

ディプロマポリシー

■ICT デザイン・マーケティング学科

当学科では、「デザイン思考と ICT 技術による創造」と「ゼロからイチつくる構築力」をコア・ポリシーに置き、卒業要件としています。

インターネットや AI の技術革新により、新たなサービスや商品が生まれてくる近年の社会では、ユニークな解法や創造的な解決案を提案、又、これまで作ってきたバイアスを壊す手法を持ち、デジタルテクノロジーを活用し、消費者のインサイトを素早くキャッチしビジネスに反映させることが重要な要素となっています。

そういった社会が求める人材は、

1. 人間の生活・営みにとって理想的な姿を描く力
2. 解決策のインパクトを持続可能に最大化する ICT の仕組みを創る力
3. 人を動かしていく力を必要としています。

これらは、イノベーションによって“創造型需要”を喚起することができ、その明るい未来地図を描けることが出来る人材を育むことが重要なテーマになっており、一人の人間の中にデザイン思考と ICT 技術の両方の素養を持たせようという試みです。

自分の専門性がない分野についてもある程度相手の言語を理解して話すことができ、かつ簡単なプロトタイプくらいなら違う分野のものでも生成系 AI を活用しつくることができ、それをもっと専門性のある人に見せて動かすことができる基礎能力を持ち、そういった組織の中でハブとなる人材であることを求めています。

◎卒業作品の判断基準：

- コンセプトにデザインの力の持つ未来の発想を可視化できているか
- アイデア（ICT 活用）をビジネス繋いでいるか
- 協力者（支持者）を巻き込んでいるか

ディプロマポリシー

■モノ・コトづくり学科

当課程では、「コト・マーケティング」と「コト・モノづくりの提案力」をコア・ポリシーに置き、卒業要件としています。

これらは、昨今のライフスタイルの変化に加え、スマートフォンの急激な普及によるコミュニケーションツールの多様化、そしてマスメディアからソーシャルメディアへと情報流通の拠点のシフトが起き、消費者は自身の直感や感情により物事を判断する傾向にあります。その中で、消費者のインサイトを確実に捉え、そのココロを動かし消費行動へ繋げるための「マーケティング」も、その手法と戦略において急激な変革を求められています。

このような変革に必要とする力は、常にヒトを中心に考え、潜在的な価値や欲求を見出し、コトに焦点を絞って価値を伝えていくこと、即ち、価値の伝え方を「モノ」から「コト」へ、そして、ビジネスそのものを「モノ を売る」という意識から、「コトを売る」という意識に変えていくことで、商品やサービスを通じた体験（コト）の共有価値を高められる人材であることを求めています。

◎卒業作品の判断基準：

- 潜在的な価値の仮説設定
- コトづくりの仕組みや仕掛けが構築されている
- 提案が社会に受け入れられているか

ディプロマポリシー

■デザイン学科

当課程では「共感を生む個性」と「どんなアウトプットにも専門領域で表現できる力」をコア・ポリシーに置き、卒業要件としています。

これらは、デザインの最も重要な短い表現で的確な内容を伝えること、意図的に相手に呼び起こしてほしい記憶や感情に対し訴えかけ強く印象に残せること、又、これらの能力は、多種多様な手法をとることができ、オリジナリティを発揮できることにあります。

社会のあらゆる面で予測不能な時代に社会で認められるには、表現のクオリティの高さだけではなく、個性や価値観が問われるようになり、個のスタイルが確立されていることが重要です。だから個性を伸ばし、その価値や強みを打ち出し、競合に対する競争力を身につけている人材であることを求めています。

◎卒業作品の判断基準：

- インパクトのある表現
- 共感を生む個性
- コンペディションの入選・入賞実績があるか