

空间设计·消费者系

Spatial Design & Consumer Studies

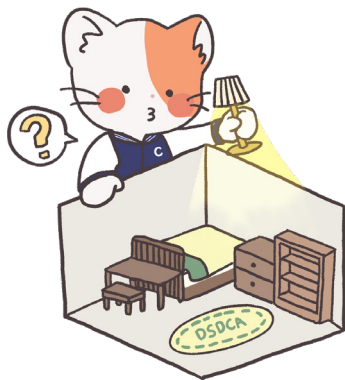
专业介绍

空间设计 消费者系旨在通过系统地研究人类与周边环境的相互作用并进行教学，培养可以为提高人类生活质量做出贡献的专家。随着生活水平、文化水平的提高，社会对空间设计——即住宅设计、各种生活相关的室内设计、空间营销、与技术融合的最新空间设计的需求增加。为了能够培养出相关领域有能力的专业人员，空间设计的课程坚持多理论与实操并行，突出差别之处。消费者的课程将收集、加工政府和企业需要的有关消费者、消费趋势和消费市场的各种信息，来培养能够洞察消费者心理的相关业务专家。

培养创造美好空间与
幸福消费文化的专业
人才

本科教学课程

| | | |
|-----|----------------------------|---|
| 1年级 | 探索消费者与居住文化、空间设计与消费者专业的就业前景 | |
| 2年级 | 消费者专业 | 消费者学概论、消费趋势、消费者的决策、消费者定量调查、消费者定性调查、消费心理、了解媒体消费者、空间消费者分析 |
| | 空间设计专业 | 室内设计论、制度与表达技法、Computer Aided Design、设计样式史、设计交流、室内空间与色彩、设计文化现场研讨会、人类行为与空间 |
| 3年级 | 消费者专业 | 消费者学实习、消费者法与政策、零售流通、商品企划论、社交大数据分析、空间品牌推广、数字社会与消费者、消费者安全专题讨论、全球消费趋势、顾客满意与消费者咨询 |
| | 空间设计专业 | 居住学、室内搭配、住宅设计、近现代空间设计、西方居住史、室内设计项目、家居设计综合规划(高级)、住宅管理 |
| 4年级 | 消费者专业 | 消费者学高等设计、消费者交流、消费者教育综合规划、Consumer Research Practice、Consumer Insight Exercise |
| | 空间设计专业 | 组合设计、居住福利与住宅信息咨询、空间设计综合规划(高级)、疗愈空间与空间营销、环保居住、生活设计趋势 |



☎ 02-2164-4991

🌐 <https://design.catholic.ac.kr>



主要课程介绍

1年级

探索空间设计·消费者学的就业前景 | 了解空间设计学、消费者学、Consumer & Design等15个代表性就业途径中,有关工作范围、工作能力、资质与性格特点、所需的课程与实践活动、就业准备和代表性企业等的内容。

2年级

设计交流 | 掌握将自己的设计与理念有效传达给其他人的方法。运用Sketchup软件熟练设计展示空间并掌握3D建模和渲染技巧。

消费者定性调查 | 学习定性研究消费者行为与消费者市场时需要的技巧理论,以及通过面谈、观察和其他定性方法直接收集资料进行分析的方法。

3年级

室内设计项目 | 运用室内设计的理论知识,进行居住、商业、办公场所的室内设计。通过企划、确定风格、设计、演示的整个过程,使设计具象化成为一个作品。

空间品牌推广 | 在快速变化的流行趋势下,需要系统性研究能够吸引消费者的品牌,同时要具备与众不同的设计策略。本课程的目的是理解品牌设计的概念,学习有效的空间品牌开发过程和开发创意的空间设计策略。

全球消费趋势 | 掌握世界各国的消费趋势,调查影响这种趋势的经济学、人类统计学及文化方面的原因。充分利用多种文献资料与媒体资料,学习发掘消费趋势的方法以及运用调查趋势的方法。

4年级

疗愈空间与空间营销 | 从5种感官和跨学科视角考查空间如何影响人类的身体、精神健康以及它在治疗过程中起怎样的作用,讨论医疗空间、老年环境、灵修空间和空间营销的规划方法。

毕业后就业方向

装修设计事务所、住宅设计事务所、VMD、生活方式与生活相关新产业与平台的规划、家居设计与流通、室内搭配、企业宣传/广告/趋势分析/营销小组、调查公司、CS企划与教育、商品企划/流通MD、客户支持小组、健康家庭支持中心、韩国健康家庭振兴院

专业相关资格证

室内建筑技师、计算机辅助建筑设计师、GTQ/GTQi、调色师、LEED、住宅福利师、建筑技师、消费者专业咨询师、消费者业务专家、消费趋势专家、健康家庭管理师、公共家庭管理师



专业人才像

品德与创意兼具、能够为人类生活和环境质量的提高做出贡献的人才

能够兼具合理性的同时,规划、设计、管理美好的空间和产品的空间设计专家

能够调查分析消费者需求和消费行为,在深入理解消费者的基础上,为企业和机构提供消费观察数据的消费业务专家



本专业相关的高校课程

一般选修课程

概率与统计、世界史、经济、社会与文化、哲学、实用经济、美术等

就业选修课程

旅行地理、社会问题探究、生活与科学、美术创作、美术鉴赏与批评

专业活动

学术节 | 学生们可以发表研究的学术论文,分享交换生、国内外实习经验等。

作业展评会 | 作业展评会每年11月举行,展示空间设计专业和消费者专业各门课程中进行、制作的面板、报告、模型和试制品。

专业参观 | 每年4-5月,专业所有学生进行空间设计、空间相应、企业的生产·流通设施、本地市场等的实地参观。

现场实习 | 放假期间或学期中可以进行现场实习。根据学生的意见和业务能力,空间设计专业分配到规划办公室和设计办公室,消费者学专业分配到企业、政府、民间团体的消费者业务工作现场。

就业服务活动:由毕业生向后背介绍有前景的就业领域和工作内容以及就业过程,传授就业准备的方法和窍门。

大奖赛 | 本专业积极支持和指导学生参加校内外的大奖赛。2023学年,本专业学生有23部作品在空间设计领域的全国大奖赛中获奖。

Catsmart (原绿色商店) | 消费者与流通领域的实习设施,通过销售计划、宣传、销售、审计等,让学生体验绿色消费的全过程,培养商品企划/流通MD。

学生团体

- 学生会:组织能够促进专业学生的沟通与良好关系的活动,主持专业参观、就业服务、学术节和作业展评会。

- NAMU:空间设计学会,负责开展空间设计学研究、实地参观和对外活动,参加大奖赛,制作和管理学生作品档案。

- AllSSO:消费者学会,负责研究消费者学,举办学习小组,提供各种支持,举办作品比赛。