

## 平成29年度教員の教育力向上のための授業改善研修会 発表報告

発表者                      リースナー 佳子

---

公開授業（分野）：美術研究Ⅱ（専門科目）「広告・宣伝系デザイン」（ゼミ形式）

---

対象学年（履修区分）：4年次（必修）

---

公開日時：平成29年6月30日（火）3限

---

### ■公開した授業の該当科目全体における位置づけ・進め方や工夫した点

#### ＜公開した授業の該当科目全体における位置づけ＞

広告・宣伝系デザイン（ゼミ形式）：ビジュアルコミュニケーションデザインコース4年次前期後半

ビジュアルコミュニケーションデザイン4年次前期後半の少人数制ゼミ形式課題。浅川ゼミ（グラフィック・アート）、久保ゼミ（ブランディング）、リースナーゼミ（広告・宣伝系デザイン）の3つのゼミ形式のクラスからの選択制。当該ゼミは「第三者の目線」で客観的な捉え方、クライアントと顧客を繋げる第三者＝デザイナーの立場で、情報収集と分析、誰に何を伝え、達成目標は何かを明確にした独自性の豊かなデザイン制作を目的とする。プレ卒業制作の役割も担い、伝達系卒業制作へと繋げる。

#### ＜進め方や工夫した点＞

進め方：1、課題導入と広告・宣伝の事例講義 2、各自の目的を持った情報リサーチと発表3、ブレインストーミングによる内容の掘り下げ 3、各自のコンセプトメイキングとビジュアル

アイディアラフの熟考 4、ビジュアル制作 5、中間発表 6、問題修正とブラッシュアップ7、最終講評（全ゼミ合同での発表と講評）

工夫した点：任意の既存広告主（クライアント）と商品を選択、その現在までの広告・宣伝計画を徹底的に情報収集する。プロの考える企画・デザイン、媒体の種類やミクストメディアの活用方法などを自ら分析。クラス内でその情報の発表～クラスでのディスカッション～各自の広告・宣伝の特長と問題点の洗い出し～目指す目的方向の確認をクラス全員でシェア、という流れでクラス内でのバーバルコミュニケーションの密度を高く設定している。学生間での意見、情報の交換は通常課題内では表面的なものになりがちなので、少人数制のゼミならではの特徴をいかす様、心がけている。その後は選択した広告主・商品の新たなターゲットと目的を設定させ、目的に見合った媒体や手法でのオリジナルティ豊かな広告・宣伝デザイン制作を行い、中間発表・最終発表時には企画書とコンセプトボード、プレゼンテーションの準備を徹底。なぜそのようにデザインされたのかを簡単な言葉を通して説明できるように努めている。

### ■参観者や研修会での意見交換を踏まえ、次年度への改善計画等

#### タイムスケジュールの徹底した自己管理

デザイナーは与えられた時間の中で結果を出す必要があるが、達成目的の成果を意識しすぎ企画内容の修正変更時間に時間を取られすぎる傾向がある。ましてこの時期は多忙を極める為にビジュアル制作への十分な時間配分が出来ず、魅力ある企画でもデザイン完成度に欠けるケースも見られる。コンセプトメイキングからビジュアル制作、発表までの全体スケジュールをより明確に計画させ、自己管理をする事を前提に最終学年の成果として完成度の高い作品制作に集中させたい。今後はデザイン成果での達成感と作品完成により得られるやりがいの体験を目的とした、数名でのグループ制作も計画する。

### ■その他

ミクストメディアを使った伝達系卒業制作への発展的展開と質の向上に繋げる。

# 平成29年度教員の教育力向上のための授業改善研修会 発表報告

発表者 リースナー 佳子

公開授業（分野）：ビジュアルコミュニケーションデザイン表現Ⅲ（専門科目）「広告デザイン」

対象学年（履修区分）：3年次（必修）

公開日時：平成29年10月20日（金）1限、11月14日（火）1限

## ■公開した授業の該当科目全体における位置づけ・進め方や工夫した点

### ＜公開した授業の該当科目全体における位置づけ＞

広告デザイン：ビジュアルコミュニケーションデザインコース3年次後期前半の2課題目、全15回。これまで学修、研究した表現手法と設定した伝達目的とのバランスを考え、魅力ある効果的なデザインを展開する。目を引く工夫と、第三者の目線で計画された目的ある伝達デザイン表現を図る。日常目にする多くの電車内中吊り広告を媒体とし、その特徴を踏まえたデザインを行い、広告主・ターゲット・達成目的を任意で設定し、魅力的且つ伝わるデザインを展開する。

### ＜進め方や工夫した点＞

進め方：1、課題導入と広告概論の講義 2、各自リサーチとブレインストーミングによる現在の広告考察 3、各自のコンセプトメイキングとビジュアルアイデアラフの熟考 4、ビジュアル制作 5、中間発表 6、問題修正とブラッシュアップ 7、最終講評 をオムニバス形式の授業で進行。次回授業は申し送りノートにて担当教員に連絡する。

工夫した点：個人制作の準備としてグループでのブレインストーミングを行い、現在から将来の広告の在り方や方向性を議論させた。課題説明では半立体やカッティング等、紙媒体の加工を含めた事例を紹介し、既成概念にとらわれない目を引く工夫を促した。作品を教室内と廊下の天井から吊るし、電車内と同様の見え方を意識してライブ感のある講評を行った。車内状況での見え方、他者の目に止まる公共の場での掲出をイメージすることで、他者からの反応を意識させる様努めた。

## ■参観者や研修会での意見交換を踏まえ、次年度への改善計画等

### 1、サービスの魅力とアイデアの工夫

第三者の目線でデザインを考えることは社会への貢献であり、作り手にとっての喜びであることをより感じられる様な工夫に努める。個々の達成目的に対する評価や成果を体感できる様、デザインコンペティションへの応募や本学芸術祭オープンキャンパスでの作品の公開などを積極的に行っていく。今後はより完成度や達成感を上げるため数名でのグループ制作も視野に入れる。

### 2、文字+ビジュアル=構成力のさらなる強化

ミクストメディアへの応用や対応ができる様、文字とビジュアルの本質的な構成力をより強化する。

感覚的なバランス構成と共に、理論的に構成を考える意識を促したい。

### 3、媒体特徴や時代を生かしたデザイン制作とその展開

時代や世相を表現することが広告の重要な役割の1つでもある為、民間企業などへの訪問や広告賞受賞作品の見学等、学外授業を積極的に取り入れ最新事例のアイデアや刺激も作品に反映させる。

さらに広告の現状、コミュニケーションツールとしての広告の変化や役割、問題点や課題、今後の展望等、個々に考え方をまとめ、ディスカッションをすることで次世代に向けての広告理解をより深めていく。他者との考え方の違いや共感性の発見など、ビジュアル制作のヒントを探ってもらいたい。

## ■その他

講評次の説明や評価の仕方について。オムニバス授業ならではの各教員の異なる意見を聞きつつ、自らの判断を形にできるよう工夫を促す。一方向に偏った評価や講評内容になった際には、評価に値する部分の講評を欠かさない様努める。