

수업계획서

< 2025년도 02월 15일 ~ 2025년도 05월 31일 >

1. 강의개요

학습과정	패션마케팅	학점	3	교·강사명	최정원	교·강사 전화번호	.
강의시간	3	강의실	403	수강대상	패션디자인학 전공 패션비즈니스학 전공 패션디자인 전공 패션비즈니스 전공	E-mail	.

2. 교과목 학습목표

본 교과목에서는 세계 경제의 글로벌화와 디지털 혁명 등 마케팅 환경의 변화로 인한 세계 패션시장의 급격한 흐름에 효과적으로 대응할 수 있도록, 패션마케팅의 개념 및 원리를 학습하고 이해함으로써 실제적인 마케팅 전략을 수립할 수 있는 기틀을 마련하고자 한다. 패션산업과 패션마케팅의 기본 개념 및 마케팅에 영향을 미치는 환경적인 요인을 분석하고 소비자구매행동 및 구매의사 결정과정에 대하여 이해하며, 패션마케팅 정보와 조사방법 등에 대하여 학습함으로써 패션 비즈니스 전반의 이론적인 지식을 확립한다. 또한 패션상품의 기획, 생산, 판매의 전반적인 과정과 패션 제품관리, 패션가격관리 및 효과적인 마케팅 커뮤니케이션 방법을 이해하고 패션 유통 과정 및 유형을 파악한 후, 이에 따른 마케팅 사례연구를 통해 마케팅 전략을 수립하여 현장에서 적용할 수 있도록 한다.

3. 교재 및 참고문헌

- ① 주교재: 패션마케팅(제4판), 안광호 외 2인, 수학사, 2021

4. 주차별 강의(실습·실기·실형) 내용

주별	강의(실습·실기) 내용	과제 및 기타 참고사항
제 1주	강의주제: 오리엔테이션, 패션마케팅 개념의 이해 강의목표: 패션마케팅 관리의 정의와 마케팅 전략, 수단에 대해 학습하고 빠른 속도로 변하는 마케팅 환경에서의 최근 주요 흐름에 대하여 알아본다. 강의세부내용: 패션의 의미와 특성과 개념, 패션마케팅 관리, 패션마케팅의 최근 흐름	
제 2주	강의주제: 패션마케팅환경 강의목표: 패션업체의 마케팅 전략 수립의 바탕이 되는 마케팅 환경을 내적 환경과 외적 환경으로 나누고 이해하며, SWOT분석 활용을 배운다. 강의세부내용: 내적 환경, 외적환경(거시적 환경, 미시적 환경), SWOT 분석	
제 3주	강의주제: 패션과 소비자행동 강의목표: 소비자행동에 영향을 미치는 주요 요인들을 알아보고 각 요인들의 차이를 학습한다. 강의세부내용: 소비자의 관여도와 소비자 구매행동의 유형, 구매의사결정과정, 구매의사결정에 영향을 미치는 요인들	
제 4주	강의주제: 패션마케팅 의사결정 강의목표: 패션마케터의 의사결정을 지원하는 데 필요한 패션마케팅 조사와 방법에 대하여 학습한다. 강의세부내용: 패션마케팅 의사결정 지원 정보시스템, 패션마케팅 조사	
제 5주	강의주제: 시장세분화와 표적시장 선정 강의목표: 특정 고객집단들을 표적시장으로 삼아 표적시장 마케팅을 이해하고 시장세분화의 방법과 주요 세분화 변수를 이해해 세분시장들을 표적시장으로 선택하는 과정을 학습하고 표적시장 마케팅으로 성공사례를 학습한다. 강의세부내용: 시장세분화, 표적시장의 선택, 표적시장 마케팅 전략 사례분석	
제 6주	강의주제: 패션제품 포지셔닝 강의목표: 기업의 포지셔닝 전략의 과정을 학습하고 제품포지셔닝 전략의 유형을 알아보고 효과적인 포지셔닝 방법을 이해한다. 강의세부내용: 포지셔닝 전략의 수립과정, 제품포지셔닝 전략 수립과 실행의 도구, 제품포지셔닝 전략의 유형	
제 7주	강의주제: 패션제품관리 강의목표: 패션제품믹스의 구조를 파악하고 브랜드 의사결정과정 및 브랜드 자산관리에 대하여 파악하고 패키징과 라벨링 결정까지의 과정을 학습한다. 강의세부내용: 패션제품 개념, 패션제품믹스의 구조&관리, 패션브랜드 관리	수시시험(10점) : 쪽지시험

제 8주	중 간 고 사					
제 9주	강의주제: 신제품 개발: 패션 머천다이징 강의목표: 머천다이징의 과정을 이해하고 이를 관리하는 머천다이어의 역할을 파악한다. 신제품 개발을 위한 패션 머천다이징 과정 중 생산기획, 판매 및 유통기획, 촉진기획 및 평가 단계의 업무내용을 학습한다. 강의세부내용: 패션 머천다이징의 이해, 패션 머천다이징의 과정				과제물 제시(개별과제,10점) : '좋아하는 패션브랜드 1개 선정, 마케팅 분석' (14주차에 PPT 또는 PDF 형식으로 발표 및 제출)	
제 10주	강의주제: 패션가격관리 강의목표: 가격의 의미를 파악하고 가격의 특성을 적용하며 기업이 사용하는 가격결정 방법과 필요시 가격조정 방법을 학습하고 신제품에 대한 가격결정 전략 및 상황에 따른 가격변경에 대해 이해한다. 강의세부내용: 가격의 의미 및 고려요인, 가격결정의 영향요인, 가격의 결정과 조정					
제 11주	강의주제: 마케팅 커뮤니케이션과 패션광고관리 강의목표: 패션 마케팅 커뮤니케이션이 과정과 통합적 마케팅 커뮤니케이션 관리 개념을 학습하고 다양한 커뮤니케이션 사례를 비교해 본다. 강의세부내용: 마케팅 커뮤니케이션 과정, 통합적 마케팅 커뮤니케이션 관리 사례분석, 패션광고관리					
제 12주	강의주제: 패션촉진의 수단들 강의목표: 패션PR의 개념&수단을 학습하고, 인적판매과정과 패션전문판매원의 관리과정에 관하여 분석하며 다양한 패션판매촉진 수단에 대해 이해한다. 강의세부내용: 패션 PR, 인적 판매, 패션 판매촉진					
제 13주	강의주제: 패션 유통관리 : 유통경로, 물적유통, 유통채널 강의목표: 유통경로의 설계과정을 단계별로 분석하고 물적 유통의 개별 기능 및 시스템에 대해 이해하며 패션소매상의 유형을 파악하여 그 유형별 특징을 구별하는 것을 학습한다. 강의세부내용: 패션유통경로의 설계과정, 통합물류시스템과 유통정보시스템, 옴니채널형 소매상의 특성과 패션소매상의 유형					
제 14주	강의주제: '좋아하는 패션브랜드 1개 선정, 마케팅분석' 프레젠테이션 강의목표: 조사한 패션 브랜드 분석 보고서의 내용을 발표 강의세부내용: 개인별로 각자 조사한 브랜드의 결과 보고서를 정리해 발표 & 교수 피드백				과제 발표 및 제출(10점) : '좋아하는 패션브랜드 1개 선정, 마케팅 분석' (PPT 또는 PDF 형식)	
제 15주	기 말 고 사					
5. 성적평가 방법						
중간고사	기말고사	과제물	출결	기타(수시평가)	합계	비고
30 %	30 %	10 %	20 %	10 %	100 %	
6. 수업 진행 방법						
강의: 이론 3시간(시청각 수업) - 주교재 기반 이론중심의 수업이나 실제 마케팅 사례들에 관련한 다양한 시청각자료와 보충자료를 공유한다.						
7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항						
· 학습자는 7주차에 수시시험을 통해 이론적인 내용을 숙지해 수업에 대한 이해도를 높인다. · 과제를 통해 이론 수업의 내용을 실습 적용해 봄으로써 이해도를 높이고 14주차에 발표하여 피드백을 받는다.						
8. 문제해결 방법(실험·실습 등의 학습과정의 경우에 작성)						
수업내용에 학습자가 관심을 가질 수 있도록 학습자는 주어진 주제에 관하여 자신의 생각을 타 학생들과 공유하고 토론하며 교수는 상호 동등한 입장에서 질의응답을 통해 문제를 이해하고 해결하는 방법을 함께 모색하는 시간을 갖는다.						
9. 강의유형						
이론중심(○), 토론, 세미나 중심(), 실기 중심(), 이론 및 토론, 세미나 병행(), 이론 및 실험, 실습 병행(), 이론 및 실기 병행()						