

科 目 名	学科／学年	年度／時期	授業形態
デザインワークⅢ	グラフィックデザイン学科 ／2年	2026／前期	演習
単位数または時間数	必修・選択必修・自由選択		担当教員
3単位（90時間）	必須		永田 広志
授 業 の 概 要			
・調査・分析・構想・制作・講評の反復を通して、グラフィックデザインを企画・提案として成立させるための思考と方法を修得する。 ・ブランディング、情報設計、プレゼンテーションの実践を通して、対象理解に基づいたコンセプト形成と視覚展開の精度を高める。 ・卒業制作や実社会での提案活動に接続できるよう、企画意図の言語化、検証、改善のプロセスを主体的に運用する力を養う。”			
授業終了時の到達目標			
・社会・組織・地域に関わる課題を調査し、企画意図やブランドコンセプトを論理的に言語化できる。 ・対象に応じた情報整理と視覚表現を行い、提案として完成度の高いアウトプットにまとめることができる。 ・講評や検証結果を踏まえて提案を改善し、卒業制作や実務に応用できる視点を身につける。”			
実務経験有無	実務経験内容		
有	グラフィックデザイナーとして5年の実務経験 これまでの経験を活かして、プレゼンテーション技術を指導		
時間外に必要な学修			
回	テ ー マ	内 容	
1～ 2	授業ガイダンスと問題設定	授業目的、評価方法、卒業制作との接続を確認し、課題設定の視点を共有する。	
3～ 6	ブランディング／企画事例研究	国内外の事例を分析し、ブランド戦略、表現、社会的文脈の関係を読み解く。	
7～ 10	調査設計と課題分析	対象理解のための調査手法、情報整理、課題抽出の方法を学び、企画の前提を構築する。	
11～ 14	企画立案1 コンセプト設計	課題に対する目的、対象、価値提案を整理し、コンセプトとして言語化する。	
15～ 18	企画立案2 ターゲットと導線設計	伝える相手、利用場面、媒体特性を踏まえ、体験や情報導線を設計する。	
19～ 22	ビジュアル戦略設計	ロゴ、色彩、書体、構成、展開媒体の関係を整理し、提案の視覚方針を定める。	
23～ 26	中間講評1	調査・企画・表現方針を発表し、講評を通して論理性と実現性を検証する。	
27～ 32	ブランディング実践1	学科・地域・社会課題などを題材に、企画の具体化と展開制作を行う。	
33～ 38	ブランディング実践2	企業・プロジェクトを想定し、提案資料、ビジュアル、プレゼンテーションを統合的に制作する。	
39～ 42	中間講評2／改善	表現精度、説得力、展開の妥当性を再検討し、改善案を反映させる。	
43～ 45	最終講評・総括	成果物とプロセスを発表し、卒業制作・就職活動・社会実装への接続を整理する。	
教科書・教材		評価基準	評価率
参考図書・事例資料・配布プリント		課題・レポート	100.0%
			その他