

科目名	デザイン研究 2							年度	2025
英語科目名	Design study 2							学期	1
学科・学年	デザイン科 グラフィックデザイン専攻 2年次	必/選	必	時間数	30	単位数	2	種別※	講義
担当教員	鶴田勇一		教員の実務経験	有	実務経験の職種	グラフィックデザイナー			
【科目の目的】 消費されていく宿命の広告が時代の空気をどのように取り込んでいたのかを考察することで、送り手であるデザイナーが社会のトレンドと密接に関わっていることを認識します。									
【科目の概要】 新旧の注目されたグラフィックデザインを題材に、どのように生活者とコミュニケーションを展開しようとしたのかを、授業の中で皆で考えます。									
【到達目標】 A. 生活者の目線を意識した広告制作の考え方を理解する B. 広告コミュニケーションの手法を分類できる C. 社会のできごとから生活者の動向をつかむ									
【授業の注意点】 学生間・指導教員と学生のコミュニケーションを重視します。授業で得た知識を活用してワークを行います。授業の欠席、遅刻は無いようにすること。授業時数の4分の3以上出席しない者は課題提出と評価を受けることができない。									
評価基準＝ルーブリック									
ルーブリック 評価	レベル5		レベル3		レベル1				
	優れている		ふつう		要努力				
到達目標 A	生活者の目線を意識した広告制作の考え方を深く理解し分析できる		生活者の目線を意識した広告制作の考え方を理解する		生活者の目線を意識した広告制作の考え方を理解できていない				
到達目標 B	広告コミュニケーションの手法を分類し展開することができる		広告コミュニケーションの手法を分類できる		広告コミュニケーションの手法を分類できていない				
到達目標 C	社会のできごとから生活者の動向をつかみ分析ができる		社会のできごとから生活者の動向をつかむ		社会のできごとに関心がなく生活者の動向をつかめない				

【教科書】						
無し						
【参考資料】						
オリジナルの資料を基に解説します						
【成績の評価方法・評価基準】						
レポートとプレゼンテーションの内容 60% 積極的な授業参加度、授業態度 40%						
※種別は講義、実習、演習のいずれかを記入。						
科目名		デザイン研究 2			年度	2025
英語表記		Design study 2			学期	1
回数	授業テーマ	各授業の目的	授業内容	到達目標＝修得するスキル	評価方法	自己評価
1	パッケージデザインを比較する①	デザインの背景を考察する	「定番」のある商品	定番商品を起点に新しいカテゴリーの商品やアイテムの広がりによるデザインの展開を分析する		
			新しいカテゴリー			
			商品展開の比較			
2	パッケージデザインを比較する②	デザインの背景を考察する	「ロングセラー」商品	ロングセラー商品を起点に新しいカテゴリーの商品やアイテムの広がりによるデザインの展開を分析する		
			新しいカテゴリー			
			商品展開の比較			
3	新聞広告を企画する①	デザインの背景を考察する	メッセージの比較	メッセージを読み取り広告を分類する		
			商品広告・企業広告	表現の違いを観察する		
			広告の機能	広告の機能について理解する		
4	新聞広告を比較する②	デザインの背景を考察する	ビジュアルによるメッセージ	広告のビジュアルからメッセージを考察する		
			コピーによるメッセージ	広告のコピーからメッセージを考察する		
			その他の手法	メッセージを乗せる広告表現について考察する		
5	広告と情報	変化する広告	広告に必要な情報	広告のビジュアルからメッセージを考察する		
			プラスされている情報	広告を比較してプラスされている情報を理解する		
			現代の広告の機能	現代広告の機能を理解する		
6	広告の個性	広告活動の中であらわれた唯一無二の表現	個性的なキャンペーン	広告のビジュアルからメッセージを考察する		
			共感を得たキャンペーン	広告における共感について理解する		
			実例	実例を知る		
7	CMと時代背景①	1960年代のCM	時代背景	日本の1960年代の人々の生活を知る		
			生活者のニーズ	当時の生活者のニーズを知る		
			CM表現	当時のTVCMから理解する		
8	CMと時代背景②	1970年代のCM	時代背景	日本の1970年代の人々の生活を知る		
			生活者のニーズ	当時の生活者のニーズを知る		
			CM表現	当時のTVCMから理解する		
9	CMと時代背景③	1980～90年代のCM	時代背景	日本の1980～90年代の人々の生活を知る		
			生活者のニーズ	当時の生活者のニーズを知る		
			CM表現	当時のTVCMから理解する		
10	広告とイラストレーション	商業イラストレーションの変遷	昭和・平成の広告イラスト	昭和・平成のイラストレーターを知る		
			昭和・平成の広告イラスト表現	昭和・平成の広告イラストの活用		

			現代のイラストレーション	現代広告でのイラストレーションの活用		
11	課題発表会	研究発表 全員	直近の広告を選択する	制作者の目線で広告(CM)を選ぶ		
12	課題発表会		選んだ広告を分析する	現代社会と制作物の共感の接点を考察		
13	課題発表会		内容をまとめて発表する	自身の視点をわかりやすく説明する		
14	課題発表会					
15	まとめ	発表の講評とこの授業の振り返り	講評	広告を見つめる視点の重要性 表現者としての社会での役割 送り手の責任		
評価方法：1. レポート、2. 研究発表、3. その他						
自己評価：S：とてもよくできた、A：よくできた、B：できた、C：少しできなかった、D：まったくできなかった						
備考 等						