

학습과정명	패션머천다이징													
학습목표	급변하는 패션산업에 대한 신속한 정보수집 및 동향을 파악하고, 정확한 판단.분석.분석.예측을 할 수 있는 마케팅 실천감각을 익힌다. 구체적으로 패션 머천다이징의 개념, 목적, 의미 및 상품기획에 대한 이론적 고찰을 통해 기본원리를 확립하고, 이를 토대로 문화예술 및 생활분야 전반을 아우를 수 있는 탁월한 분석력을 발휘함으로써 패션브랜드 론칭 및 패션디자인 제품기획.연출의 전략적 과정을 성공적으로 구현한다. 따라서 본 교과목에서는 패션 산업의 개념과 구조, 특성에 대하여 이론적으로 배경지식을 고찰하고, 마케팅 전략 수립 프로세스를 통하여 세분 시장을 고찰한다. 시장 세분화 전략과 마케팅 믹스 전략을 활용하여 패션머천다이징 프로세스에 대하여 고찰하며 브랜드 론칭 과정을 직접 기획해봄으로써 패션머천다이저로서의 역할을 학습한다. 또한 다양한 사례 분석을 바탕으로 핵심 전략인 정보, 표적시장, 상품 전략, 가격 전략, 유통 전략을 기획함으로써 실무에 활용할 수 있는 현장 감각을 배양한다.													
주교재	패션머천다이징 실제 이호정,정송향, 교학연구사, 2013													
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			
제1주	1	<p>※ 오리엔테이션: 전반적인 강의계획을 설명하고 학습과정에 대한 소개 및 강의 진행방식을 설명한다</p> <p>1. 강의주제: 오리엔테이션, 패션의 용어 설명 및 개념</p> <p>2. 강의목표: - 한 학기의 커리큘럼을 이해할 수 있다. - 패션의 기본적인 개념 이해와 수업에 대한 기본적인 지식을 숙지한다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 목차 설명과 앞으로의 학습내용을 요약 2) 패션의 개념과 어원 3) 패션의 주요 용어 설명 및 개념 이해</p>									<p>○수업방법: 오리엔테이션, 강의, 질의응답, 시청각자료</p> <p>○학습자료: 강의계획서, 교재 오리엔테이션용 PPT</p> <p>○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔프로젝터, 스크린</p>			
	2	<p>1. 강의주제: 패션의 발생 및 유행 발생 요인</p> <p>2. 강의목표: - 패션의 유행을 설명할 수 있다. - 패션이 발생하게 된 요인분석을 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 패션의 유행과 패션 사이클에서의 다양한 수용패턴 2) 패션 발생의 기원에 대한 설명 3) 유행현상의 요인분석 설명을 통하여 유행의 특성 분석</p>												
	3	<p>1. 강의주제: 패션의 특성인 변화, 사이클, 수명</p> <p>2. 강의목표: - 패션의 변화를 설명할 수 있다. - 패션의 사이클을 설명할 수 있다. - 패션의 수명을 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 패션 변화에 대한 이유와 패션의 변화를 초래하는 원인고찰 2) 패션 사이클의 설명과 패션 3단계 주기 고찰 3) 패션의 수명 설명과 과정 단계를 고찰</p>												

제2주	1	<p>1. 강의주제: 패션의 확산 과정 및 전파이론</p> <p>2. 강의목표: - 패션의 확산과정 단계 이해 할 수 있다. - 패션의 전파 이론의 이해 할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 패션의 새로운 스타일 창조부터 쇠퇴와 소멸까지의 사이클 단계 고찰 2) 패션의 전파이론에 대한 종류와 각 종류의 고찰</p>	<p>○수업방법: 강의, 질의응답, 시청각자료</p> <p>○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시청각자료</p> <p>○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔프로젝터, 스크린</p>
	2	<p>1. 강의주제: 패션의 예측 및 영향요인</p> <p>2. 강의목표: - 패션예측의 원리를 이해할 수 있다. - 패션의 영향요인을 이해할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 패션예측의 대한 설명과 일반적 원리와 구체적 원리에 대한 고찰 2) 패션과 영향이 성립되는 요인들 파악과 설명</p>	
	3	<p>1. 강의주제: 패션생활의 유형과 요소</p> <p>2. 강의목표: - 패션생활을 학습할 수 있다. - 패션생활의 유형과 요소를 학습할 수 있다. - 패션생활의 구조적 요소와 감성적 요소를 이해할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 소비자의 패션생활에 대한 개념과 소비자 욕구에 대한 고찰 2) 패션생활의 구조적 유형에 대한 설명과 구조적 요소의 고찰 3) 패션생활의 감성적 유형에 대한 설명과 감성적 요소의 고찰</p>	

제3주	1	<p>1. 강의주제: 패션산업의 개념</p> <p>2. 강의목표: - 패션산업의 개념을 설명할 수 있다. - 패션산업의 범주를 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 패션산업의 개념 고찰 2) 패션산업의 이해와 패션 산업군, 패션관련 산업군, 패션지식 산업군의 고찰</p>	<p>○수업방법: 강의, 질의응답, 시청각자료</p> <p>○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시청각자료</p> <p>○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔프로젝터, 스크린</p>
	2	<p>1. 강의주제: 패션산업의 구조</p> <p>2. 강의목표: - 패션 산업계의 구조를 설명할 수 있다. - 패션 산업과 주변산업의 관계를 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 소비용품이 소비자에게 도달하기 까지의 대한 패션 산업계의 구조 2) 패션산업과 주변산업의 이해관계 고찰 3) 어패럴 메이커의 고찰</p>	
	3	<p>1. 강의주제: 패션산업의 특성</p> <p>2. 강의목표: - 패션산업의 특성을 설명할 수 있다. - 패션산업의 특성에 대한 세부설명을 할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 패션산업의 특성 고찰 2) 패션산업의 특징들에 대한 고찰</p>	

제4주	1	<p>1. 강의주제: 마케팅의 개념과 관리의 발전과정</p> <p>2. 강의목표: - 마케팅의 개념에 대한 설명할 수 있다. - 마케팅 관리의 발전과정을 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 마케팅의 개념과 개념의 변화 과정 이해 2) 마케팅 관리의 발전과정 고찰 3) 마케팅 관리 발전과정의 시대별 변화 과정 이해</p>	<p>○수업방법: 강의, 질의응답, 시청각자료</p> <p>○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시청각자료</p> <p>○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔프로젝터, 스크린</p> <p>※수시평가1: 1-4주차 내용으로 수시평가 실시</p>
	2	<p>1. 강의주제: 마케팅 전략수립 프로세스</p> <p>2. 강의목표: - 마케팅 전략수립 과정을 설명할 수 있다. - 거시 환경 분석을 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 마케팅 정보시스템(MIS)의 운영과 개념 이해 2) 마케팅 전략수립을 위해 필요한 기업의 내부기록 및 마케팅 일상 정보 고찰 3) 기업의 거시 환경 분석의 개념과 목적 고찰</p>	
	3	<p>1. 강의주제: 마케팅 조사와 수요 예측</p> <p>2. 강의목표: - 마케팅 조사과정을 설명할 수 있다. - 예측과 수요 측정을 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 기업들이 시장 수요를 파악하는 이유와 시장 수요의 고찰 2) 현 수요 예측과 미래 수요 예측의 개념과 이해</p>	

제5주	1	<p>1. 강의주제: 세분시장 확인 및 규명</p> <p>2. 강의목표: - 시장 세분화의 개념을 설명할 수 있다. - 시장 세분화의 변수집단을 학습할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 세분시장 확인 및 규명/시장 세분화의 고찰 2) 시장세분화 변수집단의 개념이해와 지리적, 인구통계적, 심리 묘사적 세분화 고찰</p>	<p>○수업방법: 강의, 질의응답, 시청각자료</p> <p>○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시청각자료</p> <p>○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔프로젝터, 스크린</p>
	2	<p>1. 강의주제: 표적시장 선정</p> <p>2. 강의목표: - 표적시장 선정을 설명할 수 있다. - 표적시장 선정 전략의 방법을 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 표적시장 선정의 개념과 방법의 이해 2) 차별화, 비차별화, 집중화 전략의 고찰 3) 표적시장 선정시의 유의점과 고려 내용 고찰</p>	
	3	<p>1. 강의주제: 포지셔닝</p> <p>2. 강의목표: - 포지셔닝의 개념과 발전과정을 설명할 수 있다. - 포지셔닝 전략에 개념을 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 포지셔닝의 개념, 발전과정, 유형의 고찰 2) 포지셔닝 전략수립 목적과 수행 방법의 고찰 3) 포지셔닝 전략 프로세스와 포지셔닝 맵 작성의 이해</p>	

제6주	<p>1</p> <p>1. 강의주제: 패션기업 내 머천다이지의 역할</p> <p>2. 강의목표: - 머천다이지의 역할과 업무를 이해할 수 있다. - 머천다이지의 실무 과정을 이해할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 머천다이지의 개념과 역할 고찰 2) 패션 비즈니스 기업의 새로운 기회요인과 위협 요인을 확인하고 학습할 수 있다.</p>	<p>※현장학습 ※실행계획서 ○수업방법: 강의, 질의응답, 시청각자료</p> <p>○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시청각자료</p> <p>○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔프로젝터, 스크린</p> <p>※성적과제1 : 과제부여 -현장실습 리포트제출 -9주차에 제출</p>
제6주	<p>2</p> <p>1. 강의주제: 패션머천다이지가 갖추어야 할 역량</p> <p>2. 강의목표: - 패션 머천다이지의 업무와 책임 - 패션 머천다이지의 자질</p> <p>3. 강의세부내용 1) 머천다이지의 업무와 책임을 크게 다섯 가지의 고찰 2) 패션 머천다이지의 자질을 이해하며 실무에서 갖추어야할 역량에 대해 고찰</p>	
제6주	<p>3</p> <p>1. 강의주제: 패션기업에서 머천다이지의 중요성</p> <p>2. 강의목표: - 기업내의 의류생산 및 판매의 프로세스를 이해하고 프로세스 내 머천다이지의 업무의 중요성을 파악할 수 있다. -질의응답</p> <p>3. 강의세부내용 1) 기업 내의 의류 생산 프로세스 설명 2) 기업 내의 의류 판매 프로세스 설명 3) 판매 지표와 예상 지표의 비교 분석 4) 질의응답</p>	

	1	<p>1. 강의주제: 마케팅 믹스- 제품전략 고찰</p> <p>2. 강의목표: - 마케팅 믹스를 설명할 수 있다. - 마케팅 제품 및 가격전략을 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 제품전략의 개념 이해 2) 제품의 분류와 차별화 속성 고찰 3) 제품의 디자인과 서비스 패키징등의 고찰</p>	<p>○수업방법: 강의, 질의응답, 시청각자료</p> <p>○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시청각자료</p> <p>○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔프로젝터, 스크린</p> <p>※중간고사 공지안내</p>
제7주	2	<p>1. 강의주제: 마케팅 믹스 - 가격조정 전략 고찰</p> <p>2. 강의목표: - 가격전략의 개념을 설명할 수 있다. - 가격결정의 개념을 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 가격전략의 이해와 가격의 개념에 대한 고찰 2) 가격결정의 개념과 과정 이해 3) 기업의 가격조정 전략의 고찰</p>	
	3	<p>1. 강의주제: 마케팅 믹스- 유통 및 마케팅 커뮤니케이션</p> <p>2. 강의목표: - 유통전략의 개념을 이해할 수 있다. - 마케팅 커뮤니케이션 전략을 이해할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 유통전략의 거래 경로와 유통채널의 고찰 2) 물적 유통의 개념과 로지스틱스 시스템의 고찰 3) 마케팅 커뮤니케이션의 역할과 커뮤니케이션 고찰 4) 효과적인 커뮤니케이션 개발과 대량 커뮤니케이션 고찰</p>	
제8주	1~3	<p>○중간고사(30점) -평가문항: 1-7주차 학습내용을 토대로 필기시험 -평가방법: 수업시간에 배운 내용에 대해서 얼마나 잘 인지하고 있는지 단답형, 서술형을 혼합하여 평가 -난이도: 상(30%), 중(50%), 하(20%)의 난이도 분포로 출제</p>	<p>○수업방법: 중간고사 시험실시</p> <p>○학습자료: 평가용 시험지</p>

제9주	1	<p>1. 강의주제: 패션 머천다이징의 개념과 발전</p> <p>2. 강의목표: - 머천다이징의 개념을 이해할 수 있다. - 패션 머천다이징의 개념을 이해할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 머천다이징의 개념과 발전 과정 고찰 2) 패션 머천다이징의 개념과 기능 고찰</p>	<p>○수업방법: 강의, 질의응답, 시청각자료</p> <p>○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시청각자료</p> <p>○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔프로젝터, 스크린</p> <p>※과제1 제출: 제출 과제 중 우수과제 선발하여 발표</p>
	2	<p>1. 강의주제: 패션 머천다이징 시스템과 전략</p> <p>2. 강의목표: - 패션 머천다이징 시스템의 개념을 이해할 수 있다. - 패션 머천다이징의 프로세스 개념을 이해할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 패션 머천다이징 시스템의 개념 고찰 2) 소매업 머천다이징과 제조업 머천다이징의 개념 고찰 3) 소매업 머천다이징과 제조업 머천다이징의 비교 이해 4) 패션 머천다이징의 프로세스 이해</p>	
	3	<p>1. 강의주제: 패션 머천다이저의 역할</p> <p>2. 강의목표: - 패션 머천다이저의 개념과 역할을 이해할 수 있다. - 패션 머천다이저의 업무와 책임을 이해할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 패션 머천 다이저의 역할과 업무영역별 개념 고찰 2) 머천다이저의 책임과 업무 내용 고찰 3) 패션 머천다이저의 자질 이해</p>	

제10주	1	<p>1. 강의주제: 정보 전략 및 표적시장 설정</p> <p>2. 강의목표: - 패션다이징의 세부 전략을 학습할 수 있다. - 정보전략과 표적시장 설정의 개념을 학습할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 정보 전략의 개념과 패션 마켓 정보의 종류 고찰 2) 패션 마케팅 정보의 처리과정 고찰 3) 표적시장 설정의 개념과 시장 세분화의 이해</p>	<p>○수업방법: 강의, 질의응답, 시청각자료</p> <p>○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시청각자료</p> <p>○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔프로젝터, 스크린</p>
	2	<p>1. 강의주제: 마케팅 콘셉트 및 상품전략</p> <p>2. 강의목표: - 마케팅 콘셉트 설정과정을 학습할 수 있다. - 상품전략의 개념과 상품구성 계획을 학습할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 마케팅 콘셉트 설정과정의 기본적인 조건 이해 2) 머천다이징 콘셉트 설정의 기본요소 고찰 3) 상품구성의 계획과 예산 및 물량 계획의 고찰</p>	
	3	<p>1. 강의주제: 디자인 개발 프로세스</p> <p>2. 강의목표: - 디자인 개발의 개념을 이해할 수 있다 - 패션 트렌드 분석을 이해할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 디자인 매니지먼트의 프로세스 고찰 2) 패션 트렌드 분석의 개념 분석과 트렌드 기획 포맷</p>	

제11주	1	<p>1. 강의주제: 제품 품평 및 수주</p> <p>2. 강의목표: - 품평의 개념을 이해할 수 있다. - 품평회의 필요성과 수주의 개념을 학습할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 품평의 개념과 품평회 및 컬렉션의 목적 및 내용의 고찰 2) 수주회와 수량결정, 테스트 마케팅의 개념 이해</p>	<p>○수업방법: 강의, 질의응답, 시청각자료</p> <p>○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시청각자료</p> <p>○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔프로젝터, 스크린</p> <p>※수시평가2: 9-11주차 내용으로 수시평가 실시</p>
	2	<p>1. 강의주제: 가격 및 생산 지원 전략</p> <p>2. 강의목표: - 가격정책의 개념과 가격 결정의 요인을 이해할 수 있다. - 생산 지원 전략의 개념을 이해할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 가격정책 개념과 가격결정 요인과 방법의 이해 2) 가격결정의 방법과 결정요인의 고찰 3) 생산 지원 전략의 개념과 생산방법의 종류 이해 4) 글로벌 아웃소싱의 고찰</p>	
	3	<p>1. 강의주제: 유통 및 판매지원 전략과 커뮤니케이션 전략</p> <p>2. 강의목표: - 유통 및 판매지원 전략의 개념을 학습할 수 있다. - 커뮤니케이션 전략의 개념을 학습할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 영업과 판매지원 전략 및 계획의 고찰 2) 재고관리 시스템의 고찰 3) 인적 판매의 본질과 광고의 목적 고찰</p>	

제12주	1	<p>1. 강의주제: 신규브랜드 론칭 프로세스</p> <p>2. 강의목표: - 신규브랜드 론칭 프로세스 모형을 학습할 수 있다. - 신규브랜드 론칭 프로세스 및 세부내용을 학습할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 기업목표 설정(미션과 비전) 고찰 2) 신규브랜드의 론칭 과정을 숙지하고 학습할 수 있다. 3) 신규브랜드 론칭의 당위성과 문제점 대응</p>	<p>○수업방법: 강의, 질의응답, 시청각자료</p> <p>○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시청각자료</p> <p>○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔프로젝터, 스크린</p> <p>※성적과제2 : 과제부여 -새로운 브랜드를 론칭한다고 생각하고 마케팅 론칭 프로세스 및 머천다이징 기획 포트폴리오를 만들어 본다.(ppt 20장 내외) -14주차에 제출</p>
	2	<p>1. 강의주제: 신규브랜드의 마케팅 전략 도출</p> <p>2. 강의목표: - 시장분석과 마케팅 전략을 학습할 수 있다. - 마케팅 전략 기본 방향성을 설정 및 학습할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 패션시장 분석 및 변화 추이 시장 전망 파악 2) 마케팅 전략 기본 방향성 설정 3) 목표시장 설정 및 마케팅 믹스 전략 고찰</p>	
	3	<p>1. 강의주제: 신규브랜드 새로운 시즌 머천다이징 기획</p> <p>2. 강의목표: - 상품 기획 단위 업무 및 부서별 역할을 학습할 수 있다. - 머천다이징 부서 별 업무내용과 결과물을 학습할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 상품판매기간 설정 및 신상품출고 과정을 이해 2) 상품의 주력군과 보완군을 분류하며 고찰 3) 테마별 상품구성과 물량 비율 고찰</p>	

제13주	1	<p>1. 강의주제: 브랜드 개발 배경</p> <p>2. 강의목표:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 신규 브랜드 개발 배경을 이해할 수 있다. - 신규 브랜드 개발 전제조건을 이해할 수 있다. <p>3. 강의세부내용</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 신규 브랜드를 개발하게 되는 구체적인 경우 사례 2) 신규 브랜드의 개발 여부를 결정하기 위한 여러가지 전제조건 고찰 	<p>○수업방법: 강의, 질의응답, 시청각자료</p> <p>○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시청각자료</p> <p>○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔프로젝터, 스크린</p>
	2	<p>1. 강의주제: 브랜드 개발 전제조건 및 개발 프로세스</p> <p>2. 강의목표:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 신규 브랜드 개발 프로세스 개념 이해 - 신규 브랜드 개발의 실제 개념 이해 <p>3. 강의세부내용</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 마케팅 측면에서의 브랜드 개발 프로세스(SWOT분석 4P MIX) 고찰 2) 마케팅 전략 수립 실행 및 통제과정의 이해 3) 마케팅 환경 분석의 고찰 	
	3	<p>1. 강의주제: 브랜드 개발 마케팅 컨트롤</p> <p>2. 강의목표:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 연 간 마케팅 전략의 점검을 이해할 수 있다. - 마케팅 손익 분석을 이해할 수 있다. <p>3. 강의세부내용</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 매출분석 및 시장점유율 분석 고찰 2) 마케팅 비용 및 재무 분석 고찰 3) 마케팅 손익 효율 분석 고찰 	

	1	<p>1. 강의주제: 기존 브랜드의 리뉴얼 필요성과 프로세스</p> <p>2. 강의목표: - 기존 브랜드의 리뉴얼 필요성을 학습할 수 있다. - 브랜드 리뉴얼 프로세스 이해</p> <p>3. 강의세부내용 1) 기존 브랜드의 리뉴얼과정 (브랜드 진단 및 분석방법) 과 필요성에 대한 고찰 2) 기존 브랜드의 리뉴얼(마케팅 관점, 머천다이징 관점)과정의 고찰</p>	<p>○수업방법: 강의, 질의응답, 시청각자료</p> <p>○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시청각자료</p> <p>○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔프로젝터, 스크린</p> <p>*과제2 제출: 제출 과제 중 우수과제 선발하여 발표</p> <p>*기말고사 공지안내</p>
제14주	2	<p>1. 강의주제: 브랜드 리뉴얼의 실제</p> <p>2. 강의목표: - 브랜드 진단 및 분석을 학습할 수 있다. - 브랜드 확장 전략의 추진 및 단점을 학습할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 브랜드 진단 및 분석을 위한 항목(브랜드 점유율, 선호도, 벤치마킹) 등의 데이터 개념 고찰 2) 브랜드 문제점의 도출과 확장 전략의 추진 고찰 3) 브랜드 확장 전략의 유형 이해 4) 브랜드 리포지셔닝의 개념과 방법 고찰</p>	
	3	<p>1. 강의주제: 브랜드 리뉴얼 사례</p> <p>2. 강의목표: - 기존 브랜드의 리뉴얼 과정 - 브랜드 리뉴얼 사례를 학습할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용 1) 기존 브랜드의 리뉴얼 (머천다이징 관점)을 이해하며 머천다이징 시스템의 재설계를 고찰 2) 경영목표 수치계획의 재구축 고찰 3) 커뮤니케이션 전략의 재구축 고찰</p>	
제15주	1~3	<p>○기말고사(30점) -평가문항: 9-14주차 학습내용을 토대로 필기시험 -평가방법: 수업시간에 배운 내용에 대해서 얼마나 잘 인지하고 있는지 단답형, 서술형을 혼합하여 평가 -난이도: 상(30%), 중(50%), 하(20%)의 난이도 분포로 출제</p>	<p>○수업방법: 기말고사 시험실시</p> <p>○학습자료: 평가용 시험지</p>
첨부자료			