

広告デザイン

選 択

開講年次：2 年次後期

科目区分：講義+演習

単 位：2 単位

講義時間：30 時間

■**科目のねらい**：広告を取り巻く環境の変化はITの技術革新と消費者のライフスタイルの多様化に集約される。IT技術の進歩によるメディアの再評価は広告そのものの概念まで容容させている。同時に消費者の行動様式の解釈も、意識と心の分析など、より本質的な観点からのアプローチが要求されている。これらを踏まえメディアの多様性を意識した次世代の広告のあり方を探る。演習では世代別ライフスタイルを基にしたコミュニケーションコンセプトの立案と企画・発想力の開発に力点を置いた広告課題の制作を行う。

■**到達目標**：①前半：イメージの整理および視覚化の手法を視覚情報伝達の基本として理解し、提出作品をまとめる。
②後半：広告デザインにおける企画提案の流れを、ライフスタイルを軸に理解して企画提案およびプレゼンテーションとしてまとめる。

■**担当教員**：

吉田 和夫

■**授業計画・内容**：

- 第 1 回 広告とビジュアルアイデンティティ：キーワードの解釈と整理
- 第 2 回 ビジュアルアイデンティティ制作：キーワードのカラーージュ
- 第 3 回 ビジュアルアイデンティティ制作：キーワードに沿ったデザイン展開
- 第 4 回 ビジュアルアイデンティティ制作：キーワードに沿ったデザイン展開
- 第 5 回 ビジュアルアイデンティティ制作：キーワードに沿ったデザイン展開
- 第 6 回 ビジュアルアイデンティティ制作：プレゼンテーションのまとめ
- 第 7 回 プレゼンテーション講評会
- 第 8 回 広告と世代別ライフスタイル：作例分析
- 第 9 回 広告企画立案（グループ）：ライフスタイルの整理
- 第10回 広告企画立案（グループ）：ライフスタイルを基にした商品提案
- 第11回 広告企画立案（グループ）：ライフスタイルを基にした商品提案
- 第12回 広告企画立案（グループ）：商品企画とVI、広告等の企画（訴求点の整理）
- 第13回 広告企画立案（グループ）：広告デザイン制作、VI、広告等のまとめ
- 第14回 広告企画立案（グループ）：プレゼンテーションのまとめ
- 第15回 講評会

■**教科書**：適宜授業進行に合わせて資料を配布

■**参考文献**：「広告論講義」天野祐吉（岩波書店）、「広告に携わる人の総合講座」日経広告研究所発行など。
併せて、ADC年鑑などの広告関連図版集。

■**成績評価基準と方法**：提出物とプレゼンテーションおよび出席状況を総合的に評価します。課題の提出は必須。

評価方法	到達目標		評価基準	評価割合 (%)
	到達目標①	到達目標②		
定期試験				
小テスト・授業内レポート				
授業態度		○	グループ学習時は出席日数をもとに授業への参加姿勢を評価する。	15
発表	○	◎	コミュニケーション能力	25
課題・作品	◎	◎	①プロセスの理解度と独創性 ②ライフスタイル基点の考え方 ③柔軟性 ※前半40%+後半60%の比率 ※課題の提出は必須	60
出席	○	◎	※2/3以上の出席が必須	欠格条件
その他				

◎：より重視する ○：重視する 空欄：評価に加えず

■**関連科目**：コンピュータ基礎実習1

■**その他（学生へのメッセージ・履修上の留意点）**：楽しい広告、?な広告、役に立つ広告等々見慣れた広告を、作り手と受けて両側面から再確認して行きたいと思います。また演習がありますのでIllustrator等の表現技術は必須となります。