

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												
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SNS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	プレス&インフルエンサーコース						
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				
B212	プロモーションワーク							60				
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	○	大手アパレルのデザイナーとして、婦人服の複数ブランドを担当。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												
スタイルプランの手順に沿ってスタイリングを組むことによって、ファッションを効果的に演出する手法を学ぶ。アタッシュ・ド・プレスとして、時代を読み解く先見性、情報収集能力、コミュニケーション能力、発想力を学習するため、新世代メディア・ブランディングの基礎となる、様々なコンテンツ（雑誌・TV・新聞・ソーシャルメディア、イベントプロモーションなど）の特性と役割を理解する。												
授業内容												
テーマからコンセプト立案、撮影場所の選定、衣装準備、スタイリング、ヘアメイクまでをすべて手掛け、撮影までの一連の流れを実践する。写真撮影方法は、プロのカメラマンから学ぶ。イベントプロモーションの企画・立案をすることでプレスおよびPRコミュニケーション戦略としての役割の基礎・応用（クロスメディアの理解、情報収集能力、コミュニケーション能力）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	4	スタイルプラン概要・プレスの仕事解説					授業の必要性、アタッシュドプレスの仕事					
2	4	プロモーションワーク概要・産学連携準備					SNS含めたプロモーションの種類・役割&プレスの役割、TAT産学連携プロジェクト趣旨説明					
3	4	スタイルプラン・ファッショントレンド					スタイルプラン手順・トレンドのサイクルと発生要因					
4	4	TAT産学連携プロジェクト					プロネイリストによる体験およびデモンストレーション					
5	4	写真の撮り方					撮影の基礎・撮影用語・機材の使用法					
6	4	TAT産学連携プロジェクト演習					調査学習（ロケ撮影①のディレクション）、反復学習					
7	4	スタイリング①					コンセプト立案・イメージ収集・スタイリングラフ案					
8	4	産学連携校外学習①（前半）ロケ撮影					ロケ撮影演習（前半・基礎）					
9	4	スタイリング①					スタイリング・ロケ場所、ヘアメイクチェック					
10	4	産学連携校外学習②（後半）ロケ撮影					ロケ撮影演習（後半・応用）					
11	4	スタイリング①					ポージングと画角決定・撮影実施					
12	4	TAT産学連携プロジェクト検証					検証・反復練習・SNSプラン（投稿準備）					
13	4	スタイリング②					コンセプト立案、イメージ収集、スタイリングラフ案					
14	4	TAT産学連携 プレゼンテーション					プレゼンテーション・前期振り返り、検証、講評					
15	4	スタイリング②					カメラ撮影指導・撮影					
留意事項												
グループでの課題がある為、コミュニケーションを取りながら事前に撮影の準備を行うこと。繰り返しの練習が上達の条件であり、作業が遅れた場合や欠席した場合は、次回授業までに課題を終わらせておくこと。 共同授業担当者 成羽 学												
教材												
文化服装学院編「文化ファッション大系 ファッション流通講座7 コーディネートテクニック（演出編）」（文化出版局）chrome book、スマートフォン（撮影時に使用）												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
テーマからスタイル提案までの一貫したストーリー構成でスタイリングを作成し、撮影に至るまでの一連の流れを覚え、実践することができる。アタッシュ・ド・プレスの役割を理解し、身につける。				講義 実習 課題作成				提出課題		70%		
								習熟度		30%		

学科名	ファッションビジネス学科				コース名			プレス&インフルエンサーコース				
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				
B212	プロモーションワーク							60				
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	○	大手アパレルのデザイナーとして、婦人服の複数ブランドを担当。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												
スタイルプランの手順に沿ってスタイリングを組むことによって、ファッションを効果的に演出する手法を学ぶ。アタッシュ・ド・プレスとして、時代を読み解く先見性、情報収集能力、コミュニケーション能力、発想力を学習するため、新世代メディア・ブランディングの基礎となる、様々なコンテンツ（雑誌・TV・新聞・ソーシャルメディア、イベントプロモーションなど）の特性と役割を理解する。												
授業内容												
テーマからコンセプト立案、撮影場所の選定、衣装準備、スタイリング、ヘアメイクまでをすべて手掛け、撮影までの一連の流れを実践する。写真撮影方法は、プロのカメラマンから学ぶ。イベントプロモーションの企画・立案をすることでプレスおよびPRコミュニケーション戦略としての役割の基礎・応用（クロスメディアの理解、情報収集能力、コミュニケーション能力）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	4	置き撮りコーディネート①					解説、画像検索・撮影構図について講義					
2	4	クロスメディアの特性と理解・応用					プロモーションの新潮流・応用、調査学習					
3	4	置き撮りコーディネート①					コンセプト立案・イメージ収集、アイテム検討、収集					
4	4	メディアブランディングの分析と理解					広告の種類における効果指標と仕組みの理解					
5	4	置き撮りコーディネート①					コーディネートチェック、修正、撮影					
6	4	キャッチコピーの発想/ライティング手法					ビジュアルイメージから効果的なコピーを考える①反転学習、ディスカッションディベート ②調査学習					
7	4	置き撮りコーディネート②					コンセプト立案・イメージ収集、アイテム検討、収集					
8	4	イベントプロモーション発想の手法①					リサーチ（企画書作成）、役割と企画力の習得					
9	4	置き撮りコーディネート②					コーディネートチェック、修正、撮影					
10	4	イベントプロモーション発想の手法②					情報収集、イベントテーマ・コンセプト立案					
11	4	ヘアメイク提案ペーパープラン					作成方法と必要性講義・ペーパープラン作成					
12	4	イベントプロモーション発想の手法③					メディアキャラバン必要性、情報収集、企画書作成					
13	4	フィッターカード作成方法					フィッターカードの作成方法講義・作成・完成					
14	4	プレゼンテーション					イベントプロモーションプラン発表・講評					
15	4	PVモデル用コーディネート案					コーディネート修正後提出					
留意事項												
グループでの課題がある為、コミュニケーションを取りながら事前に撮影の準備を行うこと。繰り返しの練習が上達の条件であり、作業が遅れた場合や欠席した場合は、次回授業までに課題を終わらせておくこと。 共同授業担当者 成羽 学												
教材												
文化服装学院編「文化ファッション大系 ファッション流通講座7 コーディネートテクニック（演出編）」（文化出版局）chrome book、スマートフォン（撮影時に使用）												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
テーマからスタイル提案までの一貫したストーリー構成でスタイリングを作成し、撮影に至るまでの一連の流れを覚え、実践することができる。アタッシュ・ド・プレスの役割を理解し、身につける。				講義 実習 課題作成				提出課題		70%		
								習熟度		30%		

学科名	ファッションビジネス学科				コース名	プレス&インフルエンサーコース						
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				
B214	セールスプロモーション							30				
担当教員	成羽 学				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	○	ファッション雑誌、専門誌および美容雑誌の編集制作を経て、アパレル、商業施設、プロバスケットチーム、ビューティー関連などのプレス、広報、プロモーション、メディアプランニングに携わる。										
講義目的												
店頭における販売促進の基礎知識を習得しイベント企画立案、販促物制作												
授業内容												
販売促進の基礎知識を習得後、既存ショップに沿った入店販促と来店販促を企画し、演習としてPOP、ポスターを制作する。また、企業授業を入れながら、既存店で行われているコーディネート投稿システムを実践していく。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	オリエンテーション					マーケティング復習					
2	2	店舗VMDの販売促進					VMDの全容を把握、そのパーツである販促を理解					
3	2	広告宣伝と販売促進					広告と販促の違い、販促の中の来店、入店販促					
4	2	販促の種類					効果的な販促手法(紙媒体からSNSまで)					
5	2	企業コラボ①					コーディネート投稿システムについて					
6	2	企業コラボ②					コーディネート投稿システム実践					
7	2	企業コラボ③					コーディネート投稿システム実践					
8	2	企業コラボ④					検証・分析①					
9	2	企業コラボ⑤					コーディネート投稿システム実践					
10	2	企業コラボ⑥					コーディネート投稿システム実践					
11	2	企業コラボ⑦					検証・分析②					
12	2	DM・フライヤー&POP作成					費用対効果のあるPOP・DM演習					
13	2	DM・フライヤー&POP作成					費用対効果のあるPOP・DM演習					
14	2	DM・フライヤー&POP作成					費用対効果のあるPOP・DM演習					
15	2	テスト					販売促進について					
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												
配布プリント、ノート、クロームブック												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
販売促進イベントやPOPなどの販促物の作成ができるようになる。既存店で実施されているコーディネートシステムの習得。				世の中の異業種の販促を数多く見てまた場合によっては体験して学ぶ。企業授業を入れながら実践していく。				テスト		70%		
								提出物		30%		

	ファッションビジネス学科				コース名			プレス&インフルエンサーコース				
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				
B214	セールスフ ゾモーション							30				
担当教員	成羽 学				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	○	ファッション雑誌、専門誌およびビューティー関連の企画編集制作を経て、アパレル、商業施設、プロバスケットチーム、ビューティー関連などのプレス、広報、プロモーション、メディアプランニングに携わる。										
講義目的												
店頭における販売促進の基礎知識を習得しイベント企画立案、販促物制作												
授業内容												
販売促進の基礎知識を習得後、既存ショップに沿った入店販促と来店販促を企画し、演習としてPOP、ポスターを制作する。また、企業授業を入れながら、既存店で行われているコーディネート投稿システムを実践していく。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	企業コラボ⑧					コーディネート投稿システム実践					
2	2	企業コラボ⑨					コーディネート投稿システム実践					
3	2	企業コラボ⑩					コーディネート投稿システム実践					
4	2	企業コラボ⑪					コーディネート投稿システム実践					
5	2	企業コラボ⑫					検証・分析③					
6	2	既存店販売促進企画①					店頭展開を踏まえ事前販促計画を立てる					
7	2	既存店販売促進企画②					店頭展開を踏まえ事前販促計画を立てる					
8	2	既存店販売促進企画③					店頭展開を踏まえ事前販促計画を立てる					
9	2	既存店来店販促企画①					店に来ていただく販促計画を立てる					
10	2	既存店来店販促企画②					店に来ていただく販促計画を立てる					
11	2	既存店来店販促企画③					販促ツールを作る					
12	2	既存店来店販促企画④					販促ツールを作る					
13	2	既存店入店販促企画①					店に入ってきていただく販促計画を立てる					
14	2	既存店入店販促企画②					販促ツールを作る					
15	2	既存店入店販促企画③					販促ツールを作る					
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												
配布プリント、ノート、クロームブック												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
販売促進イベントやPOPなどの販促物の作成ができるようになる。既存店で実施されているコーディネートシステムの習得。				世の中の異業種の販促を数多く見てまた場合によっては体験して学ぶ。企業授業を入れながら実践していく。				テスト		70%		
								提出物		30%		

学科名	ファッションビジネス学科				コース名			プレス&インフルエンサーコース				
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				
B207	コーディネートⅡ							30				
担当教員	澤山 世莉				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												
ターゲットに合わせたコーディネートを提案し、webで発信する力を身に付ける。コーディネート提案、モデル、撮影を全て自分で行うことで発想力、セルフプロデュース力を磨く。												
授業内容												
個人がファッションインフルエンサーとして、世界観を発信するためのコーディネート力を講義・実践・プレゼンテーションを通じて身につける。ブランドPR業務やEC業務、インフルエンサーとして重要な提案力・発信力を磨く。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	オリエンテーション					授業説明					
2	2	コーディネート					コンセプト、ターゲット確定 コラージュマップ作成					
3	2	コーディネート①					アイテムリサーチ、イメージ収集					
4	2	コーディネート①					撮影、編集					
5	2	コーディネート②					アイテムリサーチ、イメージ収集					
6	2	コーディネート②					撮影、編集					
7	2	コーディネート③					アイテムリサーチ、イメージ収集					
8	2	コーディネート③					撮影、編集					
9	2	コーディネート④					アイテムリサーチ、イメージ収集					
10	2	コーディネート④					撮影、編集					
11	2	コーディネート⑤					アイテムリサーチ、イメージ収集					
12	2	コーディネート⑤					撮影、編集					
13	2	コーディネート⑥					アイテムリサーチ、イメージ収集					
14	2	コーディネート⑥					撮影、編集					
15	2	コーディネートまとめ					編集					
留意事項												
欠席や作業遅れの場合は次回授業までに課題を進めておく。												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
コーディネート～発信の流れをつかみ、職務に活かす。 卒展で自店のイメージコーディネートを発信し、売上に繋げる。				実技 課題作成				提出物/期限遵守		50%		
								取組姿勢		50%		

学科名	ファッションビジネス学科				コース名	プレス&インフルエンサーコース						
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				
B207	コーディネートⅡ							30				
担当教員	澤山 世莉				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												
ターゲットに合わせたコーディネートを提案し、webで発信する力を身に付ける。コーディネート提案、モデル、撮影を全て自分で行うことで発想力、セルフプロデュース力を磨く。												
授業内容												
個人がファッションインフルエンサーとして、世界観を発信するためのコーディネート力を講義・実践・プレゼンテーションを通じて身につける。ブランドPR業務やEC業務、インフルエンサーとして重要な提案力・発信力を磨く。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容				学習課題						
1	2	コーディネート①				アイテムリサーチ、イメージ収集						
2	2	コーディネート①				撮影、編集						
3	2	コーディネート②				アイテムリサーチ、イメージ収集						
4	2	コーディネート②				撮影、編集						
5	2	コーディネート③				アイテムリサーチ、イメージ収集						
6	2	コーディネート③				撮影、編集						
7	2	コーディネート④				アイテムリサーチ、イメージ収集						
8	2	コーディネート④				撮影、編集						
9	2	コーディネート⑤				アイテムリサーチ、イメージ収集						
10	2	コーディネート⑤				撮影、編集						
11	2	コーディネート⑥				アイテムリサーチ、イメージ収集						
12	2	コーディネート⑥				撮影、編集						
13	2	コーディネート⑦				アイテムリサーチ、イメージ収集						
14	2	コーディネート⑦				撮影、編集						
15	2	コーディネートまとめ				ポートフォリオ作成						
留意事項												
欠席や作業遅れの場合は次回授業までに課題を進めておく。												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
コーディネート～発信の流れをつかみ、職務に活かす。 卒展で自店のイメージコーディネートを発信し、売上に繋げる。				実技 課題作成				提出物/期限遵守		20%		
								取組姿勢		60%		
								プレゼン		20%		