

강 의 계 획 서

교육과정	학점은행제	회 차	시각디자인학		
개설과목	디자인경영과 브랜드전략	학 점	3	수강료	300,000원
교 수	이경연	휴대폰		이메일	

교 재	교 재 명	출 판 년 도	저 자	출판사
주 교 재	브랜드와 패키지디자인	2003	박규원 외	한양대학교 출판부
부 교 재	디자인 브랜드 아이덴티티	2012	엘리나 힐러 저, 유승재 역	비즈니스비즈

수업목표	<p>1) 미래 기업은 디자인과 브랜드의 경쟁력에 의해 형성되기 쉽다. 이러한 근거와 요인을 현장 중심으로 이해시킨다.</p> <p>2) 기업의 미래성장 동력인 브랜드 이미지구축이 디자인에 얼마나 영향을 갖는지 국내외 사례를 중심으로 이해시킨다.</p> <p>3) 성공(또는 실패)디자인, 브랜드 사례를 중심으로 그 요인과 배경을 이해하고 발전방향을 제시한다.</p> <p>4) 이론과 토론을 바탕으로 매주 A4 1페이지 레포트 제출. (그림 포함, 참고문헌, 해외문헌 인용 권장)</p> <p>5) 학기말 전체 학생 레포트를 사례집을 제작(데이터화)한다.</p>							
오리엔테이션 내용	오리엔테이션 및 디자인 경영과 브랜드 전략의 개요, 수업 방향, 평가방법 제시							
교수방법	출결관리 80이상, 성적관리 60이상							
성적평가방법	중간고사	40%	기말고사	40%	과제	10%	기타	10%

주 차	강 의 내 용	비 고
1	오리엔테이션 및 디자인 경영과 브랜드 전략의 개요, 수업 방향, 평가방법 제시	
2	1) 제목: 디자인 경영과 브랜드 마케팅 전략 2) 주제: 디자인 경영과 브랜드 사례 3) 내용: 디자인 경영에 대한 본질에 대해 이해하고, 디자인 경영의 기능과 프로세스를 세부적으로 살펴본다. 브랜드의 사례를 시장조사, 경쟁사, SWOT, STP, 광고 분석으로 분류하여 분석방법에 대해 이해를 도모하여 향후 과제 진행에 대해 제시한다. 수업의 후반부에는 개인별 연구 주제(브랜드)를 선정한다.	
3	1) 제목: 마케팅에서 디자인 역할 2) 주제: 디자인 마케팅 성공 사례 조사 3) 내용: 디자인 마케팅으로 성공한 기업이나 제품에 대한 사례를 분석해보고 마케팅에서 디자인 역할의 중요성을 인식해본다.	
4	1) 제목: 상품 런칭과 디자인 2) 주제: 기업(브랜드)의 내적·외적 환경 조사 3) 내용: 상품 런칭은 고객과 주요 이해관계 집단에 새로운 브랜드를 알릴 수 있는 첫 번째 기회이다. 선정한 브랜드에 대한 일반적인 시장 현황에 대한 조사를 해보고, 디자인 관점에서의 전망을 예측해본다.	
5	1) 제목: 브랜드 네이밍 2) 주제: 좋은 브랜드 네임의 조건 3) 내용: 브랜드의 네임이 가진 의미와 다양한 속성들은 오랜 시간을 두고 반복적인 마케팅과 노출을 통해 만들어진다. 브랜드 네임의 유형(ex: 설립자 이름, 상징형 이름)을 조사하여 적절한 브랜드 네임	

	의 조건을 파악해본다.	
6	1) 제목: 브랜드와 개선 디자인 2) 주제: 브랜드 리뉴얼 사례 조사 및 분석 3) 내용: 기업이 성장함에 따라 기업의 목표도 분명해지고, 브랜드 포지셔닝은 세밀해지며, 시장 환경의 변화에 따라 이해관계도 변화한다. 브랜드 아이덴티티의 구축 계획에는 새로운 이름으로 변화한 브랜드, 새로운 로고 디자인, 새로운 패키지 디자인 리뉴얼 작업이 있다. 브랜드 이름/로고/패키지 세 가지 분류의 리뉴얼 사례를 조사해보고, 성공, 실패의 원인을 분석해본다.	
7	중간평가 (프리젠테이션 & 크리틱)	
8	1) 제목: 브랜드 컬러 전략의 효율성 2) 주제: 브랜드 컬러 선정의 궁극적 목표 인식 3) 내용: 고객과 시장에서 긍정적인 아이덴티티 컬러의 연상 이미지를 갖는 브랜드를 조사하고 토론하는 시간을 가진다.	
9	1) 제목: 판매촉진, 광고와 브랜드 디자인 2) 주제: 소비자와의 접점 구축을 위한 브랜드 광고 3) 내용: 브랜드의 광고 디자인은 소비자에게 영향력을 미치고, 정보를 전달하며, 제품을 구매하도록 설득하고 소비자와 소통하는 수단이다. 소비자와 제품 사이의 관계를 새롭게 정의하는 예술이자 과학인 브랜드의 광고 사례들을 리서치하고 분석해보는 시간을 갖는다.	
10	1) 제목: 유통과 진열 그리고 브랜드 디자인 2) 주제: 진열을 전제로 하는 브랜드 사례 조사 3) 내용: 훌륭한 디자인일지라도 진열해보면 효과를 발휘하지 못하는 경우가 있다. 진열되는 브랜드의 상품은 현장에서 기획되고, 디자인하고 검증받아야 하는 마케팅 활동이다. 진열을 전제로 하는 브랜드 사례를 조사하여 경쟁사 브랜드 제품과 차별화될 수 있는 방안을 모색해본다.	
11	1) 제목: 브랜드 전략과 디자인 경영 관계 2) 주제: 포지셔닝 맵 작성 및 브랜드 전략 수립 3) 내용: 브랜드 전략 수립은 제품이나 서비스의 유형, 시장에서의 위치에 상관없이 모든 브랜드에 필수 과정이며, 브랜드의 포지셔닝을 결정한다. 개인별 연구 주제(브랜드)와 경쟁 브랜드에 대해 포지셔닝 맵을 작성해보고, 브랜드의 현 위치를 파악하여 차별화 요소, 강점, 독특한 가치 제안 등을 제시해본다.	
12	1) 제목: 브랜드 경영이란 2) 주제: 브랜드 디자인 매뉴얼과 브랜드 전략개발 사례 3) 내용: 브랜드에 대한 중요성이 강조되는 가장 큰 이유 중의 하나는 브랜드가 기업의 가치를 창조하는 하나의 무형 자산으로 인식되고 있다는 것이다. 브랜드가 기업의 가치를 평가하는 중요요인으로 강조되면서 브랜드 가치가 기업경영의 핵심인 셈이다. 브랜드 디자인 매뉴얼의 잘된 사례를 조사해보고, 좋은 브랜드 매뉴얼의 조건에 대해 토론해본다.	
13	1) 제목: 브랜드에서의 디자인 가치 2) 주제: 인터브랜드의 브랜드 가치 평가 3) 내용: 인터브랜드에서 선정한 세계 100개 브랜드 중 한 가지 브랜드를 선정하여 관련 사례들을 조사해본다. 디자인 관점에서의 브랜드 가치에 대한 중요성을 인식해보며, 세계 100대 브랜드의 사례를 통해 브랜드가 나아가야 할 방향을 돌아보는 계기가 될 수 있도록 한다.	
14	1) 제목: 시대의 흐름 감성 마케팅, 컬러 마케팅 2) 주제: 마케팅 성공 사례 분석 3) 내용: 감성 마케팅, 문화 마케팅, 오감 마케팅, 다른 마케팅의 분류 (원, 편, 디지로그) 등에 대해 사례 조사하고 실용 가능한 브랜드에 대해 토론해본다.	
15	기말평가 (매주 제출하였던 과제물을 종합하여 사례집을 제작(데이터화)하는 것으로 마무리한다.)	