

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	3	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数		単位数		
BP301	ブランドプロデュース企画 I							30		2		
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もち、授業に活かしている。										
講義目的												
企画リーダーとして、ターゲットのニーズに合ったブランディングと商品構成・企画の出来る人材育成。												
授業内容												
2年次に習得した企画立案方法を用い、オリジナルブランドの企画と商品生産。ブランドはWEBショップとショップにて展開し、販売する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	マクロ情報の収集と分析レポート1					社会動向・コレクショントレンド・業界情報を収集する					
2	2	マクロ情報の収集と分析レポート2					得た情報から気になるトピックスをレポートにまとめる					
3	2	マイブランド方向性決定					分析・ディスカッション結果から、方向性を決める					
4	2	ターゲティング設定1					ブランドのターゲットを具体的に設定する					
5	2	ターゲティング設定2					ターゲットのペルソナ像を想定する。					
6	2	コンセプト設定1					シートを使用した詳細設定					
7	2	コンセプト設定2					シートを使用した詳細設定					
8	2	ポジショニング分析1					コンペチター設定、ポジショニングマップ作成					
9	2	ポジショニング分析2					コンペチターの商品・販促情報の収集					
10	2	ブランディング戦略					ブランドメッセージ・ストーリー・パーソナリティなどからロゴや下げ札・POPイメージまで考え、作成					
11	2	販売戦略計画、販促計画立案					SCを元に、予算組み立て、納期、PRスケジュール決定					
12	2	販売戦略計画、商品収集・作成1					ブランドで販売する商品を選定、手配又は作成、販促活動開始					
13	2	販売戦略計画、商品収集・作成2					ブランドで販売する商品を選定、手配又は作成					
14	2	マイブランドプレゼンテーション					校内プレゼンテーション、教員チェック					
15	2	企画書作成1					企画書にまとめる					
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												
教材												
新配色カラーカード												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
アパレルブランド立ち上げの流れを知り、販売戦略を立てながら企画の立案が出来る。				演習				課題提出		30%		
								習熟度		70%		

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	3	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数			単位数	
BP301	ブランドプロデュース企画 I							30			2	
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												
企画リーダーとして、ターゲットのニーズに合ったブランディングと商品構成・企画の出来る人材育成。												
授業内容												
2年次に習得した企画立案方法を用い、オリジナルブランドの企画と商品生産。ブランドはWEBショップと商品委託先ショップにて展開し、販売する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	企画書作成2					企画書にまとめる					
2	2	企画書作成3					企画書にまとめる					
3	2	WEBショップ開設準備					商品紹介文、写真撮影等					
4	2	販売戦略・行動1					SCIに合わせ増産又は新作手配、販促活動					
5	2	販売戦略・行動2					SCIに合わせ増産又は新作手配、販促活動					
6	2	販売戦略・行動3					SCIに合わせ増産又は新作手配、販促活動					
7	2	販売戦略・行動4					SCIに合わせ増産又は新作手配、販促活動					
8	2	WEBショップ報告作業					売上、管理台帳作成・提出					
9	2	ブランド運営報告書作成1					企画～結果までの報告レポート作成					
10	2	ブランド運営報告書作成2					企画～結果までの報告レポート作成					
11	2	ブランド運営報告書作成3					企画～結果までの報告レポート作成					
12	2	プレゼンテーション、総括					ブランド運営報告会→レポート提出					
13	2	商品準備1					販売内容準備					
14	2	商品準備2					販売内容準備					
15	2	商品準備3					販売内容準備					
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												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
アパレルブランド立ち上げの流れを知り、販売戦略を立てながら企画の立案が出来る。				演習				課題提出			70%	
								習熟度			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	3	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数		単位数		
BP302	マーチャンドライジングⅢ							30		2		
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、実際の業務内容や数値管理、商品仕入計画などの指導										
講義目的												
実習店舗を運営する為、顧客のニーズに合ったものが最適な形で提供される市場を作る。												
授業内容												
実習店舗周辺のリサーチを行いマーチャンドライジング（仕入計画、在庫管理、販売管理、価格設定）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）販売経営管理を実践で行う。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容				学習課題						
1	2	ターゲティング				他のものによって得られない固有の特別な価値を創り出す。						
2	2	コンセプト設定1				他のものによって得られない固有の特別な価値を創り出す。						
3	2	コンセプト設定2				他のものによって得られない固有の特別な価値を創り出す。						
4	2	コンセプト設定3				他のものによって得られない固有の特別な価値を創り出す。						
5	2	実施計画書①				計画の効果的な実践の為の企画書制作						
6	2	実施計画書②				目的と目標設定 数量化、数値化						
7	2	実施計画書③				商品展開について						
8	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 有効な販促とは何か						
9	2	販売計画				販路と販売方法						
10	2	シーズン商品展開				販売計画をたてる						
11	2	シーズン商品展開				販売計画をたてる						
12	2	ストアオペレーション①				コーディネート提案と販促の重要性						
13	2	ストアオペレーション②				商品分析とセールストーク						
14	2	ストアオペレーション③				コア商品と強化品番						
15	2	PDCAサイクルを考える				PDCAサイクルを考える						
留意事項												
時間外で自らアクションして市場を見ながら復習することが重要。												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
ブランド運営におけるシーズンサイクルの重要性を理解し、ブランドに合った展開計画を立案出来る				ブランド運営を通して体験しながら学ぶ。				取組姿勢		30%		
								提出課題		70%		

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	3	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数		単位数		
BP302	マーチャンドライジングⅢ							30		2		
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、実際の業務内容や数値管理、商品仕入計画などの指導										
講義目的												
実習店舗を運営する為、顧客のニーズに合ったものが最適な形で提供される市場を作る。												
授業内容												
実習店舗周辺のリサーチを行いマーチャンドライジング（仕入計画、在庫管理、販売管理、価格設定）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）販売経営管理を実践で行う。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	商品準備1					生産計画・ディスプレイ					
2	2	商品準備2					生産計画・ディスプレイ					
3	2	商品準備3					販促物・イベント計画					
4	2	商品準備4					販促物・イベント計画					
5	2	商品準備5					販促物・イベント計画					
6	2	MD検証					マーチャンドライジング・オペレーション					
7	2	MD検証					マーチャンドライジング・オペレーション					
8	2	MD検証					マーチャンドライジング・オペレーション					
9	2	MD検証					マーケティング・販売経営管理					
10	2	MD検証					マーケティング・販売経営管理					
11	2	改善行動					PDCA					
12	2	改善行動					PDCA					
13	2	改善行動					PDCA					
14	2	今後の展望・まとめ					来シーズンに向けたMD計画					
15	2	今後の展望・まとめ					来シーズンに向けたMD計画					
留意事項												
時間外で自らアクションして市場を見ながら復習することが重要。												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
ブランド運営におけるシーズンサイクルの重要性を理解し、ブランドに合った展開計画を立案出来る				ブランド運営を通して体験しながら学ぶ。				取組姿勢		30%		
								提出課題		70%		

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	3	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数		単位数		
BP303	商品企画 I							30		2		
担当教員	中村 紗希				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デザイナーとして勤務。インナーやアウター、ボトムスまで多種多様なアイテムをトータルコーディネートで企画。実務経験を生かし、授業では商品知識やコーディネートテクニックの基礎知識を身につける。										
講義目的												
ターゲットのニーズに合ったブランディングと商品構成・デザイン企画の出来る人材育成。												
授業内容												
web shopでの売上動向を踏まえたリアルターゲットの分析を行い、実習店舗の運営に向けブランドの方向性を見据えた商品を企画・製作する。ブランドに合わせたセールスプロモーションのための販促物のデザインと作成を行い、ブランド運営を学ぶ。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容				学習課題						
1	2	マイブランド企画				ターゲットと市場動向分析						
2	2	マイブランド企画				ニーズ予測マップ						
3	2	マイブランド企画				ニーズ予測マップ						
4	2	マイブランド企画				シーズンサイクル展開マップ						
5	2	マイブランド企画				シーズンサイクル展開マップ						
6	2	デザイン				プロダクトデザイン						
7	2	デザイン				プロダクトデザイン						
8	2	デザイン				プロダクトデザイン						
9	2	販促物作成				下げ札作成、ショップカード、ポスター、商品POP作成						
10	2	販促物作成										
11	2	デザイン				プロダクトデザイン						
12	2	デザイン				プロダクトデザイン						
13	2	生産				生産手配						
14	2	生産				生産手配						
15	2	生産				生産手配						
留意事項												
市場のトレンドやデザインに興味を持ち、どのようにできているかを日々考えること												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
ファッションブランドの販売戦略を立てながら企画の立案と商品のデザインが出来る。				演習				課題提出		30%		
								習熟度		70%		

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	3	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数		単位数		
BP303	商品企画 I							30		2		
担当教員	中村 紗希				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デザイナーとして勤務。インナーやアウター、ボトムスまで多種多様なアイテムをトータルコーディネートで企画。実務経験を生かし、授業では商品知識やコーディネートテクニックの基礎知識を身につける。										
講義目的												
ターゲットのニーズに合ったブランディングと商品構成・デザイン企画の出来る人材育成。												
授業内容												
web shopでの売上動向を踏まえたリアルターゲットの分析を行い、実習店舗の運営に向けブランドの方向性を見据えた商品を企画・製作する。ブランドに合わせたセールスプロモーションのための販促物のデザインと作成を行い、ブランド運営を学ぶ。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	新作展開準備					冬新作デザイン					
2	2	新作展開準備					冬新作デザイン					
3	2	新作展開準備					冬新作デザイン					
4	2	新作展開準備					冬新作デザイン					
5	2	販売戦略・行動1					増産又は新作手配、販促活動					
6	2	販売戦略・行動2					増産又は新作手配、販促活動					
7	2	販売戦略・行動3					増産又は新作手配、販促活動					
8	2	販売戦略・行動4					増産又は新作手配、販促活動					
9	2	商品制作					下げ札作成、ショップカード、ポスター、商品POP作成					
10	2	商品制作										
11	2	商品制作					売上管理台帳、日計表準備、搬入、VMD					
12	2	商品制作					審査会及び店舗運営					
13	2	商品制作					搬出、表彰式					
14	2	新作展開マップ					新作企画準備					
15	2	新作展開マップ					新作企画準備					
留意事項												
市場のトレンドやデザインに興味を持ち、どのようにできているかを日々考えること												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
ファッションブランドの販売戦略を立てながら企画の立案と商品のデザインが出来る。				演習				課題提出		30%		
								習熟度		70%		

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	3	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数		単位数		
BP304	ビジネススキルⅢ							30		2		
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、10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												
ターゲットのニーズに合ったブランディングと商品構成・デザイン企画の出来る人材が事業としての運営方法を学ぶ。												
授業内容												
ブランド事業の規模に沿った計画書や各種申請の方法と実践を行う。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	商品計画					商品展開計画・商品デザイン					
2	2	商品計画					商品展開計画・商品デザイン					
3	2	商品計画					商品展開計画・商品デザイン					
4	2	商品計画					商品展開計画・商品デザイン					
5	2	販売戦略・行動1					増産又は新作手配、販促活動					
6	2	販売戦略・行動2					増産又は新作手配、販促活動					
7	2	販売戦略・行動3					増産又は新作手配、販促活動					
8	2	販売戦略・行動4					増産又は新作手配、販促活動					
9	2	商品制作					下げ札作成、ショップカード、ポスター、商品POP作成					
10	2	商品制作										
11	2	商品委託先開拓					売上管理台帳、日計表準備					
12	2	商品委託先開拓					商談練習					
13	2	商品委託先開拓					商談練習					
14	2	委託販売					委託先展開手法					
15	2	委託販売					委託先展開手法					
留意事項												
トレンドや社会動向へ関心をもち、店頭リサーチを日頃から実施すること												
教材												
最終到達目標												
学習法												
評価方法及び評価割合												
<p>アパレルブランド立ち上げの流れを知り、販売戦略を立てながら新たな企画の立案と行動が出来る。</p>		演習					課題提出			30%		
							習熟度			70%		

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	3	年	学期	前期		後期	○	
講座コード	授業科目名							授業時間数		単位数			
BP304	ビジネススキルⅢ							30		2			
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、10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													
ターゲットのニーズに合ったブランディングと商品構成・デザイン企画の出来る人材が事業としての運営手法を学ぶ													
授業内容													
ブランド事業の規模に沿った計画書や各種申請の方法と実践を行う。													
授業計画及び学習課題													
項目	回数	内容					学習課題						
1	2	販売戦略・行動1					増産又は新作手配、販促活動						
2	2	販売戦略・行動2					増産又は新作手配、販促活動						
3	2	販売戦略・行動3					増産又は新作手配、販促活動						
4	2	販売戦略・行動4					増産又は新作手配、販促活動						
5	2	売上管理					売上管理とコストについて、講義と個別台帳作成						
6	2	売上管理											
7	2	販路拡大戦略					販路開拓と商品考案						
8	2	販路拡大戦略					販路開拓と商品考案						
9	2	販路拡大戦略					販路開拓と商品考案						
10	2	販路拡大戦略					販路開拓と商品考案						
11	2	販路別売上検証					売上管理台帳まとめ						
12	2	販路別売上検証					売上管理台帳まとめ 提出						
13	2	事業計画書 草案					計画書作成						
14	2	事業計画・融資について					計画と融資について						
15	2	ビジョン発表					次年度計画について発表						
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													
教材													
最終到達目標													
学習法													
評価方法及び評価割合													
アパレルブランド立ち上げの流れを知り、販売戦略を立てながら新たな企画の立案と行動が出来る。					演習					課題提出			30%
										習熟度			70%

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	3	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数		単位数		
BP305	AIビジネスⅡ							15		1		
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、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					ブランド構築とAIの活用について					
2	1	AI概論①					講義 ファッションのDX化とは河合氏①					
3	1	AI概論②					講義 ファッションのDX化とは河合氏②					
4	1	AI概論③					講義レポートの作成					
5	1	AI概論④					ブランド構築におけるAIの活用①					
6	1	AI概論⑤					ブランド構築におけるAIの活用②					
7	1	AI活用グループワーク					販路改善策の提案①					
8	1	AI活用グループワーク					販路改善策の提案②					
9	1	AI活用グループワーク					販路改善策の提案③					
10	1	AI活用グループワーク					販路改善策の提案④					
11	1	AI活用グループワーク					販路改善策の提案⑤					
12	1	AI活用グループワーク					長期運営店舗、オリジナルブランドの販売促進①					
13	1	AI活用グループワーク					長期運営店舗、オリジナルブランドの販売促進②					
14	1	AI活用グループワーク					長期運営店舗、オリジナルブランドの販売促進③					
15	1	AI活用グループワーク					長期運営店舗、オリジナルブランドの販売促進④					
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				
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							
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数		単位数		
BP305	AIビジネスⅡ							15		1		
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、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					ブランド構築とAIの活用について					
2	1	AI概論①					講義 ファッションのDX化とは河合氏①					
3	1	AI概論②					講義 ファッションのDX化とは河合氏②					
4	1	AI概論③					講義レポートの作成					
5	1	AI概論④					ブランド構築におけるAIの活用①					
6	1	AI概論⑤					ブランド構築におけるAIの活用②					
7	1	AI活用グループワーク					販路改善策の提案①					
8	1	AI活用グループワーク					販路改善策の提案②					
9	1	AI活用グループワーク					販路改善策の提案③					
10	1	AI活用グループワーク					販路改善策の提案④					
11	1	AI活用グループワーク					販路改善策の提案⑤					
12	1	AI活用グループワーク					長期運営店舗、オリジナルブランドの販売促進①					
13	1	AI活用グループワーク					長期運営店舗、オリジナルブランドの販売促進②					
14	1	AI活用グループワーク					長期運営店舗、オリジナルブランドの販売促進③					
15	1	AI活用グループワーク					長期運営店舗、オリジナルブランドの販売促進④					
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				
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							
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数			単位数	
BP306	商品プロダクションⅢ							30			2	
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												
様々な素材に触れ、特性を理解した商品制作。デザイン、パターン、縫製の流れに沿ったモノ作り。												
授業内容												
ニットの特性を理解した縫製。2本針4本糸、ペガサスミシンでの縫製方法を知る。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	ニット制作					型紙の内容を理解する。基本の型から新たなデザインを考える					
2	1	ニット制作					パターン修正					
3	1	ニット制作					パターン修正					
4	1	ニット制作					仕様書					
5	1	ニット制作					生地裁断					
6	1	ニット制作					縫製					
7	1	ニット制作					縫製					
8	1	ニット制作					縫製					
9	1	ニット制作					縫製					
10	1	ニット制作					縫製					
11	1	ニット制作					縫製					
12	1	ニット制作					検品					
13	1	テキスタイルアート					織物					
14	1	テキスタイルアート					織物					
15	1	テキスタイルアート					織物					
留意事項												
授業で遅れた分は、次回の授業までに終わらせておくようにする												
教材												
大阪文化服装学院編「サンプルメイキングテキスト」(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				
ニット素材を理解しカットソーの縫製				課題作成				提出課題		70%		
								取組姿勢		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	3	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数		単位数		
BP306	商品プロダクションⅢ							30		2		
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												
部分縫いを通して、特殊素材の扱いを知る。また、個人ブランドでのオリジナル商品制作。												
授業内容												
薄物素材、デニム、皮革などアパレル商品で扱われている素材の縫製方法。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	部分縫い①					透ける素材の扱い方。透ける素材縫製					
2	1	部分縫い②					透ける素材の扱い方。透ける素材縫製					
3	1	部分縫い③					チュール素材の扱い方。チュール素材縫製					
4	1	部分縫い④					チュール素材の扱い方。チュール素材縫製					
5	1	部分縫い⑤					デニム素材の扱い方。デニム素材縫製					
6	1	部分縫い⑥					デニム素材の扱い方。デニム素材縫製					
7	1	部分縫い⑦					皮革素材の扱い方。皮革素材縫製					
8	1	部分縫い⑧					皮革素材の扱い方。皮革素材縫製					
9	1	オリジナルアイテム制作①					オリジナルアイテムの制作					
10	1	オリジナルアイテム制作②					オリジナルアイテムの制作					
11	1	オリジナルアイテム制作③					オリジナルアイテムの制作					
12	1	オリジナルアイテム制作④					オリジナルアイテムの制作					
13	1	オリジナルアイテム制作⑤					オリジナルアイテムの制作					
14	1	オリジナルアイテム制作⑥					オリジナルアイテムの制作					
15	1	オリジナルアイテム制作⑦					オリジナルアイテムの制作					
留意事項												
授業で遅れた分は、次回の授業までに終わらせておくようにする												
教材												
大阪文化服装学院編「サンプルメイキングテキスト」(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				
特殊素材(薄物、皮革)を理解する。売れる商品制作。				課題作成				提出課題		70%		
								取組姿勢		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	3	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数		単位数		
BP307	商品研究 I							60		4		
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												
マイブランドの商品作成。売れる商品を考案し、展開する。												
授業内容												
ディテール・素材・副資材の研究を行い、商品を作成する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容				学習課題						
1	20	マイブランド研究				使用する素材・副資材の研究 制作方法・展開方法研究						
2	40	商品制作				サンプル制作 パターン修正 工業用作成 量産						
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				
売れる商品の制作				課題作成				提出課題		70%		
								取組姿勢		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	3	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数		単位数		
BP307	商品研究 I							60		4		
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												
マイブランドの商品作成。売れる商品を考案し、展開する。												
授業内容												
ディテール・素材・副資材の研究を行い、商品を作成する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	20	マイブランド研究					シーズンに合わせた展開の研究 使用する素材・副資材の研究 制作方法・展開方法研究					
2	40	商品制作					サンプル制作 パターン修正 工業用作成 量産					
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				
売れる商品の制作				課題作成				提出課題		70%		
								取組姿勢		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	3	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数		単位数		
BP309	就職対策 I							15		1		
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する教員が学生のキャリア形成について指導を行う。									
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					研究の仕方					
9	1	企業研究					各自で研究					
10	1	エントリーシート					書き方、ポイント					
11	1	エントリーシート					実習					
12	1	エントリーシート					フィードバック					
13	1	個人面談										
14	1	個人面談										
留意事項												
教材												
オリジナル資料												
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%		