

■カリキュラムポリシー

<職業実践専門課程>

近年、デザイナーに求められる役割は大きく変化してきました。

従来、クライアントの要望を汲み取り、それらをカタチにすることが主な役割でしたが、現在では、クライアントの要望そのモノをコンサルテーションし、カタチにするまでを一貫して行う役割が求められるようになりました。

これらの役割を担うには、ものや空間、情報を、その形・色・模様・配置などに新しい工夫を凝らすことで美しく意味あるものにする能力から、エンジニアリング、ビジネス、医療、社会サービス、文化、教育、芸術などさまざまな専門領域を繋ぎ、新しいモノ、新しいコト、新しいサービス、新しい業態の提案できる力が期待されています。

モノとヒト、ヒトとコト、コトとモノのインターフェイス（境界領域）をインタラクティブ（双方向）に繋ぎ、今までに見たことのない新しいモノやコトと新しい価値を創造することが求められています。

本課程は、「専門課程」のカリキュラムを内包します。

その専門課程のカリキュラムで、言葉ではなく見せること（可視化）や素早く形にすること（プロトタイプ/サムネイル/スケッチ/モデルづくり）、明快さ（コンセプトメイキング）の大切さを学んだ上に、本課程独自のカリキュラムとして、不確実性の高い将来の課題に対し、試行錯誤を繰り返して問題解決を目指す手法「デザイン思考の実践※1」を学びます。人々の価値観に焦点を当てることの大切さを、ブレインストーミング、KJ法、マーケティングなどの授業を通じて学ぶとともに、あれこれ考えて夢物語で終わるのでなく行動して結果を出す行動第一主義を、企業連携を通じて学びます。

又、協働の大切さを、様々な経験や能力、背景やものの見方を持つ人々と協働することで、その多様性がモノ・コトの水面下に隠れた驚くべき事実を明らかにし、優れた解決策の発見に繋がるファシリテーション（合意形成や相互理解の促進）の実際を講義と演習を通じて学びます。

※1 【デザイン思考の実践（5つのステップ）】

- 人間中心デザインの基礎として、ユーザーに対する深い共感を考える
- 着眼点を定め、優れた解決策を生むきっかけをつくる
- 解決策を創造するため、多量・多様なアイデアを得るためのブレインストーミング
- アイデアを見える状態にして、考え学ぶために素早くつくっていく
- 素早く失敗し、より深い理解を得る為の仮説検証をスピーディーに繰り返す。

<専門課程>

デザインは複数の要素と原則から成り立ちます。

この課程では、まずデザインの基礎として造形・色彩・構成の3つ構成要素を、統一性や多様性、バランス、調和、強調、コントラスト、リズムなどの造形原理と共に学び、美的感覚や感性を養います。

デザインセンスは生まれ持った才能というよりもそれらの要素をどう組み合わせるか、その引き出しと経験の多さによると創造社は考えています。

ものをつくるためには素材の知識に加え、加工技術や専攻に応じた専門的な知識と技能も必要です。

創造社のこの課程の特長は、上述の表現力・構成力・造形力と専門技術の学びに加え、何を表現するかという、そもそものデザイン・テーマである課題を発見する能力を培うとともに、それをコンセプト※1にまとめ上げたり、愛をハートの造形に転換したりするようなメタファー※2（比喻、暗喩、たとえ）を、繰り返しテーマを変えながら多くの演習を通じて学ぶことにあります。

創造社には他の学校に先んじてデザインに ICT 技術を導入した自負と経験があります。すべての専攻の表現ツールに ICT を置き、表現・構成・造形の基礎力をアナログに求めつつもそれらの可能性をメディア・インテグレート※3により飛躍的に拡げます。

創造社では、反復により創造力を培います。

創造社では、競うことで、個性を磨きます。

創造社では、学びの理由を大事にし、学ぶ WHY を学生と共有します。

創造社のカリキュラム・ポリシーの大きな一つに誰も取り残さない、という目標があり、その目標を達成するための学ぶ側の約束は、飽きない、倦まない、諦めないことに尽きます。

※1 コンセプトの要点記載

※2 メタファーの事例記載