

科目名 Course Name		開講年次	開講学期	曜日・時限
ファッションビジネスⅡ Fashion Business II		2年	後期	別途、時間割参照
単位数	授業の形態	授業の性格		履修上の制限
2単位	講義	選択	(なし)	なし
当該科目の理解を促すために受講しておくことが望まれる科目				
ファッションフィールド関連科目				
同時に履修しておくことが望まれる科目				
ファッションフィールド関連科目、ファッションビジネスⅠ				
担当者に関する情報				
氏名	研究室の場所	オフィスアワー		電話番号・メールアドレス
阿部芳子	社会福祉棟・3F	授業中に指示します		授業中に指示します
授業の概要				
ファッションビジネスの流れを理解するために「実験ショップ」を開設し、ブランド企画から生産(製作)、販売までの流れを体験し理解する。売れる商品の開発で素材の準備、品目製作、さらに広報、販売、売上げまでの一連の過程をシュミレーションする。				
授業の目標				
①ブランドの企画提案コンセプト、商品企画、商品製造、価格決定、販売の流れを理解できるようにする。②商品の宣伝方法について、ポスターやポップ、包装等についても考えられるようにする。③計画した商品の販売のためのディスプレイを計画できるようにする。④販売マナーの実践。				
授業の方法				
講義と演習。グループワークも取り入れる。 収支報告とレポート提出。				
学習の成果(学習成果)				
①ブランドの立ち上げから宣伝・販売・収支報告までの一連の流れが理解できる。②チームワーク力、コミュニケーション力を育むことができる。③ファッション業界の仕組みが理解でき、即戦力となるための知識が身に付く。				
授業のスケジュールと内容				
第1回目	ガイダンス 授業の進め方、 レポート・ファイル提出に関して			
第2回目	ブランド企画①： アンケート ブランド立ち上げ			
第3回目	ブランド企画②： 企画案 アンケート集計、 商品企画			
第4回目	ブランド企画③： 企画案の提出			
第5回目	ブランド企画④： 商品製作1 (試作品作り)			
第6回目	ブランド企画⑤： 商品製作2 (試作品の検討、デザイン画)			

第7回目	ブランド企画⑥： 商品製作3	
第8回目	ブランド企画⑦： 商品製作4 広報活動	
第9回目	ブランド企画⑧： 商品の包装・ディスプレイ提案	
第10回目	ブランド企画⑨： 広報、宣伝 (ポスター・DM)	
第11回目	ブランド企画⑩： ショップカード、タグの準備	
第12回目	ブランド企画⑪： 販売品の確認、 包装、ディスプレイ計画	
第13回目	ブランド企画⑫： 当日、 準備、 販売マナー	
第14回目	ブランド企画⑬： 収支報告書の作成	
第15回目	収支報告発表・レポート提出、講評	
成績評価の方法と基準		
評価の領域	割合	評価の基準
授業参加態度	30%	積極的な参加と「報告・相談・連絡」のコミュニケーション力。チームワーク力。
レポート	20%	授業内容に沿い、適切にまとまっているか。
調査報告書		
小テスト		
試験		
発表内容 (態度含む)	30%	積極的に関わり、発表・報告態度がレベルの高い内容だったか。
その他	20%	創意工夫され、期限にファイルが提出されたか。
教科書と参考図書		
教科書：なし		
履修上の留意点・ルール		
グループワークの為、原則、欠席・遅刻を認めない(やむをえない場合は、2/3以上の出席とする)。材料費(布、副資材、ファイル等)は自己負担とする。忘れ物、飲食、私語、携帯電話の使用を禁ずる。		

科目名 Course Name		開講年次	開講学期	曜日・時限
ファッションビジネスⅡ Fashion Business II		1年	後期	別途、時間割参照
単位数	授業の形態	授業の性格		履修上の制限
2単位	講義	選択	(なし)	なし
当該科目の理解を促すために受講しておくことが望まれる科目				
ファッションフィールド関連科目				
同時に履修しておくことが望まれる科目				
ファッションフィールド関連科目、ファッションビジネスⅠ				
担当者に関する情報				
氏名	研究室の場所	オフィスアワー		電話番号・メールアドレス
笹崎綾野	授業中に指示します	授業中に指示します		授業中に指示します
授業の概要				
ファッションビジネスⅠの内容をふまえ、ブランド企画から生産(製作)、販売までの流れについて理解する。本科目では、ブランドを実験的に立ち上げ、主に、市場調査を基にしたターゲットの設定、ブランド企画、商品企画・製作までの一連の過程を経験し、さらに広報、販売、売上げまでの一連の過程をシュミレーションし、ブランドをマネジメントする方法に触れることを目的とする。さらに、企画したブランドについてその内容を発表し、プレゼンテーション能力を養う。				
授業の目標				
①ブランド立ち上げを通して、ブランド企画、商品企画、製造、販売までのファッションビジネスの流れを経験できるようにする。②商品の宣伝方法について学び、その一部を計画できるようにする。③ディスプレイの方法について調べ、ディスプレイを計画できるようにする。④販売マナーについて調べ、実践できるようにする。				
授業の方法				
講義形式。グループワークによる演習形式を含む。				
学習の成果(学習成果)				
①アパレル産業の仕組みを理解し、実践できる力を身に付けることができる。 ②グループワークにより、プロデュース能力、コミュニケーション能力を育むことができる。				
授業のスケジュールと内容				
第1回目	オリエンテーション、レポート・ファイル作成について、発想法とその整理方法について			
第2回目	ブランド企画①：ターゲット設定と分析・分類			
第3回目	ブランド企画②：ブランド立ち上げ、企画案①(ブランドコンセプト、ターゲット分類、販売形態、出店計画など)			
第4回目	ブランド企画③：企画案②(商品企画など)			
第5回目	ブランド企画④：商品製作1(イメージ作り)			
第6回目	ブランド企画⑤：商品製作2(デザイン画、アイテム画の作成)			

第7回目	ブランド企画⑥：商品製作3	
第8回目	ブランド企画⑦：商品製作4	
第9回目	ブランド企画⑧：商品製作5	
第10回目	ブランド企画⑨：広報、宣伝1(ショップ紹介)	
第11回目	ブランド企画⑩：広報、宣伝2(ショップカード、タグ)	
第12回目	ブランド企画⑪：包装、ディスプレイ計画	
第13回目	ブランド企画⑫：販売マナー(シュミレーション)、収支報告書の作成法について	
第14回目	ブランド企画⑬：ファイル・レポートのまとめ	
第15回目	発表、講評・まとめ、ファイル・レポート提出	
成績評価の方法と基準		
評価の領域	割合	評価の基準
授業参加態度	30%	遅刻、欠席がなく、積極的に授業に参加している。プロデュース力、コミュニケーション力がある。
レポート	20%	授業内容に沿い、適切にまとまっている。創意工夫されている。期限内に提出されている。
調査報告書		
小テスト		
試験		
発表内容(態度含む)	10%	内容が適切に発表できている。
その他	40%	ファイル提出。内容に沿ってファイルがまとめられている。創意工夫されている。期限内に提出されている。
教科書と参考図書		
教科書：なし(必要に応じて、プリントを配布する)		
履修上の留意点・ルール		
グループワークの為、原則、欠席・遅刻を認めない(やむをえない場合は、2/3以上の出席とする)。材料費(布、副資材、ファイル等)は自己負担とする。忘れ物、飲食、私語、携帯電話の使用を禁ずる。		