

## 服飾学科・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。

現行のファッションビジネスに関わる企画創作能力・企画作成技術力・プレゼンテーション能力の育成を目指している。更に3つのポイントをコンセプトに置いている。①広範なファッションビジネスの総理解。②情報収集・分析・感性型思考・総合企画の高度な能力を修得。③ファッションビジネスの現状理解と未来を思考する能力の修得。

その上でファッションビジネスの広範なコンテンツに対して、テクニカルな企画・提案が出来、実践的なマネジメント能力を身に付け、マーチャンダイザー等を経てCOO（チーフオペレーティングオフィサー）やCTO（チーフテクニカルオフィサー）となる人材の育成を目標とする。

### 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
- ・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

:ファッション関連企業での連携型学習をはかる事により、実務認識を持つ。具体的にはプレゼミでアパレル関連企業訪問又は、企業の実務担当者による実践的講義を聞くことにより、基礎的知識を高め、企業での業務フローを理解する。

:企業の実務認識をもつ

大手アパレル企業のプレスや企画部門、アパレル染色工場、素材や製品検査機関等を訪問し、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) 授業担当者  
(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

- ・ トренд分析手法やディレクション制作手法の総理解
- ・ ブランドポジショニングマップ、顧客クラスター設定、MD 計数知識、バイヤースキル、簡易営業収支等を策定する能力の醸成。
- ・ 生活者意識・ライフスタイル変化等を分析できる能力。
- ・ 産学連携先に向けた、市場変化や生活者変化を踏まえた新ブランド提案能力。
- ・ VMD(ビジュアルマーチャンダイジング) を店頭展開(トラフィック、レイアウト) と連動した構成力、照明関連、什器関連、演出プランを立案できる能力。
- ・ 販売員による店舗管理と接客サービス(ロールプレイング)、年間売上目標設定、仕入予算や営業収支の立案と知識の習得。
- ・ 産学連携プロジェクト等を通じて、チームによるディベートと計画の取りまとめ、時間管理、発表資料作成、チーム発表の能力醸成。

: 企業の実務認識をもつ

- ・ アパレル企業との産学連携プロジェクトの取組みを通じて、実践的なブランディング技術、実務知識習得、サステナビリティやSDG'sの実践的理解。
- ・ 工場見学又は企業訪問等を通じて、生産現場から日本の高度な技術展開、職種分類、製品管理、ロジスティックの学習。産学連携プロジェクトの取組みに対して実務認識を持つ。(全員)

: 学外活動…「産学連携」プロジェクトの取組み

- ・ 企業への具体的な提案、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行う事により、ファッションビジネスの総理解を深める。

: 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、社会人としての実践的能力醸成。
- ・店舗開発に向けた顧客調査手法の理解と店舗改装（ストアプラン）策定能力の醸成。
- ・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能力)。
- ・論文制作における参考文献・先行研究等情報収集手法の理解と具体的な論文執筆能力。
- ・プレゼンテーション展開能力。提案資料作成、チームによるディベート、PCによる効果的なプレゼン資料化、具体的な発表機会を通じた総合的なプレゼン能力。

：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)

：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 | …20% |
| ・発想力・企画力          | …20% |
| ・論文の完成度           | …30% |
| ・論文のプレゼンテーション     | …30% |

：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