

콘텐츠 개발계획서

1. 개발 개요

1. 콘텐츠 개발 필요성

기업이 마케팅을 기업 경영의 도구로 사용하기 이전에는 저렴한 가격이 곧 경쟁력으로 작용함. 하지만 오늘날 비즈니스를 성공으로 이끌어내는 요인은 새로운 제품과 기술의 개발, 상품의 품질과 성능, 서비스의 개선, 커뮤니케이션의 차별화 등은 물론이고, 이 밖에도 셀 수 없을 정도로 무수히 많은 요인이 등장하고 있으며, 근본적으로 상품의 품질과 디자인이 비즈니스를 성공으로 이끌어내는 중요한 요인이라는 것은 누구도 부정할 수 없는 사실임. 그런데 최근 경쟁이 가속화함에 따라 디자인은 제품의 개발을 넘어 비즈니스를 위한 전략적인 경영 수단으로 중요한 역할을 하기 시작하였으며, 스타트업 기업이 갖추어야 할 필수적 요인으로 작용함.

2. 수업목표 및 수업내용

본 과목은 기업 및 조직의 최종 결과물인 상품과 서비스를 생산하고 제공하는 인적, 물적자원의 효율적인 운용 전략을 습득함으로써 다변화된 조직 및 산업환경에 능동적으로 적응할 수 있는 사고력을 제고하는데 그 목표가 있음.

시장경쟁력 있는 상품 및 서비스 제공을 위하여 조사 및 자료분석, 전략수립, 브레인스토밍, 프로젝트 실습 그리고 사례연구 등을 통하여 디자인마케팅의 이론과 실제를 습득함으로써 보다 차별화되고 창의적인 융합적 사고능력과 문제해결력을 겸비할 수 있도록 교과 내용을 구성함.

3. 핵심역량(교양) 및 전공능력과의 관계

- 융합적 전문성 : 고도화된 현대 산업사회에서 제품(서비스)과 디자인, 소비자의 관계를 이해하고 실생활 및 직업에 적용함으로써 경쟁력 제고
- 도전적 창의성 : 디자인을 단순히 제품이나 서비스의 가시화만을 위한 역할이 아니라 기업의 경영이나 시스템, 기업의 이미지 등 기업의 전략적 목적으로 이해하고 접근함으로써 창의적 사고를 함양

4. 교재 및 참고문헌

디자인 마케팅 / 홍지원 / 미진사
디자인기획과 전략 / 김문기 / 커뮤니케이션북스
디자인경영 이야기 / 정경원 / 브랜드아큐멘

II. 개발내용 및 방법

1. 주차별 학습내용

차 시	학습주제 및 학습내용	학습활동	비고
1 주차	- 현대 산업사회에서 디자인과 마케팅의 역할 - 창업 및 창직의 의미와 실제		
2 주차	- 디자인의 정의 및 역할 - 디자인은 행동을 위한 도구		
3 주차	- 디자인과 비즈니스의 관계 - 소비바 분석과 AIDMA의 이해		
4 주차	- 마케팅의 역할과 정의 - 전통적 마케팅과 현대적 마케팅의 차이점		
5 주차	- 디자인 전략의 이해 - 이미지 획득을 위한 디자인 방법론	과제	
6 주차	- 마케팅 전략의 이해 - SWOT 분석과 STP 전략		
7 주차	- 마케팅 조사의 종류 및 특징 - 소비자의 욕구, 고객의 태도, 경쟁사의 전략		
8 주차	중간고사		
9 주차	- 경쟁 상품 및 서비스 분석 - 제품(서비스), 규격, 비교항목 등의 구성		
10 주차	- SWOT분석과 전략 수립 - 목적과 목표 설정, 정보 수집, 아이디어 수집	과제	
11 주차	- 브랜딩과 네이밍의 이해 - 브랜드 개발 전략과 도구		
12 주차	- 브랜드의 특징 및 성공 요인 - 브랜드 성공 사례 분석	과제	
13 주차	- 상품 및 서비스 차별화 전략 - 차별화 전략 실행을 위한 디자인 프로세스		
14 주차	- 성공적인 디자인마케팅 사례 분석 - 스타트업의 디자인 차별화 사례 분석		
15 주차	기말고사		