

결	전공주임	교학부장
재		

# 수업계획서

< 2017학년도 8월 21일 ~ 12월 8일 >

1. 강의개요							
학습과정명	패션마케팅	학점	3	교강사명		교강사 전화번호	
강의시간	3	강 의 실		수강대상	패션디자인	E-mail	
2. 교육과정 수업목표							
<p>마케팅과 관련된 개념 및 원리를 중심으로 오늘날 급변하는 글로벌 시장 환경에 보다 효과적으로 대응할 수 있는 마케팅 전략 수립의 틀을 제공하고, 향후 시장의 흐름을 창의적으로 볼 수 있는 안목을 키우는데 도움을 주고자 한다. 오늘날 정보화, 세계화의 가속화로 패션 분야의 활동 범위가 국제시장으로 확장됨에 따라 비즈니스 전략이 중요하게 되었다. 본 교과목에서는 패션 마케팅의 의의와 개념, 소비자 구매행동의 이해를 기반으로 패션 상품의 기획, 생산, 판매의 전반적인 과정을 익히도록 한다. 아울러 세계의 빠르게 트렌드를 읽어내어 글로벌 패션 마케팅 전략을 수립하고 적용 및 현장에서의 활용 방법에 적용할 수 있도록 한다. 국제화 시대에 경쟁력 있는 패션비즈니스 분야의 전문가를 양성하기 위한 전반적인 이론지식을 확립하여 이를 기반으로 이론과 현장의 연계를 지향한다.</p>							
3. 교재 및 참고문헌							
주교재	21세기 패션마케팅	저자	최선희 외 3인	출판사	창지사	출판년도	2013
부교재(참고문헌)	패션마케팅	저자	안광호 외 2인	출판사	수학사	출판년도	2011
4. 주차별 강의(실습·실기·실험) 내용							
주별	차시	강의(실습·실기·실험) 내용				과제 및 기타 참고사항	
제 1 주	1	1] 강의주제: 패션마케팅의 개념				주교재 p41-59 부교재 p18-40 빔프로젝트, 스크린, 컴퓨터	
	2	2] 강의목표: 패션마케팅 개념의 이해					
	3	3] 강의세부내용: ① 패션 마케팅의 정의 설명 ② 패션 마케팅의 핵심개념 정리를 통한 패션 시장 분석 ③ 패션 마케팅 믹스의 개념과 4Ps ④ 패션기업들이 지향하고 있는 컨셉의 이해 ⑤ 패션 마케팅의 윤리와 마케팅 관리 과정 4] 수업방법 : 교재를 중심으로 한 이론전달 및 PPT를 사용한 시청각 강의					
제 2 주	1	1] 강의주제: 패션 마케팅의 환경				주교재 p72-96 부교재 p50-76 빔프로젝트, 스크린, 컴퓨터	
	2	2] 강의목표: 패션 마케팅에 영향을 주는 내·외적 환경					
	3	3] 강의세부내용: ① 외적 환경인 거시적 환경에 관한 이해 ② 패션 마케팅 활동에 직접적 영향을 미치는 패션시장, 경쟁, 소비자, 트렌드에 관한 조사 ③ 기업 내부 환경이 패션 마케팅에 미치는 영향 4] 수업방법 : 교재를 중심으로 한 이론전달 및 PPT를 사용한 시청각 강의					
제 3 주	1	1] 강의주제: 패션과 소비자 행동과 심리				주교재 p100-118 부교재 p83-117 빔프로젝트, 스크린, 컴퓨터	
	2	2] 강의목표: 패션 소비자들의 구매심리와 행동에 대한 이해 3] 강의세부내용:					

	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 소비자 구매의사 결정과정 5단계의 설명</li> <li>② 관여도에 따른 소비자 구매 행동</li> <li>③ 패션소비자의 구매 후 정보처리 과정</li> <li>④ 패션소비자의 구매행동에 미치는 영향에 대한 설명</li> </ul> <p>4] 수업방법 : 교재를 중심으로 한 이론전달 및 PPT를 사용한 시청각 강의</p>	
제 4 주	1	1] 강의주제: 시장 세분화와 표적시장	주교재 p122-148 부교재 p160-198 빔프로젝트, 스크린, 컴퓨터
	2	2] 강의목표: 시장 세분화의 개념과 표적시장의 선택	
	3	3] 강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>① STP마케팅의 개념과 과정에 대한 설명</li> <li>② 시장 세분화의 개념과 필요성에 대한 이해</li> <li>③ 시장 세분화를 통한 표적 시장의 선택</li> </ul> <p>4] 수업방법 : 교재를 중심으로 한 이론전달 및 PPT를 사용한 시청각 강의</p>	
제 5 주	1	1] 강의주제: 제품 포지셔닝	개별 프린트물 부교재 p200-231 빔프로젝트, 스크린, 컴퓨터
	2	2] 강의목표: 제품 포지셔닝 전략 수립	
	3	3] 강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>① 기업의 포지셔닝 전략과 선택한 포지셔닝 전달과정에 대한 설명</li> <li>② 기업의 차별적 포지셔닝에 대한 사례</li> <li>③ 제품 포지셔닝맵 개발 과정에 대한 이해</li> <li>④ 제품 포지셔닝 전략 사례</li> </ul> <p>4] 수업방법 : 교재를 중심으로 한 이론전달 및 PPT를 사용한 시청각 강의</p>	
제 6 주	1	1] 강의주제: 패션 상품의 관리	주교재 p154-186 부교재 p236-277 빔프로젝트, 스크린, 컴퓨터  <b>과제부여 1: 마케팅 종류 조사 및 성공 및 실패 사례 분석</b>
	2	2] 강의목표: 패션 상품의 이해와 관리	
	3	3] 강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>① 패션상품의 개념 설명</li> <li>② 기업의 생산·판매되는 상품의 관리 구조</li> <li>③ 상품개선 전략과 원가절감 전략 등의 패션상품 전략을 사례를 통해 설명</li> <li>④ 패션 브랜드의 개념과 단계적 패션 마케팅 전략</li> </ul> <p>4] 수업방법 : 교재를 중심으로 한 이론전달 및 PPT를 사용한 시청각 강의</p>	
제 7 주	1	1] 강의주제: 패션 머천다이징	주교재 p190-211 부교재 p280-304 빔프로젝트, 스크린, 컴퓨터
	2	2] 강의목표: 패션 머천다이징 과정	
	3	3] 강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>① 패션 머천다이징의 개념과 패션 머천다이저의 역할</li> <li>② 매출 목표와 목표달성을 위한 상품구성 계획 설명</li> <li>③ 상품 구성 계획에 따른 신상품 개발 순서</li> <li>④ 상품개발 및 유통진행 단계</li> <li>⑤ 유통경로의 구상과 설계</li> </ul> <p>4] 수업방법 : 교재를 중심으로 한 이론전달 및 PPT를 사용한 시청각 강의</p>	
제 8 주	1	중간고사	이론평가 객관식 20점 주관식10점 총 30점
	2		
	3		
제 9 주	1	1] 강의주제: 패션가격	주교재 p214-237 부교재 p309-347 빔프로젝트, 스크린, 컴퓨터
	2	2] 강의목표: 패션제품과 가격관리	
	3	3] 강의세부내용: <ul style="list-style-type: none"> <li>① 가격의 개념과 특성 설명</li> <li>② 가격결정에 영향을 미치는 요인에 대한 설명</li> <li>③ 가격결정 방법에 대한 이해</li> <li>④ 소비자들의 반응 유도를 위한 가격조정 전략</li> <li>⑤ 가격변경 전략과 소매점 가격전략</li> </ul> <p>4] 수업방법 : 교재를 중심으로 한 이론전달 및 PPT를 사용한 시청각 강의</p>	
제 10 주	1	1] 강의주제: 패션 커뮤니케이션 I	주교재 p240-250 부교재 p356-414 빔프로젝트, 스크린, 컴퓨터
	2	2] 강의목표: 패션 커뮤니케이션과 광고 관리 3] 강의세부내용:	

	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 패션 커뮤니케이션의 이해와 과정</li> <li>② 패션 광고의 개념과 효과</li> <li>③ 단기간 상품이나 서비스를 구매하게 만드는 방안과 사례분석</li> <li>④ 기업이미지나 제품 홍보를 위한 다양한 프로그램</li> </ul> 4] 수업방법 : 교재를 중심으로 한 이론전달 및 PPT를 사용한 시청각 강의				
제 11 주	1	1] 강의주제: 패션 커뮤니케이션 II	주교재 p250-264 부교재 p418-452 빔프로젝트, 스크린, 컴퓨터  <b>과제부여 2: SPA브랜드 조사 및 분석 (4P를 중심으로)</b>			
	2	2] 강의목표: 패션 커뮤니케이션과 판매 촉진				
	3	3] 강의세부내용: ① 패션홍보의 개념과 역할 사례 ② 인적 판매의 개념과 역할에 따른 중요성 ③ 비주얼 머천다이징의 개념과 디스플레이 유형설명 ④ 스페셜 이벤트와 그 밖의 사례를 통한 판매촉진 전략 4] 수업방법 : 교재를 중심으로 한 이론전달 및 PPT를 사용한 시청각 강의				
제 12 주	1	1] 강의주제: 패션상품의 유통 과정	주교재 p268-292 부교재 p457-523 빔프로젝트, 스크린, 컴퓨터 <b>* 프리젠테이션발표 (수시평가)</b>			
	2	2] 강의목표: 패션상품의 유통경로와 소·도매상 유통관리				
	3	3] 강의세부내용: ① 패션 유통경의 유형과 특징 설명 ② 패션 유통경로의 과정에 대한 이해 ③ 패션 소매상의 역할과 유형에 따른 사례 ④ 의류 전문 도매상의 역할과 사례 ⑤ 복종에 따른 유통관리와 소매점의 효율적 관리 4] 수업방법 : 교재를 중심으로 한 이론전달 및 PPT를 사용한 시청각 강의				
제 13 주	1	1] 강의주제: 온라인 패션 마케팅	주교재 p298-321 빔프로젝트, 스크린, 컴퓨터 <b>* 프리젠테이션발표 (수시평가)</b>			
	2	2] 강의목표: 인터넷 환경에 적합한 마케팅 전략 수립				
	3	3] 강의세부내용: ① 인터넷 마케팅의 개념 ② 인터넷 쇼핑몰의 개념 및 장점 ③ 인터넷 소비자의 특성과 마케팅 주의사항 ④ 인터넷 마케팅의 실행과정과 국내 패션 관련 인터넷쇼핑몰의 사례 4] 수업방법 : 교재를 중심으로 한 이론전달 및 PPT를 사용한 시청각 강의				
제 14 주	1	1] 강의주제: 패션 기업의 글로벌화	주교재 p326-360 부교재 p529-560 빔프로젝트, 스크린, 컴퓨터 <b>* 프리젠테이션발표 (수시평가)</b>			
	2	2] 강의목표: 글로벌 패션 마케팅 전략 수립				
	3	3] 강의세부내용: ① 글로벌화의 개념 및 한국 패션기업의 글로벌화 과정 ② 패션 기업의 글로벌 패션 시장의 진출방법 ③ 패션 기업의 글로벌화를 위한 마케팅 전략 ④ 패션 기업의 글로벌화 성공 사례 4] 수업방법 : 교재를 중심으로 한 이론전달 및 PPT를 사용한 시청각 강의				
제 15 주	1	기말고사	이론평가 객관식 20점 주관식10점 총 30점			
	2					
	3					
5. 성적평가 방법						
중간고사	기말고사	과제물	출결	기타(수업참여도)	합계	비고
30 %	30 %	15 %	20 %	5 %	100 %	
6. 수업 방법(강의, 토론, 실습 등)						
- 교재를 중심으로 한 이론전달 및 PPT를 사용한 시청각 강의, 마케팅 사례발표에 따른 질의응답과 토론						

7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항

- 팀별 프레젠테이션 자료를 미리 제출하여 수정 보완하게 지도하고 프레젠테이션 발표를 통해 발표력과 토론능력을 향상시킨다.

8. 문제해결 방법(실험·실습 등의 학습과정의 경우에 작성)