

통합적사고와디자인 기말고사 정리

컴퓨터공학과 20174324 이충희

1. 21세기 디자인 개념

과거의 디자인 개념보다 확장된 개념.

21세기 디자인 개념의 정의.

2. 통합적 디자인

통합적 디자인의 개념 2주차.

3. 지속가능한 디자인. 보강주차

지속가능한 디자인 정의.

4. 고객여정지도

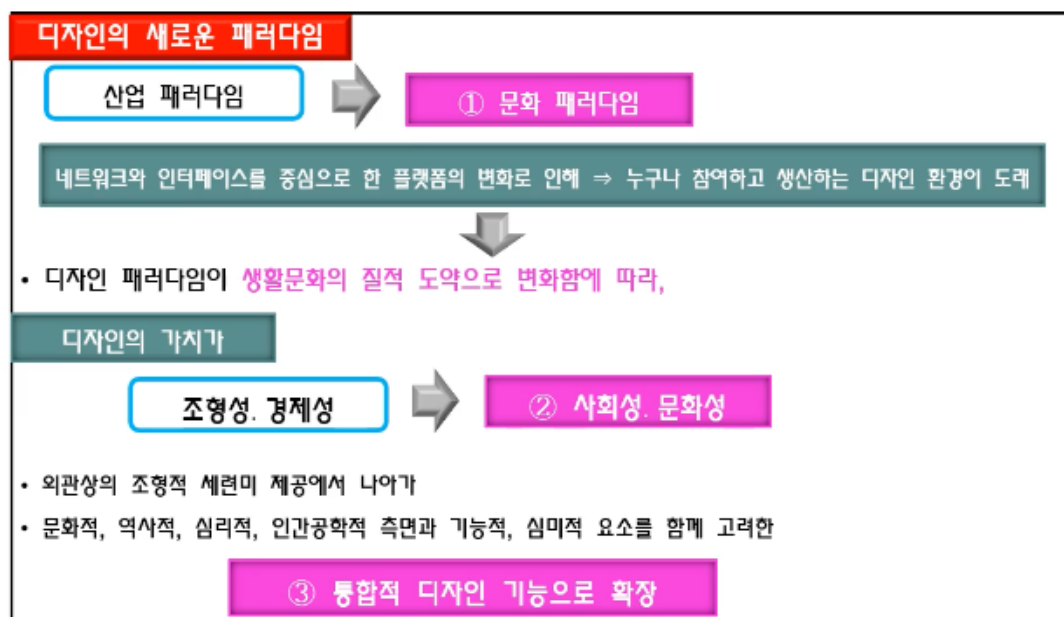
고객여정지도가 무엇인지 빅데이터가 무엇인지

5. 공공디자인

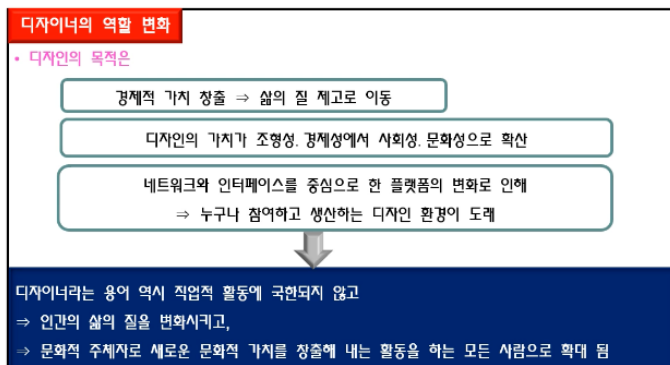
공공디자인에 관한 정의

디자인의 새로운 패러다임

3가지 특징으로 보여주는 것



이거 간단하게 정리



사회적 배경에 따른 디자인 흐름

1. 초기 산업사회(1830-1944)
2. 2차 세계대전 후 디자인(1945-1957)
3. 소비자 중심, 대중을 위한 디자인 (1958-1981)
4. 네트워크 시대(1982-1997)
5. 21세기 디지털 시대(2000년 이후)
 - 5-1 디지털 혁명
 - 5-2 2007년 이후
 - 5-3 2010년 이후

사회적 배경에 따라 분류

초기 산업사회에 사회적배경에 따라 디자인 변화에 대한 간단한 설명을 정의하면됨.

21세기 디지털 시대

3가지 분류를 중심으로 정리

ex) 소비자중심 대중을 위한 디자인 정리한다면 이 시대에 등장한 사회적 배경으로 인해서 디자인은 소비자중심과 대중을 위한 디자인으로 바뀌게 되었음.

3. 소비자 중심, 대중을 위한 디자인

- 1960년대에 이르러 새로운 플라스틱 재료와 관련 제조 기술이 널리 이용 가능해지면서 플라스틱 시대로 불리워 지기도 하면서 가정용, 사무용품 등 다양한 용도로 제품 제작
- 또한 대표적인 사례로는 팝 아트의 특징 중 일회성, 소모성을 보여주는 것이다.
- 컴퓨터 디자인 혁명과 브랜드 등장으로 기술보다 사용자를 중심으로 전환
- 애플 맥 퍼스널 컴퓨터가 출시로 그래픽 디자인이 발전

단계별로 사회적배경에 따른 흐름으로서 설명하시오.
전체적인 흐름을 다 정리하면되요ㅇㅇ

트렌드 분석

트렌드 분석 -> 트렌드 분석을 하는 방법

과거는 ~~ 어떤 형식이었으나 현재에는 어떤 ~~형식으로 확장되었으며

브랜딩&브랜딩 아이덴티티

- 장수브랜드 비결
- 마켓 4.0 시장
- 브랜드 아이덴티티 요인 3가지 개념정리(CI, PI, BI)
- BI 8가지 요소 중 3가지를 선택하여 사례와 함께 정리 (슬로건, 캐릭터, 로고 등)

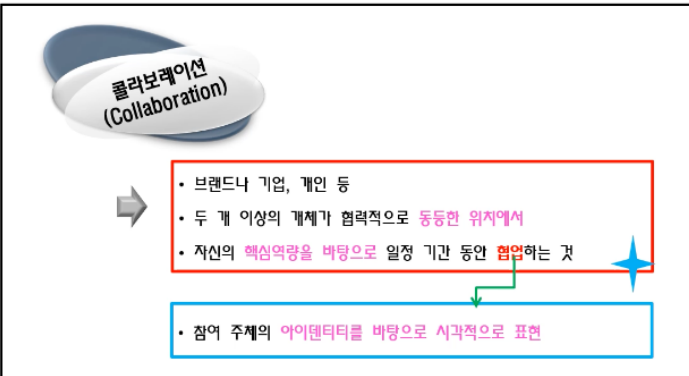
브랜드는 어떠한 개념을 가지고 있기 때문에 21세기 브랜드 개념은 무엇이고, 브랜드 중에서 장수 브랜드가 되기 위해서 어떠한 비결이 있었다. 비결, 특징, 마켓 4.0시장, 브랜드 아이덴티티 요인(CI PI BI)가 무엇인지 간략하게, BI 8가지 중 3가지를 선택하여 사례와 함께 정리
(슬로건, 캐릭터, 로고, 컬러 등)

콜라보레이션 개념, 목적과 효과를 정리
콜라보레이션의 유사 개념과 특징 비교(유사개념과 비교)

콜라보레이션

- 콜라보레이션 개념, 목적과 효과를 정리
- 콜라보레이션의 유사 개념과 특징 비교(유사개념과 차이점)

참고



콜라보레이션을 하는 목적은 브랜드 이미지 확립 및 극대화하고 그러한 효과는 ~이다.

콜라보레이션(Collaboration) 목적 & 효과	
목적	효과
브랜드 이미지 확립 및 극대화	<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 인지도를 중대 시킨다 • 익도된 브랜드 이미지로의 변화를 꾀한다.
고객 네트워크의 확장	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 고객을 유지하고, 선호도를 증가시킨다. • 협업을 통해 파트너가 기타 분야의 고객을 끌어들이 타겟 층을 확대한다.
새로운 가치의 창출	<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 평판을 개선하여 약점을 보완한다. • 새로운 가치를 부여 받는다.
지속적인 브랜드의 성장 가능성	<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 성장 가능성을 가능케 한다. • 디자인의 희소성으로 제품의 품질 향상과 더불어 수익 증대로 지속 가능성을 높임

사례와 함께 꼭 학습!!

콜라보레이션(Collaboration)유형

⇒ 5가지 유형중 사례와 함께 공부

1. 아트 콜라보레이션
2. 저가와 고가 콜라보레이션
3. 공간 콜라보레이션
4. 하이컨셉 콜라보레이션
5. 스타 콜라보레이션

디자인 색채 이미지

- ⇒ 컬러마케팅을 하는 이유
- ⇒ 디자인 브랜드별 컬러 마케팅 사례를 분석
- 예를 들어 코카콜라, 카카오, 안나수이 등

컬러마케팅을 하는 진짜 이유가 무엇인지

목적은 무엇인지

컬러의 전달력이 형태보다더 흡수하는 것이 더 빠르고, 공감을 얻어낼 수 있기 때문에 기업자 소비자의 관계를 ~~

간략하게 정리

코카콜라가 주는 빨간색이 마케팅적으로 어떠한 효과를 주는지

카카오가 왜 노란색을 사용하는지

안나수이가 왜 보라색을 사용하는지

컬러마케팅이란

색을 이용해 소비자의 구매 욕구를 자극하는 마케팅 기법

컬러마케팅 하는 목적 3가지

- 상품의 이미지, 기호도 등을 높이거나, 차별화 및 광고 선전을 하기 위해

(1) 색의 기능을 구성

- 소비자가 동경하는 이미지를 시각적으로 표현함으로써 해당 상품에 관심을 끌도록 하는

(2) 색채 정책

- 제품의 성분이나 정보를 제공할 수 있으며 이미지를 떠올릴 수 있게 유도하여 소비를 촉진시킨다.

⇒ 색상을 이용하여 판매를 극대화 시키는

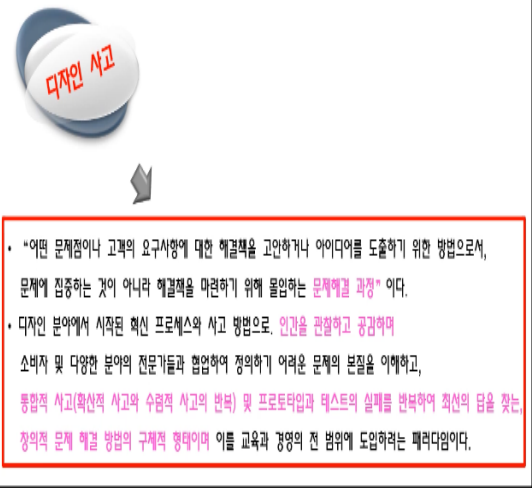
(3) 판매전략 마케팅 기법

개념

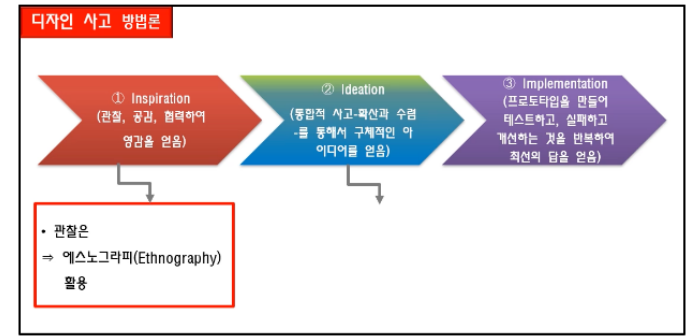
3가지 목적

디자인 씽킹 & 디자인 씽킹 프로세스

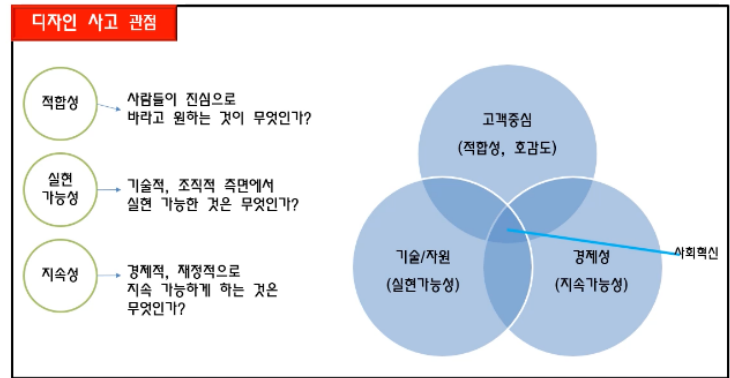
이거 개념정리

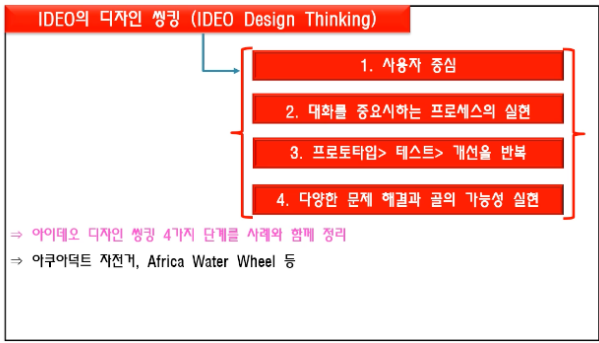


3가지 방법론을 통해 진행

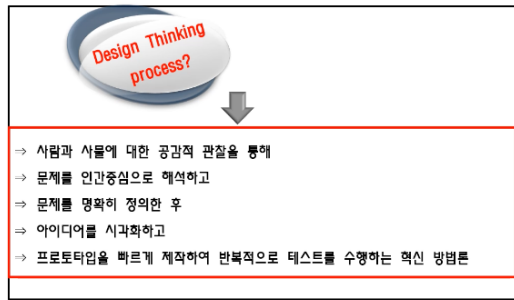


디자인 사고의 관점은 3가지 특징이 중요한 특징을 하고 있으며 이 중에 하나로 벗어나면 디자인 사고로 진행된 프로세스가 진행된 프로젝트라 할 수 없다.

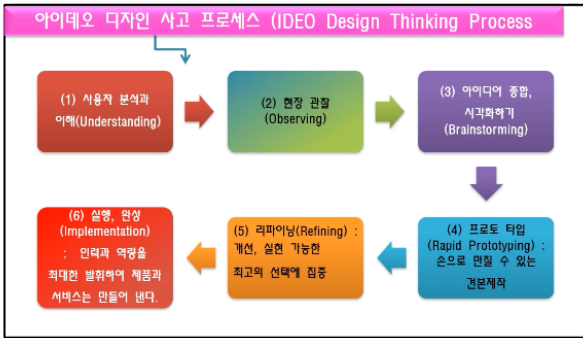




여러분들고 공부했던 사례를 중심으로 정리

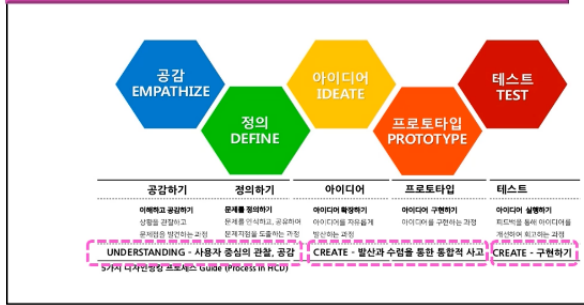


W



이거 순서와 특징에 대해
스탠포드 디자인 프로세스 5가지도 정리
사례를 가지고 정리를 하면 더 쉬울 듯

Stanford 대학의 다스쿨(D. School) 창의적인 디자인 사고 프로세스 5가지 모드



각 단계별 특징과 사례

7가지 기본 원칙



유니버설디자인
(Universal Design)?

⇒ ‘모든 사람을 위한 디자인(Design For People)’ 이라고 하며,
⇒ 개인의 능력과 특성의 차이와 관계없이 처음부터 누구에게나 공평하고
사용하기 편리한 제품, 시설, 건축, 환경, 서비스 등을 이용하는 사람이
성별, 나이, 장애의 유무, 언어(국적) 등에 제약을 받지 않도록
사용할 수 있도록 배려하는 설계 철학이다.

유니버설 디자인에 관한 7가지 기본 원칙을 각각의 특징을 사례와 함께 정리

- ① 공평한 사용 (equitable use)
- ② 사용상의 유연성 (flexibility in use)
- ③ 쉽고 직관적인 사용 방법 (simple and intuitive use)
- ④ 이해하기 쉬운 정보 (perceptible information)
- ⑤ 오류에 관한 수용 (tolerance for error)
- ⑥ 신체적 부담의 경감 (low physical effort)
- ⑦ 적절한 사용 공간/크기 (size and space for approach and use)

특징을 사례와 함께 정리

브리핑한 내용 중 5가지가 나오고, 단답형 or 서술형

나름대로의 자료를 중심으로 살을 붙여서 자신만의 단어로 정리해서 시험 준비를 하세요.

답안을 작성할 때, 수업시간에 진행했던 키워드를 중심으로 살을 붙이면 됨.