

(別紙様式4)

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	ビジュアルコミュニケーション業界で即戦力となる知識、技術、デザイン力を兼ね備えた人材育成を目的とする。				
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
デザイン専門課程	ビジュアルコミュニケーションデザイン学科	2年	1920単位時間 (又は単位)	平成19年文部科学大臣告示第20号	—
教育課程	講義	演習	実験	実習	実技
	単位時間 (又は単位)	1920単位時間 (又は単位)	単位時間 (又は単位)	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	
80人	54人	2人	13人	15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、講演会への参加 ■サークル活動 (有・○無)	
主な就職先	■主な就職先、業界 デザイン業界、メーカーのデザイン部 ■就職率87.1%		主な資格・検定	色彩検定、CG検定	
中途退学の現状	■中途退学者 10名 ■中退率 14.1% 平成25年4月1日在学者 71名 (平成25年4月入学者を含む) 平成26年3月31日在学者 61名 (平成25年3月卒業生を含む) ■中途退学の主な理由 不登校、経済的理由 ■中退防止のための取組 個別カウンセリング、補習授業				
ホームページ	URL: http://www.oscd.jp				

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学習において、実社会の実践的なデザイン技術を効果的に結びつける。企業が抱える問題や戦略について、デザインで解決・提案する学習方法を基に、企業との直接検討する機会をプログラム化し、企画プレゼンテーションから成果物のアウトプット迄を、実践同様のプロセスを学習体験する。

(教育課程編成委員会等の全委員の名簿)

平成26年11月20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
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
原田 明彦	大阪総合デザイン専門学校 教務部長
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26年10月8日 開催

第2回 平成27年1月 開催予定

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)

企業からの要請を十分にヒアリングするオリエンテーションを実施し、学内で実施するプロジェクトを検討する機会を設定する。調査・分析し必ず問題提起するデザイン制作の根拠を探り、裏付けのあるクリエイティブな提案を、実践的な手法によって具体的に提示していく演習を実施する。

科 目 名	科 目 概 要	連 携 企 業 等
プレゼンテーション技法	作品や企画・提案を、伝えたい相手に、的確かつ効果的に伝えるためには、どのようにプレゼンテーションすればいいのか、実際のクライアントの案件を通じて、その技法を習得する。グループ単位でのブレインストーミングを繰り返すことにより、「独りブレスト」ができる企画マン体質を身につけ、同時に、日常生活の中での情報収集習慣も習得していく。	ホリアキ株式会社
エスキース演習	デザイナーまた、クリエイターにとって基本的な表現方法となる描写力。クライアントの案件を課題にして、伝えたい相手に、ビジュアルを用いて明確に意志や方向性を示す為の技術を習得。	二口印刷株式会社

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く。産学共同、連携等で関係する企業先での実務状況のヒアリング等により、最新の情報・技術の習得を図る。

クラス担任を担当する教員には、近年増加傾向にある精神的疾患及び発達障がいの問題を抱える学生の指導のため、臨床心理士等による研修会を実施。

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11月20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
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

(デザイン専門課程ビジュアルコミュニケーションデザイン学科) 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	デザイナーまた、クリエイターにとって基本的な表現方法となる描写力。クライアントの案件を課題にして、伝えたい相手に、ビジュアルを用いて明確に意志や方向性を示す為の技術を習得。	1	120		○		
○			カラーコー ディネーシ ョン	求められる配色を的確に呈示するために必要なことを学び、体系的な色彩学とさまざまな角度からの知識、および多様な配色テーマをもとにした実践を通した色を選ぶ根拠、配色の構成を自由自在かつ理論的に展開できるようにする。	1 前	60		○		
○			キャリアデ ザイン	専門技術・知識以外の「職業人としての基礎力向上」を目指し、コミュニケーションスキルやソーシャルスキルを養う。併せて「業界・職種理解(役割と貢献)」を深めながら「デザイナーとして組織の中で働く意味/目的」を自分なりにとらえ、卒業後スムーズに社会へ移行できる力を向上させていく。	1 前	60		○		
○			イラストレ ーション	商業イラストは伝えたいことをより明確にするという役割がある。それはただ自由に描いてるわけではなく、ある条件下のもと、テイストや色合いなどが論理立って決められている。授業を通して、どのようなイラストが適切で伝わりやすいかを学び、将来のデザイン業務時に使えるようなイラストを中心に習得する。	1 後	60		○		
○			パッケージ デザインI	パッケージの役割とデザインについて学ぶ。授業を通して、身の回りのパッケージ(包装)を調査・収集、分類、分析し平面と立体から成るパッケージデザインが、いかに生活に役立っているかを理解し、デザイン制作に結びつける。	1 後	60		○		

○			プレゼンテーション技法Ⅰ	コミュニケーションデザインの業界で、自分がどんな立場で仕事をして行くのかを見つめながら、アートディレクターに必要な企画立案・提案体質を身につけていく。5～6人のグループを組み、ブレインストーミングのルールで企画会議を行い、企画の立案からプレゼンテーションまでの一貫した流れを演習する。	1 前	60			○	
○			コピーライティング	ビジュアルとコピーが適切な関係で結ばれて、はじめて広告はその機能を発揮する。この関係を踏まえ、広告キャッチコピーの作成を通じて、広告デザインを中心とした企業コミュニケーションのプランニング手法を学ぶ。	1 後	60			○	
○			コンピュータデザインⅠ	DTPデザインの必須スキルであるAdobe Illustratorの指導を行う。具体的には、メニューやツールの基本的な使い方にはじまり、様々な課題を通してスピーディかつ完成度の高い制作につなげるまでの思考の基礎作り、現場で通用するスキルを習得する。指導の三大柱は、〈ビジュアルだけに偏らない文字組を重要視したデザイン〉・〈クライアントの想定〉・〈企画・提案力の素地作り〉。	1	120			○	
○			コンピュータデザインⅡ	Photoshopの基本操作、技術を習得する事を目的とする。前期では紙・Web媒体で必須になる画像操作・合成の基礎作り、後期では実際の現場のWebデザイナーの業務内容と同等のサイト制作の実施訓練を行い、ユーザー目線を踏まえたデザイン力の向上、制作物のプレゼンを行う。	1	120			○	
○			ビジュアルコミュニケーション	「思考する」「描く、つくる」「伝える」の3つのプロセスを繰り返すことで、ビジュアルコミュニケーションの基本的な考え方とデザイナーとしての基礎体力を養う。また、そこから派生する事柄から感性と知性を磨き、発想力とコミュニケーション力を鍛えます。前期は手作業を中心とした基礎知識と表現技術の習得。後期はコミュニケーションツールの企画・制作・プレゼンを実践する。	1	120			○	

○		フィールド学	デザインの仕事をしていく上で、様々な課題や問題をとらえていくための発想や問題解決法を、市場の観察と分析を行って、デザインで問う力を養う。現代社会に働くデザインの役割や機能をスコープし、実務専門的な視座でコミュニケーションデザインの実例をフィールドノートにイラストレーションによって捉えていく。	1	120			○	
○		デジタルフォトグラフィー	デジタル撮影機材を使用しての撮影および画像処理。デジタル画像を使ってデザイン。グラフィックデザインにおけるの写真との関係を説く。	2前	60			○	
○		マーケティング&リサーチ	自ら取り組むべき卒業制作の構想を明確にするために、時代・社会背景を通して市場調査及び分析を行う。またその構想やアイデアを、実際にデザイン計画として立案、企画、制作に取り組んでいくための準備として、実務レベルに合わせて検証を行う。	2後	60			○	
○		コンピュータデザインⅢ	デザイン現場における事例を課題として、コンピュータを駆使した表現技術を学ぶ。さまざまな媒体制作を通して、必要な文章・写真・イラストレーションやタイポグラフィ的要素の効果的な考え方・手法を理解しながら進め、最終的には、企画から制作まで一連の流れを通して、オリジナルの作品制作を実践する。	2	120			○	
○		ブランドデザイン	プロに必要とされる様々なミッションに応じ、デザインにおいて形容詞を的確に表現する力を養う。全15課題をこなすことで、自分の得意・不得意を発見する。またゼミ形式で毎週担当を決め、次週テーマの基礎情報を研究発表していく。	2	120			○	
○		広告デザイン	ビジュアルデザイン・グラフィックデザインを基にして創り上げられてきた広告デザインの中でも、日本の広告デザインに注目し、さまざまなクライアント、すなわち企業・地方公共団体・NPO等のメッセージがどう表現されてきたのかを研究・制作を行う。	2	120			○	
○		パッケージデザイン	パッケージは、包装や流通、販売という仕組みにおいて重要な役割を果たしていることから、包装の定義を踏まえた上で現代のパッケージとは何かを解説する。実習制作では、紙器パッケージの構造設計や意匠計画に対するデザイン手法を体得する。	2	120			○	

○		BOOK デザイン	〈本〉という伝達媒体に焦点をあて、課題制作と分析を積み重ねることを主旨とする。	2	120			○	
○		WEB デザイン	Dreamweaver やFireworks やFlash の基本操作並びに、基本的な知識と双方向性コンテンツ作成の方法を習得することを目的とする。ターゲットユーザーの明確化を重要視した WEB サイトの構築並びにその技法を習得する。	2	120			○	
○		プレゼンテーション技法	作品や企画・提案を、伝えたい相手に、的確かつ効果的に伝えるためには、どのようにプレゼンテーションすればいいのか、実際のクライアントの案件を通じて、その技法を習得する。グループ単位でのブレインストーミングを繰り返すことにより、「独りブレスト」ができる企画マン体質を身につけ、同時に、日常生活の中での情報収集習慣も習得していく。	2	120			○	
合計				20 科目	1920 単位時間 (単位)	