

2026年度	前期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	教養Ⅲ			長澤 久美子		
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	講義・演習			1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

☐ 授業科目の概要

社会人として必要な教養や考え方を見つける。また学生自身がお互いに確認し合い進めていく。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	企業研究Ⅰ	就職活動に向けての企業研究
2	企業研究Ⅱ	〃
3	コミュニケーション力Ⅰ	就職活動に向けて論理的に話すことを学ぶ
4	面接練習Ⅰ	就職活動において企業はどういう人材を求めているか、視点を変えて考える。
5	面接練習Ⅱ	就職活動における面接の練習
6	面接練習Ⅲ	就職活動における面接の練習
7	対人スキル	報連相、聴く、話す、伝える
8	一般教養Ⅰ	計算
9	一般教養Ⅱ	漢字・語彙・慣用表現
10	一般教養Ⅲ	日ごろのニュースなどを題材に理解を深めるとともに業界への影響なども考える。
11	一般教養Ⅳ	〃
12	一般教養Ⅴ	社会で起きていることとファッション業界との繋がりを理解する。
13	社会人マナーⅠ	環境問題について考えるとともに、ファッション業界におけるサステナブルファッションについても理解する。
14	社会人マナーⅡ	〃
15	前期末考査	

☐ 到達目標

社会人としての必要な知識を身につける。

☐ 成績評価の方法・基準

試験50% 出席状況30%、授業態度20%

2026年度	前期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	ビジネスコミュニケーションⅢ			キャリアサポートセンター		
授業の種類	授業の方法（講義・演習／実験・実習・実技）			単位数	時限×回数	備考
基本授業	講義・演習			1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

☐ 授業科目の概要

1年後期からの準備を踏まえて、実際に就職活動を行っていく。学生一人一人が現在の自分の就職活動状況に合わせ活動を行い、個別の面談も並行して行っていく。時には企業を呼び説明会を行うなど、就職決定に向けた実践的な授業を行う。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にしていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
2	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にしていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
3	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にしていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
4	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にしていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
5	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にしていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
6	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にしていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
7	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にしていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
8	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にしていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
9	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にしていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
10	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にしていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
11	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にしていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
12	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にしていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
13	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にしていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
14	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にしていく。企業に来ていただき説明をしていただく。
15	就職対策講義	講義をしながら就職対策を実践的にしていく。企業に来ていただき説明をしていただく。

☐ 到達目標

就職決定を到達目標とする

☐ 成績評価の方法・基準

試験00% 課題00% 出席状況・授業態度100%

2026年度	前期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		コンピュータ演習Ⅲ		草刈 利枝子		○
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

前職はPC周辺機器メーカーの広報に所属（約15年）し、WEB・紙媒体のデザイン＆企画・運営を担当。

その他、パソコンスクールにてデザイン系のインストラクターのアルバイト経験あり（約10年）。

☐ 授業科目の概要

未取得のサティファイ検定取得・ブラインドタッチ練習

Excel3級/Powerpoint初級/Word3級の資格取得を目指す

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	キーボード操作確認	ブラインドタッチ練習・文字入力基礎
2	Word基礎①	ブラインドタッチ練習・Wordの基本とシンプルな文書作成
3	Word基礎②	ブラインドタッチ練習・レイアウト編集と見やすい文書のデザイン
4	Word基礎③	ブラインドタッチ練習・表作成とグラフィックの活用
5	Word検定対策①	ブラインドタッチ練習・Word模擬問題（解説）
6	Word検定対策②	ブラインドタッチ練習・Word模擬問題（解説）
7	Word検定対策③	ブラインドタッチ練習・Word模擬問題（解説）
8	Word検定対策④	ブラインドタッチ練習・Word過去問題
9	Word検定対策⑤	ブラインドタッチ練習・Word過去問題
10	Word検定対策⑥	ブラインドタッチ練習・Word過去問題
11	Word検定対策⑦	ブラインドタッチ練習・Word過去問題
12	検定対策①	ブラインドタッチ練習・各自取得希望の模擬問題
13	検定対策②	ブラインドタッチ練習・各自取得希望の模擬問題
14	検定対策③	ブラインドタッチ練習・各自取得希望の模擬問題
15	期末考査	

☐ 到達目標

Excel3級/Powerpoint初級/Word3級レベルの知識習得

未取得のサティファイ検定取得

☐ 成績評価の方法・基準

試験60％ 課題10％ 出席状況・授業態度30％

2026年度	前期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名		実務経験
	ファッションビジネス論 I			和泉 康		○
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	講義・演習			1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

地方百貨店にて婦人雑貨バイヤーを5年経験した後、（財）ファッション産業人材育成機構のIFIビジネススクールに企業派遣

ファッションビジネス能力検定1級、販売士（リテールマーケティング）検定1級取得

☐ 授業科目の概要

ファッションビジネスを支える創・工・商をバランスよく指導し、体系的に指導する

前期は工分野と商分野について学ぶ

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	オリエンテーション・ファッション産業の構造	授業の進め方を説明 ファッションビジネスの基本となるファッション産業の構造について解説をする
2	ファッション素材①	素材の基礎知識（繊維の種類、糸の種類、生地の種類、生地加工の知識）
3	ファッション素材②	素材の専門知識（染色、仕上げ加工）
4	ファッション素材③	皮革の知識、毛皮の知識
5	商品知識①	婦人服、紳士服
6	商品知識②	縫製と副資材
7	商品知識③	服飾雑貨
8	アパレルマーチャンダイジング①	マーチャンダイザーとは、ブランドによるシーズン企画マップの構成→①シーズンテーマ
9	アパレルマーチャンダイジング②	シーズン企画マップ→②カラー構成マップ、③素材構成マップ、④スタイリング構成マップ
10	アパレルマーチャンダイジング③	シーズン企画マップ→⑤デザインイメージマップ、⑥シーズン展開マップ、⑦店舗マップ
11	リテールマーチャンダイジング①	商品分類と展開分類、定数定量
12	リテールマーチャンダイジング②	顧客調査、競合店調査
13	リテールマーチャンダイジング③	商品品揃え（プライスライン、ゾーニング、VMD）
14	価格と原価	原価計算、売価設定、粗利益とは
15	考査	

☐ 到達目標

ファッションビジネス能力検定2級合格レベルを目指す

☐ 成績評価の方法・基準

試験50% 出席状況・授業態度50%

2026年度	前期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名		実務経験
	ブランド知識Ⅱ			長澤 久美子		
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	講義・演習			1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

□ 授業科目の概要

業界へ就職するにあたり、1年で学んだ各ブランドについての知識をさらに広げる。

受動的な授業ではなく、学生自身もブランドについて調べ理解を深めることで、就職へと繋げていく。

□ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	業界用語の確認	1年で学んだ様々な業界用語を復習しながら確認
2	ブランドのデザイナー	各ブランドのデザイナー交代について
3	メットガラ	2026年のメットガラについて
4	ドメスティックブランド①	ドメスティックブランドの中で、今話題のブランドの特徴を理解する。
5	ドメスティックブランド②	ドメスティックブランドの中で、今話題のブランドの特徴を理解する。
6	ドメスティックブランド③	ドメスティックブランドを運営する企業などについても理解する。
7	セレクトショップ①	国内にあるセレクトショップの特徴について学ぶ。
8	セレクトショップ②	各セレクトショップがセレクトしているブランドについて学ぶ。
9	セレクトショップ③	各セレクトショップがセレクトしているブランドについて学ぶ。
10	パリコレクション	パリコレクションに出展している代表的なブランドについてコレクション映像などを見ながら、その特徴を学ぶ。
11	ミラノコレクション	ピッティウオモを含めたミラノコレクションに出展している代表的なブランドについてコレクション映像などを見ながら、その特徴を学ぶ。
12	ロンドンコレクション	ロンドンコレクションに出展している代表的なブランドについて学ぶ。
13	ニューヨークコレクション	ニューヨークコレクションに出展している代表的なブランドについて学ぶ。
14	2026A/W	代表的なブランドの2026-27A/Wコレクションについて
15	前期末考査	

□ 到達目標

就活やマーケティングの授業をサポートする形で、トレンドをけん引する様々なブランドについての理解を深める。

□ 成績評価の方法・基準

試験70% 出席状況・授業態度30%

2026年度	前期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名		実務経験
	ファッションコーディネートⅢ			松元 英樹		○
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	実験・実習・実技			2	4×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、大手アパレル企業(株)サンエーインターナショナル（現(株)TSI）においてデザイナー、プレス、MDを経験後、他社でのバイヤー、VMDなどを
経て、フリーランスとしてリーバイスジャパンやマウジーなどでデザインやプロデュースなども手がけた実績を踏まえ、あらゆる角度から指導する。

☐ 授業科目の概要

学内の服及び学生自身の服などを用いて、レイヤードや色の組み合わせ、トレンドを踏まえてのコーディネートなどを学ぶ。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	オリエンテーション	今後の授業の進め方
2	キメキメコーデ	学生自身が今自分が一番いけていると思う服でプレゼンテーション
3	コーディネート実習	テーマやシチュエーションに沿ったコーディネートを組みむ。
4	コーディネート実習	テーマやシチュエーションに沿ったコーディネートを組みむ。
5	コーディネート実習	同じアイテムを使い、3パターンのコーディネートを組みむ。
6	アイテム選定	どのようなアイテムがあるとコーディネートのグレードが上がるかなどを検索、発表。
7	コーディネート実習	テーマやシチュエーションに沿ったコーディネートを組みむ。
8	コーディネート実習	テーマやシチュエーションに沿ったコーディネートを組みむ。
9	コーディネート実習	男子は女子のコーディネート、女子は男子のコーディネートを組みむ。
10	コーディネート実習	テーマやシチュエーションに沿ったコーディネートを組みむ。
11	コーディネート実習	テーマやシチュエーションに沿ったコーディネートを組みむ。
12	コーディネート実習	二人一組になり、相手に似合うコーディネートを組みむ。
13	アイテム選定	AWを前に、今期の秋冬のトレンドを踏まえ、アイテムを検索し、発表。
14	コーディネート実習	テーマやシチュエーションに沿ったコーディネートを組みむ。
15	アイテム選定	AWを前に、今期の秋冬のトレンドを踏まえ、コーデをする上でポイントになるアイテムを検索し、発表。

☐ 到達目標

男女関係なく、あらゆるコーディネートができるようにする。

☐ 成績評価の方法・基準

制作物80％ 出席状況・授業態度20％

2026年度	前期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名		実務経験
	ファッションマーケティングⅢ			松元 英樹		○
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	講義・演習			2	4×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、大手アパレル企業(株)サンエーインターナショナル（現(株)TSI）においてデザイナー、プレス、MDを経験後、他社でのバイヤー、VMDなどを
経て、フリーランスとしてリーバイスジャパンやマウジーなどでデザインやプロデュースなども手がけた実績を踏まえ、あらゆる角度から指導する。

☐ 授業科目の概要

マーケティングリサーチ、プレゼンテーションを繰り返すことで、そのシーズンのトレンドを理解する。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	オリエンテーション	2年次でのマーケティングの授業の進め方について。
2	ブランドのリサーチ①	就活も視野に入れ、学生自身が興味のあるブランドをリサーチし、プレゼンテーション資料を作成。
3	ブランドのリサーチ②	〃
4	ブランドのリサーチ③	〃
5	プレゼンテーション	リサーチ結果を発表。
6	ドメスティックブランドのリサーチ①	指定されたドメスティックブランドをリサーチし、プレゼンテーション資料を作成。
7	ドメスティックブランドのリサーチ②	〃
8	ドメスティックブランドのリサーチ③	〃
9	プレゼンテーション	リサーチ結果を発表。
10	ハイブランドのリサーチ①	指定されたハイブランドをリサーチし、プレゼンテーション資料を作成。
11	ハイブランドのリサーチ②	〃
12	ハイブランドのリサーチ③	〃
13	プレゼンテーション	リサーチ結果を発表。
14	マーケティング	ショーのカテゴリーを決めるうえで、トレンドを意識したマーケティングを行う
15	発表	カテゴリー毎のマーケティングの発表

☐ 到達目標

シーズン毎のトレンドを理解し、接客販売に活かす力を身につける。

☐ 成績評価の方法・基準

課題70% 出席状況・授業態度30%

2026年度	前期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	ファッションプロモーションⅢ			松元 英樹	○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	実験・実習・実技			2	4×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、大手アパレル企業(株)サンエーインターナショナル（現(株)TSI）においてデザイナー、プレス、MDを経験後、他社でのバイヤー、VMDなどを
経て、フリーランスとしてリーバイスジャパンやマウジーなどでデザインやプロデュースなども手がけた実績を踏まえ、あらゆる角度から指導する。

☐ 授業科目の概要

SNSを含むプロモーションを理解し、企画、提案ができるように授業を進める。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	オリエンテーション	ファッションビジネスの流れとプロモーションの位置づけ
2	プロモーションについて①	プロモーションの目的と役割
3	プロモーションについて②	ファッションプロモーションの特性について
4	ターゲット分析	既存ブランドのターゲット像
5	ブランドプロモーション考察①	既存ブランドのプロモーションを考察
6	ブランドプロモーション考察②	ブランドの世界観づくり
7	デジタルプロモーション①	SNSの特徴と取扱い方及び既存ブランドのSNS分析
8	デジタルプロモーション②	既存ブランドのSNS分析
9	デジタルプロモーション③	〃
10	オンライン・オフラインプロモーション①	オンラインとオフラインのプロモーションについて
11	オンライン・オフラインプロモーション②	〃
12	グループワーク①	グループに分かれて既存ブランドを選定し、プロモーションを考える
13	グループワーク②	〃
14	グループワーク③	〃
15	プロモーション発表	プロモーションをグループごとに発表

☐ 到達目標

プロモーションの企画、提案ができるようにする。

☐ 成績評価の方法・基準

課題50% 出席状況・授業態度50%

2026年度	前期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	情報リテラシー			本山繁		
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
その他の授業	講義・演習			1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）☐ 授業科目の概要

オンデマンド配信による講義形式で授業を行う。講義内容は事前収録し、各学科・クラスのClassroom／Teams等を通して毎週配信し、学生は自宅等で視聴。

講義内容は配信後、一定期間再視聴できるように設定され、復習等に活用することができる。各回視聴後、内容確認のための小テストをGoogleフォームで行う。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	【0.1】はじめに 【1.1】社会で起きている変化	情報やデータについて学ぶ意義/ビッグデータ/検索エンジンとSNS/第4次産業革命/AIの発達とAIを支える技術/人間の知的活動とSociety 5.0
2	【1.2】社会で活用されている情報・データ	「データ」と「情報」の違い/データの種類/データの所有者/メタデータ/構造化データと非構造化データ/自動翻訳
3	【1.3】情報・データとAIの活用領域	バリューチェーン（value chain）とは/事業活動における情報・データ・AI活用の広がり/活用目的ごとの情報・データ・AI活用の広がり
4	【1.4】データ・AI利活用のための技術_1	日常の中でのデータ解析/さまざまなデータ解析 ― 予測・グルーピングとクラスタリング・発見/データ解析の関連項目/非構造化データ
5	【1.4】データ・AI利活用のための技術_2	データ可視化/パターン認識技術/人工知能
6	【1.5】データ・AI活用の現場 【1.6】データ・AI利活用の最新動向	データ分析による意思決定/情報技術による自動化/データ分析・自動化の実際/組織的考慮点 AI等を活用した新しいビジネスモデル/AI最新技術の活用例
7	【2.1】データを「読む」	データの「種類」/データの「分布」と代表値/代表値の性質の違い/データの「ばらつき」/観測データに含まれる誤差の扱い/層別の必要なデータ/相関と因果性/母集団と標本抽出/クロス集計表、相関係数行列、散布図行列/統計情報の正しい理解
8	【2.2】データを「説明する」	データの「表現」/データの図解表現/データの比較/不適切なグラフ表現/優れた可視化の例/ケーススタディ
9	【2.3】データ・AIを扱う上での留意事項	ELSI（エルシー）/一般データ保護規制：GDPR/十分性認定/AI倫理/AI脅威論/ブラックボックス化/説明可能性/アカウントビリティ/透明性/トラスト/公平性/データ・AIを扱う上での留意事項～負の事例(1)(2)
10	【2.4】情報デザインとユニバーサルデザイン 【2.5】データを守る上での留意事項	デザイン/情報デザイン/ユニバーサルデザイン データサイエンスにおけるセキュリティとプライバシー/データサイエンスと情報セキュリティ/データサイエンスとプライバシー
11	【3.1】デジタルトランスフォーメーション（DX）	デジタルトランスフォーメーション（DX）とは/デジタル後進国「日本」の現状/なぜ日本のDXは遅れているのか/企業のDXに必要な背景/DXにおけるデジタル（D）とは/DXにおける変革（X）とは/既存事業のカイゼンDX/第4次産業革命の競争の原理/データドリブンで新しい競争の原理を満たす/DXレポートとは/DXを加速したコロナ禍
12	【3.2】アルゴリズムとは	アルゴリズムとは？/アルゴリズムの基本構造とフローチャート/アルゴリズムのデータ構造/身近にあるアルゴリズムの例/アルゴリズム的思考（プログラミング的思考）の重要性/アルゴリズム的思考（プログラミング的思考）に必要な4つの要素/アルゴリズムを活用するメリット/JEITA：一般社団法人電子情報技術産業協会 プログラミング体験ゲーム「アルゴリズム」
13	【3.3】アルゴリズム1：チャレンジ問題	アルゴリズム1：チャレンジ問題に、全問正解を目指して取り組む
14	【3.4】アルゴリズム2	アルゴリズム2に、全問正解を目指して取り組む
15	期末考査（オンライン）	

☐ 到達目標情報リテラシーの基礎を身に付け、データサイエンスの基本概念を学ぶ
AIを導入した実際の産業界の動向を知る☐ 成績評価の方法・基準

各回の出席、小テスト内容、期末考査を総合的に評価する

2026年度	前期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	デジタルデザインⅢ		草刈 利枝子		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	講義・演習		1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ	

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

前職はPC周辺機器メーカーの広報に所属（約15年）し、WEB・紙媒体のデザイン＆企画・運営を担当。

その他、パソコンスクールにてデザイン系のインストラクターのアルバイト経験あり（約10年）。

☐ 授業科目の概要

未取得のサティファイ検定取得・ブラインドタッチ練習

Excel3級/Powerpoint初級/Word3級の資格取得を目指す

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	Illustrator検定対策①	実技問題（解説・練習）
2	Illustrator検定対策②	実技問題（解説・練習）
3	Illustrator検定対策③	実技問題（解説・練習）
4	Illustrator検定対策④	実技問題
5	Illustrator検定対策⑤	実技問題
6	Illustrator検定対策⑥	実技問題（解説・練習）
7	Illustrator検定対策⑦	実技問題（解説・練習）
8	Illustrator検定対策⑧	実践問題
9	Illustrator検定対策⑨	実践問題
10	Illustrator検定対策⑩	模擬問題①
11	Illustrator検定対策⑪	模擬問題②
12	Photoshop基本①	選択ツール（画像選択・移動）
13	Photoshop基本②	切り抜き・画像補正
14	Photoshop基本③	ブラシ・スタンプ・消しゴム
15	前期末考査	

☐ 到達目標

Illustrator初級取得

Photoshop基本操作レベル

☐ 成績評価の方法・基準

出席状況20% 検定合格60% 課題提出20%

2026年度	前期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	SNSマーケティング I			長澤 久美子		
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
選択授業	講義・演習			1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

☐ 授業科目の概要

オンデマンドによる講義形式の授業。SNSを活用したマーケティング（ブランディングや集客）について学ぶ。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション、パソコンの使い方	授業内容および評価方法の説明、パソコンの基本的な使い方
2	デジタルマーケティングの基礎	マーケティングの歴史、企業がSNSを活用する目的
3	SNSの媒体特性 ①特性理解	ソーシャルメディアとSNS、SNSを活用するメリット、代表的な施策
4	SNSの媒体特性 ②媒体ごとの特性理解	代表的なSNS媒体（facebook, X, Instagram）
5	SNS共通の実務スキル ①投稿作成-1	保存形式、文章作成法
6	SNS共通の実務スキル ②スチール撮影-1	画像撮影のポイント（静止画のポイント）
7	SNS共通の実務スキル ②スチール撮影-2	画像撮影のポイント（構図・物撮り・野外撮影・レタッチ）
8	SNS共通の実務スキル ②スチール撮影-3	【演習課題】商品「コカ・コーラ」のSNS広告作成
9	SNS共通の実務スキル ③動画撮影-1	SNS動画のポイント
10	SNS共通の実務スキル ③動画撮影-2	動画撮影・編集方法
11	SNS共通の実務スキル ③動画撮影-3	【演習課題】スマホアプリゲーム「Instagram」30秒広告の作成
12	広告 ①運用型広告	運用型広告の基礎知識
13	広告 ②facebook広告	特徴と出稿の仕方
14	広告 ③X広告	特徴と出稿の仕方
15	定期考査	出題範囲：前期に解説した全範囲

☐ 到達目標

SNSマーケティングの概要を理解する

簡単なクリエイティブの制作ができる

☐ 成績評価の方法・基準

毎回の確認テスト75% 期末考査25%

2026年度	前期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名		実務経験
	ビジネス実務Ⅰ			吉田 訓代		
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
その他の授業	講義・演習			1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

☐ 授業科目の概要

オンデマンド配信による講義形式の授業。1年次に学んだビジネス文書3級からステップアップし、2級レベルを学び、ビジネス文書2級取得を目指す。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	表記技能①	ビジネス用語で使われる漢字
2	表記技能②	仮名書き・現代仮名遣い・一般用語＋M25:AM35
3	表記技能③	用語：同音異義語
4	表記技能④	異字同訓語
5	表現技能⑤	慣用の手紙用語＆時候の挨拶＆祝賀の言葉
6	表現技能①	よじれない文章＆類義語の使い分け
7	表現技能②	正しく伝えるための基本
8	表現技能③	分かりやすい文章Ⅰ
9	表現技能④	分かりやすい文章Ⅱ
10	表現技能⑤	礼儀正しい文章
11	実務技能①	社内文書の書き方
12	実務技能②	社外文書の書き方
13	実務技能④	文書の取り扱い
14	実務技能⑤	印刷物の校正
15	前期末考査	

☐ 到達目標

ビジネス文書検定2級取得

☐ 成績評価の方法・基準

試験70％ 出席状況30％

2026年度	前期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	ホスピタリティⅡ			吉田訓代	○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
その他の授業	講義・演習			1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

日本航空客室乗務員での接客経験がある講師が、社会人として必要なビジネスマナー・接客マナーをオンライン講義形式・オンラインロールプレイング形式で実施する。

☐ 授業科目の概要

良い人間関係を築くためのコミュニケーションのポイントに加え、社会人にとって必要なマナーの知識を確認し、それらの学習成果を認定するコミュニケーションマナー検定を受験し、合格する。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	コミュニケーション上手になるために	自分を知る 自分のコミュニケーションスタイルを確認する
2	好感度を高めるためのポイント	表情と笑顔 姿勢 服装や身だしなみ 態度や振る舞い
3	聴き方や話し方を見直す	傾聴のポイント 話し方や言葉遣いに配慮する 上手な気持ちの伝え方
4	食事の席での心得	食事の席で大切なこと 食具の種類と歴史 レストランでのマナー 箸使いについて
5	外出時の心得	公共の場での振る舞い 訪問先でのマナー あらたまった席での振る舞い
6	社会人として知っておくべきこと	日本や日本人について考えてみる 日本社会の特徴 多様性を受け入れる
7	社会人必須のマナー	ビジネスマナーの基本 ビジネス文書の書き方 電話応対 名刺交換 席次のルール
8	祝儀・不祝儀袋の贈り方	祝儀袋・不祝儀袋の用途 水引の種類 表書きの書き方 紙幣の入れ方
9	国際交流とプロトコル	国旗について 異文化コミュニケーションの注意点 世界の宗教
10	人生のイベント季節のイベント	誕生 お七夜 お宮参り お食い初め 七五三 厄年 長寿のお祝い お正月 節分 ひな祭り お花見などの年中行事について
11	検定模擬試験	
12	コミュニケーションマナー検定	今まで学んだことの理解力を試す
13	サービス接遇検定対策	サービス接遇検定2級過去問演習実施
14	サービス接遇検定対策	サービス接遇検定3級過去問演習実施
15	サービス接遇検定対策	サービス接遇検定4級過去問演習実施

☐ 到達目標

社会人になって最も大切なコミュニケーションについて
確認し、コミュニケーション検定合格をめざす

☐ 成績評価の方法・基準

試験50% 課題30% 出席状況・授業態度20%

2026年度	前期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	ラッピング		正木 博		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	実験・実習・実技		1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ	

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

ラッピング協会、商業ラッピング協会登録講師。指導歴16年

自身のフワースクールやワークショップの講師として生徒を指導。

☐ 授業科目の概要

ラッピングの基本を学び、ギフトラッピングに応用する力をつける。

ラッピングコーディネーターの資格取得に対応した授業内容なので希望者は受験可。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	ラッピングについて	基本(用語、道具、紙取り、カット方法、包み方)、合わせ包み
2	合わせ包み	合わせ包み復習、大きさの違う箱、リボン基本
3	合わせ包み	合わせ包み復習、四角以外の箱(ピローボックス)
4	合わせ包み	合わせ包み復習、四角以外の箱(円柱)
5	斜め包み	慶弔での包み方の違い、斜め包み
6	斜め包み	斜め包み復習、リボン応用
7	風呂敷包み	風呂敷包み
8	風呂敷包み	風呂敷包み復習、リボン応用
9	リボンテクニック	リボンテクニック
10	さまざまなラッピング	さまざまなラッピング
11	袋のラッピング	袋を使ったラッピング
12	ラッピングの知識	ラッピングの知識
13	さまざまなラッピング	いろいろなものを包む
14	さまざまなラッピング	いろいろなものを包む
15	前期考査	前期考査

☐ 到達目標

ギフトラッピング技術習得

☐ 成績評価の方法・基準

試験50% 出席状況・授業態度50%

2026年度	後期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	教養Ⅳ			長澤 久美子		
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	講義・演習			1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

☐ 授業科目の概要

アパレル業界において知っておくべき知識と、社会人として必要な一般常識、時事などについても学ぶ。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	オリエンテーション	今後の授業について
2	教養	芸術・アートについて学ぶ①
3	"	芸術・アートについて学ぶ②
4	"	芸術・アートについて学ぶ③
5	"	ファッション文化の発祥といわれるヨーロッパとファッションについて学ぶ
6	"	アパレル業界におけるSDGsについて
7	時事問題	ニュースを理解する。
8	"	"
9	"	"
10	"	"
11	"	"
12	"	"
13	"	"
14	後期考査	
15	後期考査解答説明	

☐ 到達目標

アパレル業界のみならず社会のあらゆることに目を向け、
今の情勢を理解する。

☐ 成績評価の方法・基準

試験70% 出席状況・授業態度30%

2026年度	後期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	ビジネスコミュニケーションⅣ			長澤 久美子		
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	講義・演習			1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

☐ 授業科目の概要

コミュニケーションをとる上で必要な表記や表現などについて学ぶとともに、話す力、考える力を身につける。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	表記①	対義語
2	表記②	同音異義語（名詞）
3	表記③	同音異義語（動詞）
4	表記④	間違えやすい漢字
5	敬語①	謙譲語と尊敬語の使い分けを実際の会話を通じて使えるようにする。
6	敬語②	〃
7	推論①	与えられた情報をもとに正しい結論を推測する
8	推論②	〃
9	クリティカルシンキング①	物事に対して深く、多面的に考える力を養う。
10	クリティカルシンキング②	〃
11	クリティカルシンキング③	〃
12	プレゼンテーション①	あるテーマについて原稿をしっかりと作り、プレゼンテーションを行う
13	プレゼンテーション②	〃
14	プレゼンテーション③	〃
15	後期末考査	

☐ 到達目標

物事をしっかりとらえ、表現する力を身につける。

☐ 成績評価の方法・基準

試験40％ 各授業における評価40％ 出席状況20％

2026年度	後期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	映像編集			長澤 久美子		
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	実験・実習・実技			1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

☐ 授業科目の概要

これまでに習得した技術を活用し、途中からはプロモーションの授業と連携し、イベントにおける映像制作を行う。カテゴリ毎の担当やオープニング、エンディング、メイキングなど各自担当を決め、撮影から編集などスケジュールに沿って行っていく。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	オリエンテーション	授業の目的と今後のスケジュールについて
2	役割分担	ショーにおける各カテゴリの紹介映像、オープニング、エンディング、メイキングなどの担当を話し合いで決める。
3	イメージ	カテゴリの紹介映像については、それぞれのイメージにあう撮影場所などをいくつか選定し、次週までに提出。そのほかの担当者は、どのようなイメージのものを制作するか、いくつか提案できるものを考え提出。
4	撮影①	カテゴリについては撮影場所の調整と確定。そのほかについては、全体の流れをどう具現化していくかを考える。
5	撮影②	カテゴリの紹介映像については、撮影で使用するモデル、ルック決め。そのほかの担当者は、サンプル映像を制作。
6	撮影③	カテゴリ担当については、撮影の日時の確定。そのほかの担当については、サンプル映像の調整。
7	音楽の選定	バックに流す音楽の選定。
8	映像の編集①	撮影した映像の編集。決められた各時間内での編集を行う。
9	映像の編集②	〃
10	紹介文の作成と編集	各カテゴリについては紹介文の作成。そのほかについては動画編集。
11	調整	学内リハーサルでの音量や動画の統一感を確認後、調整。
12	学内リハーサル	
13	本番に向けた最終調整	通し練習などで映像を流し、全体のバランス感などを考え調整していく。
14	〃	〃
15	制作物の提出	本番で使用する映像の提出。

☐ 到達目標

ショップスタッフにおいてもSNSでの発信が当たり前になっている中で、撮影、編集などを習得とする。

☐ 成績評価の方法・基準

制作物70% 出席状況・授業態度30%

2026年度	後期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名		実務経験
	ファッションビジネス概論Ⅱ			和泉 康		○
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	講義・演習			1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

地方百貨店にて婦人雑貨バイヤーを経験した後、（財）ファッション産業人材育成機構のIFIビジネススクールに企業派遣
ファッションビジネス能力検定1級、販売士（リテールマーケティング）検定1級取得

☐ 授業科目の概要

ファッションビジネスを支える創・工・商をバランスよく指導し、体系的に指導する
後期は創分野としてモードの変遷について学ぶ

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	導入・ウォルト オートクチュールを作った男	後期授業の進め方、モード史を学ぶ意味、オートクチュールの祖 ウォルト
2	ヴィオネとスキヤパレリ	マドレーヌ・ヴィオネとスキヤパレリ 二人のモードについて学ぶ
3	シャネル	シャネルが活躍した時代背景とそのモード
4	ディオール	クリスチャン・ディオールが活躍した背景とは
5	サンローラン	イヴ・サンローランが残したモード史に残るルック
6	カルダンとライセンスビジネス	ピエールカルダンとライセンスビジネスの関係について学ぶ
7	イタリアの3G	ジャンフランコ・フェレ、ジャンニ・ベルサーチ、ジョルジオ・アルマーニ イタリアで一世を風靡した3人のデザイナー
8	ゴルチェと日本	ジャン・ポール・ゴルチェと日本の関係とは
9	ベルギー（アントワープ）系デザイナーの台頭	アントワープ王立芸術学院を卒業した6人のデザイナー（アントワープ6）とマルタン・マルジェラ
10	マークジェイコブスとトムフォード クリエイティブディレクターとは	アメリカ人クリエイティブ・ディレクター マーク・ジェイコブスとトムフォード 彼らがもたらしたものは
11	今のデザイナー・クリエイティブディレクター	今のデザイナー・クリエイティブディレクターを2名取り上げ、プレゼン資料にまとめる これまでの経歴や実績、代表的なコレクション紹介、何が人々を引き付けるのかetc 他のクラスメイトとはかぶらないようにすること
12	今のデザイナー・クリエイティブディレクター	今のデザイナー・クリエイティブディレクターを2名取り上げ、プレゼン資料にまとめる これまでの経歴や実績、代表的なコレクション紹介、何が人々を引き付けるのかetc 他のクラスメイトとはかぶらないようにすること
13	今のデザイナー・クリエイティブディレクター	今のデザイナー・クリエイティブディレクターを2名取り上げ、プレゼン資料にまとめる これまでの経歴や実績、代表的なコレクション紹介、何が人々を引き付けるのかetc 他のクラスメイトとはかぶらないようにすること
14	今のデザイナー・クリエイティブディレクター	今のデザイナー・クリエイティブディレクターを2名取り上げ、プレゼン資料にまとめる これまでの経歴や実績、代表的なコレクション紹介、何が人々を引き付けるのかetc 他のクラスメイトとはかぶらないようにすること
15	今のデザイナー・クリエイティブディレクター	今のデザイナー・クリエイティブディレクターを2名取り上げ、プレゼン資料にまとめる これまでの経歴や実績、代表的なコレクション紹介、何が人々を引き付けるのかetc 他のクラスメイトとはかぶらないようにすること

☐ 到達目標

モード史について学び、今のモードを理解する土台を作る

☐ 成績評価の方法・基準

課題50% 出席状況・授業態度50%

2026年度	後期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	ファッション実習Ⅱ			松元 英樹	○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	実験・実習・実技			2	4×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、大手アパレル企業(株)サンエーインターナショナル（現(株)TSI）においてデザイナー、プレス、MDを経験後、他社でのバイヤー、VMDなどを
経て、フリーランスとしてリーバイスジャパンやマウジーなどでデザインやプロデュースなども手がけた実績を踏まえ、あらゆる角度から指導する。

☐ 授業科目の概要

学科イベントであるファッションコーディネートショーを作り上げるため、各授業と連携し、ヘアメイク、照明なども決める。

ショーの全体像を捉え、運営から演出まで、今までに学んだことを実践的に活用していく。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	ルック検証と服の確認～コーディネート	ルックを検証しアイテムを確認した上で、コーディネートに入る準備をすすめる。
2	コーディネート	カテゴリ毎に、傾向を把握したうえでコーディネートを組みむ
3	〃	コーディネートを組みつつ、出来上がったコーディネートのフィッティング
4	コーディネートとモデル選定	コーディネートと並行して、モデルの選定も行う。
5	コーディネートの仕上げ	〃
6	ウォーキングとコース制作	ウォーキングの基本練習後、コース制作に入る
7	モデル選定	選定されたモデルにどの服を着用してもらうか決める
8	ヘアメイク・照明の提案	各カテゴリ、衣装に合ったヘアメイクと、コースに合わせた照明の提案。
9	ヘアメイク・照明決め	前回の提案からヘアメイク、照明を決定する。
10	フィッティングを含めたコース練習および照明決め	フィッティング有に向けての衣装の着替えを含めた練習。コース毎の照明を決める。
11	全体練習	フィッティング有での通し練習を中心に行う。
12	学内リハーサル振り返り	学内リハーサルにおける修正点の確認
13	コース調整とリハーサル	コース調整およびフィッティング有のリハーサルと照明との打ち合わせをすすめる。
14	〃	〃
15	〃	〃

☐ 到達目標

各スキルの向上のみならず、イベントを通じてチームで動くこと
での協調性、コミュニケーション力の大切を身につける。

☐ 成績評価の方法・基準

成果物・提出物70% 授業態度30%

2026年度	後期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名		実務経験
	ファッションコーディネートⅣ			松元 英樹		○
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	実験・実習・実技			2	4×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、大手アパレル企業(株)サンエーインターナショナル（現(株)TSI）においてデザイナー、プレス、MDを経験後、他社でのバイヤー、VMDなどを
経て、フリーランスとしてリーバイスジャパンやマウジーなどでデザインやプロデュースなども手がけた実績を踏まえ、あらゆる角度から指導する。

☐ 授業科目の概要

学科イベントであるファッションコーディネートショーを作り上げるため、カテゴリーに沿ったコーディネートを組みむとともに、全体感の
バランスの調整と、ショーアップするためのコーディネート、見せるコーディネートを組めるようにする。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	検証と服の確認～コーディネート	ショーのカテゴリーをイメージしたルックを検証し、現在あるアイテムを確認後、コーディネートに入る。
2	コーディネート①	カテゴリー毎に、傾向を把握したうえで既存のアイテムでコーディネートを組む
3	コーディネート②	コーディネートを組み、出来上がったコーディネートのフィッティングを行う。
4	コーディネート③	〃
5	コーディネート④	〃
6	コーディネート⑤	〃
7	モデルの選定	各コーディネートに合ったモデルを、学科内外から選定する。
8	モデルフィッティング①	前回選定したモデルに実際のコーディネートをフィッティングしてもらい、サイズ感などをチェック。
9	モデルフィッティング②	〃
10	コーディネート強化①	フィッティング有の練習に向け、コーディネートの全体感の確認と、衣装準備などをすすめる。
11	学内リハーサル準備	学内においてリハーサルに向けてのアイテム確認など準備
12	学内リハーサル	学内においてリハーサルを行う
13	ショー全体の流れの確認①	会場リハーサル及びショー当日の流れを考え、衣装の置き場所など確認を行う。
14	ショー全体の流れの確認②	〃
15	ショー全体の流れの確認③	〃

☐ 到達目標

レイヤードによる変化を理解し、さらなるコーディネートスキルの
向上を目指す。

☐ 成績評価の方法・基準

成果物80% 授業態度20%

2026年度	後期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名		実務経験
	ファッションマーケティングⅣ			松元 英樹		○
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	実験・実習・実技			2	4×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、大手アパレル企業(株)サンエーインターナショナル（現(株)TSI）においてデザイナー、プレス、MDを経験後、他社でのバイヤー、VMDなどを
経て、フリーランスとしてリーバイスジャパンやマウジーなどでデザインやプロデュースなども手がけた実績を踏まえ、あらゆる角度から指導する。

☐ 授業科目の概要

2026-27年AWにおいて話題のショップをマーケティングリサーチし、そのトレンドをまとめる。学科イベントであるファッションショーのテーマ、
カテゴリーに沿ったマーケティングを行い、アイテムの選出、購入などし、コーディネートに反映させるとともに全体の運営を考える。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	オリエンテーション	3月開催のファッションショーを含めた授業の進め方について
2	トレンドリサーチ①	2026--27AWのトレンドリサーチ。海外のトレンドと日本のトレンドについてリサーチする。
3	トレンドリサーチ②	リサーチした内容をプレゼンテーション資料にまとめる。
4	トレンドリサーチ③	〃
5	トレンドリサーチ④	プレゼンテーション
6	トレンド分析①	トレンドリサーチをもとに昨年からの流れなども含めAWのトレンド分析を行う。
7	アイテムの選定①	トレンドを意識し、ショーで必要なアイテム用品を選び、コーディネートに反映させる。
8	アイテムの選定②	〃
9	アイテムの選定③	〃
10	アイテムの選定④	〃
11	学内リハーサルの準備と調整	学内において行うファッションショーのリハーサルに向けての準備と調整
12	学内リハーサル	学内においてリハーサルを行う
13	ショー全体の流れの確認①	会場リハーサル及びショー当日の流れを考え、修正と確認を行う。
14	ショー全体の流れの確認②	〃
15	ショー全体の流れの確認③	〃

☐ 到達目標

マーケティングをベースにイベント用のコーディネートを考えるとともに、
トレンドへの理解力を高める。

☐ 成績評価の方法・基準

発表・制作物80% 授業態度20%

2026年度	後期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	ファッションプロモーションⅣ		松元 英樹		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	実験・実習・実技		2	4×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ	

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

担当講師は、大手アパレル企業(株)サンエーインターナショナル（現(株)TSI）においてデザイナー、プレス、MDを経験後、他社でのバイヤー、VMDなどを
経て、フリーランスとしてリーバイスジャパンやマウジーなどでデザインやプロデュースなども手がけた実績を踏まえ、あらゆる角度から指導する。

☐ 授業科目の概要

学科イベントであるファッションコーディネートショー集客のための活動を考え実践的に行えるようにする。

またショー内で流すプロモーション映像の撮影と制作、編集を行う。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	役割分担	イベントの集客を考え、各自の役割を分担する。
2	SNSの活用方法①	昨年の活動を踏まえ、イベントであるショーの集客のために、SNSをどのように活用していくかを決める。
3	SNSの活用方法②	〃
4	SNSの運用①	SNSに挙げる映像や写真などを撮影する。学内の広報とも連携していく。
5	SNSの運用②	〃
6	映像制作①	ショー内で流すプロモーション映像の撮影と制作、編集。
7	映像制作②	〃
8	映像制作③	〃
9	映像制作④	〃
10	映像制作⑤	〃
11	SNS効果の検証① 映像制作⑥	写真や映像編集後に効果を検証し次につなげていく。同時に映像制作も進める。
12	学内リハーサル	学内リハーサルの撮影後編集し、SNSへアップする
13	SNS効果の検証② 映像調整①	〃
14	SNS効果の検証③ 映像調整②	〃
15	SNS効果の検証④ 映像仕上げ	〃

☐ 到達目標

プロモーション活動の重要性、必要性を学ぶとともに、イベントを
通じて効果的なプロモーションとは何かを理解する。

☐ 成績評価の方法・基準

制作物80% 授業態度20%

2026年度	後期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名		実務経験
	教養編AIリテラシー			本山 繁		
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
基本授業	講義・演習			1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）☐ 授業科目の概要

オンデマンド配信による講義形式で授業を行う。講義内容は事前収録し、各学科・クラスのClassroom／Teams等を通して毎週配信し、学生は自宅等で視聴。

講義内容は配信後、一定期間再視聴できるように設定され、復習等に活用することができる。各回視聴後、内容確認のための小テストをGoogleフォームで行う。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	教養編AIリテラシー（1）	AIとは／AIの定義／AIの分類／AI効果／AIとロボットの違い／AI研究の歴史／強いAIと弱いAI／特化型人工知能と汎用人工知能／
2	教養編AIリテラシー（2）	第1次AIブーム
3	教養編AIリテラシー（3）	第2次AIブーム／第3次AIブーム
4	教養編AIリテラシー（4）	AI分野の課題・関連知識
5	教養編AIリテラシー（5）	機械学習（マシンラーニング）-1：教師あり学習
6	教養編AIリテラシー（6）	機械学習（マシンラーニング）-2：教師なし学習／強化学習
7	教養編AIリテラシー（7）	機械学習（マシンラーニング）-3：機械学習の実践・Teachable Machine
8	教養編AIリテラシー（8）	深層学習（ディープラーニング）-1：ディープラーニングとは／多層パーセプトロン／オートエンコーダ／畳み込みニューラルネットワーク
9	教養編AIリテラシー（9）	深層学習（ディープラーニング）-2：敵対的生成ネットワーク／GPT／ファインチューニング／CPUとGPU／音声処理と自然言語処理
10	教養編AIリテラシー（10）	AIの産業への応用と知的財産・倫理-1：RPA／AIの社会実装に向けて
11	教養編AIリテラシー（11）	AIの産業への応用と知的財産・倫理-2：産業への応用
12	教養編AIリテラシー（12）	AIの産業への応用と知的財産・倫理-3：知的財産に関する法律／著作権法／特許法／不正競争防止法
13	教養編AIリテラシー（13）	基礎数学-1：順列／組合せ／事象の確率／確率の基本性質
14	教養編AIリテラシー（14）	基礎数学-2：代表値／相関／離散グラフ
15	期末考査（オンライン）	

☐ 到達目標

AIの概要・歴史について、機械学習の基本的なアルゴリズム、ニューラルネットワークの

基本概念と原理、機械学習モデル（AI）の評価指標、基礎数学を理解する。

☐ 成績評価の方法・基準

試験30％ 課題30％ 出席状況・授業態度40％

各回の出席、小テスト内容、期末考査を総合的に評価する

2026年度	後期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名		担当講師名		実務経験	
	デジタルデザインⅣ		草刈 利枝子		○	
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考	
基本授業	講義・演習		1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ	

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

前職はPC周辺機器メーカーの広報に所属（約15年）し、WEB・紙媒体のデザイン&企画・運営を担当。

その他、パソコンスクールにてデザイン系のインストラクターのアルバイト経験あり（約10年）。

☐ 授業科目の概要

未取得のサーティファイ検定取得・ブラインドタッチ練習

Excel3級/Powerpoint初級/Word3級の資格取得を目指す

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	イベントPOP制作	イベント用ポスター・サイネージ制作（ファッションショー告知用）
2	イベントPOP制作	イベント用ポスター・サイネージ制作（ファッションショー告知用）
3	イベントPOP制作	イベント用ポスター・サイネージ制作（ファッションショー告知用）
4	Illustrator検定対策①	実技問題（解説・練習）
5	Illustrator検定対策②	実技問題（解説・練習）
6	Illustrator検定対策③	実技問題（解説・練習）
7	Illustrator検定対策④	実技問題
8	Illustrator検定対策⑤	実技問題
9	イベントPOP制作	イベント用ポスター・サイネージ制作（ファッションショー詳細案内）
10	イベントPOP制作	イベント用ポスター・サイネージ制作（ファッションショー詳細案内）
11	イベントPOP制作	イベント用POP制作（ファッションショーパンフレット）
12	イベントPOP制作	イベント用POP制作（ファッションショーパンフレット）
13	イベントPOP制作	イベント用POP制作（ファッションショーパンフレット）
14	Illustrator検定対策⑦	模擬問題①
15	期末考査	

☐ 到達目標

Illustratorスタンダードレベル

☐ 成績評価の方法・基準

試験50% 課題30% 出席状況・授業態度20%

2026年度	後期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード		授業科目名		担当講師名		実務経験
		SNSマーケティングⅡ		長澤 久美子		
授業の種類		授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕		単位数	時限×回数	備考
基本授業		講義・演習		1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

☐ 授業科目の概要

SNSを活用したマーケティング（ブランディングや集客）について学ぶ。

☐ 授業の計画

週	項目	授業内容
1	オリエンテーション、Googleドライブの使い方	授業内容および評価方法の説明、Googleドライブの使い方
2	広告 ③Instagram広告	特徴と出稿の仕方
3	広告・キャンペーン	SNSキャンペーンの基礎知識
4	広告・キャンペーン	インフルエンサーマーケティング
5	ユーザーコミュニケーション	炎上とその対策
6	ユーザーコミュニケーション	UGCの活用
7	ユーザーコミュニケーション	エンゲージメントを深める施策
8	KPI・データ分析・戦略策定	インサイトデータ分析・ソーシャルリスニングと競合調査
9	総復習	総復習・押さえておくべきポイント
10	総復習	総復習・押さえておくべきポイント
11	文章作成の基礎	
12	デザインの基礎	
13	SNS実践①	アカウントの目的設定／PRするポイント／競合調査
14	SNS実践②	プロフィール作成／サムネイル作成
15	定期考査	出題範囲：後期に解説した全範囲

☐ 到達目標

SNSマーケティングの概要を理解する

簡単なクリエイティブの制作ができる

☐ 成績評価の方法・基準

毎回の確認テスト75% 期末考査25%

2026年度	後期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名		実務経験
	ホスピタリティⅢ			吉田 訓代		○
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
選択授業	講義・演習			1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

航空会社で客室乗務員として勤務経験のある講師が、社会人として必要なビジネスマナー・接客マナーをオンライン講義形式・オンラインロールプレイング形式で実施する。

☐ 授業科目の概要

サービス接客検定2級合格を目標に、社会人マナーを身につける。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	オリエンテーション・サービス接客検定対策	授業内容の説明、シラバス共有。サービス接客検定2級概要説明。事前配布した資料を実施。
2	サービス接客検定対策	サービス接客検定対策
3	サービス接客検定対策	サービス接客検定対策
4	サービス接客検定対策	サービス接客検定対策
5	サービス接客検定答え合わせ	11/9実施のサービス接客検定2級答え合わせ
6	言葉遣い・立ち振る舞い	
7	言葉遣い・立ち振る舞い	
8	接客動作	
9	良いサービス・悪いサービス	
10	年末年始マナー	年末年始に親戚大勢で集まる場でのマナー確認（玄関でのあいさつ・手土産渡し方・和室でのマナー）
11	マナー	社会人としてのマナー・心構え・電話応対
12	マナー	社会人としてのマナー・心構え・電話応対
13	マナー	社会人としてのマナー・心構え・電話応対
14	後期考査	
15	後期考査振り返り	

☐ 到達目標

サービス接客検定2級合格

第一印象アップ。愛想の良い接客

☐ 成績評価の方法・基準

試験50% 出席状況・授業態度50%

2026年度	後期	ファッションビジネス学科	2年	SNSマーケティング専攻		
授業コード	授業科目名			担当講師名	実務経験	
	世界遺産 I			吉田 訓代		
授業の種類	授業の方法〔講義・演習／実験・実習・実技〕			単位数	時限×回数	備考
選択授業	講義・演習			1	2×15	2時限＝90分＝1コマ 4時限＝120分＝2コマ

2025年度生まで：【単位数】「講義・演習」「実験・実習・実技」とも1コマの授業で1単位

☐ 実務経験のある教員による授業であることを示す記述（上記講師名欄の右に「○」）

☐ 授業科目の概要

オンライン動画配信で実施。日本と世界の世界遺産を知り、その背景にある世界史や宗教、文化について教養を深める。

毎回授業の内容についてのGoogleフォーム確認テストを提出し出席とする。

☐ 授業の計画

週	項目	授業概要
1	オリエンテーション	授業概要説明・吉田の自己紹介・夏休みの世界遺産巡りの旅紹介
2	世界遺産①	世界遺産について概要
3	世界遺産②	私のおすすめ世界遺産紹介
4	日本の世界遺産①	日本の世界遺産26件を紹介①
5	日本の世界遺産②	日本の世界遺産26件を紹介②
6	世界遺産③	ヨーロッパの建築様式
7	世界遺産④	一生で一度は行きたい世界遺産
8	世界遺産⑤	アメリカの世界遺産
9	世界遺産⑥	オセアニアの世界遺産
10	世界遺産⑦	南アメリカの世界遺産
11	世界遺産⑧	大航海時代の世界遺産
12	世界遺産⑨	イギリスの世界遺産
13	世界遺産⑩	世界遺産検定対策①
14	世界遺産⑪	世界遺産検定対策②
15	世界遺産⑫	世界遺産検定対策③

☐ 到達目標

世界遺産を知り世界の歴史・文化に親しむ

☐ 成績評価の方法・基準

確認テスト50% 出席状況50%