

일반대학원 시각디자인학과 시각디자인학전공 교육과정 시행세칙

2025.03.01. 시행

- 학과명 : 시각디자인학과 시각디자인학전공
(영문명: Department of Visual Design)
- 학위종 : 디자인학석사/디자인학박사
(영문학위명: Master of Design/Doctor of Philosophy in Visual Design)

제 1 장 총 칙

제1조(목적) ① 이 시행세칙은 상기 대학원 학과의 학위 취득을 위한 세부요건을 정함을 목적으로 한다.

- ② 학위를 취득하고자 하는 자는 학위취득에 관하여 대학원학칙, 대학원학칙시행세칙, 대학원내규에서 정한 사항 및 본 시행세칙에서 정한 사항을 모두 충족하여야 한다.

제2조(교육목표) ① 학과 교육목표는 다음과 같다.

1. 변화하는 산업의 흐름에 따라 요구되는 다양한 시각적 커뮤니케이션 능력을 갖춘 디자이너 양성을 목표로 하며, 아울러 창의성을 바탕으로 혁신적 디자인을 개발할 줄 아는 선도적 디자인 리더를 기르고자 한다.
2. 미래 지향적인 문화 산업에 기여하는 시각디자인의 부가가치와 중요성을 이해하고, 디자인의 유기적 활용 가능성을 충분히 터득하여 과학적 사고력, 효율적 응용력, 미적 조형력을 겸비한 인재를 양성한다.
3. 시각디자인 이론과 실기의 균형있는 교육을 기반으로, 인접 학문 분야 및 산업체와 학제적, 실무적 교류를 강화하여 졸업생들이 변화하는 시장경제 상황에 능률적으로 적응할 수 있도록 한다.

제3조(일반원칙) ① 시각디자인학과를 이수하고자 하는 학생은 본 시행세칙에서 정하는 바에 따라 교과목을 이수해야 한다.

- ② 교과목의 선택은 지도교수와 상의하여 결정한다.
- ③ 모든 교과목은 [별표1] 교육과정 편성표에 제시된 수강대상 및 개설학기를 확인하여 이수할 것을 권장한다.

제4조(진로취업분야) ① 학과의 진로취업분야는 다음과 같다.

1. 학계(연구 및 교육) : 대학교수 및 강사, 교사, 연구원 등
2. 산업계(디자인 및 연관 산업) : CEO, 시각디자이너, 디자인마케터, 디자인 컨설턴트, 전문 프리랜서, 광고디자인, 일러스트레이션, 편집디자인, 아이덴티티디자인, 인터랙티브디자인, 브랜딩, 패키지, 서비스디자인, 디자인비즈니스 실무 등

제 2 장 전공과정

제5조(교육과정기본구조) ① 시각디자인학과를 졸업(수료)하고자 하는 학생은 [표1]에 명시된 전공필수, 전공선택, 공통과목 학점을 이수하여야 한다.

- ② 타학과 개설과목이수를 통한 타학과 인정학점은 [표1]의 타학과 인정학점의 범위 내에서 전공선택으로 인정한다.
- ③ 논문지도학점, 선수학점은 졸업학점에 포함하지 않는다.

[표1] 교육과정기본구조표

학과명 (전공명)	과정	졸업(수료)학점				타학과 인정학점
		전공필수	전공선택	공통과목	계	
시각디자인학과 (시각디자인학전공)	석사과정	-	24	-	24	9
	박사과정	-	36	-	36	9
	석박사통합과정	-	60	-	60	9

제6조(교과과정) ① 교과과정은 다음과 같다.

1. 교과과정 : <별표1. 교육과정 편성표> 참조
 2. 교과목해설 : <별표2. 교과목 해설> 참조
- ② 교과목의 선택은 지도교수 및 대학원 학과장과 상의하여 결정한다.

[표2] 전공과목 편성표

구분	교과목명(이수학점)		과목수
전공선택	석사	그래픽디자인사외문화(3), 시각디자인연구방법론(3), 시각텍스트의이해와해독(3), 디자인이슈(3), 크로스컬처디자인연구(3), 예술-디자인과빅데이터(3), 사회적디자인연구(3), 타이포그래피연구(3), 브랜드디자인매니지먼트(3), 디자인경영연구(3), 뉴미디어콘텐츠연구(3), 인터랙션디자인연구(3), 광고미디어전략(3), 디자인기호학(3)	14
	박사	시각디자인론(3), 디자인연구방법세미나(3), 시지각론(3), 디자인분석및비평(3), 문화콘텐츠연구세미나(3), 공공디자인론(3), 타이포그래피연구세미나(3), 브랜드매니지먼트세미나(3), 디자인경영론(3), 미디어커뮤니케이션론(3), 광고커뮤니케이션론(3), 서비스디자인론(3), 미래사회연구(3), 조형예술창작연구(3), 색채디자인연구(3)	15
	석박통합	그래픽디자인사외문화(3), 시각디자인연구방법론(3), 시각텍스트의이해와해독(3), 디자인이슈(3), 크로스컬처디자인연구(3), 예술-디자인과빅데이터(3), 사회적디자인연구(3), 타이포그래피연구(3), 브랜드디자인매니지먼트(3), 디자인경영연구(3), 뉴미디어콘텐츠연구(3), 인터랙션디자인연구(3), 광고미디어전략(3), 디자인기호학(3), 시각디자인론(3), 디자인연구방법세미나(3), 시지각론(3), 디자인분석및비평(3), 문화콘텐츠연구세미나(3), 공공디자인론(3), 타이포그래피연구세미나(3), 브랜드매니지먼트세미나(3), 디자인경영론(3), 미디어커뮤니케이션론(3), 광고커뮤니케이션론(3), 서비스디자인론(3)	26
공통과목	석사	서비스경험디자인연구(3)	1
	박사		
	석박통합	서비스경험디자인연구(3)	1

제7조(선수과목) ① 다음에 해당하는 자는 아래와 같이 선수과목을 이수하여야 한다.

1. 대상자 : 가. 하위 학위과정의 학과(전공)와 상이한 학과(전공)에 입학한 자(비동일계 입학생)
나. 2022. 9월 이전 입학생 중 특수대학원 졸업자(동일/비동일 무관)
 2. 선수과목 이수학점 : 석사과정 9학점, 박사과정 및 석박사통합과정 12학점
 3. 선수과목 목록 : 본교 시각디자인학과 학사학위과정 개설 전공 이론교과목 참조(실기과목 제외)
- ② 위 항에도 불구하고 하위 학위과정에서 이수한 과목의 학점을 소정의 학점인정서에 논문지도교수와 학과장의 확인을 거쳐 해당 부서장의 승인을 받은 경우는 추가 이수학점의 일부 또는 전부를 면제받을 수 있다.
- ③ 선수학점은 졸업(수료)학점에 포함되지 아니한다.
- ④ 선수학점 이수 대상자가 제7조 1항에서 지정한 선수학점을 충족하지 않을 경우 수료 및 졸업이 불가하다.

제8조(타학과 과목 인정) ① 학위지도교수 및 학과장의 승인을 받아 본 일반대학원 소속 타학과의 전공과목을 수강할 수 있으며, 취득한 성적은 [표1] 교육과정 기본구조표의 타학과 인정학점의 범위 내에서 전공선택으로 인정받을 수 있다.

② 전과로 소속 및 전공이 변경된 경우 학과장의 승인을 거쳐 타학과 인정학점의 범위 내에서 졸업학점으로 인정받을 수 있다.

제9조(대학원 공통과목 이수) 대학원에서 전체 대학원생을 대상으로 “공통과목”(융합교육 강좌)을 수강하는 경우 지도교수 및 학과장의 승인을 거쳐 수료(졸업)학점으로 인정받을 수 있다.

제10조(타 대학원 과목이수) ① 학점교류로 교내 전문대학원 및 교외 타 대학원에서 학점을 취득할 수 있다.

② 학점교류에 관한 사항은 경희대학교대학원학칙 시행세칙과 일반대학원 내규에 따른다.

제11조(입학 전 이수학점인정) ① 입학 전 이수한 학점에 대해 학점인정신청을 제출 학과장 및 해당부서장의 승인을 얻어 졸업(수료)학점으로 인정가능하다.

1. 입학 전 동등 학위과정에서 본 교육과정 교과목에 포함되는 과목을 이수한 경우 석사 6학점, 박사 9학점 이내
2. 편입학으로 입학한 경우 전적 대학원에서 취득한 학점 중 심사를 통해 인정받은 경우 석사 6학점, 박사 12학점 이내
3. 본교 학사학위과정 재학 중 본교의 일반대학원에서 개설한 교과목을 이수하여 B학점 이상 취득한 경우(단, 학사학위 취득에 필요한 학점의 초과분에 한함) 6학점 이내

제 3 장 졸업요건

제12조(수료) ① 아래 요건을 모두 충족한 자는 해당과정의 수료를 인정한다.

1. 해당과정별 수업연한의 등록을 모두 마친 자
 2. 제5조에서 정한 해당 교육과정에서 정한 수료학점을 모두 이수한 자
 3. 총 평균평점이 2.7 이상인 자
 4. 그 외 대학원 학칙, 내규 등 상위규정에서 제시된 모든 요건을 충족한 자
- ② 선수학점 이수 대상자는 규정된 선수학점을 취득하여야 한다. 단 선수학점은 수료학점에 포함되지 않는다.
- ③ 타학과 및 공통과목으로 인정되는 학점은 위의 각 조에서 규정한 학점만을 수료학점으로 인정한다.

제13조(졸업) ① 시각디자인학과 학위취득을 위하여는 [표2]의 졸업요건을 모두 충족하여야 한다.

② [표2] 요건을 모두 충족하거나 충족예정인 경우에 한하여 학위청구논문을 제출, 심사를 의뢰할 수 있다.

[표2] 졸업기준표

학과명 (전공명)	과정	졸업요건									
		수료요건					선수 학점 (비동일계에 한함)	학위자격 시험	연구 등록	논문게재 실적	학위청구 논문
		졸업(수료)학점									
수업연한	전공 필수	전공 선택	공통 과목	계							
시각디자인학과 (시각디자인학전공)	석사	2년 (4개 학기 등록)	-	24	-	24	9	합격 (제15조 참조)	납부 (수료생에 한함)	통과 (제17조 참조)	합격 (제16조 참조)
	박사	2년 (4개 학기 등록)	-	36	-	36	12				
	석박사통합	4년 (8개 학기 등록)	-	60	-	60	12				

1. 예약입학전형 및 학석사연계전형으로 입학한 자가 수료요건을 충족 시 1개 학기 수업연한 단축 가능
2. 석박사통합과정생의 경우 수료요건 충족 시 1~2개 학기 수업연한 단축 가능
3. 석박사통합과정생이 석사과정에 준하는 수료 및 학위취득요건을 충족한 경우 석사학위 취득이 가능(단, 졸업(수료)학점은 30학점)
4. 비 동일계로 입학한 경우 제7조에 의거 선수학점을 추가로 이수해야 함(단, 선수학점은 졸업(수료)학점에 포함되지 않음)

③ 연구등록은 수료생에 한하며, 수료 후 학위청구논문 제출 전까지 1회 납부해야 함

제14조(학위자격시험) ① 학위자격시험은 필기시험으로 실시하는 학위자격시험(종합시험)과 공개발표로 실시하는 학위자격시험(공개발표) 두 가지 방법으로 실시한다.

② 1항에서 정의한 학위자격시험(종합시험)과 학위자격시험(공개발표) 모두 합격하여야 학위청구논문을 제출할 수 있다.

③ 학위자격시험(종합시험)은 아래와 같이 평가하여 합격여부를 결정한다.

1. 학위자격시험(종합시험)은 석사과정 3기, 박사/석박사통합과정은 2기부터 응시할 수 있다.
2. 학위자격시험(종합시험)은 교육과정에 포함된 교과목에 대하여 각각 필기시험으로 구성되며, 수험자 본인이 취득한 과목에 한하여 응시할 수 있다.

3. 학위자격시험(종합시험)의 문제구성은 3과목으로 하며 시험의 문제는 해당 과목 담당 교수가 출제 및 평가한다.

4. 학위자격시험(종합시험)의 합격 기준은 100점 만점의 80점 이상으로 한다.

④ 학위자격시험(공개발표)은 아래와 같이 평가하여 합격여부를 결정한다.

1. 학위자격시험(공개발표)은 학위청구논문을 제출하는 학기에 진행한다.
2. 학위자격시험(공개발표)은 논문지도교수를 포함하여 3인 이상의 전임교수가 참관하여야 한다.
(단, 소속학과 전임교수가 심사교수 인원 미만인 경우 논문지도교수가 위촉하는 교수가 참관할 수 있다.)

3. 공개발표는 모든 사람이 방청할 수 있다.

4. 학위자격시험(공개발표)은 합격(P) 또는 불합격(N)으로 판정하되 그 기준은 참관한 전임교수가 결정한다.

⑤ 학위자격시험(공개발표)의 합격은 합격한 당해학기 포함 총 5개 학기 동안 유효하다. 이후 학위자격시험(공개발표)를 재응시하여야 한다.

제 4 장 학위취득

제15조(학위청구논문심사) ① 제13조, 제14조의 요건을 모두 충족하였거나, 당해학기 충족예정인 경우 학위청구논문을 제출, 심사를 의뢰할 수 있다. 단, 수료생 신분으로 학위청구논문을 제출, 심사를 의뢰할 경우 반드시 연구등록 이후 심사를 의뢰할 수 있다.

② 학위논문의 심사는 논문의 심사와 구술심사로 한다.

③ 학위논문 심사의 합격은 석사학위 논문의 경우 심사위원 2/3 이상, 박사학위 논문의 경우 심사위원 4/5 이상의 찬성으로 한다.

④ 학위논문 심사위원장은 심사종료 후 심사의 결과를 정해진 기간 내에 해당 부서장에게 제출하여야 한다.

⑤ 학위청구논문 심사에 따르는 제반사항은 일반대학원 내규를 준용한다.

제16조(논문게재실적) ① 학위취득을 위해서는 학위청구논문과 별도로 논문게재실적을 제출하여야만 학위취득이 가능하다.

② 과정별 논문게재실적은 아래와 같다.

학위과정	구분	내용
석사학위취득을 위한 실적 1편	한국연구재단	등재학술지, 등재후보학술지 논문 게재(신청 포함)
	국제 학술지	SCIE, SSCI, A&HCI, ESCI, SCOPUS에 등재된 학술지 논문 게재(신청 포함)
	학술대회 발표	국제학술대회, 한국연구재단 등재학술지 또는 등재후보학술지에 논문을 발행하는 학회의 학술대회 발표
박사학위취득을 위한 실적 2편 *1편은 개인전으로 대체할 수 있음	한국연구재단	등재학술지, 등재후보학술지 논문 게재(예정 포함) * 단, 게재 예정 증명서를 제출한 자는 게재 완료 후 30일 이내 해당 논문 별쇄본을 제출하여야 하며 해당 별쇄본을 제출하지 않을 경우 제반 절차를 거쳐 학위를 취소할 수 있다.
	국제 학술지	SCIE, SSCI, A&HCI, ESCI, SCOPUS에 등재된 학술지 논문 게재(예정 포함) * 단, 게재 예정 증명서를 제출한 자는 게재 완료 후 30일 이내 해당 논문 별쇄본을 제출하여야 하며 해당 별쇄본을 제출하지 않을 경우 제반 절차를 거쳐 학위를 취소할 수 있다.

* 제16조 2항에서의 학술대회발표 및 논문실적은 경희대학교 소속으로 게재되어야 하며, 학위지도교수가 교신저자인 경우만 인정한다.

* 중복인정 불허 : 대학원 및 학과별 내규 등 제반규정에서 정한 졸업요건으로 제출하는 논문은 학술지논문게재장학 등 타 재원을 수혜받기 위한 실적으로 사용한 경우 인정하지 않는다.

- ③ 박사과정은 공동계재 시 반드시 제1저자나 교신저자이어야 한다.
- ④ 총장장학(외국인) 수혜 대상자는 수혜액수에 관계없이 한국연구재단 국내1급 등재지 이상 학술지에 2편을 신청하며, 1편 이상 게재되어야 한다.

제17조(학위취득) ① 학위취득을 위해서는 제15조 학위청구논문심사를 통해 허가받은 자에 한하여 학위취득이 가능하다.

- ② 학위취득을 허가받은 자는 제16조의 논문게재실적과 졸업을 위한 소정의 서류를 구비하여, 해당 부서장에게 제출 절차를 진행하여야 한다.

[부칙1]

① 시행일 : 2018.03.01.

② 경과조치 :

1. 본 내규 시행일 이전에 입학한 학생은 구 해당학과의 교육과정을 따르되 필요한 경우 새로운 교육과정을 적용 받을 수 있다.
2. 학생은 학생의 입학년도 교육과정에서 정한 교육과정 기본구조의 적용을 받는다. 다만, 입학 이후에 교육과정이 개편되었을 경우에는 개편된 교육과정 중 하나를 선택하여 적용받을 수 있다.
3. 교과목의 이수구분은 학점을 취득한 당시의 이수구분을 적용함을 원칙으로 한다.
4. 이수구분별로 부족한 학점은 개편된 교육과정에서 수강하여 취득한다. 다만, 개설된 교과목을 모두 수강하여도 이수구분별 소정의 학점이 부족한 경우, 그 나머지 학점은 대체 교과목을 수강토록 하여 보충한다. 이에 관한 사항은 교육과정 시행세칙으로 정한다.
5. 개편 전 입학자의 전공교육과정 이수요건에 대하여 전공별로 본 경과조치 외 세부사항을 교육과정 시행세칙에 지정하여 운영할 수 있다.

[부칙2]

① 시행일 : 2020.03.01.

② 경과조치 :

1. 본 내규 시행일 이전에 입학한 학생은 구 해당학과의 교육과정을 따르되 필요한 경우 새로운 교육과정을 적용 받을 수 있다.
2. 학생은 학생의 입학년도 교육과정에서 정한 교육과정 기본구조의 적용을 받는다. 다만, 입학 이후에 교육과정이 개편되었을 경우에는 개편된 교육과정 중 하나를 선택하여 적용받을 수 있다.
3. 교과목의 이수구분은 학점을 취득한 당시의 이수구분을 적용함을 원칙으로 한다.
4. 이수구분별로 부족한 학점은 개편된 교육과정에서 수강하여 취득한다. 다만, 개설된 교과목을 모두 수강하여도 이수구분별 소정의 학점이 부족한 경우, 그 나머지 학점은 대체 교과목을 수강토록 하여 보충한다. 이에 관한 사항은 교육과정 시행세칙으로 정한다.
5. 개편 전 입학자의 전공교육과정 이수요건에 대하여 전공별로 본 경과조치 외 세부사항을 교육과정 시행세칙에 지정하여 운영할 수 있다.

[부칙3]

① 시행일 : 2021.03.01.

② 경과조치 :

1. 본 내규 시행일 이전에 입학한 학생은 구 해당학과의 교육과정을 따르되 필요한 경우 새로운 교육과정을 적용 받을 수 있다.
2. 학생은 학생의 입학년도 교육과정에서 정한 교육과정 기본구조의 적용을 받는다. 다만, 입학 이후에 교육과정이 개편되었을 경우에는 개편된 교육과정 중 하나를 선택하여 적용받을 수 있다.
3. 교과목의 이수구분은 학점을 취득한 당시의 이수구분을 적용함을 원칙으로 한다.
4. 이수구분별로 부족한 학점은 개편된 교육과정에서 수강하여 취득한다. 다만, 개설된 교과목을 모두 수강하여도 이수구분별 소정의 학점이 부족한 경우, 그 나머지 학점은 대체 교과목을 수강토록 하여 보충한다. 이에 관한 사항은 교육과정 시행세칙으로 정한다.

-
5. 개편 전 입학자의 전공교육과정 이수요건에 대하여 전공별로 본 경과조치 외 세부사항을 교육과정 시행세칙에 지정하여 운영할 수 있다.

[부칙4]

① 시행일 : 2022.03.01.

① 경과조치 :

1. 본 내규 시행일 이전에 입학한 학생은 구 해당학과의 교육과정을 따르되 필요한 경우 새로운 교육과정을 적용 받을 수 있다.
2. 학생은 학생의 입학년도 교육과정에서 정한 교육과정 기본구조의 적용을 받는다. 다만, 입학 이후에 교육과정이 개편되었을 경우에는 개편된 교육과정 중 하나를 선택하여 적용받을 수 있다.
3. 교과목의 이수구분은 학점을 취득한 당시의 이수구분을 적용함을 원칙으로 한다.
4. 이수구분별로 부족한 학점은 개편된 교육과정에서 수강하여 취득한다. 다만, 개설된 교과목을 모두 수강하여도 이수구분별 소정의 학점이 부족한 경우, 그 나머지 학점은 대체 교과목을 수강토록 하여 보충한다. 이에 관한 사항은 교육과정 시행세칙으로 정한다.
5. 개편 전 입학자의 전공교육과정 이수요건에 대하여 전공별로 본 경과조치 외 세부사항을 교육과정 시행세칙에 지정하여 운영할 수 있다.

[부칙5]

① 시행일 : 2023.03.01.

① 경과조치 : 본 내규 시행일 이전에 입학한 학생은 구 해당 학과의 교육과정을 따르되 필요한 경우 새로운 교육과정을 적용받을 수 있다.

[부칙6]

① 시행일 : 2024.03.01.

② 경과조치 :

1. 2024학년도 이전 “조형디자인학과”로 입학한 학생에 한하여 기존 학과에서 이수한 교과목 및 학위자격시험 모두를 인정한다. 단, 학적변동 이후 학과에서 동일 교과목 중복 이수는 인정하지 않는다.
2. 본 시행세칙 시행일 이전에 입학한 학생은 구 해당학과의 교육과정을 따르되 필요한 경우 학과 회의를 거쳐 학과장 승인하에 새로운 교육과정을 적용받을 수 있다.

[부칙7]

① 시행일 : 2025.03.01.

② 경과조치 : 본 시행세칙 시행일 이전에 입학한 학생은 구 해당학과의 교육과정을 따르되 필요한 경우 학과 회의를 거쳐 학과장 승인하에 새로운 교육과정을 적용받을 수 있다.

[별표1]

교육과정 편성표

순번	이수 구분	학수 번호	과목명	학점	수강대상			수업유형				개설학기		PN 평가	비고	
					석사	박사	통합	이론	실습	실기	설계	1학기	2학기			
1	전공선택	VID7001	그래픽디자인사와문화	3	○	○	○	○					○	○		
2	전공선택	VID7009	시각디자인연구방법론	3	○	○	○	○					○	○		
3	전공선택	VID7013	시각텍스트의이해와해독	3	○	○	○	○					○	○		
4	전공선택	VID7014	디자인이슈	3	○	○	○	○					○	○		
5	전공선택	VID7006	크로스컬처디자인연구	3	○	○	○	○					○	○		
6	전공선택	VID7015	예술 디자인과빅데이터	3	○	○	○	○					○	○		
7	전공선택	VID7012	사회적디자인연구	3	○	○	○	○					○	○		
8	전공선택	VID7016	타이포그래피연구	3	○	○	○	○					○	○		
9	전공선택	VID7017	브랜드디자인매니지먼트	3	○	○	○	○					○	○		
10	전공선택	VID7018	디자인경영연구	3	○	○	○	○					○	○		
11	전공선택	VID7019	뉴미디어콘텐츠연구	3	○	○	○	○					○	○		
12	전공선택	VID7020	인터랙션디자인연구	3	○	○	○	○					○	○		
13	전공선택	VID7021	광고미디어전략	3	○	○	○	○					○	○		
14	전공선택	VID7007	디자인기호학	3	○	○	○	○					○	○		
15	전공선택	VID8001	시각디자인론	3		○	○	○					○	○		
16	전공선택	VID8002	디자인연구방법세미나	3		○	○	○					○	○		
17	전공선택	VID8003	시지각론	3		○	○	○					○	○		
18	전공선택	VID8004	디자인분석및비평	3		○	○	○					○	○		
19	전공선택	VID8005	문화콘텐츠연구세미나	3		○	○	○					○	○		
20	전공선택	VID8006	공공디자인론	3		○	○	○					○	○		
21	전공선택	VID8007	타이포그래피연구세미나	3		○	○	○					○	○		
22	전공선택	VID8008	브랜드매니지먼트세미나	3		○	○	○					○	○		
23	전공선택	VID8009	디자인경영론	3		○	○	○					○	○		
24	전공선택	VID8010	미디어커뮤니케이션론	3		○	○	○					○	○		
25	전공선택	VID8011	광고커뮤니케이션론	3		○	○	○					○	○		
26	전공선택	VID8012	서비스디자인론	3		○	○	○					○	○		
27	전공선택	ID8009	미래사회연구	3		○		○					○	○		
28	전공선택	CA8009	조형예술창작연구	3		○		○					○	○		
29	전공선택	CA8010	색채디자인연구	3		○		○					○	○		
30	공동	GRADS7258	서비스경험디자인연구	3	○	○	○	○					○	○		

교과목 해설

• 그래픽디자인사와문화 (History of Graphic Design & Culture)

역사적 디자인 작품과 문화 그리고 사상을 관찰하여 디자인의 흐름을 정립하고 미래 디자인을 창출할 수 있는 능력을 배양함과 동시에 전개될 미래디자인 대한 이론적 바탕을 마련한다.

By observing historical design works, cultures and ideas, we will establish the flow of design and develop the ability to create future design, and at the same time provide the theoretical basis for future design.

• 시각디자인연구방법론 (Research Methodology for Visual Design)

시각디자인 영역에서 영향력 있는 연구를 수행하는데 필수적인 방법과 기술을 학습하고 적용해봄으로써 디자인과 연구의 교차점을 탐구하고 시각적 커뮤니케이션의 진화하는 연구 흐름에 의미 있게 기여한다.

By learning and applying methods and techniques essential for conducting influential research in the field of visual design, it explores the intersection of design and research and contributes meaningfully to the evolving research flow of visual communication.

• 시각텍스트의이해와해독 (Understanding and Deciphering Visual Text)

다양한 미디어 플랫폼에서 시각적 텍스트를 분석하고 해석하는 중요한 기술을 습득하고 시각적 풍경에 내재된 의미의 층위를 밝힌다. Learn important skills in analyzing and interpreting visual text across different media platforms and reveal the layers of meaning inherent in the visual landscape.

• 디자인이슈 (Design Issues)

역동적인 디자인 분야에서 복잡한 문제를 탐색하고 해결하는 능력을 향상시키면서 현대 디자인 문제, 윤리적 고려 사항 및 디자인 선택의 사회 문화적 영향을 둘러싼 비판적인 논의를 자세히 살펴본다.

It delves into critical discussions surrounding contemporary design issues, ethical considerations, and socio-cultural implications of design choices while improving our ability to explore and solve complex problems in dynamic design fields.

• 크로스컬처디자인연구 (Research on Cross Cultural Design(CCD))

다문화 커뮤니케이션이 초래할 수 있는 부정적 양상을 최소화하고 긍정적 효과를 최대화하기 위해 요구되는 다름에 대한 존중과 새로운 해석, 그리고 일상생활에서의 그 가치 실현에 대해 다룬다.

It deals with respect and new interpretations of differences required to minimize the negative aspects that multicultural communication can cause and maximize positive effects, and realization of their values in everyday life.

• 예술·디자인과빅데이터 (Art·Design and Big Data)

기술, 미학 및 데이터 기반 통찰력이 융합되어 예술적 표현 및 디자인 혁신의 경계를 탐색하면서 예술 및 디자인 프로세스를 형성 하는데 있어 빅데이터의 혁신적 잠재력을 탐구한다.

The convergence of technology, aesthetics, and data-driven insights explores the innovative potential of big data in shaping art and design processes while navigating the boundaries of artistic representation and design innovation.

• 사회적디자인연구 (Analysis of Social Design)

기술, 예술, 비즈니스를 넘어서 인문과 사회의 영역으로 진입한 디자인 패러다임을 살펴보고, 제품, 기업 및 공간까지 확장된 디자인의 역할을 연구한다.

It examines the design paradigm that has entered the realm of humanities and society beyond technology, art, and

business, and studies the role of extended design to products, companies, and space.

- **타이포그래피연구 (Analysis of Typography)**

문자의 새로운 글꼴개발(Font Design)에서부터 편집디자인(Editorial Design)에 이르기까지 문자를 사용하는 제반 디자인 과정을 다루게 되며 아울러 문자와 시각 디자인의 관계성 및 새로운 타이포그래피디자인 전개방법을 분석적 감성으로 해석하는 방법론을 연구한다.

This course deals with the design process using characters from the new font development(Font Design) to the editorial design(Editorial Design) as well as the relationship between character and visual design and the methodology of analyzing the new typographic design development method as analytical sensitivity.

- **브랜드디자인매니지먼트 (Brand Design Management)**

브랜드 정체성, 소비자 심리 및 시장 역학의 원리에 대해 살펴봄으로써 목표 고객에게 공감을 불러일으키고 기업의 성공을 이끄는 효과적인 브랜드 및 디자인 전략을 이끌 수 있다.

'Brand design management' is a fusion of creativity and business. By looking at the principles of brand identity, consumer psychology, and market dynamics, you can inspire empathy in your target customers and lead to effective brand and design strategies that drive your company's success.

- **디자인경영연구 (Design Marketing)**

디자인경영의 이론적 기반과 실제 적용을 탐구하며 전략적 디자인 사고가 혁신과 조직의 성공을 이끌 수 있는 방법을 탐구한다. It explores the theoretical basis and practical application of design management and explores how strategic design thinking can lead to innovation and organizational success.

- **뉴미디어콘텐츠연구 (New Media Content Research)**

진화하는 콘텐츠 제작, 유통, 소비 패턴 분석을 통해 디지털 통신의 미래를 형성하는 뉴미디어를 탐색하고 기여할 수 있는 기술을 연구한다.

It is equipped with technology to explore and contribute to new media that shape the future of digital communication through evolving content creation, distribution, and consumption pattern analysis.

- **인터랙션디자인연구 (Interaction Design Study)**

인간과 콘텐츠의 효과적인 상호 작용 원리와 방법을 탐구하고, 디지털 플랫폼 전반에 걸쳐 매끄럽고 의미 있는 경험을 제공할 수 있는 기술을 연구한다.

It explores the principles and methods of effective interaction between humans and content, and hone techniques that can provide a smooth and meaningful experience across digital platforms.

- **광고미디어전략 (Advertising Communication Design)**

시각적 정보전달 및 의사교류의 수단을 유기적으로 촉진하기 위한 목적으로써 매스미디어와 연계한 광고 홍보매체 디자인을 중점적으로 다루게 되며, 소비자 심리 및 마케팅이론을 배경으로 한 시각적 디자인방법론을 연구한다.

This course focuses on designing advertising media related to mass media for the purpose of organically promoting the means of visual information transmission and communication, and also studies visual design methodology based on consumer psychology and marketing theory.

- **디자인기호학 (Design Semiotics)**

오늘날의 시각 언어로서 기호이론을 디자인뿐만 아니라 건축, 영화, 광고, 만화, 제품 디자인 등에 이르는 일체의 문화적 현상에 폭넓게 수용되고 있으며 본 과목에서는 이를 적합한 과정을 거쳐 결집하고 해석해 보는 데 그 의미가 있다.

In today's visual language, symbolic theory is widely accepted not only in design but also in all cultural phenomena

ranging from architecture, film, advertising, comics, product design, etc. In this course, it is meaningful to gather and interpret through appropriate process.

- **시각디자인론 (Theory of Visual Design)**

현대 디자인 환경에서 요소들이 어떻게 결합하여 매력적인 시각적 커뮤니케이션을 형성하는지에 대한 포괄적인 이해를 하기 위해 시각 미학을 구성하는 원리와 철학에 대하여 탐구한다.

To gain a comprehensive understanding of how elements combine to form attractive visual communication in a modern design environment, we explore the principles and philosophies that compose visual aesthetics.

- **디자인연구방법세미나 (Design Research Method Seminar)**

디자인 연구를 형성하는 방법론을 통해 이론적 탐색과 실제 적용을 결합하여 연구 질문 작성, 효과적인 문헌 검토, 질적 및 정량적 연구 방법 사용, 연구 결과 해석에 대한 기술에 대해 학습한다.

By combining theoretical exploration with practical applications through methodologies to form design research, we learn about the skills of writing research questions, effectively reviewing literature, using qualitative and quantitative research methods, and interpreting research results.

- **시지각론 (Theory of Visual Perception)**

인간이 시각적 자극을 해석하는 방식의 기초가 되는 인지적, 심리적 기반을 탐구한다. 주요 이론과 경험적 연구를 통해 시각 정보를 개인이 어떻게 지각하고 상호 작용하는지에 대한 깊은 이해를 기반으로 시각적으로 영향력 있는 디자인을 창조할 수 있는 능력을 풍부하게 한다.

It explores the cognitive and psychological foundations underlying the way humans interpret visual stimuli. Major theories and empirical research enrich the ability to create visually influential designs based on a deep understanding of how individuals perceive and interact with visual information.

- **디자인분석및비평 (Design Analysis and Criticism)**

미적, 문화적, 사회경제적 관점을 통한 디자인 분석과 비평을 통해 디자인을 해체하고, 관점을 명료화하는 능력을 개발하여 현대 담론과 사회적 가치를 형성하는 디자인의 역할에 대한 비판적 인식을 함양한다.

Through design analysis and criticism through aesthetic, cultural, and socioeconomic perspectives, design is dismantled and the ability to clarify perspectives is developed to foster critical awareness of the role of design in shaping modern discourse and social values.

- **문화콘텐츠연구세미나 (Cultural Content Research Seminar)**

다양한 형식을 통해 표현되는 문화 현상에 대하여 연구 방법론과 비판적 분석을 통해 문화적 맥락과 콘텐츠 사이의 복잡한 관계를 탐구하고, 다양한 매체를 통한 문화적 표현을 해석한다.

It explores the complex relationship between cultural context and content through research methodology and critical analysis for cultural phenomena expressed through various forms, and interprets cultural expressions through various media.

- **공공디자인론 (Theory of Public Design)**

공공공간, 서비스, 경험을 형성하는 데 있어 디자인의 역할을 비판적으로 검토하고, 사회적으로 책임 있고 포용적인 디자인 실천을 알려주는 이론적 틀을 탐색하여 공공환경 개선에 의미 있게 기여할 수 있다.

The role of design in forming public spaces, services, and experiences can be critically reviewed, and a theoretical framework that informs socially responsible and inclusive design practice can be explored to contribute meaningfully to the improvement of the public environment.

- **타이포그래피연구세미나 (Typography Research Seminar)**

타이포그래피의 예술과 과학에 대하여 심층적으로 탐구하기 위해 유형, 의미, 시각적 커뮤니케이션의 관계를 분석하고, 혁신하며 진화하는 타이포그래피 디자인 분야에 기여하는 고급 기술을 배양한다.

To explore the art and science of typography in depth, we analyze the relationship between type, meaning, and visual communication, and cultivate advanced techniques that contribute to the evolving typography design field.

- **브랜드매니지먼트세미나 (Brand Management Seminar)**

사례 연구, 업계 조사 등을 통해 브랜드 구축 및 관리, 소비자 인식에 대한 포괄적인 이해를 바탕으로 효과적인 브랜드 캠페인을 기획하고 조직의 전략적 성공에 기여할 수 있도록 한다.

Through case studies and industry research,, we plan effective brand campaigns based on a comprehensive understanding of brand building, equity management, and consumer awareness and contribute to the strategic success of the organization.

- **디자인경영론 (Theory of Design Management)**

학문적 담론과 실제 사례 연구의 혼합을 통해 디자인, 경영, 비즈니스, 리더십에 대한 통찰력을 얻으며 다양한 기업 및 조직 환경 내에서 디자인을 긍정적인 변화의 촉매제로 활용할 수 있는 능력을 함양한다.

The mix of academic discourse and real-world case studies provides insights into design, business, and leadership and cultivates the ability to utilize design as a catalyst for positive change within a variety of work environments.

- **미디어커뮤니케이션론 (Theory of Media Communication)**

미디어 이론과 현대 커뮤니케이션 모델에 대한 비판적 분석을 통해 미디어, 사회, 문화 간의 다면적 관계를 탐구하고 현대 미디어 환경의 형성에 대한 이해를 발전시킨다.

Through critical analysis of media theory and modern communication models, we explore multifaceted relationships between media, society, and culture and develop an understanding of the formation of the modern media environment.

- **광고커뮤니케이션론 (Theory of Advertising Communication)**

효과적인 광고 전략과 커뮤니케이션 모델의 이론을 연구한다. 현대 미디어 환경에서 효과적이고 설득력 있는 광고 캠페인을 주도 하는 전략에 대해 깊이 이해하며 광고, 문화, 소비자 행동 간의 관계를 비판적으로 탐구한다.

Research theories of effective advertising strategies and communication models. To critically examine the relationship between advertising, culture, and consumer behavior, we have a deep understanding of strategies that drive effective and convincing advertising campaigns in the modern media environment.

- **서비스디자인론 (Theory of Service Design)**

이론적 프레임워크와 실제 적용을 통해 다양한 산업에서 서비스를 디자인하고 최적화하며 탐색하는 능력을 갖추고 원활하고 사용자 중심의 서비스 경험을 만드는 접근 방식을 탐구한다.

Through theoretical frameworks and practical applications, we explore approaches that create a seamless, user-centric service experience with the ability to design, optimize, and explore services in a variety of industries.

- **미래사회연구 (Future Social Research)**

빅데이터, 메가트렌드 등 다양한 리서치 방법을 통해 미래사회를 연구한다. 미래의 라이프 스타일 변화와 소비, 공급자 간의 새로운 패러다임을 추론하고 시나리오를 바탕으로 연구한다.

It studies the future society through various research methods such as big data and megatrend. We infer new paradigms between future lifestyle changes, consumption, and suppliers and study them based on scenarios.

- **조형예술창작연구 (Creative Research in Formative Art)**

인류문화 창달을 위한 미적 가치관의 구현매체인 예술적 표현을 직관적으로 접근해 조형 창작에 관련된 심미적 영역과 여러 가지 가치와 사고를 연구한다.

It intuitively approaches artistic expression, a medium that embodies aesthetic values for the creation of human culture, and studies aesthetic areas and various values and thinking related to formative creation.

- **색채디자인연구 (Color & Design Study)**

현대 디자인에서 차지하는 색채의 절대적 상관성을 바탕으로 색채의 과학적, 심리적 요소를 분석·연구함과 아울러 색채 조화론을 접목시켜 각종 디자인 영역에 효율적으로 적용할 수 있는 색채계획을 수립하도록 한다.

Based on the absolute correlation of color, research, research, research, research, research, research, research, research and research, and research and color harmony theory, and color harmony theory and color harmony theory.

- **서비스경험디자인연구 (Service Experience Design Study)**

고객 중심의 서비스 경험을 디자인하고, 창의성과 전략적 사고를 혼합하여 사용자와 공감하는 상호 작용을 형성하며 다양한 서비스 환경에서 원활하고 영향력 있는 경험을 제공하는 과정을 탐구한다.

It explores the process of designing customer-centered service experiences, creating empathic interactions with users by mixing creativity and strategic thinking, and providing seamless and influential experiences in various service environments.