

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			プロデューサーコース					
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期	○	後期		
講座コード	授業科目名							授業時間数					
M206	セールスワークⅡ							15					
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													
9月からのインターンシップに向け、接客販売の基本心得と基本動作の習得 インターン経験をより良くするためのビジネス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					購買心理とアイドマの法則・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	インターンシップ前ロールプレイング①					インターンシップで役立つ接客実習						
15	2	インターンシップ前ロールプレイング②					インターンシップで役立つ接客実習						
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			プロデューサーコース				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M206	セールスワークⅡ							15				
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												
企業実習終了後、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	1	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	1	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	1	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	1	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	1	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	1	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	1	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	1	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	1	接客心理術②					タイプ別アプローチ(視覚、聴覚、体感覚)					
10	1	接客心理術③					タイプ別アプローチ(視覚、聴覚、体感覚)					
11	1	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	1	基本接客マナー電話応対					電話応対用編(商品問い合わせ、集客対応訴求)					
13	1	コンサルティングセールス					クレーム対応の常識実習					
14	1	下期テスト 振り返り					下期テスト→答え合わせ~復習					
15	1	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			コース共通				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M203	AI概論 I							15				
担当教員	播岡 充				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		○	大手小売りの店長、店舗バイヤーを経て、本部婦人服バイヤーを歴任。商品の仕入調達や売場運営管理に精通。授業では、品揃え立案に必要な売場計数を学ぶとともに、売上計画や商品仕入計画の立案を通してビジネス感覚を身につける。学外で展開する長期運営店舗を企画立案し、運営ノウハウを学ぶ。									
講義目的												
今後ファッション業界にも必要なスキルとなる、AIの活用について基本的な活用方法を理解し実際に利用することで仕事の効率化を図れる人材を育成する。												
授業内容												
前期/AIの活用例を知り、グループで課題発見から検証までを行う。 後期/実際の店頭を調査し集積したデータを元に予測をし、次年度のブランド企画に役立てる。												
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					AI活用例を検索し発表					
2	1	AI概論①					講義 AIとは河合氏①					
3	1	AI概論②					講義 AIとは河合氏②					
4	1	AI概論③					講義レポートの作成					
5	1	AI概論④					講義AIの具体的事例について 酒井氏					
6	1	AI概論⑤					講義AIとファッションの関係 酒井氏					
7	1	AI活用グループワーク					検証テーマ検索					
8	1	AI活用グループワーク					検証テーマ決定					
9	1	AI活用グループワーク					検証方法のレクチャー					
10	1	AI活用グループワーク					データ入力①					
11	1	AI活用グループワーク					データ入力②					
12	1	AI活用グループワーク					予測情報の検証					
13	1	AI活用グループワーク					発表内容のまとめ①					
14	1	AI活用グループワーク					発表内容のまとめ②					
15	1	AI活用グループワーク					プレゼンテーション					
留意事項												
前半はグループワークになるので、欠席の無いようにすること。												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
AIの活用				講義・演習				課題提出		80%		
								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			コース共通				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M203	AI概論 I							15				
担当教員	播岡 充				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	○	大手小売りの店長、店舗バイヤーを経て、本部婦人服バイヤーを歴任。商品の仕入調達や売場運営管理に精通。授業では、品揃え立案に必要な売場計数を学ぶとともに、売上計画や商品仕入計画の立案を通してビジネス感覚を身につける。学外で展開する長期運営店舗を企画立案し、運営ノウハウを学ぶ。										
講義目的												
今後ファッション業界にも必要なスキルとなる、AIの活用について基本的な活用方法を理解し実際に利用することで仕事の効率化を図れる人材を育成する。												
授業内容												
前期/AIの活用例を知り、グループで課題発見から検証までを行う。 後期/実際の店頭を調査し集積したデータを元に予測をし、次年度のブランド企画に役立てる。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	AIによる予測データの集積①					リサーチ店舗の決定					
2	1	AIによる予測データの集積②					店頭リサーチ					
3	1	AIによる予測データの集積③					リサーチ情報のまとめ					
4	1	AIによる予測データの集積④					リサーチ情報から次月度を予測					
5	1	AIによる予測データの集積⑤					予測情報のまとめ					
6	1	AIによる予測データの集積⑥					リサーチアイテムの決定					
7	1	AIによる予測データの集積⑦					店頭リサーチ					
8	1	AIによる予測データの集積⑧					リサーチ情報のまとめ					
9	1	AIによる予測データの集積⑨					リサーチ情報から次月度を予測					
10	1	AIによる予測データの集積⑩					予測情報のまとめ					
11	1	企業コラボ①					課題抽出					
12	1	企業コラボ②					プレゼンテーション					
13	1	企業コラボ③					リサーチ					
14	1	企業コラボ④					リサーチ情報のまとめ					
15	1	企業コラボ⑤					プレゼンテーション					
留意事項												
毎回のデータ分析が必要なので、欠席の無いようにすること。												
教材												
最終到達目標												
学習法												
評価方法及び評価割合												
AIの活用		講義・演習	課題提出							80%		
			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			プロデューサーコース				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M205	VMD I							30				
担当教員	道仲 阿子				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	○	大手アパレルで店長を経て、全社のVMDを担当、その後VMDのコンサルティング会社に入社、有名ブランドのVMDの指導を行っている。										
講義目的												
小売店舗、オリジナルブランドのシーズンコンセプトや品揃え政策を反映させた、魅せる売場づくりであるヴィジュアルマーチャндаイジングを学び各コースの特性に合わせ活用できる人材を育成する。												
授業内容												
VMDの4ジャンル(陳列展示、品揃え、店舗構成、店頭販促)を複合的に学習する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	VMDとは					VMDの目的、役割、責任について					
2	2	学内ウィンドープラン					チーム分け後プランニング					
3	2	学内ウィンドー施工①					入口2面をセットアップ					
4	2	VMDとは②					お客様との接点をよく考えている店舗を調べる					
5	2	陳列の基本					商品の並べ方とターゲットに合った見せ方について					
6	2	ラックの作り方					規則性を持たせた陳列について					
7	2	マネキンの着せ付け					クロスコーディネート的重要性					
8	2	学内ウィンドー施工②					入口2面をセットアップ					
9	2	テスト					VMD基本理論					
10	2	導線と動線					お客様を導く線とお客様に回遊してもらう線の重要性について					
11	2	ゾーニング計画①					役割を考えた什器の配置について					
12	2	ゾーニング計画②					店舗模型製作①					
13	2	ゾーニング計画③					店舗模型製作②					
14	2	ゾーニング計画④					店舗模型完成					
15	2	テスト					前期の復習					
留意事項												
クロムブックは必ず持参のこと。												
教材												
教員提供の教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
VMDを理解する				講義・演習				筆記テスト			40%	
								課題提出			40%	
								取り組み姿勢			20%	

科名	ブランドマネジメント学科				コース名	プロデューサーコース						
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M205	VMD I							30				
担当教員	道仲 阿子				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	○	大手アパレルで店長を経て、全社のVMDを担当、その後VMDのコンサルティング会社に入社、有名ブランドのVMDの指導を行っている。										
講義目的												
小売店舗、オリジナルブランドのシーズンコンセプトや品揃え政策を反映させた、魅せる売場づくりであるヴィジュアルマーチャндаイジングを学び各コースの特性に合わせ活用できる人材を育成する。												
授業内容												
VMDの4ジャンル(陳列展示、品揃え、店舗構成、店頭販促)を複合的に学習する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容				学習課題						
1	2	壁面のディスプレイ				規則性を持たせた陳列						
2	2	学内ウィンドープラン①				入口2面をセットアップ						
3	2	店舗診断				店舗診断の手法について説明						
4	2	売場の再編集と照明				売場再編集と照明の役割と特性について						
5	2	学内ウィンドープラン②				入口2面をセットアップ						
6	2	中間テスト				後期の中間考査						
7	2	ディスプレイのトレンド				トレンドリサーチ手法について						
8	2	ライフスタイル提案①				ライフスタイル提案の店舗特性について						
9	2	ライフスタイル提案②				売場計画の立て方						
10	2	学内ウィンドープラン③				入口2面をセットアップ						
11	2	WEBとSNSとの連動①				ネットと実店舗の相互送客について						
12	2	WEBとSNSとの連動②				プレゼンテーション						
13	2	アクセサリーの陳列				プロップの重要性について						
14	2	テスト				期末テスト						
15	2	年間のまとめ				年間のまとめと提出物チェック						
留意事項												
クロムブックは必ず持参のこと。												
教材												
教員提供の教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
VMDを理解する				講義・演習				筆記テスト		40%		
								課題提出		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			プロデューサーコース				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M208	ファッションドローイングⅡ							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	イラスト&コラージュ ①					イメージに合った顔のスケッチ					
2	1	イラスト&コラージュ ②					顔のスケッチにコラージュを加える					
3	1	イラスト&コラージュ ③					仕上げ					
4	1	ハンガーイラスト ①					シャツ（衿）のバリエーション					
5	1	ハンガーイラスト ②					ブラウス（袖）のバリエーション					
6	1	ハンガーイラスト ③					仕上げ					
7	1	スタイル画 ①					イメージに合った全身のスケッチ ①					
8	1	スタイル画 ②					イメージに合った全身のスケッチ（着装） ②					
9	1	スタイル画 ③					イメージに合った全身のスケッチ（HI） ③					
10	1	スタイル画 ④					イメージに合った全身のスケッチ（仕上げ） ④					
11	1	ハンガーイラスト ④					パンツ（シルエット）のバリエーション					
12	1	ハンガーイラスト ⑤					スカート（ウエスト）のバリエーション					
13	1	スタイル画（模写） ①					写真の全身を模写する ①					
14	1	スタイル画（模写） ②					写真の全身を模写する ②					
15	1	スタイル画（模写） ③					仕上げ					
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）												
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			プロデューサーコース				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M208	ファッションドローイングⅡ							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	模写 ①					アクセサリー					
2	1	模写 ②					時計					
3	1	模写 ③					スカーフ					
4	1	模写 ④					仕上げ					
5	1	ハンガーイラスト ①					ジャケット（衿&袖）のバリエーション					
6	1	ハンガーイラスト ②					コート（シルエット）のバリエーション					
7	1	スタイル画 ①					イメージに合った全身のスケッチ ①					
8	1	スタイル画 ②					イメージに合った全身のスケッチ（着装） ②					
9	1	スタイル画 ③					イメージに合った全身のスケッチ（HI） ③					
10	1	スタイル画 ④					イメージに合った全身のスケッチ（着色） ④					
11	1	スタイル画 ⑤					イメージに合った全身のスケッチ（仕上げ） ④					
12	1	ダイレクトメールデザイン ①					イメージに合ったハガキのデザイン					
13	1	ダイレクトメールデザイン ②					イメージに合ったハガキのデザイン（着色）					
14	1	ハンガーイラスト ③					復習①					
15	1	ハンガーイラスト ④					復習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）												
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			コース共通				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M220	素材知識Ⅱ							15				
担当教員	福永 瑠衣				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>アパレル販売を経験後、婦人服製造卸でミセスブランド企画担当として、MD業務全般に従事した。海外の縫製メーカーとの交渉や生地選定のため出張する等、海外ビジネスの経験が豊富。</p> <p>授業では、販売から商品仕入計画まで幅広く指導を行う。</p>										
講義目的												
<p>素材の染色・加工の工程を経ることによる特性、効果を理解する。 歴史や地域性を踏まえた柄の種類と名称を覚え、見識を深める。 素材の感性による言語表現を理解し、使用できるようになる。</p>												
授業内容												
<p>素材知識Ⅰで習得した基礎知識の応用として、素材の染色や加工、柄についての講義。</p>												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	染色について①					先染めと後染め					
2	1	染色について②					染色の種類					
3	1	染色について③					その他の染色					
4	1	復習ドリル					染色について復習					
5	1	加工について①					生地の加工について					
6	1	加工について②					加工の種類について					
7	1	加工について③					加工の効果について					
8	1	復習ドリル					加工について復習					
9	1	柄について①					プリント柄					
10	1	柄について②					先染め柄					
11	1	柄について③					その他の柄					
12	1	復習ドリル					柄について					
13	1	レース①					レースの種類について					
14	1	レース②					レースの編み方について					
15	1	前期まとめ					前期復習					
留意事項												
<p>オンデマンドの為、教科書を確認しノートを取りながら履修すること。</p>												
教材												
<p>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)</p>												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
<p>素材の知識を身につけ、将来の職務に役立てられるようになる。</p>				<p>オンデマンド講義動画を繰り返し視聴し、ノートにまとめることで身につける。 また、学内にまとめられたテキスタイルを触ってみることで理解を深める。</p>				テスト		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	2	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M220	素材知識Ⅱ							15				
担当教員	福永 瑠衣				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>アパレル販売を経験後、婦人服製造卸でミセスブランド企画担当として、MD業務全般に従事した。海外の縫製メーカーとの交渉や生地選定のため出張する等、海外ビジネスの経験が豊富。 授業では、販売から商品仕入計画まで幅広く指導を行う。</p>										
講義目的												
<p>素材の染色・加工の工程を経ることによる特性、効果を理解する。 歴史や地域性を踏まえた柄の種類と名称を覚え、見識を深める。 素材の感性による言語表現を理解し、使用できるようになる。</p>												
授業内容												
<p>素材知識Ⅰで習得した基礎知識の応用として、素材の感性・品質管理についての講義。</p>												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	天然皮革					天然皮革の種類について					
2	1	人造皮革					人造皮革の種類について					
3	1	毛皮・羽毛					毛皮・羽毛について					
4	1	復習ドリル					レース・皮革・毛皮復習					
5	1	毛皮・羽毛					毛皮・羽毛について					
6	1	復習ドリル					レース・皮革・毛皮復習					
7	1	素材の感性①					風合いの感覚表現について					
8	1	素材の感性②					イメージによる感性表現について					
9	1	素材の感性③					感性別の代表的な生地について					
10	1	復習ドリル					素材の感性復習					
11	1	品質管理①					品質管理の意義について					
12	1	品質管理②					品質管理の内容について					
13	1	品質管理③					クレーム防止について					
14	1	復習ドリル					品質管理復習					
15	1	総合テスト					1年間の総復習					
留意事項												
<p>オンデマンドの為、教科書を確認しノートを取りながら履修すること。</p>												
教材												
<p>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)</p>												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
<p>素材の知識を身につけ、将来の職務に役立てられるようになる。</p>				<p>オンデマンド講義動画を繰り返し視聴し、ノートにまとめることで身につける。 また、学内にまとめられたテキスタイルを触ってみることで理解を深める。</p>				テスト		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	2	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M202	アパレル商品演習Ⅱ							30				
担当教員	佐々木 啓子				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	○	下着デザイン、百貨店空間デザイン職を経て専門学校教員に従事。キャリアコンサルタント資格保有。										
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パンツスローパーの説明、実物大製図、シーチング組み立て。 ②基本パンツデザインの1/2製図 ③基本パンツをアレンジ～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	基本パンツ					パンツスローパー説明・パンツ部分名称理解					
2	2	スリムパンツ					1/2製図～完成パターン					
3	2	ワイドパンツ①					1/2製図					
4	2	ワイドパンツ②					1/2製図～完成パターン					
5	2	基本パンツをアレンジ①					基本パンツのアレンジデザイン決定					
6	2	基本パンツをアレンジ②					実物大パンツのアレンジパターン作成					
7	2	基本パンツをアレンジ③					実物大パンツのアレンジパターン作成					
8	2	基本パンツをアレンジ④					縫い代付け					
9	2	オリジナルパンツ作成①					裁断、縫製工程表					
10	2	オリジナルパンツ作成②					前切り替えポケット					
11	2	オリジナルパンツ作成③					後ろポケット、ディテール					
12	2	オリジナルパンツ作成④					脇、股下、股ぐり					
13	2	オリジナルパンツ作成⑤					ファスナー					
14	2	オリジナルパンツ作成⑥					ベルトループ、ベルト付け					
15	2	オリジナルパンツ作成⑦					裾、仕上げ、検品					
留意事項												
欠席等で課題提出が遅れた学生は、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				
パンツ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%		
								出席、授業態度		20%		

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	2	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M202	アパレル商品演習Ⅱ							30				
担当教員	佐々木 啓子				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	○	下着デザイン、百貨店空間デザイン職を経て専門学校教員に従事。キャリアコンサルタント資格保有。										
講義目的												
洋服の立体構造を理解することを目的とする。基本となるパンツをアレンジし実物作成の上仕様理解。												
授業内容												
①パンツローパーの説明、実物大製図、シーチング組み立て。 ②基本パンツデザインの1/2製図 ③基本パンツをアレンジ～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	リメイク①					SDGS学習の一環、再生利用、デザイン					
2	2	リメイク②					制作					
3	2	リメイク③					制作					
4	2	リメイク④					制作					
5	2	リメイク⑤					制作					
6	2	阪急スーク制作①					コンセプトを理解したデザイン					
7	2	阪急スーク制作②					売れるモノづくり					
8	2	阪急スーク制作③					売れるモノづくり					
9	2	阪急スーク制作④					売れるモノづくり					
10	2	阪急スーク制作⑤					売れるモノづくり					
11	2	阪急スーク制作⑥					売れるモノづくり					
12	2	阪急スーク制作⑦					売れるモノづくり					
13	2	阪急スーク制作⑧					売れるモノづくり					
14	2	阪急スーク制作⑨					売れるモノづくり					
15	2	阪急スーク制作⑩					仕上げ、検品					
留意事項												
欠席等で課題提出が遅れた学生は、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					
パンツ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%			
							出席、授業態度		20%			

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			プロデューサーコース				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M213	グラフィックデザイン I							30				
担当教員	劉 重孝				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	○	広告代理店勤務を経て、制作プロダクション設立。主にデジタルコンテンツの企画制作を行うデジタルクリエイターによる実践的な制作指導。										
講義目的												
DTPソフトを習得し、ショップカードやチラシ、ポストカード等のツール作成方法を学ぶ。												
授業内容												
Illustrator・Photoshopを習得。ショップカードやチラシ、ポストカード等をデザインし、印刷データを作成する。また、作成するツールの使い方や効果について考える。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	DTP概要					DTPワークフロー・ソフトの基本操作					
2	2	Illustrator基礎トレーニング ①					線と図形・練習課題					
3	2	Illustrator基礎トレーニング ②					ペンツール・練習課題					
4	2	Illustrator基礎トレーニング ③					テキスト機能・練習課題					
5	2	Illustrator基礎トレーニング ④					レイアウト機能（レイヤー・ガイド等）・練習課題					
6	2	Illustrator基礎トレーニング ⑤					レイアウト機能（数値コントロール）・練習課題					
7	2	デザイン					レイアウトの基礎・練習課題					
8	2	レイアウト①					名刺の作成・製作実習					
9	2	レイアウト②					ロゴデザインの作成・製作実習					
10	2	レイアウト③					フライヤー作成・製作実習					
11	2	Photoshop基礎トレーニング ①					dpiと解像度、Illustratorとの連携・練習課題					
12	2	Photoshop基礎トレーニング ②					写真の補正、加工・練習課題					
13	2	Photoshop基礎トレーニング ③					画像合成とコラージュ・練習課題					
14	2	印刷データの作成					WEBサイトから印刷会社への発注方法・データ作成					
15	2	書体についての考察					タイポグラフィ基礎・練習課題					
留意事項												
欠席した場合にも、練習課題に取り組み、期限日までに提出すること。												
教材												
最終到達目標			学習法				評価方法及び評価割合					
DTPソフトを用い、目的に応じたツール作成ができる。			AppleコンピューターとAdobeアプリケーションで実践				課題提出			80%		
							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			プロデューサーコース				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M213	グラフィックデザイン I							30				
担当教員	劉 重孝				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	○	広告代理店勤務を経て、制作プロダクション設立。主にデジタルコンテンツの企画制作を行うデジタルクリエイターによる実践的な制作指導										
講義目的												
DTPソフトを習得し、ショップカードやチラシ、ポストカード等のツール作成方法を学ぶ。												
授業内容												
Illustrator・Photoshopを習得。ショップカードやチラシ、ポストカード等をデザインし、印刷データを作成する。及び作成するツールの使い方や効果について考える。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	ショップカードデザイン ①					目的と情報の構造化デザインラフ・制作実習					
2	2	ショップカードデザイン ②					A案B案の作成・制作実習					
3	2	ショップカードデザイン ③					チェックとブラッシュアップ・制作実習					
4	2	ショップカードデザイン ④					仕上げ作業・制作実習					
5	2	ショップカードデザイン ⑤					プレゼンテーション・寸評会					
6	2	ポストカードデザイン ①					目的と情報の構造化、デザインラフ・制作実習					
7	2	ポストカードデザイン ②					A案B案の作成・制作実習					
8	2	ポストカードデザイン ③					チェックとブラッシュアップ・制作実習					
9	2	ポストカードデザイン ④					仕上げ作業・制作実習					
10	2	ポストカードデザイン ⑤					プレゼンテーション・寸評会					
11	2	ポスターデザイン ①					目的と情報の構造化デザインラフ・制作実習					
12	2	ポスターデザイン ②					A案B案の作成・制作実習					
13	2	ポスターデザイン ③					チェックとブラッシュアップ・制作実習					
14	2	ポスターデザイン ④					仕上げ作業・制作実習					
15	2	ポスターデザイン ⑤					プレゼンテーション・寸評会					
留意事項												
欠席した場合にも、練習課題に取り組み、期限日までに提出すること。												
教材												
最終到達目標												
学習法												
評価方法及び評価割合												
DTPソフトを用い、目的に応じたツール作成ができる。		AppleコンピューターとAdobeアプリケーションで実践					課題提出			80%		
							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			コース共通				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M212	ビジネスコミュニケーション							15				
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												
ファッション業界への知識と理解を深め、就職活動に向けた研修や面接に必要な書類を準備。就職希望先へのアプローチや、方向性志望動機などを明確なものにする。インターンシップに向けて意識向上と、コミュニケーション力を付ける。												
授業内容												
インターンシップ先に先に向けた履歴書の書き方を練習。グループディスカッションを通し、自己表現の方法を習得。												
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					これからの授業の進め方					
2	1	ビジネスパーソンになる為に①					30秒自己紹介					
3	1	ビジネスパーソンになる為に②					自己紹介プレゼンテーション					
4	1	ビジネスパーソンになる為に③					プレゼンテーションに必要なこと					
5	1	ビジネスパーソンになる為に④					誠実な挨拶の実践					
6	1	ビジネスパーソンになる為に⑤					日々の業務改善					
7	1	ビジネスパーソンになる為に⑥					人はあなたのどこを見ているのか					
8	1	ビジネスパーソンになる為に⑦					お辞儀の種類について					
9	1	聴き方、話し方①					敬語の種類①					
10	1	聴き方、話し方②					敬語の種類②					
11	1	聴き方、話し方③					敬語の種類③					
12	1	聴き方、話し方④					誠意が伝わる聴き方					
13	1	聴き方、話し方⑤					NG敬語について					
14	1	聴き方、話し方⑥					相槌の仕方					
15	1	聴き方、話し方⑦					会社の役割序列について					
留意事項												
インターン、面接に行く前には必ず提出書類の確認が必要。 欠席した場合は、次回授業までに終わらせること												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
就職活動に必要な書類の書き方。 自己表現能力を身につける。				講義 レポート作成 実践演習				レポート提出		50%		
								取り組み姿勢		30%		
								出席状況		20%		

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	2	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M212	ビジネスコミュニケーション							15				
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												
ファッション業界への知識と理解を深め、就職活動に向けた研修や面接に必要な書類を準備。就職希望先へのアプローチや、方向性志望動機などを明確なものにする。本格的就職活動に向けて自己表現力を付ける。												
授業内容												
希望就職先に向けた履歴書やビジネスメールの書き方を練習する。 グループディスカッションを通し、自己表現の方法を習得する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	ビジネス文書のマナー①					正確なメモの取り方					
2	1	ビジネス文書のマナー②					社外文書の書き方					
3	1	ビジネス文書のマナー③					社内報告書の書き方					
4	1	ビジネス文書のマナー④					メールの活用術					
5	1	ビジネス文書のマナー⑤					ビジネス文書の常套句について					
6	1	プレゼンテーション					1分間プレゼンテーションに向けて					
7	1	プレゼンテーション					自分のファッションへのこだわりをまとめる①					
8	1	プレゼンテーション					自分のファッションへのこだわりをまとめる②					
9	1	プレゼンテーション					言葉の力について					
10	1	プレゼンテーション					台本作成①					
11	1	プレゼンテーション					台本作成②					
12	1	プレゼンテーション					実践①					
13	1	プレゼンテーション					実践②					
14	1	まとめ					授業のまとめ					
15	1	テスト					テスト					
留意事項												
インターン、面接に行く前には必ず提出書類の確認が必要。 欠席した場合は、次回授業までに終わらせること												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
就職活動に必要な書類の書き方。 自己表現能力を身につける。				講義 レポート作成 実践演習				レポート提出		50%		
								取り組み姿勢		30%		
								出席状況		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	2	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M214	インターンシップ							30				
担当教員	佐々木 啓子				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												
講義目的												
企業・団体からの多大な協力によって実現しているカリキュラムであり、大阪文化服装学院を代表して参加するという意識を持って臨むこと。												
授業内容												
インターンシップでは、セレクトショップやファッションビル、百貨店でスタッフとして、現場での就業を実際に経験する。具体的な目標を持って、自ら考え、行動する姿勢を持って日々の業務にあたり、振返りと改善見直しを徹底し実習期間を過ごすこと。実習の認定としては、企業からの評価及び参加状況、報告物の作成・提出。												
授業計画及び学習課題												
<p>オリエンテーション インターンシップの意義について。注意事項 2回 (学内)</p> <p>実習参加 各自配属先での業務に従事する 26回 (実習先)</p> <p>振返り 実習記録を作成し、提出する 2回 (学内)</p>												
留意事項												
正当な理由のない無断欠席・遅刻や、何かしらの理由で実習継続が難しいと判断された場合は、参加を取り消すことがあるので、十分に注意すること。												
教材												
最終到達目標			学習法				評価方法及び評価割合					
実習先において、与えられた課題について、スタッフからの指導を受けながら達成できる。			接客体験を積みながら、毎日報告書を記入することにより、反省と改善を繰り返す。				実習先企業評価表		40%			
							実習報告書		40%			
							出席(出勤)率		20%			

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	2	年	学期	前期		後期	○													
講座コード	授業科目名							授業時間数																	
M215	海外研修							15																	
担当教員	佐々木 啓子				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																									
講義目的																									
ファッションビジネスを学ぶ世界中の若者が集まるアメリカ屈指のファッションスクールであるニューヨークFIT(ニューヨーク州立ファッション工科大学)校で、世界標準の発想・MD・VMDを学び、世界に通じるビジネスの「発想力」を高める。																									
授業内容																									
アーカイブ(FIT収蔵品)を研究。VMDの講義、課題エリアの研究を経て、ポップアップショッププラン制作の実習に取り組む。他には、毎年新たにできるトレンドショップ、ヴィンテージショップ、メトロポリタン・MOMA美術館、歴史的建造物への訪問を通して異文化に触れ、見分を広げる。																									
授業計画及び学習課題																									
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20%;">オリエンテーション</td> <td style="width: 40%;">海外研修の意義について。注意事項</td> <td style="width: 40%;">2回 (学内)</td> </tr> <tr> <td>実習参加</td> <td>研修校の授業やリサーチに参加する</td> <td>10回 (実習先)</td> </tr> <tr> <td>振り返り</td> <td>研修記録を作成し、提出する</td> <td>3回 (学内)注意事項</td> </tr> </table>													オリエンテーション	海外研修の意義について。注意事項	2回 (学内)	実習参加	研修校の授業やリサーチに参加する	10回 (実習先)	振り返り	研修記録を作成し、提出する	3回 (学内)注意事項				
オリエンテーション	海外研修の意義について。注意事項	2回 (学内)																							
実習参加	研修校の授業やリサーチに参加する	10回 (実習先)																							
振り返り	研修記録を作成し、提出する	3回 (学内)注意事項																							
留意事項																									
教材																									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">最終到達目標</th> <th style="width: 30%;">学習法</th> <th style="width: 40%;">評価方法及び評価割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">VMD研修において、オリジナルショップ開発ができ、コンセプトやMDについてのプレゼンテーション発表ができる。</td> <td rowspan="4">企業訪問レポート作成 FITでグループ研修・課題作成</td> <td>レポート提出</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>課題提出</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>取り組み姿勢</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>													最終到達目標	学習法	評価方法及び評価割合	VMD研修において、オリジナルショップ開発ができ、コンセプトやMDについてのプレゼンテーション発表ができる。	企業訪問レポート作成 FITでグループ研修・課題作成	レポート提出	30%	課題提出	50%	取り組み姿勢	20%		
最終到達目標	学習法	評価方法及び評価割合																							
VMD研修において、オリジナルショップ開発ができ、コンセプトやMDについてのプレゼンテーション発表ができる。	企業訪問レポート作成 FITでグループ研修・課題作成	レポート提出	30%																						
		課題提出	50%																						
		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			コース共通				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M211	就職対策 I							15				
担当教員	佐々木 啓子				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	○	国家資格キャリアコンサルタント保有。										
講義目的												
自己分析を徹底して行い、卒業後の進路決定をする。												
授業内容												
企業研究、自己分析、エントリーシートの書き方など												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	就職活動について					就職活動スケジュール 取組む内容					
2	1	自己分析					自己分析について 自己分析表					
3	1	自己分析					ライフラインチャート					
4	1	自己分析					自分史とモチベーショングラフ 前半「テーマ」					
5	1	自己分析					自分史とモチベーショングラフ 後半「価値観」					
6	1	自己分析					強み					
7	1	自己分析					弱み					
8	1	企業研究										
9	1	企業研究										
10	1	エントリーシート										
11	1	エントリーシート										
12	1	エントリーシート										
13	1	個人面談										
14	1	個人面談										
留意事項												
教材												
最終到達目標												
学習法												
評価方法及び評価割合												
進路決定						提出物／期日厳守			80%			
						出席			20%			

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			ショップ開発コース				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M204	リテールマーチャンダイジング I							30				
担当教員	播岡 充				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	○	大手小売りの店長、店舗バイヤーを経て、本部婦人服バイヤーを歴任。商品の仕入調達や売場運営管理に精通。授業では、品揃え立案に必要な売場計数を学ぶとともに、売上計画や商品仕入計画の立案を通してビジネス感覚を身につける。学外で展開する長期運営店舗を企画立案し、運営ノウハウを学ぶ。										
講義目的												
ビジネス計数を学習するとともに、MD計画や商品仕入れを計画し、実践的なビジネス感覚を身につけ、長期運営店舗の企画立案及び運営能力を身につける。												
授業内容												
前期/商品MDに必要なビジネス計数を中心に学習し、店舗運営企画書を作成する。 後期/3年次の長期運営店舗に向けてより実践的なバイヤー業務までを学習し実践する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	ビジネス係数の複数と応用①					売上高と前年比の関係・達成率や遂効率の必要性					
2	2	ビジネス係数の複数と応用②					値入高と粗利益高の違い・値入率と粗利益率の算出					
3	2	ビジネス係数の複数と応用③					商品回転率、商品回転日数・坪効率や平均在庫の比較					
4	2	ビジネス係数の複数と応用④					計数テスト					
5	2	商品計画①					マーチャンダイジングオペレーション					
6	2	商品計画②					消費者ターゲットの設定・マトリックス分析					
7	2	商品計画③					イメージの設定・月度別商品計画					
8	2	情報企画					トレンド分析・社会動の収集と分析					
9	2	コンセプト立案					コンセプト立案手法・実例を学び設定					
10	2	品揃え計画					値入と粗利益の関係を学び値入シミュレーション					
11	2	MD研究①					研究テーマ設定後テーマに沿って資料収集					
12	2	MD研究②					研究資料まとめ					
13	2	MD研究③					プレゼン報告書作成					
14	2	MD研究④					プレゼンテーションシナリオ作成～練習					
15	2	MD研究⑤					プレゼンテーション					
留意事項												
毎週の積み上げで最終的に作品に落とし込む科目になるので、欠席の無いようにすること。												
教材												
最終到達目標												
学習法												
評価方法及び評価割合												
店舗を管理運営できる計数能力を身につける		講義・演習					筆記テスト			40%		
							課題提出			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			ショップ開発コース				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M204	リテールマーチャンドライジング I							30				
担当教員	播岡 充				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		○	大手小売りの店長、店舗バイヤーを経て、本部婦人服バイヤーを歴任。商品の仕入調達や売場運営管理に精通。授業では、品揃え立案に必要な売場計数を学ぶとともに、売上計画や商品仕入計画の立案を通してビジネス感覚を身につける。学外で展開する長期運営店舗を企画立案し、運営ノウハウを学ぶ。									
講義目的												
ビジネス計数を学習するとともに、MD計画や商品仕入れを計画し、実践的なビジネス感覚を身につけ、長期運営店舗の企画立案及び運営能力を身につける。												
授業内容												
前期/商品MDに必要なビジネス計数を中心に学習し、店舗運営企画書を作成する。 後期/3年次の長期運営店舗に向けてより実践的なバイヤー業務までを学習し実践する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	値入シミュレーション①					シートの説明を講義					
2	2	値入シミュレーション②					原価の違う商品群の総計を求める					
3	2	値入シミュレーション③					シートの作成					
4	2	値入シミュレーション④					シートの完成					
5	2	商品分類①					商品カテゴリーについて講義					
6	2	商品分類②					商品分類実施					
7	2	商品分類③					大・中・小分類シートの作成					
8	2	企画書作成①					トレンド分析・社会動の収集と分析					
9	2	企画書作成②					コンセプト立案手法・実例を学び設定					
10	2	企画書作成③					シーズンコンセプトの立案					
11	2	企画書作成④					商品分類シートと円グラフの作成					
12	2	企画書作成⑤					商品イメージの収集					
13	2	企画書作成⑥					販売促進計画の立案					
14	2	企画書作成⑦					プレゼンテーションシナリオ作成～練習					
15	2	企画書作成⑧					プレゼンテーション					
留意事項												
毎週の積み上げで最終的に作品に落とし込む科目になるので、欠席の無いようにすること。												
教材												
最終到達目標												
学習法												
評価方法及び評価割合												
店舗を管理運営できる計数能力を身につける		講義・演習					筆記テスト			40%		
							課題提出			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			ショップ開発コース				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M210	リテールマーケティング I							30				
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	○	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。										
講義目的												
すべてのビジネスに必要なマーケティングの基礎知識の習得をベースにファッション小売業でのマーケティングの特性を知る。それを基にオリジナルショップを企画することで、一連の流れを習得する。												
授業内容												
調査活動やディスカッション、発表を交えた講義を行う。前期はマーケティングの基礎を学び、オリジナルショップの企画を行う。後期は企画したショップの運営の方法、ストアオペレーション(ディスプレイ、作業割当、人的販売)マーケティング(顧客管理、販売促進、売場作りの基本的考え方の共有)を学ぶ。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	リテールマーケティングとは					マーケティングとは何か					
2	2	マーケティングとその仕組み					マーケティングがどうやって使われているのか					
3	2	マーケット(市場)を知ろう					外部イベントに向けてリサーチとその方法					
4	2	分析の手法①PEST分析					大きな枠組みからマーケットを分析する					
5	2	分析の手法②5フォース分析					脅威からマーケットを分析する					
6	2	分析の手法③SWOT分析					差別化のポイントは何かを考える					
7	2	分析の手法④3C分析					立案したいショップの立ち位置を考える					
8	2	分析の手法⑤STP分析					買ってもらうための戦略を考える					
9	2	マーケティングミックス4P/4C					必要な商品は何かどんな購買客層を狙うのかを考える					
10	2	消費者の購買行動AISCEAS					消費者の興味関心を引くにはどうするのか					
11	2	テスト					マーケティングに関する知識の確認					
12	2	ショップ立案					マーケティングから導いたショップとは何か					
13	2	プレゼンテーション					それぞれのショップ立案をプレゼンテーション					
14	2	ショップ決定					発表した内容を精査して実習店舗決定					
15	2	ショップ運営とは					ショップ運営に必要なこととは何か					
留意事項												
ディスカッションとプレゼンを重視するので 休まない事。また、クロムブックは必ず持参のこと。												
教材												
最終到達目標												
学習法												
評価方法及び評価割合												
マーケティング手法を習得し、店舗の企画・店舗運営方法の基礎を身につける。		講義・演習					課題提出			50%		
							試験			30%		
							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			ショップ開発コース				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M210	リテールマーケティング I							30				
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	○	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。										
講義目的												
すべてのビジネスに必要なマーケティングの基礎知識の習得をベースにファッション小売業でのマーケティングの特性を知る。それをもとにヴァーチャルなオリジナルショップを企画することで 一連の流れを習得する。												
授業内容												
調査活動やディスカッション、発表を交えた講義を行う。前期はマーケティングの基礎を学び、オリジナルショップの企画を行う。後期は企画したショップの運営の方法、ストアオペレーション(ディスプレイ、作業割当、人的販売)マーケティング(顧客管理、販売促進、売場作りの基本的考え方の共有)を学ぶ。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	前期の振り返り					外部イベントのスケジュールの確認と進捗の報告					
2	2	ショップ運営①販売促進					セールスプロモーションとは何か					
3	2	ショップ運営②販売促進					ターゲットに向けたSNS運用とは何か					
4	2	ショップ運営③ストアオペレーション					マネジメントの必要性とその役割					
5	2	ショップ運営④ストアオペレーション					販売員の1日から考えるショップ運営とは					
6	2	ショップ運営⑤ストアオペレーション					商品管理と売上管理の必要性					
7	2	ショップ運営⑥ストアオペレーション					商品分析からセールストークを考える					
8	2	ショップ運営⑦ストアオペレーション					外部イベントでのVMDを考える					
9	2	ショップ運営⑧ストアオペレーション					ヘッドカウントとシフト管理とは何か					
10	2	ショップ運営⑨ストアオペレーション					マネジメントにおけるスケジュール管理の重要性について学ぶ					
11	2	ショップ運営⑩ストアオペレーション					ショップ計画の見直しと意識の共有					
12	2	ショップ運営⑪人的販売					販売員の必要性とテクニック					
13	2	ショップ運営⑫人的販売					ロールプレイを通して販売の基礎を学ぶ					
14	2	PDCAサイクルを考える①					PDCAサイクルとは何か					
15	2	PDCAサイクルを考える②					実践を通してPDCAサイクルを考える					
留意事項												
ディスカッションとプレゼンを重視するので 休まない事。また、クロムブックは必ず持参のこと。												
教材												
最終到達目標												
学習法												
評価方法及び評価割合												
マーケティング手法を習得し、店舗の企画・店舗運営方法の基礎を身につける。		講義・演習・実習					筆記テスト			30%		
							課題提出			50%		
							取り組み姿勢			20%		