

패션마켓리서치 실습							
<b>1. 강의개요</b>							
학습과목명	패션 마켓 리서치	학점	3	교·강사명	-	교·강사 전화번호	-
강의시간	5 (이론1,실습4)	강 의 실	-	수강대상	-	E-mail	-
<b>2. 교과목 학습목표</b>							
<p>효율적인 패션비즈니스를 수행하기 위해서는 패션 산업과 시장 현황에 대한 포괄적인 이해와 시장의 변화에 대응하는 마케팅 전략의 수립이 요구된다. 따라서 본 교과목에서는 패션 시장에 대한 내부적, 외부적 환경요인에 대해 조사하고 분석하는 과정을 이해하고, 다양한 관점에서 패션 마켓리서치를 실행하고 실습하여, 마켓 리서치 분석 결과를 토대로 정확한 마케팅 전략을 도출한다. 이를 바탕으로 성공적인 브랜드 경영을 이끄는 방법을 학습하여 패션 비즈니스 분야의 전문가적 자질을 함양하도록 한다.</p>							
<b>3. 교재 및 참고문헌</b>							
<p>주교재 : 패션 마켓리서치와 마케팅, 유진경, 홍인숙 저, 경춘사, 2015  부교재 : 마케팅 중심의 패션시장조사, 정상길, 섬유저널, 2006</p>							
<b>4. 주차별 강의(실습·실기·실험) 내용</b>							
주별	차시	강의(실습·실기·실험) 내용				과제 및 기타참고사항	
제01주	1	(강의주제) 패션산업의 개념과 패션마켓의 이해 (강의목표) 패션마켓의 규모 및 현황에 대해 파악한다.				[과제1 부여] <b>패션의 상권과 스트리트 조사에 대한 보고서 제출</b>	컴퓨터, 빔프로젝트
	2	(강의세부내용) - 패션산업의 구조를 파악하고 유형분석을 통해 패션비즈니스 시스템에 대한 이해를 돕는다.					
	3	- 패션마켓의 규모 및 브랜드 전개형태의 종류에 대해 학습한다.					
	4	- 소비자의 행동을 분석하여 학습한다.					
	5	(수업방법) 강의, 토론, 실습					
제02주	1	(강의주제) 패션마켓의 세분시장 현황 조사 (강의목표) 복종별 패션마켓의 현황을 파악하고 세분화된 조닝의 구분과 조닝별 브랜드에 대해 고찰한다.				컴퓨터, 빔프로젝트	
	2	(강의세부내용) - 여성복, 남성복 시장의 변화과정과 각 복종별 조닝 구분의 의미 및 대표 브랜드 현황에 대해 분석하고 조사한다.					
	3	- 캐주얼, 스포츠 및 아웃도어 시장의 변화과정과 각 복종별 조닝 구분의 의미 및 대표 브랜드 현황에 대해 분석하고 조사한다.					
	4	(수업방법) 강의, 토론, 실습					
	5	(수업방법) 강의, 토론, 실습					

주별	차시	강의(실습·실기·실험) 내용	과제 및 기타참고사항
제03주	1	(강의주제) 패션 마켓리서치의 개념 및 프로세스 (강의목표) 패션 마켓리서치의 유형에 대해 학습하고 체계적인 프로세스에 따라 리서치를 실시하는 방법을 학습한다.	컴퓨터, 빔프로젝트
	2	(강의세부내용) - 마케팅 전략 관점에서 패션 마켓리서치의 중요성과 유형 및 특징에 대해 학습한다.	
	3	- 체계적인 마켓리서치 프로세스를 이해하고, 각종 양식을 활용하여 마켓리서치를 조사하는 주요방법을 학습한다.	
	4	(수업방법) 강의, 토론, 실습	
	5	(수업방법) 강의, 토론, 실습	
제04주	1	(강의주제) 패션시장의 마케팅 환경정보에 대한 리서치 (강의목표) 패션마켓에 직, 간접적 영향을 주는 거시적 마케팅 환경정보에 대하여 조사한다.	컴퓨터, 빔프로젝트
	2	(강의세부내용) - 패션 시장의 변화를 주도하는 거시적 마케팅 환경정보의 종류를 파악하고 조사하는 방법에 대해 학습하고 현장실무에 대해 조사한다.	
	3	- 경제, 사회, 생태학적 환경 등의 마케팅 환경정보가 패션마켓에 영향을 미친 실제 사례를 조사한다.	
	4	(수업방법) 강의, 토론, 실습	
	5	(수업방법) 강의, 토론, 실습	
제05주	1	(강의주제) 미시적 환경정보1. - 패션 시장정보 및 경쟁사 정보 리서치 (강의목표) 패션기업의 마케팅 활동에 영향을 미치는 패션 시장정보와 경쟁사 정보의 조사법과 활용에 대해 학습한다.	컴퓨터, 빔프로젝트
	2	(강의세부내용) - 중요 소매점 정보 리서치를 통해 인기, 비인기 상품을 조사하고 및 VMD 등 매장 환경의 변화를 파악한다.	
	3	- 조닝별 경쟁구도를 가진 브랜드들의 정보 리서치를 통해 마켓의 구도의 변화를 파악하고 마케팅 전략을 도출하는 법을 학습한다.	
	4	- 조사한 사례를 조사하고 마켓의 방향을 도출한다.	
	5	(수업방법) 강의, 토론, 실습	

주별	차시	강의(실습·실기·실험) 내용	과제 및 기타참고사항
제06주	1	(강의주제) 미시적 환경정보2. - 패션트렌드 정보 리서치 (강의목표) 패션트렌드를 예측하기 위한 정보의 종류와 특성에 대해 파악하고 분석과 활용법을 학습한다.	<b>[과제1 제출]</b> 컴퓨터, 빔프로젝트
	2	(강의세부내용)	
	3	- 패션트렌드를 제안하는 다양한 경로에 대해 파악한다. - 패션 스트리트 리서치 과제를 통하여 패션시장에서 진행되는 트렌드 정보의 수집과 분석 자료 활용법에 대해 실습하고 학습한다.	
	4	(수업방법) 강의, 토론, 실습	
	5		
제07주	1	중간고사	
	2		
	3		
	4		
	5		
제08주	1	(강의주제) 미시적 환경정보3. - 소비자 정보 리서치 (강의목표) 변화하는 소비자의 욕구와 소비자 행동에 대한 정확한 이해를 위해 요구되는 소비자 정보에 대한 리서치 방법을 학습한다.	<b>[과제2 부여]</b> <b>브랜드별 다양한 유통 전략의 사례에 대한 조사 및 보고서 제출</b> 컴퓨터, 빔프로젝트
	2	(강의세부내용)	
	3	- 소비자 행동에 영향을 미치는 사회, 문화적 요인의 종류에 대해 조사하고 마케팅 활동에 반응하는 현상을 파악한다.	
	4	- 소비자 행동에 영향을 미치는 개인적 특성, 심리적 요인에 대해 학습하고 각 요인의 영향력과 구매 태도의 사례에 대해 조사하고 실습한다.	
	5	(수업방법) 강의, 토론, 실습	
제09주	1	(강의주제) 기업 내부 환경에 대한 리서치1. - SWOT분석 (강의목표) 마케팅 환경정보 조사를 통해 얻은 중요 정보를 바탕으로 기업의 새로운 마케팅 전략을 도출한다.	컴퓨터, 빔프로젝트
	2	(강의세부내용)	
	3	- 기업 외부에서 일어나는 환경의 변화를 조사하고 종합적으로 정리하여 SWOT을 작성하고 마케팅 기회와 기업의 장점을 조화시킨 전략을 도출한다.	
	4	- 패션업체의 SWOT 분석 사례를 조사하고 분석한 후 마켓 실습으로 학습한다.	
	5	(수업방법) 강의, 토론, 실습	

주별	차시	강의(실습·실기·실험) 내용	과제 및 기타참고사항
제10주	1	(강의주제) 기업 내부 환경에 대한 리서치2. - B.I 확립과 브랜드 컨셉 설정	컴퓨터, 빔프로젝트
	2	(강의목표) 패션 시장 내에서 기업의 현황을 파악하기 위해 B.I 확립과 브랜드 컨셉에 대한 객관적인 조사를 실시한다.	
	3	(강의세부내용)	
	4	- 소비자 마음속에 형성되는 강력한 브랜드 이미지 구축을 위한 B.I 구성요소에 대해 점검하여 독창적이고 지속 가능한 브랜드 컨셉을 확립한다.	
	5	(수업방법) 강의, 토론, 실습	
제11주	1	(강의주제) 성공적인 마케팅 전략1. - 패션 상품전략에 대한 리서치	컴퓨터, 빔프로젝트
	2	(강의목표) 효율적인 패션상품의 구성계획과 전략을 제안하기 위해 다양한 상품구성 방법을 조사하고 활용한다.	
	3	(강의세부내용)	
	4	- 소비자 패션수용도에 의한 상품 구성방법에 대해 조사한다.	
	5	- 상품믹스의 개념과 아이템별 상품 구성계획 등의 방법으로 상품전략에 대해 학습한다. (수업방법) 강의, 토론, 실습	
제12주	1	(강의주제) 성공적인 마케팅 전략2. - 패션 가격전략에 대한 리서치	컴퓨터, 빔프로젝트
	2	(강의목표) 패션상품의 적절한 가격전략 도출을 위해 가격결정 요인과 가격결정방법을 학습한다.	
	3	(강의세부내용)	
	4	- 패션가격 결정의 과정에 대해 이해하고 가격 결정 요인에 대해 학습한다.	
	5	- 다양한 가격결정 방법에 대해 조사하고 마케팅 목표에 부합하는 가격 전략을 제안한다. (수업방법) 강의, 토론, 실습	
제13주	1	(강의주제) 성공적인 마케팅 전략3. - 패션 유통전략에 대한 리서치	컴퓨터, 빔프로젝트
	2	(강의목표) 패션 시장의 다양한 유통의 종류와 특성에 대해 학습하고 브랜드 특성에 맞는 유통전략을 조사한다.	
	3	(강의세부내용)	
	4	- 패션 유통의 다양한 종류와 특성에 대해 조사한다.	
	5	- 브랜드별 유통 전략 사례를 조사하여 시장의 유통 현황을 파악한다. (수업방법) 강의, 토론, 실습	

주별	차시	강의(실습·실기·실험) 내용	과제 및 기타참고사항			
제14주	1	(강의주제) 성공적인 마케팅 전략4. - 패션 관측전략에 대한 리서치	[과제2 제출] 컴퓨터, 빔프로젝트			
	2	(강의목표) 치열한 경쟁구도 속에 새롭게 제시되는 독창적인 프로모션 기법들에 대해 현황을 파악하고 조사한다.				
	3	(강의세부내용) - 새로운 시장의 광고, VMD 방법 등에 대해 조사한다.				
	4	- 인적판매, 다양한 이벤트 등의 프로모션 전략에 대한 고찰로 효율적인 관측전략을 제안한다.				
	5	(수업방법) 강의, 토론, 실습				
제15주	1	기말고사				
	2					
	3					
	4					
	5					
<b>5. 성적평가 방법</b>						
중간고사	기말고사	과제물	출결	기타	합계	비고
30 %	30 %	20 %	20 %	%	100 %	
<b>6. 수업 진행 방법</b>						
<b>강의</b> - 주교재, 부교재를 활용하여 기본적 지식을 숙지하고 최신의 시장현황에 대한 자료를 활용하여 학습자의 이해도를 높여 효율적인 비즈니스 전략을 수립할 수 있도록 지도한다. <b>토론</b> - 주차별의 강의 주제에 대해 토론하여 학습자의 이해도와 과목에 대한 흥미를 높인다. <b>학습과제</b> - 2회의 정기과제물로 학습에 동기부여를 제공하며 참여와 집중을 이끌어낸다.						
<b>7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항</b>						
토론과 시청각 자료, 최신 마켓 정보를 활용하여 학습자의 적극적인 참여와 이해를 유도한다.						
<b>8. 문제해결 방법(실험·실습 등의 학습과정의 경우에 작성)</b>						
패션마켓리서치에 관한 패션 관련 업체의 최신 현황을 자료로 제시하여 실습한다.						
<b>9. 강의유형</b>						
이론중심( ), 토론, 세미나 중심(○), 실기 중심(○), 이론 및 토론, 세미나 병행( ), 이론 및 실험, 실습 병행( ), 이론 및 실기 병행( ),						