수 업 계 획 서

<2025학년도 09월 01일 ~ 12월 19일 >

1. 강의개요

학습과정	패션마켓리서치	학점	3	교·강사명	김소영	교·강사 전화번호	·
강의시간	5	강의실	201	수강대상	패션디자인학 전공 패션비즈니스학 전공 패션디자인 전공 패션비즈니스 전공	E-mail	·

2. 교과목 학습목표

점차 전문화·세분화·다양화되고 있는 21세기 패션산업 현장에서 소비자의 욕구가 보다 다양해지고 수요와 공급의 불균형에서 오는 과다경쟁으로 인하여 마켓리서치의 필요성이 더욱 강조되고 있다. 이를 위해 본 교과목에서는 패션산업과 패션마켓의 현황을 이해한 다음, 패션마켓 리서치 방법을 소개하고 패션마켓 리서치를 위한 조사 시기, 브랜드명, 콘셉트, 판매되는 상품, 테마별 코디, 인기상품, 디스플레이 된 상품, 판촉활동, 가격정책, 소비자 행동 등을 직접 분석해 봄으로써 현대 패션 산업업계에 대한 구체적인 이해를 돕는다. 나아가 패션산업과 패션마케팅에서 삐중이 크게 높아진 패션 광고 및 패션 관련 업체의 현황을 파악하여 단순한 스타일링의 수준을 넘어서 제품에 새로운 특질을 부여하는 최신 디자인경영의 개념을 적용하고 이를 토대로 효율적인 비즈니스 전략을 수립할 수 있도록 하여 경쟁력 있는 패션 전문인이 될 수 있도록 한다.

3. 교재 및 참고문헌

① 주교재: 패션 마켓리서치와 마케팅, 유진경, 홍인숙 , 경춘사, 2019
② 부교재: 실무를 위한 패션산업 이해,유혜경 외 3인, 수학사, 2023

4. 주차별 강의(실습·실기·실험) 내용

주별	강의(실습·실기) 내용	과제 및 기타 참고사항
제 1주	강의주제: 패션과 패션산업의 이해, 발생기의 패션아이템 수집, 확산기의 패션아이템 수집, 절정기의 패션아이템 수집, 쇠퇴기와 소멸기의 패션아이템 수집 강의목표: 패션과 패션산업의 개념, 패션 사이클 중 발생기/확산기/절정기/쇠퇴기와 소멸기의 패션아이템을 수집·분석·정리 강의세부내용: 패션의 개념과 특성·개념, 패션 사이클 중 발생기/확산기/절정기/쇠퇴기와 소멸기의 패션아이템을 수집·조사·정리	PPT / 실습
제 2주	강의주제: 패션마켓의 이해, 내셔널 브랜드 조사, 라이선스, 직수입 브랜드 조사, 디자이너 브랜드 조사, 프라이빗 브랜드 조사 강의목표: 내셔널 브랜드, 라이선스, 직수입 브랜드, 디자이너 브랜드 , 프라이빗 브랜드 사례조사 강의세부내용: 내셔널 브랜드/직수입 브랜드/디자이너 브랜드/프라비빗 브랜드의 사례조사 및 복종별 정리	PPT / 실습
제 3주	강의주제: 리액티브 마케팅, 프로액티브 마케팅 관점에서의 패션 마켓리서치 강의목표: 리액티브 마케팅 관점, 프로액티브 마케팅에서의 마케팅 활동조사 수집·분석·정리 강의세부내용:리액티브 마케팅, 프로액티브 마케팅 관점에서의 마케팅 활동사례 조사 정리, 발표 토론	PPT / 실습
제 4주	강의주제: 패션 마켓리서치 - 설문지법,관찰법,면접법 강의목표: 패션 마켓리서치 - 설문지법,관찰법,면접법 작성 강의세부내용:패션 마켓리서치 - 설문지법,관찰법,면접법 작성, 마켓 리서치 조사 정리 토의	PPT / 실습
제 5주	강의주제: 패션 마켓리서치 현장실습 준비 강의목표: 현장실습 계획 강의세부내용: 현장실습을 통한 패션 마켓리서치 실행	PPT / 실습
제 6주	강의주제: 패션 환경 분석, 거시적 환경 분석, 미시적 환경 분석 강의목표: 패션 환경 분석, 거시적 환경 분석, 미시적 환경 분석 조사 정리 강의세부내용: 패션 환경 분석, 거시적 환경 분석, 미시적 환경 조사 토의	PPT / 실습 **<과제 부과-10점>** **신규브랜드 런칭기획서 -환경분석을 포함한 패션 마켓리서치를 통하여 신규브랜드를 런칭하고 이에 따른 BI, 브랜드 컨셉 설정, STP 전략, 4P MIX 전략 수립**
		(PPT 또는 PDF 형식, 14주 차 제출)
제 7주	강의주제: SWOT 분석, 기회와 위협 요소 포착, 강점과 약점 요소 포착, SWOT 분석을 통한 전략 도출 강의목표: SWOT 분석의 개념과 방법, 마케팅 환경분석을 통하여 기회요소와 위협요소 포착, 경쟁사에 대비한 강점과 약점 요소 포착, SWOT분석 표 작성 강의세부내용: 기회요소와 위협요소 포착 정리, SWOT분석 표 작성하고 후 공유 토론	PPT / 실습 **수시시험(10점) : 1-7주차 학습한 내용을 토대로 복습 위주의 쪽지시험**
제 8주	**중 간 고 사**	
제 9주	강의주제: BI & 브랜드 콘셉트, 브랜드 아이덴티티 작업, 브랜드 콘셉트 기획 강의목표: BI의 개념과 구성요소, 브랜드 콘셉트설명, 브랜드 아이덴티티 설정 강의세부내용: 개인별 계획한 신규 브랜드의 아이덴티티 요소 세부 설정	PPT / 실습
제 10주	강의주제: STP 전략, 시장세분화, 표적시장 선정, 차별화 전략 도출, 포지셔닝 맵 작성 강의목표: 시장세분화의 개념과 표적시장설정 방법, 포지셔닝 전략, 신규 브랜드 시장 세분화, 경쟁자와의 차별화 전략, 포지셔닝 맵 작성 강의세부내용:시장세분화, 표적시장 선정, 포지셔닝 전략, 신규브랜드 시장 세분화, 마케팅 전략 도출	PPT / 실습
제 11주	강의주제: 패션 상품전략과 가격전략, 패션 상품 분류, 패션 상품구성계획, 패션 상품기획 강의목표: 패션상품의 분류와 상품구성 방법 및 가격전략 강의세부내용: 패션 상션상품 전략, 패션 가격전략, 신규 런칭하고자 하는 브랜드의 상품을 패션 상품믹스의 내용에 따라 분류하고 정리, 상품물량기획 예산, 아이템별 가격대 설정	PPT / 실습
제 12주	강의주제: 패션 유통전략, 유통경로 설정, 물류계획 수립, 단기·중기·장기 유통계획 수립 강의목표: 패션유통을 위한 다양한 소매점의 형태와 특성, 자사 브랜드의 환경에 맞는 유통경로 설정, 유통장소 선정, 단기·중기·장기 유통계획 수립 강의세부내용: 백화점 외, 단기·중기·장기 유통계획 계획 수립 및 계획서 작성	PPT / 실습
제 13주	강의주제: 프로모션 전략, 광고 및 PR 계획 수립, VMD 계획 수립, 인적판매 계획 수립, 판매촉진 계획 수립 강의목표: 패션 프로모션의 다양한 형태와 특징, 자사 콘셉트에 적합한 VMD/인적판매/판매촉진 계획 수립 강의세부내용: 광고 등, 자사 콘셉트에 적합한 VMD/인적판매/판매촉진 계획 수립 및 세부내용 설정	PPT / 실습
제 14주	강의주제: 4P 믹스 전략, 개인별 과제 발표 강의목표: 4P 믹스 전략 나열 강의세부내용:4P 믹스 계획 종합 정리, 과제발표 및 질의응답 교수피드백	PPT / 실습 **과제발표 및 제출(10점)** **신규브랜드 런칭기획서** **(PPT 또는 PDF형식)**
제 15주	**기 말 고 사**	

5. 성적평가 방법

중간고사	기말고사	과 제 물	출 결	기타(수시평가)	합 계	비 고
30 %	30 %	10 %	20 %	10 %	100 %	과제물 1회 수시평가 1회

6. 수업 진행 방법

교재 및 시청각자료(PPT, 동영상 등)를 활용하여 패션마켓리서치에 관한 전반적인 이해와 실무지식을 습득한다.
주차별 부여된 학습과제를 실습함으로써 패션마켓리서치의 실무에 관한 전반적인 사례를 실습한다.

7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항

다양한 패션산업 시스템에 대한 이론적 이해와 더불어 패션마켓 리서치 프로세스를 체험한다.

8. 문제해결 방법(실험·실습 등의 학습과정의 경우에 작성)

수업내용에 대한 이해 및 몰입도를 높이기 위해 교수와 학습자는 토론 및 질의응답을 통해 문제를 해결한다.
즉, 주차별 실습결과물의 교정· 수정 작업은 교수와 학습자간의 상호 토론 및 질의응답을 통해 더 나은 실습결과물을 도출할 수 있도록 한다.

9. 강의유형

이론중심( ), 토론, 세미나 중심( ), 실기 중심( ), 이론 및 토론, 세미나 병행( ), 이론 및 실험,실습 병행(○), 이론 및 실기 병행( )