

学科名	ブランドプロデューサー学科				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			
BP201	クリエイティビティII							30			
担当教員	上山 恵加				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	○	イタリアミラノの学校を卒業後、ミラノコレクションに携わり、国内ではアパレルデザイナーとして勤務。 授業は授業ではイタリアで学んだ知識を生かしデザイン発想や、様々な視点でのリサーチを行い、デザイン発想や表現方法などを指導。									
講義目的											
様々なテーマから得たインスピレーションを基に、ターゲットやコンセプトを整理し、スタイリングデザインを企画・提案する発想力と表現力を養う。											
授業内容											
テーマ・コンセプト設定からスタイリングを発想する手法を学び、雑誌分析やトレンドリサーチを通じて発想力を強化する。また、カラーニュやムードボードをデジタルツール(Canva等)で作成し、企画内容を整理・視覚化する力を身につける。最終的には、オリジナリティのあるスタイリングを企画として提案できる力を養う。											
授業計画及び学習課題											
項目	回数	内容				学習課題					
1	2	スタイリングデザイン①				授業内容の説明(イメージの立案、ターゲットの設定、雑誌分析など)					
2	2	スタイリングデザイン②				テーマリサーチ、資料収集、雑誌確定					
3	2	スタイリングデザイン③				テーマイメージカラーニュ作成(デジタルツール使用)					
4	2	スタイリングデザイン④				自己トレンド分析					
5	2	スタイリングデザイン⑤				コンセプト設定の説明、キーワード出し					
6	2	スタイリングデザイン⑥				コンセプト決定、ムードボード作成					
7	2	スタイリングデザイン⑦				コンセプトカラーニュ作成					
8	2	スタイリングデザイン⑦				コンセプトカラーニュブラッシュアップ					
9	2	スタイリングデザイン⑧				アートミックス考え方、アート参考資料リサーチ					
10	2	スタイリングデザイン⑨				アートミックスカラーニュ					
11	2	スタイリングデザイン⑨				アートミックスカラーニュ					
12	2	スタイリングデザイン⑩				スタイリングアイテムリサーチ					
13	2	スタイリングデザイン⑪				アイテム構成カラーニュ作成					
14	2	スタイリングデザイン⑪				アイテム構成カラーニュブラッシュアップ					
15	2	スタイリングデザイン⑫				スタイルリング決定、企画意図を整理しプレゼン					
留意事項											
各工程の目的を理解し、企画意図を明確にした上でスタイリングとして表現する力を身につける。 欠席や作業遅れの場合は、次回授業までに課題を完了させること。											
教材											
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合			
テーマから得たインスピレーションを基に、コンセプト・ターゲットを明確にしたスタイリング企画を構築し、視覚資料を用いて提案できるようになる。				講義 課題作成				提出物		100%	

学科名	ブランドプロデューサー学科				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				
BP201	クリエイティビティⅡ							30				
担当教員	上山 恵加				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	○	イタリアミラノの学校を卒業後、ミラノコレクションに携わり、国内ではアパレルデザイナーとして勤務。 授業は授業ではイタリアで学んだ知識を生かしデザイン発想や、様々な視点でのリサーチを行い、デザイン発想や表現方法などを指導。										
講義目的												
前期で習得した発想・企画手法を基に、アートミックスの考え方を取り入れたスタイリングデザインを発展させ、ポートフォリオとして完成させる表現力を身につける。												
授業内容												
前期で構築したテーマ・コンセプトを発展させ、アートミックス手法によるコラージュ制作を通してスタイリング表現を深化させる。デジタルツールを用いて制作過程を可視化し、最終的にポートフォリオとして完成・発表する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	前期内容の振り返り・後期説明					テーマ・コンセプト再確認、ポートフォリオ構成説明					
2	2	アートミックス概論					異なるアート要素の組み合わせ方、参考事例研究					
3	2	アート資料リサーチ					美術・写真・音楽・映像等の資料収集					
4	2	アート資料リサーチ					美術・写真・音楽・映像等の資料収集					
5	2	アートミックスコラージュ制作					デジタルツールを用いたビジュアル構築					
6	2	アートミックスコラージュ制作					デジタルツールを用いたビジュアル構築					
7	2	スタイリングへの落とし込み					アートミックス視点でのスタイリング再構築					
8	2	スタイリングブラッシュアップ					完成度向上、構成調整					
9	2	スタイリングブラッシュアップ					完成度向上、構成調整					
10	2	ポートフォリオ構成設計					見せ方・ページ構成設計					
11	2	ポートフォリオ制作					レイアウト・情報整理					
12	2	ポートフォリオ制作					レイアウト・情報整理					
13	2	ポートフォリオ修正					フィードバックを基に改善					
14	2	発表準備					企画意図・制作プロセスの言語化					
15	2	最終発表・講評					ポートフォリオ提出およびプレゼンテーション					
留意事項												
各工程の目的を理解し、企画意図を明確にした上でスタイリングとして表現する力を身につける。 欠席や作業遅れの場合は、次回授業までに課題を完了させること。												
教材												
最終到達目標			学習法				評価方法及び評価割合					
アートミックスの手法を取り入れたスタイリングデザインを企画として整理し、制作意図を明確にしたポートフォリオを完成させ、他者に分かりやすく提案・発表できるようにする。			講義 課題作成				提出物			100%		

学科名	ブランドプロデューサー学科				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			
BP202	マーチャライジング I								30			
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>マーケティング調査およびトレンド分析を実践し、ターゲットのニーズに流行性と独自性を加えた商品企画を立案する。市場分析からブランディング、企画書作成、プレゼンテーションまでを一貫して行い、企画を論理的に構築し提案できる力を養う。</p>												
授業内容												
<p>ターゲット・社会動向・トレンド分析を基に、ブランド構築から商品企画・デザイン提案までの流れを学ぶ。企画書はデジタルツールを用いてマップや資料として可視化し、最終的にプレゼンテーションを行う。パターンおよび縫製は関連科目にて制作する。</p>												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	ターゲット調査・ブランディング					課題説明・世代リサーチ・ブランディング解説					
2	2	ターゲット・設定・分析					ターゲットの解説・明確化。プリント記入					
3	2	ターゲットイメージ設定・価格設定					イメージの明確化・価格、商品設定					
4	2	企画書Ⅰ作成①					ブランド名決定・ブランドカラー設定					
5	2	企画書Ⅰ作成②					サイズ展開・販路・シーズンカラー設定					
6	2	企画書Ⅰ作成③					ターゲットマップ作成（デジタル作成）					
7	2	企画書Ⅰ作成④					ターゲットマップ完成					
8	2	企画書Ⅱ作成①					社会動向マップ作成方法解説・画像検索・プリント記入					
9	2	企画書Ⅱ作成②					社会動向マップ作成					
10	2	企画書Ⅱ作成③					社会動向マップ完成					
11	2	企画書Ⅲ作成①					ブランドに合うトレンドをビジュアル表現					
12	2	企画書Ⅲ作成②					トレンドマップ作成					
13	2	企画書Ⅲ作成③					トレンドマップ完成					
14	2	デザインアイデア収集・デザイン画作成					アイデアに基づくデザイン作成					
15	2	作成アイテムデザイン画作成					ブラウス&スカートデザイン画完成					
留意事項												
<p>トレンドや社会動向へ関心を持ち、店頭リサーチを日頃から実施することで、より理解が深まる</p>												
教材												
<p>新配色カラーカード 配布プリント</p>												
最終到達目標			学習法					評価方法及び評価割合				
<p>市場分析およびトレンド分析を基に、ブランドコンセプトを明確にした商品企画を立案し、企画書として整理・可視化し、プレゼンテーションできるようにする。</p>			<p>解説→演習→チェック→修正を繰り返す 繰り返し行い、企画書を完成していく</p>					課題提出		80%		
								取り組み姿勢		20%		

学科名	ブランドプロデューサー学科				コース名				
分類	必修	○	選択	配当学年	年	学期	前期	後期	○
講座コード	授業科目名						授業時間数		
BP202	マーチャンダイジングⅡ						30		
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	○	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、商品仕入計画などの指導を行う。							
講義目的									
前期のブランド企画を発展させ、マーケティング調査・トレンド分析を基に、商品構成や価格設定を含む実践的な商品企画を完成させる。企画書制作からプレゼンテーションまでを通して、市場性・収益性を踏まえたブランド提案力を養う。									
授業内容									
ブランドコンセプトを基に、カラー・素材・価格・品番設定を含む商品計画を立案する。企画書はデジタルツール（PowerPoint/Canva等）で作成し、テーママップや商品構成を可視化する。最終的に企画書を用いて発表を行う。パターンおよび縫製は関連科目にて制作する。									
授業計画及び学習課題									
項目	回数	内容				学習課題			
1	2	カラー・素材設定				カラー・素材選定・チェック			
2	2	企画書Ⅳ作成①				シーズンテーママップ解説・作成			
3	2	企画書Ⅳ作成②				シーズンテーママップ作成			
4	2	企画書Ⅳ作成③				シーズンテーママップ完成			
5	2	デザイン画作成①				デザインバリエーション解説・アイディア収集			
6	2	デザイン画作成②				ラフデザイン画作成			
7	2	デザイン画作成③				デザインチェック・修正			
8	2	デザイン画作成④				デザイン画完成			
9	2	カラー・品番・素材・価格設定				品番設定方法・解説・マップⅠで素材・価格設定			
10	2	セールスポイント・企画書表紙作成①				セールスポイント・企画書にブランドカラー使用			
11	2	企画書表紙作成②				アイテムアソートのページ作成			
12	2	企画書Ⅴ作成①				デザイン画をPDF変換後企画書フォーマット作成			
13	2	企画書Ⅴ作成②				企画書作成			
14	2	企画書Ⅴ作成③				企画内容チェック・完成			
15	2	プレゼンテーション・まとめ				企画書のプレゼンテーション・総括			
留意事項									
トレンドや社会動向へ関心を持ち、店頭リサーチを日頃から実施することで、より理解が深まる									
教材									
新配色カラーカード 配布プリント									
最終到達目標			学習法				評価方法及び評価割合		
ブランドコンセプトを基に、カラー・素材・価格を含めた商品企画を立案し、企画書として整理・可視化し、プレゼンテーションできるようになる。			解説→演習→チェック→修正を繰り返し行い、企画書を完成していく				課題提出		80%
							取り組み姿勢		20%

学科名	ブランドプロデューサー学科				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				
BP203	ショッププラン							30				
担当教員	高柿 幸江				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	○	大手アパレル企業で店長を経て、バイヤー・小物企画を歴任。国内外の展示会にて、商品の仕入調達や売場運営管理に精通。その後、新店舗内装やVMD・SVIに従事する。授業では、販売員の業務内容や数値管理、商品仕入計画などの指導を行う。										
講義目的												
アパレルセレクトショップの運営に必要な在庫管理・商品管理・経費計画の基礎を学び、長期的に安定した店舗運営を実現するための計画立案能力を養う。												
授業内容												
店舗運営の基礎知識を踏まえ、経費計画を中心に売上・仕入・在庫管理の考え方を学ぶ。実店舗を想定した運営プランを立案し、最終的にプレゼンテーションを行う。決定した店舗プランをもとに具体的な経費計画書を作成する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	店舗運営基礎①					店舗運営の基本構造と経費項目の理解					
2	2	店舗運営基礎②					固定費・変動費の分類と算出					
3	2	経費計画立案①					売上目標設定と必要経費の試算					
4	2	経費計画立案②					仕入計画・在庫計画の基礎。					
5	2	経費計画立案③					損益構造の理解と収支計画作成					
6	2	店舗プラン作成①					店舗コンセプト設定					
7	2	店舗プラン作成②					商品構成・価格帯設定					
8	2	店舗プラン作成③					数値計画の具体化					
9	2	店舗プラン作成④					プレゼン資料作成					
10	2	プレゼンテーション					企業向け発表・講評					
11	2	経費計画書作成①					決定店舗の詳細経費算出					
12	2	経費計画書作成②					月次収支計画作成					
13	2	経費計画書作成③					在庫回転・利益率確認					
14	2	経費計画書作成④					計画修正・精度向上					
15	2	経費計画書完成					最終提出・振り返り					
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				
店舗を企画するだけでなく、収支計画を立て、継続的に運営できる基礎力を身につける。			講義 実技 プレゼンテーション 店舗運営					取組姿勢		30%		
								提出課題		40%		
								テスト		30%		

学科名	ブランドプロデューサー学科				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				
BP203	ショッププラン							30				
担当教員	高柿 幸江				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	○	大手アパレル企業で店長を経て、バイヤー・小物企画を歴任。国内外の展示会にて、商品の仕入調達や売場運営管理に精通。その後、新店舗内装やVMD・SVに従事する。授業では、販売員の業務内容や数値管理、商品仕入計画などの指導を行う。										
講義目的												
前期で立案した店舗計画を基に、実店舗運営を通して経費管理・在庫管理を実践し、計画の検証と改善ができる運営管理能力を養う。												
授業内容												
経費台帳の作成・確認・分析を行い、計画の進捗管理と見直しを実施する。 売上・経費バランスを検証しながら改善策を立案し、年間運営の総括として報告書を作成する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	経費管理基礎①					経費台帳作成					
2	1	経費管理基礎②					売上・経費記録と分析					
3	1	経費管理基礎③					在庫状況確認					
4	1	経費管理基礎④					収支バランス確認					
5	1	経費管理基礎⑤					問題点抽出					
6	1	計画見直し①					数値検証と改善案検討					
7	1	計画見直し②					経費配分の再設計					
8	1	計画見直し③					利益構造の再確認					
9	1	計画見直し④					改善策実行計画作成					
10	1	計画見直し⑤					中間総括					
11	1	年間総括①					実績分析					
12	1	年間総括②					成果と課題整理					
13	1	年間総括③					改善レポート作成					
14	1	年間総括④					ファイル作成					
15	1	年間総括⑤					最終提出・振り返り					
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				
店舗運営における経費管理・在庫管理を自立して行い、計画→実行→検証→改善の流れを実践できるようになる。				講義 実技 プレゼンテーション 店舗運営				取組姿勢			30%	
								提出課題			40%	
								テスト			30%	

学科名	ブランドプロデューサー学科				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				
BP204	ビジネススキルⅡ							30				
担当教員	和田 康彦				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における起業の基礎を学び、市場分析・ブランド設計・ビジネスモデル構築を通して事業構想力を養う。												
授業内容												
業界動向の理解を基に、市場分析・ターゲット設定・競合分析を行い、ブランドコンセプトおよびビジネスモデルを設計する。数値計画の基礎となる売上構造を理解する。												
授業計画及び学習課題												
1	2	起業概論／ファッション業界動向				起業目的の整理						
2	2	市場分析①(マクロ環境)				業界調査						
3	2	市場分析②(ミクロ環境)				市場機会の抽出						
4	2	ターゲット設定				ペルソナ作成						
5	2	競合分析				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	SWOT分析				競合比較表作成						
7	2	ブランドコンセプト設計				自社強み・弱み整理						
8	2	ポジショニング設計				コンセプト文作成						
9	2	ビジネスモデル構築				市場ポジション明確化						
10	2	商品計画基礎				収益構造整理						
11	2	売上構造の理解				売上モデル作成						
12	2	販売チャネル設計				店舗・EC戦略検討)						
13	2	事業構想書作成①				構成案作成						
14	2	事業構想書作成②				内容整理						
15	2	中間プレゼンテーション				構想発表・講評						
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				
市場・競合分析を基にブランドコンセプトとビジネスモデルを構築し、起業構想として整理・説明できる事業設計力を身につける。				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	ブランドプロデューサー学科				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				
BP204	ビジネススキルⅡ							30				
担当教員	和田 康彦				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												
前期で設計した事業構想を基に、売上計画・原価計算・経費計画・資金計画を具体化し、実現可能な事業計画書を完成させる。												
授業内容												
売上予測、原価率、粗利益率、在庫計画、経費計画、資金回収計画を学び、数値根拠に基づいた事業計画書を作成する。最終的にプレゼンテーションを行う。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	売上計画立案					売上予測作成					
2	2	原価計算基礎					原価算出					
3	2	原価率・粗利益率					利益計算演習					
4	2	仕入計画					仕入数量算出					
5	2	在庫計画					在庫回転率計算					
6	2	経費計画①					固定費算出					
7	2	経費計画②					変動費算出					
8	2	損益分岐点分析					損益分岐点計算					
9	2	資金計画					初期投資計画作成					
10	2	資金回収計画					回収シミュレーション					
11	3	リスク分析					リスク要因整理					
12	3	事業計画書作成①					数値反映					
13	2	事業計画書作成②					内容統合					
14	1	事業計画書最終調整					プレゼン準備					
15	1	最終プレゼンテーション					事業計画発表					
留意事項												
数値に苦手意識を持たず、積極的に取り組む。												
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				
売上・原価・経費・資金計画を数値化し、実現可能性を踏まえた事業計画書を作成・発表できる経営基礎力を養う。				講義 テスト				筆記テスト		80%		
								習熟度(到達目標に対して)		20%		

学科名	ブランドプロデューサー学科				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			
BP205	AIビジネス 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。										
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	ブランドプロデューサー学科				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				
BP205	AIビジネス 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。										
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							
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				
BP206	VMD II							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①					VMDの目的、役割、責任について					
2	2	VMDとは②					陳列の基本					
3	2	マネキンの着せ付け					フォーミング メンテナンス					
4	2	学内ウィンドープラン①					プランニング					
5	2	学内ウィンドープラン②					プランニング 施工準備					
6	2	学内ウィンドー施工					ウィンドーセットアップ					
7	2	基本の構成①					ディスプレイテクニック基礎					
8	2	基本の構成②					ターゲットに合った見せ方について					
9	2	中間テスト					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					
13	2	ゾーニング計画③					ゾーニング・動線の解析					
14	2	テスト					前期の復習					
留意事項												
パソコンを必ず持参すること。												
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	ブランドプロデューサー学科				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				
BP206	VMD II							15				
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	1	ラックの作り方					規則性を持たせた陳列について					
2	1	ラックの作り方					規則性を持たせた陳列について					
3	1	壁面のディスプレイ					適切なFKUの設定					
4	1	壁面のディスプレイ					適切なFKUの設定					
5	1	学内ウィンドープラン①					プランニング					
6	1	学内ウィンドープラン②					プランニング					
7	1	学内ウィンドープラン③					プランニング					
8	1	学内ウィンドープラン④					施工準備					
9	1	学内ウィンドー施工					ウィンドーセットアップ					
10	1	学内ウィンドー施工					ウィンドーセットアップ					
11	1	アクセサリーの陳列					プロップの重要性について					
12	1	アクセサリーの陳列					プロップの重要性について					
13	1	テスト					考査					
14	1	テスト					解説					
15	1	まとめ					まとめ					
留意事項												
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	ブランドプロデューサー学科				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			
BP207	商品プロダクションⅡ								45			
担当教員	眞砂 香				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	○	OEM(相手先ブランドの企画・生産)メーカーでパタンナーとして勤務。多種多様なデザインに対応したパターンメイキング経験のある教員が、BL/SKに関する基本製図方法を指導。生徒は職種に求められる基本的なパターンメイキング能力を習得する。										
講義目的												
洋服の立体構造を理解し、素材特性を踏まえたパターンメイキングの基礎力を養うとともに、商品企画の視点を取り入れた設計力を身につける。												
授業内容												
織物・編物などの素材特性を理解し、身頃・衿・袖の構造を学ぶ。トワール検証を通して立体構造を把握し、工業用パターンへ展開する。さらに、ターゲット設定を行い、仕様書作成までを含めた商品設計を行う。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	素材構造理解(織物・編物)					素材特性レポート作成					
2	2	素材と商品特性の関係					商品別素材分析シート提出					
3	2	基本身頃原型確認					原型トレース提出					
4	2	身頃デザイン展開					デザイン画+展開パターン提出					
5	2	衿構造理解・設計					衿パターン作成					
6	2	袖構造理解・設計					袖パターン作成					
7	2	トワール組み立て					半身ピン組み提出					
8	2	トワールチェック					修正点レポート					
9	2	商品バランス検証					ターゲット設定シート					
10	2	工業用パターン基礎					縫代付きパターン作成					
11	2	縫製効率を考慮した設計					工程簡易表作成					
12	2	仕様書基礎					仕様書フォーマット作成					
13	2	仕様書作成					縫製指示明記					
14	2	パターン・仕様整合確認					最終修正					
15	2	前期提出					パターン+仕様書提出					
留意事項												
教材												
大阪文化服装学院編「パターンメイキング」「サンプルメイキング」(大阪文化服装学院)												
最終到達目標			学習法					評価方法及び評価割合				
上半身アイテムについて、商品企画に基づいたパターンおよび仕様書を作成し、商品として成立する設計ができる。			講義 課題制作					課題提出		80%		
								出席、授業態度		20%		

学科名	ブランドプロデューサー学科				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				
BP207	商品プロダクションⅡ							45				
担当教員	眞砂 香				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	○	OEM(相手先ブランドの企画・生産)メーカーでパタンナーとして勤務。 多種多様なデザインに対応したパターンメイキング経験のある教員が、BL/SKに関する基本製図方法を指導。生徒は職種に求められる基本的なパターンメイキング能力を習得する。										
講義目的												
下半身の立体構造を理解し、販売を想定した商品設計力と実務的なパターン作成能力を養う。												
授業内容												
基本パンツを基にデザイン展開を行い、素材特性・縫製効率・原価を考慮した工業用パターンを作成する。商品企画立案、価格設定、副資材選定を含めた仕様書を完成させる。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	基本パンツ原型確認					原型作成					
2	2	下半身構造理解					構造レポート					
3	2	デザイン展開					展開パターン提出					
4	2	特殊素材補正					素材別補正資料作成					
5	2	縫製効率設計					工程表作成					
6	2	原価に影響する設計					原価概算表作成					
7	2	工業用パターン作成①					縫代付き作図					
8	2	工業用パターン作成②					パーツ整理					
9	2	仕様書応用					副資材選定					
10	2	サイズ展開基礎					簡易グレーディング					
11	2	商品性検証					販売価格設定					
12	2	整合確認					修正					
13	2	最終パターン作成					完成パターン					
14	2	提出準備					書類整理					
15	2	後期提出					パターン+仕様書+原価表提出					
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」「サンプルメイキング」(大阪文化服装学院)												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
ターゲット・価格帯を設定した商品企画に基づき、販売を想定したパターンおよび仕様書を完成させることができる。				講義 課題制作				課題提出		80%		
								出席、授業態度		20%		

学科名	ブランドプロデューサー学科				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				
BP207	商品プロダクションⅡ							45				
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。主に1960年代、百貨店に設けられたオートクチュールサロンのパターンと縫製技術を研究。国家資格キャリアコンサルタント保有。										
講義目的												
パターンと仕様書を基に、立体構造を理解しながら商品として成立する縫製技術を習得する。												
授業内容												
素材特性を踏まえた裁断・縫製を行い、身頃・衿・袖の組み立てを通して上半身アイテムを制作する。仕様書に基づいた縫製と検品を実施し、品質管理の基礎を学ぶ。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	縫製基礎確認					縫製基礎演習					
2	2	素材別縫製方法					部分縫い提出					
3	2	裁断・芯貼り					裁断確認					
4	2	部分縫製					衿部分縫い					
5	2	身頃縫製					身頃組立					
6	2	袖縫製					袖組立					
7	2	組み立て					半完成提出					
8	2	中間検品					修正箇所確認					
9	2	修正					再提出					
10	2	仕上げ					完成形提出					
11	2	アイロンワーク					仕上げ確認					
12	2	最終検品					検品表記入					
13	2	表示確認					洗濯表示作成					
14	2	タグ付け					ブランドタグ作成					
15	2	前期提出					完成商品＋仕様書提出					
留意事項												
教材												
大阪文化服装学院編「パターンメイキング」「サンプルメイキング」(大阪文化服装学院)												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
仕様書通りに縫製し、検品基準を満たす上半身商品を完成させることができる。				講義 課題制作				課題提出		80%		
								出席、授業態度		20%		

学科名	ブランドプロデューサー学科				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				
BP207	商品プロダクションⅡ							45				
担当教員	大橋 治子				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。主に1960年代、百貨店に設けられたオートクチュールサロンのパターンと縫製技術を研究。国家資格キャリアコンサルタント保有。										
講義目的												
商品企画から制作・検品・販売提案までを通し、売れる商品を形にする実践力を養う。												
授業内容												
ターゲット設定と商品企画を行い、原価を意識した裁断・縫製を実施する。特殊素材やニットにも対応し、最終検品、表示作成、商品説明作成までを行う。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	商品企画立案					ターゲット設定					
2	2	デザイン決定					デザイン画提出					
3	2	原価計算					原価概算提出					
4	2	裁断					裁断確認					
5	2	縫製①					進捗確認					
6	2	縫製②					中間提出					
7	2	縫製③					完成手前提出					
8	2	表示・副資材確認					修正					
9	2	仕上げ					完成					
10	2	最終検品					検品表提出					
11	2	表示・副資材確認					表示タグ作成					
12	2	商品説明作成					撮影データ提出					
13	2	商品プレゼン準備					販売用コメント作成					
14	2	商品プレゼン					発表					
15	2	総括提出					完成商品＋仕様書＋原価表＋販売資料					
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」「サンプルメイキング」(大阪文化服装学院)												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
販売を想定した完成度の高い商品を制作し、商品コンセプトと価値を説明できる。				講義 課題制作				課題提出		80%		
								出席、授業態度		20%		

学科名	ブランドプロデューサー学科				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					
BP208	デジタルスキルD							15					
担当教員	土井 奈緒子				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	○	国内外の婦人服・水着デザイナーとして大手アパレルメーカーに勤務。授業では、デザイン企画に特化したグラフィックデザインソフトの基本や応用操作の指導を行う。											
講義目的													
Adobe Photoshopの基本操作を習得し、商品画像の補正・加工を行うための基礎的な画像処理技術とデータ理解力を養う。													
授業内容													
ビットマップデータ、解像度、レイヤー概念を理解し、切り抜き・色調補正・文字配置などの基本操作を習得する。印刷用途を想定した画像データ作成を行う。													
授業計画及び学習課題													
項目	回数	内容					学習課題						
1	2	Photoshop基礎概論					画像解像度レポート						
2	2	基本操作・選択範囲					切り抜き課題						
3	2	レイヤー操作					合成演習						
4	2	画像補正基礎					補正課題提出						
5	2	色調補正応用					商品画像加工						
6	2	文字入れ・レイアウト					ビジュアル制作						
7	2	画像データ書き出し					印刷用データ提出						
留意事項													
興味をもって課題練習に取り組み、操作を覚えられるまで繰り返し実践すること。遅刻・欠席(公欠の場合も)等で授業に遅れた時は、次の授業時間までに、必ず自習しておくこと。													
教材													
最終到達目標													
学習法													
評価方法及び評価割合													
Photoshopを操作して商品画像を適切に補正・加工し、印刷に対応した画像データを作成できる。				Appleコンピューターを使用した実技				定期課題			50%		
								小課題			50%		

学科名	ブランドプロデューサー学科				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				

学科名	ブランドプロデューサー学科				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				
BP209	WEBショップ							15				
担当教員	野村 真介				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	○	グラフィックデザイナーからWEBデザイナーに転向し10年。大阪でWEB会社を経営し、コスメブランドなどのWEBショップの運営やプロモーションを担当。中小企業などにSNSなどマーケティング方法についてのセミナーやレクチャーなどを行っている。										
講義目的												
Instagramを活用した広報の重要性と基本的なマーケティング手法を理解し、ECサイトを自ら構築できる基礎力を養う。												
授業内容												
ブランドやショップの集客を目的としたマーケティングの基礎を学び、Instagramの運用設計(ターゲット設定・投稿設計・世界観構築)を行う。あわせて、ECサイトの立ち上げ方法、商品登録、価格設定、ページデザイン、決済・配送設定などの基本構築を実践的に学ぶ。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	ネットショップ運営についての基礎知識					ネット販売の概要と背景・ポイント					
2	1	インスタグラムマーケティング①					インスタグラムの基礎知識・ターゲット確認					
3	1	インスタグラムマーケティング②					インスタグラムのプロフィール確認とクオリティチェック・投稿までの準備					
4	1	インスタグラムマーケティング③					投稿テストと反応(インサイト確認)					
5	1	インスタグラムマーケティング④					ストーリー・投稿・リールの投稿(インサイト確認)					
6	1	BASE構築① 撮影実習					BASEの機能説明・商品撮影のポイント					
7	1	BASE構築② 撮影実習					商品撮影と素材の確認					
8	1	BASE構築③ 商品説明文作成					商品撮影と商品名・説明作成					
9	1	BASE構築④ 商品説明文作成					商品撮影と商品名・説明作成					
10	1	BASE構築⑤ WEBショップ作成					canvaでの素材作り・レイアウト構築・基礎設定					
11	1	BASE構築⑥ WEBショップ作成					BASE構築実践①					
12	1	BASE構築⑦ WEBショップ作成					BASE構築実践②					
13	1	BASE構築⑧ WEBショップ作成					BASE構築グループ発表					
14	1	BASE構築⑨ WEBショップ作成					BASE構築グループ発表					
15	1	BASE構築⑩ WEBショップ作成					BASE構築グループ発表					
留意事項												
初めは聞きなれない言葉も出てくるが、わからないことは質問する												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
Instagramの広報設計ができ、自身のECサイトを構築し、販売開始までの準備を自力で行える。				インスタグラムは実践の効果を確認。ECサイトは基礎設定から商品登録→販売までの一通りを作業工程で学ぶ。				取組姿勢		40%		
								提出課題		60%		

学科名	ブランドプロデューサー学科				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				
BP209	WEBショップ							15				
担当教員	野村 真介				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	○	グラフィックデザイナーからWEBデザイナーに転向し10年。大阪でWEB会社を経営し、コスメブランドなどのWEBショップの運営やプロモーションを担当。中小企業などにSNSなどマーケティング方法についてのセミナーやレクチャーなどを行っている。										
講義目的												
ECサイトの運営方法を実践的に学び、集客から販売、改善までを自ら行える運営力を養う。												
授業内容												
構築したECサイトを実際に運営し、Instagramと連動した集客施策を実行する。販売計画の立案、売上目標設定、販促企画、データ分析(閲覧数・購買率など)を行い、「どのように販売していくのか」「どのように改善するのか」を実践的に学ぶ。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	BASEブラッシュアップ指導①					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
2	1	BASEブラッシュアップ指導②					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
3	1	BASEブラッシュアップ指導③					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
4	1	BASEブラッシュアップ指導④					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
5	1	BASEブラッシュアップ指導⑤					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
6	1	BASEブラッシュアップ指導⑥					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
7	1	BASEブラッシュアップ指導⑦					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
8	1	BASEブラッシュアップ指導⑧					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
9	1	BASEブラッシュアップ指導⑨					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
10	1	BASEブラッシュアップ指導⑩					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
11	1	BASEブラッシュアップ指導⑪					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
12	1	BASEブラッシュアップ指導⑫					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
13	1	BASEブラッシュアップ指導⑬					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
14	1	BASEブラッシュアップ指導⑭					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
15	1	BASEブラッシュアップ指導⑮					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
留意事項												
前期を復習しながら、自分のものにしていく。												
教材												
最終到達目標			学習法				評価方法及び評価割合					
自ら企画した商品をECサイトで販売し、Instagramを活用した集客と売上管理を行いながら、継続的に運営・改善できる自走力を身につける。			自分で作ったECサイトを使って実践・発表				取組姿勢			20%		
							提出課題			80%		

学科名	ブランドプロデューサー学科				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				
BP210	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。</p> <p>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。</p> <p>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)</p> <p>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。</p> <p>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	ブランドプロデューサー学科				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			
BP210	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) 閏間正雄編「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	ブランドプロデューサー学科				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													
BP211	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	○	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。主に1960年代、百貨店に設けられたオートクチュールサロンのパターンと縫製技術を研究。国家資格キャリアコンサルタント保有。																			
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"> <tr> <td>オリエンテーション</td> <td>海外研修の意義について。注意事項</td> <td>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																					
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%												