

講義名	ファッション・マーケティング		
科目区分	学部フリーゾーン		
担当教員	米谷 侑子		
開講期・曜日・時限	前期 月曜日 2時限		
	2017年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2017年度 人間社会学部 観光学科 / 2017年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2017年度 経済学部 経済情報学科 / 2017年度 経済学部 経済学科 / 2017年度 商学部 マーケティング学科 / 2017年度 商学部 経営学科 / 2016年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2016年度 人間社会学部 観光学科 / 2016年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2016年度 経済学部 経済情報学科 / 2016年度 経済学部 経済学科 /		
履修開始年次	3年生	単位数	2
		講義コード	12072

主題と概要
この授業は、「ライフスタイル」を身の回りにあるモノ・コトすべてが「ファッション」と捉え、それらのマーケティングについて考えを深めていく授業です。 自分自身が興味をもつモノ・コトに注目し、一つのテーマに沿った商品を開発することを想定します。その商品をブランド化するためのマーケティングを考え、ビジュアルに表現することを体験的に学びます。

到達目標
・自身のライフスタイルを見つめることで、自分自身を客観的に認識する。 ・興味のある商品(モノ・コト)がどのようにブランド化されているのか、その背景を考えることができる。 ・販売士(リテールマーケティング)の3級レベルのマーケティング及びマーチャンダイジングが理解できる。 ・色彩を考えるうえでの基礎的知識を学習する。 ・顧客心理が理解できる。

提出課題
1. 自身のライフスタイル 分析シート 2. 生活の中でのファッションについての定点観測シート 3. カラーイメージスケール製作 4. テーマに沿った商品イメージコラージュ製作物 5. イメージコラージュになった商品のコンセプトシート

評価の基準
提出課題 70% 理解度確認 小テスト 30%

履修にあたっての注意・助言他
常に自分の周りにある商品に興味をもち、小売店(百貨店、ショッピングセンター)を見て回り、接客を受ける。 どのように商品を見せて、進めているかを客観的に考える。 季節によっての商品の展開から季節感をもつことで、感性を磨いていくことを意識してほしい。

教科書
.使用しない。

プリント資料及び参考文献
・授業の進捗状況にあわせてレジュメ・プリントを配布。 ・月刊誌、ファッション雑誌(アパレル・雑貨)を見る。 ・実践ファッションマーケティング 下川美知瑠 JMAM出版

授業計画
1. オリエンテーション (授業の趣旨説明・ハウスルール・この授業の目標、到達点について説明・今後の準備物説明) 2. ファッションについて考える (この授業におけるファッションの定義と考え方・自身のライフスタイルを考える) 3. ライフスタイルにおける"商品"との関連性を考える (商品開発までの背景を考える) 4. ファッションにおけるマーチャンダイジング(1) (服飾から雑貨における商品化政策を考える) 5. ファッションにおけるマーチャンダイジング(2) (ブランドについて考える) 6. 顧客心理について学習 (1) 7. ストアオペレーションについて学習 (2) 8. マーケティングの概念 (4P理論について学習・周囲の人々の生活から読み取るファッション市場分析) 9. 色彩計画(1) 色彩理論3属性、トーンの概念 10. 色彩計画(2) イメージスケール(色と言葉) 11. 色彩計画(3) 色彩心理と顧客心との関係性 12. 商品企画(1) テーマに沿った商品を考える (自身のライフスタイルにあった商品を考える) 雑誌等の準備 13. 商品企画(2) イメージをビジュアル化させるコラージュ作成 14. 商品企画(3) コラージュ作成 15. 商品企画(3) コンセプトシートの作成とプレゼンテーション

予習・復習
身の回りでの流行を常を感じ取り、流行となる背景を考えてください。 他の授業において、ファッション心理及びマーケティングの授業内容を再度みなおしておくこと。 他の授業との関連性を意識して授業に挑んでください。 周囲の小売店に週に1回は足を運び、ストアオペレーション及びマーケティングを考えながら見る。 結果をレポートすることになります。

備考