

【 강의 계획서 】

과목명 : 패션마케팅	시 수 : 3시간	학 점 : 3학점
교수명 : 임선희 외 2명		
성적평가: 중간고사 30%, 기말고사 30%, 출석 20%, 과제물 20%		

교과목 학습목표
 글로벌 패션경쟁의 21세기에는 패션산업에서 마케팅 전략의 중요성이 더욱 커지고 있다. 이제 패션산업은 국경과 인종을 뛰어넘어 수많은 다양한 소비자들의 요구에 귀 기울이며 그들을 만족시키기 위한 전략이 필요한 시기인 것이다. 따라서 디자이너와 MD를 비롯한 패션업체 종사자들에게는 마케팅적 시각과 판단이 절실하게 요구된다. 본 교과목은 마케팅에 대한 기초적인 지식과 기반을 제공하며, 패션업계의 다양한 마케팅 전략을 분석하고 이를 바탕으로 글로벌 경쟁력을 갖춘 마케터의 자질을 함양하는 데 그 목적을 둔다.

주 별	강의(실습·실기·실험) 내용	비고(과제)
제 1 주	·강의주제 : 패션마케팅의 기본 개념 ·강의내용 : 패션마케팅에 대한 개념의 이해와 새로운 패션마케팅 흐름 파악	
제 2 주	·강의주제 : 패션마케팅 환경 ·강의내용 : 거시적, 미시적으로 패션기업에 영향을 미치는 패션마케팅 환경을 학습	최신 이슈의 패션 마케팅 전략의 사례 조사 리포트
제 3 주	·강의주제 : 소비자행동과 패션마케팅 정보 조사 ·강의내용 : 패션 소비자행동의 구매의사결정과정을 이해하고, 패션마케팅 의사결정에 영향을 미치는 마케팅 정보를 학습	
제 4 주	·강의주제 : 패션마케팅전략 수립을 위한 시장세분화 ·강의내용 : 시장세분화의 변수와 바람직한 세분시장의 조건을 학습	
제 5 주	·강의주제 : 패션마케팅 전략의 수립을 위한 표적시장선정과 포지셔닝 ·강의내용 : 표적시장의 매력도 평가와 선택전략 및 패션 제품 포지셔닝의 전략 과정과 유용성을 학습	
제 6 주	·강의주제 : 패션제품관리 ·강의내용 : 패션제품의 개념과 분류, 패션제품믹스의 구조를 이해하고 제품계열 관리 과정을 학습	
제 7 주	·강의주제 : 패션제품관리 ·강의내용 : 패션상표의 개념과 중요성, 상표자산의 관리 전략을 학습	
제 8 주	중간고사	
제 9 주	·강의주제 : 가격전략 ·강의내용 : 제품의 가격결정 요인과 원가구조를 이해하여 가격결정과 조정 전략을 학습	
제 10 주	·강의주제 : 패션마케팅 커뮤니케이션과 패션광고관리 ·강의내용 : 통합적 패션마케팅 커뮤니케이션과 패션광고 소구유형에 따른 패션광고 관리를 학습	
제 11 주	·강의주제 : 패션촉진의 수단들: 홍보, 인적판매, 판매촉진 ·강의내용 : 패션촉진 전략을 위한 수단들의 특징과 사례를 통해 전략을 이해	
제 12 주	·강의주제 : 유통전략 - 유통경로의 선택과 물적 유통 ·강의내용 : 유통경로의 개념과 유형 및 패션산업의 SCM 사례의 이해	
제 13 주	·강의주제 : 유통전략 - 소매유형 ·강의내용 : 패션산업의 멀티채널형 소매상의 특성을 이해하고 소매상의 유형별 기능을 학습	
제 14 주	·강의주제 : 글로벌 패션마케팅 및 패션마케팅 사례연구 ·강의내용 : 패션산업의 글로벌화로 인한 패션마케팅의 사례연구 및 발표를 통해 패션산업의 현주소를 파악	패션브랜드의 BI, 4P's 전략분석 리포트
제 15 주	기말고사	