

学科名	ファッションビジネス学科				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				
B220	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					柄について復習					
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) 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	ファッションビジネス学科				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				
B220	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	ファッションビジネス学科				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				
B217	デジタルスキルⅡ							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												
アパレル業界において広く利用されている、コンピューターによるデザインやプレゼンテーション資料作成のスキルは必須である。業界標準的に使われている「Adobeイラストレーター、フォトショップ」操作の基本と活用方法を学び、スキル向上をはかる。												
授業内容												
Adobeイラストレーター、フォトショップを使用し、ファッションに関連した教材を使って、段階的に操作方法を身に付け、アパレル業界で行われる各種作業に対応する活用力を身に付ける。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	コンピューターとデジタルデータ概論					デジタルデータの扱いとツール制作時のワークフローの理解					
2	2	イラストレーターとDTPワークフロー					イラストレーターの基本操作とパス、オブジェクト概念の理解					
3	2	ロゴマークの作成					パスファインダーの機能を活用し形を作る					
4	2	ペンツールの使い方 トレース練習					下絵をなぞってパスを書く 修正の仕方					
5	2	テキストについて					テキスト機能を使いこなす。プリンターとフォントの関係の理解					
6	2	印刷データの作成方法					アートボード、トリムマーク、ガイドライン等、印刷設定の理解					
7	2	フォトショップと印刷					フォトショップ基本操作とビットマップデータ、画像解像度の理解					
8	2	イラストレーターとフォトショップの連携					写真を使った印刷物の作成方法を理解する					
9	2	ツール作成練習					フライヤーの作成(裏表)					
10	2	フォトショップ応用(1)					トレースと合成					
11	2	フォトショップ応用(2)					画像補正					
12	2	ツール作成練習					ハンガーイラスト(手書きされたハンガーイラストをトレースする)					
13	2	ツール作成練習					チラシの作成(裏表)					
14	4	データフォーマット概論					写真、印刷、映像、さまざまなデータフォーマットを理解する					
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												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
Adobeイラストレーター、フォトショップを操作して、さまざまなツールを作成し、印刷会社に発注できる。デジタルデータや入稿データについて理解できる。				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	ファッションビジネス学科				コース名			共通				
分類	必修	○	選択		配当学年	2	年	学期	前期		後期	○

学科名	ファッションビジネス学科				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				
B218	就職対策Ⅱ							15				
担当員	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>就職に対する意識を向上させ、自己分析から企業研究、早期の内定を目指す。 基本姿勢・基本動作の習得。</p>												
授業内容												
<p>ビジネスマナーや一般常識の講義及び履歴書作成のポイント、面接のポイントをトータルに学習する。 プレゼンテーション、模擬面接等の反復を行い、自己表現(自分らしさ)出来る指導を行う。</p>												
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					企業の求める人材について					
2	1	就職活動指導					自己分析①グループディスカッション					
3	1	就職活動指導					自己分析② 1分間スピーチ原稿作成					
4	1	就職活動指導					自己分析③ 1分間スピーチ①					
5	1	就職活動指導+(個人面談)					1分間スピーチ② +(個人面談による状況確認)					
6	1	就職活動指導					エントリーシート作成①					
7	1	就職活動指導					面接について					
8	1	就職活動指導+(個人面談)					グループディスカッション+(個人面談による状況確認)					
9	1	模擬面接					面接手法について					
10	1	模擬面接					面接実施					
11	1	模擬面接					面接実施					
12	1	模擬面接					グループワーク					
13	1	個人面談					活動状況報告					
14	1	個人面談					今後の対策について					
15	1	今後の活動について					後期の活動について説明					
留意事項												
<p>ワンデーインターンシップ等も積極的に活用して就職活動に繋げる。 学生から社会人に向けての意識をもって取り組む。</p>												
教材												
chromebook・履歴書・就職希望先のエントリーシート												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
前期での内定先確保				講義、グループディスカッション、プレゼンテーションを繰り返し行い、自分の考えを人に効果的に伝えられるように練習する。				取組姿勢		60%		
								演習課題		40%		

学科名	ファッションビジネス学科				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					
B219	卒業制作							60					
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、販売から商品仕入計画まで幅広く指導を行う。											
講義目的													
ビジネス学科2年間で培った知識・技術を実践し、考える力・コミュニケーション力・社会性を身につける。													
授業内容													
各コースの特性を活かし、オリジナルSHOP運営を行う。企画、仕入れ、販売促進、店舗構成、店頭販売、返品、売上集計、ファイリング迄をトータルで行う。													
授業計画及び学習課題													
項目	回数	内容					学習課題						
1	2	卒業作品発表会概要					スケジュールと概要説明・グループ分け、役割決定						
2	2	リサーチ					社会動向リサーチ、ターゲット分析						
3	2	企画立案					企画立案方法解説						
4	2	企画立案					企画立案チェック・修正						
5	2	企画書作成・仕入れ先開拓・会計					企画書作成方法・仕入れ先開拓方法・店経費説明						
6	2	プレゼンテーション資料作成・仕入れ先開拓					スライド資料作成方法解説・シナリオ作成						
7	2	プレゼンテーション資料作成					スライド資料修正						
8	2	企画書作成・仕入れ先企業開拓					企画書作成・仕入れ商品企業ピックアップ開始						
9	2	店舗構成企画					店舗テーマ設定・店舗平面図作成、什器打ち合わせ						
10	2	販促物作成					イメージ動画・イベント企画						
11	2	仕入れ作業					アイテム発注						
12	2	仕入れ作業					アイテム発注						
13	5	店舗構成					陳列シミュレーション						
14	2	校内プレゼンテーション					シナリオ最終チェック・PowerPoint最終チェック						
15	5	会計レジ操作練習、納品開始・販売準備					レジ使用方法解説、検品・値付け作業・プレゼン準備						
16	5	販売準備、搬出準備					検品・値付け作業・プレゼン準備、梱包作業						
17	5	搬入・設営					商品・什器搬入・搬出・ディスプレイ						
18	5	卒業作品発表会					ショップ運営・審査会						
19	5	返品作業・伝票作成					返品作業・伝票作成方法説明						
20	2	売上集計・返品作業					売上集計表完成・返品作業						
21	2	返品作業、ファイリング					返品作業・ファイル完成						
留意事項													
2年間の授業で学んだ内容を実践していく為、積極的な参加とグループでの協調性とコミュニケーション力が求められる。 共同担当者：高柿 幸江													
教材													
最終到達目標													
学習法													
評価方法及び評価割合													
グループでそれぞれが、店舗売上と全体売上目標を達成する為の方法を考え、実践し、結果について考察できる。					演習					取組姿勢(グループ貢献度)			50%
										習熟度(到達目標に対して)			50%

学科名	ファッションビジネス学科				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				
B222	デジタルマーケティング							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W E B会社を経営し、コスメブランドなどのW E B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S N S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												
ユーザの心理（カスタマージャーニー）の概念を習得。 物が売れるまでの工程を習得。												
授業内容												
ブランドやショップの集客のためのマーケティングを学ぶ。 ユーザの心理（カスタマージャーニー）や各S N Sのビジネスとしての使い方などを学び、販売促進、売り上げアップの手法を見つける。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	マーケティングとは					検索エンジン、ソーシャルメディアのまとめ					
2	1	集客方法のチェック					複数のWEBサイトの集客方法の分析					
3	1	SNSのビジネス活用					SNSの活用方法のまとめ					
4	1	SNSのデータ分析①					SNS活用するための分析チェック					
5	1	SNSのデータ分析②					SNS活用するための分析チェック					
6	1	カスタマージャーニー①					ユーザの心理をチェック					
7	1	カスタマージャーニー②					ユーザの心理をチェック（応用）					
8	1	カスタマージャーニー③					ユーザの心理をまとめる					
9	1	ユーザの心理を分析①					集客マップ作成					
10	1	ユーザの心理を分析②					集客マップ発表					
11	1	ユーザの心理を分析③					集客ブラッシュアップ					
12	1	アクセス解析①					WEBのアクセス解析					
13	1	アクセス解析②					SNSのアクセス解析					
14	1	集客のまとめ①					集客方法のまとめ					
15	1	集客のまとめ②					集客方法の発表					
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				
広報やインフルエンサーなどの道を歩む中で大事なユーザの心理とプレゼン力を身につける				数字と向き合い、ユーザの気持ちになって考え、発表する				取組姿勢		60%		
								提出課題		40%		

学科名	ファッションビジネス学科				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				
B222	デジタルマーケティング							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W E B会社を経営し、コスメブランドなどのW E B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S N S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												
ユーザの心理（カスタマージャーニー）の概念を習得。 物が売れるまでの工程を習得。												
授業内容												
ブランドやショップの集客のためのマーケティングを学ぶ。 ユーザの心理（カスタマージャーニー）や各S N Sのビジネスとしての使い方などを学び、販売促進、売り上げアップの手法を見つける。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	集客のまとめ復習①					SNSのデータ分析チェック					
2	1	集客のまとめ復習②					HPのデータ分析チェック					
3	1	カスタマージャーニー実践①					仮想ショップを想定し表作成					
4	1	カスタマージャーニー実践②					仮想ショップを想定し表を発表					
5	1	Googleビジネスプロフィール講座①					ローカルビジネスの集客方法をチェック					
6	1	Googleビジネスプロフィール講座②					ローカルビジネスの集客方法をチェック					
7	1	WEB広告講座					有料広告でユーザの動きを見る					
8	1	インスタグラム実践①					投稿のインサイトを分析					
9	1	インスタグラム実践②					投稿のハッシュタグからの効果をチェック					
10	1	アクセス解析①					GA4 (Googleアナリティクス4) のアクセス解析					
11	1	アクセス解析②					GA4 (Googleアナリティクス4) のアクセス解析					
12	1	集客方法のまとめ①					集客マップの総合説明					
13	1	集客方法のまとめ②					集客マップの総合説明					
14	1	マーケティングまとめ①					仮想ショップ周りの集客ツールをまとめる					
15	1	マーケティングまとめ②					足りていないところなど他の意見をチェック					
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												
売り上げアップのための集客方法を学ぶ	講義から実際に実践できるものは、できないものはマインドマップにまとめていく					取組姿勢			60%			
						提出課題			40%			

学科名	ファッションビジネス学科				コース名			パイヤーコース				
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				
B202	バイイングスキル							90				
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、パイヤー・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												
ファッションビジネスにおけるマーケティング手法を理解し、時代を先読みする力を身につける。ビジネス計数の応用を学習し、MD計画や商品仕入計画を学習し卒業作品展の商品仕入れに必要な知識を学習する。												
授業内容												
ファッション業界のテーマやショップ戦略を分析し、トレンドを予測。新しいサービスや事業を考案する。前期はパイヤーに必要な品揃え計画の手段と方法を学習し、後期は卒業作品展にむけた必要な業務を学習する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容				学習課題						
1	6	マーケティング手法について講義				1年次マーケティングの復習、人気サービスのリサーチ						
2	6	ビジネス計数の復習と応用				粗利益率・原価率などファッション産業の数値						
3	6	セレクトSHOP企画				ブランディングと企画書作成のための手順解説						
4	6	ファッションビルのリサーチと分析				ファッションビルのサービスについて分析、シート作成						
5	6	商品品揃え計画				マーチャンダイジングオペレーション						
6	6	企画書①作成				ペルソナ分析						
7	6	新しいファッションビジネスについて				FBアワードコンテストに向けた講義とリサーチ						
8	6	新しいビジネス業態について				新ビジネス業態を考察・講義、分析と新サービス考案						
9	6	企画書②				targetMap・ClusterlifestyleMap作成						
10	6	新しいファッションビジネス企画提案				新しいファッションビジネス企画書の作成						
11	6	ショップ運営基礎知識				損益分岐点・ABC分析・大中小分類など						
12	6	企画書③				社会動向分析Map・トレンド分析Map作成						
13	6	新しいファッションビジネス発表				ファッションビジネス企画プレゼンテーション						
14	6	店舗立案企画書の作成				夏フェスにてオリジナルショップの立案						
15	6	企画書④				企画書表紙作成・マンスリー・シーズンテーマ説明						
留意事項												
日常的にファッションビルや路面店のリサーチをすること。 1年次のFB計数をマスターしておくこと。												
共同担当：丸山美幸 福永瑠衣												
教材												
chromebook												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
卒業作品展オリジナルショップの仕入業務を遂行できる能力を身につけ、将来の職務に役立てる。				講義 課題作成				テスト		50%		
								提出物		30%		
								習熟度（到達目標に対して）		20%		

学科名	ファッションビジネス学科				コース名			バイヤーコース				
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				
B202	バイイングスキル							90				
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												
ファッションビジネスにおけるマーケティング手法を理解し、時代を先読みする力を身につける。ビジネス計数の応用を学習し、MD計画や商品仕入計画を学習し卒業作品展の商品仕入れに必要な知識を学習する。												
授業内容												
ファッション業界のテーマやショップ戦略を分析し、トレンドを予測。新しいサービスや事業を考案する。前期はバイヤーに必要な品揃え計画の手段と方法を学習し、後期は卒業作品展にむけた必要な業務を学習する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	6	市場動向について					市場のトレンド調べ・リサーチ・セレクトショップ研究					
2	6	伝票作成（納品・売上・返品）					卒展で使用する伝票を夏フェス商品で練習					
3	6	企画書⑤					マンスリー・シーズンテーマMap作成					
4	6	市場動向分析					市場動向からみる新しいサービス案の模索					
5	6	伝票作成（仕入れ管理台帳）					卒展で使用する伝票を夏フェス商品で練習					
6	6	企画書⑥					仕入シミュレーション画像集め					
7	6	新しいショップ提案					卒業作品発表会のオリジナルショップ案を立案					
8	6	卒業作品展に向けて					過去分析（取引先数、商品単価、粗利益）					
9	6	企画書⑦					仕入れ商品MAP作成					
10	6	ショップのサービス構築					オリジナルショップのサービス内容具体化					
11	6	卒業作品展に向けて					卒業作品展取引先開拓のためのリサーチ					
12	6	企画書⑧					企画書修正					
13	6	商品展開シミュレーション					オリジナルショップで展開する商品・サービスの提案					
14	6	卒業作品展に向けて					海外バイイング説明（仕入金額、原価換算）					
15	6	企画書⑨					企画書完成・プレゼンテーション					
留意事項												
日常的にファッションビルや路面店のリサーチをすること。 1年次のFB計数をマスターしておくこと。												
共同担当：丸山美幸 福永瑠衣												
教材												
chromebook												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
卒業作品展オリジナルショップの仕入業務を遂行できる能力を身につける。				講義 課題作成				テスト		50%		
								提出物		30%		
								習熟度（到達目標に対して）		20%		

学科名	ファッション・ビジネス学科				コース名			バイヤーコース				
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				
B204	VMD演出							30				
担当教員	石川 真理子				科目区分	講義		演習	○	実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	大手アパレルの販売職から本社の販売教育担当に抜擢され、店舗運営全般に従事。全国250店舗を統括する販売教育担当管理者として販売指導、店頭VMD、研修セミナー等を歴任。VMDを①陳列展示②品揃え③店舗構成④店頭販促の4ジャンルに区分けし、「買い場づくり」の視点で、店舗政策を商品や店舗演出に反映させる。										
講義目的												
小売業の政策を店舗内の商品や、情報に反映させた売り場づくり=VMDを学ぶ												
授業内容												
VMDの4つのジャンル(①陳列展示 ②品揃え ③店舗構成 ④店頭販促)の授業を行う。特に①寄りの内容を最も現場(売り場)寄りの内容で実習を多く行っていく。売り場づくりから「買い場づくり」の視点に基づくVMDを理解させる。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	VMDとは					VMDの目的と役割 VMDの効果					
2	2	お客さま視点「買い場づくり」とは1					陳列3つのキーワード陳列の手順(ゾーニングとレイアウト)					
3	2	お客さま視点「買い場づくり」とは2					視覚効果の重要性色の三属性 アイダムの法則店舗図 カラーレイアウト実習					
4	2	店舗カラーレイアウト図作成					各自実習					
5	2	陳列の法則と展示の法則					展示の法則⇒コップを使った実践 SKUとUFK ボディの正しい着せ方⇒実践					
6	2	陳列と演出法1					vp、pp かけ方のポイント					
7	2	市場リサーチ1					市場リサーチ実習 梅田梅田近郊へ					
8	2	市場リサーチ2					市場リサーチ報告のまとめ					
9	2	市場リサーチ3					市場リサーチ報告まとめ⇒プレゼンテーションへ					
10	2	買い場作り作りのまとめ					市場リサーチ発表 売り場作りから買い場作りへ					
11	2	陳列と演出法2					トルソーとは？構成のポイント 2体構成実践					
12	2	陳列と演出法3					アイランド構成とは アイランド構成実践					
13	2	上期テスト 課題別実践実践					テスト実施 プロップスを使用した課題別構成					
14	2	陳列と演出法4					テーブル演出10の方法 実習					
15	2	陳列と演出法5					課題別実践					
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」を強化する。リアル店舗で即戦力になるVMDスキルの取得に留意する。												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
VMDの理解を高め、リアル店舗での演出カスキルを取得				ショップ教室にて什器活用の、実習を多く行う。				提出物		70%		
								習熟度(到達目標に対して)		30%		

学科名	ファッション・ビジネス学科				コース名			バイヤーコース					
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					
B204	VMD演出							30					
担当教員	石川 真理子				科目区分	講義		演習	○	実習			
実務経験のある教員等による授業科目	○	大手アパレルの販売職から本社の販売教育担当に抜擢され、店舗運営全般に従事。全国250店舗を統括する販売教育担当管理者として販売指導、店頭VMD、研修セミナー等を歴任。VMDを①陳列展示②品揃え③店舗構成④店頭販促の4ジャンルに区分けし、「買い場づくり」の視点で、店舗政策を商品や店舗演出に反映させる。											
講義目的													
小売業の政策を店舗内の商品や、情報に反映させた売り場づくり=VMDを学ぶ													
授業内容													
VMDの4つのジャンル(①陳列展示 ②品揃え ③店舗構成 ④店頭販促)の授業を行う。特に①寄りの内容を最も現場(売り場)寄りの内容で実習を多く行っていく。売り場づくりから「買い場づくり」の視点に基づくVMDを理解させる。													
授業計画及び学習課題													
項目	回数	内容					学習課題						
1	2	VMDにおける販売促進とは					POPの役割 プロモーション実践						
2	2	↓					↓接客ロールプレイングへ						
3	2	陳列と演出法6 色のテクニック					色を効果的に見せる ステージ&ラック構成構成						
4	2	↓					実習						
5	2	陳列と演出法7 売れた後の再構成					再編集10の方法						
6	2	↓					実習						
7	2	市場リサーチⅡ					DSと専門店舗のVMD比較						
8	2	↓					市場リサーチ 梅田近郊へ(個別で行動)						
9	2	↓					市場リサーチ報告書まとめ						
10	2	市場リサーチプレゼンプレゼン					プレゼン実践						
11	2	年間販売計画 52週間MDの考え方					365日年間販売計画 52週間MDの考え方						
12	2	年間販売計画マップ作成					年間販売計画書立案 →グループ実習						
13	2	年間販売計画マップ作成					年間販売計画書立案 →グループ実習						
14	2	VMDから見た売り場の数字の取り方とは					入店率アップ、買い上げ率アップのVMD活用方法						
15	2	下期テスト					下期テスト						
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」を強化する。リアル店舗で即戦力になるVMDスキルの取得に留意する。													
教材													
最終到達目標													
学習法													
評価方法及び評価割合													
VMDの理解を高め、リアル店舗での演出力スキルを取得				ショップ教室にて什器活用の、実習を多く行う。				提出物			70%		
								習熟度(到達目標に対して)			30%		

学科名	ファッション・ビジネス学科				コース名			パイヤーコース				
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				
B220	WEBショップ運営							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。中小企業を中心としたWEBショップの立ち上げから運営方法を指導。										
講義目的												
ユーザが購入しやすいWEBショップ(ECサイト)の立ち上げ。販売目的から運営方法までを学ぶ。												
授業内容												
ネットショップの立ち上げまでのどのようなものをどう言う人に販売するのか、そのターゲットが効率よく、また気持ちよく購入できるECサイト(BASE)を作成。デザインから運営方法までを実践。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	WEB・SNSの世界の説明					どのような経路でユーザは商品を見つけるのか					
2	1	ECサイトの種類と分析					自分の好きなECサイトの比較と分析					
3	1	何を誰に売りたいか①					商品の選定とユーザ向けのコンセプト設定					
4	1	何を誰に売りたいか②					ターゲットの設定					
5	1	コンセプト・ターゲットの発表①					各チームごとに発表→ブラッシュアップ					
6	1	コンセプト・ターゲットの発表②					どのようなショップにするかを検討					
7	1	BASEの説明①					BASEのアカウント登録と説明の用意					
8	1	BASEの説明②					BASEのアカウント説明と商品登録					
9	1	ECショップ立ち上げ準備+デザイン					CANVAの使い方、コンセプトを作成					
10	1	ECショップデザイン①					CANVAを使用してデザイン制作					
11	1	ECショップデザイン②					CANVAを使用してデザインを発表					
12	1	デザインブラッシュアップ					デザインブラッシュアップ					
13	1	アクセス解析や集客方法①					ショップ運営をまとめる					
14	1	アクセス解析や集客方法②					集客方法をまとめる					
15	1	ECショップ運営のまとめ					ECサイトの発表					
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												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
ショップのコンセプトからネット販売までの流れと運営のノウハウを習得。				パソコンで実際に作成。発表を繰り返しブラッシュアップしていく。				取組姿勢		40%		
								提出課題		60%		