

大阪ファッションクリエイション・ビジネス学科

Osaka 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、関西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

関西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	社会科学基礎ゼミ
	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*		
	メディア概論*	フィールドワーク入門*		フランス語	
	情報リテラシー*	日本語文章表現*		中国語	
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*		
	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*	テキスタイル基礎*	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*			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					地域企業・地方連携ゼミ*
					臨地実習I(企業)*
					臨地実習II(地方産地)*
発信力科目群			産業とメディアデザイン	地域産業・大阪論*	環境とビジネス*
			デジタルテクノロジー演習	サブカルチャー・スタイル	広告・PR論
	EC概論	ECシステム構築演習			EC概論
国際科目群					国際知財論
					国際連携ゼミ*
					海外実習I*
総合科目					海外実習II
					統合指導ゼミI*
					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。大阪の他に京都、和歌山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げます。

ファッションビジネス実習Ⅰ・Ⅱ

市場や消費者ニーズに応えるための実践的な企画・プロデュースを学びます。ファッション業界の変遷を踏まえ、市場動向を予測する能力や的確な商品価値を生み出すような判断能力を養います。実習Ⅱでは、商品企画と販売戦略に関する技術と知識を活かして、ビジネスモデルの構想を行います。

映像概論

動画の役割とプロフェッショナルな動画撮影技術の基礎を学びます。個人が容易に動画を発信することが可能になっている現在、プロフェッショナルなコンテンツの制作がますます重要視されています。映画監督や脚本家としての経験を持つ教員が、特にファッション産業界における動画技術、動画の果たす役割を歴史的に理解すると同時に、実践的な動画撮影、コンテンツ制作の基礎技術を教えます。

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なく、伝統的マーケティングとの違いを学びます。

