

1. 교재:

이학식, 이호배, 하영원, (석관호) 공저,
소비자행동: 마케팅 전략적 접근
집현재.

2. 평가:

중간시험: 40%

기말시험: 40%

과제물: 10%

출석: 10%

(1) 시험 시 유의 사항:

4문제 중 3문제, 논술식으로 작성, 강의 내용을 중심으로 작성

배점: 상(33, 31, 29), 중(27, 25, 23), 하(21, 19, 17)

빨간색은 사용하지 말 것(연필도 가능하면 사용하지 말 것)

부정행위는 F 처리

(2) 과제물: 광고물 분석(이번 학기 광고물)

수업 중 다룬 이론만 사용하여 설명할 것

균형이론, 일치성이론, 고전적조건화, 개성이론은 사용할 수
없음

보고서의 형식을 따를 것:

표지, 목차, 서론, 본론, 결론, 참고문헌이 있다면 참고문헌, 쪽수 표시 할
것

(3) 결석: 2시간까지 허용
이후 시간당 1점씩 차감
지각은 결석의 1/2 차감

출석을 부르는 시점을 기준으로 출결 처리함.