

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|---|--|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|---|-----|---|------|
| 학습과정명 | 패션마케팅 | | | | | | | | | | | | | |
| 학습목표 | <p>패션 마케팅 환경과 패션트렌드는 끊임없이 변화하고 있다. 글로벌화의 가속화, 환경 지향적 패션마케팅, 인터넷과 IT기술의 발전에 따른 온라인 쇼핑물과 온라인 마케팅의 부상 등은 최근에 나타난 패션 환경 변화의 예들이다. 그 변화의 추세에 효과적으로 대응하기 위해 패션마케팅의 비중이 증대되고 있는 실정이다. 본 교과목에서는 국제화 시대에 경쟁력 있는 패션비즈니스 분야의 전문가를 양성하기 위해 전반적인 이론지식을 확립하고 패션기업의 성공사례와 패션트렌드를 체계적이고 심층적으로 학습한다.</p> <p>또한 패션시장의 동향과 4차 산업혁명에 따른 패션산업의 디지털 전환에 대해서도 학습한다. 이를 통해 전 세계의 패션 트렌드를 빠르게 읽고 현장에 바로 적용시킬 수 있는 글로벌 패션 마케팅 전략을 수립할 수 있는 능력을 배양하는 데 도움을 주고자 한다.</p> | | | | | | | | | | | | | |
| 주교재 | 패션마케팅. 김미영 외 3인, 교문사, 2024 | | | | | | | | | | | | | |
| 성적평가 | 중간 | 30% | 기말 | 30% | 수시 | 10% | 과제 | 10% | 출석 | 10% | 기타 | 10% | 총 | 100% |
| ■ 주차별 수업(강의.실험.실습 등) 내용 | | | | | | | | | | | | | | |
| 주별 | 차시 | 수업(강의.실험.실습 등) 내용 | | | | | | | | | 과제 및 기타 참고사항 | | | |
| 제 1 주 | 1 | <p>※오리엔테이션: 학습과정에 대한 소개, 강의진행방식, 성적평가방식, 과제물, 특강 등 전반적인 수업계획 설명</p> <p>1. 강의주제: 패션산업의 개념과 구조의 특성</p> <p>2. 강의목표: 1) 패션산업의 개념과 패션산업의 구조에 대해 이해할 수 있다. 2) 패션산업의 세분화에 대해 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용: 1) 패션산업의 개념과 패션산업의 구조 - 패션산업의 개념 - 패션산업의 구조 2) 패션산업의 세분화와 스페셜리스트 - 섬유직물산업 - 상품기획, 의류제조업 - 패션소매 유통업 - 부가적 보조 산업</p> | | | | | | | | | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 수업계획서, 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> | | | |
| | 2 | <p>1. 강의주제: 패션산업에 대한 이해</p> <p>2. 강의목표: 1) 패션상품과 패션산업의 특성에 대해 파악할 수 있다. 2) 패션산업의 발달 과정에 대해 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용: 1) 패션상품과 패션산업의 특성 - 패션상품의 특성 - 패션산업의 특성 2) 패션산업의 발달 과정 - 세계 패션산업 - 국내 패션산업</p> | | | | | | | | | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> | | | |
| | 3 | <p>1. 강의주제: 패션산업에 대한 이해</p> <p>2. 강의목표: 1) 글로벌 패션산업의 변화와 사회적 이슈에 대해 논의할 수 있다. 2) 패션산업의 디지털 전환에 대해 이해하고 디지털을 기반으로 한 패션산업의 특징에 대해 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용: 1) 글로벌 패션비즈니스 - 패션비즈니스의 글로벌화</p> | | | | | | | | | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린,</p> | | | |

| | | | |
|-------|---|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 패션산업과 패션제품의 수출입 추이 변화 - 글로벌 패션산업과 사회적 이슈 <p>2) 패션산업의 디지털 전환</p> <ul style="list-style-type: none"> - 패션산업의 디지털 전환에 대한 이해 - 디지털 전환이 이뤄진 패션산업 시스템 특징 | 방송음향장치, 컴퓨터 |
| 제 2 주 | 1 | <p>1. 강의주제: 패션의 개념</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 패션의 의미와 용어에 대해 이해할 수 있다. 2) 대상과 과정, 상징, 심리적 욕구, 마케팅 요소로의 패션에 대해 파악할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 패션의 의미와 용어 <ul style="list-style-type: none"> - 대상과 과정으로의 패션 - 상징으로의 패션 - 심리적 욕구로의 패션 - 마케팅 요소로의 패션 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | 2 | <p>1. 강의주제: 패션의 개념</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 패션 관련 용어를 이해할 수 있다. 2) 패션의 사회적, 커뮤니케이션, 심리적 모델에 대해 파악할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 패션 관련 용어 <ul style="list-style-type: none"> - 클래식과 패드 - 매스패션과 하이패션 - 패션과 패션상품 - 패션선도자 2) 패션의 사회 기반 모델 <ul style="list-style-type: none"> - 사회적 모델 - 커뮤니케이션 모델 - 심리적 모델 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | 3 | <p>1. 강의주제: 패션의 개념</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 패션의 문화적, 역사적, 미적, 마케팅적 모델에 대해 이해하고 설명할 수 있다. 2) 소개 단계, 채택증가 단계, 동조증가와 포화 단계에 대해 파악할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 문화 기반 모델 <ul style="list-style-type: none"> - 문화적 모델 - 역사적 모델 - 미적 모델 - 마케팅 모델 2) 패션 단계별 모델의 적용 <ul style="list-style-type: none"> - 소개 단계 - 채택증가 단계 - 동조증가와 포화 단계 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| 제 3 주 | 1 | <p>1. 강의주제: 패션의 변화</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 패션과 문화적 환경의 관계에 대해서 구분할 수 있다. 2) 패션과 사회적 환경의 관계에 대해서 설명할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> |

| | | |
|-------|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> 1) 패션과 문화적 환경 <ul style="list-style-type: none"> - 미의 개념 - 종교적 이념 2) 패션과 사회적 환경 <ul style="list-style-type: none"> - 인구구성 - 교육기회의 증가 - 여성교육의 증가 - 성 역할의 변화 - 사회적 가치관과 관심 | <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | <ul style="list-style-type: none"> 1. 강의주제: 패션의 변화 2. 강의목표: <ul style="list-style-type: none"> 1) 패션과 경제적 환경의 관계에 대해 이해할 수 있다. 2) 패션과 정치적 환경의 관계에 대해 설명할 수 있다. 3. 강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> 1) 패션과 경제적 환경 <ul style="list-style-type: none"> - 경제 발전 단계 - 경제력의 확산 - 경제적 안정도 2) 패션과 정치적 환경 <ul style="list-style-type: none"> - 정치적 이념 - 정치적 사건 - 법령 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | <ul style="list-style-type: none"> 1. 강의주제: 패션의 변화 2. 강의목표: <ul style="list-style-type: none"> 1) 패션과 기술적 발전에 따른 환경 변화에 대해 설명할 수 있다. 2) 패션 변화의 패턴 및 주기성에 대해 이해할 수 있다. 3. 강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> 1) 패션과 기술적 환경 <ul style="list-style-type: none"> - 소재 개발 기술의 발달 - 대량생산 기술의 발달 - 대중매체의 발달 2) 패션 변화의 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 패션 변화의 패턴 - 패션 변화의 주기성 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| 제 4 주 | <ul style="list-style-type: none"> 1. 강의주제: 패션마케팅의 이해 2. 강의목표: <ul style="list-style-type: none"> 1) 패션마케팅 정의와 핵심 개념에 대해 이해할 수 있다. 2) 패션마케팅 관리를 이해하고 개념을 설명할 수 있다. 3. 강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> 1) 패션마케팅 정의와 핵심 개념 <ul style="list-style-type: none"> - 패션마케팅 정의 - 패션마케팅의 핵심 개념 2) 패션마케팅 관리 <ul style="list-style-type: none"> - 패션마케팅 관리의 이해 - 패션마케팅 관리 개념 - 패션마케팅 믹스 - 패션마케팅 관리 개념의 발전 단계 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | <ul style="list-style-type: none"> 1. 강의주제: 패션마케팅의 이해 2. 강의목표: <ul style="list-style-type: none"> 1) 패션기업의 마케팅 관리의 수준과 과정을 파악할 수 있다. 2) 데이터 기반 패션마케팅에 대한 이해와 필요성, | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각</p> |

| | | |
|-------|--|--|
| | <p>그리고 효과에 대해 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용: 1) 패션기업의 마케팅 관리 - 패션기업의 마케팅 관리 지향성 - 패션기업의 마케팅 관리 수준 - 패션기업의 마케팅 관리 과정 2) 데이터 기반 패션마케팅 - 데이터 기반 마케팅에 대한 이해 - 데이터 기반 마케팅의 필요성 - 데이터 기반 마케팅의 효과</p> | <p>자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| 3 | <p>1. 강의주제: 패션마케팅의 이해</p> <p>2. 강의목표: 1) 패션마케팅 정보시스템 구성에 대해 이해할 수 있다. 2) 데이터를 기반으로 한 분석 방법과 마케팅 전략 수립에 대해 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용: 1) 패션마케팅 데이터 수집 - 패션마케팅 정보시스템 - 패션마케팅 정보시스템 구성 2) 데이터 기반 패션마케팅 수행 - 데이터 분석 방법 - 데이터 기반 마케팅 전략 수립</p> | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| 1 | <p>1. 강의주제: 패션마케팅 환경</p> <p>2. 강의목표: 1) 패션기업의 마케팅 거시적 환경, 경제적 환경, 사회문화적 환경 구성에 대해 이해하고 설명할 수 있다. 2) 패션기업의 인구 통계적 환경, 생태학적 환경, 기술적 환경, 제도적 환경에 대해 파악할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용: 1) 패션기업의 마케팅 환경 구성 - 거시적 환경 - 경제적 환경 - 사회문화적 환경 2) 패션기업의 마케팅 환경 구성 - 인구 통계적 환경 - 생태학적 환경 - 기술적 환경 - 제도적 환경</p> | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| 제 5 주 | <p>1. 강의주제: 패션마케팅 환경</p> <p>2. 강의목표: 1) 패션시장의 전반적인 동향과, 소비자 및 트렌드 변화를 파악할 수 있다. 2) 패션 기업 내부의 정책 및 사업 목표에 대해 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용: 1) 미시적 과업 환경 - 패션시장 동향 - 경쟁상황 - 공급업체와 협력업체 현황 - 패션소비자 동향 - 패션트렌드 변화 2) 기업 내부 환경 - 기업정책 및 사업목표</p> | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |

| | | | |
|-------|---|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - 사업영역 - 기업의 자원 | |
| | 3 | <p>1. 강의주제: 패션마케팅 환경</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 패션마케팅 관련한 환경 분석과 전략을 수립할 수 있다. 2) 전략적 사업포트폴리오를 분석하고 계획을 수립할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 패션마케팅 환경 분석과 전략 수립 <ul style="list-style-type: none"> - SWOT 분석과 마케팅 전략 2) 사업 포트폴리오 분석과 마케팅 전략 수립 <ul style="list-style-type: none"> - 기업의 전략 수립 - 사업 포트폴리오 분석에 대한 이해 - 전략적 사업포트폴리오 분석 - 사업포트폴리오 계획 수립 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> <p>※8주차 중간고사 안내</p> |
| 제 6 주 | 1 | <p>1. 강의주제: 패션 STP 전략</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) STP의 개념과 절차에 대해 설명할 수 있다. 2) 시장세분화의 개념, 절차, 효용, 기준에 대해 파악할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) STP의 개념과 절차 <ul style="list-style-type: none"> - STP의 개념 - STP의 절차 2) 시장세분화 <ul style="list-style-type: none"> - 시장세분화의 개념과 절차 - 시장세분화의 효용 - 시장세분화의 기준(지리적 변수, 인구 통계적 변수, 사회 심리적 변수, 행동적 변수) | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | 2 | <p>1. 강의주제: 패션 STP 전략</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 시장 세분화의 다양한 조건에 대해 이해하고 설명할 수 있다. 2) 시장 표적화의 개념, 과정, 전략에 대해 파악할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 시장세분화의 조건 <ul style="list-style-type: none"> - 실제성 - 세분시장의 차별성 - 측정 가능성 - 접근 가능성 - 신뢰성 2) 표적화 <ul style="list-style-type: none"> - 표적화의 개념 및 효용 - 표적화의 과정 - 세분시장 매력도 평가 - 표적화 전략 수립 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | 3 | <p>1. 강의주제: 패션 STP 전략</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 포지셔닝의 개념, 효용, 절차에 대해 파악할 수 있다. 2) 차별화에 의한 포지셔닝 전략과 포지셔닝 맵에 대해 이해할 수 있다. | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각</p> |

| | | | |
|-------|--|---|--|
| | <p>3. 강의세부내용:</p> <p>1) 포지셔닝</p> <ul style="list-style-type: none"> - 포지셔닝의 개념 - 포지셔닝의 효용 - 포지셔닝의 절차 <p>2) 포지셔닝 전략</p> <ul style="list-style-type: none"> - 상품속성/효익 차별화에 의한 포지셔닝 - 이미지 차별화에 의한 포지셔닝 - 상품사용자 차별화에 의한 포지셔닝 - 사용 상황 차별화에 의한 포지셔닝 - 인적 차별화에 의한 포지셔닝 <p>3) 포지셔닝 맵</p> | <p>자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> <p>※수시평가(10점): -국내 브랜드 2개를 선정하여 포지셔닝 맵 만들기 -7주차 제출</p> | |
| 제 7 주 | 1 | <p>1. 강의주제: 패션상품 관리</p> <p>2. 강의목표:</p> <p>1) 패션상품의 개념을 이해하고 분류할 수 있다. 2) 패션상품의 일반적 특성에 대해 파악할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:</p> <p>1) 패션상품의 개념과 분류</p> <ul style="list-style-type: none"> - 패션상품의 개념과 범위 <p>2) 패션상품의 일반적 특성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 소비자 채택의 필수성 - 변화의 지속성 - 빠른 진부화 - 짧은 제품수명 주기 - 높은 재고 회전율 - 높은 가격 인하율 - 사회 심리적 구매동기의 중요성 - 소비자 편익에 따른 패션상품의 속성 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | 2 | <p>1. 강의주제: 패션상품 관리</p> <p>2. 강의목표:</p> <p>1) 패션상품을 분류하는 기준에 대해 이해하고 설명할 수 있다. 2) 패션상품 믹스의 개념, 절차, 구조에 대해 파악할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:</p> <p>1) 패션상품의 분류</p> <ul style="list-style-type: none"> - 소비행동 특성에 따른 분류 - 패션성에 의한 분류 - 소매점포 상품구성에 따른 분류 - 제품수명주기에 따른 분류 <p>2) 패션상품 믹스 관리</p> <ul style="list-style-type: none"> - 패션상품 믹스의 개념과 절차 - 패션상품믹스의 구조 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | 3 | <p>1. 강의주제: 패션상품 관리</p> <p>2. 강의목표:</p> <p>1) 패션상품믹스의 다양성이 생산원가, 기업 및 브랜드 이미지, 판매량에 미치는 영향을 파악할 수 있다. 2) 패션상품믹스의 전략에 대해 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:</p> <p>1) 패션상품믹스의 다양성이 미치는 영향</p> <ul style="list-style-type: none"> - 생산원가 및 마케팅믹스에 미치는 영향 - 소매점포 운영에 미치는 영향 - 기업 및 브랜드 이미지에 미치는 영향 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |

| | | | |
|-------|---|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - 고객만족과 판매량에 미치는 영향 2) 패션상품믹스의 전략 - 제품수명주기별 패션상품믹스 전략 - 상품개선전략 - 원가절감 전략 - 맞춤 및 대략맞춤 전략 | <p>※수시평가 제출 -제출과제 중 우수 과제를 선발하여 소개</p> |
| 제 8 주 | 1 | <p>※중간고사 시행(30점)</p> <p>1. 평가형태: 1~7주차 학습 내용을 토대로 필기시험</p> | <p>※수업방법: 중간고사 시행</p> <p>※학습자료: 평가용 시험지</p> |
| | 2 | <p>2. 평가방법: 수업시간에 배운 내용에 대해서 얼마나 잘 인지하고 있는지 지필 시험 평가</p> | |
| | 3 | <p>3. 평가기준:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) 주관식 및 객관식 문항으로 구성 2) 상(30%), 중(50%), 하(20%)의 난이도 분포로 출제 <p>4. 결과활용: 시험 종료 후 풀이 및 해설을 진행하여 학습에 대한 이해도를 높임</p> | |
| 제 9 주 | 1 | <p>1. 강의주제: 패션머천다이징</p> <p>2. 강의목표:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) 패션머천다이징의 개념과 목표에 대해 이해할 수 있다. 2) 패션머천다이징의 과정을 단계별로 파악할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) 패션머천다이징의 개념과 목표 2) 패션머천다이징의 과정 <ul style="list-style-type: none"> - 정보 분석 - 상품기획(상품계획/상품개발계획) - 상품생산 - 유통 판매 판촉 - 평가 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | 2 | <p>1. 강의주제: 패션머천다이징</p> <p>2. 강의목표:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) 제조업체와 소매업체의 패션머천다이징 특징을 파악할 수 있다. 2) 제조업체 패션머천다이저의 유형을 파악하고 비교할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) 제조업체(브랜드)의 패션머천다이징 2) 소매업체(리테일러)의 패션머천다이징 3) 제조업체(브랜드)의 패션머천다이저 유형 <ul style="list-style-type: none"> - 기획 MD - 생산 MD - 영업 MD - 온라인 MD | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | 3 | <p>1. 강의주제: 패션머천다이징</p> <p>2. 강의목표:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) 소매업체 패션머천다이저의 유형을 파악하고 비교할 수 있다. 2) 기타업체 패션머천다이저의 유형을 파악할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) 소매업체(리테일러)의 패션머천다이저 유형 <ul style="list-style-type: none"> - 리테일 기획 MD - 백화점 기획 MD - 패션편집매장 기획 MD - 홈쇼핑 MD - 온라인(이커머스) MD | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |

| | | | |
|--------|---|--|--|
| | | <p>2) 기타</p> <ul style="list-style-type: none"> - 수입패션브랜드 기획 MD - 비주얼 MD(VMD) | |
| 제 10 주 | 1 | <p>1. 강의주제: 패션브랜드 관리</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 브랜드의 개념과 구성요소를 이해할 수 있다. 2) 패션브랜드의 다양한 유형을 비교분석할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 브랜드의 개념 <ul style="list-style-type: none"> - 브랜드(상표)의 개념 - 브랜드의 효용 2) 브랜드 구성 요소 <ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 구성요소의 개념 - 브랜드 구성요소의 유형 - 브랜드 구성요소의 선정 기준 3) 브랜드의 유형 <ul style="list-style-type: none"> - 제조업체 브랜드 - 디자이너 브랜드 - 세컨드 브랜드 - 라이선스 브랜드 - 유통업체 브랜드 - 프라이빗 브랜드 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | 2 | <p>1. 강의주제: 패션브랜드 관리</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 브랜드 자산의 개념 및 자산의 구축모델에 대해 이해할 수 있다. 2) 브랜드 개성의 개념 및 모델에 대해 파악할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 브랜드 자산 <ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 자산의 개념 - 브랜드 자산 구축 모델 2) 브랜드 개성 <ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 개성의 개념 - 브랜드 개성 모델 및 차원 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | 3 | <p>1. 강의주제: 패션브랜드 관리</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 브랜드 확장 전략에 대해 분석할 수 있다. 2) 브랜드 보강 또는 재생 전략, 리포지셔닝 전략, 리론칭 전략에 대해 설명할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 브랜드 확장 전략 <ul style="list-style-type: none"> - 라인 확장 - 제품군 확장 - 개별 브랜딩 및 패밀리 브랜딩 전략 - 공동 브랜딩 전략 - 라이선싱 전략 2) 브랜드 수정 및 재활성화 전략 <ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 보강 또는 재생 전략 - 브랜드 리포지셔닝 전략 - 브랜드 리론칭 전략 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| 제 11 주 | 1 | <p>1. 강의주제: 패션상품 가격 관리</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 가격의 정의, 다양성, 손익분기점에 대하여 설명할 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> |

| | | | |
|--------|---|---|--|
| | | <p>수 있다.</p> <p>2) 가격과 수요의 관계에 대하여 파악할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:</p> <p>1) 가격의 정의</p> <p>2) 가격의 다양성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 마크업과 마크다운 - 실현마크업 - 초기가격, 프리미엄가격, 촉진가격, 재고정리가격 <p>3) 총원가와 손익분기점</p> <ul style="list-style-type: none"> - 생산원가와 변동비 - 고정비 - 손익분기점 <p>4) 가격과 수요</p> <ul style="list-style-type: none"> - 수요곡선 - 편승효과 수요곡선 - 속물효과 수요곡선 - 사회적 거부효과 수요곡선 - 과시적 소비효과 수요곡선 | <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | 2 | <p>1. 강의주제: 패션상품 가격 관리</p> <p>2. 강의목표:</p> <p>1) 가격 결정에 영향을 주는 요인들에 대해 파악할 수 있다.</p> <p>2) 패션기업의 마케팅과 목표에 대해 이해하고 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:</p> <p>1) 패션기업의 마케팅 전략과 가격 결정</p> <p>2) 패션기업의 목표와 가격 결정</p> <ul style="list-style-type: none"> - 목표 매출액과 시장 점유율 - 이윤창출과 단기이윤 최대화 - 현상 유지와 생존 - 상품의 고급화 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | 3 | <p>1. 강의주제: 패션상품 가격 관리</p> <p>2. 강의목표:</p> <p>1) 패션상품의 가격을 원가, 경쟁, 소비자에 따라 어떻게 결정하는 이해할 수 있다.</p> <p>2) 패션상품의 다양한 가격 전략에 대해 파악할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:</p> <p>1) 패션상품의 가격 결정</p> <ul style="list-style-type: none"> - 원가 기반 가격 결정 - 경쟁 기반 가격 결정 - 소비자 기반 가격 결정 <p>2) 패션상품의 가격 전략</p> <ul style="list-style-type: none"> - 신상품 가격 전략 - 상품믹스 가격 전략 - 소비자 심리적 가격 전략 - 촉진적 가격 전략 - 촉진적 유통기업 가격 전략 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| 제 12 주 | 1 | <p>※전문가 특강</p> <p>1. 강의주제: 변화하는 패션시장에 대한 이해와 대처</p> <p>2. 강의목표:</p> <p>1) 패션 비즈니스 기업의 새로운 기회 요인과 위협 요인에 대하여 이해할 수 있다.</p> <p>2) 패션 머천다이지의 자질을 이해하며 실무에서 갖추어야 할 역량에 대해 고찰할 수 있다.</p> | <p>※수업방법: 특강, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 특강 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드,</p> |

| | | |
|--------|--|---|
| | <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 머천다이저의 개념과 역할 고찰 2) 패션 비즈니스 기업의 새로운 기회요인과 위협 요인 3) 패션 머천다이저의 실무에서 갖추어야 할 역량 | <p>빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> <p>※과제(10점): -특강을 듣고 내용을 요약하여 A4 2장 분량의 리포트 제출 -14주차 제출</p> |
| | <p>※전문가 특강</p> <p>1. 강의주제: 변화하는 패션시장에 대한 이해와 대처</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 세계 패션시장 환경에 대해 살펴보고 중국 패션시장의 동향에 대해 이해할 수 있다. 2) 세계 패션시장 중 온라인 시장에 대해 이해하고 향후 발전가능성에 대해 논의할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 세계 패션시장의 환경 2) 중국 패션시장의 동향 3) 온라인 시장에 대한 학습과 발전가능성 | <p>※수업방법: 특강, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 특강 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | <p>※전문가 특강</p> <p>1. 강의주제: 변화하는 패션시장에 대한 이해와 대처</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 변화하는 패션시장에서 필요한 대처 자세와 준비에 대해 이해할 수 있다. 2) 질문 내용을 준비하여 특강 전문가와 질의응답 시간을 가지며 궁금증을 해소할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 변화하는 패션시장에서 대처해야 하는 자세 및 준비 2) 질의응답 | <p>※수업방법: 특강, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 특강 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> <p>※15주차 기말고사 안내</p> |
| 제 13 주 | <p>1. 강의주제: 패션유통관리</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 패션 유통경로의 개념, 유형, 형태에 대하여 파악할 수 있다. 2) 패션 유통경로의 관리, 갈등, 통합에 대하여 설명할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 패션제품의 유통경로 <ul style="list-style-type: none"> - 패션 유통경로의 개념 - 패션 유통경로의 유형 - 패션 유통관리의 형태 2) 패션 유통경로의 관리 <ul style="list-style-type: none"> - 패션 유통경로의 갈등 - 패션 유통경로의 통합 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| | <p>1. 강의주제: 패션유통관리</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 멀티채널과 옴니채널 유통의 전략에 대하여 비교 분석할 수 있다. 2) 패션산업의 물적 유통, 관리에 대하여 설명할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 멀티채널과 옴니채널 유통 전략 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재:</p> |

| | | |
|--------|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - 유통채널과 쇼핑채널의 개념 - 멀티채널과 옴니채널 전략 <p>2) 패션산업의 물적 유통</p> <ul style="list-style-type: none"> - 물적유통의 개념 - 통합적 물류 관리 - 제3자 물류와 풀필먼트 | <p>전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| 3 | <p>1. 강의주제: 패션유통관리</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 패션소매업 특성, 기능, 유형에 대해 파악할 수 있다. 2) 점포형 패션소매업과 무점포형 패션소매업의 특성을 비교분석할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 패션소매업의 특성 <ul style="list-style-type: none"> - 패션소매업의 기능 - 패션소매업의 유형 2) 점포형 패션소매업 <ul style="list-style-type: none"> - 백화점 - 패션전문점 3) 무점포형 패션소매업 <ul style="list-style-type: none"> - 인터넷 쇼핑물 - 모바일 쇼핑 - TV홈쇼핑 - 소셜 쇼핑 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| 제 14 주 | <p>1. 강의주제: 패션촉진관리</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 통합적 마케팅커뮤니케이션에 대하여 이해할 수 있다. 2) 패션광고의 개념과 역할과 전략에 대하여 설명할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 촉진믹스 2) 통합적 마케팅커뮤니케이션 <ul style="list-style-type: none"> - 마케팅커뮤니케이션의 개념 - 통합적 마케팅커뮤니케이션 관리 - 마케팅커뮤니케이션 매체 관리 3) 패션광고의 개념과 역할 4) 광고 전략 <ul style="list-style-type: none"> - 광고 목표의 설정 - 광고 예산의 책정 - 광고 전략의 개발 - 온라인광고의 특성 - 온라인광고의 성격과 퍼포먼스 마케팅 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> <p>※과제 제출 -제출 과제 중 우수과제를 선발하여 소개</p> |
| 2 | <p>1. 강의주제: 패션촉진관리</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 판매촉진의 개념, 역할 그리고 수단에 대하여 설명할 수 있다. 2) 패션PR의 개념과 수단에 대하여 이해할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 판매촉진의 개념과 역할 2) 판매촉진의 수단 <ul style="list-style-type: none"> - 가격판매 촉진 - 비가격판매 촉진 3) 패션PR의 개념과 수단 <ul style="list-style-type: none"> - 홍보 - 기업광고 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |

| | | | |
|--------|------|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - 스폰서십 - 서포터즈 홍보 | |
| | 3 | <p>1. 강의주제: 패션촉진관리</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 인적판매의 개념, 특성, 과정에 대해 이해할 수 있다. 2) 디지털 마케팅커뮤니케이션의 변화 과정과 수단에 대하여 논의할 수 있다. <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 인적판매의 개념과 특성 2) 인적판매 과정 3) 마케팅 커뮤니케이션의 변화 4) 디지털 마케팅 커뮤니케이션 수단 <ul style="list-style-type: none"> - 소셜미디어 - 디지털 사이니지 - 챗봇 - 증강현실과 가상현실 - 메타버스 | <p>※수업방법: 강의, 질의응답, 토론, 발표</p> <p>※학습자료: 교재, 강의 PPT, 시청각 자료</p> <p>※학습기자재: 전자교탁, 화이트보드, 빔 프로젝터, 스크린, 방송음향장치, 컴퓨터</p> |
| 제 15 주 | 1 | <p>※기말고사 시행(30점)</p> | |
| | 2 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 평가형태: 9~14주차 학습 내용을 토대로 필기시험 2. 평가방법: 수업시간에 배운 내용에 대해서 얼마나 잘 인지하고 있는지 지필 시험 평가 3. 평가기준: <ol style="list-style-type: none"> 1) 주관식 및 객관식 문항으로 구성 2) 상(30%), 중(50%), 하(20%)의 난이도 분포로 출제 | <p>※수업방법: 기말고사 시행</p> <p>※학습자료: 평가용 시험지</p> |
| | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 4. 결과활용: 시험 종료 후 풀이 및 해설을 진행하여 학습에 대한 이해도를 높임 | |
| | 첨부자료 | | |