

디자인매니지먼트 Curriculum

1. 전공실기 및 이론과목(3 credit)

컬처마케팅 Culture Marketing	<p>과학기술과 재료의 발견에 따른 도구형태의 결정요인과 지역특성, 사회문화적 규범 등에 의해서 결정지어지는 형태의 구성요소를 파악한다. 사회발전과정에 따라 도구가 어떻게 진화되고 도구를 수용하는 소비자의 의식과 생활환경이 어떻게 변화하는가를 연구함으로써 생활의 주체인 자신을 중심으로 상품적 가치를 갖는 소비대상의 탐구, 도구세계를 보는 시각을 확립한다. 특히 후기 산업사회에서 생산자 욕구와 수요자 욕구의 공통분모적 해소점으로서 도구의 의미를 각자의 눈으로 재해석할 수 있는 사고력과 논리 전개능력에 학습과 평가에 중점을 둔다.</p> <p>This course examines the determinants of forms of instruments corresponding to the discovery of materials and scientific technologies and the compositional elements of forms as decided by socio-cultural norms and regional characteristics. By understanding how tools have evolved according to social developments and how the consciousness and living environment of the consumers of such tools have changed, the students can establish the perspective on the study of target consumer as a product value as well as on the world of tools, so as to be able to reinterpret the significance of tools as the common denominator between supply and demand with their own logic and point of views.</p>
디자인기호학 Design Semiotics	<p>디자인 기호학의 개념과 기호를 통해 디자인 커뮤니케이션 과정을 이해한다. 커뮤니케이션 전략으로서 기호의 활용 가능성과 디자인 설득을 위한 수단으로서 기호를 활용 가치를 연구한다.</p>
디자인플래닝 Design Displaying	<p>기업의 현상을 분석하고 소비자의 욕구를 파악함에 디자인의 창의적 접근방법을 사용하여 혁신적인 소비자 경험을 기획하는 과정을 연구한다. 기업중심의 사고에서 벗어나 소비자가 중심이 되는 전략을 디자이너가 수립하고 디자인 활동에 반영 함으로서 궁극적으로 기업, 디자이너, 소비자 모두가 만족할 수 있는 방법을 탐구해 나간다.</p> <p>This course examines the process of planning innovative consumer experience with the design's creative approach by understanding the consumers' needs and analyzing the condition of the company. The emphasis is on developing an approach equally satisfactory to the company, the designer, and the consumer by reflecting consumeroriented rather than company-oriented strategy in the design activities.</p>

디자인조직관리 Organizational Behavior	인사 및 조직분야에 대한 이론과 조직에서 발생하는 실무적이고 실제적인 issue에 대한 해결을 통하여, 디자인 분야의 전문가로서 성장과 아울러 기업 및 소속 조직의 리더로서의 역할에 필수적인 조직관리 역량을 갖추는 것을 목적으로 함. 특히 조직에서 실제로 발생하는 문제의 이해 및 해결에 초점을 둔 과정으로서 case study, 선진기업의 best practice study, exercise, team project를 통하여 실무에 직접적으로 활용할 수 있는 skill을 습득하게 될 것임. 조직 생활을 영위하면서 각자가 직면하고 있는 조직/인사분야의 문제를 해당 주제에 관련된 수업을 통하여 해결하는 기회가 될 것이며, 관리자로서의 역량 개발 기회가 될 것임.
브랜드매니지먼트 Brand Management	시장환경 및 소비문화의 변화에 따라 모든 산업분야에서 브랜드의 중요성은 더욱 증대되고 있으며, 이제 브랜드 자산구축은 기업의 최대 과제가 되었다. 본 강좌는 마케팅과 브랜드, 그리고 디자인이 융합하는 각종 이론과 활용전략을 습득하고 다양한 국내외 사례를 분석해봄으로써 브랜드 관점의 통합관리능력을 배양하도록 하는데 목적이 있다.
디자인조사방법론 Methodology of Design Survey	창의적인 디자인활동에 유용한 소비자 및 시장조사의 이론적 내용과 분석기법 등을 체계적으로 실험 실습한다. 소비자 욕구와 행동을 과학적으로 분석하는데 필요한 정량적/정성적 조사방법을 숙지하여 사례별 연구프로세스에 적용시킨다. This course provides systematic practical experience in theoretical and analytical approaches to consumer and market surveys useful in creative design work. The qualitative and quantitative survey methodologies necessary in scientifically analyzing consumer needs and behavior are applied to case study processes.
디자인매니지먼트 Design Management	디자인 매니지먼트의 이론과 실재를 교수하는 과목이다. 디자인과 매니지먼트의 본질에 관한 이해를 바탕으로 디자인조직을 관리하는데 필요한 문제의 해결과 방법을 다루게 된다. 특히, 학생들은 다양한 사례연구를 통해 기업의 운영은 물론 디자인 전문회사의 운영을 위해 성공적인 사업 전략으로서의 디자인 해결을 활용하는 방법을 익히게 될 것이다. This Course is for introducing and discussing the theory and practise of design Management. Based on the essence of design and management, the student would explore design methods and creative solution for managing a design team. Specially, this course will help students to understand utilizing design solutions as successful keys for managing business and running consultants through related case studies.
소비자행동론과마케팅 Consumer Behavior	In this course we will explore the dynamic interaction of affect and

and Marketing	cognition, behavior, and the environment by which consumer's conduct the exchange aspects of their lives and it's role in marketing. We will study the thoughts and feelings people experience and the actions they perform in consumption processes and cases that exhibit consumer behavior and marketing.
디자인경영전략 Design Management Strategy	경영전략의 이해를 기반으로 기업 내 디자인을 위한 디자인경영 전략을 학습한다. 이를 위해 기본적인 디자인경영의 개념과 역할은 물론 디자인경영 전반을 이해하고, 전략적 사고와 도구를 기반한 디자인경영 전략설계와 실행 방법을 학습한다. 특히 고객과 시장 기반의 디자인경영을 위한 디자인마케팅 전략을 보다 구체적으로 학습하게 되며, 이를 기반으로 디자인경영전략 사례개발 프로젝트를 실습해 본다.
디자인비즈니스	디자인 관련 이론과 실기의 견비를 전제로 이루어지는 “디자인비즈니스”에서는, Design Oriented 비즈니스 창출의 유도를 목적으로 한다. 고부가가치를 가져올 Unique 한 브랜드 개발과 그에 따르는 비즈니스로의 전개 과정 등을 진행하며, 실제 국제시장에 내어놓음을 전제로 한 신개념 디자인브랜드의 사업을 기획해 본다. “디자인 비즈니스”는 포괄적이며 개론적인 디자인 비즈니스 방향을 체계화 하는 과정이며, 더불어 Design Oriented 비즈니스의 구체화를 위한 심화되고 전략적인 디자인 경영의 비즈니스 전략 과정이다. 따라서 자인 비즈니스에 대한 니즈가 있는 경우 더욱 현실적인 도움이 될 수 있는 과정이라 볼 수 있다. The Purpose of “Design Business” is in developing design-oriented business based on design theory and practice. In this course, we will develop global brand that has unique added value and its business model. “Design Business” is concentrated on developing design business direction, and focused on refining the business idea strategically as well. Therefore, students with tangible ideas for design business may benefit more from the course.
공공디자인행정론 Public Design Administration	공공디자인은 국가, 지방자치단체 및 공공단체 등이 소유, 설치, 관리하는 공적 영역의 디자인과 생활환경에서 사회구성원 모두에게 영향을 미치기에 공공성이 강조되어야 하는 사적 영역의 디자인을 모두 포괄하는 개념으로 국가/도시 브랜드 가치제고 및 삶의 질적 향상을 위해 중요성이 강조되고 있는 분야이다. 본 과목에서는 공공디자인의 행정에 관한 내용을 이론 및 사례 중심으로 교수한다. Public design are 1. the design of public spaces that are owned, installed, and managed by nation, local governments, and public organizations and 2. the design of private spaces which affects everyone's life thus it's publicity should be emphasized. This course aims to deliver administrative knowledge of public design based on theories and case studies.

트렌드리서치 Trend Research	사회, 경제적 변화에 따른 소비시장의 현상과 동향을 파악하기 위하여 트렌드 조사방법을 연구하고, 그 분석대상에 따라 적합한 조사도구를 개발 또는 활용하여 시장 변화의 흐름을 분석 또는 예측한다.
서비스디자인 Service Design	비즈니스 또는 사회 공익적 차원에서 서비스의 효율성, 생산성, 혁신을 추구하기 위한 시스템으로서의 디자인을 연구하는 과목으로 케이스 스터디 중심의 리서치가 수행된다.
디자인경영진단 Design management diagnosis	디자인 경영에서 자체적으로 해결하기 어려운 문제가 생기거나, 미래의 발전방향을 설정하기 위해 가장 효과적이고 문제 해결 방법을 연구하기 위한 교과목임. The design management diagnosis is to explore most efficient solution to solve any problems on design management and to build up futuristic direction for further improvement.
디자인전략연구 Research for Design Strategy	디자인을 통한 기업과 소비자들의 다양한 소통 전략 사례를 연구분석하며 디자인의 다양한 연구 조사 기법들을 학습한다. To explore the communication strategy of corporation for consumers throughout design and to study on design research methods

2. 공통과목(3 credit)

조형심리 Psychology of Design	사회적, 문화적 행동의 산물로서 조형물에 대해 두 가지 차원의 지각에서 고찰하고, 그 조형물의 구성적 특성에 대해 연구한다. This course examines plastic work as the product of social and cultural behavior from two levels of perception and studies structural characteristics of such plastic work.
디자인과마케팅 Design and Marketing	디자인의 성공과 실패를 좌우하는 요인 중 가장 중요한 마케팅을 디자인의 방법론적 접근과 마케팅 이론을 통한 접근으로 보다 합리적인 디자인을 이론적으로 연구한다. This course makes a theoretical study of rational design through a methodological approach that emphasizes on marketing as the most decisive element in the design's success or failure as well as through marketing theory.
색채계획론 Theory of Color Planning	현대 디자인의 색채계획 방법을 모색하며 과학적이고 논리적인 사용방법을 제시할 수 있는 전문인으로서의 색채계획 능력을 모색한다. This course develops professional color planning ability that can suggest scientific and logical application methods based on modern design color planning methodology.
디자인방법론 Design Methodology	일반적인 디자인의 합리적인 수행을 위하여 방법의 의의에서부터 디자인 프로세스에 이르기까지 제기되는 문제들을 이론적으로 추구하여 새로운 시대에 부합되는 디자인 방법의 정립을 위한 연구를 한다. This course theoretically examines problems suggested in the rational execution of general designing from the significance of method to the design process to establish the design method appropriate to the new times.
한국인의조형의식 Plastic Consciousness	한국의 풍토와 조형예술을 통하여 한국인의 조형의식을 심리학적으로 접근하고 문화 인류학적으로 이해하면서 조형의식을 규명하기 위하여

of Koreans	이들을 분석, 연구한다. This course examines and defines Korean plastic consciousness through Korean climate and plastic art with a psychological approach and a culture-anthropological understanding.
사진과예술 Art and Photography	사진의 역사적 측면과 기술사적 측면을 바탕으로 예술로서의 사진이 어떻게 전개되어 왔으며, 예술사적 측면에서 어떻게 인식되어 왔는가를 이론적으로 고찰한다. This course theoretically examines how photography has developed as a form of art and how it has been perceived by art history from photography's historical and technical aspects. Theory of Digital Media: This course develops new perspectives on the meaning, value, and methods of design as defined by the traditional field of design through understanding of new media and changes in social environment.
창업이론 Theory of Corporate Establishment	디자인컨설팅회사의 설립과 운영에 도움이 되는 기업가로서의 자질과 경영지식을 공부한다. 성공적인 디자인 회사의 경영을 위한 토대가 되는 마케팅, 유통, 인력관리 및 재무관리의 기초를 연구한다. This course covers business skills and temperaments demanded of corporate managers useful in the establishment and management of design consulting company. Basics in marketing, circulation, personnel management and financial management necessary to a successful management of design company will be studied.
디지털미디어론 Theory of Digital Media	Understand the digital paradigm and seek the future of digital which affects on media, art, culture and economy among the various changes to inspire the ability of designing through the theory of Digital Media.
생태적디자인 Ecological Design	With the Ecological Design theory which is the paradigm of 21st century, improve the view to the various ecological thoughts and the design cultures. Based on the ecological design thoughts, understand the various social environmental problems and the concept of product development and ecological construction, and strengthen the ability of the systematic planning as well.
조형원리 I (보충과목) Principle of Plastic I	조형원리의 이론적, 실제적 연구를 통하여 이를 제반 디자인에 활용할 수 있는 평면적 조형능력을 기른다. This course makes theoretical and practical studies of principles of plastic to develop formative skills applicable to various designs.
조형원리II (보충과목) Principle of Plastic II	입체적, 공간적 환경에서의 조형적 원리, 구조에 관한 문제들을 실제 과제를 통하여 연구한다. This course studies issues related to plastic principle and structure in the three-dimensional, spatial environment through actual tasks.
표현과 매체I (보충과목) Medium and Visual Presentation I	급변하고 범람하는 뉴미디어시대에 사용되는 수많은 인터페이스를 정확히 바라볼 수 있는 힘을 기르고 뉴미디어 아트의 역사의 고찰을 통해 최신의 산업의 전반에 접목할 수 있는 아이디어를 모색한다. 이론과 예시를 통해 다양한 형식의 접근방식을 알게 되어, 각자의 필드에 고차원적으로 접근, 적용 할 수 있는 능력을 갖게 됨을 목표로 한다. It is increasing power of exactly looking at the various interfaces what are used in new media era. Find ideas to convergence with thinking of the history of new media arts into widely industries. Be known variable way of approaching method with theories and examples. The purpose is to have highly adaptable and approachable ability in each field.
표현과매체II (보충과목) Medium and Visual Presentation II	표현가능성을 심화시키기 위해서는 관련된 재료와 도구 등 그 자체의 경험을 통한 매개적인 미디어의 중요성에 대한 이해가 필요 하다. 조형 예술 세계의 기본인 시각언어적인 체계와 표현에 관련된 심화과정을 그 목표로 한다.

	This course provides technical development of the visual-linguistic system and expression that is basic to the world of plastic art with an emphasis on the importance of media as an experience in visualizing potential expressions with related materials and tools.
인턴십 Internship	학생들이 본 대학원의 전공과 관련한 특정 분야에서 일정 기간 근무함으로써, 본인의 학업을 직업사회와 연계하고, 사회진출을 위한 역량 및 경력을 개발할 수 있도록 기회를 제공함.
논문작성법특강 Thesis Research (P/F)	졸업 논문 쓰기의 의미를 이해한다. 논문쓰기의 절차와 형식을 이해하고, 주제를 선정, 참고문헌, 개요작성을 하여 초안을 완성한다. Recognize the meaning of writing Graduate Thesis. Understand the procedure and form of thesis writing and complete the draft by setting the subject, arranging references and writing outline.
디자인기업가정신 (Design Entrepreneurship)	디자인 트렌드, 디자인 문화를 이끌어가는 창의적 기업인을 초청, 해당분야에서 국제적 수준의 역량과 비전을 제시하는 리더십과 기업철학을 공유할 수 있는 기회를 제공한다. 본 교과목은 특강 형식으로 운영된다.
디자인창작세미나	

3. 디자인 대학원 공동 기획전시

재학 중 공동 혹은 전공별로 1회 이상의 전시를 실시하며, 그 시기, 절차 및 방법은 학사지도 교수회의에서 협의한다.