

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 BusinessⅡ		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	演習	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				
ファッションビジネスⅠ (履修していることが望ましいが、ファッションビジネスⅡのみの履修も可能)				
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	福祉棟3F	授業中に指示する		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、「ファッションビジネスⅠ」で学んだ“生活者のクラスター分析”を基にしたターゲットの設定、“ブランド調査”を手本にしたブランド企画、商品企画・製作までの一連の過程を経験し、広報、販売、売上げをシュミレーションして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。				
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修得し、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、 発想法と整理法①ブレインストーミング			
第2回目	発想法と整理法②K J法、マインドマップ			
第3回目	発想法と整理法③イメージコラージュ			
第4回目	ブランド企画①：ターゲット設定、ブランドコンセプト、販売形態、出店計画など			
第5回目	ブランド企画②：ブランドイメージ、商品イメージ			
第6回目	ブランド企画③：商品企画(デザイン画、アイテム画の作成)			

第7回目	ブランド企画④：商品製作1 設計	
第8回目	ブランド企画⑤：商品製作2 材料選択	
第9回目	ブランド企画⑥：商品製作3 裁断	
第10回目	ブランド企画⑦：商品製作4 組み立て	
第11回目	ブランド企画⑧：商品製作5 仕上げ	
第12回目	ブランド企画⑨：タグ、包装、ディスプレイ計画	
第13回目	ブランド企画⑩：広報、宣伝1(ショップ紹介、ポスター)	
第14回目	ブランド企画⑪：広報、宣伝2(ショップカード) ※実験ショップ	
第15回目	発表・講評・まとめ、ファイル・製作物・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かを評価する。
レポート	20%	レポート(第15回)について、「ブランド企画」の内容を文章で適切に説明されているか、課題の成果や課題等の感想が明確に述べられているかを評価する。また、期限内に提出されているかを評価に加える。
調査報告書		
小テスト		
試験		
発表内容(態度含む)	10%	発表(第15回)について、内容が分かりやすく発表されているか、発表態度が適切かを評価する。
その他	40%	ファイル(第15回)について、内容が分かりやすくまとめられているか、写真や挿絵などの資料を効果的に用いているか、「商品製作」の完成度が高いかを評価する。期限内に提出されているかも評価に加える。
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		
グループワークを含む為、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)。忘れ物、飲食、私語、携帯電話の使用を禁ずる。材料費(布、副資材、ファイル等)は自己負担とする。※企画・製作した商品を「実験ショップ」にて販売する場合もある。		