

【国及び都が定める添付資料①】

実務経験のある教員等による授業科目の一覧表

(総合デザイン科グラフィックデザイン専攻 3年制)

科目 区分	授 業 科 目	授業 時間数	うち 実務教員によ る授業	授業 時間数	うち シラバス添付	授業 時間数	備考
講義	特別講義・ホームルーム	360					
講義	情報デザインⅠ	120					
講義	情報デザインⅡ	120	○	120			
実技	情報デザインⅢ	120	○	120	☆	120	
演習	ドローイング	120					
演習	デザイン基礎Ⅰ	120	○	120			
演習	デザイン基礎Ⅱ	120	○	120	☆	120	
実技	デザインリテラシーⅠ	120	○	120			
実技	デザインリテラシーⅡ	120	○	120			
実技	デザインリテラシーⅢ	120	○	120			
実技	ビジュアルコミュニケーションⅠ	120	○	120			
実技	ビジュアルコミュニケーションⅡ	120	○	120	☆	120	
実技	ビジュアルコミュニケーションⅢ	120	○	120			
演習	デジタルスキル	120	○	120			
実技	シナリオライティング	120	○	120	☆	120	
実技	写実実習	120	○	120			
実技	グラフィックデザインⅠ	120	○	120	☆	120	
実技	グラフィックデザインⅡ	120	○	120	☆	120	
実技	グラフィックデザインⅢ	120	○	120	☆	120	
演習	WebデザインⅠ	120	○	120			
実技	WebデザインⅡ	120	○	120			
実技	WebデザインⅢ	120	○	120	☆	120	
実技	メディア表現Ⅰ	120	○	120			
実技	メディア表現Ⅱ	120	○	120			
講義	キャリアデザイン	120	○	120			
実技	アートディレクションⅠ	120	○	120	☆	120	
実技	アートディレクションⅡ	120	○	120			
実技	総合グラフィックデザインゼミ	120	○	120			
総授業時数		3,600		3,000		1,080	
卒業に必要な授業時数		3,600					

2025

区分

必修

対象

I部SG科3年

科目名	情報デザインⅢ			
開講期	前後期	時間数	3H	
講師名	福留 千晴			
授業概要	<p>どのようなデザインを企画し、それがどのような課題解決になるのか？</p> <p>日本各地の事例と、いま必要なソーシャルデザイン的アプローチや課題解決手法を学ぶ。</p> <p>以下の視点・スキルの習得を目指します。</p> <p>課題把握力・マーケティング力・プレゼンテーション力</p> <p>また年間を通して4名のゲスト講師をお呼びし、各地の事例についてお話いただきながら、実際の地域課題に対して企画プレゼンを行う演習も想定しています。</p> <p>この授業は、実習・実技形式が基本となる。</p> <p>担当講師は、実務経験に基づいて授業を展開している。</p>			
授業計画	回	主題・目的	概要	持参物
前期	1	オリエン	本講義の目指すもの・講師紹介・各地の事例紹介等	PC、筆記用具
	2	ゲスト①	ゲスト講師①（講演）	
	3	マーケ①	マーケティングの基礎（1）	
	4	マーケ②	マーケティングの基礎（2）	
	5	マーケ③	マーケティングの基礎（3）	
	6	ゲスト②	ゲスト講師②（講演・課題のオリエン）	
	7	ワーク①	地域課題に対して、グループワークを通じたプレゼン企画づくり	
	8	ワーク②	地域課題に対して、グループワークを通じたプレゼン企画づくり	
	9	ワーク③	地域課題に対して、グループワークを通じたプレゼン企画づくり	
	10	ワーク④	地域課題に対して、グループワークを通じたプレゼン企画づくり	
	11	ワーク⑤	地域課題に対して、グループワークを通じたプレゼン企画づくり	
	12	模擬プレ	模擬プレゼン	
	13	プレゼン	プレゼン本番	
	14	振り返り	プレゼン振り返り	
	15	前期総括	前期総括	
後期	1	オリエン	後期実施に向けたオリエン	PC、筆記用具
	2	ゲスト①	ゲスト講師①（講演）	
	3	企画プレ①	企画づくりの基礎（1）	
	4	企画プレ②	企画づくりの基礎（2）	
	5	企画プレ③	企画づくりの基礎（3）	
	6	ゲスト②	ゲスト講師②（講演・課題のオリエン）	
	7	ワーク①	地域課題に対して、グループワークを通じたプレゼン企画づくり	
	8	ワーク②	地域課題に対して、グループワークを通じたプレゼン企画づくり	
	9	ワーク③	地域課題に対して、グループワークを通じたプレゼン企画づくり	
	10	ワーク④	地域課題に対して、グループワークを通じたプレゼン企画づくり	
	11	ワーク⑤	地域課題に対して、グループワークを通じたプレゼン企画づくり	
	12	模擬プレ	模擬プレゼン	
	13	プレゼン	プレゼン本番	
	14	振り返り	プレゼン振り返り	
	15	後期総括	後期・年間総括	
評価方法	出席率、講義中の参加・関与度、課題提出率、課題内容、授業内容の理解度			
使用ソフト テキスト	<p>「自分の壁」（養老孟司）</p> <p>「地域の課題を解決するクリエイティブディレクション術」（田中淳一）</p>			
教員紹介	<p>「地域と食のしごと」NORTHEN LIGHT代表。中小企業や自治体においてソーシャル&ローカルデザインのプランニングからプロデュース、クリエイティブ、PRまで一貫して行う。2017年、経産省「BrandLand Japan」にて全国12商材の海外展開プロデューサーに就任。</p>			

2025

区分

必修

対象

I部SG科1年

科目名	デザイン基礎 II			
開講期	前後期	時間数	3H	
講師名	木村 文敏			
授業概要	<p>文字はデザインにおける重要な要素であり、文字を適切に扱うことはデザイナーに必要な不可欠なスキルです。文字の扱い方一つで作品の印象はガラリと変わるだけでなく、情報が的確に伝達されるか否かが大きく左右されます。</p> <p>授業を通して文字形象に対する理解を深め、フォント使用にあたっての基礎的知識と技術を習得し、「文字を組む」とはどのようなことなのかを考えます。</p> <p>この授業は、実習・実技形式が基本となる。</p> <p>担当講師は、実務経験に基づいて授業を展開している。</p>			
授業計画	回	主題・目的	概要	持参物
前期	1	視覚調整	概要説明 錯視と視覚調整	筆記具、製図用具
	2	和文書体 1	活字書体の基本構造 漢字のレタリング	筆記具、製図用具、PC
	3	〃	〃	〃
	4	和文書体 2	ひらがな・カタカナ かなのレタリング	〃
	5	〃	〃	〃
	6	欧文書体	欧文書体の成り立ち 欧文書体のレタリング	〃
	7	〃	〃	〃
	8	組版 1	文字のセンター 縦組と横組の組見本作成	〃
	9	〃	文字のセット 欧文の組見本作成	〃
	10	書体観察	覚えておきたい定番フォント	筆記具、PC
	11	〃	定番和文フォントの分析	〃
	12	〃	定番欧文フォントの分析	〃
	13	組版 2	ベタ組とスペーシング	〃
	14	〃	文字組みの練習 /文字サイズ・字間・行間	
	15	〃	文字組みの練習 /文字の色	
後期	1	紙面調査	雑誌の誌面を調査・分析 / 組版ルール	書籍・雑誌、PC
	2	〃	〃	〃
	3	〃	〃	〃
	4	文字構成	フォントの選択と異書体混植	筆記具、PC
	5	〃	〃	〃
	6	文字造形	オリジナルフォント制作 フォントの目的	〃
	7	〃	〃 デザイン検討	〃
	8	〃	〃 デザイン決定 作業手順確認	〃
	9	〃	〃 原字制作 アウトライン作成	〃
	10	〃	〃	〃
	11	〃	〃	〃
	12	〃	〃 フォントデータ作成	〃
	13	〃	〃 テスト組版 修正	〃
	14	〃	〃 仕上げ 書体見本作成	
	15	〃	講評 まとめ	
評価方法	出席数及び授業内容の理解度 提出作品のレベルと完成度			
使用ソフト テキスト	Illustrator、Drop&Type			
教員紹介	タイポグラファーとして活動中。これまで様々なデジタル書体の開発に携わる。現在、大学での指導と並行して本校においても活字書体デザインの基礎を指導している。			

2025

区分

必修

対象

I部SG科2年

科目名	ビジュアルコミュニケーションⅡ			
開講期	前後期	時間数	3H	
講師名	田島 ふみ			
授業概要	<p>1つのテーマ（ブランド等のクライアント）を設定し、ロゴ・印刷物・グッズ・コンセプトBOOK等を制作。</p> <p>一連の制作を通して、一貫性を持った成果物を作ることを目的とします。</p> <p>この授業は、実習・実技形式が基本となる。</p> <p>担当講師は、実務経験に基づいて授業を展開している。</p>			
授業計画	回	主題・目的	概要	持参物
前期	1		今後の授業の内容説明	ノートパソコン 筆記用具 ラフが書けるスケッチブックや タブレット
	2		オリジナルでカレンダーを作る	
	3			
	4			
	5			
	6		ここから自分ブランドづくりに入ります	
	7		任意のクライアントを設定する、資料集め&作り	
	8		任意のテーマのロゴ作り（3案くらい）	
	9			
	10		媒体資料を進化させて、コンセプトBOOKをつくる	
	11		バナー広告をつくる	
	12			
	13			
	14			
	15			
後期	1		任意グッズの制作→入稿（選ぶグッズにより料金が必要になります）	
	2		任意の告知物を作る（フライヤー、ポスターなど）	
	3		任意の誌面レイアウトを作る	
	4			
	5			
	6		途中、実際の仕事紹介や、スケジュールが合えば外部講師を招きます	
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	15			
評価方法	課題提出とその精度			
使用ソフト テキスト	adobe イラストレーター、フォトショップ、インデザイン			
教員紹介	フリーランスグラフィックデザイナーとして活動中。ADを含むファッション誌、写真集、単行本やガイドブックなどのエディトリアルデザインを中心に、広告、パッケージなどの幅広いデザインを手がける。			

2025

区分

必修

対象

I部SG科1年

科目名	シナリオライティング			
開講期	前後期	時間数	3H	
講師名	佐仲 涉			
授業概要	<p>多様化する広告戦略に対応するためのマーケティング戦略を軸としたコトバからの発想としてのコピーライティング。広告における魅力的なビジュアルには、購買の動機づけを加速させるメッセージ（コトバ）が必ず内包されている。</p> <p>グラフィック、映像ともにコピーライティングによる発想法を習得し、広告制作へと導くためのカリキュラムである。</p> <p>この授業は、実習・実技形式が基本となる。</p> <p>担当講師は、実務経験に基づいて授業を展開している。</p>			
授業計画	回	主題・目的	概要	持参物
前期	1	概説	2024年度の広告事情 前期講義の概要	筆記用具とPC
	2		コピーとは何ぞや？キャッチコピーを考えてみよう。	ノート
	3		各媒体の理解と各媒体におけるコピーについて。	全ての授業にて
	4		コンセプトメイクについて。	用意持参すること。
	5		コンセプトからのプロセス・ポイント。	
	6		ビジュアルとコピーの相関関係。	
	7		CMにおけるコピーについて①プランニング	
	8		CMにおけるコピーについて②ナレーション	
	9		CMにおけるコピーについて③スーパー、ジングルなど	
	10		代表的なコピー例について①	
	11		代表的なコピー例について②	
	12		代表的なコピー例について③	
	13		コピー創作①	
	14		コピー創作②	
	15		前期のまとめ	
後期	1		後期講義の概要	
	2		ネーミングについての解説、代表例など。	
	3		ネーミング開発①	
	4		ネーミング開発②	
	5		ネーミング開発③	
	6		CMプランニング TV	
	7		CMプランニング TV	
	8		CMプランニング ラジオ	
	9		コピー創作①	
	10		コピー創作②	
	11		コピー創作③	
	12		ビジュアル発想におけるコピー①	
	13		ビジュアル発想におけるコピー②	
	14		ビジュアル発想におけるコピー③	
	15		後期のまとめ	
評価方法	出席、授業態度、課題など総合的に判断。課題提出の日は絶対厳守。			
使用ソフト テキスト				
教員紹介	マッキンゼーエリクソン博報堂（後にマッキンゼーエリクソン）でコピーディレクター、博報堂プロダクツにてクリエイティブディレクターなどをつとめる。日本コカ・コーラをはじめソフトバンク、KFC、旭化成、マイクロソフト、CASIO等を担当。			

2025

区分	必修	対象	I部SG科1年
----	----	----	---------

科目名	グラフィックデザインI		
開講期	前後期	時間数	3H
講師名	縄手 和弘		
授業概要	<p>「グラフィックデザイン基礎」「色彩と配色」「構成と文字」の学びを基本ベースとして授業を進行します。</p> <p>サムネール&ラフスケッチをしっかりと描かせながら、それを元にコミュニケーションをとり、制作物の完成度を上げていきます。アイデアから始まり、ラフ設計に基づいた素材づくりをし、伝えたい情報が見える化する（言葉／形態／色彩／質感）を理解させ、視覚伝達するために必要な「造形力」「表現力」を養ってもらうことを目指します。制作物の目的意識をしっかりと持った上で、しっかりと考え、きっちり作り「デザインするって楽しいなあ」のモチベーションを上げ、さまざまなデザイン物を総合的に定着させる流れで授業進行します。</p> <p>この授業は、実習・実技形式が基本となる。</p> <p>担当講師は、実務経験に基づいて授業を展開している。</p>		
授業計画	回	主題・目的	概要
前期	1	概要	授業内容ガイダンス／グラフィックデザインとは・・・
	2		●目的を正しく伝える／形編 (お題)
	3		平面構成の考え方／円・三角・四角／レイアウトの演出手法／点線面
	4		伝えたい情報が見える化する／ビジュアルコミュニケーション表現
	5		質感の考え方／レイアウトの演出手法 (お題)
	6		伝えたい情報が見える化する／形態表現 (平面・立体)
	7		●目的を正しく伝える／色彩編 (お題)
	8		色の心理効果／色が使えるメッセージ／配色のポイント／配色の技法
	9		伝えたい情報が見える化する／色彩表現 (4C・2C) (お題)
	10		印刷のしくみと性質
	11		●目的を正しく伝える／構成編 (お題)
	12		書体のイメージと構成／和文欧文文字の構造・基礎知識
	13		伝えたい情報が見える化する／文字表現1 (お題)
	14		タイトル・本文のスタイル／文字組
	15		前期のまとめ
後期	1	●商品開発&販促オリエンテーション	商品企画→パッケージD→SP→売場ツールD→広告D
	2	(コンセプトワーク)	※企画を支給 (お菓子のパッケージ開発から販売促進計画へ)
	3	●パッケージデザイン	情報整理→アイデア→キャラ開発 (ビジュアル→レイアウト)
	4	(商品ロゴ開発)	
	5	(キャラクター開発)	パッケージ用キャラクター&シズルの作成
	6	(シズル作成)	
	7	(レイアウト)	
	8	●販促計画	情報整理→アイデア→ビジュアル作成→レイアウト→文字組
	9	(キャンペーン)	キャンペーン内容計画
	10	(ビジュアル作成)	販促用ビジュアルの作成
	11	●売場ツールデザイン	メインボード／スイング／腰ポスターなどのPOP関連
	12		売場イメージビジュアルの作成
	13	●交通広告デザイン	情報整理→アイデア→ビジュアル作成→レイアウト→文字組
	14		
	15	●プレゼンテーション	1年間のまとめ
評価方法	提出日の時間に遅れたら"D" 60点以上の生徒 (発想力10点満点・表現力10点満点・構成力10点満点・完成度10点満点) 60点+40点		
使用ソフト テキスト			
教員紹介	デザインプロダクションにて多くの実績を残した後、現在は有限会社アンチの代表として活動中。デザイナーとして仕事をする傍ら、アーティストとしての活動をしており、個展開催等の実績も残している。デザイン分野とアートぶにゃで学ぶ学生に双方からの観点で幅広い指導を行っている。		

2025

区分

必修

対象

I部SG科2年

科目名	グラフィックデザインII			
開講期	前後期	時間数	3H	
講師名	伊藤 賢司			
授業概要	<p>講義と演習を通し、パッケージデザインの基礎から入稿までを学ぶ。</p> <p>基礎では社会の中でのパッケージの意義、パッケージデザインの開発手法、消費者からデザイナーとしての視点の移動、店頭観察と分析を学ぶ。演習では考える力と作る力の両面を養う。考える力ではインプット/分析/アウトプットを行い、評価軸を用い、主観と客観の視点を意識する。作る力では基礎表現、適切な表現、効果的な表現を行うための知識と技量を身につける。</p> <p>この授業は、実習・実技形式が基本となる。</p> <p>担当講師は、実務経験に基づいて授業を展開している。</p>			
授業計画	回	主題・目的	概要	持参物
前期	1	インプットと分析と質問力	授業説明>パッケージデザインAtoZ>オリエンとリサーチ	以下、筆記具、Mac
	2	リサーチと仮説	概要説明>リサーチまとめWS>仮説WS	
	3	アイデア開発~ラフ開発	概要説明(ラフ開発)>実技>個別FB	
	4	ラフ評価~デザイン開発①	評価軸の設定>概要説明(表現力)>デザイン開発	以下、文具一式
	5	デザイン開発②~中間検証	デザイン開発<>中間検証	
	6	ブラッシュアップ	モック作成>ブラッシュアップについて	
	7	プレゼン	プレゼン>講評	
	8	パッケージ演習B (コンペ)	課題説明>WS	
	9		課題まとめ>アイデア開発>ラフ開発	
	10		ラフ評価>制作>個別FB	
	11		中間評価>ブラッシュアップ	
	12		ブラッシュアップ>モック作成、プレゼン準備	
	13		修正>ブラッシュアップ	
	14		パッケージ研究①	店頭リサーチ、市場リサーチ、デザインの分析
	15	パッケージ研究②	研究発表	
後期	1	パッケージ演習C (世界の○○)	リサーチまとめ>アイデア開発>ラフ開発	
	2		ラフ評価>制作>個別FB	
	3		制作>個別FB	
	4		中間評価>ブラッシュアップ	
	5		プレゼン>講評	
	6		修正>入稿>総括>次回課題説明	
	7	パッケージ演習D (総合)	リサーチまとめ>アイデア開発>ラフ開発	
	8		ラフ評価>制作>個別FB	
	9		制作>個別FB	
	10		制作>個別FB	
	11		制作>個別FB	
	12		中間評価>ブラッシュアップ	
	13		ブラッシュアップ	
	14		プレゼン>講評	
	15		修正>入稿>総括	
評価方法	出席率、授業態度、課題提出、提出内容にて評価			
使用ソフト テキスト	Illustrator,Photoshop			
教員紹介	パッケージデザイナー。日本パッケージデザイン協会会員。株式会社ブカリ代表。パッケージ、キャラクター、及びその他各種デザインの企画制作を手がけている。			

2025

区分

必修

対象

I部SG科3年

科目名	グラフィックデザインⅢ			
開講期	前後期	時間数	3H	
講師名	新里 真一郎			
授業概要	<p>課題制作に重きを置き、広告を中心としたグラフィックデザインの技術の習得を目的とします。</p> <p>タイポグラフィ、写真、イラストなど素材としての視点だけではなく、全体を俯瞰して見られるスキルを身につけていきます。感覚ではなく、常に考えながらデザインできるスキルも身につけていきます。課題ごとにプレゼンテーションを行い、人に伝える能力も磨きます。実際の仕事に近い流れでの課題を通し、グラフィックデザインに対する興味、意欲を生み出します。</p> <p>この授業は、実習・実技形式が基本となる。</p> <p>担当講師は、実務経験に基づいて授業を展開している。</p>			
授業計画	回数	主題・目的	概要	持参物
前期	1	オリエン	授業ガイダンス／自己紹介ポストカード制作	スケッチブック/PC
	2	課題1	「キャッチコピーから考えるポスターデザイン」	
	3		商品とそれに対するキャッチコピーを複数の中から選びそのポスターを制作する。ビジュアルアイデアの発想とレイアウトを学ぶ。→プレゼンテーションへ	
	4			
	5			
	6			
	7	「ゆかりのある街のプロモーション」 媒体・展開ツールの設定		
	8			
	9			
	10		「ゆかりのある街のプロモーション」 媒体・展開ツールの制作	
	11	プレゼンテーション／講評		
	12			
	13			
	14			
	15	予備日		
後期	1	課題3	「感情をタイプデザインする」	スケッチブック/PC
	2		「おいしい」や「こわい」などの感情をタイポグラフィに落としこむ。	
	3			
	4	課題4	「好きな雑誌の特集ページデザイン」雑誌と特集内容の設定・構成案の制作	
	5		「好きな雑誌の特集ページデザイン」詳細なサムネールの制作（4ページ）	
	6		「好きな雑誌の特集ページデザイン」レイアウト制作	
	7		プレゼンテーション／講評	
	8			
	9	課題5	「キャラクターを使用したスペシャルWEBサイト」コンセプト・アイデア	
	10		「キャラクターを使用したスペシャルWEBサイト」キャラクター・サム	
	11		「キャラクターを使用したスペシャルWEBサイト」ページ制作（3ページ）	
	12		プレゼンテーション／講評	
	13			
	14	まとめ	一年間のまとめと質問受付・アンケート	
	15	予備日		
評価方法	提出期限に遅れたら「D」 提出で60点＋発想力・表現力・構成力・完成度を加味して40点満点で評価 S 100点 A 80点 B 70点 C 60点 D 50点			
テキスト 参考書	随時指定			
教員紹介	株式会社ロケットスター代表。広告制作を中心として制作会社で活動をしている。 広告制作の現場に即した実践的な指導を行っている。			

2025

区分

必修

対象

I部SG科3年

科目名	WebデザインⅢ			
開講期	前後期	時間数	3H	
講師名	谷岡 昌珠			
授業概要	<p>時代変化と共に進化するデジタルライフスタイルの新しい兆しを迅速に捉え、人を動かすデジタルコミュニケーションの重要性を理解し新たな発想と共創力を学ぶ。</p> <p>ワークショップや課題を通して、新たな発想と共創力を学ぶ。</p> <p>この授業は、実習・実技形式が基本となる。</p> <p>担当講師は、実務経験に基づいて授業を展開している。</p>			
授業計画	回	主題・目的	概要	持参物
前期	1	オリエンテーション	前期授業内容の説明	
	2	デジタルを知る	前半：デジタルライフスタイル変化の理解 ⇒ 後半：ワークショップ ⇒ 課題説明	XD or PowerPoint
	3		前半：過去と今のデジタルライフスタイルについて発表 ⇒ 後半：フィードバック（講評）	XD or PowerPoint
	4		前半：アフターデジタルの理解 ⇒ 後半：ワークショップ ⇒ 課題説明	XD or PowerPoint
	5		前半：デジタルの進化について発表 ⇒ 後半：フィードバック（講評）	XD or PowerPoint
	6	デジタルクリエイティブの理解	前半：デジタルクリエイティブの期待と理解 後半：ワークショップ ⇒ 課題説明	XD or PowerPoint
	7		前半：デジタルクリエイティブの可能性について発表 ⇒ 後半：フィードバック（講評）	XD or PowerPoint
	8		前半：デジタルクリエイティブの戦略 ⇒ 後半：ワークショップ ⇒ 課題説明	XD or PowerPoint
	9		前半：デジタルクリエイティブ戦略について発表 ⇒ 後半：フィードバック（講評）	XD or PowerPoint
	10	デジタル・コミュニケーション設計の理解	前半：デジタル・コミュニケーション設計 ⇒ 後半：ワークショップ ⇒ 課題説明	XD or PowerPoint
	11		前半：デジタル・コミュニケーション設計について発表 ⇒ 後半：フィードバック（講評）	XD or PowerPoint
	12		前半：デジタル・トレンドの理解 ⇒ 後半：ワークショップ ⇒ 課題説明	XD or PowerPoint
	13		前半：デジタル・トレンドの捉え方について発表 ⇒ 後半：フィードバック（講評）	XD or PowerPoint
	14		前半：KPIとKGIの理解 ⇒ 後半：ワークショップ ⇒ 課題説明	XD or PowerPoint
	15		前半：KPIとKGIについて発表 ⇒ 後半：フィードバック（講評） ⇒ 前期授業まとめと総評	XD or PowerPoint
後期	1	オリエンテーション	後期授業内容の説明	
	2	デジタルコミュニケーション戦略の理解	前半：課題の可視化について ⇒ 後半：ワークショップ ⇒ 課題説明	XD or PowerPoint
	3		前半：課題の可視化について発表 ⇒ 後半：フィードバック（講評）	XD or PowerPoint
	4		前半：仮説と検証について ⇒ 後半：ワークショップ ⇒ 課題説明	XD or PowerPoint
	5		前半：仮説と検証について発表 ⇒ 後半：フィードバック（講評）	XD or PowerPoint
	6		前半：クリエイティブ戦略について ⇒ 後半：ワークショップ ⇒ 課題説明	XD or PowerPoint
	7		前半：クリエイティブ戦略について発表【1部】 ⇒ 後半：フィードバック（講評）	XD or PowerPoint
	8		前半：クリエイティブ戦略について発表【2部】 ⇒ 後半：フィードバック（講評）	XD or PowerPoint
	9		前半：コア・アイデアとメッセージの開発について ⇒ 後半：ワークショップ ⇒ 課題説明	XD or PowerPoint
	10		前半：コア・アイデアとメッセージの開発について発表【1部】 ⇒ 後半：フィードバック（講評）	XD or PowerPoint
	11		前半：コア・アイデアとメッセージの開発について発表【2部】 ⇒ 後半：フィードバック（講評）	XD or PowerPoint
	12		前半：キービジュアル開発について ⇒ 後半：ワークショップ ⇒ 課題説明	XD or PowerPoint
	13		前半：キービジュアル開発について発表【1部】 ⇒ 後半：フィードバック（講評）	XD or PowerPoint
	14		前半：キービジュアル開発について発表【2部】 ⇒ 後半：フィードバック（講評）	XD or PowerPoint
	15		まとめ	後期授業まとめと総評
評価方法	出席日数、理解度、プレゼンテーション、課題評価			
使用ソフト	テキスト プリント配布予定。 Adobe Creative系ソフト、Microsoft Office系ソフト、			
教員紹介	博報堂プロダクツでデジタルクリエイティブを軸にせーするプロモーションを10年担当。その後、マッキンゼーワールドグループのモメンタムジャパンにてCDとして、IMC型のブランドコミュニケーションデザインを担当。			

2025

区分

必修

対象

I部SG科1年

科目名	アートディレクション I			
開講期	前後期	時間数	3H	
講師名	清水 千春			
授業概要	<ul style="list-style-type: none"> ●オリエンから自分なりの課題を発見し、アートディレクションの力で課題解決を行う能力を養う。 ●アイデアの幅を出す力を育む。 ●表現を突き詰める力を育む。 ●課題の評価基準は、アイデア30%、表現力40%。 ●一年間の課題を通して、オリジナリティのあるアートディレクション力を模索する。 ●自分のアートディレクション力をどう世の中で役に立たせるか、キャリアビジョンを見つける。 <p>この授業は、実習・実技形式が基本となる。</p> <p>担当講師は、実務経験に基づいて授業を展開している。</p>			
授業計画	回	主題・目的	概要	持参物
前期	1	ガイダンス	オリエンテーション/課題①「JAGDA国際学生ポスターアワード」オリエン【アイデアの出し方】	メモを取れるもの
	2	課題①	JAGDA国際学生ポスターアワードアイデアチェック（資料+手書きラフ）	課題の提出
	3	課題①	JAGDA国際学生ポスターアワードデザインチェック①	課題の提出
	4	課題①	JAGDA国際学生ポスターアワードデザインチェック②	課題の提出
	5	課題①	JAGDA国際学生ポスターアワードプレゼンテーション（講評）	課題の提出
	6	課題①	「SDGsと広告デザイン」オリエン【ソーシャルデザイン】	メモを取れるもの
	7	課題②	「SDGsと広告デザイン」アイデアチェック（資料+手書きラフ）	課題の提出
	8	課題②	「SDGsと広告デザイン」デザインチェック①	課題の提出
	9	課題②	「SDGsと広告デザイン」デザインチェック②	課題の提出
	10	課題②	「SDGsと広告デザイン」プレゼンテーション（講評）	課題の提出
	11	課題③	「渋谷の広告」オリエン【グローバルデザイン】	課題の提出
	12	課題③	「渋谷の広告」アイデアチェック（資料+手書きラフ）	課題の提出
	13	課題③	「渋谷の広告」デザインチェック①	課題の提出
	14	課題③	「渋谷の広告」デザインチェック②	課題の提出
	15	課題③	「渋谷の広告」プレゼンテーション（講評）	メモを取れるもの
後期	1	課題④	「アイドルのアートディレクション」オリエン【生成AIスキル】	メモを取れるもの
	2	課題④	「アイドルのアートディレクション」アイデアチェック（資料+手書きラフ）	課題の提出
	3	課題④	「アイドルのアートディレクション」デザインチェック①	課題の提出
	4	課題④	「アイドルのアートディレクション」デザインチェック②	課題の提出
	5	課題④	「アイドルのアートディレクション」プレゼンテーション（講評）	メモを取れるもの
	6	課題⑤	「新商品開発と広告デザイン」オリエン【社会インサイト発見】	メモを取れるもの
	7	課題⑤	「新商品開発と広告デザイン」アイデアチェック（資料+手書きラフ）	課題の提出
	8	課題⑤	「新商品開発と広告デザイン」デザインチェック①	課題の提出
	9	課題⑤	「新商品開発と広告デザイン」デザインチェック②	課題の提出
	10	課題⑤	「新商品開発と広告デザイン」プレゼンテーション（講評）	メモを取れるもの
	11	課題⑥	「自分のデザイン事務所のブランディング」オリエン【セルフブランディング】	メモを取れるもの
	12	課題⑥	「自分のデザイン事務所のブランディング」アイデアチェック	課題の提出
	13	課題⑥	「自分のデザイン事務所のブランディング」デザインチェック①	課題の提出
	14	課題⑥	「自分のデザイン事務所のブランディング」デザインチェック②	課題の提出
	15	課題⑥	「自分のデザイン事務所のブランディング」プレゼンテーション（講評・総括）	メモを取れるもの
評価方法	授業出席率含む平常点：30%、アイデア力：30%、表現力40%。			
使用ソフト テキスト	Illustrator、PhotoshopなどのAdobeソフト、Midjourneyなどの生成AI、プレゼンテーション作成ソフト（PowerPoint、Keynoteなど）、課題の事前提出はA3横矩形、配置画像は原寸150dpi、ファイルサイズは20M以内で提出。			
教員紹介	2006年博報堂入社。第一クリエイティブ局を経て、2013年より博報堂ケトルへ、2014年10月より第三クリエイティブ局所属。グラフィック、CM、パッケージ、プロダクト、空間デザイン、PRイベントを得意とする。			