

# 企画構想学科（企画構想コース、食文化デザインコース）2026入学者用カリキュラム表

基盤科目【全学共通】	授業区分	区分要件	対象年次	卒業要件	
環境・地域	芸術平和学	講義 2単位	必修	30 単位 以上	
	東北文化論	講義 2単位	6		
	まちづくり論	講義 2単位	単位		
	クリエイティブ・ローカル論	講義 2単位	以上		
	地球環境論	講義 2単位			
	持続可能な地域論	講義 2単位			
	地域創造演習	演習 2単位			
ICT	ICTリテラシー	演習 2単位	必修	2	
	AIテクノロジー論	講義 2単位	単位	1	
	ICTと社会	講義 2単位	以上	2 3 4	
社会力	スタートアップゼミナール	演習 2単位	必修	1	
	デザイン思考基礎	講義 2単位	6	2 3 4	
	生活と経済	講義 2単位	単位	2 3 4	
	キャリア形成論	講義 2単位	必修	以上	
	仕事講座	講義 1単位		2 3	
	キャリア設計論	講義 1単位		3 4	
	スポーツ実技	実技 1単位		1 2 3 4	
	就業実習	実習 1単位		1 2	
	インターンシップ	実習 1単位		2 3	
人文社会	現代社会学	講義 2単位		1 2 3 4	
	社会と政治	講義 2単位	4	2 3 4	
	倫理と社会	講義 2単位	単位	2 3 4	
	日本国憲法	講義 2単位	以上	1 2 3 4	
	知的所有権	講義 2単位		2 3 4	
	地理学概論	講義 2単位		2 3 4	
自然科学	健康科学論	講義 2単位	必修	1 2 3	
	アートデザインのための数理	講義 2単位	4	2 3 4	
	データの科学	講義 2単位	単位	2 3 4	
	環境と心理	講義 2単位	以上	2 3 4	
	生物と自然	講義 2単位		2 3 4	
	線形代数学	講義 2単位		2 3 4	
グローバル	多文化理解	講義 2単位		2 3 4	
コミュニケーション	ENGLISH 101	演習 2単位	選択 必修	2 単位 以上	
	ENGLISH 102	演習 2単位			
	日本語1 ※留学生のみ	演習 2単位			
	Presentation in ENGLISH	演習 1単位			
	Communicative ENGLISH	演習 1単位			
	Academic ENGLISH	演習 1単位			
	Practical ENGLISH (for TOEIC test)	演習 1単位			
	日本語2 ※留学生のみ	演習 2単位			
	1				
アート&デザイン コア科目	総合芸術概論1	講義 2単位	必修	1	
	総合芸術概論2	講義 2単位	6	1 2 3 4	
	美術史概論	講義 2単位	単位	1 2 3	
	デザイン史概論	講義 2単位	以上	1 2 3	
	色彩学概論	講義 2単位		1 2 3	
	立体造形基礎論	講義 2単位		1 2 3	
	編集ディレクション演習	演習 2単位		2 3 4	
	絵画・デッサン	演習 2単位		1 2 3	
アート&デザイン エクステンション科目	日本美術史	講義 2単位	文保	2 3 4	
	西洋美術史	講義 2単位	文保	2 3 4	
	近現代美術史	講義 2単位	美術	2 3 4	
	文化財保存修復入門	講義 2単位	文保	2 3 4	
	文化遺産マネジメント	講義 2単位	文保	2 3 4	
	歴史遺産学総論	講義 2単位	歴産	2 3 4	
	日本建築史	講義 2単位	歴産	2 3 4	
	西洋建築史	講義 2単位	歴産	2 3 4	
	考古学概論	講義 2単位	歴産	2 3 4	
	民俗・人類学概論	講義 2単位	歴産	2 3 4	
	地誌学概論	講義 2単位	歴産	2 3 4	
	アジア文化論	講義 2単位	歴産	2 3 4	
	工芸デザイン入門	講義 2単位	工芸	2 3 4	
	文芸総論	講義 2単位	文芸	2 3 4	
	思想と文学	講義 2単位	文芸	2 3 4	
	プロダクトデザイン入門	講義 2単位	プロ	2 3 4	
	インテリアデザイン論	講義 2単位	プロ	2 3 4	
	応用人間工学	講義 2単位	プロ	2 3 4	
	建築デザイン論	講義 2単位	建環	2 3 4	
	都市空間デザイン	講義 2単位	建環	2 3 4	
	生活とグラフィックデザイン	講義 2単位	グラ	2 3 4	
	映像文化史	講義 2単位	映像	2 3 4	
	メディア文化史	講義 2単位	映像	2 3 4	
	サステナブルデザイン入門	講義 2単位	企画/食文化	2 3 4	
	地域デザイン入門	講義 2単位	企画/食文化	2 3 4	
	ブランド・マーケティング入門	講義 2単位	企画/食文化	2 3 4	
	広告表現入門	講義 2単位	企画/食文化	2 3 4	
	商品開発・店舗プロデュース入門	講義 2単位	企画/食文化	2 3 4	
	事業計画入門	講義 2単位	企画/食文化	2 3 4	
	インターネットビジネス論	講義 2単位	企画/食文化	2 3 4	
	現代幸福論	講義 2単位	地域	2 3 4	
	クリエイター起業論	講義 1単位	共通	2 3 4	
	クリエイター起業ゼミナール	演習 1単位	共通	2 3 4	
	イノベーションプロジェクト	演習 1単位	共通	2 3 4	
	(単位互換科目)				

学科科目	授業区分	区分要件	対象年次	卒業要件
必修	企画の哲学1	講義 2単位	基礎	1
	企画書表現入門	講義 2単位	基礎	1
	サステナブルデザイン入門	講義 2単位	基礎	1
	インターネットビジネス論	講義 2単位	基礎	1
	WEB企画制作入門	講義 2単位	基礎	1
	地域デザイン入門	講義 2単位	基礎	1
	プロモーションディレクション入門	講義 2単位	基礎	1
	ブランド・マーケティング入門	講義 2単位	基礎	2
	事業計画入門	講義 2単位	基礎	2
	商品開発・店舗プロデュース入門	講義 2単位	基礎	2
	広告表現入門	講義 2単位	基礎	2
	イベントプロデュース実践	講義 2単位	発展	3
	アイデア発想演習	演習 4単位	基礎	1
	フィールドワーク演習	演習 4単位	基礎	1
	グラフィックデザイン演習	演習 4単位	基礎	1
	ディレクション演習	演習 4単位	応用	2
	調査分析演習	演習 4単位	応用	2
	キャリアデザイン演習	演習 4単位	応用	3
	プロデュース演習1	演習 4単位	応用	3
	プロデュース演習2	演習 4単位	発展	3
	企画構想演習1	演習 4単位	発展	3
	企画構想演習2	演習 4単位	発展	3
	企画構想研究1	卒研 4単位	発展	4
企画構想研究2	卒研 6単位	発展	4	
選択	ツーリズムビジネス入門	講義 2単位	応用	1 2 3 4
	イノベーション理論	講義 2単位	応用	2 3 4
	地域デザイン実践	講義 2単位	応用	2 3 4
	エンターテインメント実践	講義 2単位	発展	2 3 4
	PR 広報実践	講義 2単位	応用	2 3 4
	広告ビジネス実践	講義 2単位	発展	3 4
	ブランドマーケティング実践	講義 2単位	発展	3 4
	事業計画実践	講義 2単位	応用	3 4
	ツーリズムビジネス実践	講義 2単位	発展	3 4
	地域/産業研究演習	演習 4単位	応用	1 2 3 4
	サステナブルデザイン演習	演習 4単位	応用	1 2 3 4
	プレゼンテーション演習	演習 4単位	応用	2 3 4
	メディアプランニング演習	演習 4単位	応用	2 3 4

16  
単位  
以上

※網掛け科目は除く



科目概要					学修レベル		教育概要			学位授与方針(OP)との関連															
科目名	授業形態	単位数	授業区分	履修時期		基礎	応用	発展	科目目的	目指す教育成果と到達度判断			身につける能力要素【3つまで選択可(4年必修科目は4つ以上可)・%の数値のみ記載・数値の合計は100(96)】												
				学年	学期					到達目標	評価方法・手段	知識・理解	思考力	課題発見力	発想・構想力	表現力	論理性	実行力	基礎学力	自己管理能力	人間関係形成力				
広告ビジネス実践	講義	2	選択	3~4	前期	●			本科目の目的は、企業が消費者に対して適切な情報を提供し、かつ購買意向を拡大させるためにどのようなコミュニケーションを講ずれば良いかを理解し、タッチポイントの各役割を定義できる学びを行う。当然タッチポイントごとの訴求内容の変化も含め購買活動プロセスを理解する。後半は毎年6月に実施されるCannesLionsの受賞作品を披露し、各作品から前半に学んだ理解の深掘り。世界の発想力などのCreativityを学ぶ。	すでに広告だけでは購買活動を覆う事は困難。よって消費者インサイトを踏まえたコミュニケーション構築(複数のタッチポイント)を理解する。(75%) Cannelionsの作品から個々のCreativityを向上させる。(25%)	中間時期にグループレポート提出、 ・企画力 表現力 ・知識構築  最終レポート提出 ・発想・構想力 ・企画力	25		50		25									
ブランドマーケティング実践	講義	2	選択	3~4	前期		●		本科目の目的は、企業のブランドマーケティング戦略を把握し、競合と比較してどのように設計しているかの分析をフレームワークを使って実践し習得する。	①IRデータを読みこなすことができる(25%) ②競合分析を行い、企業の強み弱みを把握できる(25%) ③フレームワークを使って戦略を構造的に導くことができる(50%)	個人課題、グループワークの課題の提出の内容で評価を行う		50	25	25										
事業計画実践	講義	2	選択	3~4	前期		●		ICTの発展によってビジネスの仕組みは全く新たなものになった。本科目では事業計画入門の統編として、起業のための実践的な講義を行う。入門でまとめた事業計画書を市場調査、競合調査、法的調査、資金調達など必要な側面からブラッシュアップを行い、行政等のインキュベーションスキームへ履修を進める。	①事業計画書のクオリティを上げる方法を知り、実践できるようになる。(50%) ②事業計画をブラッシュアップし学外のビジネスコンテストに入賞できるようになる(25%) ③業計画書をまとめるにあたり、自分自身に向き合い、社会への貢献力が身につく(25%)	事業計画書の提出、VCなどに向けたプレゼンテーション			50	25			25							
ツーリズムビジネス実践	講義	2	選択	3~4	後期		●		観光地域づくりにおけるグローバルスタンダードな視座を持ち、最新の事例に触れながら実践力を身につける。観光業界の第一線で活躍するゲストスピーカーの講義及び対話を通して、観光分野における即戦力となる思考力や企画力の素地を習得する。	①観光が地方創生等において重要な役割を求められているのか、その本質を理解し具体的な観光地域づくりへのアクションプランを設計できる(25%) ②観光商品造成等における原価計算や利益率など、収益性に関する基本を理解・実践できる(25%) ③グローバルスタンダードについての教養を高め、観光商品造成やプランニングにおいてその	・授業への取り組み姿勢 20% ・各授業後行うミニレポート課題についての提出と内容 30% ・最終試験レポートの内容 50%	25	50					25							
地域/産業研究演習	演習	4	選択	1~4	後期		●		ICTの発展によって、市場はニッチ化が可能になってきている。地域に散在する小さな企業において、グローバルな市場でビジネスを展開することが可能である。また市場のニッチ化は多様な地域価値を経済化できることを意味する。すなわち地域はイノベーションの宝庫である。本科目では、非大都市地域の農林水産業、製造業、小売業、観光業、情報業等にスポットをあて、ICTを活用したニッチ化の動きを探り、ICTの発達した社会での地域産業の発展性について多角的に探る。	①ICTによって、地域価値の経済化が見られ産業、経済などのビジネスモデルが変革していることを理解する(75%) ②働くこと、サービスを提供することの意味と社会での位置づけを理解できるようになる(25%)	レポート提出とプレゼンテーション	50		25	25										
サステナブルデザイン演習	演習	4	選択	1~4	後期	●			国家戦略であるデジタル田園都市国家構想等の主たる手段となるデジタルトランスフォーメーション(以下、DX)をマーケット(社会)で推進できる人材創出のための基礎知識とその事例について学修・理解していただけるカリキュラムとしています。	①自ら社会課題を発見することができる(25%) ②発見した課題に対して解決策を具体的にプランすることができる(50%) ③解決策について企画書にまとめ、プレゼンテーションにより提案することができる(25%)	テスト・レポート提出にて評価 50% 授業態度・出席 50%	25	50	25											
プレゼンテーション演習	演習	4	選択	2~4	前期		●		企画書や提案書を相手に的確に伝えるプレゼンテーション方法を学習し、訓練を繰り返す。自らの企画だけでなく、他者の企画も短時間で理解し、オリジナリティを持って発表できるよう指導する。前半はプレゼンテーションの基本を学び、表現力、論理力、アイデア発想を鍛える。各テーマやシーンに合わせた発表訓練を個人・チームで何度も行い、ノウハウを習得する。後半は、伝える内容を視覚的に整理して説得力を高める「プレゼン資料」の作成や、実践的な思考についてグループワークを中心に学ぶ。	①ユニークな企画開発の視点を見つけることができる(25%) ②目的や状況に応じた適切な表現技術を選択し、説得力のあるプレゼンテーションを実行できる(50%) ③自身の特性に基づいた発表に対するフィードバックを分析し、具体的な改善案を提示できる(25%)	自ら立案した企画書をスケジュールに沿って実行し社会課題の解決にチャレンジすること				25	50	25								
メディアプランニング演習	演習	4	選択	2~4	後期		●		広告・PRのメディア戦略策定プロセスを実践的な演習を通じて学ぶ。グループワークを中心に市場・競合・ターゲット分析を行い、データに基づいた戦略を立案する。複数回の中間発表とフィードバックを経て企画を磨き、最終的にプレゼンテーションを行う。各種メディア(マス・デジタル・SNS等)の特性を理解し、ターゲットに最適なメディアミックスを設計する実践力を養う。現場で求められる戦略的思考、実行力、クリエイティブ発想を総合的に学び、課題解決につながるメディア活用のあり方を提案する。	①目的に応じたKPIを設定し、データに基づいた合理的なメディアプランを提案できる(75%) ②各メディアの特性を比較分析し、ROIを考慮した最適な予算配分を説明できる(25%)	企画立案に必要な知識、構想力、表現力を身に着け コミュニケーション戦略に活用できる。	25			50	25									