

2024年度 2年教科計画書<後期10回授業用>

©学校法人創造社学園 2024

基礎科目・職業専門科目・展開科目・総合科目		科目形態	演習・実習・一般
必要出席回数 8 / 10	科目名 キャンペーン演習	科目配当	学科・専攻
セッション 1・2・③		対象学科 コト・ビジュアル/モノ・産業	
単位(1) 2コマ × 2日 × 5週	自主制作時間 10 時間	担当教員 松田 祥宏 先生	

※学生に対して、科目的性格付けや位置付けを提示する為、必ず上記項目等には○印をつけてください。
※自主制作時間:フィールドワーク・自習・工房制作等の授業時間数以外にこの科目に必要な自主制作時間数

教員の実務経験(当該科目に関する現在の仕事内容)

ビジュアルデザイン全般に関する制作(広告宣伝企画および販促ツールの制作)

科目設定主旨(到達目標)	使用画材
◆科目的指導ビジョン、目標とする習得内容及び伸ばしたいポイントを具体的に記載してください。 通常、キャンペーンは様々な目的で計画実施されますが、大きく分けると企業や組織、プロジェクトなどを知ってもらう為の告知主体の《広告キャンペーン》と実際にお客様にアクションを起こさせて販売促進に繋げていくことを主目的とした《セールスプロモーション》に分かれます。 授業では、課題に対する効果的なキャンペーンの企画立案から、ビジュアルデザインを効果的に利用した認知からアクションにつながるキャンペーン企画を意識して課題に取り組んでもらいます。	◆課題制作にて表現手法や技法を習得する為に使用させる画材、素材をお書きください。 基本的なデザイン用具 Mac

課題設定意図と指導上の工夫及び仕事への繋がり		
◆指導で意図した事に対する設定課題の効果予測と学生に気付かせたい点、仕事や以降の学習にどう繋げるかを記載してください。		
【効果予測】		
1. 課題における問題(キャンペーンの目的)の核心を見つける		
2. 何を発信するべきか企画のコンセプトを設定する		
3. デザインを含めたクリエイティブな解決策をまとめる →ビジュアルを戦略的に利用すること		
【仕事への繋がり】		
独自の発想やアイデアからの企画書へ プロモーション手法の知識		
科目修了時点での仕上がり像		
◆何をどこまで身につけているのか。		
キャンペーン企画を立案する基本的な作法 企画プレゼン資料制作		
試験課題内容		
◆タイトル、与件、提出様態についてお書きください。		
<タイトル> 人の気持ちを動かし、行動させるキャンペーン企画		
<与件> 「投票率を上げる・若者を選挙に参加させるキャンペーンを考える」		
<提出様態> プレゼン資料(企画書)、プレゼン用デジタルデータ(PDFなど)		
評価項目	評価ポイント	配点
□知識・認識力	1 キャンペーンの役割を理解して、現状分析から訴求ポイントを見つけ出しているか	30/100
☑調査・分析力	2 キャンペーンのためのコンセプト作りから、伝わりやすいビジュアル表現を選択し提案できているか	30/100
☑企画・構思力	3 新しい捉え方により本質的な意味が伝わるようにメディアの特性を活かした斬新な提案ができているか	40/100
□材料・用具使用力		
□構成・表現力		
☑提案・説得力	計	100

予習事項

◆予習のポイントを明確に記入してください。

これまで「選挙に興味や関心がない、投票しても何も変わらない」と言う理由から行動しなかった人たちに投票行動に繋げる仕掛けや行動することで変わるストーリーやイメージなどを発信するために

『選挙に行っても何も変わらない』と言っている人が、

まずは参加してみようと考える→ 関心を持つことで『何か変わった』と感じる→ 最初のステップになるようなこと

《人の気持ちを動かすキャンペーンとしてのコンセプトを考える》

テーマ「お題・主題」

コンセプト「テーマへの提案・解決方法」

テーマ「投票率を上げる・若者に選挙に参加してもらう」

なぜ参加しないか?(理由や原因から提案や手段考えてみる・切り口)

例えば、コンセプト「もっと若者が楽しめる選挙に!」

課題テーマに設定されている選挙参加率の実態やなぜ参加しないのかなど現状を調べ理解する。

現状を理解した上で、まずは参加してみよう参加、行ってみようと考える、きっかけ作りを自由に企画してみる。

設定課題例

◆設定課題の完成イメージを例としてご提示ください。

※全設定課題の内、特徴的なものを一つご提示ください。

◆できるだけ何を作らせるのかが見てわかるようにスケッチ等でお示しください。

◆できるだけ作品制作で学生に定着させたいポイントも合わせてご記載ください。

未来を決める行動であることを念頭にターゲットを若者に設定して、まずは参加してみよう、行ってみようと考えるきっかけ作りを企画してみる。最近は投票した人を対象に特典を受けられるキャンペーンなどさまざまな取り組みが行われているが、投票済みの人を対象にするだけでなく、場所や時間などさまざまな可能性を自由に考えて良いのでもっと多くの若者が選挙へ参加しやすい企画を考え、さらに受け入れやすいビジュアルイメージで展開していく

主な制作物

1. 企画書 & コンセプト(キャンペーンの概要)
2. キャンペーンコピー(キャッチフレーズetc.)
3. キャンペーンビジュアル(ロゴ・シンボルマークetc.)
4. ビジュアルデザイン(キャンペーンポスター)
5. キャンペーン展開イメージetc.

選挙に行こう
キャンペーン



柔軟な発想で若者が参加しやすい企画を考える

面白く、楽しくでもいい。

新しい発想で、投票行動につながるきっかけや仕組みを考える

デザイナーやクリエイターが行動することで変えようとする取り組みの例

「投票ポスター2021」プロジェクト

<https://www.haconiwa-mag.com/design/2021/10/voteposter/>

「文句があるなら投票しよう」と訴えるイラストが話題。

<https://www.buzzfeed.com/jp/reonahisamatsu/senkyo-zeikin>



No youth
No japan

No youth
No japan
note



センキョ割
7月10日(日)～7月14日(木)

「投票済証明書」を提示で
日本酒1本(100ml)サービス!

●2024年度 2年 指導計画書<後期10回授業用>

©学校法人創造社学園2024

基礎科目・(職業専門科目)・展開科目・総合科目		科目形態	(演習)・実習・一般
必要出席回数 8 / 10	科目名 キャンペーン演習	科目配当	(学科)・専攻
	セッション 1・2・③	対象学科	(コト・ビジュアル)/モノ・産業
単位(/)	2コマ×2日×5週	自主制作時間	10時間

※学生に対して、科目的性格付けや位置付けを提示する為、必ず上記項目等には○印をつけてください。
※自主制作時間:フィールドワーク・自習・工房制作等の授業時間数以外にこの科目に必要な自主制作時間数

教員の実務経験(当該科目に関する現在の仕事内容)

ビジュアルデザイン全般に関する制作(そのひとつとして、ロゴをはじめとした展開ツールの制作およびプランディング)

何故この課題を設定したかの設定意図を記載してください

◆何に気づかせたいか、何に繋がるのかなど課題の設定意図を簡潔に記載してください。

選挙は未来を決める行動であることを若者が意識して、まずは参加してみよう、行ってみようと思うきっかけ作りを考える。デザインの持つ本来の役割や効果と合わせて、デザインを通じて行動させるという可能性に気づき、もっと多くの若者が選挙へ参加しやすい企画、さらに受け入れやすいビジュアルイメージで展開していく。デザイナーとして斬新なアイデアやビジュアル表現を使い取り組んでもらいたい。

回	月日	課題名／指導内容と進め方	指導達成目標 /時間内完成目標	使用教材
記載欄生		◆課題名、指導プロセスを具体的に記載してください。サイズ、スケールの詳細記載。また、フィールドワーク等は、見学場所まで明記してください。全体の評価基軸の統一のための工夫などもお書きください。	◆どこまでできるようにするか、また、時間内の完成目処などを記載してください。	
1	/	授業オリエンテーション 授業の進め方と課題説明 キャンペーンについて 人の気持ちを動かし、行動させるキャンペーン企画 課題 投票率を上げる・若者に選挙に参加してもらうキャンペーンを考える 仕掛けやストーリーに共感して「選挙」に行こう!という気持ちになるような人の気持ちを動かすキャンペーン企画を考える	授業の進め方と課題説明 キャンペーン企画立案(CPT)	
2	/	Research 《情報収集・分析する》 課題のテーマを選択して、まずは設定されている企業や商品・サービスの持つブランド力、メリットをよく調査する	現在、世の中に発信されている表現やイメージを調査、情報を収集をする • アイデアディスカッション (クラス内) • 調査分析、現状把握、情報収集 • 過去のキャンペーンの研究	
3	/	Planning キャンペーンのコンセプトを考える 《コンセプト設定》 例えば、コンセプト「もっと若者が楽しめる選挙に!」のようなターゲットに合った方法で訴求力や共感を生むキャンペーンイメージを構築する	• キャンペーンコンセプト(仮) • ビジュアルイメージ&ストーリーを考える	基本デザイン用具 Mac
4	/	《話題作り・拡散させることも考える》 キャンペーンの話題作り、メディアからのコミュニケーションを通して、口コミやSNSによる拡散効果を生み出すような企画に 《ビジュアルイメージに変換》 キャンペーンストーリーを考え、ビジュアルイメージに展開していく	• キャンペーンコンセプト確定 • ターゲットペルソナ設定 • キービジュアル キーワードの決定	
5	/	1st. Presentation 《コンセプトイメージを発表》 この時点で一旦、自分の企画内容をまとめてみる	中間プレゼン資料(簡易企画書) • キャンペーンコンセプト (ストーリー・ペルソナ) • キービジュアル・キーワード • ビジュアルイメージなど	

回	月日	課題名／指導内容と進め方	指導達成目標 /時間内完成目標	使用教材
6	/		・提案用ビジュアルデザイン制作 ポスター / キャンペーン展開 イベント企画 etc. (展開やイベントは企画書にまとめる)	
7	/	Creation《実制作》	主な制作物	ビジュアルデザインの完成へ
8	/		主な制作物 1. 企画書＆コンセプト(キャンペーンの概要) 2. キャンペーンコピー(キャッチフレーズetc.) 3. キャンペーンビジュアル(ロゴ・シンボルマークetc.) 4. ビジュアルデザイン(キャンペーンポスター) 5. キャンペーン展開イメージetc.	基本デザイン用具 Mac
9	/		プレゼン資料作成(最終回の授業内プレゼン発表のために) • デザインの完成度を確認する • デザインコンセプトのまとめ(言葉で整理)	試験課題:提出物、プレゼン準備
10		試験課題名 ◆提出日 最終日 タイトル ◆学習のまとめとしてふさわしい課題を設定してください。 タイトル 気持ちを動かし、行動させるキャンペーン企画 「投票率を上げる・若者に選挙に参加してもらうキャンペーンを考える」 与件 「投票率を上げる・若者に選挙に参加してもらうアイデアを考える」 仕掛けやストーリーに共感して「選挙」に行こう!という気持ちになるような企画を考える 制作内容 コンセプトの設定と視覚情報によるコミュニケーションを通じた ビジュアルデザインを意識した人の気持ちを動かす企画 提出様態 プrezen資料(企画書) • コンセプト・ビジュアルデザイン案・展開例など プrezen用デジタルデータ(PDFなど) 評価項目 チェックポイント □ 知識・認識力 1 キャンペーンの役割を理解して、現状分析から訴求ポイントを見つけ出せているか ☑ 調査・分析力 2 キャンペーンのためのコンセプト作りから、伝わりやすいビジュアル表現を選択し提案できているか ☑ 企画・構想力 3 新しい捉え方により本質的な意味が伝わるようにメディアの特性を活かした斬新な提案ができるか □ 材料・用具使用力 □ 構成・表現力 ☑ 提案・説得力 計 配点 30/100 30/100 40/100 100	随時、指示配布します。 使用教材・画材 ◆教材、ソフト等	