

授業科目名	コミュニケーションデザイン論 A Communication Design Lecture A	担当教員名	官能 右泰、坂本 憲信、孔 鎮烈、 裴 鎮奭
時間割	水曜日 3 時限	オフィスアワー	各教員による
授業科目区分	専門科目—専門専攻科目—コミュニケーションデザイン専攻科目		
履修区分	専攻必修科目	授業形態	講義
配当年次・学期	3 年次前期	単位数	2 単位
前提とする授業科目、密接に関係する授業科目 コミュニケーションデザイン演習 A1 と同時期に受講すること。			
授業に関連するキーワード グラフィックデザイン、ウェブデザイン、パッケージデザイン、ブランディングデザイン、モーショングラフィックデザイン			
授業の到達目標及びテーマ ビジュアルコミュニケーションデザインの基礎知識を身につけるとともに、今日におけるビジュアルコミュニケーションデザインと地域社会との関わりについての理解を深めることが目標である。また、地域の資源を活かした商品売り出すために、「地ブランド」をテーマとしてコミュニケーションデザインの概念から考える。			
授業の概要 本講義では、地域の優れた資源と文化を売り出すためのコミュニケーションデザインの役割を理解する。その上で、「地域社会の現状」と「課題の認識」、「課題発見・解決」に至るまでの事例を挙げながら探っていく。また、現役のアートディレクターを招き地域社会とコミュニケーションデザインの関係性等についても詳しく学ぶ。			
授業計画 (担当：官能、坂本、孔、裴 授業形態：複数教員による演習指導) 第 1 回 ガイダンス (授業内容と計画の説明) 第 2 回～第 5 回 コミュニケーションデザイン概念を理解する。 第 6 回 特別講義「地域社会とコミュニティ」 第 7 回～第 8 回 地域社会の現状と問題認識／情報の収集・分析・考察 (グループワーク) 第 9 回 地域社会の現状と問題について発表／表現内容の検討・発想・立案 第 10 回～第 13 回 問題解決／試作・検証・改善・レポート 第 14 回 特別講義「地域活性化のためのデザイナーの役割」 第 15 回 評価／まとめ			
授業時間外の学習内容等 特になし。			
評価方法 授業における取り組み姿勢を 60%、レポートを 40% で評価し、100% の内 60 点以上を単位認定要件とする。			
履修上の注意			
テキスト 授業中に資料コピーを適宜配布する。			
参考書・参考資料等 特になし。			

授業科目名	コミュニケーションデザイン論 B 実 Communication Design Lecture B	担当教員名	阪口 正太郎、水田 圭、飯倉 宏治
時間割	金曜日 3 時限	オフィス	各教員による
授業科目区分	専門科目—専門専攻科目—コミュニケーションデザイン専攻科目		
履修区分	専攻必修科目	授業形態	講義
配当年次・学期	3 年次前期	単位数	2 単位
前提とする授業科目、密接に関係する授業科目 コミュニケーションデザイン演習 B1 と同時期に受講することがのがぞましい。			
授業に関連するキーワード 統合コミュニケーションデザイン、ロゴタイプ、広告、写真、紙媒体、編集、ウェブ、IT、ゲーム、イラストレーション、論理思考			
授業の到達目標及びテーマ この講義では、人工知能（AI）の役割が人間の職域に拡大する中、侵されない領域は人間のクリエイティビティであると捉え、その基本原理を解説する。まず、グラフィックデザイン・ビジュアルデザインの持つ固有の話法、説得力を持つビジュアル方法論などを、グラフィックを中心とした事例から検証する。次に、情報の流れの変化、課題解決思考における課題設定、統計的思考によるスケモレのない観点の形成、現場思考によるイメージ力の役割をデザイン制作者の立場から理解する。さらにデザイン制作の立場から、教員のアートディレクターとしての実務経験を参考にして、学んだ論理を実制作と結びつけることを到達目標とする。			
授業の概要 アップルや SNS の事例では、先端技術の発展よりもコミュニケーションデザイン開発の重要性が注目されている。古今東西様々な事例に触れることで、コミュニケーションデザインの考え方を解説する。そのことでコミュニケーションデザインに関する視野と思考法を獲得する。一方で各自がその志向と適性を見極め、確固たる得意分野の構築に向けた考察の場とする。			
授業計画 第 1 回 ガイダンス コミュニケーションデザインとは 第 2 回 情報を理解する① 事例①「領域の拡大・WEB、Maker ムーブメントなど」 第 3 回 情報を理解する② 事例②「領域の拡大・フィジカルコンピューティング」 第 4 回 情報を伝える① 事例③「ヴィジュアルデザインのクリエイティビティ」 第 5 回 情報を伝える② 事例④「ヴィジュアルデザインを伝えるものにするルール」 第 6 回 デザイン①「目的(issue)と課題(what)を押さえる。」 事例⑤「企業広報・全体像」 第 7 回 デザイン②「課題を多面的、帰納的に考える(why)」 事例⑥「企業広報とブランド」 第 8 回 デザイン③「現場を理解する(why)」 事例⑦「企業広報・ステークホルダー」 第 9 回 デザイン④ デザイン企画 (how) 事例⑧「企業広報・これからの課題」 第 10 回 デザイン⑤ デザイン企画 (評価) 事例⑨「領域の拡大・ポスター・CM など」 第 11 回 デザイン⑥ デザイン企画 (フィードバック) 事例⑩「領域の拡大・キャンペーンなど」 第 12 回 デザイン⑦ 事例⑪「進みゆく高度情報社会」 第 13 回 個人で情報発信する 事例⑫「客観とデザイン」 第 14 回 情報の双方向化による個人や社会への影響 事例⑬「国内外の先端事情」 第 15 回 まとめ			
授業時間外の学習内容等 時間外での調査、企画、制作が前提となる。			
評価方法 課される課題については欠席分も含め全て提出する事。理論の理解と応用を測る指針として企画、プロセス、提出された課題および作品が採点対象となる。			
履修上の注意 「コミュニケーションデザイン演習 B1」との連携課題や外部企業等とのタイアップ課題を行なう場合がある。			
テキスト なし			
参考書・参考資料等 なし			

授業科目名	コミュニケーションデザイン演習 A1 実 Communication Design Seminar A1	担当教員名	官能 右泰、坂本 憲信、孔 鎮烈、 裴 鎮奭
時間割	水曜日 4、5 時限	ワイクワー	各教員による
授業科目区分	専門科目—専門専攻科目—コミュニケーションデザイン専攻科目		
履修区分	専攻必修科目	授業形態	演習
配当年次・学期	3 年次前期	単位数	4 単位
前提とする授業科目、密接に関係する授業科目 コミュニケーションデザイン論 A と同時期に受講すること。			
授業に関連するキーワード グラフィックデザイン、ウェブデザイン、パッケージデザイン、ブランディングデザイン、モーショングラフィックデザイン			
授業の到達目標及びテーマ コミュニケーションデザイン A では、一連の演習を通じて「デザイン専門分野全体を俯瞰した多様かつ複合的な表現展開」を適切に実践できる総合的能力の獲得を目指す。 その端緒となる本授業においては、3 つのデザインカテゴリーに大別した各課題研究を通じて基礎的デザイン力を養い、その積み重ねによる多様な表現手法の習熟を到達目標とする。			
授業の概要 授業内容を、プリンティングおよびモーショングラフィックを主とする「見る」デザイン、ブランディングおよびパッケージを主とする「手で触れる」デザイン、ウェブを主とする「オンラインで見る」デザインの 3 つのカテゴリーに大別し、それぞれのカテゴリーにおける課題研究を通じてデザイン専門基礎力の習得に努める。			
授業計画 第 1 回～第 10 回 ・ガイダンス ・「見る」デザイン：プリンティング、モーショングラフィック（官能、坂本） 第 11 回～第 20 回 ・「手で触れる」デザイン：ブランディング、パッケージ（孔） 第 21 回～第 30 回 ・「オンラインで見る」デザイン：ウェブ（べ） ・授業のまとめ ◎各課題研究においては、課題内容の提示以降、以下の制作プロセスをたどる。 ・観察：関連情報の収集、分析および考察 ・構想：表現内容の検討、発想および立案 ・表現：試作、検証、改善および制作 ・講評 ※各課題内容の詳細は授業時に説明する。 ※諸事情によりカテゴリー順を変更する場合がある。 ※学外研修や特別講師による講義、演習を予定している。			
授業時間外の学習内容等 授業時間外に各自制作を進めること。			
評価方法 一連の制作プロセスを主とする授業への取り組み姿勢を 60%、課題成果を 40% で評価し、合計 100% の内 60% 以上を単位認定要件とする。			
履修上の注意			
テキスト			
参考書・参考資料等 各担当教員より適宜紹介する。			

授業科目名	コミュニケーションデザイン演習 B1 Communication Design Seminar B 1	担当教員名	阪口 正太郎、水田 圭、飯倉 宏治
時間割	木曜日 3、4 時限	オフィスアワー	各教員による
授業科目区分	専門科目—専門専攻科目—コミュニケーションデザイン専攻科目		
履修区分	専攻必修科目	授業形態	演習
配当年次・学期	3 年次前期	単位数	4 単位
前提とする授業科目、密接に関係する授業科目 コミュニケーションデザイン論 B と同時に受講することが望ましい。			
授業に関連するキーワード 統合コミュニケーションデザイン、ロゴタイプ、広告、写真、紙媒体、編集、ウェブ、IT、ゲーム、イラストレーション、論理思考			
授業の到達目標及びテーマ コミュニケーションデザインに関わる技術を自在に利用した統合的コミュニケーションデザイン思考と表現の運用を到達目標とする。長期的な教育効果とキャリア形成につなげるため、「技術講習」にて個人の志向する技術分野における運用の向上を図る。デザイン思考と技術を運用し、社会的な課題に対応する能力の獲得がテーマとなる。			
授業の概要 このコースでは、人工知能 (AI) の役割が人間の職域に拡大する中、侵されない領域は人間のクリエイティビティであると捉える。IT 技術によって、地方から世界に発信することが可能である。一方日本では産業や人口の構造変化が起こり、「ブラック企業」「やりがい搾取」「クラウドワーキング」「働き方革命」などのキーワードにあるように、都市や街、人の生活のあり方が問われている。その中で「インフォグラフィック制作」「モーショングラフィックス制作」では単なる技法の習得を越えてあらゆるメディアに応用が可能な情報の理解と表現技術を学ぶ。「展示課題制作」「技術講習」では個人が設定するキャリア志向が、将来の核となる技術となるための訓練と表現をおこない、それまでの学びを集大成する作品制作と展示を求めます。			
授業計画 第 1-5 回 ガイダンス／演習課題①「インフォグラフィック制作 (テーマを決める)」制作・発表／技術講習 (1) 第 6-10 回 演習①「インフォグラフィック制作 (目的をおさえて企画する)」制作・発表／技術講習 (2) 第 11-15 回 演習①「インフォグラフィック制作 (情報を整理する)」制作・発表／技術講習 (3) 第 16-20 回 演習①「インフォグラフィック制作 (演出する)」制作・発表／技術講習 (4) 第 36-40 回 演習①「インフォグラフィック制作」制作・発表・講評／次課題の説明 第 31-35 回 演習②「モーショングラフィックス制作」目的の明確化／技術講習 (5) 第 36-40 回 演習②「モーショングラフィックス制作」対象領域の分析／技術講習 (6) 第 41-45 回 演習②「モーショングラフィックス制作」制作／技術講習 (7) 第 46-50 回 演習②「モーショングラフィックス制作」発表・講評／次課題の説明 第 51-55 回 演習③「展示課題」企画検討と修正・表現手段の決定／技術講習 (8) 第 56-60 回 演習③「展示課題」取材・企画発表 第 61-65 回 演習③「展示課題」制作 第 66-70 回 演習③「展示課題」制作 第 71-75 回 演習③「展示課題」発表・総講評「ポートフォリオ制作と展示」まとめ			
授業時間外の学習内容等 時間外での課題の制作が前提となる。			
評価方法 企画などの制作プロセス、提出作品と発表により判断する。グループワーク課題では、各参加者の役割とアウトプットの内容を明確にすること。			
履修上の注意 外部企業等とのタイアップ課題を行なう場合がある。これにより課題の進め方がかわる。			
テキスト なし			
参考書・参考資料等 なし			

授業科目名	コミュニケーションデザイン演習 A2 実	担当教員名	官能 右泰、坂本 憲信、孔 鎮烈、 裴 鎮奭
時間割	火曜日 3、4、5 時限	オフィス	各教員による
授業科目区分	専門科目—専門専攻科目—コミュニケーションデザイン専攻科目		
履修区分	専攻選択必修科目	授業形態	演習
配当年次・学期	3 年次後期	単位数	6 単位
前提とする授業科目、密接に関係する授業科目			
授業に関連するキーワード グラフィックデザイン、ウェブデザイン、パッケージデザイン、ブランディングデザイン、モーショングラフィックデザイン			
授業の到達目標及びテーマ 「コミュニケーションデザイン演習 A 1」の学習内容を踏まえて、地域・社会に内在する種々の課題に対して受講者が自ら問題を発見し、各種デザイン手法の複合的表現展開による解決に取り組む。 また、4 年次の「卒業研究」に向けて、主要となる表現手法の更なる習熟を目指す。			
授業の概要 本授業では、テーマの設定からデザイン成果の具現化に至る一連の制作プロセスを、複数の受講者同士がグループを編成して取り組む。地域・社会の現状からデザイン対象としての課題を見出し、利便性や快適性、認知性、効率性、安全性、または操作性を、具体的なデザイン解決案としてあらわすことについて課題制作を通じて学ぶ。			
授業計画 第 1 回 ガイダンス 第 2 回～第 4 2 回 以下の内容に基づき課題研究を進める。 ○テーマ設定 ((3 週間)) ・情報収集、分析、考察、検証 (プレゼンテーション) ○デザイン案の構想 (6 週間) ・構想、試作、検証 (プレゼンテーション) ○確定内容の制作 (4 週間) ○制作報告書の作成 (随時) 第 4 3～4 5 回 プレゼンテーション/講評/まとめ ※学外研修や特別講師による講義を予定している。			
授業時間外の学習内容等 授業時間外に各自制作を進めること。			
評価方法 各段階におけるプレゼンテーションの成果を総合して 40%、最終的なデザイン成果を 60% で評価し、合計 100% の内 60% 以上を単位認定要件とする。			
履修上の注意 「コミュニケーションデザイン演習 A 1」の単位を修得済みであること。 授業時間外に各自制作を進めること。			
テキスト なし			
参考書・参考資料等 各担当教員より紹介する。			

授業科目名	コミュニケーションデザイン演習B2 実 ComunicationDesignSeminarB 2	担当教員名	阪口 正太郎、水田 圭、飯倉 宏治
時間割	火曜日3、4、5時限	オフィス	各教員による
授業科目区分	専門科目—専門専攻科目—コミュニケーションデザイン専攻科目		
履修区分	専攻選択必修科目	授業形態	演習
配当年次・学期	3年次後期	単位数	6単位
前提とする授業科目、密接に関係する授業科目 コミュニケーションデザイン演習B1			
授業に関連するキーワード 統合コミュニケーションデザイン、ロゴタイプ、広告、写真、紙媒体、編集、ウェブ、IT、ゲーム、イラストレーション、論理思考			
授業の到達目標及びテーマ コミュニケーションデザインに関わる技術を自在に利用した統合的コミュニケーションデザイン思考と表現の運用を到達目標とする。長期的な教育効果とキャリア形成につながるため、「技術講習」にて個人の志向する技術分野における運用の向上を図る。デザイン思考と技術を運用し、社会的な課題に対応する能力の獲得がテーマとなる。			
授業の概要 このコースでは、人工知能（AI）の役割が人間の職域に拡大する中、侵されない領域は人間のクリエイティビティであると捉える。IT技術によって、地方から世界に発信することが可能である。一方日本では産業や人口の構造変化が起こり、「ブラック企業」「やりがい搾取」「クラウドワーキング」「働き方革命」などのキーワードにあるように、都市や街、人の生活のあり方が問われている。その中で民間企業での制作を例にした「CM制作」では単なる動画技法の習得を越えてあらゆるメディアに応用が可能な技術を学ぶ。「WEBポートフォリオ制作」では、IT技法よりも受け手とのコミュニケーションを目的としたディレクションを追求します。「技術講習」では個人のキャリア志向が、将来の核となる技術となるための課題をおこなう。最後の課題は進級課題として課され、それまでの学びを集大成する作品制作と展示を求めます。			
授業計画 第1-5回 ガイダンス／演習課題①「CM制作」制作・発表／技術講習（1） 第6-10回 演習①「CM制作」制作・発表／技術講習（2） 第11-15回 演習①「CM制作」制作・発表／技術講習（3） 第16-20回 演習①「CM制作」制作・発表／技術講習（4） 第36-40回 演習①「CM制作」制作・発表・講評／次課題の説明 第31-35回 演習②「WEBポートフォリオ制作」目的の明確化／技術講習（5） 第36-40回 演習②「WEBポートフォリオ制作」対象領域の分析／技術講習（6） 第41-45回 演習②「WEBポートフォリオ制作」制作／技術講習（7） 第46-50回 演習②「WEBポートフォリオ制作」発表・講評／次課題の説明 第51-55回 演習③「進級課題」企画検討と修正・表現手段の決定／技術講習（8） 第56-60回 演習③「進級課題」取材・企画発表 第61-65回 演習③「進級課題」制作 第66-70回 演習③「進級課題」制作 第71-75回 演習③「進級課題」発表・総講評「ポートフォリオ制作と展示」まとめ			
授業時間外の学習内容等 時間外での課題の制作が前提となる。			
評価方法 企画などの制作プロセス、提出作品と発表により判断する。グループワーク課題では、各参加者の役割とアウトプットの内容を明確にすること。			
履修上の注意 外部企業等とのタイアップ課題を行なう場合がある。これにより課題の進め方がかわる。			
テキスト なし			
参考書・参考資料等 なし			

授業科目名	コミュニケーションデザイン演習 A3 CommunicationDesignSeminarA3	担当教員 名	官能 右泰、坂本 憲信、孔 鎮烈、 裴 鎮奭
時間割	火曜日 3、4、5 時限	オフィス	各教員による
授業科目区分	専門科目—専門専攻科目—コミュニケーションデザイン専攻科目		
履修区分	専攻選択必修科目	授業形態	演習
配当年次・学期	4 年次前期	単位数	6 単位
前提とする授業科目、密接に関係する授業科目			
授業に関連するキーワード グラフィックデザイン、ウェブデザイン、パッケージデザイン、ブランディングデザイン、モーショングラフィックデザイン			
授業の到達目標及びテーマ 「卒業研究」に向けて、受講生各自が研究テーマにかかわる調査、分析および考察を行い、研究テーマを具体化する。 また、主要となる表現手法に対応する主担当教員の指導に基づき研究を進める。			
授業の概要 本授業は「コミュニケーションデザイン演習 A 2」と同様のプロセスに基づき進める。受講生が個々に地域・社会の現状把握から課題を認識し、デザインによる最適な課題解決について探究する。 研究テーマに基づくデザイン解決案の「試作」および「中間報告書」を授業成果とする。			
授業計画 第 1 回 ガイダンス 第 2 回～第 4 2 回 以下の内容に基づき課題研究を進める。 ○テーマ設定 ((3 週間)) ・情報収集、分析、考察、検証 (プレゼンテーション) ○デザイン案の構想 (6 週間) ・構想、試作、検証 (プレゼンテーション) ○確定内容の制作 (4 週間) ○制作報告書の作成 (随時) 第 4 3～4 5 回 プレゼンテーション/講評/まとめ ※学外研修や特別講師による講義を予定している。			
授業時間外の学習内容等 授業時間外に各自制作を進めること。			
評価方法 各段階におけるプレゼンテーションの成果を総合して 4 0 %、最終的なデザイン成果を 6 0 % で評価し、合計 1 0 0 % の内 6 0 % 以上を単位認定要件とする。			
履修上の注意 「コミュニケーションデザイン演習 A 2」の単位を修得済みであること。 授業時間外に各自制作を進めること。			
テキスト 授業中に資料を適宜配布する。			
参考書・参考資料等 各担当教員より紹介する。			

授業科目名	コミュニケーションデザイン演習 B3 ComunicationDesignSeminarB3	担当教員名	阪口 正太郎、水田 圭、飯倉 宏治
時間割	火曜日 3、4、5 時限	オフィスワーカー	各教員による
授業科目区分	専門科目—専門専攻科目—コミュニケーションデザイン専攻科目		
履修区分	専攻選択必修科目	授業形態	演習
配当年次・学期	4 年次前期	単位数	6 単位
前提とする授業科目、密接に関係する授業科目 コミュニケーションデザイン演習 B1、コミュニケーションデザイン演習 B2			
授業に関連するキーワード 統合コミュニケーションデザイン、ロゴタイプ、広告、写真、紙媒体、編集、ウェブ、IT、ゲーム、イラストレーション、論理思考			
授業の到達目標及びテーマ コミュニケーションデザインに関わる技術を自在に利用した統合的コミュニケーションデザイン思考と表現のより高度な運用を到達目標とする。「技術講習」にて個人の志向するキャリア分野における高度な技術の到達を図る。同時に卒業制作に向けて、各自が取り組むテーマや課題、技術について情報収集し、価値あるデザイン研究につなげるための考察と発表がテーマとなる。			
授業の概要 このコースでは、人工知能（AI）の役割が人間の職域に拡大する中、侵されない領域は人間のクリエイティビティであると捉える。これまでの演習で学んだ表現と思考を深める。この演習では各自がテーマや課題を設定しデザイン表現に臨みます。提出されるデザイン作品の最終的な表現メディアや手段を問わず「観察力」「思考力」「伝える力」を評価します。各自が情報を共有する方法を学び、取材や制作を行なうことで高めた個々の能力による相乗効果を目指します。個人のキャリア指向や適正を尊重し学びを深める。			
授業計画 第 1-5 回 全体ガイダンス／個人面談／技術課題（1） 第 6-10 回 テーマ課題 A：企画検討／技術課題（2） 第 11-15 回 テーマ課題 A：調査・取材／技術課題（3） 第 16-20 回 テーマ課題 A：調査・取材／技術課題（4） 第 21-25 回 テーマ課題 A：調査結果・企画発表 第 26-30 回 テーマ課題 A：制作／技術課題（5） 第 31-35 回 テーマ課題 A：制作／技術課題（6） 第 36-40 回 テーマ課題 A：発表 講評 第 41-45 回 テーマ課題 B：企画検討／技術課題（7） 第 46-50 回 テーマ課題 B：調査・取材／技術課題（8） 第 51-55 回 テーマ課題 B：調査・取材／技術課題（9） 第 56-60 回 テーマ課題 B：中間発表 第 61-65 回 テーマ課題 B：制作 第 66-70 回 テーマ課題 B：制作 第 71-75 回 テーマ課題 B：発表 最終全体講評			
授業時間外の学習内容等 時間外での課題の制作が前提となる。			
評価方法 企画などの制作プロセス、提出作品と発表により総合的に判断する。グループワークでは、各参加者の役割とアウトプットの内容を明確にすること。			
履修上の注意 外部企業等とのタイアップ課題を行なう場合がある。これにより課題の進め方がかわる。			
テキスト なし			
参考書・参考資料等 なし			