

2019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			椎野 伝一		
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					
大学卒業後、アパレル企業勤務を経て コンサルタントとして独立。 (社)日本専門店協会主催 VMD・SPスクール常任講師など					
授業概要					
リテールマーチャンダイジングの基礎を学ぶ					
学習到達目標					
リテール・マーチャンダイジング ●ケーススタディを基にした、講義＋実習による実践形式の授業。 ・ファッション小売業の現状と今後の課題を認識する。 ・様々なケーススタディをもとに、ファッションビジネスの仕組みを理解する。 ・小売業におけるマーチャンダイジングの基礎知識を身に付ける。 ・マーチャンダイジングのプロセスを理解することで、自身にとっての必要な技術と知識を知る。 ・マーチャンダイジング・プランニングの実習を通じて、プランニングのプロセスを知る。 ・前期のショップアイデアをもとに、より具体的なショッププランを作成する。 ・プレゼンテーションを通じて、自らの考えを他者に伝えるための知識と技術を習得する。					
テキスト及び教材					
ファッション販売 「できるスタッフ読本」 商業界 「ファッション販売」 編集部編 ファッション小売業のスタッフ向の最新用語集。(2018年刊)					
授業内容					
回	テーマ		内 容		
1	<ul style="list-style-type: none"> ●講師プロフィール紹介 ●学生自己紹介(プロフィール、将来の夢と目標) ●授業紹介(テーマ、内容、進め方) 				
2	<ul style="list-style-type: none"> ●ファッション小売業の現状 ・業界を取り巻く現状と課題 ・ECとリアルショップとの競合と融合 				
3	<ul style="list-style-type: none"> ●小売業のマーチャンダイジングとは？ ・メーカーのMDとの相違点 ・MD基本用語 				
4	<ul style="list-style-type: none"> ●業種と業態 ・SPAとセレクトショップ ・個店、支店経営、チェーンストア 				
5	<ul style="list-style-type: none"> ●校外授業 ・代官山T-sight(予定) ・TSUTAYAのMDコンセプト(客層と商品)の調査する 				
6	<ul style="list-style-type: none"> ●校外授業のまとめ ・個人レポート作成 ・グループディスカッションと発表 				
7	<ul style="list-style-type: none"> ●リテールマーチャンダイジングのプロセス① ・STP戦略とは？ ・ターゲットセグメンテーション 				
8	<ul style="list-style-type: none"> ●リテールマーチャンダイジングのプロセス② ・ターゲティング ・ペルソナ設定(ケーススタディ→グループ実習) 				
9	<ul style="list-style-type: none"> ●リテールマーチャンダイジングのプロセス③ ・ポジショニング ・様々なポジショニングファクター 				
10	<ul style="list-style-type: none"> ●リテールマーチャンダイジングのプロセス④ ・Right Goods ・Right Place ・Right Quantity ・Right Time ・Right Price 				

2019年度学習支援計画書(シラバス)

科目名			担当講師		
リテール・マーチャンドライジング			椎野 伝一		
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
11	●マイショップアイデア作成(個人) =課題立地におけるニューショップのアイデア提案				
12	●プレゼンテーション				
13	●マーチャンドライジング・プランニングの実際① ・MDコンセプト作りの基本知識				
14	●マーチャンドライジング・プランニングの実際② ・ファッショントレンドの取り入れ方				
15	●マーチャンドライジング・プランニングの実際③ ・アイテム構成と価格戦略				
16	●マーチャンドライジング・プランニングの実際④ ・商品勘定の基本知識 ・売場の数値				
17	●マーチャンドライジング・プランニングの実際⑤ ・営業期設定と売場運用				
18	●リテールマーチャンドライジングのまとめ ・マーチャンドライジングの分野 ・VMDの理解				
19	●マイショッププランの作成(個人) ・前期に作成したショップアイデアをもとに、より具体的なショップ企画を作成する。				
20	●マイショッププランの作成(個人) =前期に作成したショップアイデアを元に、より具体的なショップ企画を作成する。				
21	●プレゼンテーション				
成績評価の方法及び基準					
理解度、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、技術にすぐれている			
B	普通	一定の理解、知識、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			