

職業実践専門課程の基本情報について

学 校 名	設置認可年月日	校 長 名	所 在 地			
大阪総合デザイン 専門学校	昭和55年3月31日	越田 英喜	〒530-0012 大阪市北区芝田2-8-35 (電話) 06-6376-2100			
設 置 者 名	設立認可年月日	代 表 者 名	所 在 地			
学校法人上田学園	昭和57年3月31日	上田 哲也	〒530-0012 大阪市北区芝田2-5-8 (電話) 06-6371-2022			
目 的	ブランド創造学科は企業との連携体制を確保し、ブランドプロデュースをする実践的かつ専門的な創造力を有する高度専門士を育成することを目的とする。					
分野	課程名	学科名	修業年限 (昼、夜別)	全課程の修了に必要な総授業時数又は総単位数	専門士の付与	高度専門士の付与
文化・教 養	デザイン専 門課程	ブランド創造学 科	4年	3900単位時間 (又は単位)	-	平成22年文部科学 省告示第156号
教育課程	講義	演習	実験	実習	実技	
	単位時間 (又は単位)	3780単位時間 (又は単位)	単位時間 (又は単位)	120単位時間 (又は単位)	単位時間 (又は単位)	
生徒総定員	生徒実員	専任教員数	兼任教員数	総教員数		
120人	16人	3人	14人	17人		
学期制度	■前期:4月1日～9月30日 ■後期:10月1日～3月31日			成績評価	■成績表(○有・無) ■成績評価の基準・方法について 出席率、課題提出率、課題内容を 総合評価	
長期休み	■学年始め:4月1日～4月7日 ■夏 季:7月25日～8月31日 ■冬 季:12月21日～1月7日 ■学 年 末:3月20日～3月31日			卒業・進級条件	課題提出、試験等に合格し、本校所定 の課程を修了すること	
生徒指導	■クラス担任制(○有・無) ■長期欠席者への指導等の対応 本人・保護者への連絡、面談、補習			課外活動	■課外活動の種類 コンペ、講演会・イベントへの参加 ■サークル活動(有・○無)	
就職等の状況	■主な就職先、業界等 ■就職率 ^{*1} 100% ■卒業者に占める就職者の割合 ^{*2} 100% ■			主な資格・検定	カラーコーディネーター検定 知的財産管理技能士 3級	

<p>中途退学の現状</p>	<p>■中途退学者 7名 ■中退率 30%</p> <p>平成25年4月1日在学者 23名 (平成25年4月入学者を含む) 平成26年3月31日在学者 16名 (平成26年3月卒業生を含む)</p> <p>■中途退学の主な理由 体調不良、経済的理由、進路変更</p> <p>■中退防止のための取組 個別カウンセリング、補習授業</p>
<p>ホームページ</p>	<p>URL: http://www.oscd.jp</p>

※1 「大学・短期大学・高等専門学校及び専修学校卒業予定者の就職（内定）状況調査」の定義による。

- ① 「就職率」については、就職希望者に占める就職者の割合をいい、調査時点における就職者数を就職希望者で除いたものとする。
- ② 「就職率」における「就職者」とは、正規の職員（1年以上の非正規の職員として就職した者を含む）として最終的に就職した者（企業等から採用通知などが出された者）をいう。
- ③ 「就職率」における「就職希望者」とは、卒業年度中に就職活動を行い、大学等卒業後速やかに就職することを希望する者をいい、卒業後の進路として「進学」「自営業」「家事手伝い」「留年」「資格取得」などを希望する者は含まない。

※ 「就職（内定）状況調査」における調査対象の抽出のための母集団となる学生等は、卒業年次に在籍している学生等としている。ただし、卒業の見込みのない者、休学中の者、留学生、聴講生、科目等履修生、研究生及び夜間部、医学科、歯学科、獣医学科、大学院、専攻科、別科の学生は除いている。

※2 「学校基本調査」の定義による。

全卒業者数のうち就職者総数の占める割合をいう。

「就職」とは給料、賃金、報酬その他経常的な収入を得る仕事に就くことをいう。自家・自営業に就いた者は含めるが、家事手伝い、臨時的な仕事に就いた者は就職者とはしない（就職したが就職先が不明の者は就職者として扱う。）

1. 教育課程の編成

(教育課程の編成における企業等との連携に関する基本方針)

企業と連携したデザイン及びブランドを創造する学習において、経営・起業の指標を提示して、企業活動や市場に求められる課題を直接確認するとともに、実社会で製品・サービスを創造・提供する実践的な取り組みを行い、高度な専門家としての学修成果を獲得する授業運営を実施する。

(教育課程編成委員会等の全委員の名簿)

平成26年10月14日現在

名 前	所 属
明田 豊広	公益財団法人大阪市都市型産業振興センター ソフト産業プラザ イメディオ 所長
山本 恭正	株式会社 サイバー シーズ ジャパン 代表取締役
古川 多夢	株式会社 久宝金属製作所 代表取締役
越田 英喜	大阪総合デザイン専門学校 校長
西野 昌克	大阪総合デザイン専門学校 副校長
原田 明彦	大阪総合デザイン専門学校 教務部長
濱本 修徳	大阪総合デザイン専門学校 ブランド創造学科学科長
細見 保彦	大阪総合デザイン専門学校 ビジュアルコミュニケーションデザイン学科学 科長
山田 裕之	大阪総合デザイン専門学校 事務統括
嶺 寿美江	大阪総合デザイン専門学校 教務課長

(開催日時)

第1回 平成25年12月12日 10:00~12:10

第2回 平成26年2月6日 10:00~12:00

第3回 平成26年8月6日 10:00~12:00

第4回 平成26年10月8日 10:00~11:55

2. 主な実習・演習等

(実習・演習等における企業等との連携に関する基本方針)

企業と連携した実習にあたり、企業の目的・目標に基づいた経営に関する学習を実施し、商品・サービスの開発・計画から管理までの専門的知識をもとにして、総合的なプロデュースに携わる技術の実際を習得する。

科 目 名	科 目 概 要	連 携 企 業 等
デザインコンフェク ションナリー	『自分がブランドになる』をテーマにしたデザインプロデュースは、デザインによって制作し発表する。3年次専門科目「起業学Ⅱ」と連携して進めていき、作品展に向けて、各自が目指すブランドを起ち上げる計画を発表する。通年維持できるモチベーションを高め、綿密な調査・計画を立て実行する総合実習である。	株式会社 太陽マーク
起業学Ⅰ	「自分ブランド」を立ち上げるための準備として、自分の個性を分析する。個々に、またグループワークにより、各々の個性・特性・特有の能力・価値を探る。得意分野の開拓、差別化できる独自の能力を見つけ「自分がブランドとなる」要素を磨く。自分のアピールできる「売り」を商品として、形あるもので表現しプロモーションを考える。マーケティングの視点からも、それが顧客ベネフィットになるという観念を	株式会社 プロGRESSデザイン

	自分の中に定着させ、自信を持って勇敢に独立、起業できることを授業の中で疑似体験する。	
製菓ショップ計画	製菓ショップに必要な要素についての知識を持たせる。ディスプレイの基本と販売促進の重要な演出としての季節や年間行事について学ばせ、季節や環境についてのアイテムを学ばせる。その上、実践教育としてインテリアデザインの表現技術として透視図法を学ばせ図面から完成予想図を描けるようにする。その為の製図知識と実践をする。インテリアのショップ作りの知識を身につけさせる。食器の歴史やメーカーの知識をつける。自分のお店のデザインをし、模型製作も行う。パティシエのフランス語の専門知識を身につけさせる。	株式会社 サカグチコーポレーション

3. 教員の研修等

(教員の研修等の基本方針)

新任～3年目の教員は、大専各主催の「新任教員研修」若しくは財団法人大阪デザインセンター主催の「デザインビジネス塾」の受講。その後は、各教員に専門分野・業界の動向を踏まえ、研究内容の拡充、研究成果の公表、授業への反映を実施するよう求め、人事考課のプロセス評価に組み込んでいる。また、産学協同で連携・提携する企業先からの教育内容に関するノウハウ等の提供の協力を得るほか、本学科海外研修への参加により、グローバル化に対応するための指導方法・研究等を直接研修する。

4. 学校関係者評価

(学校関係者評価委員会の全委員の名簿)

平成26年10月14日現在

名 前	所 属
井村 良裕	オフィス・トライアド井村アトリエ
鵜飼 隆	有限会社タイトルアート
杉本 清	元大阪府職員
越田 英喜	大阪総合デザイン専門学校 校長
西野 昌克	大阪総合デザイン専門学校 副校長
山田 裕之	大阪総合デザイン専門学校 事務統括
原田 明彦	大阪総合デザイン専門学校 教務部長
嶺 寿美江	大阪総合デザイン専門学校 教務課長

(学校関係者評価結果の公表方法)

URL: <http://www.uedagakuen.ac.jp>

5. 情報提供

(情報提供の方法)

URL: <http://www.oscd.jp>

授業科目等の概要

(デザイン専門課程ブランド創造学科) 平成 26 年度										
分類			授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業時数	単位数	授業方法		
必修	選択必修	自由選択						講義	演習	実験・実習・実技
○			エスキース演習	「見ること」(観察力)、「感じること・考えること」(分析力)、「表現すること」(伝達力)、クリエイターとして必要な3つの力を養う。目の前にあるものを的確にとらえる描写力はもちろん、頭の中にあるイメージを魅力的にビジュアル化できることを目指す。	1通	120			○	
○			紙学	紙素材の特性と可能性について知識を得る事と同時に視覚と触覚による紙の魅力を深く探る。	1前	60			○	
○			マーケティング論	例として異なる業界の仕組みを概説しながら、マーケティングの基本を説明する。「価値の交換」を理解し、市場を取り巻く環境、社会を意識して消費者の視点から世の中のニーズを見つけ解決することをプロデューサーの仕事と認識し、自分に何ができるか、自分だからこそ提供できる「独自のビジネスセンス」を培う。その基本となる「自分だけの個性、魅力」を探る。マーケティング用語の理解を重視し、将来、独自のブランディング、マーケティングデザインに立ち向かうための基礎力を養うことを目的とする。	1後	60			○	
○			ビジュアルコミュニケーション	ブランディングにおけるコミュニケーションデザインの視覚的な表現の基礎を学び、ビジュアルコミュニケーションの手法を研究。さらに、プランナー・クリエイターとしての予備的体験を進める事によって、実務に対するカンを養うことを目的とする。	1通	120			○	
○			フード造形デザイン技法	オリジナルのデザインを平面から立体へと作り上げる為に必要な「デザイン～素材～造形～表現方法」を身に付けさせる。イメージを立体意匠にする為に必要な表現・手法を体験しながら、言葉だけでは伝わりにくい箇所を立体物にする事で、自己のイメージ再確認と新たな構築・立体物を	1通	120			○	

			相手に分かりやすく伝えるための提案力・表現力を身に付けさせる。						
○		カラーコーディネーション	日々、生活の中で何気なく感じている色について見直し、色の心理効果や配色効果について学び、感覚やセンスに頼りがちな色選びではなく、色選びに法則を与え、プロとして様々な要望に対応できる色彩感覚、コーディネーション力を習得する。コンセプトに基づき、色を調整することで空間をより魅力的に表現するカラーコーディネーションを学ぶ。	1 前	60			○	
○		フィールド学Ⅰ	お菓子のデザインをテーマに、MY スイーツを製作する職業実践型の実習(弟子入り授業)をする。実際のパティシエから商品作りの製菓指導を受け、コンセプトメイキングから始め実際のスイーツ作りまでを実習する。	1 後	60			○	
○		WEB デザイン基礎	WEB サイトの企画立案を重視し、WEB の特性を活かしたビジュアルデザインの知識と技術を基礎演習する。	1 前	60			○	
○		コンピュータ演習Ⅰ	グラフィックデザインの実務に必要な知識・技能を習得します。図形、文字、レイアウトと画像の編集を基本に演習する。	1 前	60			○	
○		製菓ショップ計画	製菓ショップに必要な要素についての知識を持たせる。ディスプレイの基本と販売促進の重要な演出としての季節や年間行事について学ばせ、季節や環境についてのアイテムを学ばせる。その上、実践教育としてインテリアデザインの表現技術として透視図法を学ばせ図面から完成予想図を描けるようにする。その為の製図知識と実践をする。インイートのショップ作りの知識を身に付けさせる。食器の歴史やメーカーの知識をつける。自分のお店のデザインをし、模型製作も行う。パティシエのフランス語の専門知識を身に付けさせる。	1 通	120			○	
○		製菓パッケージ計画	「自分のブランド化」のテーマに沿って「自己をどれだけ売り出せるか」を目指してお菓子のパッケージをブランドイメージの創造の一分野として計画及び制作する。イメージ計画を作り、それをビジュアルデザインとして表現する手法を習得する。	1 通	120			○	

○		フィールド 学Ⅱ	新商品と販売を重視し、商品のパッケージングの実際から、商品アイテムの展開目的を、市場をフィールドワークして広く考察する。	2 通	120			○	
○		コンピュー タ演習Ⅱ	DTP デザインにおける効果的なビジュアル展開の習得を目指した Adobe Photoshop の指導を行う。基本的な写真のレタッチから加工～合成画像の作成まで、各種ツールの使用方法や目的に合致したビジュアル展開のスキルを磨く。	2 前	60			○	
○		流通論	流通の世界がどのようなものであるか、事例を通じて学ぶ。次に、流通の世界がどのようなしくみによって支えられているのか、そのフォーマットがどう変化していったのかを理解し、その上で、自分のブランド創造に必要な流通フォーマットを見つけ出す。	2 前	60			○	
○		プレゼン テーション技 法	アイデア発想法を基礎にして、課題発見から企画立案の手法や、プレゼンテーションの仕方までを習得する。	2 後	60			○	
○		ブランディ ング実習Ⅰ	商品や地域のブランディングにおいて、ブランドの「創造」だけでなく、「再構築」「拡張」という異なるアプローチを研究。さらにブランドマネージャーやプランナー、クリエイターとしての予備的体験を進め、実務に対する理論と技術を習得することを目的にする。	2 通	120			○	
○		エディトリ アルデザイ ン	前期は基本的な図形や文字、色による平面構成から実践的なレイアウトまでを PC で演習する。その後に各自の名刺のデザイン制作を行う。後期はショップをインタビュー、文字書き起こし、編集、写真撮影、紙面レイアウトを通じて情報発信の記事を制作する。	2 通	120			○	
○		店舗計画	店舗の立ち上げに必要な知識を実践課題に伴って、学ぶ。前年度で身に付けた表現技術をさらに、グレードアップさせる。リサーチや商品の研究、係るメーカーの調査や流通についての知識も身につける。業界用語・専門用語、必要外国語（フランス語・英語）などを知る。テーブルセッティングや食文化についての講義、世界的なテーブルウェアの様々なメーカーを知る。店舗計画する場合のコスト計画や季節・地域のコストの差等も知った上で、利益の計画と企業としての売上目標設定と事業計画も行う。	2 通	120			○	

○		ユニバーサルデザイン	ユニバーサルデザインの概念、障害者や高齢者などを含むすべての人の生活上の不便さと配慮すべき点を認識し、ユニバーサルデザイン視点による各種開発手法を学ぶ。これを踏まえて、様々な分野における課題の具体的な解決方法を模索し、どのようにして利便性や快適性を向上させるかを検討し解決策を提案できる力をつける。さらに、施設開発を課題に、ハードとソフトの両面を包含する総合的な開発計画の進め方を演習する。	2 前	60			○	
○		エコデザイン	エコロジーデザイン・サステナブルデザインなど地球環境問題の解決策の取り組みが注目されている。何故、そのような取り組みを行わなければならないのか、エネルギー問題、環境問題等も含めてエコロジーデザインについての基礎的な知識・知見を学ぶ。また、エコデザインを進めていく中で新聞紙のリユースを考えたエコバッグの制作と LED 照明+和紙などを使用した照明器具を制作する。それらを進める中で、モノづくりのアイデア発想から制作まで一貫したデザインプロセスを学び、さらに毎回講義と合わせワークショップとしてアイデア発想や立体構成の基礎知識とスキルを習得する。	2 前	60			○	
○		キャリアデザイン	キャリアデザインでは、ブランド創造家（プロデューサー）としての私をどのようにすれば 社会・人へ繋いでいくことができるのかを学んでいくのと共に、商品をプロデュースする際に必要な『まわりの人を動かすための力（巻き込む力）』や仕事をしていくにあたって必須となる『BS（ベーシックスキル）・SS（ソーシャルスキル）』を養う。また今以上に視野を広げていくために、「様々な価値」を生み出している具体的企業を事例に使い、『価格戦略・価格戦術の検証』や『付加価値の仕組みとGDPの関係』『社会経済（株式市場）の仕組み』を理解しながら、財務諸表までもざっとよめる知識を身につけ、学生でありながらも自分自身のエンプロイアビリティを向上させていく。	2 後	60			○	
○		起業学 I	「自分ブランド」を立ち上げるための準備として、自分の個性を分析する。個々に、またグループワークにより、各々の個性・特性・特有の能力・価値を探る。得意分野の開拓、差別化できる独自の能力を見つけ「自分がブランドとなる」要素を磨く。自	2 後	60			○	

			分のアピールできる「売り」を商品として、形あるもので表現しプロモーションを考える。マーケティングの視点からも、それが顧客ベネフィットになるという観念を自分の中に定着させ、自信を持って勇敢に独立、起業できることを授業の中で疑似体験する。						
○		ソーシャルネットワーク演習	ソーシャルメディアの歴史を概観して、リアルタイム化がすすみ、現実世界との関わりを深めつつあるネット・メディアを取り巻く状況を知り、これらメディアの利用も踏まえつつ、その利点と問題意識と分析力を養う。また今後のコミュニケーション環境の構築に向けて、主としてツールやサービスの提供者として必要な知識や考え方や正しいコミュニケーション能力を身に付ける。主として、情報社会でのネットワークとその現状について構想設計から概念まで多岐にわたり分析。最終的にはソーシャルメディアを利用して実生活・実社会にて、正しく有益なネットワークの利用や参加を定着させる。	2 前	60			○	
○		フィールド学Ⅲ	デザインのカでブランディングしていくために、デザインプロデュースの実例を、社会や市場から見つけ出し、フィールドノートにイラストレーションで描き表す。デザインプロデュースの仕事をしていく上で、モチベーションアップにつながるイメージやストーリーの描き方を、市場の観察や分析を通して表現体得していく。	3 通	120			○	
○		コンピュータ演習Ⅲ	1・2年で習得した企画提案力、レイアウト技術 (Illustrator)、画像加工技術 (Photoshop) を用いて、クライアントを想定した、様々な媒体の総合的なデザインに取り組む。また、現場視点にこだわった、より効率的なコンピュータの使い方も指導・補足していく。	3 通	120			○	
○		ブランディング実習Ⅱ	マインドマップを作成して自身の確認と級友のお互いの認識を確かめる。手描きのビジュアルがどのようなイメージを発信するか確認を体験する。また「イメージトレーニング」として言葉、音楽などの「イメージ」をビジュアルに置き換える。前期と後期に各1回フラワーアレンジ実習を行う。後期は応用編で、いろいろな材質(金属など)で具体的に制作物を創作する。「イメージトレーニング」としての形を「ウォールボックスアート」の制作を行う。	3 通	120			○	

○		起業学Ⅱ	ものづくりを旨として、独立し、自分ブランドを立ち上げる意義を考えることから始め、起業に際しての諸条件を知る。ブランド化成功イメージを仮設定し、企業運営の立場を仮想体験させることで、起業から企業へと育てる経営戦略（事業計画）立案の力をつける。マーケティング分析、商品開発、プロモーション企画など、起業後の達成目標を設定し事業主として会社運営に不可欠な財務の要素も学びながらビジネスプランを作成、ブランド化までをシミュレーションする。	3通	120			○	
○		デザインコンフェクショナリー	『自分がブランドになる』をテーマにしたデザインプロデュースは、デザインによって制作し発表する。3年次専門科目「起業学Ⅱ」と連携して進めていき、作品展に向けて、各自が目指すブランドを起ち上げる計画を発表する。通年維持できるモチベーションを高め、綿密な調査・計画を立て実行する総合実習である。	3通	120			○	
○		ラッピング技法	日本のラッピング(包装)の知識を伝え、慶弔贈答の基本包装技術が身につくレベルを目標とする。中身に応じた材質、包み方を判断し、選択できるようにする。ラッピングされたプレゼントを贈る喜び・受け取る喜びを感じてもらいたい。	3前	60			○	
○		知的財産法	国家試験である「知的財産管理技能検定3級」の合格を目指し、知的財産法の基礎を学ぶ。「実社会で求められる」知識としての「知的財産」を「知的財産管理技能検定」の受検対策講義を通じて学修する。	3前	60			○	
○		E C計画	インターネット通販の市場はますます拡大を続けており、インターネット通販に関する基本的な知識は今後、ビジネスを行う上でも日常生活を送る上でも重要になっていく。インターネット上で販売しやすい商品特性や決済手段など、インターネット通販サイト構築を行いながら、実践的で効果的な結果を導くのにどのような物が必要なのかを学ぶ。	3後	60			○	
○		リビングデザイン	食文化の歴史と共に、食事に必要な廻りの道具の歴史と産業についての知識を得る。テーブル・ウエアーの国内メーカー・海外の著名なメーカーなどの資料作成、テーブル・セッティングの計画としては、ブライダル・プランナーのメインパーティーの料理の選択・テーブルセッティング・フラワーアレンジメント・空間デコレイトまでを計画し表現する。レストランのレーブル・セッティングや、家庭内の招待客に対して	3通	120			○	

			の心使いなどを体系的に学ぶ。モデルルームやギフトショー等のテーブルコーディネートナーションの違いを実践によって学ぶ。						
○		ファッションデザイン計画	「人と企業と社会」を結ぶコミュニケーションツールとしての役割を果たす、これからの時代に対応したユニフォーム作りについて学ぶ。 一般衣料と異なるユニフォームの特異性や役割・効用等を概説。企業イメージや着用シーンに対応したユニフォームの組み立てに必要な知識の習得（素材知識、機能的なカットイング、適正カラーの選定）。デザイン企画作成に必要な情報収集、コンセプト作成、デザイン画作成、企画マップ作成等の実習。ユニフォームデザインのプレゼンテーションを実施。	3 前	60			○	
○		フィールド学Ⅳ	課題に必要な情報を収集し、ビジュアル要素を活用したダイアグラムを制作実習する。	4 通	240			○	
○		CRM実習	「CRM戦略」は、多くの企業共通の重要課題として捉えられている。しかし、その活用フェーズにおける課題・ケースはまだ研究分野として未開の新しい分野であり、顧客に深く・長期的に価値を提供できるCRMモデルを構築することは企業経営にとって大きなテーマでもある。成功例・失敗例を通してその本質を突き詰めると共に、大きな収益改善、事業モデルの変革に繋げるための具体的手法を種々の事例などを踏まえながら考察していく。最終的には、授業で学んだ理論・視点を活用して、ある企業のCRM戦略を分析した事例研究は発表もしくは各学生が所属する自社のCRM戦略立案の形式でレポートにまとめる。この授業で学ぶことは、各企業や各ビジネスにおける「CRM」とは何か?という①CRMの定義、②顧客の把握・識別、③顧客データの活用法検討といった課題認識、④課題解決の為のCRM戦略プランニング・目標設定、⑤CRM導入における結果の測定・検証のフェーズに分けられる。	4 通	120			○	
○		ビジネスプラン技法	3年次の独自のビジネスプランのシミュレーション体験を基に、その発展形、あるいは新規企画で起業・その後の会社運営を習得するプログラム。業界や市場の動向を把握し、経営戦略の方向性を定め、それに沿ったよりリアルなビジネスモデルを構築するためのプランニング手法と説得力	4 通	120			○	

			あるビジネスプランを策定するための不可欠な知識・技術について学ぶ。会社設立までの流れ学習。						
○		プロデュース実習	地域、物、製品等の特性を生かし、店舗の展開や販売の方法、プロモーション計画等全ての企画・計画から実施まで、更に継続方法の運営までを含むプロデュースの実践を目指す。一つの店舗や生産物を如何に認知度を上げ、ブランド化していくか、の計画と実践の問題点をあげて、解決策を提案し、販売や開店までつながる力を身につけさせることを目標とする。	4 前	60			○	
○		地域ブランディング	「地域ブランド」という概念を体系的に理解し、実例を題材に分析・考察を進め、「地域ブランディング」に対する理解を深める。さらに、ブランドプロデューサーとしての予備的体験を進め、実務に対する理論と技術を習得することを目的にする。	4 通	120			○	
○		インターンシップ	4カ年を通じて、インターンシップの実習(4月～12月/夏期休暇期間の実施を含む)への参加ないし、企業実習または企業セミナー等の、社会実習として有用な事柄を実学する。	4	60				○
○		卒業ゼミナールⅠ	既存する物の中から「自由な発想」「遊び心」「デザイン性が高い」「素敵な色使い」の要素をピックアップして、その良い点を「まねる」演習をします。卒業制作は上記の要素を採り入れたオリジナルな視点による作品を制作する。	4 通	120			○	
○		卒業ゼミナールⅡ	4年間の集大成といえる卒業制作に取り組む。卒業論文「ブランド創造～デザインプロデュース」	4 通	120			○	
○		海外研修	海外ブランドの展示会視察及びワークショップへの参加など海外(フランス)での研修を実施。	4	60				○
合計				42 科目	3900 単位時間 (単位)		