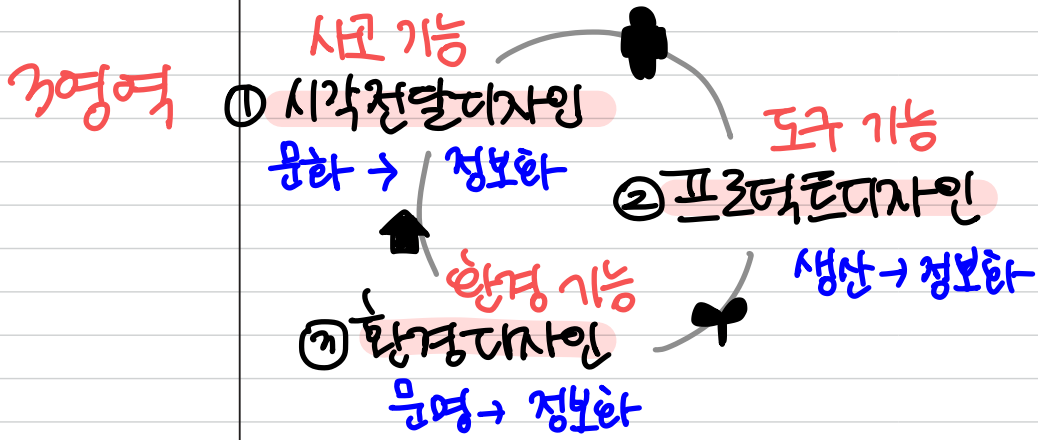
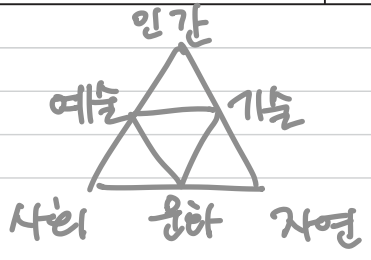




디자인의 영역



- ① 시각전달디자인
 - 사회 속에서 서로 의사소통을 위함
 - = 정상적 상비의 디자인
 - 4차원: TV, CF, 애니, 가상현실 브레이
- ② 프로그래밍디자인
 - 도구 (인간의 또 다른 비유적 신체)
 - 2-3차원
- ③ 환경디자인
 - 도시계획, 건축환경 등. 2-4차원



1 디자인의 본질

디자인 = 생각의 시각화

= 창의적인 문제해결 방법

디자인싱킹

: 전략을 개발시 디자이너처럼 생각함

→ 사고방식을 바꾸고 **반상을 전환**

예) 브롬톤

점점씩 자전거 구조



BROMPTON

저단계로 접히는 자전거 과정을 한눈에 보여줌

→ 시공의 틀에서 벗어남

마스터카드



회사 이름을 잃어 세련된 이미지 강조한 과감한 변화

픽토그램

picto(그림)+telegram(전보)

: 상징화된 그림문자

빠르고 쉬운 공감 (불특정 다수)

공공장소, 설명서 etc

차사, 국제적 약속체계, 규칙

기능

① 안내 : 올림픽 등에서 심벌, 포지

② 명령 : 행동 유도 (도로교통, 금연, 위험)

조건

① 일반 대중 이해 가능

② 더 빠르고 정확한 이해

③ 간결, 보고 따라하도록

ex) 도쿄올림픽 판도마임

비서양권 기준 개최, 해디 사람들을 위해 간단히 종목설명
목적으로 연구 개발됨

인포그래픽

: 복잡·많은 데이터 단순화 (귀찮음 별로 못어)

Information + Graphic → 보다 직관적 정보 전달 (그래프, 다이어그램)

장점

- ① 높은 이해도 : 복잡한 정보 시·청각적 전달
- ② 기억력 강화 : 시·청각으로 전달
- ③ 다양하게 표현 : 애니·그래픽·텍스트
- ④ 접근성 높음 : 플랫폼 다양, 쉽게 공유
- ⑤ 참여 유도 : 관심 끌

infographic

종류

- ① 설명형 : 사용방법, 설명 영상
- ② 통계. 데이터시각화 : 복잡한데이터의 패턴. 추세 이해 도움
- ③ 타임라인 : 스토리텔링
- ④ 프로세스 : 절차 단계별 설명
- ⑤ 지도형 : 기호. 일러스트로 지역 특징 등 시각화
- ⑥ 3D : 입체물 구조설명. 건축. 의료 etc.

사례

- ① 웹사이트 : 빠른 로그인 유도, 광고 빠른 노출 & 접속
- ② 애플리케이션 : 공간의 제약 → 더 적은 양 인포그래픽. 순수해당도
- ③ SNS : 카드뉴스형태. 보아쉽게 가공. 흥미유발
- ④ 영상 : 2차원 그래픽 2D
- ⑤ 기타 : 자료 무늬어있는지?

평가하기(1)

1번	문항	다음 중 픽토그램의 설명이 아닌 것은? ① 구성이 간결하고 보는 이로 하여금 그림을 보고 따라 행동하도록 디자인해야 한다. ② 빠르고 정확히 읽을 수 있도록 보편적이고 합리적으로 제작되어야 한다. ③ 안내, 고지, 명령의 기능이 있다. ④ 사물·시설·행위·개념 등을 나타내는 글자이다.
	정답	④
	해설	사물·시설·행위·개념 등을 상징화된 그림문자이다.

평가하기(2)

2번	문항	인포그래픽은 라인이나 도형을 기반으로 그래프, 다이어그램 등 다양한 방식으로 정보를 간소화하고 직관적으로 정보를 전달할 수 있다.
	정답	0
	해설	인포그래픽은 라인이나 도형을 기반으로 그래프, 다이어그램 등 다양한 방식으로 정보를 간소화하고 직관적으로 정보를 전달할 수 있다.

2. 브랜드디자인, 타이포그래피

CIP

: 심벌마크 + 로고 (회사)

기업이미지 통합계획 → 기업·단체의 이미지를 시각적으로 체계화·단일화

ex) 삼성



CIP 도입 시

- ① 창립
- ② 합병 등의 큰 변화
- ③ 역사적 전환점 (100주년)
- ④ 경쟁사보다 유리한 이미지
- ⑤ 경쟁사 추격
- ⑥ 새로운 조약

CIP 기본시스템

- ① 생목아크
- ② 조그
- ③ 시그니처
- ④ 컬러시스템
- ⑤ 왜곡터

구분

CIP 응용

: 제작된 이미지들 각 매체에 적용

- ① 서식 (편의, 명함, 신분증)
- ② 시인 (안내판, 현수막)
- ③ 운동수단 (차, 비행기, 배)
- ④ 유니폼

BI

CIP: 기업전체

BI: 특정 브랜드

: 경영전략.

상표 이미지를 시각적 체계화. 단순화

→ 소비자에게 확실이 인식, 신뢰도 높임

→ 매질, 장수화

CI라 통일성 가져야하며 강장. 차별적 이미지 구축

타이포그래피

글자 + 서술

: 글꼴. 피연상디자인. 가독성. 리터링 포함한
종합적디자인

① 빙그레체

← 글자꼴 구별요소 유무

② 시리프체

: 큰. 작은 획 대비. 수직폭 aa o

③ 삼세리프체

: 정원. 사각형. 직사각형 디자인 ae x

가독성 약함

폰트를 사용하는 기술

타이포

vs

리터링

기존서체. 내용전달. 항상 여러 요소 이용

시스템제작

작업도양해 글자만들. 일정행수에 맞춰 제작

시각효과 고려

글자를 만드는

평가하기(1)

1번	문항	다음 중 CIP기본 시스템이 아닌 것은? ① 심볼 마크 ② 로고 타입 ③ 유니폼 ④ 캐릭터
	정답	③
	해설	유니폼은 응용시스템이다.

평가하기(2)

2번	문항	레터링은 디자인을 위해 직접 드로잉을 통해 글자를 만드는 것으로 각각의 글자를 일정한 형식에 맞추어 제작하는 것이다.
	정답	0
	해설	레터링은 디자인을 위해 직접 드로잉을 통해 글자를 만드는 것으로 각각의 글자를 일정한 형식에 맞추어 제작하는 것이다.

3. 편집디자인과 그래픽디자인

편집디자인

: 클. 이미지를 일정한 규칙으로 테이러수집.
정리해 구성

전달하고자 하는 내용 효과적 위함
인쇄매체

공간의 편집

정보의 편집

- ① 타이포그래피: 설명·내용중심
- ② 팩토리얼아트: 사진·그림 중심
- ③ 혼합: 둘을 적절히 배합·조화

① 트래킹

: 디자인 기본 골격. 전체의 디자인 원칙 결정
운영방법 제1단계

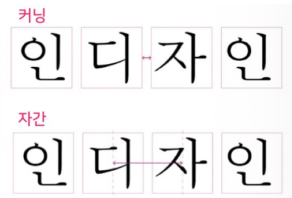
② 타이포그래피

: 메시지 전달 시 가장 중요 요소
글꼴의 조화



- 1) 자간 조절
- 2) 장평 조절
- 3) 커닝
- 4) 행간

글자사이의 간격을 설정



글씨 크기 동일

특정글자 사이 간격



≠ 트래킹

행간조절 행간조절
 행간조절 행간조절

㉓ 레이아웃, 그리드시스템

: 화면크기, 텍스트, 이미지, 여백 etc 배치

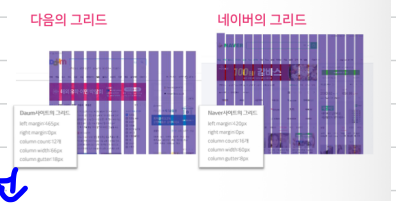
: 여러 종류 요소 질서있게 규칙을 세움

시각적 통일성

명료, 조작성

개관적 사고

→ 창의력 발전



1) 반응형 웹

: 다양 기기 환경 (12단)

2) 모바일 웹

: 핸드폰, 단조권 환경 (4,6단)

㉔ 프로그래피, 일러스트레이션

: 단순 공간채움용 X

영어는 복합능한 표현력

㉕ 여백

: 균형, 가독성, 깔끔, 눈을 두게 함, 집중

디자인의 품질 결정하는 중요 요소

포스터디자인

: 간략한 문구, 그림으로 조형적 표현

사용목적

- ① 상품광고
- ② 문화행사
- ③ 공공 캠페인
- ④ 선거
- ⑤ 관광홍보
- ⑥ 아트·장식

강점

게제우치의 자유로움 → 즉시 판매효과 높음
연속 게시 → 반복적 노출, 크기·색 선택 자유

단점

홍보수명이 짧음, 휘도 낮음
지역·대상 제한

평가하기(1)

1번	문항	다음 중 편집디자인의 그리드시스템설명이 아닌 것은? ① 레이아웃에 명확하고 체계적인 질서를 부여한다. ② 조직적이고 명료한 공간구축이 가능하다. ③ 평면과 공간에 대한 체계적인 통제가 불가능하다. ④ 객관적인 사고를 통해 창의력을 발전 시킬 수 있다.
	정답	③
	해설	평면과 공간에 대한 체계적인 통제가 가능하다.

평가하기(2)

2번	문항	포스터의 장점은 게재 위치가 자유로워 POP로서 즉시 판매 효과가 높으며 연속 게시로 반복적으로 노출 효과가 크고 크기와 색상 등의 선택이 자유롭다.
	정답	0
	해설	포스터의 장점은 게재 위치가 자유로워 POP로서 즉시 판매 효과가 높으며 연속 게시로 반복적으로 노출 효과가 크고 크기와 색상 등의 선택이 자유롭다.

4. 일러스트레이션과 캐릭터디자인

스토리라인

: 개성을 위해 스토리텔링으로 감성을 유발함

일러스트레이션

⇒ 주제를 명확하게 시각화한다 Aim

= 설명하다. 분명하게 하다

넓은의미 : 문자 이외의 시각화 된 것

좁은의미 : 도그림. 대중에게 조감되는 목적

핸드드루잉

① 광고

: 현실에서 보기 힘든 상황을 그림으로 보여줌
→ 인상표게 함

② 영상

③ 출판

④ 그림 동화 : 스토리텔링과의 조화 극

⑤ 양제

⑥ 테크니크 : 공업제품, 식재료, 식명도

⑦ 컴퓨터그래픽

⑧ 내면 : 복식디자인

캐릭터디자인 : 제품 또는 서비스에 이전

→ 소비자 친감

조건

① 익인화

② 현실에 있는 조건 및 특색

③ 색상, 재료, 단순화 등 차별점 등

→ 친밀감, 개성

특징

① 이미지 대변할 시각표도 필요

② 이증후 → 친감

③ 인지도 ↑, 독자적

④ 언어로는 불가한 설명을 함

㉑ 생명력이 강다 (다시. 지브리. 키리)

분류

주 심벌 캐릭터

보조 심벌 캐릭터

: 이미지 제고. 차별화
독립X. 기업과 상품을 커뮤니케이션
하기 위한 보조 역할
친근. 조목. 차별. 기억

① 코퍼레이트 캐릭터

: 마스코트

대중들과 자주 접함, 친밀 인상

ex) 미워라 깃타이머

② 광고 브랜드 캐릭터

: 기억이 용이하게 '포크&크로'


배스나우의 '나나'

'홍건복'

평가하기(1)

1번	문항	<p>다음 중 캐릭터의 특징이 아닌 것은?</p> <p>① 기업, 단체 등 대상의 이미지를 구체적으로 대변하기 위한 시각적 요소가 필요하다.</p> <p>② 이름이 부여된 캐릭터는 소비자들에게 친근하다.</p> <p>③ 인지도가 낮다.</p> <p>④ 독창적인 개성을 가졌다.</p>
	정답	③
	해설	인지도가 높음

평가하기(2)

2번	문항	<p>다음 보기는 테크니컬 일러스트레이션이다.</p> 
	정답	O
	해설	<p>테크니컬 일러스트레이션은 공업 제품인 기계, 기구, 수송 기관을 위하여 공장 설비 등의 시설을 합리적으로 그리는 일러스트레이션으로, 완성된 제품의 부품 설명도에 응용되기도 하며 신제품 개발 시 사전 설계도의 역할로서 응용되기도 한다.</p>

다. 포장디자인 & POP

포장디자인

: 상품을 알림. 구매의욕유발. 상품보호. 운반
부가가치상승

원래 목적 : 차단방지, 운반 편의

Today : 판매경쟁의 변화로 포장까지 확대됨

요소

시각 : 브랜드, 그림, 문자, 색

기능 : 상품보호, 표시사항중수, 사용의 편리성

경제 : 안쪽도, 구별 쉽게, 기어

① 보호 : 패키지수명 > 제품수명

② 흥미 : 용도 부합의 적절한 아름다움. 시선자극

③ 편리 : 취급상의 편리

④ 상품 : 상품 - 소비자 연결 매체 / 태키지가

㉔ 재사용 : 폐기처리 가능소재, 원가절감 효과

형태

- ① 단위 포장 : 최소단위
- ② 내부 포장 : 충격·습기·재사용방해
- ③ 외부 포장 : 상자·상품명·리본...
- ④ 상함포장 : 판촉에 초점 (심미)
- ⑤ 공업포장 : 안전·효율에 초점
- ⑥ 상자형
- ⑦ 봉투형
- ⑧ 원통형
- ⑨ 기타

분류 :

4) 포장기법별 분류



영역

① 시각디자인 : POP · 쇼핑백 · 라벨

② 구조디자인 : 구조골

③ 산업디자인 : 용기디자인

④ 마케팅 : 이벤트의 도구

POP

point of purchase
advertisement



역사 : 셀프 서비스 방식으로 시작됨

: 소비자의 구매현장 속 이루어지는
모든 형태의 광고 (= 매장내 판촉)
파급력 ↓, 바뀌는 정보를 그때그때 알림

① 매스미디어 광고 : 매장으로 인해 하는 이성적 선택 수단

② POP광고 : 상품을 접어들게하는 행위 유발 →
감성적 선택 수단

기능

- ① to 소비자 : 새 상품 출현을 알림
브랜드 알림
셀링포인트를 구매시점에서 설명
광고로 얻은 잠재의식이 POP로 더 명확한
이미지로 반환 → 구매의욕 자극
- ② to 판매점 : 정원의 수고를 덜, 효율↑
판매행위 보조
- ③ to 광고주 : 신제품 알릴 때 큰. 가격을 입증 판매
대사보다 유리한 조건 조성 (모델, 유행...)
좋은 인상 유발

장르

- ① 정두 : 현관. 입구에 위치, 건물 자체, 길바닥, 등산대
- ② 천장 : 멀리서도 잘 보임, 공간 활용
- ③ 윈도우 : 동행인 주목, 공간 제약 있음
- ④ 바닥 : 전시. 판매 보안, 비용 ↑
- ⑤ 카운터 : 계산 동안의 시선. 이벤트 고지
- ⑥ 벽
- ⑦ 선반

평가하기(1)

1번	문항	다음 중 포장디자인의 기능이 아닌 것은? ① 보호·보존성 ② 심미성 ③ 편리성 ④ 장식성
	정답	④
	해설	포장디자인의 기능은 보호·보존성, 심미성, 편리성, 상품성, 재사용성이다.

평가하기(2)

2번	문항	POP는 Point of Purchase Advertisement 구매시점광고이다.
	정답	O
	해설	POP는 Point of Purchase Advertisement 구매시점광고이다.

6. 디스플레이 & 사인 디자인

디스플레이 : 판매 목적의 배치.
일정 테마 아래서 진열
공간 연출 → Strong 이미지
시각의 조리. 조명. 열. 향 (All 분야 종합)
소비자 마음을 감동시켜야 함

- ① **상업광고** : 목적적 정포안 디스플레이
- ② **디스플레이** : 단순진열. 전시 / 광고 위해 넓게 전시

역사. 일정기간 뒤 노멸됨

기능

: 정보전달. 유행 창조

심리적효과 → 기업이미지 굳

광고의 종류 단계 → 구매의욕 ↑

공공분야 교육

도시미관 조성

개성

종류

① 상업 형태 : 직접/간접판매

② 간접 형태 : 공공의 성격 (박람회. 퍼레이드) 연표 ↑

③ 다이내믹 디스플레이 : 건물 외관에 스크린 거

사인디자인

: 의미가 전달되는 과정의 매개 **정보전달자**

구매자가 찾는 걸 도와주는 정보제공자

간결해야함 (주위환경과의 조화)

유희광고디자인

제곧내

상업형태 - 직·간접판매
 간접형태 - 공공 전시회

평가하기(1)

1번	문항	다음 중 디스플레이의 <u>상업적 형태가 아닌 것은?</u> ① 직접 판매를 위한 쇼 윈도우 ② 간접 판매를 위한 각종 전람회, 쇼룸 ③ 콜라보레이션을 이용한 예술적인 쇼윈도우 ④ 박람회, 박물관의 공공적인 성격의 전시회
	정답	④
	해설	간접적 형태는 공공적인 성격의 전시회로서 박람회, 박물관, 과학관, 자료관, 쇼 무대장치, 퍼레이드 등 연출성이 강조되는 분야이다.

평가하기(2)

2번	문항	옥외광고는 빌보드, 입(立)간판, 현수막, 벽보, 전광판, 점두 간판, 교통수단, 애드벌룬, 스카이라이팅 등 옥외에 존재하는 표시물을 총칭하는 것이다.
	정답	O
	해설	옥외광고는 빌보드, 입(立)간판, 현수막, 벽보, 전광판, 점두 간판, 교통수단, 애드벌룬, 스카이라이팅 등 옥외에 존재하는 표시물을 총칭하는 것이다.

7. TV 광고 & 디지털 광고

<p>간접광고 PPL</p> <p>✓ 광고성</p>	<p>: 원래는 명상에 사용될 노품을 배치하는 업무 지금은 광고 목적으로 내보냄 의도적으 노출 광고비</p>
<p>TV 협찬</p>	<p>: 작정적인 브랜드 노출 X</p> <p>비용 ↓ . 부담없다</p> <ul style="list-style-type: none">① 사회사먼트르 브랜드 확실히 인식② 방송광고조건 조목도 매우 ↑ 후원사일을 알림③ 고정시청사종 7/8

디지털

- 표면적 : 아날로그라 대비되는 정보
- 실질적 : 정보를 수용·전달가능한 매체들

디지털 광고

범위

비용이 지불된 커뮤니케이션 Contents

- ① 인터넷
- ② 모바일
- ③ TV : 게임콘솔, TV방송, OTT, 실시간방송
- ④ Digital Signage : 옥내/외 ^{상형문자} 설치된 스크린
- ⑤ 그 외
- ⑥ 스마트 : 데이터기반 맞춤형광고 제안, 반응적 디지털 사이니지광고

장점

- ① 커뮤니티인 대상 범위가 가장 넓음
홍보연결만 있다면 어디서나
- ② 전달하려는 정보의 양/질 제한 X, 융통성 ↑
비용, 형태 제약 X, 언제라도 내용변경 가능
- ③ 실시간 쌍방향 interaction
- ④ 표적성, 선택성 ↑
광고대상 구분, 다른 접근 가능
- ⑤ 노출/효과 측정 용이
- ⑥ 구매과정 모든 단계에 접근 가능
사후 대응, 관리 등에서도 대처 가능

전략

콘텐츠 마케팅

- ① 블로그
- ② 인포그래픽
- ③ 동영상

소셜미디어
마케팅

- ① 페이스북
- ② 인스타그램
- ③ 트위터

이메일 마케팅

- ① 뉴스레터
- ② Promotion 이메일

8. 제품디자인

제품디자인

: 인간의 삶의 바른 발전은 도구사용이었다
→ 생활의 질적 향상을 위해 창조하고자 하여 만들어낸 모든 체계

방법론

인성 단계까지 변화될수 있는 내용 체계
효과 명확히 제시, 분석

프로세스

- ① 발의 : 사회적 요구에 합당한지 모두가 의논
- ② 향인 : 타당성 검토, 장애요인 점검
- ③ 연구 : 문제점 조사
- ④ 분석 : 정보 분류-분석, 특성을 집중 분석
- ⑤ 종합 : 체계적 조직화, 인성분야 지식 응용

- ⑥ 평가: 가치분석, 개발역무 평단 (성나외우 단계)
- ⑦ 개발: 디자이너 주관적 의견 광역 시작
- ⑧ 전략: 실제 어떻게 사용될지 평가됨

제품디자인 요소

① 형태 : 가장 기본적인 구성요소
 첫인상
 → 사용자가 어떻게 인식, 사용할지 결정

② 색채 : 감성, 시각요소, 분위기, 매력
 브랜드 Identity
 제품기능, 용도 반영

③ 컨셉처 : 조작 → 경험에 평양
 만족도 ↑
 기능 강화

④ 착시 : 독특한 시각효과

⑤ 재료·가공기술 : 품질·내구성·미감·기능

⑥ 가격 : 대량생산 → 단가 ↓
품질수준 고려

평가하기(1)

1번	문항	다음 중 제품디자인의 요소가 아닌것은? ① 형태 ② 브랜드 ③ 텍스처 ④ 색채
	정답	②
	해설	제품디자인의 요소는 형태, 색채, 텍스처, 착시, 재료와 가공기술, 가격이다.

평가하기(2)

2번	문항	제품디자인의 디자인 측면은 제품의 가격을 고려하는 경제성과 소비자의 시장조사를 통한 시장성, 유통관계 등을 파악하는 것이다.
	정답	X
	해설	제품디자인의 디자인 측면은 제품의 독창성과 심미성, 합리성을 파악하는 것이고, 경제적인 측면은 제품의 가격을 고려하는 경제성과 소비자의 시장조사를 통한 시장성, 유통 관계 등을 파악하는 것이다.

9. 제품 디자인 스케치 & 모델링

스케치를
하는 이유

: 아이디어를 간단히 커뮤니케이션,
디자인 평가 - (형식감 살아있는 스케치)

important
thing is:

특시도법에 의한 렌더링

스케치 스케치/
생애일 스케치

: 초기 단계의 메모 형식. 프리핸드. 압채 X
제거사 보여주기 X

러프 스케치 : 가장 많이 쓰임, 비교와 검토를 위한
스케치보다 더 설득력 있게
압채 표현 O

스타일 스케치: 가장 정밀, 명확한 묘사

렌더링

: 제품 완성예상도
for 제작자의 정확한 이해

모델링

: 실제제품과 동일한 느낌이 나도록 표현

① **스커디 모델**: 초기단계

② **제시용 모델**: 디자인 전달 위함. 실제제품과 똑같이 제작

③ **프로토타입 모델**: 제작자가 만듦. 완성품과 같은 재료

평가하기(1)

1번	문항	다음 중 제품디자인의 스케치 기법이 아닌 것은? ① 스크레치 ② 러프 ③ 스타일 ④ 3D 프린트
	정답	④
	해설	제품디자인의 스케치 기법은 스크레치[섬네일]/러프/스타일 스케치/렌더링이다.

평가하기(2)

2번	문항	디자인 전달과 제출하기 위한 것으로 도면에 의거하여 외관을 실제품과 똑같이 만든 것은 스터디 모델이다.
	정답	X
	해설	디자인 전달과 제출하기 위한 것으로 도면에 의거하여 외관을 실제품과 똑같이 만든 것은 제시용 모델이다.

10. 환경디자인

환경디자인

: 생활환경을 쾌적하게 함

여러 요소를 공간이라는 한 기준으로
통합·조화시킴

단순미학 X 보존·개발·계획 ..

지역이미지 마케팅

요소

① 가로경관 : 보행자 시각 업무지역 → 쾌적하게
상업지역 → 번화하게

도시 의미전달 요인 : 공공시설사인·정비센터·방향유도

경관 요인 : 가로등·전화박스·휴지통·벤치

② 하천경관 : 다양한 용도로 활용 → 잠재력

③ 녹지 경관

환경 색채디자인

기능

- ① 도제·구체적 아이디어
- ② 양목적성 : 건물·구조별 기능에 적합한 색 사용
- ③ 상징성, 조화성, 명시성
- ④ 안전·생반성

친환경



그린디자인

· 리정중 공해 · 매연 · 에너지 소모 X
자연 분해

- ① 절약
- ② 재사용
- ③ 재활용
- ④ 개선
- ⑤ 재공전

이코디자인

: **과정 중 환경피해 ↓**

장기부영, 분해, 재사용

폐기 수음

UPCYLING

→ 재활용품으로 기존보다 더 높은 가치의 새 제품 생산

평가하기(1)

1번	문항	다음 중 친환경디자인과 관계 없는 것은? ① 바이오디자인 ② 에코디자인 ③ UPCYCLING ④ 그린디자인
	정답	①
	해설	친환경디자인은 Eco design, Green design, UPCYCLING, 바이오필릭디자인이다.

평가하기(2)

2번	문항	환경 색채디자인 계획으로 산업재해를 감소 할 수 있다.
	정답	0
	해설	환경 색채디자인은 안전성 및 생산성 향상: 40%의 산업재해 감소시킨다.

//. 공공디자인과 개발공간

공공디자인

: 문명화되어 사회 기능 분화

개발공간

: 도시 내 자연의 쾌적한 공간 (완충공간)

스트리트
퍼니처

: 특색있는 거리 창출 위해 조형물 설치

· **풍요로운 우아한 공간**

· 조명

- 영역적
- 가설적

· 벤치

· 공공시설, 편의시설, 상업시설
교통시설, 포장시설

· 수경관 (분수 ...)

경관디자인 : 오감을 통해 파악되는 총체
공간의 영역이 무한대

랜드마크 : 어떤 상징물이 대표하는 게 있거나
다른 곳에서는 볼 수 없으면 이 한정하여

평가하기(1)

1번	문항	다음 중 스트리트 퍼니처의 종류가 아닌 것은? ① 가로등 ② 자전거 보관대 ③ 벤치 ④ 옷장
	정답	④
	해설	스트리트 퍼니처는 도시환경에서 특색있는 거리를 창출하기 위하여 다양한 디자인 조형물이다.

평가하기(2)

2번	문항	건물이나 상징물, 조형물 등이 어떤 곳을 상징적으로 대표하는 의미를 가지거나 다른 곳에서는 볼 수 없고 오로지 그 곳에만 존재하는 것을 [랜드마크]라 한다.
	정답	0
	해설	랜드마크는 원래 탐험가나 여행자 등이 특정 지역을 돌아다니던 중에 원래 있던 장소로 돌아올 수 있도록 표식이었으나 오늘날 건물이나 상징물, 조형물 등이 어떤 곳을 상징적으로 대표하는 의미를 가지거나 다른 곳에서는 볼 수 없고 오로지 그 곳에만 존재하는 것이다.

12. 유니버설 디자인

유니버설디자인 : 인간의 다양성과 편향등을 실용
인간을 위한다
환경 & 제품 디자인
특정 계층을 위한 것이 아님

4원리

서술형

- ① **기능적 자원성이 높은 디자인**
ex) 공공건물에서 / 조형설치
- ② **사용 가능한 디자인**
변하는 환경에 따라 조절 → 융통성 필요
- ③ **접근 가능한 디자인**
ex) 휠체어 사용자를 위한 경사로
- ④ **안전한 디자인**

ex) 대조적 색채를 단차표시, 둥근 모서리

안기7답숙~

7원칙

- ① 공평한 사용
- ② 사용의 융통성 (다양한 생활환경 조건)
- ③ 간단함과 직관성 (진입장벽 X)
- ④ 정보의 인지성 (정보를 알아오기 쉽게 나타냄)
- ⑤ 사고방지, 안전성 오류에 대한 포용력
- ⑥ 적은 신체적 노력
- ⑦ 사용을 위한 충분한 크기나 공간

평가하기(1)

1번	문항	다음 중 유니버설디자인의 4원리가 아닌 것은? ① 기능적 지원성이 낮은 디자인 ② 접근 가능한 디자인 ③ 안전한 디자인 ④ 수용 가능한 디자인
	정답	①
	해설	4원리 : 기능적 지원성이 높은 디자인, 수용 가능한 디자인, 접근 가능한 디자인, 안전한 디자인이다.

평가하기(2)

2번	문항	유니버설디자인은 장애인만을 만족시키는 환경디자인이나 제품디자인을 말하며, 제품이나 환경을 보다 많은 사람들이 편리하게 사용하도록 함으로써 모든 사람들의 생활을 쾌적하게 하는 것이다.
	정답	X
	해설	유니버설디자인은 최대한의 사용자 요구를 만족시키는 환경디자인이나 제품디자인을 말하며, 제품이나 환경을 보다 많은 사람들이 편리하게 사용하도록 함으로써 모든 사람들의 생활을 쾌적하게 하는 것이다.

① 타이포그래피와 레터링의 차이를
적으시오

② 디피 기본시스템이 아닌 것은?

~~③ 일러스트레이션 종류 구분하기~~

④ 유니버설 4원리 (안기정수)

~~⑤ 디자인의 3영역~~

⑥ PPI와 TV형찬의 차이점?

프로그램 내용 특에 제품을 노출하는 간접광고,
TV형찬은 제작비-물품을 지원하고 후원사임을 알리는 것