

服飾学科・ファッションビジネス・流通イノベーションコース

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。

現代のインターネット社会におけるファッションビジネス流通の変革を推進する CMO（チーフマーケティングオフィサー）となるために必要なデジタルマーケティング知識、グローバルな思考力、ファッション感性、課題解決力、PC スキル、社会人基礎力の育成を目標とする。

デジタルマーケティングを学び、現代消費者のデジタルな購買行動を理解する。その上で、イノベティブでグローバルなファッションビジネスを構築する力を養っていく。スマートフォンのファッションアプリや EC ビジネス担当者、SNS やメディア発信ができる PR 広報担当者、オンライン（EC）とオフライン（実店舗）を融合できる販売員、オムニチャネルの要である物流担当者、デジタル技術による VR や AI を活用した販売促進担当者など。このような職種に対応できる技術・能力育成を目指す。

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
- ・データサイエンスと AI に関する基礎的知識を習得
- ・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

<プレゼミ・イノベーション>

- ・アパレル現場の担当者の講義や訪問などから、ファッションビジネスの現状を理解し、今後さらに拡大するファッションビジネスにおける、オンライン（EC）とオフライン（実店舗）の融合という OMO の基礎的理解

：ファッション関連企業での体験をすることにより、実務認識を持つ

プレゼミで企業訪問、企業の担当者による講義を聞くことにより、企業での業務を理解する。

：SNS 運営の基本的知識の実践

Instagram や note などの SNS を学生自身が WEB 上に投稿して、各特性の違いや発信できる能力を養う。

：学部評価としての検定

ファッション販売能力検定3級（全員）

：評価基準（プレゼミ・イノベーション）

準備学習等の意欲や学習態度・姿勢	…30%
課題提出	…40%
レポート発表	…30%

：評価者

（学内）コース2年担当者

（学外）協力企業

3年次：専門コースの応用知識における学力到達目標

- ・デジタルマーケティングの実践的知識や技術の習得
- ・ECと店舗の融合、ファッションテックの技術による新しいファッションビジネスのOMOの応用と提案
- ・アパレル企業、IT企業によるファッションビジネス業界におけるデジタルトランスフォーメーションの具体的施策の実践的理解
- ・以上をゲスト講師によるオムニバス形式のゼミから学び、未来のファッションビジネスの方向性を企業に提案。
- ・パーソナルスタイリングの実務知識による店舗接客の能力に加え、顧客データを活用したオンライン上の接客販売の能力醸成
- ・SNS（写真と動画）やショップブログによる店舗とECへの誘客の実践的能力向上
- ・写真撮影とPC編集（インデザインのソフト）で表現できる能力（エディトリアル）
- ・2年で得た消費者行動論の知識からファッションビジネス現場へのプレゼンテーション能力
- ・ファッション市場（マーケット）をリサーチして新しいリアル店舗のあり方を分析した課題を制作する
- ・日本のファッション製品をEC、実店舗ともに海外展開するグローバルな発想と提案

：産学連携

- ・株式会社もりのがっこう
ネットショップを学生が設立する実務実践を行い、Shopifyのプラットフォーム運用およびショップページの写真・文章を作成するEC実務能力を養う。

：学部評価としての検定

- ・ファッション販売能力検定2級（全員）
- ・ファッションビジネス能力検定3級（希望者）
- ・ネットマーケティング検定（希望者）

：評価基準（流通イノベーションゼミⅠ・Ⅱ）

準備学習等の意欲や学習態度・姿勢	…	30%
課題提出	…	40%
論述発表	…	30%

：評価者

(学内) コース3年担当者が評価

(学外) 協力企業

4年次：専門コースの卒業年次における学力到達目標

- ・「顧客満足」を超えた「顧客とのエンゲージメント」の指標作りの習得
- ・AIによる顧客情報管理やEC販売向上、3DやCG技術、VRなどのデジタル技術でイノベーティブなファッションビジネスを進めている企業へのプレゼンテーション
- ・アパレル企業のWEB事業関係者やファッションテック企業へのインタビュー実施による卒業論文のテーマ発想の醸成
- ・ファッションと親和性が高いライフスタイル分野を含む新しいファッションビジネス業界の動向の把握
- ・論文執筆における参考文献・先行研究等情報収集手法の理解、企業インタビューによる定量と定性の両面から分析する論文執筆能力

：学部評価としての検定

- ・ファッション販売能力検定2級（全員）
- ・ファッションビジネス能力検定3～2級（希望者）
- ・ネットマーケティング検定（希望者）

：評価基準（卒業論文Ⅰ・Ⅱ イノベーション）

準備学習等の意欲や学習態度・姿勢	…30%
イノベーティブな発想力・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) コース4年担当者が評価

(学外) 協力企業・他大学教員