

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	
国際デザイン・ビューティカレッジ		平成4年2月17日		永橋 正至		〒780-0935 高知県高知市旭2-22-58 (電話) 088-875-0099	
設 置 者 名		設立認可年月日		代 表 者 名		所 在 地	
学校法人 龍馬学園		平成元年3月23日		佐竹 新市		〒780-0056 高知県高知市北本町1-12-6 (電話) 088-825-0077	
目 的	マーケティングのシーンでは、顧客に“いかに買いたいと思ってもらうのか？”という消費者側の視点が必要不可欠であり、そこには必ず視覚的に情報を伝える広告の効果が求められる。本学科では、創造力、企画力、デザイン力、プレゼン力を備え、実社会で効果的な広告制作が出来るグラフィックデザイナーの養成を目的としている。						
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	文化・教養 関係専門課程	グラフィックデザイン科	2年(昼)	1980単位時間 (又は単位)	平成22年文部科学 省告示第153号	-	
教育課程		講義	演習	実験	実習	実技	
		362単位時間 (又は単位)	71単位時間 (又は単位)	0単位時間 (又は単位)	1547単位時間 (又は単位)	0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		43人		4人	8人	12人	
学期制度	■前期：4月1日～8月31日 ■後期：9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 実技課題60点以上 学期末試験60点以上		
長期休み	■学年始め：4月1日 ■夏 季：7月26日～8月23日 ■冬 季：12月24日～1月10日 ■学 年 末：3月31日			卒業・進級条件	各授業科目に係る出席時数が実授業時間数の10分の9以上かつ各授業科目100点を満点とし60点以上であること		
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保護者を交えた面談及び連絡			課外活動	■課外活動の種類 地域イベント等にボランティア参加 ■サークル活動 (有) 無)		

就職等の状況	<p>■主な就職先、業界等</p> <p>■就職率※¹ 100%</p> <p>■卒業者に占める就職者の割合※² 100%</p> <p>■その他（任意）</p> <p>（平成28年度卒業者に関する平成29年3月時点の情報）</p>	主な資格・検定	<ul style="list-style-type: none"> ・Illustratorクリエイター能力認定試験 ・Photoshopクリエイター能力認定試験 ・レタリング技能検定 ・色彩検定 ・屋外広告物講習会 ・Word文書処理技能認定試験 ・Excel®表計算 処理技能認定試験
中途退学の現状	<p>■中途退学者 1名 ■中退率 2%</p> <p>平成 28年 4月 1日在学者 44名（平成 28年 4月入学者を含む）</p> <p>平成 29年 3月 31日在学者 43名（平成 29年 3月卒業生を含む）</p> <p>■中途退学の主な理由：体調不良による通学困難、進路変更</p> <p>■中退防止のための取組：個人面談を頻繁に行い学生の状況把握に努めるまた、気になる学生については教職員間の情報交換や報告をスピーディーに行なっている。</p>		
ホームページ	URL: http://www.ryoma.ac.jp/cid		

※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)

グラフィックデザイン科では、広告制作やプレゼンテーションのできるグラフィックデザイナーを養成することを教育目的としており、デザイン業界の専門性の動向、新たな技術動向に関する知識・技術について、関係者からの意見等を十分に反映して、より実践的な授業科目、授業の内容・方法の改善を図っていく方針である。

(教育課程編成委員会等の全委員の名簿)

平成29年3月7日現在

名 前	所 属
近藤 邦夫	校長
廣瀬 美代子	教務部長
岩神 義宏	教務部副部長
藤原 史	教員
高橋 健太	(株)キャリアイノベーション高知 G&G センター たるばあ
高橋 和之	TCG 土佐クリエイターズギルド運営委員 (グラフィックデザイン事務所 代表)
山崎 肇	ゴーゴーデザイン事務所代表

(開催日時)

第1回 平成28年8月10日 13:30～14:30

第2回 平成29年2月22日 16:00～17:00

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)

グラフィックデザイン科では、広告制作やプレゼンテーションのできるグラフィックデザイナーを養成することを教育目的としており、デザイン関係団体及デザイン関連企業の役職者等を教育課程編成委員会委員に選任し、デザイン業界の専門性の動向、新たな技術動向に関する知識・技術について、関係者からの意見等を十分に反映して、より実践的な授業科目、授業の内容・方法の改善を図っていく方針である。

科 目 名	科 目 概 要	連 携 企 業 等
テクニカルデザインⅡ	新聞や雑誌のオリジナル広告の企画書から実際にラフ・カンパ、ポスターを制する。	ツヅキデザイン

3. 教員の研修等

(教員の研修等の基本方針)

当校が実施する研修は、①新任者研修、②管理職研修、③養成研修に分けて行われており、県内外の各科に関わる業界関係団体や、教育関係団体が主催する研修などに積極的に参加させている。研修等の参加に当たっては、校長又は部門の長が本人のキャリアや適性、意欲等を考慮し、また学校全体の状況等も踏まえ、戦略的に研修を計画している。

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 29 年 3 月 7 日現在

名 前	所 属
門谷 明	保護者
菅井 清次	地域住民
高橋 健太	地元企業関係者
山下 智徳	地元企業関係者
高橋 和之	卒業生

(学校関係者評価結果の公表方法)

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

5. 情報提供

(情報提供の方法)

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

授業科目等の概要

(文化・教養関係専門課程 グラフィックデザイン科) 平成 28 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
○			グラフィックデザイン概論	デザインとは何か、広告媒体をも含めた視覚デザイン・コミュニケーションについて学ぶ。またデザイン業界についても学ぶ。	1 前 後	13		○		
○			サクセスプログラム	学習意欲を高め、各自の目標及び目標達成のためどのように行動すべきかを、演習を通じて学習していく。	1 前 後	26		○	△	
○			プレゼンテーションテクニック	プレゼンテーションとは何か、書く技術～企画書の大切さを理解すると共に、話す技術も習得し、実際のプレゼンテーションにつなげる。	1 前 後	45			○	
○			パースペクティブ	グラフィック処理で使われる透視図法を幾つかの実習課題を通じて理解する。また、パースにおける陰影処理、透明感、材質感の表現手法も学ぶ。	1 前 後	84				○
○			ベーシックデザイン	平面構成のための基礎テクニックの習得（デザイン用具の練習など）・色彩構成と面構成・表現・材料の研究とテクニック（材料体験など）習得 ・アクリル絵の具によるイラストレーションテクニックの習得。	1 前 後	127				○
○			ドローイング	ドローイングは、造形能力の基本である。「もの」を造る基礎として、「もの」を見る力、発想する力を養い、表現力を高める。	1 前 後	110				○
○			写真総論	19世紀における写真の発明から現代までを、写真史と社会史の2つの視点から考察し、現代社会生活とは密接な関係を持つに至った写真＝映像の概念について学ぶ。	1 前 後	28		○		
○			写真基礎	講義をおりまぜながら、基礎的な写真实習を通じ、写真の基礎理論や、カメラの使い方を学ぶ。	1 前 後	56				○
○			グラフィックデザイン演習	1 学期はレタリングを中心とした文字のグラフィック処理。2 学期はシルクスクリーン印刷、カンピイラストレーション、エアブラシ、シール制作、カレンダー制作のグラフィック表現の方法と技法を学ぶ。	1 前 後	69				○

○			色彩計画	色彩の基礎と考え方を学び、わかりやすいワークブックを用いながら色彩の知識を演習を通じて学習する。	1 前後	26		△	○	
○			印刷概論	印刷版式全般について解説し、原稿作りから生産ラインの具体的な工程の把握をポイントに、印刷技術の活かし方を学ぶ。	1 前後	15		○		
○			フィニッシュワーク概論	フィニッシュワークの仕事内容の把握。	1 前後	28		○		
○			テクニカルデザイン (I)	線引きの基礎テクニックの習得・名刺デザインで印刷までの初体験・新聞・雑誌広告におけるカンパ制作のテクニック習得・オリジナル広告制作におけるアイデア・デザインの発想の習得。	1 前後	112				○
○			ワープロ実習	一般的なビジネス文書作成を学ぶ。修得目標としてはWord検定3級程度の取得を目指す。	1 前後	30				○
○			修了制作	1年次の学習の総まとめとして取り組む課題である。テーマの選択、そして内容の掘り下げを計画的に行い、自己表現の可能性に挑戦させる。	1 後	150				○
○			コンピュータ概論	Mac と Windows の違いや、コンピュータのしくみについて学習すし、データの互換時の注意点を理解する。	1 前後	15		○		
○			近代日本美術史	日本の美術は、大陸や欧米芸術文化をより洗練しながら受け入れてきた。これからのデザインを考える上で日本人としての芸術観、美意識が歴史の中でどのように形成され現在に活かされているかを、作品鑑賞を通じて展開する。	1 前後	28		○		
○			芸術論	純粋美術（絵画、彫刻など）、建築、家具など、デザイン分野に関わるすべての分野についてオムニバス形式で、全科の講師が各自の専門分野について、芸術観を論考していく。	1 前後	28		○		
			広告論	広告における文字の役割と機能について学習する。広告に必須な文字などの機能的なレイアウトとデザインについて学び、広告物の完成度を高める。	2 前後	28		○		
○			コピー論	広告における文字の役割と機能について学習する。広告に必須な文字などの機能的なレイアウトとデザインについて学び、広告物の完成度を高める。	2 前後	28		○		

○		CI 研究	CI＝コーポレートアイデンティティ（企業理念）の展開について学習する。ブランドアイデンティティ、ヴィジュアルアイデンティティについても学ぶ。	2 前後	43		○		
○		ビジュアルデザイン実習	デザインに必要な広告のアイデンティティ（企業理念）の展開について学習する。ブランドアイデンティティ、ヴィジュアルアイデンティティについても学ぶ。	2 前後	153				○
○		印刷学	企画から入稿、校正、製本、印刷製品完成まで各種デザイン印刷物制作の基礎知識から応用、展開までを学習する。	2 前後	28		○		
○		フィニッシュワーク	チラシや、雑誌又は新聞広告などを、カンブから印刷データにパソコンを使って仕上げる。	2 前後	84		△		○
○		テクニカルデザイン(Ⅱ)	新聞や雑誌のオリジナル広告の企画書から実際にラフ・カンブを制する。	2 前後	142		△		○
○		近代デザイン史	デザインが生まれてから現代に至るまでの歴史を振り返り、国内外の名高い作品や作家、その時代背景を学習し、デザイン制作に活かしていく。	2 前後	28		○		
○		社会研究	社会人として必要なビジネスマナーを身につけると共に、業界を研究することで就職活動に活かす。	2 前後	26		○		
	○	イラストレーションコース	様々な美術の技法を実践して、画力やアナログ技法および発想力を高める。本の装丁や挿絵、絵本などの制作を通じて、様々なニーズに対応できるイラストレーションについて学習する。	2 前後	234				○
	○	コンピュータグラフィックスコース	DTP についての応用的な操作や、さらに詳しい知識を学び、実践的なテクニックと表現を習得していく。広告制作、編集、ポスターや DM などのデジタルのプランニングから制作までの技術と知識を学習する。	2 前後	234				○
○		卒業制作	2 年次の学習の総まとめとして取り組む課題である。テーマの選択、そして内容の掘り下げを計画的に行い、自己表現の可能性に挑戦させる。	2 後	196				○
合計				29 科目	1980 単位時間 (単位)		