

강의계획서

학습과목명	패션프로모션기획	담당 교수명	(인)
-------	----------	--------	-----

1. 수업목표(※ 구체적으로 기술하세요)

본 강의의 목적은 브랜드, 통합마케팅, 커뮤니케이션 기본 원리에 대한 이해를 바탕으로, 패션 마케팅 실무의 한 분야인 촉진활동의 이론 및 실제 패션산업에 적용된 케이스 스터디를 통해 마케팅활동 실무능력을 기르는 것에 둔다. 각 이론에 맞는 국내 패션브랜드 및 해외 글로벌 패션 브랜드가 진행했던 사례들을 동영상, 사진 등 시청각 자료를 제시하여 이론에 대한 이해도를 높이는 한편, 최근의 국내외 프로모션 활동의 변화도 함께 보여주고, 앞서가는 실무능력을 겸비할 수 있도록 한다.

2. 수업진행(※ 해당란에 O표 하세요)

이론	O	실습		실험		설계	
----	---	----	--	----	--	----	--

3. 수업방법(※ 해당란에 O표 하세요)

강의	토의/토론	세미나	실험/실습	시청각	유인물	견학/현장강의	팀별/개별발표	온라인강의	기타
O				O	O		O		

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
	촉진관리	안광호 외 2명	학현사	2014
부교재 및 참고자료	창조적인 이벤트전략	조달호	커뮤니케이션 북스	2007

6. 주별 강의계획서(※ 학점은행제 규정 : 과제물 부과시 해당 주에 대한 과제 명을 기입하세요)			
주차	강 의 주 제	강 의 내 용	※ 과제물 부과시 해당주에 기입하세요
1	[오리엔테이션] 통합마케팅의 개념과 패션 프로모션의 정의	IMC와 패션 프로모션의 역할과 개념을 이해하여 업무 전반 파악	
2	마케팅목표와 전략	브랜드 현황을 파악하고 이에 맞는 전략 수립 방법	
3	소비자 태도와 커뮤니케이션 전략	프로모션 전략수립을 위해 기초가 되는 소비자 행동론의 기초 이해	
4	PR전략1_개념과 방법	PR의 개념을 이해하고, 여러 PR도구와 특징파악	
5	패션 브랜드의 캠페인과 이벤트	브랜드 가치를 만들기 위한 패션브랜드 이벤트를 직접 기획해본다.	
6	PR전략2_브랜드상황에 맞는 PR전략 수립방법	브랜드마케팅의 가장 기본이 되는 PR 능력 향상	
7	판매촉진1_판매촉진의 이해와 소비자행동론	소비자 니즈를 파악하여 촉진활동 목표 선정의 의미와 방법 이해	
8	중 간 고 사		
9	판매촉진2_판매촉진 계획수립 및 실천	전반적인 판매촉진활동 기법 이해	
10	유통의 판매촉진활동	전반적인 유통의 판매촉진활동 기법 이해	
11	패션 브랜드의 판매촉진활동	브랜드에 접목된 촉진활동 이해하기	
12	Data 기반 마케팅전략	정량적 마케팅 기법 활용	
13	뉴미디어 마케팅	최근 중요도가 높아지고 있는 뉴미디어 마케팅의 이해와 활용법 습득	* 과제 제출 마감
14	브랜드 프로모션 조사보고서 발표	프리젠테이션 능력 향상	
15	기 말 고 사		
7. 과제	과제 제출 마감일	과제(레포트) 주제	
	강의 13주차까지	국내외 브랜드 중 1곳 선정, 브랜드의 현재 촉진활동을 조사하고 개선 기획서를 작성한다. 발표 내용에 대한 의견 교환을 진행하고 평가한다.	
8. 비고	* 마감일까지 제출하지 않을 경우 매주 2점씩 감점 * 14주차 수업일 이후는 과제 받지 않음		