

新産業・新サービスの創出、PR

企業のデザイン部門・商品開発部門

起業家、スタートアップ

広告代理店

企業の企画部門

進学・留学

教職・
学芸員

4年生	後期	「完成された」製品・サービスを 使って社会に新しい価値を創出する	卒業制作・研究				
	前期		クロスステックデザイン研究				
3年生	後期	各自の特技を結集して、チームで製品・ サービスを生み出し社会に発信する	クロスステックデザイン発展2 ※	ソフトウェア・ネットワーク発展2 ※	構想設計3 (クロスステックデザイン総合2) スタートアップ実践2 ※	マーケティング概論2 ※	セルフプロデュース論 広報PR演習 ※
	前期		クロスステックデザイン発展1 ※	ソフトウェア・ネットワーク発展1 ※	構想設計2 (クロスステックデザイン総合1) スタートアップ実践1 ※	ブランドデザイン概論2 ※ プランニング・プレゼンテーション	情報デザイン演習1 UI/UX論 ※
2年生	後期	「の心が動く」ポイントを理解し、 製品やサービスのアイデアを創出する	設計演習2 ※	技術応用演習2 ※	マネジメント概論2 ※	マーケティング概論1 ※	プレゼンテーション演習3
	前期		クロスステックデザイン応用3 ※	ソフトウェア・ネットワーク応用2 ※	構想設計1 (スタートアップ演習2)	ソーシャルデザイン論 ※	
1年生	後期	製品の仕組みを理解する ための仕組みを理解する	クロスステックデザイン応用2 ※	技術応用演習1 ※	マネジメント概論1 ※	ブランドデザイン概論1 ※	広報PR概論 ※
	前期		クロスステックデザイン応用1 ※	ソフトウェア・ネットワーク応用1 ※	スタートアップ演習1	デザイン演習1 (プランニング表現演習3)	
1年生	後期	製品やサービスを「社会実装」する ための仕組みを理解する	クロスステックデザイン演習3	ソフトウェア・ネットワーク演習2	スタートアップ概論2	デザイン基礎2 (プランニング表現演習2)	プレゼンテーション演習2
	前期		デザイン技法2 (クロスステックデザイン演習2)	ソフトウェア・ネットワーク演習1	スタートアップ概論1	デザイン基礎1 (プランニング表現演習1)	プレゼンテーション演習1 メディア概論1
			Mechanics Electronics	Software Network	Start UP	Planning	Communication

教職・学芸員過程 ※

【1-b】 情報デザイン学科 クロステックデザインコース カリキュラムマップ

人 材 育 成 目 標 (学 科)							創造力				人間力																							
情報デザイン学科は、来るべき社会を洞察し、多様なコミュニケーションデザインを通じて、企業、個人、コミュニティ、地域、国およびグローバルな諸活動に新たな価値を創出する「価値デザイン」を学科教育のテーマとし、人、もの、ことの新たな関係づくりと共創によって、社会に新たな豊かさや夢を提案、実現できる人材を育成します。							世界のあり方や社会の状況を広く深く観察することによって本質を探る問題を見ることができる				多様な視点をもって情報を分析、考察、整理することによって、社会に関わる問題を発見することができる				視点の転換によって既知の情報を解釈しなおし、問題解決に向けて計画を立案することができる				言語化と視覚化を状況に応じて展開させ、目標に向けて的確にプレゼンテーションし、仕事を達成することができる				社会へ向けて積極的にデザインの役割を示し、あらゆる問題に対して解決を目指す行動することができる				強い意欲と探求する姿勢をもって、困難な問題に向き合いつづけることができる				さまざまな分野の人々と対話、議論することで相互理解を深め、有効なネットワークをつくり、協調、協働することができる			
							科目名	授業種別	履修学年・学期				単位 必修 選択	テーマ	授業概要	到達目標	探究力	思考力	発想・構想力	表現力	行動力	継続力	コミュニケーション力											
技術応用演習I	演習	2	3	4	前期	2	応用技術の基礎知識	先進的な技術は世界中で日々開発が進み発表されているが、その全てが活用されるわけではない。それは、社会に広く普及させるためには先進的という要素だけでは不十分であるためである。本演習は、技術単体では社会的なインパクトをもたらすことは考えにくいという視座から、基礎技術やケーススタディのオープン化によりもたらされる、デベロッパーの増加や端末の安定的供給などといった爆発的普及が見込まれる要素を持った分野を「社会的期待領域」と定め、開発フィールドとし、開発の準備として必要な環境構築や基礎技術を学ぶ。	選定分野の開発環境構築と基礎技術を習得する。	40	80	0	30	60	0	30	60	0	0															
技術応用演習II	演習	2	3	4	後期	2	応用技術の実装	(新) 技術実装Iで基礎を習得したのち開発を進める。本演習は、より実践的にサービスや製品に実装するための諸問題を多方向からの解決する方法を学ぶ。解決方法はひとつではないということ、状況に合わせ最適解は変わるということを開発の中で理解を深める。	選定分野の実践的開発における諸問題を抽出する方法論や、解決方法のバリエーションを創出し実装する方法論を習得する。	40	80	0	30	60	0	30	60	0	0															
ソフトウェア・ネットワーク発展I	演習		3	4	前期	2	IoT (モノとコトのインターネット) の活用1	IoT (モノとコトのインターネット) を活用して、新たな製品・サービスを生み出すことを学ぶ。 モノがインターネットにつながることでもたらされた最大の変化は、今までなかった全く新しいコトを生み出すことが可能になったことである。デジタルにつながった物や人の状態や使い方、使用結果のデータを転送・蓄積し、それを分析することで使う人にとっての新しいコトを生み出す方法を学ぶ。	デジタルにつながった物や人の状態や使い方を分析し、新しいコトを生み出す方法を修得する。	20	40	30	60	30	60	0	0	20	40	0	0													
ソフトウェア・ネットワーク発展II	演習		3	4	後期	2	IoT (モノとコトのインターネット) の活用2	IoT (モノとコトのインターネット) を活用して、新たな製品・サービスを生み出すことを学ぶ。 これまでの芸術領域のアナログによる作品や日本の伝統職人・町工場の技術をデジタル表記し、インターネットにつなげることで、デバイスや機器を通じて新しいモノ・コトの創出が可能となる。その方法を学ぶ。	芸術領域のアナログによる作品や日本の伝統職人・町工場の技術をデジタル表記し、インターネットにつなげ、新しいモノやコトを創出することができる。	20	40	30	60	30	60	0	0	20	40	0	0													
スタートアップ概論I	講義	1	2	3	4	前期	2	ビジネスモデルの開発	今までにないイノベーションを通じて、新しいビジネスモデルを開発し、人々の生活と社会を変えることの意義を学ぶ。 実際にStartup企業の事例を学ぶことによって、Startupが困難なものではなく、そこで必要な視点は何かを手にする。失敗を恐れず、仮説と検証を素早く頻繁に行い、早期発見と早期学習の姿勢の重要性を理解する。	失敗を恐れず、仮説と検証を素早く頻繁に行い、早期発見と早期学習の姿勢の重要性を理解することができる。	30	60	20	40	0	0	30	60	20	40	0	0												
スタートアップ概論II	講義	1	2	3	4	後期	2	会社設立	実際の会社設立に必要な制度を学ぶ。 製品やサービスの創出により生まれたビジネスモデルを社会実装するためには、運営体制をどう構築するかが重要となる。そのため、会社設立に必要な手続きを学ぶことで、社会と経済の仕組みも同時に理解する。	会社設立に必要な手続きを学ぶことで、社会と経済の仕組みも同時に理解することができる。	20	40	0	0	30	60	30	60	20	40	0	0												
スタートアップ演習I	演習	2	3	4	前期	2	社会実装方法	自身の表現を社会実装していくための方法論を実践の中で学ぶ。 Startupを生み出すためには、「自己表現」と「社会ニーズ (顧客が本当に求めているもの)」をマッチングさせることが鍵となる。製品・サービスのアイデアと想定顧客に齟齬が生じていないかを検証するために、「プロトタイピング (試作) →公開→検証→修正」を素早く頻繁に繰り返し学ぶ。	自身の表現を社会実装していくための方法論を実践の中で修得する。	20	40	0	0	40	80	0	0	40	80	0	0													
構想設計II (スタートアップ演習II)	演習	2	3	4	後期	2	会社設立及び事業シミュレーション	会社設立に必要な理念、事業シミュレーションを実践の中で構築する。 その事業を行うことによって、人々の生活や社会をどう変革したいのか、なぜその事業を行うのか等、創業動機の形成の重要性を理解する。また、事業の内部分析、外部分析の手法を学び、どのエリアの、どのようなユーザを対象とするのかを明確にし、事業計画を立案する方法を学ぶ。	事業を行うことによって、人々の生活や社会をどう変革したいのか、なぜその事業を行うのか等、創業動機の形成の重要性を理解することができる。	0	0	40	80	40	80	0	0	20	40	0	0													
マネジメント概論I	講義	2	3	4	前期	2	組織マネジメント	企業やプロジェクトを有効に機能させるために必要なマネジメントについて学ぶ。 組織の仕組みや歴史から、経営資源であるヒト・モノ・カネ・情報のマネジメント方法についての基礎知識を修得する。	マネジメントの基礎について理解する。	40	80	40	80	0	0	0	0	20	40	0	0													
マネジメント概論II	講義	2	3	4	後期	2	組織マネジメント	経営資源の中でもヒトにクローズアップし、個人と組織の関わりについて学ぶ。 ケーススタディを中心にヒトのマネジメントについて考察する。	進行中のプロジェクト運営に生かすことができる。	30	60	30	60	0	0	20	40	0	0	20	40													
スタートアップ実践I	演習		3	4	前期	2	クロステックデザイン発展I・2と連携	「クロステックデザイン発展I」で生み出す製品やサービスを社会実装していくための方法論を実践の中で学ぶ。 「プロトタイピング (試作) →公開→検証→修正」のサイクルの速度を上げ、ビジネスモデルとしての実効性の検証を行う。	「クロステックデザイン発展I」で生み出す製品やサービスを社会実装していくための方法論を実践の中で修得する。	30	60	30	60	0	0	0	0	40	80	0	0													
構想設計III (クロステックデザイン総合I)	演習		3	4	前期	2	領域ゼミ	各希望領域に分かれたゼミ。 自身の目的・目標、興味・関心をもとに少人数のゼミナール形式での学習を行う。どの研究・制作テーマを探究していくのかを明確にし、そのテーマを掘り下げるためのリサーチ、フィールドワークを行う。	自身の目的・目標、興味・関心を探求する力を修得する。	0	0	30	60	20	40	30	60	0	0	20	40	0	0											
スタートアップ実践II	演習		3	4	後期	2	クロステックデザイン発展I・2と連携	「クロステックデザイン発展I・II」で生み出す製品やサービスを社会実装していくための方法論を実践の中で学ぶ。 その製品やサービスをともにStartupを実現できるかどうか、事業の内部分析、外部分析を行い、事業シミュレーションを実施し、クラウドファンディングを活用した資金調達を目標とする。	事業シミュレーションを実施し、クラウドファンディングを活用した資金調達の方法を修得する。	0	0	20	40	0	0	30	60	30	60	20	40	0	0											
構想設計III (クロステックデザイン総合II)	演習		3	4	後期	2	領域ゼミ	各希望領域に分かれたゼミ。 自身の目的・目標、興味・関心をもとに少人数のゼミナール形式での学習を行う。 「クロステックデザイン総合I」で設定した研究・制作テーマをリサーチ、フィールドワークも取り入れながらさらに掘り下げ、4年次への「クロステックデザイン研究」「卒業研究・制作」へ繋ぐ。	「クロステックデザイン総合I」で設定した研究・制作テーマをリサーチ、フィールドワークも取り入れながらさらに掘り下げる力を修得する。	20	40	0	0	30	60	30	60	20	40	0	0													
デザイン基礎I (プランニング表現演習I)	演習	1	2	3	4	前期	2	発想とデザイン思考	想像力、創造力、コミュニケーション力、課題探究力を体系化し、デザイン思考を修得する。 デザイナーの感性と手法を用いて、人々のニーズと技術の力を取り持つ領域をクロスさせ、ビジネス戦略にデザインのアプローチを用いて、顧客価値と市場を創出する方法を学ぶ。	想像力、創造力、コミュニケーション力、課題探究力を体系化し、デザイン思考を修得する。	20	40	0	0	30	60	30	60	0	0	20	40												
デザイン基礎II (プランニング表現演習II)	演習	1	2	3	4	後期	2	企画とディレクション	プレゼンテーションスキル、企画実現のためのディレクションスキルを修得する。 自身が考えた企画やアイデアを実現するためには、周囲の共感を得ることが重要であり、そのために必要なプレゼンテーションスキルを学ぶ。また、ターゲットを明確にしてその対象にどのような行動を促すのか、その方法を修得する。	プレゼンテーションスキル、企画実現のためのディレクションスキルを修得する。	0	0	20	40	30	60	30	60	0	0	20	40												

【1-b】 情報デザイン学科 クロステックデザインコース カリキュラムマップ

人材育成目標 (学科)										創造力					人間力																													
情報デザイン学科は、来るべき社会を洞察し、多様なコミュニケーションデザインを通じて、企業、個人、コミュニティ、地域、国およびグローバルな諸活動に新たな価値を創出する「価値デザイン」を学科教育のテーマとし、人、もの、ことの新たな関係づくりと共創によって、社会に新たな豊かさや夢を提案、実現できる人材を育成します。										世界のあり方や社会の状況を広く深く観察することによって本質を探る問題を見ることができ					多様な視点をもって情報を分析、考察、整理することによって、社会に関わる問題を発見することができる					視点の転換によって既知の情報を解釈しなおし、問題解決に向けて計画を立案することができる					言語化と視覚化を状況に応じて展開させ、目標に向けて的確にプレゼンテーションし、仕事を達成することができる					社会へ向けて積極的にデザインの役割を示し、あらゆる問題に対して解決を目指し行動することができる					強い意欲と探求する姿勢をもって、困難な問題に向き合い、つづけることができる					さまざまな分野の人々と対話、議論することで相互理解を深め、有効なネットワークをつくり、協調、協働することができる				
科目名	授業種別	履修学年・学期				単位		テーマ	授業概要	到達目標	探究力	思考力	発想・構想力	表現力	行動力	継続力	コミュニケーション力																											
デザイン演習I(ブランニング表現演習I)	演習	2	3	4	前期	2	ビジネスモデルの立案	クライアント対応型演習及びビジネスモデルの応用研究を行う。実際に寄せられた案件をもとに、クライアントの観察を通じて、依頼主が気づいていない本質の目的や課題を抽出し、それを可視化して共有するプロセスを実践を通じて学ぶ。その過程で抽出された目的や課題をベースにアイデアやコンセプトの創造を行いビジネスモデルの立案を行う。	実際の案件をもとに、クライアントの観察を通じて、依頼主が気づいていない本質の目的や課題を抽出し、ビジネスモデルの立案を行う力を修得する。	0	20	30	30	20	0	0																												
ブランドデザイン概論I	講義	2	3	4	前期	2	ブランディングの基本プロセス1	ブランディングの基本プロセスを学ぶ。ブランディングとは、ある製品やサービスのコンセプトを対象となるユーザにその価値を認識させ、市場での一定のポジショニングを構築するマーケティング理論である。ブランディングは特別な企業だけでなく、すべての領域において重要であり、ブランディングの要素を実例をもとに分析する。	すべての領域において重要であるブランディングの要素を実例をもとに分析することができる。	40	40	20	0	0	0																													
ソーシャルデザイン論	講義	2	3	4	後期	2	社会的課題の問題発見と解決	社会が抱えている問題を発見し、解決策を生み出すプロセスを学ぶ。国内外の課題の増大、複雑化(エネルギー制約、少子化・高齢化、地域の疲弊、自然災害、安全保障環境の変化、地球規模課題の深刻化など)している現状を「自分事」として捉え、イノベーションによる課題解決的思考を手にする。	イノベーションによる課題解決的思考方法を修得する。	40	40	20	0	0	0																													
マーケティング概論I	講義	2	3	4	後期	2	マーケティング概念と理論	マーケティングの概念と理論を学ぶ。単なる市場調査や広告手法に留まるのではなく、顧客観察を通じて、顧客が本当に求める製品やサービスをどのように見つけるのかその方法を修得する。また、製品やサービスの情報を求める仮想顧客にどのように届けるかの手法を学ぶ。	顧客が求める製品やサービスを見つける方法を修得する。	40	40	20	0	0	0																													
ブランニング・プレゼンテーション	演習	3	4	前期	2	プロジェクトマネジメントとブランニング技法	プロジェクトマネジメントとブランニングの技法、ノウハウの実践的学習を行う。チームの掲げる目標を達成するために、人材・資金・設備・物資・スケジュールの調整と全体の進捗管理の方法を実践の中で学ぶ。	実践の中で、人材・資金・設備・物資・スケジュールの調整と全体の進捗管理の方法を修得する。	30	30	0	30	40	0	0																													
ブランドデザイン概論II	講義	3	4	前期	2	ブランディングの基本プロセス2	ブランディングの3要素「コンセプト・ターゲティング・ポジショニング」について自身の目指す事業モデルと社会の実例を参照しながら学ぶ。企業、製品、サービス、個人のいずれにも共通するブランディングに関するデザイン思考を修得する。	企業、製品、サービス、個人のいずれにも共通するブランディングに関するデザイン思考を修得することができる。	40	40	20	0	0	0																														
マーケティング概論II	講義	3	4	後期	2	マーケティングの活用実践	マーケティングを活用し、戦略的な視点と実践力を強化する。「製品志向」のマーケティング1.0→「消費者志向」の2.0を経て、ソーシャルメディアの普及等による社会生活環境の変化に伴って、「どんな社会を創造するか」企業や製品・サービスのコンセプトの価値が問われる時代に必要視点とそこに応じたような仕掛けが必要かを理解する。	企業や製品・サービスのコンセプトの価値が問われる時代に必要視点と仕掛けを理解することができる。	40	40	20	0	0	0																														
メディア概論I	講義	1	2	3	4	前期	2	メディアリテラシー	メディアリテラシーを修得する。情報の記録、伝達、保管に用いられるメディアの構造を学ぶ。私たちの身の回りにある様々なメディアの歴史的背景や特性を理解し、そのメディアが人々のコミュニケーションにどのような役割を担っているのかを知り、有効な活用方法を検証する。	情報の記録、伝達、保管に用いられるメディアの構造を理解することができる。	40	40	20	0	0																													
プレゼンテーション演習I	演習	1	2	3	4	前期	2	企画書作成とプレゼンテーション	クライアントの依頼に応える企画書作成方法、プレゼンテーション力を修得する。「自己表現」と「社会ニーズ」をマッチングさせるには、依頼する側が何を求めているのかを正しく捉え、結論(企画提案)に対する明確な論拠を形成し、それを言語やビジュアルを用いて伝える能力が必要となる。人の行動につながる説得軸と共感軸の2つの軸の構造を実践の中で理解する。	人の行動につながる説得軸と共感軸の2つの軸の構造を実践の中で理解することができる。	0	0	0	30	20	0	50																											
プレゼンテーション演習II	演習	1	2	3	4	後期	2	プレゼンテーションとコミュニケーション	コミュニケーションがなければ、プレゼンテーションはうまれない。人は何をどのように考え、何を欲するのか、人の心理や行動に及ぼす作用を学びながら、クライアントとの豊かなコミュニケーションをプレゼンテーションに発展させる。	コミュニケーションをプレゼンテーションに発展させることができる。	0	0	0	30	20	0	50																											
広報 PR 概論	講義	2	3	4	前期	2	広告実見の基礎及び広報PR	広告実見の基礎学習及び広報PRの提案、ワークテクニックを修得する。各媒体(新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、インターネットなど)の広告の実例を実際に検証することで、伝達速度やプロセス、浸透力の効果について学ぶ。また、広報やPRの実例も実見し、広告・広報・PRの差異やその特性を明確に理解した上での活用方法を学ぶ。	広告の実例を実際に検証することで、伝達速度やプロセス、浸透力の効果について理解することができる。	40	40	20	0	0	0																													
プレゼンテーション演習III	演習	2	3	4	後期	2	情報整理とダイアグラム	情報整理を行い、ダイアグラムを作成すること学ぶ。プレゼンテーションの効果高めるための構造を実践を通じて理解する。メッセージの絞り込み、配色、レイアウト、視点の動き、画像の友好的な活用などを理解することを通じて、共感を得られるプレゼンテーションの方法を修得する。	共感を得られるプレゼンテーションの方法を修得する。	0	0	0	30	20	0	50																												
UI/UX 論	講義	3	4	前期	2	UIとUXの理解	UI(User Interface)とUX(User Experience)の重要性を理解し、その効果的な活用方法を学ぶ。UIは、ユーザの視覚に触れる全ての情報を意味し、UXは、ユーザが製品・サービスを通じて得られる体験を指す。顧客となるユーザの体験を豊かなものにするために必要なUI/UXの理論を修得する。	顧客となるユーザの体験を豊かなものにするために必要なUI/UXの理論を修得する。	40	40	20	0	0	0																														
広報 PR 演習	演習	3	4	後期	2	プロモーションとディレクション演習	プロモーションディレクションスキルの修得とディレクション演習を行う。「クロステックデザイン発展I・II」「スタートアップ実践I・II」で生み出した製品やサービスの認知の拡大や顧客への購入の動機付け、新規顧客の獲得の方法を実践を通じて修得する。	新規顧客の獲得の方法を実践を通じて修得する。	0	0	0	30	30	0	40																													
セルフプロデュース論	講義	3	4	後期	2	クロステックデザインコースにおけるキャリアデザイン	クロステックデザイン学科における「キャリアデザイン」。StartUPを目指す学生の他に、企業や公務員等への就職を志す学生もいる。いずれの学生にも共通するのは、「自身をいかにプロデュースするか」という視点の重要性である。1)実現したい目的・目標を明確にする2)現状の自身のポジショニングを分析3)取り組むべき課題を明確にする4)効果的な発信方法を考える。その過程を通じて自身をプロデュースする方法論を修得する。	自身をプロデュースする方法論を修得する。	0	0	0	0	40	30	30																													
情報デザイン演習I	演習	3	4	前期	2	空間プレゼンテーション-学生作品展をつくる-	学園祭にて開催される「学生作品展」に参加する。この展覧会は学びとデザイン思考を社会化する実験の場であり、また4年次に控える「卒業展」を見据えた予行演習としての役割も持っている。単に出品参加するだけでなく、展示企画、空間設計、会期中の運営・管理と来場者への対応、搬入出など、展覧会におけるすべての仕事とプロセスを協働し、これら実践を通して総合的に空間プレゼンテーションを学ぶ。	他者と協働し、学びを社会化する意識を習得する。空間をデザインし、展示を通して伝える力を身につけることができる。	0	0	0	0	30	0	70																													
クロステックデザイン研究	演習	4	前期	4	4	卒業研究・制作に向けたリサーチ及びブランニング	卒業研究・制作に向けたリサーチ及びブランニング。自身の目的・目標、興味・関心をもとに少人数のゼミナール形式での学習を行う。どの研究・制作テーマを探求していくかを明確にし、厚みを持たせるために十分なリサーチを行った上で、ブランニングを行う。	これまでの学びに厚みを持たせるために十分なリサーチを行った上で、クロステックデザインのブランニングを行うことができる。	0	0	20	30	20	30	0																													

【1-b】 情報デザイン学科 クロステックデザインコース カリキュラムマップ

人材育成目標(学科)						創造力				人間力						
情報デザイン学科は、来るべき社会を洞察し、多様なコミュニケーションデザインを通じて、企業、個人、コミュニティ、地域、国およびグローバルな諸活動に新たな価値を創出する「価値デザイン」を学科教育のテーマとし、人、もの、ことの新たな関係づくりと共創によって、社会に新たな豊かさと夢を提案、実現できる人材を育成します。						世界のあり方や社会の状況を広く深く観察することで本質を探り、的確な情報や可能性を掴み取ることができる	多様な視点をもって情報を分析、考察、整理することによって、社会に関わる問題を発見することができる	視点の転換によって既知の情報を解釈しなおし、問題解決に向けて計画を立案することができる	言語化と視覚化を状況に応じて展開させ、目標に向けて的確にプレゼンテーションし、仕事を達成することができる	社会へ向けて積極的にデザインの役割を示し、あらゆる問題に対して解決を目指す指し行動することができる	強い意欲と探求する姿勢をもって、困難な問題に向き合いつつけることができる	さまざまな分野の人々と対話、議論することで相互理解を深め、有効なネットワークをつくり、協調、協働することができる				
科目名	授業種別	履修学年・学期				単位 必修 選択	テーマ	授業概要	到達目標	探究力	思考力	発想・構想力	表現力	行動力	継続力	コミュニケーション力
卒業研究・制作	演習			4	後期	4	卒業研究・制作	卒業研究・制作。新しい製品、サービスの社会実装、StartUPの創出を通じて、様々な分野・領域を横断したテクノロジーにデザインの価値を交差(クロス)させることによって、日常生活におけるサービスや、ビジネスシーンにおいてイノベーションを創出し、新たな社会的価値や経済的価値を生み出す研究・制作を実現する。	日常生活におけるサービスや、ビジネスシーンにおいてイノベーションを創出し、新たな社会的価値や経済的価値を生み出す研究・制作を実現することができる。	0	0	20	30	20	30	0

合計	4	100
----	---	-----

ポイント計	2180	2340	1640	1040	1480	900	820
比率	21.0%	22.5%	15.8%	10.0%	14.2%	8.7%	7.9%