

# 강의계획서

<b>학습과목명</b>	패션미디어			<b>담당 교수명</b>	<b>(인)</b>				
<b>1. 수업목표</b>									
패션미디어 수업은 마케팅 커뮤니케이션 도구의 유형과 효과에 대해 알아보고, 효과적인 브랜드 마케팅 커뮤니케이션 전략을 수립할 수 있는 능력을 양성하고자 한다. 이를 위해 패션산업의 정보기획 및 홍보 전략에 활용되는 미디어(인쇄매체, 방송매체, 인터넷, 모바일 등)의 기능과 특성을 학습하고, 각 매체를 활용한 다양한 전략을 알아보고, 실습함으로써 패션산업 현장에서 필수적인 미디어 활용능력을 함양하고자 한다.									
<b>2. 수업진행</b>									
이론	○	실습	○	실험		설계			
<b>3. 수업방법</b>									
강의	토의/토론	세미나	실험/실습	시청각	유인물	견학/현장강의	팀별/개별발표	온라인강의	기타
○			○	○			○		
<b>4. 성적 평가방법 및 비율</b>									
중간고사/30점 만점		기말고사/30점 만점			기타(과제물)/20점 만점		출석/20점 만점		
30%		30%			20%		20%		
<b>5. 교재</b>									
주교재	교 재 명			저 자 명		출판사	발행년도		
	패션브랜드와 커뮤니케이션			고은주 외 2명		교문사	2012		
부교재 및 참고자료									

<b>6. 주별 강의계획서</b>			
<b>주차</b>	<b>강 의 주 제</b>	<b>강 의 내 용</b>	<b>비고(과제/준비물)</b>
1	패션브랜드의 개요	- 수업방향에 대한 전반적인 오리엔테이션 - 브랜드의 개념과 중요성 - 브랜드의 전략적 관리	과제 공지/설명
2	패션브랜드 자산	- 브랜드 자산 개요 - 패션브랜드 자산의 원천	과제 : 정해진 조 & 브랜드 제출
3	패션브랜드 상황분석	- 환경분석과 시장분석 - 고객분석과 목표시장 설정 - 경쟁분석과 자사분석 [ 실습 ] : 패션잡지, 신문, 인터넷 등 여러 미디어에서 나타나는 커뮤니케이션 도구 유형의 자료 수집하기	노트북, 잡지, 신문, 전단, 가위, 테이프, 노트 등
4	패션브랜드 아이덴티티와 포지셔닝	- 패션브랜드 아이덴티티 - 패션브랜드 포지셔닝 [ 실습 ] : 여러 가지 미디어에서 수집한 자료들을 커뮤니케이션 도구 유형에 따라 분류하고, 분류된 자료들을 매체별로 분류하여 비교분석해보기	노트북, 잡지, 신문, 전단, 가위, 테이프, 노트 등

5	패션브랜드와 통합 마케팅 커뮤니케이션	- 커뮤니케이션 과정과 정보처리 과정 - 통합 마케팅 커뮤니케이션의 개념과 접근방법 [ 실습 ] : 여러 가지 미디어에서 수집하여 분류한 자료들의 유형과 표현방식/내용 등을 분류해보기	노트북, 잡지, 신문, 전단, 가위, 테이프, 노트 등
6	광고 전략 1_메시지 전략	- 광고의 개요와 전략 수립과정 - 광고 콘셉트의 설정 - 광고 크리에이티브 전략과 광고모델 전략 [ 실습 ] : 수집한 광고들의 광고콘셉트, 광고소구법, 광고표현방식, 광고모델 등 분석하기	노트북, 노트, 필기구 * 광고 자료 수집
7	광고전략 2_매체 전략	- 매체기획의 개요 - 매체기획의 수립과정 - 매체유형과 구매과정 [ 실습 ] : 과제 제출용으로 선정한 브랜드(1개 브랜드)의 수집한 광고 자료를 광고 메시지 유형과 표현방식 등으로 분석하고, 간단한 광고 제작해보기	노트북, 노트, 필기구
8	<b>중 간 고 사</b>		
9	PR 전략	- PR의 개요와 대상 - PR 수단과 상황 - PR 전략의 수립과정 [ 실습 ] : 과제 제출용으로 선정한 브랜드(1개 브랜드)의 수집한 PR 자료를 PR의 수단과 내용 등으로 분석하고, 간단한 기사나 보도자료 제작해보기	노트북, 잡지, 신문, 전단, 가위, 테이프, 노트 등 * PR 사례 자료 수집
10	판매촉진 전략	- 판매촉진의 개요 - 판매촉진 전략의 수립과정 - 판매촉진의 유형 [ 실습 ] : 과제 제출용으로 선정한 브랜드(1개 브랜드)의 수집한 판매촉진 자료를 판촉 유형과 수단 등으로 분석하고, 간단한 가격할인 판촉을 제작해보기	노트북, 전단, DM, 가위, 테이프, 노트 등 * 판매촉진 자료 수집
11	PPL과 간접광고	- PPL - 간접광고 - PPL과 간접광고의 효과 [ 실습 ] : 과제 제출용으로 선정한 브랜드(1개 브랜드)의 수집한 간접광고 자료를 노출 유형과 인물 캐릭터 등으로 분석하고, 브랜드에 적합한 간접광고 계획 세워보기	노트북, 노트, 필기구 * 간접광고 자료 수집
12	인터넷 마케팅 커뮤니케이션	- 인터넷과 마케팅 - 인터넷 광고와 인터넷 PR - 인터넷 판매촉진 [ 실습 ] : 실제로 인터넷에서 사용되는 커뮤니케이션 도구 유형 수집, 분류하기	노트북, 노트, 필기구
13	모바일 마케팅 커뮤니케이션	- 모바일과 미디어 - 모바일 광고 - 패션기업의 모바일 커뮤니케이션 [ 실습 ] : 실제로 모바일에서 사용되는 커뮤니케이션 도구 유형 수집, 분류하기	노트북, 노트, 필기구
14	패션 콜라보레이션·VMD·패션쇼 & 프레젠테이션	- 패션 콜라보레이션 - VMD와 패션쇼 - 프레젠테이션 발표(과제)	과제발표
15	<b>기 말 고 사</b>		
7. 과제	과제 제출 마감일/발표	<b>브랜드 마케팅 커뮤니케이션 도구 유형과 구성요소를 알아보고, 커뮤니케이션 도구 제작하기 (20점)</b>	
	12주 제출 (발표 14주)	국내외 브랜드 중 하나를 선정하여 선정 브랜드의 광고, PR, 판매촉진, 간접광고(PPL)의 유형과 표현방식/내용 등을 조사 분석하고, 광고/PR/판매촉진/간접광고 중 1가지를 제작하여 발표한다. 제출물에는 선정 브랜드에 대한 설명(브랜드 타깃, 콘셉트 등)이 포함되어야 하고, 제작한 커뮤니케이션 도구(광고/PR/판매촉진/간접광고)의 유형과 표현방식/내용 등에 대한 설명도 포함되어야 한다. 조별발표 : 2~3명이 한 팀으로 조사 & 구성 & 발표.	
8. 비고	Daum이나 Naver에 '패션미디어' 카페 만들기(반대표)-수업자료, 질의/응답 등 활용.		