

## 2025年度学習支援計画書(シラバス)

科目名			担当講師		
リテールマーチャンダイジング			戸丸 邦男		
授業科目区分	授業形態	学科名	学年	時間数	
必修	講義	ファッションビジネス科	1	90	時間
担当講師の経歴又は実務経験					
株式会社 ラポルタ 代表取締役 大学を卒業後 長年、メンズアパレルで営業を経験 2003年に独立して服飾販売会社、ラポルタ社を創業					
授業概要					
マーチャンダイジングの基本を学ぶ					
学習到達目標					
<ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティング概論の学習により、衣食住全てにマーケティングが関連している事を理解させる。また特にアパレルについて、日常のライフワークからそういった視点を持つよう意識づける。</li> <li>・課題発表前にプレゼンスキルの講義を実施、評価を行い、能力の向上を図る。</li> <li>・商品企画のプロセスと、それを円滑に進める為に沢山のセクションが関わっている事を理解させる。更にアパレル業界において、発想や提案が如何に重要かを説き、その力を会得させていく。</li> </ul>					
テキスト及び教材					
ファッションビジネス[ I ] 改訂版 一般財団法人日本ファッション教育振興会					
授業内容					
回	テーマ	内 容			
1	・オリエンテーション	・マーケティングとマーチャンダイジング学習の必要性			
2	・マーケティングの基本概念	・製品計画/価格政策/販促計画/チャネル戦略			
3	・マーケティング戦略の要素	・ターゲット/コンセプト/ブランドの定義			
4	・ポジショニング/ライフサイクルの定義	・マーケティングの分類方法			
5	・マーケットリサーチと市場調査の概念	・情報収集・マーケットリサーチと市場調査の概念・情報収集とマーケットリサーチのポイ			
6	・WEBマーケティングの手法				
7	・効果測定				
8	・最新有名ブランド講座				
9	・マーケットリサーチ実施(外出授業)				
10	・マップ制作				
11	・プレゼンの定義と設計				
12	・マップ発表練習	・マップ発表とポイント検証			
13	・商品化計画/品揃え計画				
14	・シーズンMDの定義/VMDのポイント				
15	・売場商品構成のポイント				
16	・展示会シミュレーション				
17	・ブランド立案/企画書作成				
18	・アパレルメーカーMD研修(外出授業)				
19	・プレゼンテーションとポイント検証				
20	・マーチャンダイジング総括と企画提案の重要性				

2025年度学習支援計画書(シラバス)

科目名			担当講師		
リテールマーチャンダイジング			戸丸 邦男		
授業科目区分	授業形態	学科名	学年	時間数	
必修	講義	ファッションビジネス科	1	90	時間
成績評価の方法及び基準					
効果測定、提出物、プレゼンテーションによる評価。 なお全体出席の2/3以下の場合は、成績評価の対象外となります。					
評価		成績評価の到達度			
A	優れている	理解、知識、プレゼンテーション技術にすぐれている			
B	普通	一定の理解、知識、プレゼンテーション技術がある			
C	やや劣る	ある程度の理解、知識、技術がある			
D	劣る	理解、知識、技術がやや不足している			
E	不合格	理解、知識、技術が不足している			