

1. 授業の概要(ねらい)

「アパレル」とは狭義では衣服のことを指しますが、現代では衣服のみならず、ライフスタイルを全般的に捉えた消費行動が見られます。本授業ではアパレル産業にとどまらず、ファッションビジネスからライフスタイル全般に関わる産業まで広く視野に入れて講義します。なかでも、「川下」と呼ばれる販売の現場で必要となる、マーケティングの基礎知識から商品管理、販売管理、係数管理の基礎知識までを学ぶことを目的とします。

2. 授業の到達目標

販売の現場で必要となる知識の習得(リテールマーケティング検定2級程度)
アパレル(ファッション)ビジネス業界就職希望者の業界基礎知識の習得

3. 成績評価の方法および基準

毎週簡単な課題をLMS上で課します。(課題の提出＝出席とします)
成績は課題の提出回数、課題の合計点数で評価します。
おおむね出題回数の7割以上の課題提出を求めます。

4. 教科書・参考文献

教科書
教科書は使用しません。

5. 準備学修の内容

普段の買い物でよく使うお店やショッピングセンター、ECサイトなど小売の現場が日々どのように変化しているか、常に観察してください。

6. その他履修上の注意事項

学生の皆さんの考えや意見を聞きながら、これからの小売のあり方について一緒に考えたいと思います。課題提出を通じて、積極的な意見交換を期待します。

7. 授業内容

- 【第1回】 オリエンテーション【オンライン授業:LMSによるオンデマンド】
- 【第2回】 消費を取り巻く環境の変化(マクロ環境、人口の変化や労働環境)
- 【第3回】 消費と環境の問題(大量消費が引き起こす環境負荷と、小売に求められること)
- 【第4回】 小売業の類型と、その発展の歴史
- 【第5回】 アパレル産業の隆盛と衰退
- 【第6回】 マーケティングの基礎知識
- 【第7回】 ファッションビジネスの1年(コレクションから52週MDまで)
- 【第8回】 ストアオペレーション①(計数管理)
- 【第9回】 ストアオペレーション②(VMD)
- 【第10回】 ストアオペレーション③(販売員の目的と役割)
- 【第11回】 サプライチェーンマネジメント
- 【第12回】 ナショナルブランドマネジメント
- 【第13回】 SPAブランドマネジメント
- 【第14回】 ラグジュアリーブランドマネジメント
- 【第15回】 まとめ【オンライン授業:LMSによるオンデマンド】