

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	4	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
BP401	ブランドプロデュース企画Ⅱ							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												
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・企画と業績向上に向けた行動の出来る人材育成。												
授業内容												
3年次に立ち上げたオリジナルブランドの企画と実店舗運営に向けた計画。販売先ショップを開拓・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	4	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
BP401	ブランドプロデュース企画Ⅱ							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												
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・企画と業績向上に向けた行動の出来る人材育成。												
授業内容												
3年次に立ち上げたオリジナルブランドの企画と実店舗運営に向けた計画。販売先ショップを開拓・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					SC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					SC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					SC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					SC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	4	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
BP402	マーチャンダイジングIV							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。 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												
マイブランドを成長させていくための商品展開、PDCAをまわせるようになる。												
授業内容												
マイブランドの売上傾向や購買客分析と検証を行い、現在のブランド立ち位置を把握したうえで、よりよく成長させるためにシーズンサイクルに沿った商品展開計画を立てる。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	購買客・ターゲット分析					ターゲットと実購入者の比較・分析。					
2	2	ポジショニング検証1					ポジショニングの割り出し、現状立ち位置検証					
3	2	ポジショニング検証2					ポジショニングの割り出し、現状立ち位置検証					
4	2	PDCAチェック					PDCAサイクルを考える。					
5	2	実施計画書①					計画の効果的な実践の為の計画書作成					
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	商品展開プラン					商品計画とルートを考える					
9	2	商品展開プラン					商品計画とルートを考える					
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チェック					PDCAチェックを行う					
留意事項												
時間外で自らアクションして市場を見ながら分析・検証することが重要。												
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ポジショニングを正しく割り出し、マイブランドを成長させるための計画を立てることができる。				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	4	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
BP402	マーチャンダイジングⅣ							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												
マイブランドを成長させていくための商品展開、PDCAをまわせるようになる。												
授業内容												
マイブランドの売上傾向や購買客分析と検証を行い、現在のブランド立ち位置を把握したうえで、よりよく成長させるためにシーズンサイクルに沿った商品展開計画を立てる。												
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					マーチャンダイジング・オペレーション					
7	2	MD検証					マーチャンダイジング・オペレーション					
8	2	MD検証					マーチャンダイジング・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					商品展開調整					
12	2	改善行動					商品展開調整					
13	2	今後の展望・まとめ					卒展に向けた発表準備					
14	2	今後の展望・まとめ					卒展に向けた発表準備					
15	2	今後の展望・まとめ					卒展に向けた発表準備					
留意事項												
時間外で自らアクションして市場を見ながら分析・検証することが重要。												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
<p>ブランド運営におけるポジショニングを正しく割り出し、マイブランドを成長させるための計画を立てることができる。</p>				<p>ブランド運営を通して体験しながら学ぶ。</p>				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	4	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
BP403	商品企画Ⅱ							30				
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	WEBショップ売上分析					web shopでの売り上げ、管理台帳作成・提出					
2	2	商品企画					冬スタイリング・詳細デザイン作成					
3	2	リニューアル1					WEBショップの修正					
4	2	リニューアル2					WEBショップの修正					
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	ポップアップストア					売上管理台帳、日計表準備、搬入、VMD					
12	2	ポップアップストア					審査会及び店舗運営					
13	2	ポップアップストア					搬出、表彰式					
14	2	卒業作品展準備1					卒展での発表内容準備					
15	2	卒業作品展準備2					卒展での発表内容準備					
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												
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	4	年	学期	前期		後期	○	
講座コード	授業科目名							授業時間数					
BP403	商品企画Ⅱ							30					
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	WEBショップ売上分析					web shopでの売り上げ、管理台帳作成・提出						
2	2	商品企画					冬スタイリング・詳細デザイン作成						
3	2	リニューアル1					WEBショップの修正						
4	2	リニューアル2					WEBショップの修正						
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	ポップアップストア					売上管理台帳、日計表準備、搬入、VMD						
12	2	ポップアップストア					審査会及び店舗運営						
13	2	ポップアップストア					搬出、表彰式						
14	2	卒業作品展準備1					卒展での発表内容準備						
15	2	卒業作品展準備2					卒展での発表内容準備						
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													
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	4	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
BP404	ビジネススキルIV							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。 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												
自身のブランドに合った販売戦略を立て、事業拡大に取り組む。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	WEBショップ売上分析					web shopでの売り上げ、管理台帳作成・提出					
2	2	商品企画					冬スタイリング・詳細デザイン作成					
3	2	リニューアル1					WEBショップの修正					
4	2	リニューアル2					WEBショップの修正					
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	POP-UP					売上管理台帳、日計表準備					
12	2	POP-UP					販売場所の選定と交渉					
13	2	POP-UP					販売場所の選定と交渉					
14	2	POP-UP					販促展開とMD見直し					
15	2	POP-UP					販促展開とMD見直し					
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				
自身のブランドについて販売戦略を立てながら新たな企画の立案と事業戦略を構築する。				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	4	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
BP404	ビジネススキルIV							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。 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												
自身のブランドに合った販売戦略を立て、事業拡大に取り組む。												
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	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					
6	2	商品制作										
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	ビジョンシート作成					マイブランドまとめと展望について					
14	2	ビジョンシート作成					マイブランドまとめと展望について					
15	2	発表					卒展発表資料の提出					
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				
自身のブランドについて販売戦略を立てながら新たな企画の立案と事業戦略を構築する。				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	4	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
BP405	商品プロダクションIV							30				
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	○	42年間、服飾専門学校で勤務。今までに得たパターン、縫製の専門知識を学生に指導。										
講義目的												
商品企画の内容をカタチにする。「パターン・縫製・検品」の生産部分を実践を通して学ぶ。												
授業内容												
個人ブランドのMD計画表に基づき、パターンメイキングから縫製と、商品制作をする。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	個人ブランド制作					パターンメイキング、フィッティング、工業用パターン、縫製仕様書、縫製、検品までを行う					
2	2	個人ブランド制作					SSトップス製図					
3	2	個人ブランド制作					トップス製図					
4	2	個人ブランド制作					トップス縫製					
5	2	個人ブランド制作					トップス縫製					
6	2	個人ブランド制作					トップス縫製					
7	2	個人ブランド制作					トップス縫製					
8	2	個人ブランド制作					検品					
9	2	個人ブランド制作					ボトムス製図					
10	2	個人ブランド制作					ボトムス縫製					
11	2	個人ブランド制作					ボトムス縫製					
12	2	個人ブランド制作					ボトムス縫製					
13	2	個人ブランド制作					ボトムス縫製					
14	2	個人ブランド制作					ボトムス製図					
15	2	個人ブランド制作					検品					
留意事項												
教材												
大阪文化服装学院デジタル教科書「サンプルメイキング」「パタンメイキング」「工業用パターンメイキング」												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
店頭およびECサイトで販売する個人ブランドの商品制作				商品制作				商品制作		80%		
								出席		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	4	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
BP405	商品プロダクションIV							30				
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		○	42年間、服飾専門学校で勤務。今までに得たパターン、縫製の専門知識を学生に指導。									
講義目的												
商品企画の内容をカタチにする。「パターン・縫製・検品」の生産部分を実践を通して学ぶ。												
授業内容												
個人ブランドのMD計画表に基づき、パターンメイキングから縫製と、商品制作をする。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	個人ブランド制作					パターンメイキング、フィッティング、工業用パターン、縫製仕様書、縫製、検品までを行う					
2	2	個人ブランド制作					AWトップス製図					
3	2	個人ブランド制作					トップス製図					
4	2	個人ブランド制作					トップス製図					
5	2	個人ブランド制作					トップス縫製					
6	2	個人ブランド制作					トップス縫製					
7	2	個人ブランド制作					トップス縫製					
8	2	個人ブランド制作					検品					
9	2	個人ブランド制作					ワンピース製図					
10	2	個人ブランド制作					ワンピース縫製					
11	2	個人ブランド制作					ワンピース縫製					
12	2	個人ブランド制作					ワンピース縫製					
13	2	個人ブランド制作					ワンピース縫製					
14	2	個人ブランド制作					ワンピース製図					
15	2	個人ブランド制作					検品					
留意事項												
教材												
大阪文化服装学院デジタル教科書「サンプルメイキング」「パタンメイキング」「工業用パターンメイキング」												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
店頭およびECサイトで販売する個人ブランドの商品制作				商品制作				商品制作		80%		
								出席		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	4	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
BP406	商品研究Ⅱ							60				
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				
売上計画に基づいたマイブランドのターゲットにヒットする売れる商品の制作				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	4	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
BP406	商品研究Ⅱ							60				
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				
売上計画に基づいたマイブランドのターゲットにヒットする売れる商品の制作				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	4	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
BP407	デジタルスキルIV							15				
担当教員	西田 由美子				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	○				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							
講義目的												
インターネットを使ったプロモーションと印刷ツール作成方法を学び、オリジナルブランドの運営に活用する。												
授業内容												
ECサイトの運用方法 デジタルマーケティングの知識と運用方法 印刷会社への発注を前提とした、各種ツール作成方法												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	WEB8					知っておきたい法律の知識・炎上とその対策					
2	2	WEB9					動画を使ったプロモーション・YouTube					
3	2	WEB10					検索とSEO対策					
4	2	WEB11					WEBプロモーション戦略作成・制作実習					
5	2	DTP1					印刷データの作成・制作実習					
6	2	DTP2					ロゴ作成・制作実習					
7	2	DTP3					ポストカード作成・制作実習					
8	1	まとめ					印刷データ・ロゴ・ポストカード最終チェック					
留意事項												
実際のブランド立ち上げや店舗運営を想定し取り組む。												
教材												
最終到達目標												
学習法												
評価方法及び評価割合												
WEBやSNS、印刷ツールを使いこなし、効果的なプロモーション活動ができるようになる。		WEBマーケティングの講義及び企画書作成 印刷会社への発注を見越したDTP実習					提出課題			70%		
							企画書			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	4	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
BP407	デジタルスキルIV							15				
担当教員	西田 由美子				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	○	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										
講義目的												
インターネットを使ったプロモーションと印刷ツール作成方法を学び、オリジナルブランドの運営に活用する。												
授業内容												
ECサイトの運用方法 デジタルマーケティングの知識と運用方法 印刷会社への発注を前提とした、各種ツール作成方法												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	プロモーションツール制作指導1					ECサイト、SNSの運営及び印刷物の制作指導・制作実習					
2	2	プロモーションツール制作指導2					ECサイト、SNSの運営及び印刷物の制作指導・制作実習					
3	2	プロモーションツール制作指導3					ECサイト、SNSの運営及び印刷物の制作指導・制作実習					
4	2	プロモーションツール制作指導4					ECサイト、SNSの運営及び印刷物の制作指導・制作実習					
5	2	プロモーションツール制作指導5					ECサイト、SNSの運営及び印刷物の制作指導・制作実習					
6	2	プロモーションツール制作指導6					ECサイト、SNSの運営及び印刷物の制作指導・制作実習					
7	2	プロモーションツール制作指導7					ECサイト、SNSの運営及び印刷物の制作指導・制作実習					
8	1	まとめ					制作物のデータ整理					
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				
WEBやSNS、印刷ツールを使いこなし、効果的なプロモーション活動ができるようになる。				WEBマーケティングの講義及び企画書作成 印刷会社への発注を見越したDTP実習				提出課題		70%		
								企画書		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	4	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
BP408	就職対策Ⅱ							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												
卒業後の進路決定をする。												
授業内容												
企業研究、エントリーシート作成、面談												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	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	個人面談					個人面談(企業研究・エントリーシート作成)					
3	1	個人面談					個人面談(企業研究・エントリーシート作成)					
4	1	個人面談					個人面談(企業研究・エントリーシート作成)					
5	1	個人面談					個人面談(企業研究・エントリーシート作成)					
6	1	個人面談					個人面談(企業研究・エントリーシート作成)					
7	1	個人面談					個人面談(企業研究・エントリーシート作成)					
8	1	個人面談					個人面談(企業研究・エントリーシート作成)					
9	1	個人面談					個人面談(企業研究・エントリーシート作成)					
10	1	個人面談					個人面談(企業研究・エントリーシート作成)					
11	1	個人面談					個人面談(企業研究・エントリーシート作成)					
12	1	個人面談					個人面談(企業研究・エントリーシート作成)					
13	1	個人面談					個人面談(企業研究・エントリーシート作成)					
14	1	個人面談					個人面談(企業研究・エントリーシート作成)					
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%		