

科目名	ファッションビジネスプランニング I	整理番号	
学科	ファッション・プロデュース	期	通年
コース	ファッション・プロデュース		昼間
学年	3	授業形態	講義 70 % 実習 30 %
時間数	120	作成者	太田 博
【科目の到達目標】 ビジネス的な観点から捉えたファッション業界に関する知識を講義と演習によって習得する。 また、任意に想定した企業向けの商品企画提案書をパソコンを使って作成ができる。 さらに後期に向けては、上田学園コレクションにて展示発表をする。			
【科目の概要】 変化する消費者の価値観をとらえ、市場にある商品(アパレル商品を含め)をマーケティング的視点でブランドトータルに企画する。 プレゼン(発表)の訓練。			
【授業計画】 90分/コマ		前期	後期
1・2	ファッションビジネス事業の特性	31・32	企画書草案 面談
3・4	歴史から学ぶファッションビジネス	33・34	草案プレゼン
5・6	ファッションビジネスの変化について	35・36	マーチャンダイジング①
7・8	ファッションビジネスの業界構造について①	37・38	マーチャンダイジング②
9・10	ファッションビジネスの業界構造について②	39・40	マーチャンダイジング③
11・12	マーケティングの要素	41・42	バイイング①
13・14	マーケティングと消費行動	43・44	バイイング②
15・16	マーケティングの基礎①	45・46	企画書作成
17・18	マーケティングの基礎②	47・48	プレゼンのしかた
19・20	マーケティングの基礎③	49・50	授業内プレゼン
21・22	ブランディング	51・52	経営戦略について
23・24	ビジネスモデルの概要	53・54	契約について
25・26	企画書の流れ説明①	55・56	仕事(プロフェッショナル)とは
27・28	企画書の流れ説明②	57・58	まとめ講義
29・30	前期まとめ 講義・試験	59・60	後期試験
【成績評価方法】 課題 60 % 試験 30% 出席率、授業態度 10 %			
【教科書・参考書】 プリントを配布			
【教材・教具】 筆記用具			
【実務経験の内容】 大手総合アパレル企業の企画職を経て企画会社を設立し、現在はOEM、ODM、小売事業を手掛けるなど、40年に及ぶ幅広いファッション業界での経験を活かし、ファッションビジネス企画の知識・技術を指導する。			