

科目名称	広告クリエイティブ論			授業コード	10051321
担当教員	かわい ひろゆき				
単位数	2.0	授業形態	講義	科目分類	選択必修
年次	2	開講年度	2019	開講学期	前期
関連資格					
履修制限等					
到達目標(目的含む)	時代の先端で新しい価値を生みだしてきた様々な「クリエイティブ」を検証し、広告分野のアートディレクターやデザイナーに必要な知識を修得する。				
授業の概要	企業が商品売りサービスを宣伝する目的で制作・発信する「広告」は、テレビCMやネット広告や駅貼りポスターなどという形で私たちの日常を埋めつくしており、それらすべてが広告クリエイターの制作のフィールドである。 多様なメディアで展開される「広告」は、クリエイターの独創的なアイデアや表現力で、時に新しい時代や文化までもつくってしまう、ダイナミックでスリリングな創造行為でもある。 そこで求められるクリエイターの感性はどのようなものか？毎回ひとつのテーマを多角的に検証し、創造の核心に迫る。 広告代理店のクリエイティブ部門で業務していた経験を活かし、広告のアートディレクター(デザイナー)として必要な基本的知識と制作手法についても具体的に講義する。				
授業計画	1: オリエンテーション～広告デザインと創造力 2: 広告業界のプロフェッショナルたち 3: メディアとしてのテレビの力、CMディレクター杉山登志 4: 「私」を表現する、カメラマン荒木経惟 5: アイデア発想の種、60年代とスティーブ・ジョブズ 6: クリエーティブ脳の可能性、脳科学者ジョン・C・リリー 7: 身体感覚と創造性、フリーダイバー＝ジャック・マイヨール 8: 広告の言葉、詩の言葉 9: 「カワイイ」の100パラダイム 10: 広告制作における著作権 11: 「恐れ」のクリエイティブ・パワー、写真家ダイアン・アーバス 12: 広告にみるサブリミナル効果 13: 太極図と宇宙デザイン 14: イメージを売る、西武の広告戦略 15: ロゴマークと企業のアイデンティティー				
授業時間外学習	理解を深めるために、授業計画欄に示されている各回のテーマや人物について調べておく。				
評価方法	毎回おこなうミニレポートにより評価する。				
課題・試験に対するフィードバックの方法					
使用テキスト					
参考テキスト・URL	『広告コミュニケーションの総合講座』 日経広告研究所編				
各自準備物					
実習費					
その他					