

# 커뮤니케이션디자인학과 Communication Design

## 1. 석사학위과정 소개

### 교육목적

커뮤니케이션디자인학과는 조형대학의 축적된 교육과정과 시스템을 통해 커뮤니케이션디자인, 디지털미디어디자인 영역에서 빠르게 변해가는 첨단 디자인분야를 선도할 수 있는 실질적이고 창의적인 디자이너 양성을 목적으로 한다.

### 교육목표

커뮤니케이션디자인과는 '디자인 중심 대학원'을 실현하기 위하여 시대를 이끌어 갈 진리와 시대의 요구에 부합하는 디자인문제를 해결하고자 단계적인 교육을 중점적으로 실시하고 있다.

- 합목적적 능력 배양
- 디자인 전인 교육 수행
- 문제해결능력 배양
- 창의적인 감수성의 배양
- 세계화 전략의 수행

### 학과소개

과학기술의 급속한 발전으로 산업구조가 고도화, 다양화되어 보다 전문적인 인력이 요청되고 있는 지금 커뮤니케이션디자인과는 커뮤니케이션, 디지털미디어디자인에 대한 심도 깊은 교육과 연구를 실시하여 대학원을 진학하고자 하는 학생들에게 보다 다양한 기회의 장을 마련해주고 있다. 다양한 영역에서의 접근방법으로 창조성을 연구하며 새로운 기술과 정보교육의 함양으로 디자인 연구와 창의적인 자세로 학문 발전에 기여함을 목적으로 하고 있다.

## 2. 박사학위과정 소개

### 교육목적

커뮤니케이션디자인학과는 커뮤니케이션, 광고디자인 그리고 그래픽 디자인의 유기적 연계를 통한 특화된 전공영역으로 첨단 정보화 사회의 핵심 역할을 담당하고, 디자인분야를 선도 할 수 있는 최고 전문 인력의 양성을 교육목적으로 한다.

### 교육목표

커뮤니케이션디자인학과의 교육목표는 다음과 같다.

- 디자인 관련 주변 학제간 연관교육 완성
- 창의력을 갖춘 전문디자인 인력 양성
- 디지털미디어 수행능력 완성
- 논리적 기획력, 실무창작능력 배양

## 학과소개

커뮤니케이션디자인학과 박사과정은 미디어산업구조와 수용자의 태도변화에 따라 상호 작용성 및 매체성을 내포하고 있는 미술디자인계열 미술학 박사과정이다. 본 과정은 조형대학의 다양한 디자인 관련 전공영역의 특성을 바탕으로 학제간 연구가 가능하며, 디지털미디어 수행능력, 이론과 숙련된 아트워크 능력의 연계를 모색하여 실무 창작과 완벽한 논리적 분석 및 완성을 통해 학위취득을 유도하는 특화전략으로 구성되었다.

## 교과과정 및 과목설명

### 석사학위과정 교과과정

이수구분	학수번호	교과목명	학점	시수	영문교과목명
선택	9182003	타이포그래피 & 편집디자인	3	3	Typography & Editiona Design
	9182004	브랜드디자인	3	3	Brand Design
	9182005	색채디자인	3	3	Color Design
	9182006	정보그래픽디자인	3	3	Information Graphic Design
	9182007	마케팅과 소비자행동	3	3	Marketing & Theory of Consumers Behavior
	9182008	광고론	3	3	Theory of Marketing
	9182009	디자인경영·비즈니스	3	3	Design Business
	9182010	이미지와 기호	3	3	Image & Semiotics
	9182011	커뮤니케이션론	3	3	Theory of Communication
	9182012	논문작성법	3	3	Dissertation
	9182013	인터랙션디자인(1)	3	3	Interaction Design(1)
	9182014	인터랙션디자인(2)	3	3	Interaction Design(2)
	9182015	인포메이션디자인(1)	3	3	Information Design(1)
	9182016	인포메이션디자인(2)	3	3	Information Design(2)
	9182017	모션그래픽(1)	3	3	Motion Graphics(1)
	9182018	모션그래픽(2)	3	3	Motion Graphics(2)
	9182020	이미지와 사유	3	3	Aesthetic Theories
	9182021	피지컬컴퓨팅	3	3	Physical Computing
	9182022	미디어아트	3	3	Media Art
	9182023	사용자인터페이스디자인	3	3	User Interface Design
	9182024	디자인 플래닝	3	3	Design Planning
	9182025	디지털 시각디자인	3	3	Digital Visual Design
	9182026	디지털 콘텐츠디자인	3	3	Digital Contents Design
9182027	광고커뮤니케이션디자인	3	4	Advertising Communication Design	
9182028	시각커뮤니케이션디자인	3	4	Visual Communication Design	
9182029	디지털미디어디자인	3	4	Digital Media Design	

## 석사학위과정 과목설명

교과목명	과 목 설 명
타이포그래피 & 편집디자인	시각언어의 기본요소인 문자의 구조적 특성을 습득하여 합목적인 타이포그래피의 계획과정과 광고 및 기업홍보를 목적으로 하는 에디토리얼 디자인 학습
브랜드디자인	최근광고에서 가장 공격적인 목표는 마케팅 목표가 아니라 브랜드가치로 목표가 바뀌고 있다. 브랜드가 가장 중요한 이후로 떠오르면서 브랜드의 이해와 브랜드 구축, 관리하는데 필요한 제반 디자인 과정을 연구
색채디자인	시각언어로서의 색채의 중요성에 관하여 학습하고, 효과적인 광고커뮤니케이션디자인을 위한 색채 이론과 색채를 중심으로 한 디자인 결과 분석을 위한 이론을 연구한다.
정보그래픽디자인	정보그래픽디자인은 사진, 심볼, 색채, 문자 등을 이용해 정보를 표현하거나 커뮤니케이션하기 위한 분야이며, 여러 미디어에서 표, 그래프, 지도, 다이어그램, 타임라인 등 다양한 형태로 나타난다. 효과적인 정보전달을 위해자료조사, 정보 분석, 소비자행동, 디자인 전략, 그래픽 스타일 등의 방법론을 연구한다.
마케팅과 소비자행동	세분화 되어가는 시장에서 마케팅과 효과적인 설득커뮤니케이션을 수행하기 위해 시장 조사 및 분석과 행동과학적 측면에서 소비자 행동의 이해는 반드시 필요하다.
광고론	광고의 일반적 개념, 광고프로세스, 광고매체, 광고의 구성 요소 그리고 광고소구유형 등 광고에 관한 기본적인 이론을 학습한다. 현대 정보화 사회에 있어서의 광고의 역할과 그 중요성을 인식하게 하고, 전체적인 광고 산업을 이해하게 한다.
디자인경영 · 비즈니스	디자인 경영을 기업 경쟁력 강화의 핵심으로 삼는 기업 경영방침을 말하며, 제품 개발 프로세스를 디자인 중심으로 이끌고 가거나 기업 경영 활동 전반에 있어 디자인을 적절히 적용하고 관리하는 것을 디자인 경영 활동이라고 한다. 기업의 성공적 디자인 전략 사례를 분석하고 평가하여 디자인이 성공적 경영에 얼마나 큰 영향을 주고 핵심적 역할을 했는지를 이해한다.
이미지와 기호	이미 생성의 경로를 예견할 수 있게 하고 분석적 논리와 미학적 감수성의 훈련을 가능하게 하는 기호학의 일반론을 학습하고, 디자인 분야에서의 활용 방안을 연구하게 한다.
커뮤니케이션론	시각 커뮤니케이션 디자인 전략과 크리에이티브의 성공적인 접목을 위해 커뮤니케이션과 미디어를 학문적 맥락에서 이해하는 언론 정보학, 수사학, 저널리즘학, 광고홍보학 등 커뮤니케이션 이론을 학습한다.
논문작성법	좋은 논문을 쓸 수 있도록 논문의 본질과 요건, 작성 준비, 논문의 구성, 원고 작성의 요령, 인용 방법 등을 다룬다. 학위 논문에 필요한 문헌 및 자료들을 집중 연구하여 논문의 문제와 방향을 설정한다.
인터랙션디자인(1)	인터랙션 디자인 (1)에서는 UX(사용자경험) 디자인의 중요한 요소인 인터랙션 디자인의 기본적인 이론과 표현방법의 새로운 가능성을 탐구하여 여러 감각적 경험을 통하여 소통할 수 있는 디지털 미디어 디자인 능력을 키운다. 디자인적, 기술적인 리서치를 통한 인터랙션의 방법, 표현의 내용에 있어 최신경향을 실기, 학습하며 발전된 주제들을 다룬다.
인터랙션디자인(2)	인터랙션디자인 (2)에서는 인터랙션의 심화연구와 표현방법을 탐구하여 개인별 관심에 따른 작품을 기획, 연구하여 교수의 지도 아래 제작한다. 스크린, 설치, 사운드, 비디오, 피지컬 오브젝트의 다양한 형태로 나타나는 인터랙션디자인 및 예술작품을 심도있게 제작한다.
인포메이션디자인(1)	인포메이션에 대한 개념, 유형 및 정보 전달 방법의 진화 등 이론적 이해를 바탕으로, 정보 이전 상태의 광범위한 데이터를 구조적으로 조직화해보고, 시간, 공간 등 여러 기준에 따라 의미 있는 인포메이션으로 재해석하는 학습을 하며, 다양한 표현방식을 통해 인간의 인지적 특성을 고려한 사용자 중심의 인포메이션 디자인작업을 경험한다.
인포메이션디자인(2)	인포메이션 (1)의 심화과정으로, 다양한 미디어 특성에 맞는 인터랙티브 인포메이션 디자인 방법을 경험한다. 특히 정보의 전달이라는 1차적 목적은 유지한 채 시각 이외의 인간의 다양한 오감을 활용한 정보전달 방식을 시도해보므로써 사용자가 좀 더 친근하게 정보를 이해할 수 있도록 사용자 경험 이 반영된 이성과 감성이 공존하는 인포메이션 디자인 작업을 학습한다.
모션그래픽(1)	최근 수년간 급성장 하고 있는 모션그래픽의 역사 및 현주소를 파악하여 분석하고, 이전에 습득한 기본적인 지식 및 기술을 토대로 심층적인 프로젝트 테크닉을 업데이트하며 새로운 디자인 컨셉을 시도하여 차세대의 창의력 있는 작품을 기획, 제작한다.

교과목명	과 목 설 명
모션그래픽(2)	모션그래픽스(1)에 이은 연계과목으로, 보다 종합적이고 심도있는 프로젝트를 개발해 내어 연구 제작한다. 또한, 프로그래밍이나 인터랙션 및 인포메이션 디자인 등 앞으로의 모션그래픽 분야와 접목 가능한 분야에 대한 전망, 프로젝트 아이디어 및 제작방안 등을 연구한다.
이미지와 사유	문헌 및 작품사례를 통하여 이미지의 개념, 특징, 효과, 활용방법등을 분석한다.또 이미지의 창작 프로세스를 이해하기 위해 이미지의 생성, 가공 및 변형, 적용 방법에 대해 토론을 한다. 이를 위해 현대사회에서의 다양한 커뮤니케이션의 방법들의 효과적인 방안과 오감을 중심으로 한 디자인적 사고 발상을 인문학, 심리학, 사회과학 그리고 미학과 아우르는 학문 간의 융합을 통해 사고하고 구상, 발전시키는 프로젝트를 실험, 학습한다.
피지컬컴퓨팅	모니터, 키보드, 마우스로 구성된 일반적인 컴퓨터에 물성(物性, physicality)을 부여하여 보다 자연스럽게 인간과 다양한 상호작용을 할 수 있는 디지털 미디어를 디자인하고자 하는 과목이다. 이를 위하여 전자회로의 기초와 마이크로컨트롤러의 개념과 사용방법, 디지털 회로와 아날로그 회로, 모터와 센서 등의 기술적인 내용을 다루게 된다. 작업의 결과물은 인터랙티브 인스톨레이션이나 인터랙티브 오브젝트의 형태로 나타나게 된다.
미디어아트	디지털 테크놀로지가 예술적 표현에 새롭게 열어주는 가능성들을 탐구하고자 하는 과목이다. 디지털 미디어를 디자인이 아닌 예술의 영역에서 활용해 보고자 할 때 어떠한 표현들이 가능할지를 자유롭게 상상해보려는 것이 기본적 입장이다. 예술이란 무엇인가라는 문제를 근본적인 차원에서부터 고찰하고 이로부터 표현의 단초를 잡는다. 예술적인 시각으로 세상을 인식하고 그러한 인식을 디지털 미디어로 표현하여 미디어아트 작품을 결과로 얻는다.
사용자인터페이스디자인	사용자 중심 디자인 이론을 근간으로 사용자와 컨텍스트를 연구하여 정보 구조와 정보 표현, 사용자 경험을 디자인하며, 연구 결과를 UI, GUI, PUI 디자인 등 다양한 인터페이스 환경에 적용하는 방법론을 학습하고 실무 프로젝트의 적용 능력을 배양한다.
디자인 플래닝	디자인 기획자로서 다양한 디자인 패러다임을 바탕으로 시장 및 사용자, 디자인 환경을 이해하고 이에 맞는 디자인 주제의 선정과 프로젝트 프로세스 및 운영 전략을 수립하며, 학제적 프로젝트 그룹의 환경에서 프로젝트를 운영하는 능력을 학습한다.
디지털 시각디자인	디지털 매체와 기술의 발달은 그에 따른 새로운 콘텐츠의 개발과 커뮤니케이션 방법을 요구하고 있다.사회학, 심리학 인문학등의 이론적 배경과 더불어 디지털미디어의 활용의 범위를 연구하고 디자인 프로세스의 방법 및 예술적 상상력을 발전시키는 학습을 하여 디지털을 활용하고 디자인을 기반으로 한 통합적인 교육을 하고자 한다.
디지털 콘텐츠디자인	디지털 콘텐츠의 중요성은 산업과 상품으로 연결되어가며 점점 높아지고 있다. 문화가 콘텐츠로 활용되어 기획부터 유통, 마케팅등, 새로운 시대의 문화산업으로 많은 전문 인력을 교육, 양성하고자 하는 목적을 가지고 있다. 이에 디지털매체에 대한 연구와 디자인에 대한 깊은 이해를 바탕으로 창의적인 콘텐츠 기획 및 제작을 할 수 있는 능력을 개발하고자 한다.
광고커뮤니케이션 디자인	가장 기본이 되는 과목으로서 광고커뮤니케이션디자인의 실제 제작에 필요한 이론적 근거와 디자인 결과의 분석, 일반적 언어를 시각적 광고언어로 변환하는 능력 배양
시각커뮤니케이션 디자인	대중에게 메시지를 전달하는 다양한 미디어에 관하여 학습. 특히 인터랙티브 커뮤니케이션의 개념을 중심으로 한 뉴 미디어에 관하여 연구한다.
디지털미디어디자인	디지털미디어의 기술적인 메커니즘을 이해하고, 멀티미디어를 구성하고 있는 디자인 및 기술적 요소가 정보전달 과정에 미치는 상관관계를 연구하며 실습한다.

### 박사학위과정 교과과정

이수구분	학수번호	교과목명	학점	시수	영문교과목명
필수	9185001	광고커뮤니케이션디자인	3	3	Advertising Communication Design
선택	9186001	시각커뮤니케이션디자인	3	3	Visual Communication Design
	9186002	정보그래픽디자인	3	3	Information Graphic Design
	9186003	마케팅과 소비자행동	3	3	Marketing & Consumers Behavior

이수구분	학수번호	교과목명	학점	시수	영문교과목명
선택	9186004	광고론	3	3	Theory of Advertising
	9186005	디자인경영·비즈니스	3	3	Design Business
	9186006	이미지와 기호	3	3	Image & Semiotics
	9186007	커뮤니케이션론	3	3	Theory of Communication
	9186008	논문작성법	3	3	Dissertation
	9186009	브랜드디자인	3	3	Brand Design
	9186010	타이포그래피 & 편집디자인	3	3	Typho Graph & Editorial Design
	9186011	색채디자인	3	3	Color Design

### 박사학위과정 과목설명

교과목명	과 목 설 명
광고커뮤니케이션디자인	가장 기본이 되는 과목으로서 광고커뮤니케이션디자인의 실제 제작에 필요한 이론적 근거와 디자인 결과의 분석, 일반적 언어를 시각적 광고언어로 변환하는 능력 배양
시각커뮤니케이션디자인	대중에게 메시지를 전달하는 다양한 미디어에 관하여 학습. 특히 시각 커뮤니케이션의 개념을 중심으로 한 뉴 미디어에 관하여 연구한다.
정보그래픽디자인	정보그래픽디자인은 사진, 심볼, 색채, 문자 등을 이용해 정보를 표현하거나 커뮤니케이션하기 위한 분야이며, 여러 미디어에서 표, 그래프, 지도, 다이어그램, 타임라인 등 다양한 형태로 나타난다. 효과적 정보전달을 위해자료조사, 정보 분석, 소비자행동, 디자인 전략, 그래픽 스타일 등의 방법론을 연구한다.
마케팅과 소비자행동	세분화 되어가는 시장에서 마케팅과 효과적인 설득커뮤니케이션을 수행하기 위해 시장 조사 및 분석과 행동과학적 측면에서 소비자 행동의 이해는 반드시 필요하다.
광고론	광고의 일반적 개념, 광고프로세스, 광고매체, 광고의 구성 요소 그리고 광고소구유형 등 광고에 관한 기본적인 이론을 학습한다. 현대 정보화 사회에 있어서의 광고의 역할과 그 중요성을 인식하게 하고, 전체적인 광고 산업을 이해하게 한다.
디자인경영·비즈니스	디자인 경영을 기업 경쟁력 강화의 핵심으로 삼는 기업 경영방침을 말하며, 제품 개발 프로세스를 디자인 중심으로 이끌고 가거나 기업 경영 활동 전반에 있어 디자인을 적절히 적용하고 관리하는 것을 디자인 경영 활동이라고 한다. 기업의 성공적 디자인 전략 사례를 분석하고 평가하여 디자인이 성공적 경영에 얼마나 큰 영향을 주고 핵심적 역할을 했는지를 이해한다
이미지와 기호	의미 생성의 경로를 예견할 수 있게 하고 분석적 논리와 미학적 감수성의 훈련을 가능하게 하는 기호학의 일반론을 학습하고, 디자인 분야에서의 활용 방안을 연구하게 한다.
커뮤니케이션론	시각 커뮤니케이션 디자인 전략과 크리에이티브의 성공적인 접목을 위해 커뮤니케이션과 미디어를 학문적 맥락에서 이해하는 언론 정보학, 수사학, 저널리즘학, 광고홍보학 등 커뮤니케이션 이론을 학습한다.
논문작성법	좋은 논문을 쓸 수 있도록 논문의 본질과 요건, 작성 준비, 논문의 구성, 원고 작성의 요령, 인용 방법 등을 다룬다. 학위 논문에 필요한 문헌 및 자료들을 집중 연구하여 논문의 주제와 방향을 설정한다.
브랜드디자인	최근 광고에서 가장 궁극적인 목표는 마케팅 목표가 아니라 브랜드가치로 목표가 바뀌고 있다 브랜드가 가장 중요한 이슈로 떠오르면서 브랜드의 이해와 브랜드구축, 관리하는데 필요한 제반 디자인 과정을 연구
타이포그래피 & 편집디자인	시각언어의 기본요소인 문자의 구조적 특성을 습득하여 함목적인 타이포그래피의 계획과정과 광고 및 기업홍보를 목적으로 하는 에디토리얼 디자인 학습
색채디자인	시각언어로서의 색채의 중요성에 관하여 학습하고, 효과적인 커뮤니케이션디자인을 위한 색채 이론과 색채를 중심으로 한 디자인 결과 분석을 위한 이론을 연구한다.