

■ 과목명 : 패션상품기획

- 주차별 강의 커리큘럼 -

1주차	오리엔테이션 학습과목 소개 및 강의 진행 설명
2주차	패션산업과 패션마케팅 패션산업의 흐름과 마케팅의 개념을 이해하며 마케팅의 발전과정을 학습한다.
3주차	패션머천다이징 시스템 패션머천다이징의 개념 이해와 효율적인 머천다이징 관리 시스템에 대하여 학습한다.
4주차	패션마케팅 환경정보 분석 패션 마케팅 환경 정보에 대한 이해와 정보분석의 실질적인 사례 및 시장조사를 통한 분석으로 현 패션마켓의 현황을 이해한다.
5주차	표적시장 설정을 위한 소비자 조사 분석 라이프스타일 분석과 소비자트렌드 조사를 활용한 소비자분석으로 소비자 타겟을 선정한다.
6주차	머천다이징 컨셉 설정 및 전략 머천다이징 컨셉과 프로세스를 이해하고 상품기획 전략을 설정한다.
7주차	패션 트렌드 정보 분석 색채분석, 소재 분석, 디자인분석 자료의 분석으로 패션제품의 포지셔닝 전략을 설정한다.
8주차	중간고사
9주차	상품 구성 기획 I - 예산 및 물량구성 제품전략을 실행을 위한 예산에 기초한 물량구성 및 상품구성 기획에 대하여 학습한다.
10주차	상품 구성 기획 II - 아이템 기획 및 디자인 개발 아이템별 디자인, 색채, 소재의 전개로 제품포지셔닝에 적합한 상품 개발 계획에 대하여 학습한다.
11주차	상품 구성 기획 III - 품평회, 작업지시서 작성 및 스케줄 관리 머천다이징 전략에 따른 상품의 결정과정을 이해하고 타이밍 관리의 중요성에 대하여 학습한다.
12주차	가격 책정과 가격전략 기획 패션상품의 가격결정 구조를 이해하여 제품전략에 맞는 가격책정의 방법 및 전략을 학습한다.
13주차	생산, 물류, 유통관리 기획 생산기획, 생산관리, 품질검사 등 생산관리 프로세스와 효율적인 판매를 위한 물류기획과 유통전략 시스템을 학습한다.
14주차	마케팅커뮤니케이션 및 VMD 기획 마케팅 커뮤니케이션의 원리를 이해하고 실질적으로 적용할 수 있는 촉진전략을 모색하며 판매촉진을 위한 VMD전략을 설정한다.
15주차	프리젠테이션 패션머천다이징의 실재를 살펴보고 상품기획 프로세스에 의한 상품개발 기획서를 제작, 발표한다.
16주차	기말고사