

# 1. 시각디자인학과-브랜드마케팅분야 CDR의 목표

CDR 목표	소비자의 감성에 호소하는 브랜드마케팅 시대를 맞아 마케팅의 관점에서 브랜드 개념과 중요성을 파악한다. 브랜드 아이덴티티 전략수립 및 브랜드 매니지먼트의 필요성을 이해하고 그에 관한 구체적인 방안을 연구하여 분석적 사고와 심미적 조형성에 대한 감각을 지닌 창의적 디자이너 양성을 목표로 한다.
CDR 대상직업군	디자인 부티크, 디자인스튜디오, 디자인기획실, 디자인비즈니스 컨설팅



## 2. 시각디자인학과-브랜드마케팅분야 CDR 직업수요분석

<p style="text-align: center;">현황</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 일반기업에서 디자인부서 혹은 인력을 보유한 기업은 24,333개, 디자인관련 아웃소싱만 실시하는 기업은 14,051개로 디자인관련 업무를 실시하는 업체는 총 38,384개로 추정됨. 이 가운데 디자인 전문기업은 총 2,245개로 추정됨.</li> <li>2. 디자인 인력보유 일반기업의 업체 평균 디자이너 수는 4.24명이고 일반기업 전체 디자이너 수는 103,172명 정도로 추정됨. 디자인 전문기업의 디자이너 수는 1개 업체 평균 3.79명이고, 디자인 전문기업 전체 디자이너 수는 8,509명으로 추정됨.</li> <li>3. 디자인 경쟁력에 대한 디자인 최고 수준 대비 자사 디자인의 평가결과 일반기업의 경우에는 100점 만점에 63.72점, 디자인 전문기업의 경우 75.96점으로 디자인 전문기업이 10정도 높게 나타남. 이 가운데 시각디자인분야는 유저인터페이스디자인 57.15점, 컨셉디자인 69.39점, 커뮤니케이션디자인 63.78점, 브랜드디자인 66.17점, 그래픽디자인 70.27점으로 그래픽디자인분야의 디자인평가가 높게 나타남.</li> <li>4. 우리나라 기업 평균 10개 업체 중 2개 업체 정도는 디자인 업무가 발생(22.4%)하고 있으며, 이 중 별도의 디자인 부서를 갖추고 있는 업체는 7.25%, 별도의 디자인부서는 없지만 디자인전문 인력이 있는 업체는 7.0%, 디자인관련 업무는 없고 디자인관련 업무만 아웃소싱하는 업체는 8.2%로 총 22.4%를 차지하고 있음. 업종별로는 광고업, 컴퓨터 운영 관련업, 컴퓨터시스템 설계 및 자문업, 데이터베이스 및 온라인 정보 제공업 등 사업서비스업체에서 디자인 발생률이 37.4%로 가장 높게 나타남.</li> <li>5. 신사업 개발의 각 프로세스에서 디자인개발을 위해 디자인인력이 참여하는 비율을 조사한 결과 성공적인 프로젝트의 경우 시장조사, 시제품 연구개발, 생산 및 제작, 마케팅, 사후관리 및 서비스 등 모든 과정에서 일반적인 프로젝트에 비해 디자인인력 투입비중이 컸던 것으로 나타나며, 이 가운데 제조업과 오락/문화/운동 관련업이 사업서비스업 분야보다 각 프로세스 디자인인력 참여비율이 전반적으로 높은 수준으로 나타남.</li> <li>6. 디자인전문기업의 주 생산 품목으로 시각디자인 39.3%, 디지털미디어디자인 1.6%, 제품디자인24.1%, 패션디자인 2.6%, 공예디자인 0.8%로 시각디자인분야가 가장 많았음. 이는 시각디자인분야가 폭넓게 포진되어 있고 시장구조 또한 활발하게 움직인다는 것으로 분석됨.</li> <li>7. 디자인전문업체 중 35%정도가 신산업 분야에 종사하는 업체로 나타남. 이를 시각디자인분야와 관련하여 세부적으로 분석하면 통신/정보/방송/차세대 제품 및 기기 업체가 8.7%, 디지털 콘텐츠 개발 5.75%, 디지털 영상 디자인 5.5%, 통신/인터넷 서비스 3.5%, 컴퓨터관련 서비스 3.6% 모바일/애드데인먼트 1.7% 등으로 나타남.</li> <li>8. 디자인업체가 보유하고 있는 디자이너는 평균 3.79명으로 나타나며, 디자인전문인력 중에서 시각디자인을 세부 분야별로 나누어 살펴보면 그래픽디자인분야의 디자인인력비율이 30.4%, 유저인터페이스분야 7.15, 컨셉디자인 9.9%, 커뮤니케이션디자인 7.5% 브랜드디자인 7.1% 를 차지하는 것으로 나타남.</li> <li>9. 기업에서 수행한 프로젝트를 시각디자인영역별로 구분하면 유저인터페이스디자인 5.35%, 컨셉디자인 9.9%, 커뮤니케이션디자인 7.0%, 브랜드디자인 8.9%, 그래픽디자인 27.3% 등으로 그래픽디자인분야가 차지하는 비율이 높게 나타나는 것을 알 수 있음.</li> </ol>
<p style="text-align: center;">수요예측</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 향후 2년간 디자인관련 발생 가능성이 있는 사안에 관한 예상은 보다 수준 높은 디자인 역량에 대한 요구증대가 50.78점, 디자인시장의 급성장 48.94점, 해외 디자인기업의 적극적 시장참여 45.75점, 고급 디자인인력 구인란 44.73점으로 그 가능성이 다소 저조한 것으로 나타남. 그러나 제조업, 사업서비스업, 오락/문화/운동 관련업을 중심으로, 그리고 디자인인력을 보유한 기업과 디자인전문자인 경우 디자인관련 사안에 대한 발생가능성은 디자인기업간 경쟁강화 76.20점, 보다 수준 높은 디자인역량에 대한 요구 증대 72.52점, 해외 디자인기업의 적극적 시장참여 62.75점, 디자인시장의 급성장 56.78점으로 높게 인식하고 있음.</li> <li>2. 현재 디자인업무가 발생하지 않은 업체를 대상으로 향후 디자인업무 발생 가능성에 대한 조사결과는 사업서비스업에서 디자인발생 발생가능성을 높게 보고 있었고, 이어 오락/문화/운동 관련 서비스업, 제조업 순으로 나타남. 따라서 디지털미디어, 웹정보 서비스 등에 관련 교육과정과 전문 인력 양성이 필요한 것으로 인식됨.</li> <li>3. 디자인업무가 발생하지 않은 업체 가운데 향후 디자이너 채용계획이 있는 업체는 사업서비스업 분야의 경우 14.4%로 높았으며, 대기업과 대도시에서 각각 9.7%로 중소기업과 중소도시의 7.6%와 5.9%보다 상대적으로 높게 나타남.</li> <li>4. 우리나라는 대규모 디자인인력, 기업의 디자인투자 증대, 디자인관련 인프라확충, 정부의 꾸준한 디자인 진흥정책 추진 등 디자인선진국으로 도약하기 위한 여건이 잘 갖추어져 있고, 풍부한 문화 자산과 세계 최고의 정보 인프라를 보유하고 있어 디자인분야의 성장 잠재력은 무한하다고 볼 수 있음.</li> <li>5. 영국의 유력 디자인잡지인 아이콘(ICON)이 2005년 3월 "21세기 가장 영향력 있는 디자인계 이슈 가운데 하나로 우리나라를 지목한 것도 주요 대기업의 디자인투자과 정부의 디자인산업 육성의지를 기반으로 우리나라가 세계적인 디자인리더로 부상할 가능성이 충분하다는 것을 입증한 것이라고 할 수 있음.</li> </ol>

### 3. 시각디자인학과-브랜드마케팅분야 CDR 교육과정

학 년	학 기	시각디자인학과 학과(전공) 교육과정	중점 과목	연계선택과목
1 학 년	1	관찰과표현 I (2/3) 입체디자인 I (2/3) 평면디자인 I (2/3) 디자인론(2/2)	평면디자인 I (2/3) 디자인론(2/2)	사고와표현(3/3) 영어2(2/2) 교양과인성(시각디자인)(1/1)
	2	컴퓨터그래픽스I(2/3) 관찰과표현II(2/3) 입체디자인 II (2/3) 평면디자인 II (2/3)	컴퓨터그래픽스I(2/3) 평면디자인 II (2/3)	영어1(2/2) 교양과인성(시각디자인)(1/1)
2 학 년	1	시각디자인사(2/2) 시각디자인 I (2/3) 컴퓨터그래픽스II(2/3) 일러스트레이션기초 I (2/3) 타이포그래피기초 I (2/3) 디자인컨셉 I (2/3)	시각디자인사(2/2) 시각디자인 I (2/3) 컴퓨터그래픽스II(2/3) 디자인컨셉 I (2/3)	
	2	시각디자인 II (2/3) 디자인컨셉 II (2/3) 일러스트레이션기초 II (2/3) 기호와 의미(2/2) 미디어디자인기초(2/3) 타이포그래피기초 II (2/3)	시각디자인 II (2/3)	

학년	학기	시각디자인학과 학과(전공) 교육과정	중점 과목	연계선택과목
3 학 년	1	타이포그래피 I (2/3) 커뮤니케이션디자인 I (2/3) 일러스트레이션 I (2/3) 유저인터페이스디자인 I (2/3) 우빙이미지(2/3) 브랜드디자인마케팅(2/2) 아시아문화콘텐츠기획및제작실습(	커뮤니케이션디자인 I (2/3) 브랜드디자인마케팅(2/2)	
	2	타이포그래피 II (2/3) 커뮤니케이션디자인 II (웹스톤디자인) 일러스트레이션 II (2/3) 인포메이션그래픽스(2/3) 유저인터페이스디자인 II (2/3) 디자인매니지먼트(2/2) 전공과취업 I (시각디자인)(1/1)	커뮤니케이션디자인 II (웹스톤디자인) 디자인매니지먼트(2/2)	
4 학 년	1	커뮤니케이션디자인III (2/3) 에디토리얼디자인 I (2/3) 미디어디자인I(2/3) 시스템디자인 I (2/3) 전공과취업 II (시각디자인)(1/1) 시각디자인인턴십 I (2/2)	커뮤니케이션디자인III (2/3) 시스템디자인 I (2/3) 시각디자인인턴십 I (2/2)	
	2	커뮤니케이션디자인IV(2/3) 에디토리얼디자인 II (2/3) 미디어디자인 II (2/3) 시각디자인인턴십 II (2/2) 시스템디자인 II (2/3)	커뮤니케이션디자인IV (2/3) 시각디자인인턴십 II (2/2) 시스템디자인 II (2/3)	

학년	학기	시각디자인학과 학과(전공) 교육과정	중점과목	연계선택과목
전 체	1			디지털사진촬영과감상(2/2) 색채심리와현대생활(3/3) 캐릭터콘텐츠디자인 I (2/3) 경영학원론(3/3)
	2			디지털사진촬영과감상(2/2)
			38/51	21/22

#### 4. 시각디자인학과-브랜드마케팅분야 CDR 자율프로그램

구분	개인	그룹
교내	<p>관련 전공/학과 교수면담</p> <hr/> <p>자율적으로 운영</p> <hr/> <p>선배와의 대화</p> <hr/>	<p>취업관련특강</p> <hr/> <p>CDR관련 스터디모임</p> <hr/> <p>전공 내 스터디모임</p> <hr/> <p>튜터링 제도</p> <hr/>
교외	<p>TOEIC, TOFEL</p> <hr/> <p>인턴십</p> <hr/> <p>자격증</p> <hr/> <p>해외연수</p> <hr/> <p>공모전</p> <hr/> <p>체험학습(캠프) 참가</p> <hr/>	<p>현장실습</p> <hr/> <p>외부공모전</p> <hr/>