

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M101	セールスワーク I							30				
担当教員	石川 真理子				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	大手アパレルの販売職から本社の販売教育担当に抜擢され、店舗運営全般に従事。全国250店舗を統括する販売教育担当管理者として販売指導、店頭VMD、研修セミナー等を歴任										
講義目的												
接客販売の基本心得と基本動作の習得 コミュニケーションスキルアップ												
授業内容												
近い未来に求められるネット販売では成しえない「コミュニケーションスキル」を使った接客プロセスストーリーの流れに沿った接客技術の習得。及びビジネスコミュニケーションのベースとなるバーバルコミュニケーションとノンバーバルコミュニケーションのスキルアップの強化に努める。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	ショップスタッフの仕事と役割					接客業の今と昔の違い(ネット販売との比較)ショップスタッフに求められるマインドとは 近未来に求められる接客とは					
2	2	接客に必要な基本マナー①					接客基本動作(立ち姿、お辞儀、笑顔の効果) 実習					
3	2	接客に必要な基本マナー②					接客基本用語の使い方、クッション言葉の活用法					
4	2	接客に必要な基本マナー③					言葉遣いと所作の要点から間違いを正す実習					
5	2	接客に必要な基本マナー④					商品の取り扱い・受け渡し方・商品提示・金銭授受					
6	2	顧客満足について					購買心理とアйдマの法則・コンサルティングセールス					
7	2	基本接客プロセスストーリーの流れ					接客DVD鑑賞、6つのプロセスストーリー					
8	2	接客スキルアップ①					接客DVD鑑賞(アプローチ編)距離感・トーク・タイミング					
9	2	接客スキルアップ②					接客DVD鑑賞(商品知識をトークに変える編)～考案					
10	2	接客スキルアップ③					接客DVD鑑賞(コーディネート編)→ニーズの聴き出し方					
11	2	接客スキルアップ④					お客さまとのコミュニケーションの取り方・観察力・接客話法					
12	2	接客スキルアップ⑤					試着室の役割と活用法(ネット販売との差別化)					
13	2	テスト・振り返り					テストの後接客マナー・トーク等復習					
14	2	ロールプレイング①					接客実習					
15	2	ロールプレイング②					接客実習					
留意事項												
座学に加え実習を多くすることで、グループ実習時の学生の「能動的姿勢」を強化し、リアル店舗で即戦力になる接客スキルの習得とビジネスコミュニケーション力アップを図る。												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
セールスワークの理解を高め、実店舗での即戦力となる接客スキルの取得。企業人としてのトータルコミュニケーション力アップ				ショップ教室にてリアルショップ同様の臨場感ある、接客販売実習を多く行う。				筆記テスト		40%		
								課題提出・演習		40%		
								取り組み姿勢		20%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M101	セールスワーク I							30				
担当教員	石川 真理子				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	大手アパレルの販売職から本社の販売教育担当に抜擢され、店舗運営全般に従事。全国250店舗を統括する販売教育担当管理者として販売指導、店頭VMD、研修セミナー等を歴任										
講義目的												
接客販売の基本心得と基本動作の更なるスキルアップ。(専門知識の習得) ビジネスパーソンとしての対応力及びコミュニケーション能力をさらに強化すべく授業を行う。												
授業内容												
近い未来に求められるネット販売では成しえない「コミュニケーションスキル」を使った接客プロセスストーリーの流れに沿った接客技術の習得。及びビジネスコミュニケーションのベースとなるバーバルコミュニケーションとノンバーバルコミュニケーションのスキルアップの強化に努める。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	顧客視点を強化し顧客を育てる方法					顧客づくりの対策と方法(イベントとSNSの常識)					
2	2	接客会話の要点					話し上手より聴き上手の徹し方・バーバルコミュニケーション&ノンバーバルコミュニケーション					
3	2	市場接客リサーチ(実際の接客を体験)					実際に接客を受け課題抽出及び問題提起を行う					
4	2	市場接客リサーチレポート作成					実際に接客を受け課題抽出及び問題提起を行う					
5	2	スタイリスト的接客術①					骨格タイプ別スタイリング提案術 骨格診断3つのタイプ					
6	2	スタイリスト的接客術②					骨格タイプ別スタイリング提案マップ作成					
7	2	スタイリスト的接客術③					骨格タイプ別スタイリング提案マップ作成					
8	2	接客心理術①					お客さま3タイプの見分け方、NLP実践心理学					
9	2	接客心理術②					タイプ別アプローチ(視覚、聴覚、体感覚)					
10	2	接客心理術③					タイプ別アプローチ(視覚、聴覚、体感覚)					
11	2	接客心理術④					言葉遣いと振る舞いでお客さまの心理をつかむ					
12	2	基本接客マナー電話対応					電話対応用編(商品問い合わせ、集客対応訴求)					
13	2	コンサルティングセールス					クレーム対応の常識実習					
14	2	下期テスト 振り返り					下期テスト→答え合わせ~復習					
15	2	総括					全期通年振り返り 全体共有					
留意事項												
座学に加え実習を多くすることで、グループ実習時の学生の「能動的姿勢」を強化し、リアル店舗で即戦力になる接客スキルの習得とビジネスコミュニケーション力アップを図る。												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
セールスワークの理解を高め、実店舗での即戦力となる接客スキルの取得。企業人としてのトータルコミュニケーション力アップ				ショップ教室にてリアルショップ同様の臨場感ある、接客販売実習を多く行う。				筆記テスト		40%		
								課題提出・演習		40%		
								取り組み姿勢		20%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M102	マーチャンドライジング概論							30				
担当教員	伊藤 菜央子				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	デザイナーからキャリアをスタート。ニットカット、デニムをメインに担当し、カタログ制作などブランド全体の運営に携わる。その後、ファッションマーケティング、プレスやMDのアシスタント、店舗運営を経験。モノづくりから現場まで幅広い経験を持ち、授業に活かしている。										
講義目的												
広範囲にわたるファッションビジネスの歴史と基礎を知り、日々の勉強に役立てる。												
授業内容												
前期は小売店舗を中心とした、ファッションビジネスについて素材産業からメーカー、セレクトショップまでの領域を学習し、後期は売場の基礎計数を学習する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	ファッションビジネス知識					オリエンテーション					
2	2	ファッションビジネス知識					ファッションの意味					
3	2	ファッションビジネス知識					ファッションビジネスの歩み					
4	2	ファッションビジネス知識					ファッションビジネスの最近の傾向					
5	2	ファッションビジネス知識					消費者行動①					
6	2	ファッションビジネス知識					消費者行動②					
7	2	ファッションビジネス知識					消費者行動③					
8	2	ファッションビジネス知識					流通の基礎知識					
9	2	ファッションビジネス知識					商品の流れ					
10	2	ファッションビジネス知識					マーチャンドライジング①					
11	2	ファッションビジネス知識					マーチャンドライジング②					
12	2	ファッションビジネス知識					アパレル小売産業の分類①					
13	2	ファッションビジネス知識					アパレル小売産業の分類②					
14	2	ファッションビジネス知識					アパレル業界の職種					
15	2	ファッションビジネス知識					テスト					
留意事項												
自分の興味のある業種業態だけではなく、あらゆる小売店舗やWEBサイトを含む業界全体に普段から興味を持つこと。												
教材												
文化服装学院編「文化ファッション大系 服飾関連専門講座12 ファッションビジネス」(文化出版局 2019年)												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
前期 アパレル業界を広く知る。 後期 最低限の計数知識を身につける。				講義 テスト				筆記テスト		50%		
								課題提出		50%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M102	マーチャンダイジング概論							30				
担当教員	伊藤 菜央子				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○				デザイナーからキャリアをスタート。ニットカット、デニムをメインに担当し、カタログ制作などブランド全体の運営に携わる。その後、ファッションマーケティング、プレスやMDのアシスタント、店舗運営を経験。モノづくりから現場まで幅広い経験を持ち、授業に活かしている。							
講義目的												
広範囲にわたるファッションビジネスの歴史と基礎を知り、日々の勉強に役立てる。												
授業内容												
前期は小売店舗を中心とした、ファッションビジネスについて素材産業からメーカー、セレクトショップまでの領域を学習し、後期は売場の基礎計数を学習する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	ビジネス計数知識					数字記入の基本的ルール					
2	2	ビジネス計数知識					電卓の使用法					
3	2	ビジネス計数知識					売上高の構造分解					
4	2	ビジネス計数知識					前年比、達成率、遂行率					
5	2	ビジネス計数知識					仕入原価、値入高、原価率、値入率					
6	2	ビジネス計数知識					売上原価、粗利益高、売上原価率、粗利益率					
7	2	ビジネス計数知識					ABC分析①					
8	2	ビジネス計数知識					ABC分析②					
9	2	ビジネス計数知識					季節変動指数①					
10	2	ビジネス計数知識					季節変動指数②					
11	2	ビジネス計数知識					相乗積					
12	2	ビジネス計数知識					効率①坪数、坪売上高、坪粗利益高、					
13	2	ビジネス計数知識					効率②商品回転率、商品回転日数					
14	2	ビジネス計数知識					効率③					
15	2	ビジネス計数知識					テスト					
留意事項												
自分の興味のある業種業態だけではなく、あらゆる小売店舗やWEBサイトを含む業界全体に普段から興味を持つこと。												
教材												
文化服装学院編「文化ファッション大系 服飾関連専門講座12 ファッションビジネス」(文化出版局 2019年)												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
前期 アパレル業界を広く知る。 後期 最低限の計数知識を身につける。				講義 テスト				筆記テスト		50%		
								課題提出		50%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M103	商品知識							15				
担当教員	小谷 秀子				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○ 元アパレルデザイナー。その後、服飾専門学校専任講師を12年間勤務。その実務経験によりパーソナルカラー&パーソナルスタイルを中心に指導。											
講義目的												
アパレル業界の仕事に就くためには、お客様に対して取り扱うファッション商品の説明や提案が求められます。そのために必要なアイテムの分類や名称、シルエット、ディテールの知識、商品の良さを伝えるスキルを習得できます。												
授業内容												
主に教科書とスライドを使用し、ファッション商品の由来や名称を解説します。その後、服のディテールやシルエット、アイテム名、商品説明をペーパープランにまとめていくことで理解を更に深めていきます。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	商品知識の概要					商品知識の必要性・ファッション用語の理解					
2	1	アパレル商品とサイズについて					商品分類とサイズの理解					
3	1	シルエット分類					シルエットの理解と分類					
4	1	ワンピース分類					シルエット、着丈、名称の理解、アイテム分類					
5	1	スカート分類					シルエット、着丈、名称の理解、アイテム分類					
6	1	パンツ分類					シルエット、着丈、名称の理解、アイテム分類					
7	1	ジーンズの知識					ジーンズウェアの理解、アイテム分類					
8	1	テスト①/ディテール分類					ワンピース、ボトムのテスト/カラー、ネックライン、袖の分類					
9	1	シャツブラウス分類					シャツブラウスのディテール、名称の理解					
10	1	シャツブラウス提案					シャツブラウスの商品説明を作成					
11	1	シャツブラウス提案					シャツブラウスの商品説明を提出					
12	1	テスト②/ニットの分類					シャツブラウスのテスト/ニットのディテール、名称の理解					
13	1	ジャケット分類/スーツ分類					ジャケットのディテール、名称の理解/スーツの用途					
14	1	コート分類					コートのディテール、名称の理解					
15	1	まとめ					これまでの授業振り返り					
留意事項												
日頃からファッション商品をリサーチすることが望ましい												
教材												
文化服装学院編「文化ファッション大系 ファッション流通講座5コーディネートテクニック アパレル編1 (商品知識)」(文化出版局 2013年) 一般財団法人日本ファッション教育振興協会編「ファッション販売能力検定試験3級公式テキスト」(一般財団法人日本ファッション教育振興協会 2018年)												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
主に婦人服のアイテム分類および商品説明ができるようになる。				教科書の復習、リサーチ、ファッション雑誌、ファッションサイト等で商品説明に関心を持ちながらチェックすることで知識を高めることができる。				筆記テスト		40%		
								課題提出		60%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M103	商品知識							7				
担当教員	小谷 秀子				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	元アパレルデザイナー。その後、服飾専門学校専任講師を12年間勤務。その実務経験によりパーソナルカラー&パーソナルスタイルを中心に指導。										
講義目的												
アパレル業界の仕事に就くためには、お客様に対して取り扱うファッション商品の説明や提案が求められます。そのために必要なアイテムの分類や名称、シルエット、ディテールの知識、商品の良さを伝えるスキルを習得できます。												
授業内容												
主に教科書とスライドを使用し、ファッション商品の由来や名称を解説します。その後、服のディテールやシルエット、アイテム名、商品説明をペーパープランにまとめていくことで商品の理解を更に深めていきます。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	テスト①/フォーマルウェアの知識					アウターのテスト/洋装のフォーマルについて					
2	1	紳士服の分類					紳士服のジャケット、スーツ、コートを理解					
3	1	アウター提案					アウターの商品説明作成					
4	1	服飾小物の分類					靴、鞆、帽子の理解、アイテム分類					
5	1	アクセサリーの分類					めがね、装飾品の理解、アイテム分類					
6	1	子供服、インナーウェア分類					子供服の年齢による服の違い、肌着の知識					
7	1	テスト②/検定対策					服飾小物のテスト/ファッション販売検定3級対策					
留意事項												
日頃からファッション商品をリサーチすることが望ましい												
教材												
文化服装学院編「文化ファッション大系 ファッション流通講座5コーディネートテクニック アパレル編1 (商品知識)」(文化出版局 2013年) 一般財団法人日本ファッション教育振興協会編「ファッション販売能力検定試験3級公式テキスト」(一般財団法人日本ファッション教育振興協会 2018年)												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
婦人服、紳士服を含めアイテム分類、商品説明、提案ができるようになる。				教科書の復習、リサーチ、ファッション雑誌、ファッションサイト等で商品説明に関心を持ちながらチェックすることで知識を高めることができる。				筆記テスト		40%		
								課題提出		60%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M104	コーディネート論							15				
担当教員	小谷 秀子				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	元アパレルデザイナー。その後、服飾専門学校専任講師を12年間務める。その実務経験によりパーソナルカラー&パーソナルスタイルを中心に指導。										
講義目的												
ファッション商品がライフスタイルと共に多様化する中、お客様のライフスタイルやテイストにマッチしたコーディネート提案ができるようになることを目的とする。												
授業内容												
お客様が年齢や職業だけでなくどのような価値観を持ち、服を選んでいるのか、そのファッション感性を理解する。その後、イメージマップやペーパープランを作成することでライフスタイルやファッションニーズに合ったコーディネート方法を習得する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	ライフスタイルに視点を置いたコーディネート					コーディネートの必要性、ライフスタイル分析					
2	1	ファッションニーズ					ファッションテイスト、ファッションタイプの理解					
3	1	オケージョンスタイル					オケージョン別のスタイルを理解する					
4	1	オケージョンスタイル					オケージョンスタイルのマップを作成					
5	1	オケージョンスタイル					オケージョンスタイルのマップを作成、提出					
6	1	ファッション感性					ファッション感性8分類の理解					
7	1	ファッション感性					ファッション感性別に資料収集しプリントにまとめる					
8	1	ルックス					年代別のファッションコーディネートを理解					
9	1	ファッションイメージの表現					デザインの調和と対比について					
10	1	ファッショントレンド					春夏コレクション情報からトレンドを理解する					
11	1	MYトレンド提案					おすすめスタイルをマップにまとめる					
12	1	MYトレンド提案					マップ資料収集、作成					
13	1	MYトレンド提案					マップ作成、提出					
14	1	前期総復習					ファッションイメージのコーディネート演習					
15	1	前期総復習					ファッションイメージのコーディネート演習					
留意事項												
お店のディスプレイ等でコーディネートをリサーチしておくことが望ましい												
教材												
文化服装学院編「文化ファッション大系 ファッション流通講座7 コーディネートテクニック(演出編)」(文化出版局)												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
お客様のファッション感性を察知し、接客アドバイスに役立てられるようになる。				生活シーンとコーディネートを関連付けてリサーチを行うことで、コーディネート力の幅が広がる。				提出課題を総合的に評価		100%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名								授業時間数			
M104	コーディネート論								15			
担当教員	小谷 秀子				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	元アパレルデザイナー。その後、服飾専門学校専任講師を12年間務める。その実務経験によりパーソナルカラー&パーソナルスタイルを中心に指導。										
講義目的												
お客様のライフスタイルやテイストにマッチしたコーディネートが提案できるようになることを目的とする。また、センスアップに繋がるコーディネートテクニックを習得する。												
授業内容												
デザイン、素材、色の組み合わせ方、体型カバーのテクニックを習得することで、実践的なコーディネート技術を学ぶ。また、イメージマップやペーパープランを作成することで理解を深める。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	ファッショントレンド					秋冬コレクション情報からトレンドを理解する					
2	1	紳士服のコーディネート					ビジネススタイル、カジュアルスタイルを理解					
3	1	小物アクセサリーの選び方					帽子、ネックレス、指輪の選び方を理解					
4	1	小物アクセサリーの選び方					靴、メガネの選び方を理解、ネックウェアの演習					
5	1	カラーコーディネート					色の配色効果を活かしたコーディネート					
6	1	ファブリックコーディネート					素材の効果を活かしたコーディネート					
7	1	体型カバー					部分的カバーをする方法を理解しペーパープランにまとめる					
8	1	体型カバー					全身のカバーをする方法を理解しペーパープランにまとめる					
9	1	MYコーディネート提案					自分のファッションニーズを分析する					
10	1	MYコーディネート提案					トレンドを取り入れたコーディネート提案のチェック					
11	1	MYコーディネート提案					体型カバーを取り入れたコーディネート提案のチェック					
12	1	MYコーディネート提案					マップの資料収集					
13	1	MYコーディネート提案					マップ作成、提出					
14	1	ワードローブ計画					着回しテクニックについて					
15	1	ワードローブ計画					着回しテクニックについて					
留意事項												
お店のディスプレイ等でコーディネートを検索しておくことが望ましい												
教材												
文化服装学院編「文化ファッション大系 ファッション流通講座7 コーディネートテクニック(演出編)」(文化出版局)												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
お客様の生活シーン、ファッションニーズに合わせてコーディネート提案を適切に行えるようになる。				生活シーンとコーディネートに関連付けてリサーチを行うことで、コーディネート力の幅が広がる。				提出課題を総合的に評価		100%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
	ファッションカラー							15				
担当教員	西山 マキ				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	チラシ・パンフレットの作成。カラーセラピーを通して舞台美術・衣裳のデザインや制作、カラーコーディネートを行っている。										
講義目的												
<ul style="list-style-type: none"> <li>・色を細分化し具体的に学ぶことで、色の性質を学習する。</li> <li>・色彩学の基礎を習得し、活用する知識を身につける。</li> </ul>												
授業内容												
<ul style="list-style-type: none"> <li>・色彩の働き、色の三属性、対比現象などを学習し、色の役割や効果を理解する。</li> <li>・カラーカードを活用したワークや課題制作で体験的に色を感じる能力を身につける。</li> </ul>												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	STEP1 色彩の役割①					・オリエン ・個人の表現など ・色相環貼付け					
2	1	STEP1 色彩の役割②					・時代の表現など ・明度彩度表貼り付け・色相環					
3	1	STEP2 色の表し方①					・色の三属性と分類 ・トーン表					
4	1	STEP2 色の表し方②					・色立体 ・トーンの明度 ・彩度貼付け					
5	1	STEP2 色の表し方③					・色相&トーンのイメージ					
6	1	照明と色の見え方					・光と色との関係 ・色名					
7	1	課題制作①					・アイテムの検索、収集 ・完成・提出					
8	1	課題制作②					・アイテムの検索、収集 ・完成・提出					
9	1	STEP3 色の見え方とイメージ①					・色の対比など					
10	1	STEP3 色の見え方とイメージ②					・色の同化現象など					
11	1	STEP3 色の見え方とイメージ③					・色の視認性など					
12	1	STEP3 色の見え方とイメージ④					・色のイメージ（色相）・心理的効果					
13	1	STEP3 色の見え方とイメージ⑤					・色のイメージ（トーン）・心理的効果					
14	1	STEP3 色の見え方とイメージ⑥					・色のイメージとカラー配色					
15	1	まとめ					・前期の復習					
留意事項												
<ul style="list-style-type: none"> <li>・課題制作では動画を見ながら別端末での制作なのでスマートフォンやタブレット、パソコンを別で用意してください。無い場合は紙を用意して制作しても大丈夫です。</li> </ul>												
教材												
日本色研事業株式会社「ファッション&ビューティーの色彩」 新配色カード(199a)												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
ファッション業界に役立つ色彩効果をプランニングし活用できるようにする。				講義 テスト				テスト		100%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
	ファッションカラー							15				
担当教員	西山 マキ				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	チラシ・パンフレットの作成。カラーセラピーを通して舞台美術・衣裳のデザインや制作、カラーコーディネートを行っている。										
講義目的												
<ul style="list-style-type: none"> <li>・色彩の役割と配色技法を理解し、プランニングに活用する。</li> <li>・パーソナルカラーや心理的效果を現場実習で活用する。</li> </ul>												
授業内容												
<ul style="list-style-type: none"> <li>・配色を中心とした色彩効果を、スタイリング分析で理解する。</li> <li>・パーソナルカラーや色の心理を通して、色彩の役割を学習する。</li> </ul>												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	STEP4 配色の基本①					・配色における色相の関係					
2	1	STEP4 配色の基本②					・配色におけるトーンの関係					
3	1	STEP4 配色の基本③					・配色と面積					
4	1	STEP4 配色の基本④					・ファッション配色技法1					
5	1	STEP4 配色の基本⑤					・ファッション配色技法2					
6	1	STEP4 配色の基本⑥					・ファッション配色技法3					
7	1	STEP4 配色の基本⑦					・ファッション配色技法4					
8	1	課題制作					・アイテムの検索、収集 ・完成・提出					
9	1	ファッショントレンド					・流行色 ・トレンドの流れ					
10	1	戦後のファッションと美容					・ファッションと美容の歴史					
11	1	パーソナルカラー①					・似合う色とは					
12	1	パーソナルカラー②					・フォーシーズン分類					
13	1	色彩心理					・色の心理効果、感情効果					
14	1	色の役割					・消費者が選択する色 ・生活と色彩					
15	1	まとめ					・1年間の総括					
留意事項												
課題制作では実際に自分が持っているアイテムを使用します。												
教材												
日本色研事業株式会社「ファッション&ビューティーの色彩」 新配色カード(199a)												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
配色技法や色彩の役割を学び、ファッションに活かしていく。 色彩検定3級合格を目指す。				講義 テスト				テスト		100%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M106	素材知識 I							15				
担当教員	丸山 美幸				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	大手アパレルのチーフデザイナーとして、婦人服の複数ブランドを担当をへて高級婦人服プリントの企画と配色に従事。市場調査や流行分析、ブランドの市場への定着に積極的に取り組む。授業では、素材の基礎知識を販売～企画に活かせるよう指導										
講義目的												
素材の成り立ちを理解し、服の基礎となる素材知識を習得する。 素材の特性を知り、ファッション販売に必要な取り扱い説明が出来るようになる。												
授業内容												
素材の種類、糸、生地についての講義。 素材によるシルエットや着心地の変化、取扱い方の違いを理解												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	オリエンテーション					カリキュラム説明、素材や生地について					
2	1	基本導入					生地の基本・繊維の分類					
3	1	天然繊維①					植物繊維					
4	1	天然繊維②					動物繊維					
5	1	化学繊維①					再生繊維					
6	1	化学繊維②					半合成繊維					
7	1	化学繊維③					合成繊維					
8	1	糸について①					糸の種類・紡績糸					
9	1	糸について②					糸の撚りや番手					
10	1	糸について③					複合糸・意匠糸					
11	1	織物について①					織物の3原組織					
12	1	織物について②					織物の変化組織、その他織物					
13	1	編物について①					編物の3原組織					
14	1	編物について②					その他の編み物組織					
15	1	復習テスト					前期復習					
留意事項												
講義で習った素材は触って覚えること。 素材感を実感する習慣をつける。 製品品質表示や下げラベルを意識して見ることを習慣づける												
教材												
文化服装学院編「文化ファッション大系 服飾関連専門講座 1 改訂版・アパレル素材論」(文化服装学院) 関間正雄編「テキスタイル事典」(ナツメ社)												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
素材の特性を理解し、素材によるシルエットや着心地の変化、取り扱い方法について説明が出来るようになる。				講義 テスト				テスト		100%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M106	素材知識 I							7				
担当教員	丸山 美幸				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	大手アパレルのチーフデザイナーとして、婦人服の複数ブランドを担当をへて高級婦人服プリントの企画と配色に従事。市場調査や流行分析、ブランドの市場への定着に積極的に取り組む。授業では、素材の基礎知識を販売～企画に活かせるよう指導										
講義目的												
素材の成り立ちを理解し、服の基礎となる素材知識を習得する。 素材の特性を知り、ファッション販売に必要な取り扱い説明が出来るようになる。												
授業内容												
素材の種類、糸、生地についての講義。 素材によるシルエットや着心地の変化、取り扱い方の違いを理解												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	復習ドリル					糸について、取り扱いについて復習ドリル					
2	1	織物について1					織物の3原組織について解説					
3	1	織物について2					織物の変化組織、その他織物について解説					
4	1	編物について1					編物の3原組織について解説					
5	1	編物について2					その他の編み物組織について解説					
6	1	復習ドリル					織物と編物について復習ドリル					
7	1	総復習ドリル					1年間の総復習ドリル					
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
留意事項												
講義で習った素材は触って覚えること。 素材感を実感する習慣をつける。 製品品質表示や下げラベルを意識して見ることを習慣づける。												
教材												
文化服装学院編「文化ファッション大系 服飾関連専門講座1 改訂版・アパレル素材論」(文化服装学院) 関間正雄編「テキスタイ事典」(ナツメ社)												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
素材の特性を理解し、素材によるシルエットや着心地の変化、取り扱い方法について説明が出来る。				講義 テスト				テスト		100%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M107	ファッションドローイング I							15				
担当教員	藤原 舞				科目区分	講義		演習	○	実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	レディースアパレルメーカー、OEM/ODMでデザイナーとして勤務した経験からアパレル業界に必要なドローイングテクニックを指導。										
講義目的												
ファッションデザイン画の基礎構造を学習し、イラストのバランス感覚を養う。												
授業内容												
写真や実物を観察し、バランスを読み取る目を身に付け、描くことを学ぶ。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	ドローイング概論 ①					静物デッサン					
2	1	ドローイング概論 ②					ファッションモデルデッサン					
3	1	描写①					写真を観察してバックを描く					
4	1	描写②					写真を観察して帽子を描く					
5	1	描写③					写真を観察して香水を描く					
6	1	描写④					デザインペンで仕上げる					
7	1	ハンガーイラスト①					服の構造を知り、描く (Tシャツ、トレーナー)					
8	1	ハンガーイラスト②					服の構造を知り、描く (シャツ)					
9	1	ハンガーイラスト③					服の構造を知り、描く (ブラウス)					
10	1	ハンガーイラスト④					服の構造を知り、描く (スカート)					
11	1	ハンガーイラスト⑤					服の構造を知り、描く (パンツ)					
12	1	ハンガーイラスト⑥					服の構造を知り、描く (Gパン)					
13	1	描写⑤					写真を観察して顔を描く					
14	1	ハンガーイラスト⑦					着色 (色鉛筆で素材表現) ①					
15	1	ハンガーイラスト⑧					着色 (色鉛筆で素材表現) ②					
留意事項												
繰り返し練習する事が上達の必修条件であり、授業時間外の取り組みも重要である。欠席した場合は、次回授業までに課題を終わらせておく事。												
教材												
文化服装学院編「文化ファッション大系 服飾関連専門講座4 ファッションデザイン画」(文化出版局) 文化服装学院編「文化ファッション大系 ファッション流通講座7 コーディネートテクニック (演出編)」(文化出版局)												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
写真や実物を見ながら、描写する事が出来る。				描画方法 説明と実践				課題提出		100%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M107	ファッションドローイング I							15				
担当教員	藤原 舞				科目区分	講義		演習	○	実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	レディースアパレルメーカー、OEM/ODMでデザイナーとして勤務した経験からアパレル業界に必要なドローイングテクニックを指導。										
講義目的												
服の構造を理解し、ハンガーイラストとスタイル画の表現力のバリエーションを増やす。												
授業内容												
ファッションイラストの基礎を応用し、コラージュやイメージに合わせてバリエーションを増やし表現力を身につける。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	ファッションドローイングの基礎 ①					顔の描き方 正面、横					
2	1	ファッションドローイングの基礎 ②					基本プロポーズシヨンの描き方 正面					
3	1	ファッションドローイングの基礎 ③					基本プロポーズシヨンの描き方 正面					
4	1	ファッションドローイングの基礎 ④					手、腕の描き方					
5	1	ファッションドローイングの基礎 ⑤					脚、足の描き方					
6	1	ファッションドローイングの基礎 ⑥					ポーズバリエーション①					
7	1	ファッションドローイングの基礎 ⑦					ポーズバリエーション②					
8	1	描写（全身スタイル画）①					水着着装					
9	1	描写（全身スタイル画）②					テキスト着装					
10	1	描写（全身スタイル画）③					描写（鉛筆）①					
11	1	描写（全身スタイル画）④					描写（鉛筆）②					
12	1	描写（全身スタイル画）⑤					描写（鉛筆）③					
13	1	描写（全身スタイル画）⑥					描写（色鉛筆）①					
14	1	描写（全身スタイル画）⑦					描写（色鉛筆）②					
15	1	描写（全身スタイル画）⑧					描写（色鉛筆）③					
留意事項												
繰り返し練習する事が上達の必修条件であり、授業時間外の取り組みも重要である。欠席した場合は、次回授業までに課題を終わらせておく事。												
教材												
文化服装学院編「文化ファッション大系 服飾関連専門講座4 ファッションデザイン画」（文化出版局） 文化服装学院編「文化ファッション大系 ファッション流通講座7 コーディネートテクニック（演出編）」（文化出版局）												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
スタイル画、ハンガーイラストのバリエーションが増え、イメージに合わせて表現する事が出来る。				用具使用法・描画方法説明と実践				課題提出		100%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M108	アパレル商品演習 I							30				
担当教員	水間 正子				科目区分	講義		演習	○	実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	婦人服アパレルで展示会用サンプル縫製を担当した教員が、縫製技術を指導。										
講義目的												
洋服の立体構造を理解することを目的とする。基本となるスカートをアレンジし実物作成の上仕様理解。												
授業内容												
①スカートスローパーの説明、 ②基本スカートデザインの1/2製図 ③基本スカートをアレンジ～裁断～縫製												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	基礎					縫製・製図用具の説明・人体部位名称説明・採寸説明・線の引き方練習					
2	2	ミシン ロックミシンについて					ミシン ロックミシンの構造から糸かけ 縫い方の練習					
3	2	縫い代始末					様々な縫い代始末の方法を練習した					
4	2	スカート基礎					セミタイトスカート1/2製図					
5	2	スカート基礎					フレアスカート1/2製図					
6	2	スカート基礎					ギャザースカート1/2製図					
7	2	スカート部分縫い					フラットニットファスナーの付け方 ダーツ ベルト付け方					
8	2	スカート部分縫い					コンシールファスナーの付け方 見返し					
9	2	基本スカートのアレンジ					基本スカートのアレンジデザイン決定 実物大製図					
10	2	基本スカートのアレンジ					デザインスカートの実物大製図					
11	2	基本スカートのアレンジ					裁断 芯地貼り					
12	2	基本スカートのアレンジ					縫製					
13	2	基本スカートのアレンジ					縫製					
14	2	基本スカートのアレンジ					縫製					
15	2	基本スカートのアレンジ					仕上げ 検寸 検品 指図書					
留意事項												
基本製図・裁断・縫製を説明。欠席等で提出物が遅れた学生は、次回授業までに提出すること。												
教材												
大阪文化服装学院編「パターンメイキング」（大阪文化服装学院 2019年）「サンプルメイキング」（大阪文化服装学院 2015年）												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
スカートの立体構造を理解し、基本デザインをアレンジし、実物作成できる。				製図板書に従ってパターン演習。 工業用ミシンによる縫製演習				課題提出		80%		
								取組姿勢		20%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M108	アパレル商品演習 I							30				
担当教員	水間 正子				科目区分	講義		演習	○	実習		
実務経験のある教員等による授業科目		○	婦人服アパレルで展示会用サンプル縫製を担当した教員が、縫製技術を指導。									
講義目的												
洋服の立体構造を理解することを目的とする。基本となるブラウスをアレンジし実物作成の上仕様理解												
授業内容												
①身頃・袖スローパーの説明 ②基本ブラウスデザインの1/2製図 ③基本ブラウスをアレンジ～裁断～縫製												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
16	2	ブラウス基礎					ブラウス1/2製図					
17	2	ブラウス基礎					ブラウス1/2製図					
18	2	ブラウス基礎					ブラウス1/2製図					
19	2	ブラウス基礎					ブラウス1/2製図					
20	2	基本ブラウスのアレンジ					基本ブラウスのアレンジデザイン決定					
21	2	基本ブラウスのアレンジ					アレンジブラウスの実物大製図					
22	2	基本ブラウスのアレンジ					アレンジブラウスの実物作成製図					
23	2	基本ブラウスのアレンジ					アレンジブラウスの実物大製図					
24	2	基本ブラウスのアレンジ					裁断 芯地貼り					
25	2	基本ブラウスのアレンジ					縫製					
26	2	基本ブラウスのアレンジ					縫製					
27	2	基本ブラウスのアレンジ					縫製					
28	2	基本ブラウスのアレンジ					縫製					
29	2	基本ブラウスのアレンジ					縫製					
30	2	基本ブラウスのアレンジ					仕上げ 検品 検寸 指図書					
留意事項												
製図手順・方法を説明。 欠席等で提出物が遅れた学生は、次回授業までに提出すること。												
教材												
大阪文化服装学院編「パターンメイキング」（大阪文化服装学院 2019年）												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
ブラウスの立体構造を理解し 基本デザインをアレンジし 実物作成が出来る				製図板書に従ってパターン演習。 工業用ミシンによる縫製演習				課題提出		80%		
								取組姿勢		20%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名								授業時間数			
M109	WEBビジネス基礎								15			
担当教員	森 紀里那				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	アパレルブランドのデザイナーとして、現役でキャリアを重ね商品企画からMD業務まで従事する。授業では、必要最低限の使用方法を元に、アレンジを効かせた使用方法などを教え、即戦力を目指した授業を指導する。										
講義目的												
ファッションのビジネス現場に対応するための知識とWEB知識の構築。												
授業内容												
テキスト『ファッションビジネス』を解説、及びWEB関連スライド解説												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	Googleスライド基本					目的・授業内容説明					
2	1	Googleスライド基本的な使い方①					基本操作説明					
3	1	Googleスライド基本的な使い方②					文字入力					
4	1	Googleスライド基本的な使い方③					図形の使い方					
5	1	Googleスライド基本的な使い方④					画像・表の使い方					
6	1	Googleスライド基本的な使い方⑤					アニメーションの使い方					
7	1	練習①					参考写真・図の取り込み					
8	1	練習②					参考写真・図の取り込み					
9	1	練習③					練習課題提出					
10	1	課題①					プレゼン用資料作成					
11	1	課題②					画像・図表の取り込み～Map作成					
12	1	課題③					画像・図表の取り込み～Map作成					
13	1	課題④					画像・図表の取り込み～Map作成					
14	1	課題⑤					プレゼン練習					
15	1	課題発表					Mapプレゼンテーション					
留意事項												
教材												
クロームブックの持参												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
業界の必要なWeb知識構築				講義・課題演習が中心				課題		70%		
								取り組み姿勢		30%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M109	WEBビジネス基礎							15				
担当教員	森 紀里那				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	アパレルブランドのデザイナーとして、現役でキャリアを重ね商品企画からMD業務まで従事する。授業では、必要最低限の使用方法を元に、アレンジを効かせた使用方法などを教え、即戦力を目指した授業を指導する。										
講義目的												
ファッションのビジネス現場に対応するための知識とWEB知識の構築。												
授業内容												
テキスト『ファッションビジネス』を解説、及びWEB関連スライド解説												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	Googleドキュメント基礎					目的・授業内容説明					
2	1	Googleドキュメント基本的な使い方①					基本操作説明					
3	1	Googleドキュメント基本的な使い方②					表作成					
4	1	課題①					名刺作成～提出					
5	1	課題②					文書作成～提出					
6	1	課題③					企画書作成～提出					
7	1	Googleスプレッドシート基礎					目的・授業内容説明					
8	1	Googleスプレッドシート基本的な使い方①					基本操作説明					
9	1	Googleスプレッドシート基本的な使い方②					数式入力					
10	1	課題①					グラフ作成					
11	1	課題②					グラフ作成～提出					
12	1	課題③					請求書作成					
13	1	課題④					請求書作成～提出					
14	1	課題⑤					売り上げ報告書作成					
15	1	課題⑥					売り上げ報告書作成～提出					
留意事項												
教材												
クロームブックの持参												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
業界の必要なWeb知識構築				講義・課題演習が中心				課題		70%		
								取り組み姿勢		30%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名								授業時間数			
	西洋服装史								15			
担当教員	筒井 直子				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	西洋服飾の研究機関にて学芸員として20年以上勤務。その知識と経験をもとに、西洋服装の歴史並びに実物の詳細を解説する										
講義目的												
西洋服装の基礎知識を学び、時代地域、社会、芸術との関わりを知る。												
授業内容												
古代から現代までの西洋の服飾について、絵画、写真、雑誌、映画などを参照しながら歴史をたどる。その中で基本的な事象や用語を踏まえつつ、衣服自体の構造や構成についても言及していく。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	イントロダクション					歴史衣装を学ぶことの意義とその活用について					
2	1	古代					古代メソポタミア～古代ローマの服装を理解する					
3	1	中世					中世の服装の変遷を理解する					
4	1	16世紀					スペイン、イギリスを中心とする服装の特徴を理解する					
5	1	17世紀					オランダを中心とする服装の特徴を理解する					
6	1	18世紀①					フランスの社会構造と服装の関連を理解する					
7	1	18世紀②					フランス宮廷における服装の実物遺品の詳細を学ぶ					
8	1	19世紀①					市民社会の社会構造と服装の関連を理解する					
9	1	19世紀②					ファッション産業に関する諸事情について理解する					
10	1	19世紀③					19世紀の服装の実物遺品の詳細を学ぶ					
11	1	下着の歴史					主に 18世紀から 19世紀の下着の種 と構造を学ぶ					
12	1	20 世紀前期					デザイナーの活躍と社会的背景について理解する					
13	1	20 世紀中期					オートクチュール全盛期の服装について学ぶ					
14	1	20 世紀後期					プレタポルテが牽引する服装について学ぶ					
15	1	現代とこれまでの総括					歴史を振り返りその活かし方を学ぶ					
留意事項												
授業の中で紹介するサイトや書籍、映画等に出来る限り目を通す事												
教材												
ポータルPDFを添付(深井晃子監修『世界服飾史』(美術出版社)や筒井直子監修『服をめぐる』など)												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
服装の時代的な変遷を理解し、その社会や時代背景を関連付ける。また、その知識をデザインやコーディネートに反映する				授業動画を繰り返し視聴し、用語や事象を復習する。また、西洋絵画や文化に関する書籍や展覧会に触れる事でより理解を深めることができる				提出物		100%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			共通コース				
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M112	マーケティング							30				
担当教員	森 紀里那				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	アパレルブランドのデザイナーとして、現役でキャリアを重ね商品企画から生地企画やMD業務まで従事する。今現在の以上のリアルな流れを直に伝える。長年の経験からマーケティング戦略の知識と、デザイナー目線のトレンドキャッチ力を活かした授業の指導を行う。										
講義目的												
小売店舗を中心としたとした、ファッションビジネスについて素材産業からメーカー、セレクトショップまで広範囲の領域を学習し、2年次以降のブランド制作や、セレクトショップ企画の基礎になる知識を学び、ビジネスの基礎係数を習得する。												
授業内容												
ファッションビジネスにおける消費者行動・小売業・アパレル産業の概要・計数を学び、マーケティングの流れを把握し、実践的にMD計画を立て身に付ける。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	基礎					授業内容説明					
2	2	自己分析①					マイプロフィールマップ作成					
3	2	自己分析②					マイプロフィールマッププレゼンテーション					
4	2	マーケティングの基礎知識①					雑誌マトリクス解説・ライフサイクル解説					
5	2	マーケティングの基礎知識②					雑誌研究・ライフスタイル研究					
6	2	ブランドの基礎知識①					ブランド解説・コンセプト解説					
7	2	ブランドの基礎知識②					国内外ブランド研究					
8	2	シーズンサイクルの理解①					シーズンサイクル解説					
9	2	シーズンサイクルの理解②					S/Sコーディネート作成					
10	2	シーズンサイクルの理解③					A/Wコーディネート作成					
11	2	シーズンサイクルの理解④					12ヶ月コーディネート作成					
12	2	シーズンサイクルの理解⑤					シーズンサイクルマップ作成～提出					
13	2	市場調査の基礎					目的・方法説明					
14	2	市場調査					WEB店舗/実店舗リサーチ					
15	2	課題					9月リサーチマップ作成					
留意事項												
普段より色々なジャンルのお店を見ることと、なぜ？どうして？を常に持ち、気づきを大切にする。												
教材												
クロームブックの持参												
最終到達目標			学習法				評価方法及び評価割合					
ファッションビジネスにおける消費者行動・小売業・アパレル産業の概要・計数を理解し、MD計画が立てられる。			講義・課題 実店舗調査				課題(テスト込み)			70%		
							取り組み姿勢			30%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			共通コース				
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M112	マーケティング							30				
担当教員	森 紀里那				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	アパレルブランドのデザイナーとして、現役でキャリアを重ね商品企画から生地企画やMD業務まで従事する。今現在の以上のリアルな流れを直に伝える。長年の経験からマーケティング戦略の知識と、デザイナー目線のトレンドキャッチ力を活かした授業の指導を行う。										
講義目的												
小売店舗を中心としたとした、ファッションビジネスについて素材産業からメーカー、セレクトショップまで広範囲の領域を学習し、2年次以降のブランド制作や、セレクトショップ企画の基礎になる知識を学び、ビジネスの基礎係数を習得する。												
授業内容												
ファッションビジネスにおける消費者行動・小売業・アパレル産業の概要・計数を学び、マーケティングの流れを把握し、実践的にMD計画を立て身に付ける。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	グループディスカッション					テーマを与え、ディスカッション～発表					
2	2	市場調査					WEB店舗リサーチ/実店舗リサーチ					
3	2	課題					10月マップ作成/両店舗比較					
4	2	グループディスカッション					テーマを与え、ディスカッション～発表					
5	2	市場調査					WEB店舗リサーチ/実店舗リサーチ					
6	2	課題					11月マップ作成/両店舗比較					
7	2	グループディスカッション					テーマを与え、ディスカッション～発表					
8	2	市場調査					WEB店舗リサーチ/実店舗リサーチ					
9	2	課題					12月マップ作成/両店舗比較					
10	2	グループディスカッション					テーマを与え、ディスカッション～発表					
11	2	課題①					9月～12月リサーチマップ総括					
12	2	課題②					9月～12月リサーチマップ作成					
13	2	課題③					9月～12月リサーチマップ作成					
14	2	課題④					9月～12月リサーチマッププレゼンテーション					
15	2	1年生のふり返り					総復習					
留意事項												
普段より色々なジャンルのお店を見ることと、なぜ？どうして？を常に持ち、気づきを大切にする。												
教材												
クロームブックの持参												
最終到達目標			学習法				評価方法及び評価割合					
ファッションビジネスにおける消費者行動・小売業・アパレル産業の概要・計数を理解し、MD計画が立てられる。			講義・課題 実店舗調査				課題(テスト込み)			70%		
							取り組み姿勢			30%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			コース共通				
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M114	マーケット研究							15				
担当教員	大城 千春				科目区分	講義		演習		実習	○	
実務経験のある教員等による授業科目	○	<p>アパレルメーカーで販売員としてキャリアをスタート。百貨店店舗の店長兼バイヤーとしてマネジメント・バイイング・商品企画と多岐にわたる業務に従事。その後アパレル卸売業の営業を担当した豊富な経験をもとに学生を指導する。</p>										
講義目的												
市場調査を通してアパレル業界のシーズンサイクルを理解し、店頭での商品動向と販売戦略を捉える。												
授業内容												
市場調査手法を学び、実際にリサーチへ行く。店舗戦略の考察をし実際に仮想店舗の戦略を立案する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	市場調査①					梅田エリアのファッションビルの市場調査を行う					
2	1	市場調査②					梅田エリアのファッションビルの市場調査を行う					
3	1	市場調査③					梅田エリアのファッションビルの市場調査を行う					
4	1	市場調査④					梅田エリアのファッションビルの市場調査を行う					
5	1	市場調査⑤					梅田エリアのファッションビルについてまとめる					
6	1	市場調査⑥					百貨店の市場調査を行う					
7	1	市場調査⑦					百貨店の市場調査を行う					
8	1	市場調査⑧					百貨店の市場調査を行う					
9	1	市場調査⑨					百貨店の市場調査を行う					
10	1	市場調査⑩					百貨店についてまとめる					
11	1	市場調査⑪					ファッションビルと百貨店について差異を考察					
12	1	市場調査⑫					ファッションビルと百貨店について差異を考察					
13	1	市場調査⑬					ファッションビルと百貨店について差異を考察					
14	1	市場調査⑭					ファッションビルと百貨店について差異を考察					
15	1	市場調査⑮					梅田エリアの市場調査の結果をまとめる					
留意事項												
世の中の多様な店舗、事業、業態に日ごろから興味関心を持つことを心がける。												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
マーケティングの基礎を理解し、アパレル市場におけるシーズンサイクルがわかる。				課題作成 校外学習				提出物／期日厳守		100%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			コース共通					
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期		後期	○	
講座コード	授業科目名							授業時間数					
M114	マーケット研究							15					
担当教員	大城 千春				科目区分	講義		演習		実習	○		
実務経験のある教員等による授業科目	○	<p>アパレルメーカーで販売員としてキャリアをスタート。百貨店店舗の店長兼バイヤーとしてマネジメント・バイイング・商品企画と多岐にわたる業務に従事。その後アパレル卸売業の営業を担当した豊富な経験をもとに学生を指導する。</p>											
講義目的													
市場調査を通してアパレル業界のシーズンサイクルを理解し、店頭での商品動向と販売戦略を捉える。													
授業内容													
市場調査手法を学び、実際にリサーチへ行く。店舗戦略の考察をし実際に仮想店舗の戦略を立案する。													
授業計画及び学習課題													
項目	回数	内容					学習課題						
1	1	定点観察①					特定店舗の定点観察を行い商品動向と販売戦略を考察する						
2	1	定点観察②					特定店舗の定点観察を行い商品動向と販売戦略を考察する						
3	1	定点観察③					特定店舗の定点観察を行い商品動向と販売戦略を考察する						
4	1	定点観察④					特定店舗の定点観察を行い商品動向と販売戦略を考察する						
5	1	定点観察⑤					特定店舗の定点観察を行い商品動向と販売戦略を考察する						
6	1	定点観察⑥					特定店舗の定点観察を行い商品動向と販売戦略を考察する						
7	1	定点観察⑦					特定店舗の定点観察を行い商品動向と販売戦略を考察する						
8	1	定点観察⑧					特定店舗の定点観察を行い商品動向と販売戦略を考察する						
9	1	定点観察⑨					定点観察結果をまとめる						
10	1	定点観察⑩					定点観察結果をまとめる						
11	1	販売計画の立案①					仮想店舗の12月の販売計画を立案						
12	1	販売計画の立案②					仮想店舗の12月の販売計画を立案						
13	1	販売計画の立案③					仮想店舗の12月の販売計画を立案						
14	1	企画書①					販売計画に合わせたイベント企画書の作成						
15	1	企画書②					販売計画に合わせたイベント企画書の作成						
留意事項													
世の中の多様な店舗、事業、業態に日ごろから興味関心を持つことを心がける。													
教材													
最終到達目標													
学習法													
評価方法及び評価割合													
マーケティングの基礎を理解し、アパレル市場におけるシーズンサイクルがわかる。			課題作成 校外学習			提出物／期日厳守				100%			

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M115	トレンド分析リサーチ							30				
担当教員	松本 幸恵				科目区分	講義		演習	○	実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○ 大手アパレルメーカーの百貨店SPAブランドで長年培ったデザイナー&チーフデザイナーとしてのキャリアを元にトレンド分析とリサーチの手法を指導。											
講義目的												
ファッションとトレンドの基礎知識を理解し、マーケットリサーチのテクニックを磨きつつ自分の『好き』を見つけ、世界観を確立しアウトプットができるスキルと感性を養う。												
授業内容												
トレンドキーワードの分析でマーケットリサーチの手法と表現方法を学びファッション感性を培いながら過去→現在→未来のトレンド予測に繋げる。市場を知ることにより自分の『世界観』を見つけていく。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	ファッションの定義					ファッションの意義、イメージ、効果					
2	2	TPOとオケージョンの理解					TPOとオケージョンスタイルの理解を深める					
3	2	トレンドの定義と時代による変遷					トレンドの時代背景の理解					
4	2	ファッション業態の変遷と理解					ブランドやSHOPのカテゴリー分類					
5	2	トレンド分析とリサーチ方法					デスクリサーチとアクティブリサーチ方法と実習					
6	2	『SDGs』の理解と分析					ファッションへの影響を学ぶ					
7	2	『ダイバーシティ』の理解と分析					ファッションへの影響を学ぶ					
8	2	『Y2K』の理解と分析					ファッショントレンドの今を過去から学ぶ					
9	2	カラーとテキスタイルのトレンド					情報の把握と市場リサーチで動向を掴む					
10	2	トレンドキーワードのリサーチ					情報の把握と市場リサーチで動向を掴む					
11	2	古着を使ったSHOP提案①					実際に面白いショップ提案を作る					
12	2	古着を使ったSHOP提案②					実際に面白いショップ提案を作る					
13	2	古着を使ったSHOP提案③					実際に面白いショップ提案を作る					
14	2	トレンドの芽を見つける①					自分が新しいと思う好きなスタイルを見つける					
15	2	トレンドの芽を見つける②					ポートフォリオまとめ					
留意事項												
ファッション業界に於いてどのような職種も日々のマーケットリサーチは欠かせないもの。トレンドを見つける感性を養うためにもPCだけに頼らず、必ず実際の市場を見て回る。欠席した場合は次回授業までにテーマのリサーチをして課題提出												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
ファッション&トレンドの基礎知識を獲得しながら自分の世界観を認識する				授業内外でのリサーチを欠かさず行いレポートにまとめ、自分の世界観をまとめたポートフォリオを作成していく				課題提出		100%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	1	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M115	トレンド分析リサーチ							30				
担当教員	松本 幸恵				科目区分	講義		演習	○	実習	○	
実務経験のある教員等による授業科目	○	大手アパレルメーカーの百貨店SPAブランドで長年培ったデザイナー&チーフデザイナーとしてのキャリアを元にトレンド分析とリサーチの手法を指導。										
講義目的												
ファッションとトレンドの基礎知識を理解し、マーケットリサーチのテクニックを磨きながら自分の『好き』を見つけ、世界観を確立しアウトプットができるスキルと感性を養う。												
授業内容												
トレンドキーワードの分析でマーケットリサーチの手法を学びファッション感性を培い過去→現在→未来のトレンド予測に繋げる。市場を知ることにより自分の『好き』を見つけていく												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	海外ラグジュアリー(デザイナーズ)ブランド トレンド分析～予測					海外ブランド知識を広げトレンド理解を深める					
2	2	国内ラグジュアリー(デザイナーズ)ブランド トレンド分析～予測					国内ブランド知識を広げトレンド理解を深める					
3	2	海外アパレルブランド分析 トレンド分析～予測					海外アパレルブランド知識を広げトレンド理解					
4	2	国内アパレルブランド分析 トレンド分析～予測					海外アパレルブランド知識を広げトレンド理解					
5	2	D2Cの理解とD2Cブランドの分析					D2Cの知識を広げトレンド理解					
6	2	セルフブランディング作り①					リサーチと今までのポートフォリオを元に自分の世界観(好きなもの)をまとめる					
7	2	セルフブランディング作り②					自分の魅力と強みの発見と分析					
8	2	セルフブランディング作り③					客観的に見た自分の魅力と世界観を知る					
9	2	セルフブランディング作り④					共感を得るブランディングに繋げる					
10	2	トレンド分析のまとめスライド作成①					セルフブランディングのアウトプット作業					
11	2	トレンド分析のまとめスライド作成②					セルフブランディングのアウトプット作業					
12	2	トレンド分析のまとめスライド作成③					スライド作成(実習)					
13	2	トレンド分析のまとめスライド作成④					スライド作成(実習)					
14	2	リハーサル					世界観まとめ					
15	2	発表					発表					
留意事項												
ファッション業界に於いてどのような職種も日々のマーケットリサーチは欠かせないもの。トレンドを見つける感性を養うためにもPCだけに頼らず、必ず実際の市場を見て回る。欠席した場合は次回授業までにテーマのリサーチをして課題提出												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
ポートフォリオを元に自己分析を行い世界観の認識と確立アウトプットのスライド作成				授業内外でのリサーチを欠かさず行いレポートにまとめ、自分の世界観をまとめたポートフォリオを作成していく				課題提出		100%		