

# 수업계획서

결	전공주임	교학부장
재		

< 2017학년도 8월 21일 ~ 12월 10일 >

1. 강의개요							
학습과정명	디자인마케팅	학점	3	교강사명	교강사 전화번호		
강의시간	3	강의실		수강대상	실내디자인	E-mail	
2. 교육과정 수업목표							
<p>* 구체적인 디자인 마케팅에 대한 전략적 원리와 지침, 기법 등을 학습하여 조형적인 창작활동과 여러 분야 학문에 응용함으로써 디자인 프로세스에 대한 전문적인 지식을 갖출 수 있도록 학습한다.</p> <p>* 디자인마케팅을 배려하는 가운데 소비자들에게 전략적으로 다가갈 수 있는 성공적인 디자인 능력을 배양 할 수 있도록 학습한다.</p>							
3. 교재 및 참고문헌							
주교재	디자인마케팅	저자	홍지원	출판사	미진사	출판년도	2013
부교재(참고문헌)	실전디스플레이노하우	저자	김자경외1인	출판사	미진사	출판년도	2012
4. 주차별 강의(실습·실기·실험) 내용							
주별	차시	강의(실습·실기·실험) 내용				과제 및 기타 참고사항	
제 1 주	1	1)강의주제 : 디자인과 마케팅이란? 2)강의목표 : 디자인 마케팅 3)강의 세부 내용 ① 디자인의 의미 및 이해와 디자이너의 자질 요소 학습 ② 마케팅이란 무엇이며, 시장변화에 따른 마케팅 전략 ③ 다양한 디자인 콘셉트의 분해 및 핵심요소 이해하기 4)수업방법 : 강의, 질의응답				주교재 p12-22 부교재 p18-49	
	2						
	3						
제 2 주	1	1)강의주제 : 디자인 마케팅의 이해 2)강의목표 : 마케팅의 이해하기 3)강의 세부 내용 ① 디자인 마케팅의 프로세스 학습하기 ② 디자인 마케팅의 필요성과 역할 학습하기 ③ 디자인 마케팅의 전략적 사례 학습하기 ④ 다양한 디자인 콘셉트의 분해 및 핵심요소 이해하기 4)수업방법 : 강의, 질의응답				주교재 p23-32 부교재 p18-49	
	2						
	3						
제 3 주	1	1)강의주제 : 디자인 마케팅 조사 2)강의목표 : 디자인 마케팅 조사의 분석들 3)강의 세부 내용 ① 소비자에 대한 정의와 특성 및 유형을 이해하고 미래의 소비자의 특성 학습하기 ② 경쟁자의 의미를 이해하고 분류 및 다양한 형태를 통한 경쟁자 분석하는 방법 학습하기 4)수업방법 : 강의, 질의응답				주교재 p34-70	
	2						
	3						
제 4 주	1	1)강의주제 : 전문가 인터뷰 분석 및 이미지스케일 학습하기 2)강의목표 : 전문가 인터뷰 분석 [분석1] 3)강의 세부 내용 ① 전문가 인터뷰 분석 및 기자가 지켜야 하는 관례 학습하기 ② 이미지 스케일의 정의 및 다양한 이미지 스케일 학습하기 ③ 국내의 이미지 스케일 사례를 통한 스케일 학습하기 4)수업방법 : 강의, 질의응답				주교재 p72-76 p96-101 부교재 p85-114	
	2						
	3						
제 5 주	1	1)강의주제 : SWOT 분석의 특징 2)강의목표 : SWOT 분석의 특징 [분석2](1) 3)강의 세부 내용 ① SWOT분석 [내부환경 - S:강점, W:약점],외부환경 - O:기회, T:위협] 학습하기 ② SWOT분석 사례 학습하기 4)수업방법 : 강의, 질의응답				주교재 p77-95 <b>과제 1: 우리나라 공동주택의 디자인 마케팅전략</b>	
	2						
	3						
제 6 주	1	1)강의주제 : STP 분석의 특징학습하기				주교재	

	2	2)강의목표 : STP 분석의 특징 학습하기[분석2](2) 3)강의 세부 내용	
	3	① STP분석의 전략 수립 과정 등 학습하기 ② STP분석 사례 학습하기 4)강의방법 : 강의, 질의응답	p77-95
제 7 주	1	1)강의주제 : 라이프 스타일의 특징 및 트렌드분정과 전망 학습하기	주교재 p102-130
	2	2)강의목표 : 라이프 스타일의 특징 및 트렌드분정과 전망 학습하기 [분석3]	
	3	3)강의 세부 내용 ① 라이프 스타일의 연구 특징과 측정 방법 및 라이프 스타일 마케팅 적용 학습하기 ② 라이프 스타일 분석 사례 학습하기1 ③ 트렌드 분석 사례 학습하기 4)수업방법 : 강의, 질의응답	
제 8 주	1	중 간 고 사	
	2		
	3		
객관식 20점, 단답형 또는 주관식 10점			
제 9 주	1	1)강의주제 : 포지셔닝 전략 및 브랜드 마케팅 방법 학습	주교재 p132-149
	2	2)강의목표 : 포지셔닝 전략 및 브랜드 마케팅 방법 학습 [전략1]	
	3	3)강의 세부 내용 ① 포지셔닝의 개념과 절차 및 맵 학습하기 ② 포지셔닝 전략 사례 학습하기 ③ 브랜드 경영이란 무엇이며, 브랜드 마케팅 전략 구성요소 학습하기 ④ 브랜드 마케팅 전략 사례 학습하기 4)수업방법 : 강의, 질의응답	
제 10 주	1	1)강의주제 : 브랜드 디자인 이미지 구축 및 실무 활용	부교재 p69-84 p115-265
	2	2)강의목표 : 브랜드 디자인 이미지 구축 및 실무 활용	
	3	3)강의 세부 내용 ① 사상체질론을 활용한 브랜드 이미지 구축 학습하기 ② 브랜드 인지도를 높이는 디자인 학습하기 ③ 브랜드 이미지 실무 사례 학습하기 4)수업방법 : 강의, 질의응답	
제 11 주	1	1)강의주제 : 감성마케팅 전략 및 컬러마케팅 전략	주교재 p150-165 부교재 p50-68
	2	2)강의목표 : 감성마케팅 전략 및 컬러마케팅 전략 [전략2]	
	3	3)강의 세부 내용 ① 감성 마케팅의 정의 및 전략의 종류 학습하기 ② 감성 마케팅 전략 사례 학습하기 ③ 컬러마케팅의 전략 및 효과 학습하기 ④ 컬러마케팅 전략 사례 학습하기 4)수업방법 : 강의, 질의응답	
제 12 주	1	1)강의주제 : 디자인 매니지먼트의 프로세스 및 브레인스토밍 학습하기	주교재 p166-188 과제2 : 건축 디자인 마케팅 성공 전략과 사례
	2	2)강의목표 : 디자인 매니지먼트의 프로세스 및 브레인스토밍 학습하기 [전략3]	
	3	3)강의 세부 내용 ① 디자인 매니지먼트 기능과 프로세스 학습하기 ② 디자인 매니지먼트 사례 학습하기 ③ 브레인스토밍 진행과정과 한계 및 보완기법 학습하기 ④ 브레인스토밍 사례 학습하기 4)수업방법 : 강의, 질의응답	
제 13 주	1	1)강의주제 : 디자인 마케팅 사례 분석 학습하기	주교재 p190-205
	2	2)강의목표 : 디자인 마케팅 사례 분석 학습하기[1]	
	3	3)강의 세부 내용 주제 선정[브레인스토밍] - 주제 선정의 목적- 소비자 조사 - 경쟁사 조사 - 시장조사 - 사회 문화 환경 요인 - SWOT분석 -STP분석 - 이미지스케일 - 라이프스타일/트렌드 분석 - 이미지 스크랩 - 가상 이미지맵 4)수업방법 : 강의, 질의응답	
제 14 주	1	1)강의주제 : 디자인 마케팅 사례 분석 학습하기	주교재 p206-234
	2	2)강의목표 : 디자인 마케팅 사례 분석 학습하기[2]	
	3	3)강의 세부 내용 주제 선정 - 시장 조사 - 소비자 조사 - 경쟁사 분석 - 소비자 분석 - SWOT분석 - STP분석 - 가상 시나리오 - 이미지맵·컬러맵 - 결론 4)수업방법 : 강의, 질의응답	
제 15 주	1	기 말 고 사	
	2		
	3		
객관식 20점, 단답형 또는 주관식 10점			
5. 성적평가 방법			

중간고사	기말고사	과제물	출결	기타	합계	비고
30 %	30 %	15 %	20 %	5 %	100 %	
6. 수업 방법(강의, 토론, 실습 등)						
- 강의 : 프리젠테이션을 통한 수업						
- 강의 : 다양한 사례를 통한 이론의 적용 학습 효과 극대화						
- 토론 : 매 수업 후 질의 응답을 통한 학습 효과 극대화						
7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항						
● 출결관리 : 80% 이상만 출석 성적 부여						
● 성적관리 : 상대평가기준(A : 20% 이하, A + B : 60% 이하)의 범위 내에서 결정						
● 1차 과제: 우리나라 공동주택의 디자인 마케팅 전략						
● 2차 과제: 건축디자인 마케팅 성공 전략과 사례						
8. 문제해결 방법(실험·실습 등의 학습과정의 경우에 작성)						