

名古屋ファッションクリエイション・ビジネス学科

Nagoya Department of Fashion Creation and Business | 授与される学位：ファッションクリエイション・ビジネス学士(専門職)

1 年次		2 年次		3 年次		4 年次	
前期	後期	前期	後期	前期	後期	前期	後期

国際社会で通用する教養とファッションの基礎力を身につける

4年間の学びの基礎となる力を身につけます。1年次からファッションクリエイションとビジネスに関する演習科目をバランスよく配置することで、理論と技術の両方を学ぶことができ、問題意識を高め、主体性を養います。

ファッションとそのビジネスに関する専門的な知識・技術を深め、地域創生に貢献できる力を身につける

1年次に学修した基礎を実務レベルまで高め、ファッションの現場で通用する英語やコミュニケーション能力も同時に身につけます。地域創生が課題となっている現状を打開するために海外での成功例を踏まえ、東海・中部の地域産業の課題発見につながるノウハウを身につけます。

産地や企業での実習を通して、現場で通用する実践力を身につけ、海外に発信する

国際市場を視野に、広告・PRからマーケティング、消費者行動までを徹底的に研究します。これまでの学びを実践する場として、産地や企業でのビジネスプランニングの実習、そして海外実習を通して、国際ビジネス市場でも通用する確かな実践力を養います。

卒業制作に向けた演習を通じ、新しいモノやサービスを生み出す

東海・中部地域の特色や地域の知財に関する知識・技術を応用して、国際市場を開拓し、新しいモノやサービスを生み出すプロデューサーやクリエイターとしての総合力を養います。

基礎科目	比較文化論*	現代文化論	環境と社会	ヨーロッパの社会と文化
	文化論基礎ゼミ	産業論入門		地域論入門
	会計入門	法学入門		社会科学基礎ゼミ
	英語I*		英語II*	
	情報リテラシー*	日本語文章表現*		フランス語
	メディア概論*	フィールドワーク入門*		イタリア語
ファッション論科目群	身体とパフォーマンス	自然資源と服装文化	美とファッションの歴史*	中国語
	造形論入門*			ブランドの歴史と文化
	職人の世界			美容とファッション
	装いと社会性・ジェンダー			
	色彩論入門*			
	ファッション論基礎ゼミ			
職業専門科目	生活科学入門*		日本の衣生活・服装史入門*	パターンメイキング
	ファッションデザイン実習I*		ファッションデザイン実習II*	
	ファッションデザイン論*	テキスタイル基礎*	テキスタイル中級	感性工学
	デザイン概論			
ビジネス科目群	ファッションビジネス実習I*		ファッションビジネス実習II*	マーケティング論*
	ファッションビジネス概論	国際ファッション市場論	国際ビジネスモデル特講I・II	消費者行動論*
				知財論
				創造産業論
メディア科目群	写真概論*	映像概論*	写真実習	映像実習
地域・地方科目群			国際ファッション業界英語*	
			地域企業・地方連携ゼミ*	
			臨地実習I(企業)*	
発信力科目群			環境とビジネス*	
			広告・PR論	
			ECシステム構築演習	
		EC概論	ECシステム構築演習	
展開科目		産業とメディアデザイン	地域産業・名古屋論*	
			デジタルテクノロジー演習	サブカルチャー・スタイル
国際科目群			国際知財論	
			国際連携ゼミ*	
			海外実習I*	
			海外実習II	
総合科目			統合指導ゼミI*	統合指導ゼミII*
			卒業制作・計画*	

*は必修科目

カリキュラムピックアップ

臨地実習Ⅱ(地方産地)

日本国内の素材産地と連携し、学生と教員が事業所やメーカー等にて実習を行い、伝統的技術を学びます。愛知県の他に岐阜、三重などの産地を訪れます。最終的には、新しいファッション知財を海外に発信することを目標とし、ゼミや実習計画を行います。また、ほかの学生の発表や成果を通じて、素材産地をより多面的に理解し、新たなアイデアにつながります。

国際ビジネスモデル特講Ⅰ・Ⅱ

欧米諸国で成功しているファッションブランドのビジネスモデルを題材に、グローバルに展開されるビジネスの歴史としくみを学びます。特講Ⅰではヨーロッパ各国において、歴史的、政治的な背景を鑑みつつ、ファッションビジネスへの理解を深めます。特講Ⅱではアメリカ合衆国において、マスマーケティングに代表される大量生産、大量流通といった大企業のビジネスモデルについて理解を深めます。

ECシステム構築演習

デジタル化の起点となり得るネットショップ開設について学びます。ECサイト制作、運営に必要なデジタルマーケティング戦略、SNS集客ストーリー、購入側心理・デザイン思考でのユーザビリティ、運営業務プロセス、持続可能なビジネスモデルなどの基礎知識を学び思考することをかけ合わせることで、将来ECサイトで自己ブランドの商品をどう発信・展開するのか、実践を交えて展開します。

マーケティング論

今日のデジタル社会においては伝統的マーケティングとデジタル・マーケティングの両方が必要であり、両方を体系的に関連づけて理解することが極めて重要になります。従来からの伝統的マーケティングの枠組みを説明し、デジタル・マーケティングの理論や概念を解説します。両方を理解することで、デジタル・マーケティングの理論や概念を体系的に理解しやすくなるというだけではなく、伝統的マーケティングとの違いを学びます。

