

職業実践専門課程の基本情報について

学校名	設置認可年月日	校長名	所在地																		
大阪総合デザイン専門学校	昭和55年3月31日	越田 英喜	〒530-0012 大阪市北区芝田2-8-35 (電話) 06-6376-2100																		
設置者名	設立認可年月日	代表者名	所在地																		
学校法人上田学園	昭和57年3月31日	上田 哲也	〒530-0012 大阪市北区芝田2-5-8 (電話) 06-6371-2022																		
分野	認定課程名	認定学科名	専門士	高度専門士																	
文化・教養	デザイン専門課程	ブランド創造学科	-	平成22年文部科学省告示第156号																	
学科の目的	ブランド創造学科は企業との連携体制を確保し、ブランドプロデュースをする実践的かつ専門的な創造力を有する高度専門士を育成することを目的とする。																				
認定年月日	平成27年3月31日																				
修業年限	昼夜	全課程の修了に必要な総授業時数又は総単位数	講義	演習	実習																
4年	昼間	3780時間	-	3780時間	-																
	単位時間																				
生徒総定員	生徒実員	留学生数(生徒実員の内)	専任教員数	兼任教員数	総教員数																
90人	10人	2人	2人	15人	17人																
学期制度	■1学期: 4月1日～9月30日 ■2学期: 10月1日～3月31日		成績評価	■成績表: 有 ■成績評価の基準・方法 出席率、課題提出率、課題内容を総合評価																	
長期休み	■学年始: 4月1日～4月7日 ■夏季: 7月25日～8月31日 ■冬季: 12月21日～1月7日 ■学年末: 3月20日～3月31日		卒業・進級条件	課題・試験等に合格し、本校所定の課程を修了すること																	
学修支援等	■クラス担任制: 有 ■個別相談・指導等の対応 前期、後期に担任との個別カウンセリング 長期欠席者等には、保護者との面談、補習		課外活動	■課外活動の種類 コンペ、講演会・イベントへの参加 ■サークル活動: 無																	
就職等の状況※2	■主な就職先、業界等(平成28年度卒業生) デザイン業界、メーカーのデザイン部、WEB制作 ■就職指導内容 授業科目「キャリアデザイン」 就活支援セミナー、企業へのプレゼン、履歴書添削、文章作成力、個別相談 ■卒業生数 : 1 人 ■就職希望者数 : 1 人 ■就職者数 : 1 人 ■就職率 : 100 % ■卒業者に占める就職者の割合 : 100 % ■その他 (平成28年度卒業生に関する平成29年5月1日時点の情報)		主な学修成果(資格・検定等)※3	■国家資格・検定/その他・民間検定等 (平成28年度卒業生に関する平成29年5月1日時点の情報)																	
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>資格・検定名</th> <th>種</th> <th>受験者数</th> <th>合格者数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>知的財産管理技能士3級</td> <td>③</td> <td>4</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>illustratorクリエイター能力認定試験エキスパート</td> <td>③</td> <td>2</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>キトラップینگコーディネーター資格3級</td> <td>③</td> <td>7</td> <td>7</td> </tr> </tbody> </table>			資格・検定名	種	受験者数	合格者数	知的財産管理技能士3級	③	4	2	illustratorクリエイター能力認定試験エキスパート	③	2	2	キトラップینگコーディネーター資格3級	③	7	7
資格・検定名	種	受験者数	合格者数																		
知的財産管理技能士3級	③	4	2																		
illustratorクリエイター能力認定試験エキスパート	③	2	2																		
キトラップینگコーディネーター資格3級	③	7	7																		
			※種別の欄には、各資格・検定について、以下の①～③のいずれかに該当するか記載する。 ①国家資格・検定のうち、修了と同時に取得可能なもの ②国家資格・検定のうち、修了と同時に受験資格を取得するもの ③その他(民間検定等)																		
			■自由記述欄																		
中途退学の現状	■中途退学者 2 名 ■中退率 15 % 平成28年4月1日時点において、在学者13名(平成28年4月1日入学者を含む) 平成29年3月31日時点において、在学者11名(平成29年3月31日卒業生を含む) ■中途退学の主な理由 家庭の事情、進路変更 ■中退防止・中退者支援のための取組 個別カウンセリング、補習授業																				
経済的支援制度	■学校独自の奨学金・授業料等減免制度: 有 ・成績優秀者特待制度 ・入学金免除制度 ・自宅外通学奨学生制度 ・上田学園特別制度 ・上田学園兄弟姉妹入学制度 ・留学生支援制度 ■専門実践教育訓練給付: 非給付対象 ※給付対象の場合、前年度の給付実績者数について任意記載																				
第三者による学校評価	■民間の評価機関等から第三者評価: 無 ※有の場合、例えば以下について任意記載 (評価団体、受審年月、評価結果又は評価結果を掲載したホームページURL)																				
当該学科のホームページURL	http://www.oscd.jp/																				

(留意事項)

1. 公表年月日(※1)

最新の公表年月日です。なお、認定課程においては、認定後1か月以内に本様式を公表するとともに、認定の翌年度以降、毎年度7月末を基準日として最新の情報を反映した内容を公表することが求められています。初回認定の場合は、認定を受けた告示日以降の日付を記入し、前回公表年月日は空欄としてください

2. 就職等の状況(※2)

「就職率」及び「卒業者に占める就職者の割合」については、「文部科学省における専修学校卒業生の「就職率」の取扱いについて(通知)(25文科生第596号)」に留意し、それぞれ、「大学・短期大学・高等専門学校及び専修学校卒業予定者の就職(内定)状況調査」又は「学校基本調査」における定義に従います。

(1)「大学・短期大学・高等専門学校及び専修学校卒業予定者の就職(内定)状況調査」における「就職率」の定義について

①「就職率」については、就職希望者に占める就職者の割合をいい、調査時点における就職者数を就職希望者で除したものをいいます。

②「就職希望者」とは、卒業年度中に就職活動を行い、大学等卒業後速やかに就職することを希望する者をいい、卒業後の進路として「進学」「自営業」「家事手伝い」「留年」「資格取得」などを希望する者を含みません。

③「就職者」とは、正規の職員(雇用契約期間が1年以上の非正規の職員として就職した者を含む)として最終的に就職した者(企業等から採用通知などが出された者)をいいます。

※「就職(内定)状況調査」における調査対象の抽出のための母集団となる学生等は、卒業年次に在籍している学生等とします。ただし、卒業の見込みのない者、休学中の者、留学生、聴講生、科目等履修生、研究生及び夜間部、医学科、歯学科、獣医学科、大学院、専攻科、別科の学生は除きます。

(2)「学校基本調査」における「卒業者に占める就職者の割合」の定義について

①「卒業者に占める就職者の割合」とは、全卒業生数のうち就職者総数の占める割合をいいます。

②「就職」とは給料、賃金、報酬その他経常的な収入を得る仕事に就くことをいいます。自家・自営業に就いた者は含めるが、家事手伝い、臨時的な仕事に就いた者は就職者とはしません(就職したが就職先が不明の者は就職者として扱う)。

(3)上記のほか、「就職者数(関連分野)」は、「学校基本調査」における「関連分野に就職した者」を記載します。また、「その他」の欄は、関連分野へのアルバイト者数や進

3. 主な学修成果(※3)

認定課程において取得目標とする資格・検定等状況について記載するものです。①国家資格・検定のうち、修了と同時に取得可能なもの、②国家資格・検定のうち、修了と同時に受験資格を取得するもの、③その他(民間検定等)の種別区分とともに、名称、受験者数及び合格者数を記載します。自由記述欄には、各認定学科における代表的な学修成果(例えば、認定学科の学生・卒業生のコンテスト入賞状況等)について記載します。

1.「専攻分野に関する企業、団体等(以下「企業等」という。)との連携体制を確保して、授業科目の開設その他の教育課程の編成を行っていること。」関係

(1)教育課程の編成(授業科目の開設や授業内容・方法の改善・工夫等を含む。)における企業等との連携に関する基本方針
 企業等と連携した実習・演習授業の内容が当該学科の教育目標達成に資するものとなるように学習課題の内容を精査し、科目間の連携や授業時間配分等を考慮しつつ実習・演習授業を構成する。

(2)教育課程編成委員会等の位置付け
 年間5～6回実施する学科会議(授業を担当する専任教員・兼任教員で組織)の上部に位置する。学科会議での意見、検討事項を吸い上げ、それに対し企業・業界の有識者の方々に組織される教育課程編成委員より意見を聴取、審議し、学習プログラム編成等に反映させる。

(3)教育課程編成委員会等の全委員の名簿 平成29年10月1日現在

名前	所属	任期	種別
明田 豊広	大阪産業創造館スタートアップチーム 起業プログラム&デスク「立志庵」 インキュベーションマネージャー	平成29年4月1日～ 平成31年3月31日 2年(再任あり)	①
山本 恭正	株式会社 サイバー シーズ ジャパン 代表取締役	平成29年4月1日～ 平成31年3月31日 2年(再任あり)	③
越田 英喜	大阪総合デザイン専門学校 校長		
上田 太郎	大阪総合デザイン専門学校 事務統括		
原田 明彦	大阪総合デザイン専門学校 副校長		
濱本 修徳	大阪総合デザイン専門学校 ブランド創造学科学科長		
嶺 寿美江	大阪総合デザイン専門学校 教務部長		

※委員の種別の欄には、委員の種別のうち以下の①～③のいずれに該当するか記載すること。
 ①業界全体の動向や地域の産業振興に関する知見を有する業界団体、職能団体、地方公共団体等の役職員(1企業や関係施設の役職員は該当しません。)
 ②学会や学術機関等の有識者
 ③実務に関する知識、技術、技能について知見を有する企業や関係施設の役職員

(4)教育課程編成委員会等の年間開催数及び開催時期
 年2回 10月及び3月頃
 (開催日時)
 第1回 平成28年11月30日 10:00～12:20
 第2回 平成29年3月6日 13:30～16:00
 第3回 平成29年10月25日 14:00～15:45

(5)教育課程の編成への教育課程編成委員会等の意見の活用状況
 授業を担当する全ての講師陣が出席する学科会議で課題を抽出し、教育課程編成委員会において企業・業界・学識者で構成される委員の方々の意見を聴取し、それをもとに学科の教育目標、育成人材像について検討し、業界のニーズにあったカリキュラムを策定し、実践している。
 目まぐるしく変化するデザイン業界で、即戦力として必要なスキルなどについて、委員から業界の生の声を聞く事で、カリキュラムの比重の掛け方、プレゼンテーションの重視などきめ細かな調整を行っている。

2.「企業等と連携して、実習、実技、実験又は演習(以下「実習・演習等」という。)の授業を行っていること。」関係

(1)実習・演習等における企業等との連携に関する基本方針
 企業と連携したデザイン及びブランドを創造する学習において、経営・起業の指標を提示して、企業活動や市場に求められる課題を直接確認するとともに、実社会で製品・サービスを創造・提供する実践的な取り組みを行い、高度な専門家としての学修成果を獲得する授業運営を実施する。

(2)実習・演習等における企業等との連携内容
 企業と連携した実習にあたり、企業の目的・目標に基づいた経営に関する学習を実施し、商品・サービスの開発・計画から管理までの専門的知識をもとにして、総合的なプロデュースに携わる技術の実際を習得する。

(3)具体的な連携の例※科目数については代表的な5科目について記載。

科目名	科目概要	連携企業等
CRM実習	マーケティング分野において重要な概念にある顧客志向と顧客関係管理を中心に学ぶ。特に市場でのダイレクトマーケティング手法は、近年拡大を続けており、顧客関係管理の分析から導き出される結果に基づいた次の施策につながる思考力を養成することを目標とする。また、ネットショップ検定のレベル1の合格を目指す。産学連携における小規模法人のECサイトの制作を行い、実運営を行う事を実施する。	株式会社インサイトバリュー
フィールド学Ⅱ・Ⅲ・Ⅳ	実際の街にあるデザインプロデュースの市場例をフィールドワークし、プロデュースの仕事に大切な「今のデザインの視点」とは何かを、地域・文化の中から見つけ出すを試みる。前期は「先行するトレンド情報」の視点から発想したデザインをテーマにする。後期は、広告物、新商品、新店舗、催事などに見る「サービス・PR」の手法を探り、どうやって強さ・魅力を引き出すかという課題を探究する。	大阪市交通局
パッケージデザイン	「自分のブランド化」のテーマに添って「自己をどれだけ売り出せるか」を目指して、各自の興味のあるパッケージをブランドイメージの創造の一分野として計画及び制作する。イメージ計画を作り、それをビジュアルデザインとして表現する手法を習得する。	宮坂醸造株式会社

3. 「企業等と連携して、教員に対し、専攻分野における実務に関する研修を組織的に行っていること。」関係

(1) 推薦学科の教員に対する研修・研究(以下「研修等」という。)の基本方針

新任～3年目の教員は、大専各主催の「新任教員研修」若しくは「人権教育研修会」の受講。その後は、各教員に専門分野・業界の動向を踏まえ、研究内容の拡充、研究成果の公表、授業への反映を実施するよう求め、人事考課のプロセス評価に組み込んでいる。産学共同、連携等で関係する企業先での実務状況のヒアリング等により、最新の情報・技術の習得を図る。クラス担任を担当する教員には、近年増加傾向にある精神的疾患及び発達障がいの問題を抱える学生の指導のため、臨床心理士等による研修会を実施。

(2) 研修等の実績

① 専攻分野における実務に関する研修等

・姉妹校開催の「国際デザイン交流シンポジウム-日中米デザイン教育の現状」にパネリストとして参加。平成28年5月17日
 ・「プロモスティル デザイントレンドセミナー」流行色等、最新のトレンド情報の収集及び研究。平成28年8月3日
 ・イタリア海外研修旅行に同行し、伝統ブランド「リチャード・ジノリ」「フルネロワイン」「バルサミコ酢アチェア」「クレモナのヴァイオリン」の工房を視察。ブランドの伝統がどう形成されてきたかを考察。平成28年11月14日～21日

② 指導力の修得・向上のための研修等

・クラス担任と臨床心理士の事例検討会 平成28年4月21日
 ・上田学園教職員研修 「職業実践専門課程における企業連携等の在り方 教育事例発表」平成29年8月31日

(3) 研修等の計画

① 専攻分野における実務に関する研修等

・「プロモスティル デザイントレンドセミナー」流行色等、最新のトレンド情報の収集及び研究。平成29年8月1日
 ・様々な産官学の連携プログラムに関わることで、企業の抱える問題、ニーズ等を把握し、ブランド形成、ブランド力の強化など時代性、社会性、将来性といった多岐に亘る面から考察・研究をしていく。

② 指導力の修得・向上のための研修等

・クラス担任と臨床心理士の事例検討会 平成29年5月25日
 ・上田学園教職員研修 「グローバル化の課題と方向性」平成29年8月31日

4. 「学校教育法施行規則第189条において準用する同規則第67条に定める評価を行い、その結果を公表していること。また、評価を行うに当たっては、当該専修学校の関係者として企業等の役員又は職員を参画させていること。」関係

(1) 学校関係者評価の基本方針

学校関係者評価委員として、卒業生の代表である同窓会長、卒業生を継続的に多数採用頂いている企業代表者に加え、地域産業の振興に関する知見者が、学校関係者として「学校関係者評価委員会」に参画し、其々の立場から学校自己評価に対して評価を行う。また学校関係者評価委員から出された意見を基に、今後の学校運営・教育活動の改善を図る。

(2) 「専修学校における学校評価ガイドライン」の項目との対応

ガイドラインの評価項目	学校が設定する評価項目
(1) 教育理念・目標	・学校の理念・目的・育成人材像は定められているか ・学校の将来構想を抱いているか
(2) 学校運営	・運営方針、事業計画は定められているか ・情報システム化等による業務の効率化が図られているか
(3) 教育活動	・各学科の教育目標、人材育成は、その学科に対応する業界のニーズに向けて正しく方向付けられているか ・育成目標に向け授業を行うことができる要件を備えた教員を確保しているか
(4) 学修成果	・就職率の向上が図られているか ・退学率の低減が図られているか
(5) 学生支援	・就職・進学指導に関する体制は整備され、有効に機能しているか ・学生の経済的側面に対する支援が全体的に整備され、有効に機能しているか
(6) 教育環境	・施設・設備は、教育上の必要性に十分対応できるよう整備されているか
(7) 学生の受入れ募集	・学生募集活動は、適正に行われているか ・学納金は妥当なものとなっているか
(8) 財務	・中長期的に学校の財務基盤は安定しているといえるか ・財務情報公開の体制整備はできているか
(9) 法令等の遵守	・法令、設置基準等の遵守と適正な運営がなされているか ・個人情報に関し、その保護のための対策がとられているか
(10) 社会貢献・地域貢献	・学校の教育資源や施設を活用した社会貢献を行なっているか
(11) 国際交流	・留学生の受入れ・派遣について戦略を持って行っているか

※(10)及び(11)については任意記載。

(3) 学校関係者評価結果の活用状況

学校関係者評価委員から拝聴したご意見等をもとに、学校自己評価体制の整備、並びに各部署で今後の学園・学校運営の改善に活用している。
 ・教育設備、特にIT化の充実を図るため、今年度PC160台の新型への入替、入力用タブレット160台の液晶化を行い、教育環境

の向上を図った。ビジュアルコミュニケーションデザイン学科においては、個人用のPCを優待価格で購入できる制度を設けた。
・入学者・保護者との連絡体制の充実が必要とのご意見に対し、AO入学者に対し、入学前教育の実施を計画中である。

(4) 学校関係者評価委員会の全委員の名簿

平成29年10月1日現在

名前	所属	任期	種別
井村 良裕	オフィス・トライアド井村アトリエ 代表	平成29年4月1日～ 平成31年3月31日 2年(再任あり)	同窓会長、評議員
鶴飼 隆	有限会社タイトルアート 代表取締役	平成29年4月1日～ 平成31年3月31日 2年(再任あり)	卒業生を継続的に多数採用している企業の代表
杉本 清	元大阪府職員 地域研究科	平成29年4月1日～ 平成31年3月31日 2年(再任あり)	地域のデザイン振興における有識者
越田 英喜	大阪総合デザイン専門学校 校長		
上田 太郎	大阪総合デザイン専門学校 事務統括		
原田 明彦	大阪総合デザイン専門学校 副校長		
嶺 寿美江	大阪総合デザイン専門学校 教務部長		

※委員の種別の欄には、学校関係者評価委員として選出された理由となる属性を記載すること。
(例)企業等委員、PTA、卒業生等

(5) 学校関係者評価結果の公表方法・公表時期

(○ホームページ・広報誌等の刊行物・その他())

URL: <http://www.uedagaku.ac.jp/>

5. 「企業等との連携及び協力の推進に資するため、企業等に対し、当該専修学校の教育活動その他の学校運営の状況に関する情報を提供していること。」関係

(1) 企業等の学校関係者に対する情報提供の基本方針

HP上で、「企業の方へ」という訪問者別のコーナーを設け、各学科の教育内容、就職状況、学校の運営状況を公開している。

(2) 「専門学校における情報提供等への取組に関するガイドライン」の項目との対応

ガイドラインの項目	学校が設定する項目
(1) 学校の概要、目標及び計画	沿革、概要・特色
(2) 各学科等の教育	学科・専攻 ブランド創造学科
(3) 教職員	教員・講師紹介
(4) キャリア教育・実践的職業教育	就職実績、就職支援、キャリア教育
(5) 様々な教育活動・教育環境	学科・専攻、概要・特色
(6) 学生の生活支援	特典・サポート
(7) 学生納付金・修学支援	入学手続き・学費、学費支援制度
(8) 学校の財務	財務諸表
(9) 学校評価	学校自己評価報告書、学校関係者評価報告書
(10) 国際連携の状況	
(11) その他	

※(10)及び(11)については任意記載。

(3) 情報提供方法

URL: <http://www.oscd.jp/>

授業科目等の概要

(デザイン専門課程ブランド創造学科) 平成29年度															
分類			授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業 時 数	単 位 数	授業方法			場所		教員		企業等との連携
必修	選択必修	自由選択						講義	演習	実験・実習・実技	校内	校外	専任	兼任	
○			デッサンⅠ	「見ること」(観察力)、「感じること・考えること」(分析力)、「表現すること」(伝達力)、クリエイターとして必要な3つの力を養う。目の前にあるものを的確にとらえる描写力はもちろん、頭の中にあるイメージを魅力的にビジュアル化できることを目指す。	1通	120	4	△	○		○		○		
○			紙学	紙素材の可能性について知識を得る事と同時に、視覚と触覚による紙の魅力と可能性について考え、それを形にして表現する。を目標にする。	1前	60	2	△	○		○			○	
○			ブランドカラー	色を出発点に「色からイメージする」ことを学ぶ。デザインは色・形・素材からなるこの3つの要素についての理解を深め、色の心理的効果や配色効果について学ぶ。色選びに法則を与え、色を調整する事で、空間を自由にコントロールできるプロとしてのテクニックを身につける。	1後	60	2	△	○		○			○	
○			ブランドコミュニケーション	ブランディングにおけるビジュアルコミュニケーションデザインの理論を理解し、ブランディングに必要なデザインの資産・感性を養う。ブランドにおけるコミュニケーションデザインの視覚的な表現の基礎を学び、ビジュアルコミュニケーションの手法を研究。さらに、ブランドを創造するというアプローチを通し、プランナー・クリエイターとしての予備的体験を進め、実務に対するカンを養うことを目的とする。	1通	120	4	△	○		○			○	
○			アイデア創造	自己紹介、個々の観察、自己分析から始める。アイデアを産み出す感性を刺激しながら、そのイメージを可視化する表現力を養う。頻繁にプレーストーミングとKJ法を繰り返すことで、思いつきを即座に言葉に変える訓練とともに、コミュニケーション能力を育てる。	1前	60	2	△	○		○			○	

○		デッサンⅡ	様々なモチーフを目で見て観察し、頭で考え分析・構想し、手によって描き・表現するということ、それら繰り返しの中で、自分の中の創作者としての内部循環を高める。1年次の内容を踏まえて、より高度な表現を目指す上での基礎トレーニングの授業である。	2 前	60	2	△	○	○	○				
○		フィールド学Ⅱ	実際の街にある商品・販売の実例をフィールドワークし、デザインプロデュースの仕事に大切な「デザインの現わし方」を、社会や生活の中から捉えることを試みる。広告物、新商品、新店舗、催事などをテーマに、様々な事象への見方・捉え方の技術を養う。	2 後	60	2	△	○	○	○				
○		コンセプトワーク	各種広告やグラフィックデザイン制作を通してコンセプトワークを実践する。それぞれの媒体特性・目的を理解した上で、企画からの一連の流れを通して作品作りを進め、人々の生活行動に合ったデザイン訴求を目指し、プレゼンテーションする。	2 前	60	2	△	○	○					○
○		流通論	流通の世界がどのようなものであるか、事例を通じて学ぶ。次に、流通の世界がどのようなしくみによって支えられているのか、そのフォーマットがどう変化していったのかを理解し、その上で、自分のブランド創造に必要な流通フォーマットを見つけ出す。	2 前	60	2	△	○	○					○
○		ブランドプロモーション	「ブランド」という概念の本質的な理解と認識を深め、「ブランドの再生」を切り口に「ブランディングに必要な分析力・クリエイティブ能力」を養う。ブランディングにおいて、ブランドの「創造」だけでなく「再生」「再構築」という異なるアプローチを研究。さらにブランドマネージャーやプロデューサー、プランナー・クリエイターとしての予備的体験を進め、実務に対する理論と技術を習得する事を目的にする	2 通	120	4	△	○	○					○
○		グラフィックデザイン	グラフィックデザインの基礎となる情報整理能力やレイアウト能力等を基礎実習のPC操作をもとに身につけながら「チラシ・ポスター」のデザインを制作し、応用編として「見開きページ」のデザインを制作。最終的には商品PRをテーマに「デザインツール一式」のトータルグラフィックデザインと、それを発表する為の「企画書」を課題として制作する。	2 前	60	2	△	○	○					○

○		パッケージデザイン	「自分のブランド化」のテーマに添って「自己をどれだけ売り出せるか」を目指して、各自の興味のあるパッケージをブランドイメージの創造の一分野として計画及び制作する。イメージ計画を作り、それをビジュアルデザインとして表現する手法を習得する。	2後	60	2	△	○	○	○								
○		ショップ計画	店舗を様々な角度から考える企画、企画に基づいてデザインを考える全体の流れを把握する。スケール感を身につけ、快適な動線や心理など空間計画に必要な知識を身につけるとともに、人を惹きつける魅力ある店舗とは何かを考える。	2前	60	2	△	○	○	○								
○		ユニバーサルデザイン	ユニバーサルデザインのベースであるインダストリアルデザインの概要を紹介する。次にユニバーサルデザインの概念、障害者や高齢者等を含む多様な人々の生活上の不便さと配慮すべき点を認識し、各分野のユニバーサルデザインのあり方を学習する。さらに具体的な体験を通じて、ユニバーサルデザインによる解決方法を経験し、ユニバーサルデザイン視点による開発手法を試みる。最後に「カフェ」と「パラリンピック選手村の交流スペース」をテーマに、あらゆる人が利用しやすい空間を計画する。	2後	60	2	△	○	○	○								
○		エコデザイン	エコロジーデザイン・サステナブルデザインなど地球環境問題の解決に向け、デザインからの取組みが注目されている。その取組みに向けてエコロジー関連の人口問題、エネルギー問題、環境問題等をデザイナーとして必要な基礎知識・知見を学ぶ。また授業の中で、リデュース・リユース・リサイクル等をテーマにアイデア発想展開から課題制作を行う。最終商品制作ではLED照明+和紙、木材など自然素材を使用した照明器具を制作する。それらの課題を通じて、エコデザインのモノづくりにおけるアイデア発想からモデル制作まで一貫したデザインプロセスを学ぶ。	2前	60	2	△	○	○	○								
○		ビジネスプラン	得意分野の開拓、差別化できる独自の能力を見つけ、「自分がブランドとなる」要素を磨く。自分のアピールできる「売り」を商品として、形あるもので表現し起業を考える。	2後	60	2	△	○	○	○								
○		ウェブプロモーション	前期は、ソーシャルメディアの歴史を概観して、リアルタイム化が進み、現実世界との関わりつつあるネットメディアを取り巻く状況を知り、これらメディアを踏まえつつ、その利点と問題意識と分析力を養う。後期はHTML5+CSS3を使った基本的なWEB制作からCMSを利用したネットショップまでの制作のスキルとそれに連携するSNSサイト構築のスキルを取得する。	2通	120	4	△	○	○	○								

○		ファッションデザイン計画	これからの時代を見据え、成長が期待されるサービス分野や女性の活躍等を背景に注目されるマーケットを分析し、「人と企業と社会」を結ぶコミュニケーションツールとしての役割を果たすユニフォームや機能性を応用した安心グッズ等について学ぶ。	3前	60	2	△	○	○	○				
○		ラッピング技法	日本の「包み」の歴史・慶弔贈答の基本知識をふまえ、ラッピング技術を身につける。包装する紙にも知識を持ち、ギフト包装にとどまらず、ラッピング関連の雑貨にも興味を広げる。(一社)全日本ギフト用品協会認定の「ギフトラッピングコーディネーター資格取得」を目指す。	3前	60	2	△	○	○	○				
○		知的財産法	国家試験である「知的財産管理技能検定3級」の合格を目指し、知的財産法の基礎を学ぶ。「実社会で求められる」知識としての「知的財産」を「知的財産管理技能検定」の受検対策講義を通じて学修する。	3前	60	2	△	○	○	○				
○		EC計画	WEBに関する最新の標準知識の取得とWEBマーケティングを学び、企業サイトや商品ブランディングサイト及びブランド商品販売サイトの構築のための知識と基礎技術の取得を目的とする。HTML5+CSS3を使った基本的なWEB制作からCMSを利用したネットショップまでの制作のスキルを取得する。また、近年WEBプロモーションで重要なポジションになってきているSNSの制作スキルも取得する。	3通	120	4	△	○	○	○				
○		リビングデザイン	暮らしを豊かにするデザインとは何かを空間の視点を持ちながら幅広く学ぶ。食空間、日本の伝統空間、街なか空間を、歴史的背景や基礎知識を取得し、コンセプトに基づいた演出や表現、提案が出来る力を修得する。	3通	120	4	△	○	○	○				
○		フィールド学IV-I	卒業制作の立案に役立てるために、フィールドワークを通じて、研究テーマに関連する事例考察を実習する。	4通	120	4	△	○	○	○				
○		フィールド学IV-II	実際の街にあるデザインプロデュースの市場例をフィールドワークし、プロデュースの仕事に大切な「今のデザインの視点」とは何かを、地域・文化の中から見つけ出すことを試みる。前期は「先行するトレンド情報」の視点から発想したデザインをテーマにする。後期は、広告物、新商品、新店舗、催事などに見る「サービス・PR」の手法を探り、どうやって強さ・魅力を引き出すかという課題を探求する。	4通	120	4	△	○	○	○				

○		海外研修	海外ブランドの展示会視察及びワークショップへの参加など海外での研修を実施。	4	60	2	△	○		○		○	
合計				44	科目	3780単位時間(126 単位)							

卒業要件及び履修方法		授業期間等	
課題・試験等に合格し、本校所定の課程を修了すること		1 学年の学期区分	2期
		1 学期の授業期間	15

(留意事項)

- 1 一の授業科目について、講義、演習、実験、実習又は実技のうち二以上の方法の併用により行う場合については、主たる方法について○を付し、その他の方法について△を付すこと。
- 2 企業等との連携については、実施要項の3(3)の要件に該当する授業科目について○を付すこと。