

科目名	デザイン実習 3A								年度	2025
英語科目名	Design Practice 3A								学期	2
学科・学年	デザイン科 インテリアデザイン専攻 2年次	必／選	必	時間数	60	単位数	2	種別※	実習	
担当教員	岸本 絵梨			教員の実務経験		有	実務経験の職種		インテリア デザイナー	
【科目の目的】										
インテリアデザインに深く関わる企業のブランディングには欠かせない施策であるブランディングデザインの思考を身に付けることを目的とします。実際のプロジェクトにおいて、ブランドコンセプトに基づいたデザインかどうか、どうデザイン的にアプローチするかについての方法を学ぶため、課題を通して企画力、分析力、言語化を鍛え、多角的な論理的デザイン思考、および企画力を修得します。										
【科目の概要】										
概要1:0→1 でブランドの立ち上げにあたり、競合企業ブランド、商品ブランドをリサーチの課題を通して情報収集・分析力を身に付け、段階的にリサーチ結果の質を高めていく。 概要2:客観的な情報収集・分析から、サービスや企業のブランド戦略に組むために、ビジネス戦略を理解した上で、どう魅せていくかのデザイン戦略を巡らせ、実際に言葉やビジュアルに落とし込み、対象の全てに関して一貫したデザイン提案に挑戦する。										
【到達目標】										
到達目標 A:情報収集をし、ブランドの現状把握をし、強み・差異化点を明確に/ブランドポジション 到達目標 B:ブランドコンセプト設計・VI・トンマナ設定 到達目標 C:デザイン戦略・企画案、提案書への落とし込み										
【授業の注意点】										
毎授業ごとに作業タスクを設定し、作業を完了する。欠席等により課題タスク進行が遅れた場合には翌週までに仕上げ、提出または具体的進捗を報告をすること。提出物の全ての課題が提出しなければ、合格とならない。または授業数の4分の3以上出席しない場合は合格することができない。										
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	ブランドを理解し、分析から、ブランドの強み/現状把握が簡潔に整理できている		ブランドを理解し、分析から、ブランドの強み/現状把握がおおむねできている		ブランドを理解し、分析から、ブランドの強み/現状把握が不十分である					
到達目標 B	ブランドコンセプト設計・VI・トンマナ設定ができている		ブランドコンセプト設計・VI・トンマナ設定がおおむねできている		ブランドコンセプト設計・VI・トンマナ設定が不十分である					
到達目標 C	デザイン戦略・企画案を提案書への落とし込みの上、言語化し伝えられる		デザイン戦略・企画案を提案書への落とし込みの上、おおむね言語化し伝えられる		デザイン戦略・企画案を提案書への落とし込みの上、言語化が不十分である					

【教科書】 必要時都度、資料データを支給						
【参考資料】 水野学のブランディングデザイン講義						
【成績の評価方法・評価基準】 課題成果物 60% 提出課題完成度とプレゼン力を総合的に評価する 習熟度 20% 段階的に課題タスクへの言語化・図解化 平常点 20% 積極的な授業参加度、議論を通したコミュニケーションスキル、授業態度による評価						
※種別は講義、実習、演習のいずれかを記入。						
科目名		デザイン実習 3A			年度	2025
英語表記		Design Practice 3A			学期	2
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	課題説明	要求事項の理解	全体の課題作業フロー説明	課題の目的を理解している		
			課題を通して得られるスキルと目的理解	目標設定をできる		
			ブランドとブランディングとは？	ブランドとブランディングの理解		
2	課題説明/リサーチ	要求事項の理解と情報収集	課題条件の説明(ブランドの立ち上げ)	正しいリサーチの仕方と考え方を理解できる		
			課題を通して得られるスキルと目的理解説明	目的に合った情報収集の仕方がわかる		
			ブランド理解のための情報収集の仕方			
3	ブランドポジション・ターゲット設定	他社比較の上での市場でのブランド位置の理解	アイデンティティ整理の仕方	リサーチした情報を元に分析ができる		
			ブランドポジション設定			
			VI設定			
4	ブランドポジション・ターゲット設定	他社比較の上での市場でのブランド位置の理解と図解化	アイデンティティ整理の、講義	分析した内容を視覚的にわかりやすく整理・表現できる		
			ブランドポジション設定/表作成			
			VI設定			
5	ブランドトーンマナ設定	デザイン/文章の一貫性の理解	目的/ターゲットに合ったデザイン要素を整理	ブランドの世界観を統一してるデザイン要素を理解		
			「配色」「ビジュアル」分析の方法と実践			
			「フォント」「文章」分析の方法と実践			
6	ブランドトーンマナ設定	デザイン/文章の一貫性の理解	目的/ターゲットに合ったデザイン要素を整理	ブランドの世界観を統一してるデザイン要素を理解		
			「配色」「ビジュアル」分析の方法と実践			
			「フォント」「文章」分析の方法と実践			
7	ブランドデザイン戦略	ブランド戦略考案	立ち上げのブランディングの施策案を考案	市場・競合調査をふまえて根拠に基づいた論理的思考デザインの考え方の理解		
8	プレゼンテーション資料構成	提案資料作成		提案資料が作成できている		
			条件に従った形式にボードをまとめる			
9	プレゼンテーション資料構成	提案資料作成		提案資料が作成できている		
			条件に従った形式にボードをまとめる			

[illegible]