

大阪情報コンピュータ専門学校 授業シラバス (2026年度)

専門分野区分	専門基礎	科目名	表現研究 I					科目コード	D1273A2	
配当期	前期	授業実施形態	通常					単位数	2 単位	
担当教員名	早瀬 博之	履修グループ	2I(DV/MC/MV/SC)2J(DG/DR/DT/DW/MA/MT)					授業方法	演習	
実務経験の内容	<p>アパレル時のプロデュース能力を認められ入社勧誘をうける。 当初企業プロモーションだけだったが人材確保ができ徐々にプロデューサーとして番組制作(TV東京・SUNTV)を手掛ける様になる。</p>									
学習一般目標	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニケーション能力・プレゼン力を身につける ・実際に広告企画書を作成し、制作プロセスを体験する 									
授業の概要および学習上の助言	<p>到達目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広告・宣伝の基礎理論を理解し、表現方法を学ぶ ・企画立案から制作・運用までの一連のプロセスを実践的に学ぶ ・クライアントワークに必要なコミュニケーション能力・プレゼン力を身につける ・実際に広告企画書を作成し、制作プロセスを体験する 									
教科書および参考書	別に無し									
履修に必要な予備知識や技能	別に無し									
使用機器	PC									
使用ソフト	別に無し									
学習到達目標	学部DP(番号表記)	学生が到達すべき行動目標								
	2/3	・広告・宣伝の基礎理論を理解し、表現方法を学ぶ								
	2/3	・企画立案から制作・運用までの一連のプロセスを実践的に学ぶ								
	2/3	・クライアントワークに必要なコミュニケーション能力・プレゼン力を身につける								
	2/3	・実際に広告企画書を作成し、制作プロセスを体験する								
	2/3	・実際に広告企画書を作成し、プレゼンをする								
達成度評価	評価方法	試験	小テスト	レポート	成果発表(口頭・実技)	作品	ポートフォリオ	その他	合計	
	学部DP	1.知識・理解	0	0			0			
		2.思考・判断	0	0			0			
		3.態度	0	0			0			
		4.技能・表現	0	0			0			
		5.関心・意欲	0	0			0			
	総合評価割合		0	0	25	25	0	25	25	100
評価の要点										
評価方法		評価の実施方法と注意点								

試験	0
小テスト	0
レポート	25%
成果発表(口頭・実技)	25%
作品	0
ポートフォリオ	25%
その他	25%

授業明細表

授業回数	学習内容	授業の運営方法	学習課題(予習・復習)
第1回	広告表現とは何か ・広告表現の役割(認知・理解・共感・行動) ・表現と戦略(STP・4P/4C)との関係(Segmentation(市場細分化)・Targeting(狙う市場の決定)・Positioning(立ち位置の明確化))	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第2回	広告表現の基本構造 ・消費者に提供する価値と潜在的な意識(ベネフィットとインサイト) ・独自の価値USP (Unique Selling Proposition)と根拠 RTB(Reason To Believe) ・コピーとビジュアルの役割分担 ・「一言で言うと何か」を決める技術	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第3回	ターゲット理解とペルソナ表現 ・ターゲットの心理モデル ・ペルソナの深掘り(価値観・行動・文脈) ・ターゲット別の表現トーンの違い	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第4回	コピーライティング基礎 ・コピーの種類 キャッチコピー(注目を集める言葉) タグライン(企業の立ち位置や哲学を象徴する言葉) ボディコピー(ブランドの背景や物語、長めの説明文) 企業メッセージ(存在意義を伝える言葉) ・言葉のリズム・語感・余白 ・説得の技法(AIDMA/AISAS)	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第5回	ビジュアル表現の基礎 ・レイアウト・構図・視線誘導 ・色彩心理とブランドカラー ・写真・イラスト・タイポグラフィの選択	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第6回	メディア別の表現技法 ・TVCM / Web動画 / OOH(屋外広告) / SNS / LP(ランディングページ、特定のウェブページ) ・メディア特性と表現の最適化 ・スクロール時代の「1秒で伝える」技術	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第7回	ストーリーテリングとナラティブ ・物語構造(起承転結・三幕構成・ヒーローズジャーニー) ・感情の設計(喜・怒・哀・楽・驚・共感) ・ブランドストーリー vs プロダクトストーリー	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。

第8回	<ul style="list-style-type: none"> クリエイティブブリーフの作り方 ブリーフの必須要素(目的・ターゲット・主要メッセージ) 表現の方向性を決める「キーコンセプト(重要な概念・基本的な考え)」 クリエイターが動きやすい指示の書き方 	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第9回	<ul style="list-style-type: none"> 制作プロセス 企画書作成 スケジュール管理 クリエイター(デザイナー・コピーライター・映像チーム)との連携 	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第10回	<ul style="list-style-type: none"> 広告表現の心理学 認知バイアスと広告 社会的証明・希少性・フレーミング 行動経済学を使った表現 	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第11回	<ul style="list-style-type: none"> 地域文脈と文化表現(奈良などローカル文脈) ローカルブランドの価値 文化・歴史・生活者文脈を表現に落とす 観光・自治体・地域製品の広告表現 	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第12回	<ul style="list-style-type: none"> 広告表現の倫理とガイドライン 誇大表現・差別表現・ステレオタイプ 景表法・薬機法の基本 クリエイティブにおける倫理判断 	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第13回	<ul style="list-style-type: none"> 総合演習(キャンペーン制作) ブリーフ作成 → コピー案 → ビジュアル案 → プレゼン フィードバックと改善 「伝わる表現」の評価軸 受講者のポートフォリオ化 	講義の中で各自作成した企画書でプレゼンを行う	出来るだけレジュメを渡す様にします。