

강의계획서

학습과목명	패션상품기획	담당 교수명	(인)
--------------	--------	---------------	------------

1. 수업목표(※ 구체적으로 기술하세요)

마케팅 및 머천다이징 이론을 토대로 패션의 개념에서 발생과 흐름을 탐구하며 패션 상품 기획의 방향을 제시하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 본 교과목에서는 패션마케팅과 머천다이징의 정의부터 기능과 역할, 패션 상품의 정보 분석과 패션마케팅의 현황을 살펴보고 나아가 패션 상품 기획 및 현장에서의 패션 상품 기획을 위한 이론위주로 학습한다. 아울러 시대적 트렌드를 읽어내어 시장이 요구하는 패션상품을 프로모션하고 그 이미지를 브랜드화하여 마케팅 전략을 수립하는 다양한 이론적 토대를 학습하고 다양한 실사례를 연구해 본다. 이를 통해 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.

2. 수업진행(※ 해당란에 O표 하세요)

이론	<input checked="" type="radio"/>	실습	<input type="radio"/>	실험	<input type="radio"/>	설계	<input type="radio"/>
----	----------------------------------	----	-----------------------	----	-----------------------	----	-----------------------

3. 수업방법(※ 해당란에 O표 하세요)

강의	토의/토론	세미나	실험/실습	시청각	유인물	견학/현장강의	팀별/개별발표	온라인강의	기타
<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. 성적 평가방법 및 비율

중간고사/30점 만점	기말고사/30점 만점	기타(과제물)/20점 만점	출석/20점 만점
30%	30%	20%	20%

5. 교재

주교재	교재명	저자명	출판사	발행년도
	패션브랜드 상품기획	심영완 외 4명	도서출판 국제패션	2016
부교재 및 참고자료	패션상품기획 실무	김문영	와이북	2012

6.주별 강의계획서(※ 학점은행제 규정 : 과제물 부과 시 해당 주에 대한 과제 명을 기입하세요)			
주차	강 의 주 제	강 의 내 용	※ 과제물 부과 시 해당 주에 기입하세요
1	패션의 이해	패션과 패션브랜드에 대하여 이해하고 패션상품의 범위, 주기 및 흐름을 배운다	
2	패션브랜드의 이해	패션브랜드의 특징과 구분에 대하여 이해	
3	패션마케팅	패션마케팅의 개념과 중요성	
4	패션정보기획	패션정보의 종류와 활용방법	
5	패션 스페셜리스트	패션산업의 직업군 과 STP 전략	
6	포지셔닝과 브랜드 컨셉	브랜드 포지셔닝에 대해 이해하고 브랜드 아이덴티티의 구성요소를 분석한다.	
7	패션브랜드 상품 구성 전략	상품구성 개념과 구조	
8	중 간 고 사		
9	패션브랜드 디자인 개발	디자인 매니지먼트 프로세스	과제 1차 점검 (컨셉 발표)
10	패션제품 가격전략	패션제품 가격의 개념과 전략에 대한 이해	과제 2차 점검 (마케팅 방향 발표)
11	예산 및 물량계획	매출목표와 생산물량 계획을 이해한다.	과제 3차 점검 (브랜드 광고 발표)
12	생산지원전략	생산공정 및 생산계획의 이해	과제 제출
13	유통 및 판매지원 전략과 커뮤니케이션	유통경로의 유형 및 지원 시스템의 이해	
14	과제물 프레젠테이션 실시	과제물 프레젠테이션을 진행하고 평가하여 성공적인 프레젠테이션 역량을 키운다.	과제 발표
15	기 말 고 사		
7. 과제	과제 제출 마감일	※과제(레포트) 주제에 대하여 구체적으로 기입할 것	
		브랜드 런칭을 목표로 각자 관심 있는 분야의 기획서를 작성한다. 시장 환경 분석, 상품 컨셉, 상품구성, 가격정책, 마케팅정책을 구체적으로 제시하고, 발표한다.	
8. 비고			