

2025학년도 플립러닝(Flipped Learning) 교과목 개발 신청서

		접수 번호	[미기재]
1. 신청자 정보			
성명	허희진	단과대학	디자인대학
e-mail		전공	패션디자인학과
핸드폰		내선	
2. 교과목 정보			
과목명	패션리테일링 / Fashion Retailing		
이수 구분	<input type="checkbox"/> 교양 <input type="checkbox"/> 전공 필수 <input type="checkbox"/> 전공 선택 <input type="checkbox"/> Lego-Convergence <input checked="" type="checkbox"/> Micro-Degree * 중복선택 불가		
학수 번호	BWEA39018	학점	3
예상 학생수	25	분반	1
학년	3	운영 학기	<input checked="" type="checkbox"/> 1학기 <input type="checkbox"/> 2학기
3. 교과목 분석			
교과목 개요	<p>패션산업 분야에 새롭게 등장한 기술이 혁신적인 비즈니스 환경을 만들어가고 있으며 테크놀로지의 발전은 미래 패션산업 패러다임에 큰 영향을 미칠 것으로 기대된다. 소비자와 직접 접촉하는 최종 유통경로라는 특성으로 인해 리테일 시장은 환경요인에 많은 영향을 받으며 놀라운 속도로 변화하고 있다. 리테일에서 패션은 여전히 중요하다. 특히 리테일에 응용된 다양한 테크놀로지는 온·오프라인 업태를 막론하고 리테일 전략의 전반에 영향을 미치고 있다. 본 과목은 경쟁이 치열해지고 있는 시장환경에서 패션리테일러에 요구되는 이론적·실무적 측면의 체계적 지식을 습득하는 것을 목표로 한다. 본 과목을 통해 다양한 패션리테일러의 특성 및 디지털 컨버전스 환경에서 패션산업을 둘러싼 다양한 리테일 테크놀로지 이슈를 이해하고 이에 근거하여 패션 리테일링 전략의 기획 및 실행 방법들 학습한다.</p> <p>■ 교육전략</p> <ul style="list-style-type: none"> - 국내외 디지털 리테일 플랫폼 시장은 지속적인 성장을 보이고 있으며 이러한 성장세는 계속될 전망 - 디지털 패러다임 변화에 영향을 받는 패션 리테일 시장에서 시장 환 		

	<p>경분석과 브랜드 운영, 상품기획 전략 및 마케팅 전략에 이르기까지 패션 리테일에 대한 이론적·실무적 이해도를 높이고자 함</p> <ul style="list-style-type: none"> - 패션산업의 디지털 전환에 따른 대응 인력 수요 증가에 대비하여 새로운 형태의 리테일 유형과 기술의 실제 사용법을 익히고 브랜드 전략에 적용해 봄으로써 융복합 교육을 실현하고 학생들의 사회진출 범위를 확대하고자 함 - 패션 브랜드의 리테일 환경이 급변하는 상황에서 패션 브랜드 리테일 전략을 기획하고 실행하는 실무자와 이론적 체계를 구축하고 교육해야 하는 학계 모두 패션 브랜드 구축과 관련된 리테일 이론과 사례를 정립해야 할 필요성을 느끼고 있음 - 패션리테일은 글로벌 패션 산업구조를 바꿀 중요한 분야로 본 강의에서는 패션 비즈니스의 기초가 되는 소비자와의 커뮤니케이션을 위해 패션리테일러 전략을 기획함으로써 의미를 도출하고자 함 <p>■ 교육방법</p> <ul style="list-style-type: none"> - 본 강의 패션리테일링은 3학점 3시간의 수업으로 플립러닝 방식으로 진행하여 사전학습(1시간) 동영상을 통해 패션리테일 이론과 유형 및 특성에 대한 내용을 학습한 후 오프라인 강의시간(2시간)을 통해 실제 학습 내용을 패션산업에 활용하여 VR, AR, 메타버스 등 최신 기술이 적용된 리테일 테크의 실제 사용법을 익히고 패션 이슈에 대한 브랜드 전략에 적용해 봄으로써 실무 및 융복합 교육의 이해도를 높임 - 매주 팀기반 학습을 토대로 수업주제에 대한 activity 활동에 대해 자신의 의견을 표현하고 상대방의 의견을 경청하는 의사소통역량을 강화하기 위해 팀별 논의 내용을 팀별로 발표를 진행함 - 팀을 구성하여 실제 패션 브랜드 리테일링 전략기획을 위해 타겟소비자를 대상으로 한 대응 전략기획 프로젝트를 수행함
<p>교과목 목표</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 구체적인 강좌목표 - 패션 리테일링의 기본개념을 이해할 수 있다. - 다양한 패션 리테일러의 유형과 특성을 학습하고, 실습을 통해 패션리테일 트렌드와 플랫폼에 대한 이해도를 높일 수 있다. - 다양한 리테일 테크놀로지를 활용하여 패션 브랜드 리테일링 전략을 기획할 수 있다. ■ 차별화된 브랜드 구축을 위하여 패션산업을 둘러싼 다양한 디지털 미디어 커뮤니케이션 수단에 대한 이해가 필요하며, 디지털 미디어 환경이 급변하는 상황에서 최신 트렌드를 반영한 패션 브랜드 커뮤니케이션을 기획하고 실행하기 위한 역량을 함양하여 패션 비즈니스를 위한 기획 능력을 배양하고자 함 ■ 패션 브랜드를 둘러싼 환경변화가 궁극적으로 소비자의 욕구에 어떻

	<p>게 영향을 미쳐 패션 상품에 어떤 영향을 주고, 우리는 어떻게 대처해야 할지 등 빠르게 변화하는 시장환경에 대한 분석과 전략이 더욱 중요하게 부각되고 있음</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 앞으로의 환경변화에 효과적으로 대응하기 위해서는 보다 체계적이고 과학적인 커뮤니케이션 방법으로 현재나 미래의 변화를 예측하고 실무에 신속히 반영하는 것이 필요함 ▪ 핵심역량과의 연계성은 다음과 같음 <ul style="list-style-type: none"> - <u>융합적 탐구역량</u>: 패션리테일과 관련된 전문지식을 이해하기 위해 필요한 기초 지식을 매주 학습하는 리테일 유형 및 디지털 미디어와 연계하여 확인하고 적용할 수 있음 - <u>협력적 소통 역량</u>: 이론에 의존하기보다는 팀별 프로젝트를 통하여 스스로 이해한 내용을 확인하고 비교하여 폭넓은 관점에서의 이해를 높이고, 팀별 공동 과업을 통해 협력하여 문제를 해결할 수 있음 - <u>창의적 혁신역량</u>: 학습한 이론을 바탕으로 현대 패션산업에서 활용되고 있는 사례를 확인하고 창의적이고 혁신적인 리테일 전략을 기획할 수 있음 - <u>글로벌 리더역량</u>: 다양한 디지털 리테일 플랫폼을 접하고 국내외 패션 브랜드에서 활용하고 있는 리테일 형태를 이해함으로써 글로벌 현상을 이해하고 국제적인 시각을 키움. 또한 세계 속의 우리 패션에 대해 폭넓은 관점으로 이해하고 개방적 태도를 보이기 위한 디지털 활용 능력을 배양함 			
교수-학습 상호작용의 적절성	상호작용 촉진 방안	<ul style="list-style-type: none"> • 실시간 피드백 제공 및 팀별 토론 유도 • 온라인 포럼(TLS)을 활용한 학습자 간 질문/답변 게시판 운영 • 팀별 브레인스토밍 및 발표 피드백 루틴화 		
	학습자 참여 지원 학습전략	<ul style="list-style-type: none"> • 퀴즈, 과제, activity 실습 등 활동 중심 평가 도입 • 사전학습 점검 퀴즈 및 수업 후 보고서 제출 • 학습자 주도 브랜드 전략 설계 프로젝트 수행 		
	학습활동 피드백 전략	<ul style="list-style-type: none"> • 조별 및 개별 피드백 제공 (TLS, 클래스 포럼 등 활용) • 사전학습 반영도에 따른 개별 컨설팅 제공 • 발표 후 동료 피드백 시트 활용 		
평가 계획 (100%)	평가항목	평가내용	비율(%)	비고
	중간고사	1-7주차 수업 내용 평가	20	개별 필답고사
	기말고사	9-15주차 수업 내용 평가	20	개별 필답고사

	학습과제	패션리테일 전략기획 팀 프로젝트	30	팀 프로젝트 및 팀원 평가
	수업참여도	수업 activity 및 팀활동, 퀴즈	20	워크시트 및 퀴즈 결과 평가
	출석	사전학습 콘텐츠 시청 확인 포함	10	온/오프라인 출석 체크
주교재	학습자료로 제공되는 핸드아웃			
참고자료	박경애 외 / 패션리테일 매니지먼트 제3판 / 교문사 / 2024 조창환 외 / 디지털 마케팅 4.0 / 청송미디어 / 2018			
4. 수업 설계(* 중복 선택 가능)				
Pre-Class (사전 학습)	주 자료		보조 자료	
	<input checked="" type="checkbox"/> 스튜디오 촬영		<input checked="" type="checkbox"/> TED / 유튜브 <input type="checkbox"/> KOCW / K-MOOC <input checked="" type="checkbox"/> 기타(국내외 브랜드 사례 영상)	
In-Class (본 학습)	학습 활동	<input checked="" type="checkbox"/> 토의/토론 <input checked="" type="checkbox"/> 발표 <input checked="" type="checkbox"/> 퀴즈 <input checked="" type="checkbox"/> 과제 <input checked="" type="checkbox"/> 프로젝트 <input checked="" type="checkbox"/> 기타(동료 피드백)		
Post-Class (사후 학습)	공유 및 평가	<input checked="" type="checkbox"/> 팀 활동 보고서 <input type="checkbox"/> 성찰 일지 <input checked="" type="checkbox"/> 기타(개별 피드백)		
5. 플립러닝 주차별 강의 계획				
주차	학습 주제 및 내용	Pre-Class (사전 학습)	In-Class (본 학습)	Post-Class (사후 학습)
1주차	Introduction - 패션리테일링 수업진행방향 - 패션과 패션산업 전반에 대한 이해와 리테일의 역할	직접촬영 (25분)	개별/팀별 활동 (100분)	활동 보고서 공유 (25분)
2주차	패션리테일이란? - 패션제품의 유통경로 - 패션 유통경로 핵심기업의 유형과 협력, 갈등, 통합 - 리테일링의 역할, 패션 서비스 리테일러	직접촬영 (25분)	개별/팀별 활동 (100분)	활동 보고서 공유 (25분)
3주차	패션리테일 업태 유형화	직접촬영	개별/팀별	활동 보고서

	<ul style="list-style-type: none"> - 리테일 업태 분류: 특성/소유 형태에 따른 분류 - 점포/무점포 리테일 업태 	(25분)	활동 (100분)	공유 (25분)
4주차	<p>오프라인 기반 패션리테일1</p> <ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 기반 패션리테일 업태의 개념과 유형 - 종합점: 백화점, 할인점, 오프프라이스 리테일러, 면세점, 쇼핑몰, 아울렛몰 	직접촬영 (25분)	개별/팀별 활동 (100분)	활동 보고서 공유 (25분)
5주차	<p>오프라인 기반 패션리테일2</p> <ul style="list-style-type: none"> - 전문점: 브랜드, 패스트패션, 셀렉트샵, 카테고리 킬러, H&B 스토어, 밸류 리테일러 	직접촬영 (25분)	개별/팀별 활동 (100분)	활동 보고서 공유 (25분)
6주차	<p>온라인 기반 패션리테일1</p> <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 기반 패션리테일 업태의 개념과 유형 - E-커머스와 M-커머스 - 종합몰, 전문몰, 이마켓플레이스 	직접촬영 (25분)	개별/팀별 활동 (100분)	활동 보고서 공유 (25분)
7주차	<p>온라인 기반 패션리테일2</p> <ul style="list-style-type: none"> - 새로운 형태의 리테일 플랫폼 유형과 특성 - See-Now-Buy-Now(SNBN), V-커머스, VR 스토어, 라이브커머스, 렌탈 플랫폼, 구독 서비스 	직접촬영 (25분)	개별/팀별 활동 (100분)	활동 보고서 공유 (25분)
8주차	중간고사	-	필답고사	평가 및 피드백
9주차	<p>패션리테일 멀티채널</p> <ul style="list-style-type: none"> - 멀티채널의 개념과 특성 - 옴니채널(Omni-channel)과 플랫폼 서비스, O2O 플랫폼과 메타버스 플랫폼 	직접촬영 (25분)	개별/팀별 활동 (100분)	활동 보고서 공유 (25분)
10주차	<p>패션 리테일 관리 전략</p> <ul style="list-style-type: none"> - 성장 전략과 기회와 글로벌 시장전략 - 상권과 입지, 새로운 입지 트렌드: 교통허브, 샵인샵, 팝업스토어 	직접촬영 (25분)	개별/팀별 활동 (100분)	활동 보고서 공유 (25분)

11주차	패션리테일 머천다이징 기획 - 패션리테일 머천다이징의 개념과 기능 - 패션머천다이징 기획과 관리: 카테고리 관리, 구색관리	직접촬영 (25분)	개별/팀별 활동 (100분)	활동 보고서 공유 (25분)
12주차	패션리테일 가격 전략 - 패션리테일 가격의 구성 - 가격 결정 방법과 제품믹스에 대한 가격 결정	직접촬영 (25분)	개별/팀별 활동 (100분)	활동 보고서 공유 (25분)
13주차	패션리테일 커뮤니케이션 전략 - 패션리테일 브랜드 이미지 - 패션리테일 커뮤니케이션 전략 믹스	직접촬영 (25분)	개별/팀별 활동 (100분)	활동 보고서 공유 (25분)
14주차	패션리테일 매장디자인과 진열리 - 매장디자인 요소: 외부 디자인 요소와 내부 디자인 요소 - 매장 연출: 진열관리와 매장 분위기 연출	직접촬영 (25분)	개별/팀별 활동 (100분)	활동 보고서 공유 (25분)
15주차	팀프로젝트 최종 발표 - 새로운 형태의 패션리테일링 전략기획 프로젝트 발표	직접촬영 (25분)	개별/팀별 활동 (100분)	피드백 공유 (25분)
16주차	기말고사	-	필답고사	평가 및 피드백

6. 플립러닝 교과목 교수-학습 지도안(* 한 차시 분량 작성)

주차명	[7주차] 온라인 기반 패션리테일 2: 새로운 형태의 리테일 플랫폼의 이해			
학습 목표	<ul style="list-style-type: none"> * 사전학습을 통해 새로운 온라인 리테일 플랫폼 유형(SNBN, 라이브커머스 등)의 개념과 사례를 파악한다. * 본 학습에서 다양한 플랫폼 유형의 특성과 소비자 경험에 미치는 영향을 비교 분석한다. * 실제 패션 브랜드에 적용 가능한 아이디어를 도출하고 팀별로 브레인스토밍한다. 			
구분	교수자 활동	학습자 활동	시간	
Pre-Class (사전 학습)	1) 사전 학습 내용 제시 - 학습 목표: 다양한 온라인 기반 패션리테일 플랫폼 유	<ul style="list-style-type: none"> • 사전 영상 콘텐츠 시청 및 개념 정리 • 사전에 제공된 수업자료를 다운로드하여 사전 학습에 	50분	

		<p>형 및 특징 이해</p> <ul style="list-style-type: none"> - SNBN, 라이브커머스, 렌탈, 구독형 서비스 관련 강의 영상 및 사례 콘텐츠 제공 - 수업자료 제공: 각 플랫폼의 개념 및 핵심 특성 - TLS를 통해 사전학습 퀴즈 게시 및 참여 안내 <p>2) 본 학습 활동 내용 안내</p> <ul style="list-style-type: none"> - 본 수업의 팀별 토론을 통한 플랫폼 리서치 및 분석, 발표 활동이 이루어짐을 영상 내에서 사전 공지 	<p>참여</p> <ul style="list-style-type: none"> • TLS 사전학습 퀴즈 풀이 및 제출 • 사전 퀴즈를 통해 학습 이해도 점검 • 팀별 활동을 위한 분석 주제(관심 플랫폼 유형) 선정 및 요약 정리 	
In-Class (본 학습)	도입	<p>1) 학습준비도 확인 및 평가</p> <ul style="list-style-type: none"> - 사전학습 퀴즈 결과 확인 - 핵심 개념에 대한 간단한 리뷰 및 질의 응답 <p>2) 학습 목표 안내</p> <ul style="list-style-type: none"> - 오늘 수업의 목표 안내: 플랫폼 유형별 특성과 전략 비교 분석 	<ul style="list-style-type: none"> • TLS 퀴즈 결과 리뷰를 바탕으로 부족한 개념 질의 및 이해 보완 • 오늘의 학습 목표 이해 및 팀별 활동 발표 과제 계획 수립 	15분
	전개	<p>1) 활동 수행 안내</p> <ul style="list-style-type: none"> - 학습자가 수행할 팀별 발표 과제 안내 - 팀별 플랫폼 분석 발표 활동 지도: SNBN, V-커머스, VR 스토어, 라이브커머스, 렌탈, 구독형 중 택1 - 팀별 활동 수행과제에 대한 가이드라인 제공: 전략의 실현 가능성, 차별성, 소비자 경험 강화 여부 등을 기준으로 평가 <p>2) 팀 구성 방법</p> <ul style="list-style-type: none"> - 4~5명을 기준으로 팀을 구성 	<ul style="list-style-type: none"> • 팀별로 활동 목표를 명확히 설정하고 역할 분담 • 팀별 논의를 통해 활동을 수행할 플랫폼 선정 • 팀별로 콘텐츠 비교 분석 및 전략 구성 • 각 팀은 선택한 플랫폼의 유형별 특징, 소비자 경험, 콘텐츠 전달방식, 마케팅 구조 등을 분석 • 분석 결과를 바탕으로 브랜드 적용 가능성을 논의하고 전략 기획안 구성 	50분

		<ul style="list-style-type: none"> - 팀 운영을 위한 업무 분담을 명확히 제시하고 팀원 모두 발표 참여 규칙 안내 <p>2) 교수-학습 상호작용</p> <ul style="list-style-type: none"> - 교수자는 팀별 활동 모니터링 및 중간 피드백 제공 		
	정리	<p>1) 수업 목표 및 내용 재확인</p> <ul style="list-style-type: none"> - 학습 목표 재확인을 위한 발표 내용 요약 질의 및 플랫폼별 핵심 요소 정리 활동 <p>2) 활동 평가</p> <ul style="list-style-type: none"> - 핵심 내용 정리 및 적용 전략에 대한 코멘트 제시 - 팀별 발표 진행 및 교수자 피드백 제공: 전략의 실현 가능성, 차별성, 소비자 경험 강화 여부 등을 기준으로 평가 - 팀별 발표 내용에 대해 동료 평가지를 통해 상호 피드백 진행 <p>3) 다음 차시 예고</p> <ul style="list-style-type: none"> - 다음 주 중간고사 대비 복습 주제 안내 	<ul style="list-style-type: none"> • 팀별 플랫폼 분석 및 전략 기획에 대한 발표 수행 • 다른 팀 발표 경청 • 다른 팀 발표 내용에 대한 질문 및 피드백 제시 • 학습한 리테일 플랫폼 유형별 전략 요소 정리 • 다음 주 중간고사를 위한 핵심 개념 복습 계획 수립 	35분
Post-Class (사후 학습)		<p>1) 수업 관련 질의</p> <ul style="list-style-type: none"> - TLS 내 추가적 질의 사항에 대한 질의응답 게시판 질의응답 게시판 모니터링 및 피드백 제공 <p>2) 학습 활동 공유</p> <ul style="list-style-type: none"> - TLS 팀별 플랫폼 전략 분석 워크시트 제공 및 보고서 작성 안내 - 발표자료 및 분석 내용 TLS에 업로드 요청 	<ul style="list-style-type: none"> • 발표 자료 및 전략 보고서를 팀별로 정리하여 제출 • 팀별 보고서를 통해 이번 학습에서 느낀 점과 실무 적용 가능성 서술 • 다른 팀 발표에 대한 느낀 점을 포함한 질문 작성 	25분

[7주차] 강의안 예시



Retailing 최신 E-커머스 현황

See-Now-Buy-Now의 브랜드 사례

- Tommy Hilfger
- 2016년 9월 'Tommy Now'를 통해 See-Now-Buy-Now 트렌드에 합류
- 'Tommy Land'를 개장해 신나는 음악과 놀이, 그래픽이 어티스트의 비포먼스와 축제를 연상시키는 쇼, 런웨이 상품을 구매할 수 있는 투르크싱을 선보여 인스턴트적 만족감을 극대화시키는 쇼를 선보임
- 소셜 미디어를 통해 컬렉션 중 4가지 품목(루디, 폴로, 보머, 진)은 투표를 통해 선호 디자인을 선별하는 등 소셜적인 측면 강화



Retailing 최신 E-커머스 현황

See-Now-Buy-Now의 도입현황

- 기존의 패션쇼는 컬렉션을 선보이는 자리이자 주요 바이어 및 미디어에 브랜드를 소개하는 하나의 장으로써 기능
- 이후 4~6개월에 걸친 시간을 거쳐 비로소 매장에 상품 진열
- 그 시간 동안 텍스트 패션 및 매스 브랜드에서 럭셔리 브랜드와 유사한 디자인 선보임으로써 소비자들에게 판매 기회 놓치게 됨
- 'See-Now-Buy-Now' 모델은 이러한 문제를 겪는 럭셔리 브랜드들에게 새로운 기회
- 즉각적 만족감을 취하는 것에 익숙해진 젊은 고객층을 유인하는데 매우 효과적
- 매장 및 브랜드 온라인 사이트에 대한 트래픽을 활성화시켜 장기적으로 고객과의 유대를 공고히 하고 다른 제품에 대한 홍보효과까지 거둠
- 색다른 소비 경험으로 확장



Retailing 최신 E-커머스 현황

라이브커머스(Live-Commerce)

- 실시간 동영상 스트리밍으로 통해 상품을 판매하는 온라인 채널로, 비대면 비접촉을 추구하는 언택트 경제가 부상하면서 활발하게 활용되고 있음
- 네이마의 '쇼핑라이브', 카카오의 '톡 라이브', 티몬의 '티브라이브', CJ올리브영의 '올리브브', 롯데백화점의 '100라이브'등이 국내의 대표적 라이브커머스 플랫폼
- 라이브커머스의 가장 큰 특징은 '상호 소통: 생방송이 진행되는 동안 이용자들은 채팅을 통해 진행자, 혹은 다른 구매자와 실시간 소통, 상품에 대한 다양한 정보를 취득하면 온라인 쇼핑의 단점을 보완
- 라이브커머스는 소통과 쇼핑을 결합해 재미를 극대화하며 단순한 쇼핑 이상의 문화로 자리잡을 수 있는 신사업으로 각광받고 있음



Retailing 최신 E-커머스 현황

AR (Augmented Reality: 증강현실 / 개인화된 쇼핑 경험)

- 가상현실의 한 분야에서 파생된 기술로, 사용자가 눈으로 보는 실제 세계에 컴퓨터 그래픽으로 만든 가상 이미지를 겹쳐 하나의 영상으로 보여주는 기법
- 메이크업 필터 앱, AR 가구 카탈로그 등 가상 상품 피팅으로 맞춤형 쇼핑 경험 제공
- 모바일 카메라로 비추면 상품 정보 및 구매경로를 제공하며 구매 편의성 제고



Retailing 최신 E-커머스 현황

메타버스 (Metaverse)

- 가상과 초월을 뜻하는 메타(Meta)와 세상과 우주를 의미하는 유니버스(Universe)의 합성어
- 가상현실(VR, Virtual Reality)보다 한 단계 더 진화한 개념으로, 자신의 아바타를 활용해 게임이나 가상현실을 즐기는 데 그치지 않고, 실제와 같은 사회·문화적 활동을 할 수 있다는 것이 특징
- 메타버스를 통해 디지털 세상에 존재하는 나의 아바타에게 옷과 신발을 사주기도 하고, 그 제품을 현실의 내가 구입할 수도 있으며, 새로운 컬렉션을 선보일 수도 있게 될 것



Retailing 최신 E-커머스 현황

V-Commerce

- V-커머스(Video + Commerce)는 직관적 상품 정보 전달 중심의 홈쇼핑형에서 재미, 정보, 리뷰/추천, 소통을 가미한 콘텐츠형으로 진화
- 멀티채널을 통한 소셜 인플루언서의 개인방송 형태로 친숙한 분위기에서 구매 유발(Llogger)
- 개인방송 + 전자상거래 형태는 티오비오, 엠마오, 유우 등 특이 중국 중심으로 활성화



Retailing 최신 E-커머스 현황

VR (Virtual Reality: 가상현실/ 몰입형 쇼핑 환경)

- 컴퓨터 기술을 활용하여 가상의 공간을 만들어 사용자가 가상공간에서 보고 듣고 느끼면서 상호작용할 수 있도록 해주는 인간과 컴퓨터 간의 인터페이스 기술
- 국내 VR 쇼핑은 오프라인 매장 탐색 및 간단한 상품 정보의 확인 가능한 디지털 쇼핑 수준
- 알리바바는 Buy+ VR 매장 구현, VR타이를 통해 몰입적 가상 쇼핑 환경을 완벽히 제공할 예정



[참고자료] 플립러닝 설계 자가진단(교수용)

※ 수업 설계 후 자가진단을 통하여 플립러닝 수업이 잘 설계 되었는지 체크

구분		항목	개선점	1	2	3	4	5
Pre-Class		동영상 구성, 내용 적절한가?						
		동영상 분량, 질 적절한가?						
		동영상 접근성이 양호한가?						
		자기 주도적 학습을 유도하는가?						
In-Class	공통 사항	언어적 표현을 적절하게 구사하는가?						
		비언어적 표현을 자연스럽게 구사하는가?						
		교수매체를 효과적으로 활용하는가?						
	수업 도입	수업 전 준비가 철저한가?						
		학생들의 수업준비도 및 이해도를 확인하는가?						
		수업목표를 제시하는가?						
		학습동기를 유발하는가?						
	수업 전개	수업을 진행하는 과정이 적절한가?						
		학생 참여 형 수업을 통해 과제수행을 유도하는가?						
		과제 수행의 정확성에 관해 피드백을 제공하는가?						
		상호작용을 활발하게 촉진하는가?						
		학생들과 원만한 관계를 유지하는가?						
	수업 정리	수업에 끝맺음이 있게 하는가?						
		수업과 평가가 서로 밀접하게 연계되어 있는가?						
	Post-Class	수업 후 심화보충학습을 제공하여 자기 주도적 학습을 유도하는가?						
		수업 후 학습의 파지 및 전이 촉진을 위해 적극적 상호작용을 유도하는가?						
수업 실행 과정 및 결과를 종합적으로 평가하는가?								