

【 강의 계획서 】

과목명 : 패션상품기획	시 수 : 3시수	학 점 : 3학점
교수명 : 허미혜 외 4명		
성적평가 : 중간고사 30%, 기말고사 30%, 출석 20%, 과제물 20%		

교과목 학습목표
 패션 시장 전반의 흐름을 파악하고 이해하는 것을 목적으로 마케팅 및 머천다이징을 기반으로 패션 의 개념의 발생과 흐름을 파악하여 패션 상품 기획의 방향을 이해하는 것을 목표로 한다. 세부 사항으로는 이론 수업을 기반으로 하며 패션 소재에 대한 지식부터 시장 환경 분석, 패션 트렌드, 패션 상품기획의 실무과정에 필요한 환경 분석과 마케팅 전략 등에 대한 과정을 순차적으로 교육한다.

주 별	강의(실습·실기·실험) 내용	비고(과제)
제 1 주	·강의주제 : 패션산업의개요 ·강의내용 : 패션산업 개요 - 패션산업의 개요와 특징 / 세계 패션 섬유, 산업의 동향/ 국내 패션 섬유, 산업의 전망	
제 2 주	·강의주제 : 패션소재 산업 ·강의내용 : 패션산업 개요 - 섬유재료 / 패션소재의 제조 과정 / 의복재료에 요구되는 특성	
제 3 주	·강의주제 : 직물 회사의 상품기획 ·강의내용 : 어패럴 회사의 소재 기획 / 소재 전문회사의 소재기획	
제 4 주	·강의주제 : 패션 및 패션마케팅의 개념 ·강의내용 : 패션의 정의 / 패션 마케팅 / 패션 용어 정리	
제 5 주	·강의주제 : 패션의 유행이론 ·강의내용 : 복식의 기원, 유행전파이론, 현대 소비자의 소비문화 성향	
제 6 주	·강의주제 : 패션 상품의 특성과 분류 ·강의내용 : 패션 상품의 개념과 특성, 패션 상품의 범위, 패션 상품의 분류 및 세부 명칭	
제 7 주	·강의주제 : 패션 산업관련 직업군 ·강의내용 : 소재 관련 산업 / 어패럴 메이커 / 유통 및 지원 산업군	
제 8 주	중간고사	
제 9 주	·강의주제 : 패션 시장 환경 분석 ·강의내용 : 마케팅 환경 분석 / P&O 분석, SWAT 분석 / STP 전략	
제 10 주	·강의주제 : 패션 브랜드의 이해 ·강의내용 : 패션 브랜드의 개념 / 패션 브랜드 전략의 분류 및 특성 / 브랜드 컨셉 이해 / 브랜드 스토리 구성/ 브랜드 네임 / 브랜드의 이미지화, 로고, 심볼 / 브랜드 셀러브리티/ 브랜드 비작업 사례	국내 유통되는 브랜드를 분류 방법에 기반하여 그 종류를 나누어 조사한다. (PPT)
제 11주	·강의주제 : 상품 컨셉의 구성 ·강의내용 : - 패션 상품의 분류 및 특성 / 상품 컨셉 설정	1개 브랜드를 선택하여 4P MIX를 분석하여 발표하고 토론한다
제 12 주	·강의주제 : 패션상품 기획 실무 ·강의내용 : 패션 상품 기획 실무/패션 시장 정보 분석/패션트렌드 형성에 미치는 요인 / 패션정보의 종류/ 패션 트렌드 분석 및 예측 방법	
제 13주	·강의주제 : 패션 상품기획 ·강의내용 : 자사 경쟁력 분석 / 상품 구성기획 / 상품개발 / 품평 및 수주, 생산	
제 14주	·강의주제 : 가격정책과 유통 및 판매 ·강의내용 : 가격 결정 방법/가격 전략/ 가격구성 기획 / 유통전략 / 판매 촉진 활동	선택되었던 브랜드의 아이템별 가격대구성과 판매 촉진활동 방법을 조사 한다
제 15주	기말고사	