

ビジュアルライゼーションI

選 択

開講年次：2 年次前期

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**：生活様式への着目を背景として、対象の理解～目的の整理～コンセプトの立案～可視化という一連のデザインプロセスを学習する。具体的には、ビジュアルアイデンティティの生成や広告における情報伝達などを通し、メディアの多様性を踏まえた視覚伝達デザインの実際と可能性を探る。

■**到達目標**：①グラフィックデザインを基とした「意味の可視化」を理解する。
②ライフスタイルを基としたデザインの提案手法を理解する。
③課題をプレゼンテーションとしてまとめ、他者に効率よく伝達する。

■**担当教員**：

吉田 和夫

■**授業計画・内容**：

- 第 1 回 ビジュアルアイデンティティとは：キーワードの解釈と整理
- 第 2 回 1-ビジュアルアイデンティティ制作：キーワードのコラージュ
- 第 3 回 1-ビジュアルアイデンティティ制作：キーワードのコラージュ
- 第 4 回 2-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 2-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 3-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 発表・講評会
- 第 8 回 ライフスタイルを基としたデザイン提案：作例分析
- 第 9 回 1-対象の設定（グループ）：ライフスタイルの整理
- 第10回 2-商品企画立案（グループ）：ライフスタイルを基にした商品提案
- 第11回 2-商品企画立案（グループ）：ライフスタイルを基にした商品提案
- 第12回 3-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 3-広告企画立案（グループ）：広告デザイン制作（VI、広告企画の整理）
- 第14回 4-企画プロセスの整理（グループ）：プレゼンテーションのまとめ
- 第15回 発表・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およびADC年鑑などの関連図版集

■**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	到達目標③		
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
作品	◎	◎	◎	①プロセスの理解度 ②ライフスタイル基点の考え方 ③柔軟な 独創性 ※前・後半課題50%+50%の比率 ※課題等の提出は必須	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**：情報リテラシーI、II

■**その他（学生へのメッセージ・履修上の留意点）**：「視覚伝達デザインでできること」をVI制作とライフスタイル基点のデザインプロセスを通して学習します。楽しいデザイン、?なデザイン、役に立つデザイン等々見慣れた情報伝達表現を、作り手と受ける両面から再確認して行きたいと思います。また、演習にはIllustrator等の表現技術は必須となります。