

< III-33> 학습과정의 수업계획서

< 20 학년도 00월00일~00월00일 (수업 기간) >

1. 강의개요							
학습과정명	패션소비자 행동론	학점	3	교강사명		교강사 전화번호	
강의시간	3	강 의 실		수강대상		E-mail	
2. 교육과정 수업목표							
패션산업은 예술성 및 시장성을 중요시 하는 분야로 소비자에 대한 이해가 특히필요하다. 따라서 소비자 행동의 주요부분들을 학습함으로써 패션 소비자행동의 여러 측면과 이에 따른 마케팅 시사점을 이해하며 표적이 되는 소비자들에게 보다 효과적인 마케팅전략을 수립할수 있도록 한다.							
3. 교재 및 참고문헌							
①주교재 : 패션상품과 소비자행동, 홍병숙 저, 수학사, 2014							
②부교재 : 소비자행동론, Michael R Solomon 원저, 리대룡외 2인 공역, 브레인코리아, 2005							
4. 주차별 강의(실습·실기·실험) 내용							
주별	차시	강의(실습·실기·실험) 내용			과제 및 기타 참고사항		
제 1 주		: 소비자 행동의 이해 강의목표: 소비자 행동연구의 필요성을 인지하게 하고 패션마케팅과의 관계를 이해시킨다. 강의세부내용: 소비자 행동의 정의와 특성을 알아 보고 패션산업의 특성과 접목시켜서 패션마케팅과의 관계를 바탕으로 21세기 패션상품전략을 수립해본다. 수업방법: 강의					

제 2 주		<p>: 소비자 행동 연구방법</p> <p>강의목표: 연구된 소비자 행동에 따라 패션시장을 세분화하고 포지셔닝하도록 한다.</p> <p>강의세부내용: 소비자 행동 연구과정과 행동분석 기법에 대해 알아보고 패션시장을 세분화하여 포지셔닝에 따른 STP 전략을 세워보게 한다.</p> <p>수업방법: 강의</p>	
제 3 주		<p>강의주제: 소비자행동 모델</p> <p>강의목표: 소비자 행동모델에 따른 구매의사 결정 과정을 파악한다.</p> <p>강의세부내용: 현대적 소비자 행동모델에 따라 영향을 미치는 요인을 파악하여 구매의사 결정과정을 알아본다</p> <p>수업방법: 강의</p>	
제 4 주		<p>강의주제: 소비자 행동의 동기와 관여</p> <p>강의목표: 소비자 행동 동기와 관여에 대해 파악하고 이해한다.</p> <p>강의세부내용: 소비자 행동 동기를 파악하고 관여 영향요인을 찾아 패션마케팅 전략에 활용하는 방법을 찾는다.</p> <p>수업방법: 강의</p>	<p>과제 1 :</p> <p>패션 브랜드에서 소비자의 불만 사례를 긍정적인 구매행동으로 연결시킨 구체적인 사례를 찾아 레포트로 작성.</p>
제 5 주		<p>강의주제: 소비자 학습과 의복행동</p> <p>강의목표: 소비자 학습과 소비행동에 따라 패션 상품의 마케팅 전략을 수립해본다.</p> <p>강의세부내용: 소비자 학습과 기억, 자극, 회상 등을 살펴보고 그에 따른 소비자의 행동 수정을 조사해본다.</p> <p>수업방법: 강의</p>	
제 6 주		<p>강의주제: 소비자의 태도</p> <p>강의목표: 소비자의 태도와 행동 의도모델을 찾아 본다.</p> <p>강의세부내용: 소비자 태도 구성요소와 피시바인, 에이젠의 행동의도모델을 찾아보고 커뮤니케이션을 통한 태도변화 유발에 대해 학습한다.</p> <p>수업방법: 강의</p>	
제 7 주		<p>중 간 고 사</p>	

제 8 주		<p>: 개성과 라이프스타일</p> <p>강의목표: 소비자의 라이프스타일과 패션마케팅 전략수립에 대해 파악한다.</p> <p>강의세부내용: 소비자 개성의 의미를 알아보고 라이프스타일을 측정하여 가치와 소비자 행동에 대해 학습한다.</p> <p>수업방법: 강의</p>	
제 9 주		<p>강의주제: 문화와 하위문화</p> <p>강의목표: 문화와 소비행동, 하위문화의 유형에 대해 파악해본다.</p> <p>강의세부내용: 문화의 정의와 특성을 알아보고 문화와 소비행동, 하위문화의 유형 비교문화등을 학습하고 글로벌패션 마케팅에 적용해본다.</p> <p>수업방법: 강의</p>	
제 10 주		<p>강의주제: 사회계층</p> <p>강의목표: 사회계층의 본질을 파악하고 소비자의 구매과정을 조사한다.</p> <p>강의세부내용: 사회계층의 정의와 본질 파악하고 측정방법 연구하여 소비자구매과정에 따른 패션마케팅 적용을 고려한다.</p> <p>수업방법: 강의</p>	
제 11 주		<p>강의주제: 준거집단</p> <p>강의목표: 준거집단의 본질을 파악하고 소비행동 패션마케팅에 적용한다.</p> <p>강의세부내용: 준거집단의 개념을 파악하여 구전 커뮤니케이션의 모델과 의견선도자에 따른 패션마케팅 전략을 수립.</p> <p>수업방법: 강의</p>	<p>과제 2 : 준거집단에서 스타마케팅의 성공사례, 실패사례에 대해 조사</p>
제 12 주		<p>강의주제: 가족</p> <p>강의목표: 가족 구매의사결정에 대해 알아본다</p> <p>강의세부내용: 가족 시장의 중요성을 생각해보고 가족 구성원의 역할과 소비행동에 따른 패션마케팅전략을 수립한다.</p> <p>수업방법: 강의</p>	

제 13 주	<p>: 테크놀로지와 패션</p> <p>강의목표: 진화하는 소비자행동을 파악한다.</p> <p>강의세부내용: 테크놀로지와 패션에 대해 연구해 온라인마케팅과 소비자행동을 연결 미래마케팅을 알아본다.</p> <p>수업방법: 강의, 토론</p>	온라인마케팅에 대해 토론한다.
제 14 주	<p>강의주제: 환경과 소비자행동</p> <p>강의목표: 환경과 소비자행동을 파악해 환경보전, 환경마크제도, 그린마케팅을 알아본다.</p> <p>강의세부내용: 환경문제의 중요성을 인식하고 환경마크제도와 그린마케팅, 환경오염에 따른 소비자행동을 조사.</p> <p>수업방법: 강의, 토론</p>	
제 15 주	기 말 고 사	

5. 성적평가 방법						
중간고사	기말고사	과 제 물	출 결	기 타	합 계	비 고
30%	30%	20%	20%	%	100%	
6. 수업 방법(강의, 토론, 발표등)						
강의, 토론						
7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항						
패션기업이 시장에서 성공하기 위해서는 소비자에 대한 이해를 바탕으로 소비자의 마음을 움직일수 있는 마케팅전략을 수립할수 있게 한다.						
8. 문제해결 방법(실험·실습 등의 학습과정의 경우에 작성)						