

# ファッションビジネス・マネジメントコース

## 1. 課程修了時の能力水準

ディプロマポリシーで定められているコースの専門職業人の人材育成を目標としている。

コースの課程修了時に達成されることが期待される能力の水準は「学生の学習成果の評価の方針（アセスメントポリシー）」の表に定められている水準である。

この能力水準の測定は、中央職業能力開発協会が作成したアパレル分野の職業能力評価基準中の【アパレル販売】の「接客」「顧客管理」「売り場作り VMD」「商品管理」「店頭情報の収集・フィードバック」「店舗計数管理」の各レベル 1、【アパレル企画】の「販売計画の策定と推進」「プロモーション企画」「VMDプランニング及び実施支援」「展示会開催業務」の各レベル 2 の能力基準を参考とする。

## 2. 各年次の能力水準

多くの卒業生に関わっている企業や卒業生の意見を基に各学年における到達目標を定めている。

GPA 制度の評価方法は、科目の成績を 5 段階で評価したものに、S=4、A=3、B=2、C=1、D=0、のグレードポイント（GP）を付与し、奨学金の選抜や卒業時の代表の選考等に活用している。

### 2 年次：専門コースの基礎知識における学力到達目標

- ・基本的マーケティングの概念とアパレルマーチャンダイジングを理解
- ・基礎的なアパレル業界の構造と仕組み、アパレルの職種を把握
- ・市場リサーチの分析の手法と技術を習得
- ・マーケティングを学んだ上で、消費者の消費行動の基礎的知識を習得
- ・PC（フォトショップとイラストレーター）でファッション関連の課題を制作し、プレゼン発表できる能力を養う
- ・財務分析の基本的手法を体系的にとらえ、企業実態を読み取る力を習得

：企業の実務認識をもつ

アパレル企業（株式会社三陽商会(アパレルメーカーの取組)、株式会社レナウン(大型総合アパレル企業としての事業内容)、内田染工場(染色機械と技術の見学)を訪問し、生産工場現場見学をすることにより、実務認識を持つ。（全員）

：学部評価としての検定

- ・ファッションビジネス能力検定 3 級(全員)
- ・ファッション販売能力検定 3 級(希望者)
- ・ファッション色彩能力検定 3 級(希望者)

：評価基準(プレゼミナール通年)

- ・準備学習等の意欲や学習態度・姿勢…30%
- ・授業中の小テスト…30%
- ・日常課題…40%

：評価者（学内）ビジネスコース主任と科目教科担当との合同審査で評価  
（学外）なし

### 3 年次：専門コースの応用知識における学力到達目標

- ・商品計画の策定 PMD(プロダクト・マーチャンダイジング)による企画立案の作成
- ・マーケティングビジネスに関する応用知識と実践(ブランドポジショニングマップの作成、各種マップ作成の方法、マーケティング戦略理論、アイテム企画マップ、テキストスタイルマップ作成方法、ブランド戦略計画立案、PL(製造物責任)関連知識)の応用と実践を理解し、マップ等が作成できる能力。
- ・(生活者意識・ライフスタイル)によるマーケティング活動を分析できる能力。
- ・自社ブランドコンセプトを考え、産学連携先ブランドへの販売戦略上(アイテム構成、素材構成、価格ゾーン、商品素材を設定する)ターゲットのグレード分類ができる能力。
- ・ファブリケーション(素材の選定に基づき商品素材の機能性、デザイン性、可縫性、コスト等の適合性を考慮し商品化に向けて素材選定・デザイン、パターン、プロダクトができる能力。
- ・VMD(ビジュアルマーチャンダイジング)として、照明、売場、什器、購買パターンの構成と立案ができる能力。
- ・販売員による店舗管理と接客サービス(ロールプレーイン)、年間売上目標と予算仕入等の技術と知識。

: 企業の実務認識をもつ

- ・千葉ソーイングアサヒ工場見学、広島(福山)カイハラ(デニム)工場見学、愛媛県(今治市)今治タオル産地見学、群馬(桐生)産地見学、山梨ハタオリ産地(富士吉田)の見学により、ファッションビジネスの現場からビジネスの実態を学び、産学連携プロジェクトの取り組みに対して実務認識を持つ。(全員)

: 学外活動…「産学連携」プロジェクトの取り組み

- ・企業への提案、企画立案、プレゼンテーションによる実務・実践型の体験授業をすることにより、ファッションビジネスの流れを理解する。

: 学部評価としての検定

- ・ファッションビジネス能力検定 3~2 級(全員)
- ・ファッション販売能力検定 3~2 級(希望者)
- ・ファッション色彩能力検定 3~2 級(希望者)

: 評価基準(「産学連携」プロジェクト演習 I・II)

- ・準備学習等の意欲や学習態度・姿勢…30%
- ・企画書の作成と提案能力…30%
- ・プレゼンテーション能力…40%

: 評価者

(学内) 授業担当者

(学外) 提案先企業

4 年次：専門コースの卒業年次における学力到達目標

- ・ファッションビジネス全般における専門知識を持つことにより、社会人としての即戦的能力
- ・PMD(プロダクト・マーチャンダイジング)におけるマーケティング活動、調査、戦略等の能力
- ・ブランド構築への企画立案作成能力(ブランドポジショニング、アイテム企画等の各種マップ作成、ブランド予算計画案、コレクション・カラー・素材トレンド情報収集)

- ・デザインによるシルエット、アイテム、ディテール等の構成、パターンメイキングによる繊維、麻綿、ニット、付属等の縫製仕様書、デザイン仕様書の作成、プロダクトによる製造工程、サイズ、色展開、仕入にかかわる原価(コスト)等を理解し、企画立案ができる能力。
- ・RMD(リテール・マーチャンダイジング)ファッション・リテール(川下・小売業)の能力  
(年間の仕入予算管理目標(売上、仕入、純額、経営)／毎月の売上目標と販売計画、販売員による接客サービス(ロール・フレーミング)知識と実務／販売にかかわる什器管理／POS 情報)
- ・VMD(ビジュアル・マーチャンダイジング)能力(年間の売場演出方法(照明、什器等の効果)構成／購買パターン心理(消費者心理)のマーケティング調査)
- ・プレゼンテーション能力 QRC(クイック・レスポンス・システム)による知識と企画書、報告書等の PC による操作技術能力(文書、図案、デザイン等の作成)、ソフト(パワーポイント、ワード、エクセル、フォトショップ、イラストレータ)等の活用技術能力／発表、会議、打ち合わせによるコミュニケーション、プレゼンテーション提案力と発言力)

: 学部評価としての検定

- ファッションビジネス能力検定 2 級(全員)
- ファッション販売能力検定 2 級(希望者)
- ファッション色彩能力検定 2 級(希望者)
- フォーマル検定準 2 級(希望者)

: 学外活動 ・企業への提案、企画立案、プレゼンテーション

: 評価基準 (卒業論文 I ・ II マネジメント)

準備学修等の意欲や学習態度・姿勢	…30%
発想力・企画力	…20%
論文の完成度	…40%
論文のプレゼンテーション	…10%

: 評価者

- (学内) ファッションビジネス・マネジメントコース 4 年生担当者
- (学外) 査読者