론해 본다.	
11	1	1) 강의주제: 고객관계관리 2) 강의목표: 지속적 고객 만족을 위한 텔레마케터의 고객 관계 관리 기법에 대해 살펴본다. 3) 강의세부내용:	
	2	- 고객관계관리 프로세스에 대해 알아보고, 고객 관계 관리의 분류 및 전략 기법에 대해 학습한다. -데이터베이스마케팅의 정의 및 전략에 대해 살펴본다. 의미 있는 고객 정보 발굴을 위한 데이터마이닝에 대해 학습하고 고객 DB분석의 다양한 기법들을 알아본다. - 기업의 고객 관계 관리 기법을 통한 고객 만족 사례를 제시하고 오늘 배운 내용을 복습한다.	
	3	4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 토론 ※ 의미 있는 고객 정보 발굴을 위한 변수에 대해 토론한다. 가벼운 주제로 시행되는 토론을 통해 다양한 상대방의 의견을 경청하는 자세를 함양한다.	
12	1	1) 강의주제: 고객 상담 기술 2) 강의목표: 텔레마케팅에서 접점 종업원의 고객 상담 능력은 고객 만족도에 직접적인 영향을 미친다. 본 강의에서는 고객 상담 기술에 대해 학습한다. 3) 강의세부내용:	
	2	- 커뮤니케이션의 의의 및 효과적인 커뮤니케이션의 3요소에 대해 살펴본다. - 에드워드 홀의 공간적 영역에 대해 학습한다. - 고객 응대 기법에 대해 학습한다. - 고객 욕구 파악을 위한 구매 전 후, 구매 과정에서의 고객 응대 기법에 대해 학습한다. - 고객 유형별 상담기술을 알아본다.	
	3	- 오늘 학습한 내용을 요약 정리 한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 실습 ※ 다양한 상황을 가정한 후, 짝을 이루어 상담 기술을 실습해 본다. 본 실습을 통해 효과적인 커뮤니케이션 기법을 학습한다.	
13	1	1) 강의주제: 스크립트 작성 및 고객대응 2) 강의목표: 다양한 상황 하에서의 고객대응 능력을 살펴보기 위해 스크립트 작성을 실습해 본다. 3) 강의세부내용:	
	2	- 인바운드 아웃바운드 텔레마케팅의 다양한 상황을 제시하고, 상황에 따른 필요정보를 분류하도록 한다. - 경어체 사용, 원고지 사용법, 맞춤법 등의 주의 사항을 숙지한다.	

		- 스크립트 작성을 통해 다양한 상황하에서의 고객 대응 능력을 숙지시킨다.	
	3	4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 실습 ※ 학습한 내용을 기반으로, 제시된 상황에 적합한 스크립트를 A4 용지에 작성한다. 짝을 이루어, 작성한 스크립트의 오류를 찾아내고 이를 수정한다.	
14	1	1) 강의주제: 텔레마케팅 2) 강의목표: 한 학기 동안 학습한 텔레마케팅 분야에 대한 전반적 이해도를 확인한다. 3) 강의세부내용:	
	2	- 텔레마케팅 판매관리, 시장 조사, 텔레마케팅 관리, 고객응대에서 사용되는 용어를 정리하고 학습하는 시간을 가진다. - 텔레마케팅관리사 자격증 시험 기출 문제들을 접해봄으로써, 수업 이후 자격증 취득 능력을 배양한다.	
	3	- 한 학기동안 학습한 내용에 대한 퀴즈를 진행한다. - 기말 고사 시험 대비 7주차 이후의 수업 내용을 요약 정리한다. 4) 학습방법: 강의 및 질의응답, 퀴즈	
15	1	기말고사	
	2		
	3		

※ 강의계획서 주차별 내용은 교·강사에 따라 변동될 수 있습니다.