

科目名	マーチャンダイジング論	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	通年
コース	トップマネジメントコース		昼間
学年	2年	授業形態	講義 60 % 実習 40 %
時間数	108	作成者	白井一樹

【科目の到達目標】

自然、社会、経済、技術革新などあらゆる環境の変化をサッチし それらの変化の中から消費者の『ニーズ』捉え、消費者の変化に対応した商品やサービスの提案出来るよう 変化対応型MD力を身につける。

【科目の概要】

ファッションビジネスⅡ教科書に基づき進行しますがファッションマーチャンダイジング論と接点を持たせ進行。
消費者の変化に対応した商品やサービスの提案出来るよう 変化対応型MD力を身につける。

後期 実在企業とのコラボ商品提案企画書を作製し よりリアルな企画(商品&販売方法)プレゼンを行う。

【授業計画】

前期

後期

1	ビジネス企画の理解	31	チャンネル別リサーチ
2		32	
3	マクロ分析	33	市場の分析(チャンネル別分析マップ作成)
4	(雑誌分析マップ、ショップ分析マップ作成)	34	
5	マクロ分析(市場分析)マップ作成	35	市場の分析(チャンネル別分析マップ作成)
6		36	
7	ビジネス企画書作成の手順と意義の理解	37	市場のショップ分析を参照の上で企画コンセプト設定
8		38	
9	コンセプトの立案	39	ブランドのコンセプト作成(ターゲット&ニーズの確定)
10		40	
11	ニーズ~ターゲット確認	41	ターゲット分析&イメージマップ作成
12		42	
13	ターゲット分析&イメージマップ作成	43	商品コンセプト&イメージマップ作成
14		44	
15	ベネフィット(メリット、デメリット)効果を確認、再考	45	商品企画書作成作成
16		46	
17	ビジネス形態(戦術)マップ作成	47	ショップイメージマップ作成
18		48	
19	商品コンセプト&イメージマップ作成	49	プロモーション企画
20		50	
21	チャネラー企画	51	ショップ経営管理
22		52	
23	プロモーション企画	53	企業コラボ企画プレゼンテーション
24		54	
25	企画の可能性、将来性再検証		
26			
27	ビジネス企画プレゼンテーション		
28			
29	企業コラボ企画の説明と理解を促す		
30			

【成績評価方法】

平常点10%

課題の仕上がり(セレクトショップ企画書を100点満点で採点し平均点で評価)60%

プレゼンテーション(100点満点で採点し平均点で評価)30%

以上を認定要項に基づいて総合的に評価する

【教科書・参考書】

(財)日本ファッション教育振興会・編 『ファッションビジネスⅡ』第3版

【教材・教具】

パソコン、雑誌、マップ作成の用具一式

科目名	ファッションマーケティング&プランニングⅢ	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	通年
コース	トップマネジメントコース		昼間
学年	2年	授業形態	講義 60 % 実習 40 %
時間数	108	作成者	白井一樹

【科目の到達目標】

ファッションビジネスの基礎とリアルタイムに変化する両面を理解し
マーチャンダイジングのスキルをアップする。

【科目の概要】

ファッションビジネスⅡ教科書に基づき進行しますがファッションマーチャンダイジング論と接点を持たせ進行。
ファッションダイジング論での企画書の作成を通し、より理解を深める。

【授業計画】

前期		後期	
1	ファッションビジネスの特性	31	ファッションマーチャンダイジング
2	ファッションビジネスの特性	32	ファッションマーチャンダイジング
3	ファッションビジネスの特性	33	ファッションマーチャンダイジング
4	ファッションビジネスの特性	34	ファッションマーチャンダイジング
5	ファッションビジネスの特性	35	アパレル産業と物流
6	ファッションビジネスの特性	36	アパレル産業と物流
7	ファッション消費者動向	37	アパレル産業と物流
8	ファッション消費者動向	38	アパレル産業と物流
9	ファッション消費者動向	39	販売と物流
10	ファッション消費者動向	40	販売と物流
11	ファッション産業構造	41	販売と物流
12	ファッション産業構造	42	販売と物流
13	ファッション産業構造	43	販売管理とプロモーション
14	ファッション産業構造	44	販売管理とプロモーション
15	ファッション産業構造	45	販売管理とプロモーション
16	ファッション産業構造	46	販売管理とプロモーション
17	ファッション産業構造	47	販売管理とプロモーション
18	ファッション産業構造	48	販売管理とプロモーション
19	ファッションマーケティング	49	販売管理とプロモーション
20	ファッションマーケティング	50	販売管理とプロモーション
21	ファッションマーケティング	51	キャリアプラン
22	ファッションマーケティング	52	キャリアプラン
23	ファッションマーケティング	53	ビジネス基礎知識
24	ファッションマーケティング	54	ビジネス基礎知識
25	ファッションマーチャンダイジング		
26	ファッションマーチャンダイジング		
27	ファッションマーチャンダイジング		
28	ファッションマーチャンダイジング		
29	ファッションマーチャンダイジング		
30	ファッションマーチャンダイジング		

【成績評価方法】

平常点10%
課題の仕上がり(分析マップ企画書を100点満点で採点し平均点で評価)60%
プレゼンテーション(100点満点で採点し平均点で評価)30%
以上を認定要項に基づいて総合的に評価する

【教科書・参考書】

(財)日本ファッション教育振興会・編 『ファッションビジネスⅡ』第3版

【教材・教具】

パソコン、雑誌、マップ作成の用具一式

科目名	ファッションビジネス論	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	通年
コース	トップマネージメントコース		昼間
学年	2年	授業形態	講義 30% 実習 70%
時間数	54	作成者	木場憲志

【科目の到達目標】

商品知識・計数知識・MD力を養い物作りから店頭までのプロセスを理解し実戦力を身に付ける事ができる

【科目の概要】

ネット通販での売上が増えている今、販売方法の変化、対面サービスのありかた、ショップの今後を見据えながらマーケティング、プランニングを時代背景を踏まえてアドリブ、アレンジ力、柔軟性を持つ能力を養う時流を見据えて先を考える力を身につける

【授業計画】

90分/コマ	前期	後期
1	ファッションビジネスの知識	16 市場調査の分析の仕方
	販売ビジネスの今、業界のプロセス、	17 市場調査のまとめ方
	アパレル、小売の現状を理解	18 市場調査発表
2	世界について	商品知識
	世界観を持つ	副資材・加工方法・機能素材・機能性
	宗教、貨幣、歴史、文化等も知る	等について説明
3	マーチャндаイジングのストラクチャーについて	19 イメージショップの発表 問題点指摘
		20 秋冬基本定番素材について
4	ファッションの変化予測について	テスト
	月次商品計画の組み立て方	21 今年よく見受けられた商品動向のまとめ方
	売れ筋商品の予測の仕方	22 編地の基本 セーター&カットソー
5	計数知識	編地・ゲージの基本、製品サンプルにて
	計数知識の基礎と演習	説明、ゲージ別アイテムPCにて作成
	テスト	
6	イメージショップの立案	23 店頭計画6ヵ月分のMD構築について
	年間売り上予定を計算	24 前週の続き
	予算の組み立て方	25 売れ筋商品の見方
7	月末、月初の収支計算	売れ筋商品の動向について
8	ショップネーム立案	26 テスト
	コンセプト、アイテム比率、プライス構成	27 総まとめ
	立案	これからの市場について
	テスト	ファッション傾向
9	前週の検討と指摘、修正	
	店頭商品構成と展開についての内容	
	説明	
10	春夏基本定番素材について	
	仕入れ商品台帳について	
11	オリジナル商品台帳について	
12	SKUについて	
13	前週の続き	
14	コンセプトに合ったショップの組み立て方	
	トレンドの分析の仕方と傾向	
	今年の商品動向について	テスト
15	繊維製品について	
	工程、コスト、サイズ、ディテールの基本	

【成績評価方法】

作品(的確性、完成度、プレゼンテーション・提出期限日) 60% 授業態度 10% 試験 30%

【教科書・参考書】

プリント配布・ファッション販売(Ⅱ)

【教材・教具】

筆記用具・計算機・ハサミ・ノリ・A4orB4クリアーファイル

科目名	ビジュアルマーチャンダイジング	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	通年
コース	トップマネージメントコース		昼間
学年	2年	授業形態	講義 30% 実習 70%
時間数	54	作成者	瀬川達也
【科目の到達目標】			
ファッションビジネスに於ける、VMDの位置や重要性を理解し 商品に視覚的付加価値をつける事によって、魅力的な売場作りが出来る人材の育成。			
【科目の概要】			
VMDに於けるディスプレイの役割は視覚表現として、いつの時代にも必要不可欠である。 テーマを決めMDターゲットを設定し、コンピューターを使ってビジュアル表現の企画、提案力を学ぶ。			
【授業計画】			
90分/コマ			
1	VMDの概要 -基本編-		
2	色彩構成 1		
3	色彩構成 2		
4	色彩構成 3		
5	色彩構成 4		
6	設定と分析 1		
7	設定と分析 2		
8	ピンワーク実習		
9	売場空間イメージ 1		
10	売場空間イメージ 2		
11	売場空間イメージ 3		
12	シーズンMD設定		
13	シーズンVPテーマ設定		
14	阪急ウインドープラン-1		
15	阪急ウインドープラン-2		
16	阪急ウインドープラン-3		
17	阪急ウインドープラン-4		
18	VPテクニック 基礎知識 1		
19	VPテクニック 基礎知識 2		
20	WINTERシーズンVP計画 1		
21	WINTERシーズンVP計画 2		
22	WINTERシーズンVP計画 3		
23	Xmas百貨店・商業施設 視察		
24	卒業 ショップ演出計画 1		
25	卒業 ショップ演出計画 2		
26	卒業 ショップ演出計画 3		
27	総括 年間シーズンVP計画		
【成績評価方法】			
提出物評価20% テスト30% 学生による作品評価30% 授業態度20%			
【教科書・参考書】			
寺島敦子・流 晶子 『VMD教科書』 ファッション教育社 2005年3月1日 オリジナルプリントを配布			
【教材・教具】			
PC ・ VMD什器備品 筆記用具			

科目名	服飾素材論Ⅱ	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	前期
コース	トップマネージメントコース		昼間
学年	2年	授業形態	講義 100 % 実習 %
時間数	30	作成者	河本 育子

【科目の到達目標】

アパレル商品の取扱い、企画に必要な素材知識の体系的理解を深め、アパレル業界で素材を扱うことのできる人材の育成を目指す。

【科目の概要】

ユニクロのヒートテックに代表されるように、アパレルにおける素材の機能性はますます重要になってきている。繊維ごとにその特性をまとめながら、素材の機能性を理解。またその洗濯・取扱い方法などを修得する。アパレル商品の取扱い、企画に必要な素材知識の体系的理解を深めていく。

【授業計画】

90分/コマ

- 1 オリエンテーション
ファッショントレンドと素材・アパレル製品の流通経路
- 2 ↓
- 3 ■家庭用品品質表示法 品質表示の見方
- 3 ■繊維の種類と特性・取扱い方法について
天然繊維・植物繊維(1)綿
- 4 天然繊維・植物繊維(2)麻
- 5 天然繊維・動物繊維(1)毛
- 6 天然繊維・動物繊維(2)絹
- 6 化学繊維(1)再生繊維
- 7 化学繊維(2)半合成繊維
- 8 化学繊維(3)合成繊維
- 9 繊維の特性と取扱方法 まとめ
- 10 ■繊維に求められる機能と着心地
(生地加工・機能性について)
- 11 ■生地の種類(織物・編物)について
織物の代表的な組織とその特徴
編物の代表的な組織とその特徴
- 13 ■糸の種類と太さ
- 14 総復習(テスト傾向と対策)
- 15 総合テスト

【成績評価方法】

課題提出物 60% テスト30% 授業態度10%

【教科書・参考書】

- ・一見 輝彦『わかりやすいアパレル素材の知識』、ファッション教育社、2012年
- ・田中道一『生地の事典』株式会社みずしま加工 2013年

【教材・教具】

- ・筆記用具

科目名	商品製作Ⅲ	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	授業開講時期	通年
コース	トップマネジメントコース		昼間
学年	2年	授業形態	講義 20% 実習 80%
時間数	108	作成者	東山幹子

【科目の到達目標】

レディスブランドを企画し、企画書に沿ったデザイン・素材・製図・縫製を修得する

【科目概要】

アパレルメーカーでは、商品企画をする際にアイテムに対して的確な素材選択・縫製方法を指示できる人材を求めている。本教科では、企画書に沿った商品サンプルをオリジナル4点・リメイク4点を制作・小物10点を企画に沿ってバイイングし実物製作しコーディネートボディに着せて提案しプレゼンテーションを行うことにより服作りの工程・素材・構造等を学ぶ。

【授業計画】前期 90/コマ

後期

1・2 ・Tシャツ企画書作成	31・32 ・縫製
3・4 ・プレタ展オリジナルブランドの作成	33・34 ・縫製
5・6 ・プレタ展オリジナルブランドの作成	35・36 ・製図
7・8 ・2011春夏オリジナルブランド企画書作成	37・38 ・製図
9・10 ・素材選び	39・40 ・縫製
11・12 ・製図	41・42 ・縫製
13・14 ・製図	43・44 ・縫製
15・16・縫製	45・46 ・縫製
17・18 ・縫製	47・48 ・縫製
19・20・縫製	49・50 ・縫製
21・22・縫製	51・52 ・卒業プレゼンテーション
23・24・製図	53・54 ・まとめ
25・26・製図	
27・28・縫製	
29・30・縫製	

【成績評価方法】

・授業態度10%・課題作品の仕上がり評価(実物作品4点を100点満点で採点し平均点で評価) 60%
 ・理解力(修業テストプレゼン)30%
 以上を指導要項の認定要項に基づいて総合的に評価する。

【教科書・参考書】

・『服飾造形教科書』・『パンツ教科書』上田安子服飾専門学校 最新版
 ・上田安子『洋裁』・『縫い方全書』服飾手帖社 改訂版

【指定用具・器具】

ミシン等縫製機器・洋裁道具一式

科目名	ファッション史Ⅱ	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	前期
コース	トップマネジメントコース		昼間
学年	2年	授業形態	講義 70 % 実習 30 %
時間数	30	作成者	山本廣道

【科目の到達目標】

人類誕生の歴史と同じようにファッションの歴史も存在する。身体を守る機能としての服から、現在のトレンド、流行としての服まで大きく捉え、国の文化の違い、美術、建築、音楽など文化的関連性を学び、デザイン、企画、服作りの基礎を習得する。

【科目の概要】

Ⅱでは1860年代のパリモードとラグジュアリーブランドの誕生から、2010年以降のAIと3Dプリンターの可能性を洞察する。

【授業計画】 90分/コマ

- 1 1860年代の近代パリモードとラグジュアリーブランドの誕生期
- 2 オートクチュールの誕生と印象派の関係
- 3 オートクチュールの近代化を進めたシャネルとディオール
- 4 LVMHのベルナールアルノーの近代的マネジメントとファストファッションの関係
- 5 1920年代フォード社とアメリカンモードの誕生、大量生産、消費、廃棄
- 6 クレア・マッカーデルと抽象表現主義との関係
- 7 1950年代のアメリカンモード、マリリン、ヘップバーン、ケリーとラグジュアリーブランドの関係
- 8 ジーンズ、Tシャツ、ロックンロール、ポップアート HIPHOPとグラフィティ
- 9 1964年東京オリンピックと日本メンズファッションの確立期VAN、JUNとアイビールック
- 10 1968年パリ五月革命とヒッピーカルチャーからベトナム戦争
- 11 1986年SPAとGAP、BENETON、Lブランド イタリアンファッションの台頭期アルマーニ
- 12 ロンドンの逆襲ブリトラから、スイングングロンドン、パンクス、ゴスまで
- 13 1970年代日本人デザイナーの進出、KENZO、ISSEY、KANSAI、レディスファッションの確立期
- 14 世界の保守化とディスコ、ボディコンシャス AIと3Dプリンターの可能性
- 15 テスト

【成績評価方法】

平常点 10% 課題60% 期末試験 30%

【教科書・参考書】

小西松茂『西洋服飾史』服飾手帖社 昭和50年、

【教材・教具】

筆記用具

科目名	トレーニングタイム	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	授業開講時期	通年
コース	トップマネジメントコース		昼間
学年	2年	授業形態	講義 20% 実習 80%
時間数	108	作成者	東山幹子
【科目の到達目標】 イラストレーターを使用したDM作成・フォトショップを使用したマップ作成・ワードを使用したビジネス文書作成・エクセルを使用した営業分析計算表・パワーポイントを使用したプレゼンテーションを修得する。			
【科目概要】 ビジネスマスターズコースの年間イベントの内容に沿ってイベントを行うための準備をパソコンを使用し作成する			
【授業計画】前期		後期	
1・2 ・プレタ展オリジナルブランドの企画 企画書作成		31・32 ・アート展用企画書作成	
3・4・プレタ展オリジナルブランドの企画イメージマップ作成		33・34 ・アート展用企画書作成	
5・6 ・Tプレタ展オリジナルブランドの企画 企画 タグ作成		35・36 ・卒業展ショップ企画	
7・8 ・Tプレタ展オリジナルブランドの企画 の企画 商品撮影・商品カタログ作成		37・38 ・卒業展ショップ DM作成	
9・10 ・商品製作Ⅲブランド企画書作成		39・40 ・卒業展ショップ シフト表作成・商品台帳作成	
11・12 ・商品製作Ⅲブランド企画書作成		41・42 ・卒業展ショップ 売上表作成	
13・14 ・商品製作Ⅲブランド企画書作成		43・44 ・卒業展ショップ 商品撮影	
15・16 ・商品製作Ⅲブランド企画書作成		45・46 ・卒業展ショップ カタログ作成	
17・18 ・オリジナルブランドの企画 売上報告・商品分析		47・48 ・卒業展ショップ カタログ作成	
19・20 ・上コレ用のプレゼンテーション作成		49・50 ・卒業展ショップ 予算表作成	
21・22 ・上コレ用のプレゼンテーション作成		51・52 ・卒業展ショップ ディスプレーパース画	
23・24 ・上コレ用のプレゼンテーション作成		・卒業展ショップ ポスター作成	
25・26 ・アート展用企画書作成		53・54・ショップ企画プレゼンテーション・ショップ報告書作成	
27・28 ・アート展用企画書作成			
29・30 ・企画書のプレゼンテーション			
【成績評価方法】 ・授業態度10% ・課題作品の仕上がり評価(実物作品5点を100点満点で採点し平均点で評価)60% ・理解力(修業テストプレゼン)30% 以上を指導要項の認定要項に基づいて総合的に評価する。			
【教科書・参考書】			
【指定用具・器具】 パソコン			

科目名	セールストークテクニック I (中国語)	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	前期
コース	トップマネージメントコース		昼間
学年	2年	授業形態	講義40% 実習60%
時間数	14	作成者	角 衛傑

【科目の到達目標】

中国語圏からの観光客を対象に接客する際に、簡単な挨拶から、商品販売のやり取りなどの業務を円滑に行うように必要な最低限の中国語を習得し、接客スキルを養う。

【科目の概要】

中国語圏の観光客に対し、接客の場面をいくつかパターン化し、必要最低限のコミュニケーション・スキルを習得する。接客に必要な基本単語やフレーズを覚える。

【授業計画】

90分/コマ

- 1 授業の概要説明、中国語圏観光客について
- 2 緊張感解消-挨拶の言い方
- 3 販売における会話の基本パターン
- 4 洋服店での実用中国語①色、アイテム、サイズ
- 5 洋服店での実用中国語②会計、カード、現金
- 6 洋服店での実用中国語③免税手続き
- 7 テスト

【成績評価方法】

課題の評価 60% 期末試験 30% 授業態度 10%

【教科書・参考書】

講師による資料を随時配布する。

【教材・教具】

講師による資料を随時配布する。

科目名	イングリッシュコミュニケーションⅡ	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	通年
コース	トップマネジメントコース		昼間
学年	2年	授業形態	講義20% 実習80%
時間数	54	作成者	Ae Fa Hwang

【科目の到達目標】

ビジネスに求められる英語でのコミュニケーション能力を養い、幅広い対応力と実践力を身につける。
様々な状況において英語を使うことを恐れない自信をつける。

【科目の概要】

前期は「使えるフレーズ」を習得し、自信を持ってコミュニケーションができるよう海外研修に備える。
後期は「読む・聞く・話す・書く」全般を学ぶことでプレゼンテーションなどビジネスシーンで使う実践的な対応能力を養う。

【授業計画】

90分/コマ		前期	後期
1	Introductions	16	Email in English
2	30 Questions & Short answer	17	Internet Shopping
3	English pronunciation	18	Shop management 1 - Vocabulary
4	Daily English 1 / My day today	19	Shop management 2 - Phrase
5	Daily English 2 / Omotenashi English	20	Shop management 3 -POP
6	Daily English 3 / Guidance	21	Role-Play / Test
7	Review / Test	22	Watching a movie
8	Watching a movie	23	Presentation / Basic knowledge
9	Understanding a movie	24	Presentation / Research
10	Traveling English 1 /Airport & Airplane	25	Presentation / Preparation
11	Traveling English 2 / Shopping	26	Presentation / Rehearsal
12	Traveling English 3 / Restaurant	27	Presentation
13	Study outdoor / Research of Guidance		
14	Study outdoor / Guidance		
15	Test / English song		

【成績評価方法】

提出物評価30% テスト30% プレゼンテーション20% 授業態度20%

【教科書・参考書】

プリントを配布

【教材・教具】

DVDs and player, PC and Projector, CD player, Dictionary(Smartphone Application), Magazines

科目名	西洋美術史&デザイン史	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	前期
コース	トップマネージメントコース		昼間
学年	2年	授業形態	講義 100%
時間数	30	作成者	福田新之助

【科目の到達目標】

西洋美術史を学ぶことによって、国々の歴史・風土・民族・宗教や考え方を知り、日本との違いを把握できるようになる。そのうえで、ファッションビジネス界に対応出来る人としての基礎的教養の基盤形成を目標とする。

【科目の概要】

紀元前より1900年代まで、歴史の変遷と造形様式、代表的な作品や作家を通じて時代精神を読み取る。また宗教、気候、民族を踏まえながら、その作品の成立意義を知るように授業は進行する。最終的にはアーツ&クラフツ周辺のイギリスと、アールヌーボーや耽美主義に至る。

【授業計画】

90分/コマ	前期	後期
1	西洋美術史を学ぶにあたって	
2	原始美術・メソポタミア・エジプト	
3	クレタ・ギリシャ美術	
4	ローマ帝国とビザンティン美術	
5	中世美術とロマネスク	
6	ゴシック美術と初期ルネサンス	
7	北方美術と盛期ルネサンス美術	
8	マニエリズムとバロック美術Ⅰ	
9	バロック美術Ⅱとロココ美術	
10	フランス革命と主義の時代へ	
11	ビクトリア朝とそのアート及びデザイン概	
12	印象主義以降	
13	アーツ アンド クラフツとアールヌーボー	
14	テスト	
15	ロンドン研修からの発表	

【成績評価方法】

提出物評価60% テスト30% 授業態度10%
短文による理解度の評価

【教科書・参考書】

『西洋美術史』高階秀爾 美術出版社 2002年度版、各時代の関連プリントの配布

【教材・教具】

筆記用具、ノート、作文用紙

科目名	ファッション産業研究	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	後期
コース	トップマネジメントコース		昼間
学年	2年	授業形態	講義 30% 実習 70%
時間数	14	作成者	塩田千織

【科目の到達目標】ファッションマーチャンダイザーを目指すにあたり、テキスタイルについての知識は重要といえる。本科目では、日本製テキスタイルへの関心を高め、今後の商品企画に活かせる産業構造を研究する。

【科目の概要】日本のアパレル生産は海外移転が進み、中国への生産依存が進んだ結果、一般的なアパレル企業が展開する商品に占める中国生産品の割合は約9割とされています。2020年に東京オリンピックを控え、世界に認識されている日本品質を今一度アピールする時に来ています。本科目では、アパレル産業における日本品質をテキスタイルの観点から考察し、テキスタイルメーカーの見学・研究を行います。

【授業計画】

90分/コマ

- 1 テキスタイル産業構造
- 2 日本のテキスタイル産地
- 3 工場見学
- 4 工場見学
- 5 工場見学
- 6 工場見学
- 7 まとめ

【成績評価方法】

課題評価70%
授業態度10%

【教科書・参考書】

【教材・教具】

科目名	海外研修	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	授業開講時期	前期
コース	トップマネジメントコース		昼間
学年	2年	授業形態	講義10% 実習 90%
時間数	60	作成者	東山幹子
【科目の到達目標】 ファッションの源流であるヨーロッパで研修を行いファッションをグローバルな視点から捉えることを目的とする。			
【科目概要】 LONDONの美術館、博物館で西洋の服飾について学ぶ。英国ブランドについてリサーチを行う。ショッププランニングの一環としてショップ商品のバイイングを行う。			
前期		後期	
		<ul style="list-style-type: none"> ・LONDONについての事前リサーチ ・6泊7日の研修参加 ・V&Aミュージアム見学 ・ナショナルミュージアム見学 ・セルフリッジリサーチ ・リバティリサーチ ・オックスフォードストリートリサーチ ・イースト・ロンドンでバイイング ・研修参加後のレポートとリサーチプレゼンテーション 	
【成績評価方法】 ・授業態度10% ・課題作品の仕上がり評価(レポートを100点満点で採点し平均点で評価)60% ・理解力(修業テストプレゼン)30% 以上を指導要項の認定要項に基づいて総合的に評価する。			
【教科書・参考書】			
【指定用具・器具】 パソコン			

科目名	ショッププランニング	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	授業開講時期	後期
コース	トップマネジメントコース		昼間
学年	2年	授業形態	実習 100%
時間数	60	作成者	東山幹子
【科目の到達目標】 実際にショップを運営することによりショップ運営に必要なすべてのノウハウを修得する。			
【科目概要】 学内ショップでオリジナル商品、バイイイング商品、委託商品等の販売を行う			
【授業計画】前期		後期 90分/コマ	
		1・2 ・商品台帳作成	
		3・4 ・シフト表作成	
		5・6 ・ショップ準備	
		7・8 ・ショップ準備	
		9・10 ・ショップ運営	
		11・12 ・ショップ運営	
		13・14 ・ショップ運営	
		15・16 ・ショップ運営	
		17・18 ・ショップ運営	
		19・20 ・ショップ運営	
		21・22 ・ショップ運営	
		23・24 ・ショップ運営	
		25・26 ・ショップ片付け	
		27・28 ・ショップ片付け	
		29・30 ・ショップ報告プレゼンテーション	
【成績評価方法】 ・授業態度10% ・課題作品の仕上がり評価(レポート2点を100点満点で採点し平均点で評価)60% ・理解力(修業テストプレゼン)30% 以上を指導要項の認定要項に基づいて総合的に評価する。			
【教科書・参考書】			
【指定用具・器具】 パソコン			