

■ 과목명 : 패션프로모션기획

- 주차별 강의 커리큘럼 -

1주차	오리엔테이션 학습과목 소개 및 강의 진행 설명
2주차	패션브랜드의 개념 및 이해 브랜드의 개념 및 패션산업의 특징을 이해한다.
3주차	브랜드 자산(패션브랜드 마케팅)과 IMC의 개념 브랜드 자산의 구축 관리를 위한 마케팅전략 및 IMC의 주요특징을 학습한다.
4주차	환경분석 및 목표시장의 설정 시장의 환경에 대한 분석과 이를 통한 고객층의 구분, 목표고객의 설정 등에 대하여 학습한다.
5주차	브랜드 아이덴티티와 포지셔닝 브랜드의 아이덴티티 설정 및 포지셔닝 방법에 대하여 학습한다.
6주차	IMC목표와 IMC 전략 수립과정 커뮤니케이션의 효과모형을 통해 IMC 전략 수립과정 및 접근방법에 대하여 학습한다.
7주차	광고의 기본개요 및 전략이해 광고의 개요, 전략 수립과정, 컨셉설정, 크리에이티브 및 모델전략 등에 대하여 학습한다.
8주차	중간고사
9주차	광고매체에 대한 이해 매체기획의 개요 및 수립과정, 매체의 유형과 구매과정 등에 대하여 학습한다.
10주차	PR의 개념 및 전략의 수립 PR의 개념을 이해하고 자주 사용되는 커뮤니케이션 도구들을 패션산업의 사례를 통해 학습한다.
11주차	소비자 판매촉진의 이해 소비자 판매촉진의 전략적 활용 사례를 패션브랜드를 통해 이해한다.
12주차	온라인 마케팅 커뮤니케이션의 이해 인터넷마케팅 커뮤니케이션 개념의 이해를 바탕으로 온라인 채널에 대한 이해 및 판매 촉진 방법에 대해 학습한다.
13주차	모바일 미디어에 대한 이해 및 마케팅 커뮤니케이션의 실제 모바일과 미디어, 광고, 커뮤니케이션에 대해 이해한다.
14주차	PPL이해 및 촉진방법 PPL의 개요, 간접광고의 효과에 대하여 학습한다.
15주차	기타 유형의 패션 판매촉진 방법 이해 콜라보레이션, VMD, 패션쇼 등의 브랜드 사례분석을 통해 기타 판매촉진의 방법을 학습한다.
16주차	기말고사