（別紙様式4）

令和8年7月1日

職業実践専門課程等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
創造社デザイン専門学校	昭和55年3月31日	中前　寛文	〒　550-0002 （住所）　大阪府大阪市西区江戸堀1-25-15 （電話）　06-6459-6221
設置者名	設立認可年月日	代表者名	所在地
学校法人創造社学園	昭和56年7月2日	林　健児	〒　550-0002 （住所）　大阪府大阪市西区江戸堀1-25-15 （電話）　06-6459-6221

分野	認定課程名	認定学科又は専攻科名	専門士認定年度	高度専門士認定年度	職業実践専門課程認定年度
文化・教養	デザイン専門課程	ICTデザイン・マーケティング学科	平成 7(1995)年度	－	平成25(2013)年度

学科又は専攻科の目的	ICTデザイン・マーケティング学科は、デザイン思考とICT技術を融合させ、社会課題を創造的に解決し新たな価値を生み出せる人材の育成を目的としています。AIやノーコードなどの先端技術を活用し、専門性を越えた連携を推進できる"ハブ人材"としての基礎力を培うとともに、実社会で即戦力となるプロトタイプ構築力やマーケティング視点を重視しています。技術・ビジネス・創造の交点に立ち、持続可能で人間中心の未来を形にする次世代の人材育成を目指します。
学科又は専攻科の特徴（取得可能な資格、中退率　等）	創造的発想とICTスキルを実社会で活用できる力を育むため、実践重視のカリキュラムを展開している。具体的には、生成AIやPython等を用いたデジタル制作、ノーコード開発、プロトタイピング演習、UI/UXデザイン、デジタルマーケティングの応用などを学ぶ。産学連携による課題解決型学習やインターンシップも充実しており、技術と表現、ビジネスを横断できる人材の育成を図る。取得可能な資格には、基本情報技術者試験、Python3認定試験、ウェブ解析士、Webクリエイター能力認定試験等があります。

修業年限	昼夜の別	全課程の修了に必要な総単位数	講義	演習	実習	実験	実技
2　年	昼間	単位	7 単位	51 単位	12 単位	－ 単位	－ 単位

学生総定員	学生実員(A)	留学生数(学生実員の内数)(B)	留学生割合(B/A)	中退率
40 人	4 人	2 人	1 %	0 %

就職等の状況

■卒業者数 ©	0	人
■就職希望者数 (D)	0	人
■就職者数 €	0	人
■地元就職者数 (F)	0	人
■就職率 (E/D)	0	%
■就職者に占める地元就職者の割合 (F/E)	0	%
■卒業者に占める就職者の割合 (E/C)	0	%
■進学者数	0	人

■その他

（令和　　7 年度卒業者に関する令和８年５月１日時点の情報）

■主な就職先、業界等

（令和6年度卒業生）

広告制作事務所、ｸﾞﾗﾌｨｯｸﾃﾞｻﾞｲﾝ事務所、WEB制作会社、印刷・出版、商品開発ﾒｰｶｰ等

当該学科又は専攻科のホームページURL	https://www.sozosha.ac.jp

企業等と連携した実習等の実施状況（A、Bいずれかに記入）

総単位数	70 単位
うち企業等と連携した実験・実習・実技の単位数	8 単位
うち企業等と連携した演習の単位数	0 単位
うち必修単位数	70 単位
うち企業等と連携した必修の実験・実習・実技の単位数	8 単位
うち企業等と連携した必修の演習の単位数	0 単位
（うち企業等と連携したインターンシップの単位数）	8 単位

教員の属性（専任教員について記入）

① 専修学校の専門課程を修了した後、学校等においてその担当する教育等に従事した者であって、当該専門課程の修業年限と当該業務に従事した期間とを通算して六年以上となる者	（専修学校設置基準第41条第1項第1号）	8 人
② 学士の学位を有する者等	（専修学校設置基準第41条第1項第2号）	0 人
③ 高等学校教諭等経験者	（専修学校設置基準第41条第1項第3号）	0 人
④ 修士の学位又は専門職学位	（専修学校設置基準第41条第1項第4号）	0 人
⑤ その他	（専修学校設置基準第41条第1項第5号）	0 人
計		8 人

上記①～⑤のうち、実務家教員（分野におけるおおむね５年以上の実務の経験を有し、かつ、高度の実務の能力を有する者を想定）の数	8 人

1.「専攻分野に関する企業、団体等（以下「企業等」という。）との連携体制を確保して、授業科目の開設その他の教育課程の編成を行っていること。」関係

○教育課程の編成（授業科目の開設や授業内容・方法の改善・工夫等を含む。）における企業等との連携

（1）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及び教育課程編成委員会等の位置付け

a.教育課程編成委員会を年2回以上開催しているか。		している
「している」場合 →	開催日時実績	第1回　2025年4月13日（月）13:00～14:30　第2回　2025年8月4日（月）11:00～13:00 第3回　2025年12月1日(火) 13:00～15:00　第4回　2026年2月2日(月) 13:00～15:00
b.教育課程編成委員会に、以下①～③の類型に該当する企業等委員が参加しているか。 ※①から③において、①又は②から1人、③から1人が委員として参画している場合、「している」を選択。 ※①又は②から1人、③から1人が委員として参画していない場合、「していない」を選択。		している
①業界全体の動向や地域の産業振興に関する知見を有する業界団体、職能団体、地方公共団体等の役職員（1企業や関係施設の役職員は該当しません。）		
②学会や学術機関等の有識者		
③実務に関する知識、技術、技能について知見を有する企業や関係施設の役職員		
c.学校の教育課程編成の責任者が委員参加しているか。		している
d.教育課程や学生の学修成果等に関する現状や情報、データを教育課程編成委員会の委員に提示しているか。		している
e.教育課程編成委員会の議事を記録し、学内回覧等しているか。		している
f.企業等委員の意見を教育課程編成見直しに反映しているか。		している
g.次の教育課程編成委員会に、教育課程編成の見直し結果等を報告しているか。		している

（特筆すべき工夫等を行っている場合は記載）

成果物にとして、教科計画ガイドラインを設計している。

（2）教育課程編成委員会等の全委員の名簿

令和8年4月1日現在

名　前	所　　属	任期	種別
大森あき子	一般社団法人日本空間デザイン協会　副会長	R8.4.1～R9.3.31（1年）	①
川畑大助	公益社団法人 日本インダストリアルデザイン協会　正会員	R8.4.1～R9.3.31（1年）	①
有馬 徹	公益社団法人　グラフィックデザイナー協会　運営委員	R8.4.1～R9.3.31（1年）	①
尾崎卓治	株式会社わのてっく　代表取締役	R8.4.1～R9.3.31（1年）	①
浅井大河	ヤラ建築設計事務所 代表　一級建築士	R8.4.1～R9.3.31（1年）	③
福村保	福村環境デザイン研究室　主宰	R8.4.1～R9.3.31（1年）	③
中前寛文	UGUmetadesigh　代表	R8.4.1～R9.3.31（1年）	③
松田祥宏	studio meets 代表	R8.4.1～R9.3.31（1年）	③
木村　博昭	創造社デザイン専門学校　学校事務室　室長	R8.4.1～R9.3.31（1年）	ー
西 正雄	学校法人創造社学園　学校本部　参事	R8.4.1～R9.3.31（1年）	ー

※委員の種別の欄には、企業等委員の場合には、委員の種別のうち以下の①～③のいずれに該当するか記載すること。
（当該学校の教職員が学校側の委員として参画する場合、種別の欄は「ー」を記載してください。）
①業界全体の動向や地域の産業振興に関する知見を有する業界団体、職能団体、地方公共団体等の役職員（1企業や関係施設の役職員は該当しません。）
②学会や学術機関等の有識者
③実務に関する知識、技術、技能について知見を有する企業や関係施設の役職員

（別途、以下の資料を提出）
＊　教育課程編成委員会等の位置付けに係る諸規程
＊　教育課程編成委員会等の規則
＊　教育課程編成委員会等の企業等委員の選任理由（推薦学科の専攻分野との関係等）※別紙様式３－１
＊　学校又は法人の組織図
＊　教育課程編成委員会等の開催記録

2.「企業等と連携して、実習、実技、実験又は演習（以下「実習・演習等」という。）の授業を行っていること。」関係

（1）実習・演習等における企業等との連携に関する基本方針及び実習・演習等における企業等との連携内容

a.実習等又は演習の形態の授業で企業等連携を行っているか。	している
b.企業等と連携を行う際は、企業等との組織的な協定や契約を締結しているか。	している
c.企業等との連携内容を、連携先企業等との文書等で明示的に合意しているか（連携のマニュアル、手引き等定めているか）。	している
d.教育課程や学生の学修成果等に関する現状や情報、データを教育課程編成委員会の委員に提示しているか。	している
e.企業等の講師に対して事前打ち合わせや研修を行っているか。	している
f.企業等連携の実習・演習等の内容を学校側は適切に確認しているか（教員の見回り実施、実習日誌の作成等）。	している
g.企業等連携の実習・演習等における成績評価について、企業等と協議を行っているか。	している
h.適切な企業等連携の実習・演習となるよう、必要に応じて連携先企業等を見直しているか。	している

（特筆すべき工夫等を行っている場合は記載）

（2）具体的な連携の例※科目数については代表的な5科目について記載。

科　目　名	企業連携の方法	科目概要	連　携　企　業　等
ビジネスリテラシー（業界研究・自己分析）	5. その他※具体的な連携方法を科目概要欄に記述すること。	IT分野・デザイン関連分野業界を主に研究し、自己の目標を定める。どういった業種・職種があるのか、ITスキルを活かしてどのような業界に就くことかできるのかなど、その情報の収集方法を学びます。その他、業界の方や 現役OBを迎えてのミニセミナーで、これから必要となる人材像や必要な能力の把握など自己の学習と就職の目標に気づきをもたらすプログラム	UGUmetadesigh、レプラスデザイン、株式会社わのてっく、株式会社Answer
企業実習A	3.【校外】企業内実習（4に該当するものを除く。）	専攻分野の職業において必要とされる実践的な能力、および専門分野 全般に必要な能力を、企業と連携して育成します。企業に勤務し、ICT・マーケティングの現場で実際のデザインプロセスと関連実務を体験します。	有限会社　FORMO、グランツコーポレーション、合同会社インセクツ、株式会社ネイムス、株式会社　グラフィティー、有限会社セメントプロデュース
企業実習B	3.【校外】企業内実習（4に該当するものを除く。）	専攻分野の職業において必要とされる実践的な能力、および専門分野 全般に必要な能力を、企業と連携して育成します。企業に勤務し、ICT・マーケティングの現場で実際のデザインプロセスと関連実務を体験します。	有限会社モル、株式会社登プリント、株式会社ユナイテッドドック、株式会社インセクツ、エムタブ株式会社、モスリングラフィック、株式会社アメージング

（別途、以下の資料を提出）

＊　企業等との連携に関する協定書等や講師契約書（本人の同意書及び企業等の承諾書）の写し等
＊　連携企業等のクレジット等が付された教材等や謝金明細等の写し　等

3.「企業等と連携して、教員に対し、専攻分野における実務に関する研修を組織的に行っていること。」関係

（1）推薦専門課程等の教員に対する研修・研究（以下「研修等」という。）の基本方針
※研修等を教員に受講させることについて諸規程に定められていることを明記

（目的）
教員研修を実施するにあたり、教員の経験や既修能力に応じた研修を実施し、組織の一員として求められる力を育成するとともに、教科等や教育課題への対応など、教員としての専門性を高める研修を充実させます。また、人材育成の3つの手段(Off-JT・OJT・自己啓発)の関連を図った以下の研修運営を推進します。

（学園の責務等）
1．本学園は、教員に対する研修の必要性を理解するとともに、研修計画を策定し、その研修計画　に基づく研修を実施することにより、教員に研修を受ける機会を与えなければならない。
（1)本学園は、前項の研修計画を策定し、研修を実施するに当たって、教員の自己啓発に向けた意　欲を高めるよう努めるものとする。
（2)本学園は、必要と認めるときは、他の機関と共同して又は外部の機関に委託して研修を行うことができるものとする。

（教員の責務）
2.研修受講の原則
（1） 新人教員は、「基本リテラシー研修」「カリキュラム・指導方法研修」「ティーチング・コーチングスキル研修」全ての研修を受講する。
（2） 継続で科目担当の教員は、毎年「カリキュラム・指導方法研修」受講する。
（3） 継続の教員であっても、研修結果が不十分な場合は指定する場合がある。
（4)「OJTや自己啓発及び研修・研究」、「技術・スキル講習」は希望者対象教員とする。

（研修運営事務）
3．教員研修は、学校本部が主催し、次の運営事務を統括する
（1） 年度毎の研修実施計画（予算編成も含む）を策定する。
（2） 研修講師の選定、手配、研修案内。
（3） 実施運営管理 ･･･ 実務担当者を定め、実施計画の運用を指揮する。
（4） 研修結果（講師評価）を受講者へフィードバック（改善・指導・研修指定）を行う。
（5） 研修実施報告書の作成。

（研修方針）
4．研修方針（区分別）
① 教員の経験や実績に応じた研修の充実経験や実績に応じて身に付けるべき力を育成する研修 。
② 授業力・指導力向上等を図る研修の実施教員の授業力や指導力等の向上を図るための研修。
③ シラバス設計要領の改訂に対応した研修 新シラバス設計要領の内容理解や、改訂の理念を実現するための教育実践に役立つ研修。
④ OJTや自己啓発及び研修・研究への支援校内研修などのOJT、教員の自己啓発や研究などに様々な支援。
⑤ 企業等との連携・協力による研修やOFF -JT支援 産業関係団体や関連施設との協力・連携による最新の技術研修・研究への支援。

（2）研修等の実績
①専攻分野における実務に関する研修等

研修名：	技術・スキル向上講習（smile工房講座）	連携企業等：	－
期間：	smile工房講座時間開催時に個別受講　2025年4月7日～2026年3月2日	対象：	3名
内容	OJTや自己啓発及び研修・研究への支援　最新技術・スキル講習（指導領域の拡大、専門技術・知識の習得）先端素材加工、3Dﾌﾟﾘﾝﾀｰ活用、特殊素材活用技術等		

研修名：	コト / ビジュアルデザイン・モノ / 産業デザイン技術・スキル講習	連携企業等：	総合デザイナー協会、日本ｸﾞﾗﾌｨｯｸﾃﾞｻﾞｲﾅｰ協会、日本ｲﾝﾀﾞｽﾄﾘｱﾙﾃﾞｻﾞｲﾅｰ協会、日本空間デザイン協会、日本ｲﾝﾃﾘｱﾃﾞｻﾞｲﾅｰ協会、その他、関連企業
期間：	各協会主催セミナー等開催時に個別受講 2025年4月7日～2026年3月2日	対象：	9名
内容	本学園の会員所属しているデザイン協会・団体主催セミナー・研修		

②指導力の修得・向上のための研修等

研修名：	カリキュラム・指導方法研修	連携企業等：	－
期間：	2025年3月12日から3月14日 2025年8月18日から8月22日	対象：	新規採用教員、継続教員54名
内容	各分野毎の代表教員(優良）を講師として課題設定の在り方、指導手法、適切な教材選定、指導のポイントを学ぶ		

研修名：	ティーチング・コーチングスキル研修	連携企業等：	－
期間：	2025年4月8日～7月27日	対象：	新人0名　該当者なしのため未実施
内容	優良教員の授業見学・教育実習		

（3）研修等の計画

①専攻分野における実務に関する研修等

研修名：	基本リテラシー研修 （新人研修）	連携企業等：	－
期間：	3月・7月	対象：	新規採用教員
内容	教員の経験や実績に応じた研修 「教員資質・姿勢」「学則・運用システム」「教育基本法等基礎知識」		
研修名：	技術・スキル向上講習（smile工房講座）	連携企業等：	－
期間：	smile工房講座時間割に基づく各学期の間、3月、8月、12月	対象：	希望者又は指定
内容	OJTや自己啓発及び研修・研究への支援 最新技術・スキル講習（指導領域の拡大、専門技術・知識の習得）先端素材加工、3Dﾌﾟﾘﾝﾀｰ活用、特殊素材活用技術等		
研修名：	技術・スキル講習	連携企業等：	総合デザイナー協会、日本ｸﾞﾗﾌｨｯｸﾃﾞｻﾞｲﾅｰ協会、日本ｲﾝﾀﾞｽﾄﾘｱﾙﾃﾞｻﾞｲﾅｰ協会、日本空間デザイン協会、日本ｲﾝﾃﾘｱﾃﾞｻﾞｲﾅｰ協会、その他、関連企業
期間：	セミナー等開催時 （デザイン先端技術系）	対象：	希望者又は指定
内容	企業等との連携・協力による研修やOFF -JT支援 本学園の会員所属しているデザイン協会・団体主催セミナー・研修		

②指導力の修得・向上のための研修等

研修名：	カリキュラム・指導方法研修	連携企業等：	－
期間：	学期のカリキュラム設計会議時 3月・7月	対象：	新規採用教員、継続教員
内容	教員の経験や実績に応じた研修 課題設定の在り方、指導手法、適切な教材選定、指導のポイント		
研修名：	ティーチング・コーチングスキル研修	連携企業等：	－
期間：	各学期の講師の指定科目授業時間	対象：	新規採用教員
内容	教員の経験や実績に応じた研修 優良教員の授業見学・教育実習		

（別途、以下の資料を提出）
＊ 研修等に係る諸規程
＊ 研修等の実績（推薦年度の前年度における実績）
＊ 研修等の計画（推薦年度における計画）

4.「当該専門課程等を置く専修学校において、学校教育法第百三十二条の二第二項の規定により評価を受け、その結果を公表していること。」関係

第三者評価の実施状況	実施済	→第三者評価情報について以下（1）よりご記載ください。 →学校関係者評価情報について以下（2）よりご記載ください。

（1）第三者評価実施団体情報

評価団体名	JAMOTE認証サービス株式会社	評価実施年月日	令和7年6月17日
評価結果公表URL	https://www.jamotec.co.jp/iso29993/list.html		

（別途、以下の資料を提出）
＊ 第三者評価結果報告書

5.「企業等との連携及び協力の推進に資するため、企業等に対し、当該専修学校の教育活動その他の学校運営の状況に関する情報を提供していること。」関係

（1）情報提供

情報提供方法	ホームページ	「その他」の場合	
公表URL	http://www.sozosha.ac.jp （情報公開ページ）		
公表時期	令和8年7月1日		

（別途、以下の資料を提出）
＊ 情報提供している資料

（備考）
・用紙の大きさは、日本産業規格A4とする（別紙様式1－2、2－1、2－2、3－1、3－2、4、5、6、7、8についても同じ。）。

授業科目等の概要

	（デザイン専門課程 ICTデザイン・マーケティング学科）															
	分類			授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	単位数	授業方法			場所		教員		企業等との連携
	必修	選択必修	自由選択					講義	演習	実験・実習・実技	校内	校外	専任	兼任	
1	○	－	－	ビジネスリテラシー（業界研究・自己分析）	IT分野・デザイン関連分野業界を主に研究し、自己の目標を定める。 どういった業種・職種があるのか、ITスキルを活かしてどのような業界に就くことかできるのかなど、その情報の収集方法を学びます。その他、業界の方や 現役OBを迎えてのミニセミナーで、これから必要となる人材像や必要な能力の把握など自己の学習と就職の目標に気づきをもたらすプログラム	1年・前期	1	○	－	－	○	－	○	○	○
2	○	－	－	プロモーション	自身の曖昧なニーズの整理と秩序づけを目的とし、自己の分析と卒業後・５年後・１０年後のキャリアを描く。自己の経験値などの棚卸しも実施。	1年・後期	1	○	－	－	○	－	○	○	
3	○	－	－	業界研究	マーケティング・デジタル人材関連分野業界を主に研究し、自己の目標を定める。どういった業種・職種があるのか、ICTスキルを活かしてどのような業界に就くことかできるのかなど、その情報の収集方法を学びます。業界分析のマッピングや得た知識を自己に展開し、自己の訴求ポイント定める。	２年・前期	1	○	－	－	○	－	○	○	
4	○	－	－	ポートフォリオ企画	自己の持つ個性や学修した能力のスペックを整理し、自己を売り込む為のセールスポイントのコンセプトをつくる科目です。この科目で作成した自己PRのコンセプトは、就職活動におけるICT分野の必須ツールであるポートフォリオ制作のコンセプトとして展開していきます	２年・前期	1	○	－	－	○	－	○	○	
5	○	－	－	ポートフォリオ制作	ICT分野の就職に必須となるWEBポートフォリオ制作を行います。作品集としてのポートフォリオではなく、自己の経験値や人物像とデザインシンキングされたIT作品を素材とし、ITスキルを裏付けしたWEBポートフォリオを創ります。	２年・前期	1	○	－	－	○	－	○	○	
6	○	－	－	資格対策A	IT資格取得のための知識・実践問題ドリルなど資格取得するための対策科目です。	1年・前期	1	○	－	－	○	－	○	○	

7	○	－	－	資格対策B	IT資格取得のための知識・実践問題ドリルなど資格取得するための対策科目です。	1年・前期	1	○	－	－	○	－	○	○	
8	○	－	－	マーケティング基礎	マーケティング全般の専門的知識、概観、デジタルマーケティングの多様な手法の理解。	1年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○	
9	○	－	－	Webマーケティング基礎	Webマーケティングの概観。Webサイトへの集客、サービス、ファンなどの分析・施策。	1年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○	
10	○	－	－	SNSマーケティング基礎	企業のブランドや商品、サービスに関する情報をSNSで発信、認知度や好感度、販売促進につなげることを目的とした運用、活動の基本を学ぶ。	1年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○	
11	○	－	－	データマーケティング基礎演習	消費者の消費者行動から取得できるさまざまなデータを活用して、消費者に対してより最適化されたマーケティングを実施する為のマーケティング手法及びマーケティングプロセス毎の基本手法を学ぶ。	1年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
12	○	－	－	アプリマーケティング演習	モバイルファーストの時代。ユーザーのショッピング・サービスの起点であるスマートフォンを軸に、スマホアプリであらゆるチャネルを統合して、シームレスな顧客体験創りできるアプリマーケティングの基本手法及び、そのアプリ作成のスキルを学ぶ	1年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
13	○	－	－	企画分析ワークショップ	デザイン思考のメソッドワークからのインサイト定義し、発見したインサイト情報から必要となる分析手法や分析結果を分かりやすく可視化するビジュアライゼーションの手法を学ぶ	1年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
14	○	－	－	WEBマーケティング演習A	従来のマーケティングとSEMを比較し、実際に通販サイトを制作しながら、顧客をつくるための市場調査と サイトの関係を学びます。サイトとインターネットの関係の根本＝市場のしくみ から考えて、SEMを理解していきます。	1年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
15	○	－	－	プロモーションマーケティング	マーケティング目標の為の戦術であるプロモーション。顧客や消費者に知ってもらう為にどのようなメッセージをどのように届けるかを企てます。その目的に応じて広告宣伝、ダイレクトマーケティング、デマンドゼネレーションなどのプロモーション手法を学ぶ	2年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○	

16	○	－	－	Webマーケティング演習	WebサイトやWeb技術を利用してのマーケティング手法を学ぶ。Webを利用した市場調査、広告、アクセス解析・分析、集客などのマーケティングプロセスの各手法や目的に応じたプランニングができる力を養う。	2年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○	
17	○	－	－	SNSマーケティング演習	新たなSNSを考え、それをWEB上で構築することを学ぶ。デザイン思考を使い、人と人との新たなつながり方を創出し、そのコミュニケーションを促進・サポートするWEBサイトとその構築スキルを身に付ける。	2年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○	
18	○	－	－	WEBサイト基礎演習	HTML、CSS、構造理解、LP制作。JavaScript基礎	1年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○	
19	○	－	－	WEBデザイン演習	WordpressなどのCMSによるサイト制作、SEO対策。JavaScript基礎	1年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○	
20	○	－	－	WEBスクレイビング基本演習	WEBサイトを巡回し、自動的にデータを収集ダウンロードする仕組み「クローリングプログラム」とWEBページから必要な情報を抜き出す「スクレイピングプログラム」の基本理論と設計スキルを学びます。	1年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○	
21	○	－	－	データマーケティング演習	データマーケティングの手法を用い、消費者のインサイトからの取得データの定義設定から、その情報データを基に、最適なマーケティング提案（事業・アクション）できる力を養う。	1年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
22	○	－	－	AI活用基礎演習	AIを活用した価値創造とは何か、何ができて何ができないのかAI活用のしくみとAIによる取得データを定量的に分析する力を身に付ける。	1年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
23	○	－	－	AI活用基礎WS	AI・データ時代におけるビジネス、価値創造の為のデザイン思考＋AI活用ができる力を養う。	1年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
24	○	－	－	アプリ開発基礎演習	Google CloudのAppSheetを使いコードのいらないアプリ開発プラットフォームで、既存のデータを使って素早くモバイルアプリやデスクトップ アプリの構築方法を学びます。	1年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
25	○	－	－	ノンプロアプリ開発演習A	ノーコードでアプリを開発可能なプラットフォームで直感的なインターフェースを通じて、自身が思い描くアプリの機能やデザインを瞬時に形にしていく力を養います。	2年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○	

26	○	－	－	情報セキュリティ演習	Pythonで公開されている、誰でもが使用できるオープンプログラムのパッケージ管理ツール（プラットフォーム）やWEBに潜む危険性など理解し、それらを踏まえ、より良いセキュリティ対策の設計ができる力を養う。	2年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○	
27	○	－	－	UX演習	サービスやプロダクトを通じたユーザーの顧客体験のすべてを考えて設計します。UXデザインの考え方を用いて、ユーザーのニーズに寄り添った顧客体験を創出し、それを体験する仕組みとして提案する力を養います。	2年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
28	○	－	－	AI応用WS	AIをどのようなコトに活用するかをデザイン思考から導き出し、AIを開発するコンセプトを定義する力を養います。データ収集・分析・デザイン思考メソッドを経て、AIコンセプトをまとめます。	2年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
29	○	－	－	AI展開WS	AI活用を設定し、その実際のプロトタイプを創ります。プロトタイプのデザインも生成系AIを活用しながら制作します。	2年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
30	○	－	－	プレゼンテーション演習	プレゼンテーションを行う方に、自己の企画提案の訴求効果を高める為のプレゼンテクニックを磨く。 提案内容を訴求するポイントをおさえ、プレゼン相手の興味と感心を想定したプレゼンバリエーションを増やす。	2年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
31	○	－	－	コンテンツ開発マーケティング	価値あるコンテンツの制作・発信をとおして見込み顧客のニーズを育成、購買を経て、最終的にはファンとして定着させることをめざす一連のマーケティング手法及びその実制作を行う。	2年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
32	○	－	－	プロダクト開発マーケティング演習	プロダクト製品の価値を伝えるためのマーケティング手法を学びます。製品が売れるしくみを考え、より製品の価値に共感してもらう戦略設計の創り方を学びます。	2年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
33	○	－	－	ブランド開発マーケティング演習	顧客に支持される価値を生み出すためにブランドの基本設計から、それを関係者で共有し一貫性を持って実行および評価する仕組みを創ります。世の中に存在していなかった機能や体験など、新しい価値を提供できるそれまでの市場構造をある種破壊するイノベーションの提案力を養います	2年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
34	○	－	－	WEBアプリ開発演習A	今まで学修してきた「マーケティング手法＋デザイン思考＋エンジニアリング」を用いて、アドバンス的なWEBアプリケーションの開発企画提案を行います。	2年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	

35	○	－	－	WEBアプリ開発演習B	UXデザインの考え方を用いて、 ユーザーのニーズに寄り添った 顧客体験を設定し、それを体験 する仕組みとしてのWEBアプ リケーションを構築します。	2年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○			
36	○	－	－	Python 基 礎演習A	Pythonプログラミング基礎。 環境構築、Pythonでできること、基本的な文法、書き方。	1年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○			
37	○	－	－	Python 基 礎演習B	関数、クラス、CSV形式で読み書き、HTML解析、フレームワークなど専門知識。データ処理。	1年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○			
38	○	－	－	PythonWEB 演習A	プログラミング言語Pythonを軸にオブジェクトの機能を理解します。オブジェクトの指向機能や定義を理解し、WEBアプリケーションの制作を行います。	1年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○			
39	○	－	－	SQL基礎演習	データベースの基礎知識。アプリ、データベース、SQLの概観。実行環境。	1年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○			
40	○	－	－	PythonWEB 演習B	PythonのWebアプリケーションフレームワークの学習。 小規模向けの簡単なWebアプリケーション開発できる知識、スキルを身につける	1年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○			
41	○	－	－	WEBスプレイピング演習A	目的に応じた情報収集の為の、プロンプトの設定や、その情報を集める為のWEBクローリング・スクレイピングの設計、構築を学ぶ（テーマ別）	1年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○			
42	○	－	－	WEBスプレイピング演習B	目的に応じた情報収集の為の、プロンプトの設定や、その情報を集める為のWEBクローリング・スクレイピングの設計、構築を学ぶ（テーマ別）	1年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○			
43	○	－	－	WEBアプリ演習A	Pythonで実装されたDjango（ Webアプリケーションフレームワーク）を使い、SNSに代表される大規模WEBアプリを開発する技術を学びます。	2年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○			
44	○	－	－	WEBアプリ演習B	WEBアプリ演習Aで作成したWEBアプリフレームにUIを考え、JavaScriptライブラリ（React）を活用し、ユーザビリティの高いWEBアプリ構築の為の知識とスキルを学ぶ。	2年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○			

45	○	－	－	アルゴリズム演習	コンピュータを使って問題解決する手順(アルゴリズム)を基礎から学びます。アルゴリズムは情報処理技術の基礎であり、プログラミングを学ぶ上で必須の知識を習得します。	2年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○	
46	○	－	－	機械学習基礎演習	OpenCVを用いて実際に「画像処理」「物体検出」「機械学習」の実装を行います。演習を通して、画像処理・画像認識の基礎知識と実装する基本を学ぶ。	2年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○	
47	○	－	－	PythonWEB 総合演習	Pythonで書いたプログラムが操作したり、処理したりするオブジェクトの理解とそのプログラムを実行させるスキルを養う。	2年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
48	○	－	－	WEBアプリ総合演習A	フロントエンドにNext.js、バックエンドにPythonを採用して、Webサイトの環境構築のスキルを学びます	2年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
49	○	－	－	WEBアプリ総合演習B	フロントエンドにNext.js、バックエンドにPythonを採用して、Webサイトの環境構築のスキルを学びます。	2年・後期	1	－	○	－	○	－	○	○	
50	○	－	－	デザイン・アート思考	思考･発想プロセスを活用し、インサイトの発見や独創的な発想など前例のない課題や未知の問題に対して最適な解決をするためのフレームワークの理解･活用。	1年・前期	1	－	○	－	○	－	○	○	
51	○	－	－	メディアインテグレーションLab A	自由選択の講座を受講し、自己のスキルアップや表現の幅を広げるため他分野のスキル習得を図ります。さらに、授業では出来なかった様々な体験型の知識やスキルや技能、表現などを体感する、人の感性についての感覚を磨きます。	1年・全期	2	△	△	○	○	－	○	○	
52	○	－	－	メディアインテグレーションLab B	自由選択の講座を受講し、自己のスキルアップや表現の幅を広げるため他分野のスキル習得を図ります。さらに、授業では出来なかった様々な体験型の知識やスキルや技能、表現などを体感する、人の感性についての感覚を磨きます。	2年・全期	2	△	△	○	○	－	○	○	
53	○	－	－	企業実習A	専攻分野の職業において必要とされる実践的な能力、および専門分野 全般に必要な能力を、企業と連携して育成します。企業に勤務し、ICT・マーケティングの現場で実際のデザインプロセスと関連実務を体験します。	1年・後期	4	－	－	○	－	○	－	－	○

54	○	－	－	企業実習B	専攻分野の職業において必要とされる実践的な能力、および専門分野 全般に必要な能力を、企業と連携して育成します。企業に勤務し、ICT・マーケティングの現場で実際のデザインプロセスと関連実務を体験します。	2年・前後期	4	－	－	○	－	○	－	－	○
55	○	－	－	進級WS	全学科共通のグランドテーマ（ソーシャルテーマ）から、課題を発見し、自己のテーマを提案します。 「完成度」「プレゼンテーション能力」の２つの視点で審査され、最終のプレゼンテーションで審査員からの推薦を勝ち取った 学生は、外部企業を招いた公開プレゼンテーションへ挑みます。ここで最も評価が高かった学生には「学校賞」が与えられます。	1年・進卒期	4	－	○	－	○	－	○	○	
56	○	－	－	卒業WS	全学科共通のグランドテーマ（ソーシャルテーマ）から、課題を発見し、自己のテーマを提案します。 「完成度」「プレゼンテーション能力」の２つの視点で審査され、最終のプレゼンテーションで審査員からの推薦を勝ち取った 学生は、外部企業を招いた公開プレゼンテーションへ挑みます。ここで最も評価が高かった学生には「学校賞」が与えられます。	2年・進卒期	4	－	○	－	○	－	○	○	
合計					56 科目					70 単位							

卒業要件及び履修方法		授業期間等	
卒業要件：	当学科に定める卒業に必要な70単位以上の単位を修得した者に卒業を認定する	１学年の学期区分	3 期
履修方法：	各年次に配当された授業科目を、時間割に従って履修する。	１学期の授業期間	15 週