

## 授業科目等の概要

令和6年度（服飾専門課程ファッションビジネス科2年ショッププランニングコース）																	
分類	必修	自由選択	種別	授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業時数	単位数	授業方法			場所		教員		企業等との連携	
									講義	演習	実験・実習・実技	校内	校外	専任	兼任		
○	-		デザイン	プロモーションデザインⅡ	紙媒体（DM、タグなど）での効果的販促デザインと、近年のEC化に伴った電子媒体（Web、SNSなど）での効果的販促デザインの習得を目指す。Pop up shopなど学生自身が実際に企画・運営するショップの販促物を作成することで、デザインだけではなく、その効果も検証する。またブック（カタログ）作成を通してDTPのテクニックも習得する。	2前後	50	-	△	△	○	○	○	○	○	○	
○	-		企画	プロデュースⅡ	ファッションビジネスの基本である消費者のニーズの多様化、競合商品や競合小売業の乱立など問題が山積している情報社会の現代で、何をどれだけどんな方法で消費者に沿って販売するのかというリテールマーチャンダイジングについて理解する。2年次ではアクティブラーニング形式のグループワークで企画実習を行い、プレゼン力や能動的で積極的な実行力をつける。さらに福岡市が主催するスタートアップカフェでのコンシェルジュ相談や職業実践専門課程授業で現実的なショップ作りを実践し、外部コンテストに出品する力をつける。	2前後	470	-	△		○	○	△	○		○	
○	-		パソコン	グラフィックⅡ	ファッションビジネスの基本である消費者のニーズの多様化、競合商品や競合小売業の乱立など問題が山積している情報社会の現代で、何をどれだけどんな方法で消費者に沿って販売するのかというリテールマーチャンダイジングについて理解する。2年次ではアクティブラーニング形式のグループワークで企画実習を行い、プレゼン力や能動的で積極的な実行力をつける。さらに福岡市が主催するスタートアップカフェでのコンシェルジュ相談や職業実践専門課程授業で現実的なショップ作りを実践できる知識を身につける。	2前後	90	-	△	△	○	○		○		○	
○	-		服飾造形	ソーイングⅡ	卒業記念展に出品する作品制作を行う。ファッションコーディネート知識を活かしたプランに沿って、既存商品や古着などを活用し、新鮮なスタイリング提案のためにリプロデュースした衣装を制作する。	2前後	70	-		△	○	○		○			
○	-			ファッションビジネス知識Ⅱ	12月の『ファッション販売能力検定2級』の検定試験科目を基本の範囲とする。検定合格が最大の目標だが、少しづつでも理解の範囲を広げ、販売活動に自信がつくようにすることをその先の目標とする。教科書を学び、問題演習を繰り返しながら、自信を持って解答できるようにする。	2後	40	-	△	△	○	○		○			
○	-		流通・販売	ディスプレイⅡ	MDと商品の視覚的効果を研究実習し、プラン、ドウ、チェック、アクションの動きを習得する事により、売場において客数増加、購買力増加を図る力、さらに接客販売の現場での臨機応変な対応力を養う。	2前後	120	-	△	△	○	○	△		○		
○	-			市場調査Ⅱ	1年次に身につけた調査情報の取得、整理、分類方法を発展させ、ディレクションしプレゼンテーションで発表する能力をつける。主にプロデュースⅡ、ディスプレイⅡと連動し企画進行を実践できるような情報を収集する。さらに福岡市主催スタートアップカフェを利用し、より確実な情報の収集、相談を行い調査の精度を高める。	2前後	60	-		△	○		○	○		○	
○	-			ウェブマーケティングⅡ	昨今様々なSNSでは、そもそもマーケティングプランによって、使い分けが必要ということが浸透していない。プロの目線からマーケティングについての必要知識を学び、プランニングの重要性を理解し、実際の職場で活かせる知識を身につける。	2前	40	-	○	○	○	○				○	○

○	-	流通・販売	リテールマーケティングⅠ	「小売業界で唯一の公的資格」として社会的にも高い信頼と評価を得ているリテールマーケティング検定3級の養成講座を踏まえながら、ショッププランニングと連動したマーチャンダイジングやマーケティング、事業計画やバイイング計数知識を学習する。小売業の店舗運営からチェーンオペレーションにおける流通構造といった川中の知識まで習得する。	2前	40	-	○		○	○			
○	-	コーディネート	カメラワークⅡ	映像の性質や仕組みを正しく理解し、ファッション業界に不可欠なSNSやWeb動画への知見を深める。また映像機材特有の技術、光や構図などの演出、ストーリーや動画編集など企画構成や基本ルールを学び、実際に商品(プロモーション)撮影までを行うことで、現場で活躍出来る実践力を身に付ける。	2後	40	-			○	○	△		○
合計			10 科目		単位時間 :		1,020		時間					

卒業要件及び履修方法		授業期間等	
指定された教室及び実習を通して、知識・技術を習得する。 前期試験(9月)、後期試験(進級試験)及び、各科目の提出物、出席で評価。		1学年の学期区分	前・後期
		1学年の授業期間	全41週
進級クラスは前期4-9月末を19週とし、後期10月-3月までを23週とする。 卒業クラスは前期4-9月末を19週とし、後期10月-3月までを22週とする。			

(留意事項)

- 1 一の授業科目について、講義、演習、実験、実習又は実技のうち二以上の方法の併用により行う場合については、主たる方法について○を付し、その他の方法について△を付すこと。
- 2 企業等との連携については、実施要項の3(3)の要件に該当する授業科目について○を付すこと。