

■ 과목명 : 패션마케팅

- 주차별 강의 커리큘럼 -

1주차	오리엔테이션 과목 소개 및 강의 진행 설명
2주차	패션과 패션마케팅 기본 개념 패션의 기본개념을 통한 패션마케팅의 개념 이해와 새로운 패션마케팅의 흐름을 알아본다.
3주차	상황분석을 위한 패션마케팅 환경 거시적 미시적으로 기업에 영향을 미치는 패션마케팅 환경을 학습한다.
4주차	패션에 대한 소비자 행동과 패션마케팅 정보 조사 과정 패션에 대한 소비자행동의 구매의사결정과정을 이해·분석하고, 패션마케팅의 의사결정에 미치는 마케팅정보들을 학습한다.
5주차	패션마케팅전략 수립을 위한 시장 세분화 시장세분화의 변수와 바람직한 세분시장의 조건을 학습한다.
6주차	패션마케팅 전략의 수립을 위한 표적시장 선정 표적시장의 매력도 평가와 선택전략을 학습한다.
7주차	패션마케팅 전략 수립을 위한 포지셔닝 패션제품 포지셔닝의 전략과정과 유용성을 학습한다
8주차	중간고사
9주차	제품전략과 Merchandising 프로세스 제품전략을 위한 제품의 유형 및 브랜드이미지 제고의 요인을 이해하고 제품기획과정을 학습한다.
10주차	가격전략 제품의 가격결정 요인과 원가구조를 이해하여 가격결정과 조정 전략을 학습한다
11주차	패션마케팅 커뮤니케이션과 패션광고 관리 통합적 패션마케팅 커뮤니케이션과 패션광고소구유형 에 따른 패션광고관리를 학습한다.
12주차	패션촉진의 수단들: 홍보, 인적판매, 판매촉진 패션촉진 전략을 위한 수단들의 특징과 사례를 통해 전략을 이해한다.
13주차	유통전략_ 유통경로의 선택과 물적 유통 유통경로의 개념과 유형을 이해하고 패션산업의 SCM을 사례를 통해 이해한다.
14주차	유통전략_소매 유형 패션산업의 멀티채널형 소매상의 특성을 이해하고 소매상의 유형의 기능을 학습한다.
15주차	글로벌 패션마케팅 및 패션마케팅 사례 연구 패션산업의 글로벌화로 인한 패션마케팅의 사례연구 및 발표를 통해 패션산업의 현주소를 파악한다.
16주차	기말고사