

■ 과목명 : 어패럴MD실습 I

- 주차별 강의 커리큘럼 -

1주차	오리엔테이션 강의개요 및 전개, 과제에 대한 설명
2주차	머천다이징 프로세스의 실제 패션산업의 이해를 바탕으로 패션브랜드에서의 머천다이징 프로세스의 개요를 알아 본다.
3주차	패션산업의 정보 수집과 활용 다양한 패션정보의 수집방법에 대하여 알아보고 분석하여 활용할 수 있도록 학습한다.
4주차	표적시장 설정을 위한 소비자 조사분석 여성복, 남성복, 캐주얼웨어의 목표시장을 설정하고 세분화된 시장의 목표고객을 설정하여 가치관, 라이프스타일, 소비자 착용경향의 조사 분석으로 소비자 컨셉을 설정한다.
5주차	브랜드 포지셔닝 설정 마켓리서치를 바탕으로 목표시장을 설정, SWOT 분석으로 경쟁력있는 포지셔닝을 설정한다.
6주차	브랜딩 설정된 타겟팅을 목표로 브랜드의 아이덴티티를 살릴 수 있는 효과적인 브랜딩 전략에 대하여 연구한다.
7주차	시즌 트렌드 경향 분석 제네럴 트렌드, 북종별 트렌드 경향을 조사, 분석하여 현시장의 움직임을 파악한다.
8주차	중간고사
9주차	예산, 물량 기획 수립 브랜드 상품기획, 구성의 방향을 도해화하여 목표설정을 통한 MIX를 고안한다.
10주차	시즌 컨셉 설정 I 브랜드 컨셉에 맞는 시즌컨셉의 설정으로 컬러, 소재의 기획 방안을 설정한다.
11주차	시즌 컨셉설정 II 브랜드 컨셉에 맞는 시즌컨셉의 설정으로 아이템, 스타일기획 방안을 설정한다
12주차	머천다이징 스케줄관리 및 가격MIX 전략 기획, 생산, 물류의 타임스케줄을 계획하고 실행함으로써 효율적인 관리시스템을 구축하며 효과적인 가격침투 전략 및 관리전략에 대하여 연구한다.
13주차	생산관리, 유통전략 생산기획 및 프로세스에 대하여 이해하며 유통의 트렌드를 파악하여 유통전략을 수립한다.
14주차	판매 및 프로모션 전략 판매촉진 활동을 중심으로 소비자의 구매를 촉진시킬 수 있는 다양한 사례들을 연구, 검토한다.
15주차	브랜드 런칭 프리젠테이션 준비한 내용을 중심으로 브랜드 런칭의 기획서를 완성하고 프리젠테이션을 진행한다.
16주차	기말고사