

■ **과목명 : 스토어MD실습**

- 주차별 강의 커리큘럼 -

1주차	오리엔테이션 강의개요 및 전개, 과제에 대한 설명
2주차	패션머천다이징 시스템과 프로세스의 이해 어패럴 및 리테일 머천다이징의 시스템을 알아본다.
3주차	패션마케팅 정보와 마켓환경분석 3) 강의세부내용(간략) : 패션마케팅 정보의 유형을 이해 하고 효율적인 시장 정보조사방법으로 선정된 타겟군에소구하는 분야별 패션 마케팅 환경을 분석한다.
4주차	마켓 동향 파악을 위한 소비자 정보, 유통 및 판매정보 분석 해당분야 소비자 라이프스타일, 소비자 트렌드, 착장경향을 조사 분석한다.
5주차	SWOT 분석, 포지셔닝 설정 및 4P's Mix 전략 수립 SWOT분석 및 포지셔닝 설정으로 현실적이고 구체적인 4P's MIX 전략을 수립한다.
6주차	시즌기획을 위한 예산 및 물량계획, 아이템 구성 시즌기획을 위한 타임스케줄을 작성하고 생산과 구매의 각종 비용에 관한 예산안 및 상품구성안을 작성한다.
7주차	시즌 트렌드 분석 및 항목별 컨셉안 기획 세분시장에 맞는 패션트렌드를 분석하여 시즌 컨셉을 설정, 디자인 및 색채, 소재이미지 맵을 제작해 본다.
8주차	중간고사
9주차	생산관리 및 생산지원 전략 생산업무의 이행과정을 이해하고 제품구성의 특성에 따른 효율적인 생산방법과 관리방법을 연구한다.
10주차	영업기별 판매촉진전략 및 커뮤니케이션 전략 판매, 광고, 판촉, 이벤트등의 구체적인 계획을 세워본다
11주차	표적소비자층과 상품의 특성에 따른 매장의 VMD 기법 스토어 아이덴티티 구축을 위한 스토어 전략과 매장 내 동선계획 및 공간 활용에 대해 알아본다.
12주차	표적소비자층과 상품의 특성에 따른 매장의 VMD 기법 매장진열의(VP, PP, IP)방법과 POP의 이해를 통한 연출방법에 대해 알아본다.
13주차	샵마스터의 역할과 중요성 대기업형 패션업체 및 명품업체에서의 샵마스터 역할 및 업무내용을 알아보고 고객접객 시뮬레이션을 진행한다.
14주차	고객 만족과 서비스의 이해 매장에서의 판매스킬과 소비자 구매심리에 대하여 학습한다.
15주차	재고관리 기법 및 판매정보데이터화 내 재고관리의 거시적, 미시적 수준의 관리유형을 알아보고 판매정보시스템의 효율적인 운영 및 관리기법에 대해 연구한다.
16주차	기말고사