

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	ビジュアルコミュニケーションデザイン学科	平成19年文部科学大臣告示第20号	-																				
学科の目的	ビジュアルコミュニケーション業界で即戦力となる知識、技術、デザイン力を兼ね備えた人材育成を目的とする。																							
認定年月日	平成26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	実験	実技																	
	2年 屋間		-	1860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																			
160人	50人	2人	3人	14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		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> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>			資格・検定名	種	受験者数	合格者数																	※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)
資格・検定名	種	受験者数	合格者数																					
中途退学の現状	■中途退学者 1 名 ■中退率 2.2 % 平成28年4月1日時点において、在学者45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44名(平成29年3月31日卒業生を含む)		■中途退学のための取組 個別カウンセリング、補習授業																					
	■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と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
古川 多夢	株式会社 久宝金属製作所 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		
細見 保彦	大阪総合デザイン専門学校ビジュアルコミュニケーションデザイン学科長		
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
 企業からの要請を十分にヒアリングするオリエンテーションを実施し、学内で実施するプロジェクトを検討する機会を設定する。調査・分析し必ず問題提起するデザイン制作の根拠を探り、裏付けのあるクリエイティブな提案を、実践的な手法によって具体的に提示していき演習を実施する。

(2)実習・演習等における企業等との連携内容
 企業から課題を頂き、担当者のオリエンテーションを受けて、企業側のニーズを正確に把握した上で制作に入る。出来たデザインをプレゼンテーション形式で見てもらい、企業からの評価及びフィードバックを受ける。

(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
パッケージデザインⅠ	商品のパッケージは、国内外であらゆる商品が様々な状態で陳列されている。その外見は、容器としての機能的な面、企業メッセージとしての効果の面、消費者の目でみた商品そのものの面、工場のプロダクトの面、更に生活のインテリアとしての面等、多くの側面をもって存在している。その意味で、商品のパッケージデザイン開発は、開発意図、市場調査、ターゲットのニーズや嗜好の把握、また店頭効果の訴求力などコミュニケーションツールとして多角的な面から構築し販売されている。今回の授業では、これらを検証しながら逐一制作を進め、同時にブランディングの視点も踏まえて開発を試みたい。具体的には「大阪みやげ」の観点から、企業のパッケージを選択し、新たなパッケージデザイン開発の一端を学ぶ。	今北デザイン研究所
構想描写演習	アイデアスケッチ、サムネール、観察描写や説明図などを用いて、種々の発想を視覚的に説明する描写法の習得を目的とする。フィールドワークを通して、社会環境やライフスタイルのデザインを捉えながら、アイデアの「見える化」を演習する。また、課題ごとの合評によって、言葉と共に伝える表現力を養う。	大阪市交通局

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
- ・他学科の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」「ブルネロワイン」「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
- ・非常勤講師の大半が、デザイン業界の現場で活躍している企業人で、日常的に教員との間で議論・研究を重ねており、この連携が教員のスキル向上に繋がっている。

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、人材育成像は、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。デジタルコミュニケーションデザイン学科において、個人用のPCを標準価格で購入できる制

月環境の向上を図った。レジュメ/ホームページ/パンフレット等については、個人用のPCと復写機にて制作し、印刷度を設けた。

・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
鵜飼 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 ビジュアルコミュニケーションデザイン学科
(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

(デザイン専門課程ビジュアルコミュニケーションデザイン学科) 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 単 位 数 時 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	
○			構想描写演習	アイデアスケッチ、サムネール、観察描写や説明図などを用いて、種々の発想を視覚的に説明する描写法の習得を目的にする。フィールドワークを通して、社会環境やライフスタイルのデザインを捉えながら、アイデアの「見える化」を演習する。また、課題ごとの合評によって、言葉と共に伝える表現力を養う。	1通	120	4	△	○		○	○	○	
○			カラーコーディネート	美しい色の組み合わせは数多く存在する。その中から求められるイメージに最適な配色を選び出す方法やプロセスを学ぶ。体系的な色彩学とさまざまな角度からの知識、および多様な配色テーマを実際に体現しながら、色を選ぶ根拠や配色の構成を自在に、理論的に展開出来ることを目標にする。	1前	60	2	△	○		○	○		
○			キャリアデザイン	キャリアデザイン科目では、『自ら考え対応できる自律した人材』になることを目指し、就職活動にスムーズに移行できるよう、デザインにおける専門知識・技術以外の力＝「職業人としての基礎能力向上」を図る。社会で働く上で必要な「ソーシャルスキル」「ベーシックスキル」トレーニングを行い、少しずつ就活力を強化しながら、社会経済の仕組みにもふれ「業界・職業理解」を深めつつ、早い段階で進路選択ができるように、またデザイナーのたまごとして「自分で自分を育てる力」を習得していく。	1後	60	2	△	○		○	○		
○			イラストレーション	商業イラストは伝えたいことをより明確にするという役割があり、まず絵を描く前に、表現方法や様々な描画方法や画材を知り、試みることで気付く表現もあるため、新たな発想や表現を取り込んで描く楽しさを見つけることから始める。将来のデザイン業務に役立つイラストづくりの基礎を学ぶ。	1前	60	2	△	○		○		○	
○			パッケージデザインⅠ	パッケージの役割とデザインについて学ぶ。国内外様々な姿で陳列されている商品パッケージの開発は、商品開発意図・市場調査・ターゲットのニーズや嗜好の把握・店頭効果の訴求力などコミュニケーションツールとしての多角的な面から構築し販売されている。それらを検証しながら制作を進めていくと共に、ブランディングの視点も踏まえて開発を試みる。	1後	60	2	△	○		○		○	○

○		プレゼンテーション技法Ⅰ	コミュニケーションデザインの業界で、自分がどんな立場で仕事をして行くのかを見つめながら、アートディレクターに必要な企画立案・提案体質を身につける。5～6人のグループを組み、ブレインストーミングのルールで企画会議を行い、企画の立案からプレゼンテーションまでの一貫した流れを演習する。（演習を通じて、他人理解、ブレストの作法、アイデア発想法、企画書のまとめ方などを身につける。）	1前	60	2	△	○	○	○								
○		コピーライティング	ビジュアルとコピーが適切な関係で結ばれて、はじめて広告はその機能を発揮する。この関係を踏まえ、広告キャッチコピーの作成を通じて、ビジュアル・コミュニケーションの基本となる広告デザインの制作手法を学ぶ。	1後	60	2	△	○	○	○								
○		コンピュータデザインⅠ	DTPデザインの必須スキルであるAdobe Illustratorの指導を行う。講義の前半はメニューの機能やツールの基本的な使い方を、後半は「ビジュアル表現に偏らない文字組を重要視したデザイン」を指導の柱とし、様々な課題を通してスピーディーかつ完成度の高い制作につなげるまでの基礎作り、現場で通用するスキル習得を目指す。	1通	120	4	△	○	○	○								
○		コンピュータデザインⅡ	Photoshopの基本操作、応用技術を習得する事を目的とする。各種ツールの基本操作をはじめとして、テキスト処理・特殊効果・塗りブラシツールや写真補正の基本から画像合成まであらゆる作成技法を習得する。これらの技術習得後は、画像合成の技術を使った課題を制作する。	1通	120	4	△	○	○	○								
○		ビジュアルコミュニケーションⅠ	「思考する」「描く、つくる」「伝える」の3つのプロセスを繰り返すことで、ビジュアルコミュニケーションの基本的な考え方とデザイナーとしての基礎体力を養う。また、そこから派生する事柄から感性と知性を磨き、発想力とコミュニケーション力を鍛える。前期は手作業を中心とした基礎知識と表現技術の習得。後期はコミュニケーションツールの企画・制作・プレゼンを実践する。	1通	120	4	△	○	○	○								
○		WEBデザインⅠ	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を学び、基本的な企業サイトの制作を行う。	1後	60	2	△	○	○	○								
○		デジタルフォトグラフィー	デジタルカメラやアイパッドなどを使いビジュアルデザインに必要な画像の撮影および画像編集。既存の雑誌などの特集ページの制作や15秒のデジタルムービーの編集。最新の画像制作ソフトを使い個々のイメージをより具体的に表現する。	2前	60	2	△	○	○	○								

○		コンピュータ デザインⅢ	DTPの基本知識、技術を習得する事を目的とする。紙媒体で必須になる印刷方式・印刷技術を学び、現場のデザイナーの業務内容と同等の実践演習を行い、デザインコンセプトを踏まえたデザイン力の向上、制作を行う。	2 通	120	4	△	○	○	○				
○		ビジュアルコ ミュニケー ションⅡ	「ビジネスとしてのデザイン」を理解し、「プロとしてのデザイナー」を模擬体験する。コミュニケーションデザインの現場で、日常的に行われている業務の実際(事例)を題材(テーマ)に、デザイナーとしての予備的体験を進めることによって、実務に対するカンを養うことを目的にする。原則として、授業の前半は主に、現実の事例の紹介・解説を通して、実務の知識を蓄えること。後半は事例に関連した現実的なテーマを設定し、演習を進める。	2 通	120	4	△	○	○	○				
○		プレゼンテー ション技法Ⅱ	与えられた課題の解決に向けて、5~6人のグループを組み、ブレインストーミングのルールで企画会議を行ない、企画立案からプレゼンテーションまでの一貫した流れを演習する。演習を通じて、取材の仕方・ブレストの作法・アイデア発想法・企画書のまとめ方などを身につける。	2 通	120	4	△	○	○	○				
○		エディトリア ルデザイン	<本>またはその制作過程が重要になる<編集>について焦点を当てた授業。将来の就職先を想定した上で、リーフレットやパンフレット制作にも取り組む。DTP制作以前に、サムネールスケッチの推進を図る。PC上で考えるのではなく、案を検証→決定した上で取り組む“クセ”を身につける。課題に対しての理解を深め、分析力/決断力/独創性を養う。また世の出版物のありとあらゆるものには、<広報戦略>が必須で、その研究、検証を併せて行う。	2 通	120	4	△	○	○	○				
○	○	エディトリア ルデザイン専 攻実習	「1枚ペラ」「ページもの」両方における編集やレイアウトの仕組みを学ぶ。前期は、エディトリアルにおけるテキストや写真・図版の扱い方等の基礎技術を学び、それらを授業内の制作を通して身につける。その後、「コンテンツ企画立案→ページ構成→デザインルール、トーン&マナー設計→レイアウト制作」まで、エディトリアルの一連の流れを実習を通して習得する。後期は卒業制作の傍ら、エディトリアルデザインの技術を活かしてポートフォリオの精度を上げる。	2 通	120	4	△	○	○	○				

○		パッケージデザインⅡ	日常生活に密着した商品のほとんどがパッケージ商品であることを再認識させ生産、流通、消費のそれぞれの過程で、パッケージの機能や役割について解説。基本的な紙器の成り立ち、素材、構造、デザイン発想などの知識と技術を修得。手書き文字や水彩絵具によるアナログ的パターン作成、パッケージ商品の撮影技法なども課題制作を通じて学び、他のデザイン制作にも応用できるようにする。3回のデザインの現場見学を通じ、教室では学べない社会体験学習を行う。	2通	120	4	△	○	○	○										
○		パッケージデザイン専攻実習	商品のパッケージについて、消費者とのコミュニケーションをどのように図っていくか考察を深めながら、実務に対する商品企画を踏まえたパッケージデザイン及びセールスプロモーションの理論と技術を習得する。実習では、商品の強みを活かす考え方を軸にした企画を立案し、パッケージの実装から商品として売り出すまで、広告・販促を含めたプロポーザルを策定しプレゼンテーションする。	2通	120	4	△	○	○	○										
○		WEBデザインⅡ	webの制作・運用が出来るデザイナー・ディレクターの育成を目標に、webの環境・言語・構造・トレンド・インターネットの各種サービスなどの知識を深め、webのデザイン及び構築を学ぶ。webのデザイン及び構築を座学・実習・オリエンテーション・プレストを行い、グループワークをベースに授業を行う。	2通	120	4	△	○	○	○										
○		WEBデザイン専攻実習	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（WordPress）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。	2通	120	4	△	○	○	○										
○		アドバタイジングデザイン専攻実習	デザイン現場のアートディレクターの立場で、コミュニケーション戦略を主とした広告活動を実践。広告の特性・目的を理解した上で、人々の生活行動に合ったデザイン訴求を目指す。特に就活用のオリジナル作品制作のため、企画からの一連の流れを通して進め、内容を深めた各種広告媒体を中心とした、グラフィックデザイン制作を実践する。	2通	120	4	△	○	○	○										
○		卒業制作ゼミ	卒業制作推進にあたり、市場あるいは世の中の動向をよく把握し、自分が挑むべき課題を決め、価値ある企画提案にするために対象ターゲットをよく理解するなど、必要な取材や問い合わせなど情報の収集・整理・分析を指導する。同時に表現のオリジナル性、インパクトなど時間の許す限り徹底的に追及する姿勢を身につける。	2後	60	2	△	○	○	○										
合計			23 科目	2220単位時間(74 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。