대분류/08
문화·예술·디자인·
방송

중분류/02
디자인

소분류/01
디자인

세분류/04
디지털디자인

능력단위/11

NCS학습모듈

# 디지털디자인 프로젝트 분석

LM0802010411_16v2

교육부

NCS 학습모듈은 교육훈련기관에서 출처를 명시하고 교육적 목적으로 활용할 수 있습니다. 다만 NCS 학습모듈에는 국가(교육부)가 저작재산권 일체를 보유하지 않은 저작물들(출처가 표기되어 있는 도표, 사진, 삽화, 도면 등)이 포함되어 있으므로 이러한 저작물들의 변형, 복제, 공연, 배포, 공중 송신 등과 이러한 저작물들을 활용한 2차 저작물의 생성을 위해서는 반드시 원작자의 동의를 받아야 합니다.

# NCS 학습모듈의 이해

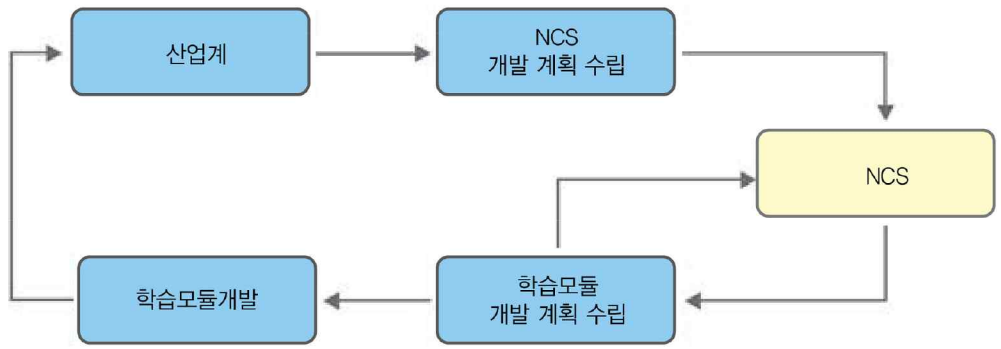
※ 본 학습모듈은 「NCS 국가직무능력표준」 사이트(http://www.ncs.go.kr) 에서 확인 및 다운로드 할 수 있습니다.

## (1) NCS 학습모듈이란?

- 국가직무능력표준(NCS: National Competency Standards)이란 산업현장에서 직무를 수행하기 위해 요구되는 지식·기술·소양 등의 내용을 국가가 산업부문별·수준별로 체계화한 것으로 산업현장의 직무를 성공적으로 수행하기 위해 필요한 능력(지식, 기술, 태도)을 국가적 차원에서 표준화한 것을 의미합니다.

- 국가직무능력표준(이하 NCS)이 현장의 '직무 요구서'라고 한다면, **NCS 학습모듈은 NCS의 능력단위를 교육훈련에서 학습할 수 있도록 구성한 '교수·학습 자료'입니다.** NCS 학습모듈은 구체적 직무를 학습할 수 있도록 이론 및 실습과 관련된 내용을 상세하게 제시하고 있습니다.

NCS 및 학습모듈 개발 절차

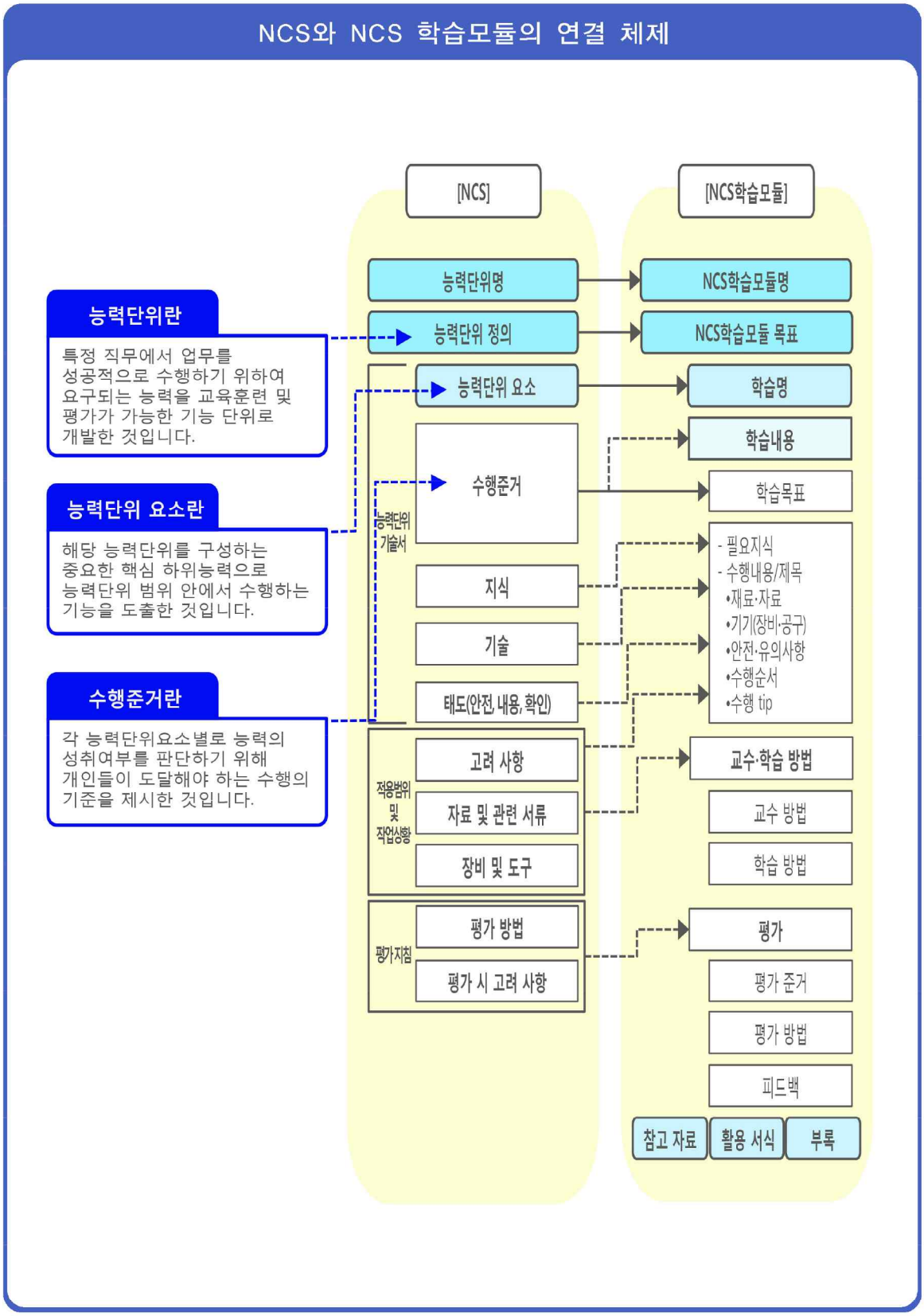



- **NCS 학습모듈은 다음과 같은 특징을 가지고 있습니다.**

  첫째, NCS 학습모듈은 산업계에서 요구하는 직무능력을 교육훈련 현장에 활용할 수 있도록 성취목표와 학습의 방향을 명확히 제시하는 가이드라인의 역할을 합니다.

  둘째, NCS 학습모듈은 특성화고, 마이스터고, 전문대학, 4년제 대학교의 교육기관 및 훈련기관, 직장교육기관 등에서 표준교재로 활용할 수 있으며 교육과정 개편 시에도 유용하게 참고할 수 있습니다.

● NCS와 NCS 학습모듈 간의 연결 체제를 살펴보면 아래 그림과 같습니다.



## (2) NCS 학습모듈의 체계

- NCS 학습모듈은 1.학습모듈의 위치, 2.학습모듈의 개요, 3.학습모듈의 내용 체계, 4.참고 자료, 5.활용 서식/부록 으로 구성되어 있습니다.

### 1. NCS 학습모듈의 위치

- NCS 학습모듈의 위치는 NCS 분류 체계에서 해당 학습모듈이 어디에 위치하는지를 한 눈에 볼 수 있도록 그림으로 제시한 것입니다.

예시 : 이·미용 서비스 분야 중 네일미용 세분류

**NCS-학습모듈의 위치**

| | |
|---|---|
| 대분류 | 이용·숙박·여행·오락·스포츠 |
| 중분류 | 이·미용 |
| 소분류 | 이·미용 서비스 |

| 세분류 | 능력단위 | 학습모듈명 |
|---|---|---|
| 헤어미용 | 네일 샵 위생 서비스 | 네일숍 위생서비스 |
| 피부미용 | 네일 화장물 제거 | 네일 화장물 제거 |
| 메이크업 | 네일 기본 관리 | 네일 기본관리 |
| 네일미용 | 네일 랩 | 네일 랩 |
| 이용 | 네일 팁 | 네일 팁 |
| | 젤 네일 | 젤 네일 |
| | 아크릴릭 네일 | 아크릴 네일 |
| | 평면 네일아트 | 평면 네일아트 |
| | 융합 네일아트 | 융합 네일아트 |
| | 네일 샵 운영관리 | 네일숍 운영관리 |

**학습모듈은**

NCS 능력단위 1개당 1개의 학습모듈 개발을 원칙으로 합니다. 그러나 필요에 따라 고용 단위 및 교과단위를 고려하여 능력단위 몇 개를 묶어서 1개의 학습모듈로 개발할 수 있으며, NCS 능력단위 1개를 여러 개의 학습모듈로 나누어 개발할 수도 있습니다.

## 2. NCS 학습모듈의 개요

### 구 성

- NCS 학습모듈 개요는 학습모듈이 포함하고 있는 내용을 개략적으로 설명한 것으로서 학습모듈의 목표, 선수 학습, 학습모듈의 내용 체계, 핵심 용어로 구성되어 있습니다.

| | |
|---|---|
| 학습모듈의 목표 | 해당 NCS 능력단위의 정의를 토대로 학습목표를 작성한 것입니다. |
| 선수 학습 | 해당 학습모듈에 대한 효과적인 교수·학습을 위하여 사전에 이수해야 하는 학습모듈, 학습 내용, 관련 교과목 등을 기술한 것입니다. |
| 학습모듈의 내용 체계 | 해당 NCS 능력단위요소가 학습모듈에서 구조화된 방식을 제시한 것입니다. |
| 핵심 용어 | 해당 학습모듈의 학습 내용, 수행 내용, 설비·기자재 등 가운데 핵심적인 용어를 제시한 것입니다. |

### 활 용 안 내

예시 : 네일미용 세분류의 '네일 기본관리' 학습모듈

**네일 기본관리 학습모듈의 개요**

학습모듈의 목표

고객의 네일 보호와 미적 요구 충족을 위하여 효과적인 네일 관리로 프리에지 형태 만들기, 큐티클 정리하기, 컬러링하기, 보습제 도포하기, 마무리를 할 수 있다.

선수학습

네일숍 위생서비스(LM1201010401_14v2)

학습모듈의 내용체계

| 학습 | 학습 내용 | NCS 능력단위 요소 | |
|---|---|---|---|
| | | 코드번호 | 요소 명칭 |
| 1. 프리에지 형태 만들기 | 1-1. 네일 파일에 대한 이해와 활용<br>1-2. 프리에지 형태 파일링 | 1201010403_12v2.1 | 프리엣지 모양 만들기 |
| 2. 큐티클 정리하기 | 2-1. 네일 기본관리 매뉴얼 이해<br>2-2. 큐티클 관리 | 1201010403_14v2.2 | 큐티클 정리하기 |
| 3. 컬러링하기 | 3-1. 컬러링 매뉴얼 이해<br>3-2. 컬러링 방법 선정과 작업<br>3-3. 젤 컬러링 작업 | 1201010403_14v2.3 | 컬러링 |
| 4. 보습제 도포하기 | 4-1. 보습제 선정과 도포<br>4-2. 각질제거 | 1201010403_14v2.4 | 보습제 바르기 |
| 5. 네일 기본관리 마무리하기 | 5-1. 유분기 제거<br>5-2. 네일 기본관리 마무리와 정리 | 1201010403_14v2.5 | 마무리하기 |

핵심 용어

프리에지, 니퍼, 퓨셔, 폴리시, 네일 파일, 스퀘어형, 스퀘어 오프형, 라운드형, 오발형, 포인트형

**학습모듈의 목표는**

학습자가 해당 학습모듈을 통해 성취해야 할 목표를 제시한 것으로, 교수자는 학습자가 학습모듈의 전체적인 내용흐름을 파악할 수 있도록 지도하는 것이 필요합니다.

**선수 학습은**

교수자나 학습자가 해당 모듈을 교수 또는 학습하기 이전에 이수해야 할 학습내용, 교과목, 핵심 단어 등을 표기한 것입니다. 따라서 교수자는 학습자가 개별 학습, 자기 주도 학습, 방과 후 활동 등 다양한 방법을 통해 이수할 수 있도록 지도하는 것이 필요합니다.

**핵심 용어는**

학습모듈을 통해 학습되고 평가되어야 할 주요 용어입니다. 또한 당해 모듈 또는 타 모듈에서도 핵심 용어를 사용하여 학습내용을 구성할 수 있으며, 「NCS 국가직무능력표준」 사이트(www.ncs.go.kr)에서 색인(찾아보기) 중 하나로 이용할 수 있습니다.

## 3. NCS 학습모듈의 내용 체계

### 구 성

● NCS 학습모듈의 내용은 크게 학습, 학습 내용, 교수·학습 방법, 평가로 구성되어 있습니다.

| | |
|---|---|
| 학습 | 해당 NCS 능력단위요소 명칭을 사용하여 제시한 것입니다.<br>학습은 크게 학습 내용, 교수·학습 방법, 평가로 구성되며 해당 NCS 능력단위의 능력단위 요소별 지식, 기술, 태도 등을 토대로 학습 내용을 제시한 것입니다. |
| 학습 내용 | 학습 내용은 학습 목표, 필요 지식, 수행 내용으로 구성하였으며, 수행 내용은 재료·자료, 기기(장비·공구), 안전·유의 사항, 수행 순서, 수행 tip으로 구성한 것입니다.<br>학습모듈의 학습 내용은 업무의 표준화된 프로세스에 기반을 두고 실제 산업현장에서 이루어지는 업무활동을 다양한 방식으로 반영한 것입니다. |
| 교수·학습 방법 | 학습 목표를 성취하기 위한 교수자와 학습자 간, 학습자와 학습자 간의 상호작용이 활발하게 일어날 수 있도록 교수자의 활동 및 교수 전략, 학습자의 활동을 제시한 것입니다. |
| 평가 | 평가는 해당 학습모듈의 학습 정도를 확인할 수 있는 평가 준거, 평가 방법, 평가 결과의 피드백 방법을 제시한 것입니다. |

### 활 용 안 내

예시 : 네일미용 세분류의 '네일 기본관리' 학습모듈의 내용

| | |
|---|---|
| 학습 1 | 프리에지 형태 만들기(LM1201010403_14v2.1) |
| 학습 2 | 큐티클 정리하기(LM1201010403_14v2.2) |
| **학습 3** | **컬러링하기(LM1201010403_14v2.3)** |
| 학습 4 | 보습제 도포하기(LM1201010403_14v2.4) |
| 학습 5 | 네일 기본관리 마무리하기(LM1201010403_14v2.5) |

**학습은**

해당 NCS 능력단위요소 명칭을 사용하여 제시하였습니다. 학습은 일반교과의 '대단원'에 해당되며, 모듈을 구성하는 가장 큰 단위가 됩니다. 또한 완성된 직무를 수행하기 위한 가장 기존적인 단위로 사용할 수 있습니다.

**3-1. 컬러링 매뉴얼 이해**

**학습내용은**

요소 별 수행준거를 기준으로 제시하였습니다. 일반교과의 '중단원'에 해당합니다.

| | |
|---|---|
| 학습목표 | • 고객의 요구에 따라 네일 폴리시 색상의 침착을 막기 위한 베이스코트를 아주 얇게 도포할 수 있다.<br>• 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시를 얼룩 없이 균일하게 도포할 수 있다.<br>• 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시 도포 후 컬러 보호와 광택 부여를 위한 톱코트를 바를 수 있다. |

**학습목표는**

모듈 내의 학습내용을 이수했을 때 학습자가 보여줄 수 있는 행동수준을 의미합니다. 따라서 일반 수업시간의 과목목표로 활용할 수 있습니다.

**필요 지식 /**

1 컬러링 매뉴얼

컬러링 작업 전, 아세톤 또는 네일 폴리시 리무버를 사용하여 손톱표면과 큐티클 주변, 손톱 밑 부분까지 깨끗하게 유분기를 제거해야 한다. 컬러링의 순서는 Base coating 1회 → Polishing 2회 → 칼라수정 → Top coating 1회 → 최종수정의 순서로 한다. 베이스코트는 착색을 방지하고 발림성 향상을 위해 가장 먼저 도포하며 컬러링의 마지막에 컬러의 유지와 광택을 위해 톱코트를 도포한다. 네일 보강제(Nail Strengthner)를 바를 시에는 베이스코트를 도포하기 전에 사용한다.

**필요지식은**

해당 NCS의 지식을 토대로 해당 학습에 대한 이해와 성과를 높이기 위해 알아야 할 주요 지식을 제시하였습니다. 필요지식은 수행에 꼭 필요한 핵심 내용을 위주로 제시하여 교수자의 역할이 매우 중요하며, 이후 수행순서 내용과 연계하여 교수·학습으로 진행할 수 있습니다.

## 수행 내용 / 컬러링 매뉴얼 실습하기

**재료 · 자료**

- 컬러링 관련 네일 미용 자료들
- 정리바구니, 베이스코트, 네일 폴리시, 톱코트, 오렌지우드스틱, 탈지면, 폴리시리무버, 디스펜서 등

**기기(장비 · 공구)**

- 컴퓨터, 빔 프로젝터, 스크린 등

**안전 · 유의사항**

- 컬러링 재료들의 냄새를 직접적으로 맡지 않도록 유의한다.
- 컬러링 제품들이 대부분 유리병에 들어 있기 때문에 깨지지 않도록 각별히 조심한다.
- 컬러링 제품들은 상온에 마르기 때문에 개봉 후 뚜껑을 잘 닫도록 한다.

**수행 순서**

1 네일 폴리시를 바르게 잡는다.

1. 손바닥에 네일 폴리시를 놓고 약지 소지를 이용하여 네일 폴리시를 잡는다.
2. 폴리시를 쥔 손의 엄지와 검지로 고객의 작업손가락을 잡는다.
3. 폴리시를 쥔 손의 중지 손가락을 곧게 펴서 받침대가 되도록 한다.
4. 반대편 손으로 네일 폴리시의 뚜껑을 열고 소지 손가락을 펴서 네일 폴리시를 쥔 중지 손가락 위에 받쳐놓는다.
5. 다양한 형태의 폴리시를 잡아본다.

**수행 tip**

- 흰색이 많이 섞인 네일 폴리시의 경우는 붓의 각도를 높이 세워 빠르게 브러시 작업을 해야 붓 자국이 나지 않는다.
- 컬러링은 기본 2회 정도이나 컬러에 따른 도포량과 컬러감에 따라 1~3회 사이로 증감할 수 있다.

**수행 내용은**

모듈에 제시한 것 중 기술(Skill)을 습득하기 위한 실습 과제로 활용할 수 있습니다.

**재료·자료는**

수행 내용을 수행하는데 필요한 재료 및 준비물로 실습 시 필요 준비물로 활용할 수 있습니다.

**기기(장비·공구)는**

수행 내용을 수행하는데 필요한 기본적인 장비 및 도구를 제시하였습니다. 제시된 기기 외에도 수행에 필요한 다양한 도구나 장비를 활용할 수 있습니다.

**안전·유의사항은**

수행 내용을 수행하는데 안전상 주의해야 할 점 및 유의사항을 제시하였습니다. 수행 시 유념해야 하며, NCS의 고려사항도 추가적으로 활용할 수 있습니다.

**수행 순서는**

실습과제의 진행 순서로 활용할 수 있습니다.

**수행 tip은**

수행 내용에서 수행의 수월성을 높일 수 있는 아이디어를 제시하였습니다. 따라서 수행tip은 지도상의 안전 및 유의사항 외에 전반적으로 적용되는 주안점 및 수행과제 목적에 대한 보충설명, 추가사항 등으로 활용할 수 있습니다.

## 학습3 교수·학습 방법

**교수 방법**

- 컬러링 제품의 성분과 칼라별 점도의 차이, 베이스코트와 톱코트의 역할, 폴리시 잡는 방법, 큐어링 시간 등의 내용을 화면 자료와 함께 설명한다.
- 서식지를 활용하여 네일 컬러링 방법을 그림으로 그려 보게 한 뒤, 다양한 컬러링의 매뉴얼을 그려서 숙지하도록 한다.
- 젤 컬러링 시 주의사항을 계속 숙지시키도록 하며, 큐어링 시간에 대해 작성하도록 한다.

**학습 방법**

- 컬러링을 위한 재료의 필요성과 사용방법을 숙지하고 컬러링 매뉴얼 과정에 맞추어 작업 내용을 이해한다.
- 컬러링의 다양성에 대한 용어를 숙지하고 진행과정에 맞추어 내용을 작업한다.
- 젤 컬러링 시 적합한 큐어링 시간을 선택해서 큐어링 해본다.

**교수·학습 방법은**

학습목표를 성취하는데 필요한 교수 방법과 학습 방법을 제시하였습니다.

**교수 방법은**

해당 학습활동에 필요한 학습내용, 학습내용과 관련된 학습자료명, 자료 형태, 수행내용의 진행 방식 등에 대하여 제시하였습니다. 또한 학습자의 수업참여도를 제고하기 위한 방법 및 수업진행상 유의사항 등도 제시하였습니다. 선수학습이 필요한 학습을 학습자가 숙지하였는지 교수자가 확인하는 과정으로 활용할 수도 있습니다.

**학습 방법은**

해당 학습활동에 필요한 학습자의 자기주도적 학습 방법을 제시하였습니다. 또한 학습자가 숙달해야 할 실기능력과 학습과정에서 주의해야 할 사항 등으로 제시하였습니다. 학습자가 학습을 이수하기 전에 반드시 숙지해야 할 기본 지식을 학습하였는지 스스로 확인하는 과정으로 활용할 수 있습니다.

**학습3** 평 가

**평가는**

해당 NCS 능력단위 평가방법과 평가 시 고려 사항을 준용하여 작성하였습니다. 교수자 및 학습자가 평가항목 별 성취수준을 확인하는데 활용할 수 있습니다.

**평가 준거**

- 평가자는 학습자가 학습 목표를 성공적으로 달성하였는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.

| 학습내용 | 학습 목표 | 성취수준 상 | 중 | 하 |
|---|---|---|---|---|
| 컬러링 매뉴얼 이해 | - 고객의 요구에 따라 네일 폴리시 색상의 침착을 막기 위한 베이스코트를 아주 얇게 도포할 수 있다. | | | |
| | - 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시를 얼룩 없이 균일하게 도포할 수 있다. | | | |
| | - 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시 도포 후 컬러 보호와 광택 부여를 위한 톱코트를 바를 수 있다. | | | |

**평가 준거는**

학습자가 해당 학습을 어느 정도 성취하였는지를 평가하기 위한 기준을 제시하고 있습니다. 학습목표와 연계하여 단위수업 시간에 평가항목 별 성취수준을 평가하는데 활용할 수 있습니다.

**평가 방법**

- 작업장 평가

| 학습내용 | 평가 항목 | 성취수준 상 | 중 | 하 |
|---|---|---|---|---|
| 컬러링 매뉴얼 이해 | - 고객의 요구에 따라 네일 폴리시 색상의 침착을 막기 위한 베이스코트를 아주 얇게 도포할 수 있다. | | | |
| | - 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시를 얼룩 없이 균일하게 도포할 수 있다. | | | |
| | - 작업 매뉴얼에 따라 네일 폴리시 도포 후 컬러 보호와 광택 부여를 위한 톱코트를 바를 수 있다. | | | |

**평가 방법은**

NCS 능력단위의 평가방법을 준용하였으며, 평가 준거에 따른 평가방법을 2개 이상 제시하였습니다. 평가방법으로는 포트폴리오, 문제해결 시나리오, 서술형 시험, 논술형 시험, 사례연구, 평가자 체크리스트, 작업장 평가 등이 있으며, NCS의 능력단위 요소 별 수행 수준을 평가하는데 가장 적절한 방법을 선정하여 활용할 수 있습니다.

**피드백**

1. 작업장 평가
   - 작업 결과물을 확인하여 수정사항을 제시하고 수정 부분을 인지하도록 한다.

**피드백은**

평가 후에 학습자들에게 평가 결과를 피드백하여 부족한 부분을 알려주고, 학습 결과가 미진한 경우, 해당 부분을 다시 학습하여 학습목표를 달성하는 데 활용할 수 있습니다.

## 4. 참고 자료

**참고자료**

**참고자료는**

해당 학습모듈의 필요지식에 대한 출처와 인용한 참고자료 및 사이트를 제시하였습니다.


- 김미원(2011). 『Nail Study』. 서울: 사)한국네일지식서비스협회.
- 민방정(2015). 『미용사(네일)필기』. 서울: 예문사.
- 박은주(2014). 『네일미용』. 서울: 정담미디어.


## 5. 활용 서식/부록

**활용서식**

**활용서식은**

평가 서식, 실습시트 등 교수·학습 시 활용 가능한 다양한 서식들로 구성하였습니다. 과제 진행에서 평가에 이르기까지 필요한 서식을 해당 학습모듈의 특성에 맞춰 개발하거나 기존의 양식을 활용하여 제시하였습니다

**프리에지 형태 실습지**

1. 프리에지 형태의 이해

| 모 양 | 이 름 | 특 징 |
|---|---|---|
| | ( )<br>Square nail | ·강한 느낌의 사각형태<br>·네일의 양끝 모서리 부분이 90° 사각의 형태이다.<br>·( )<br>·발톱의 형태 활용<br>·내인성 발톱의 보정시에 적용 |

**부록**

**부록은**

활용서식 이외에 교수·학습과정에서 참고할 수 있는 자료가 있는 경우 제시하였습니다.

**네일 기본관리 도구와 재료 목록**

| 목록 | 비고 | 준비 |
|---|---|---|
| 위생가운 | 흰색 | 작업자 착용 |
| 위생 마스트 | 흰색 | 작업자 착용 |
| 보호안경 | 투명한 렌즈 (안경으로 대체 가능) | 작업자 착용 |
| 재료정리함 | 재질, 색상 무관 | 작업대 |

# [NCS-학습모듈의 위치]

| | |
|---|---|
| 대분류 | 문화 · 예술 · 디자인 · 방송 |
| 중분류 | 디자인 |
| 소분류 | 디자인 |

| 세분류 |
|---|
| 시각디자인 |
| 제품디자인 |
| 환경디자인 |
| 디지털디자인 |
| 텍스타일디자인 |
| 서비스경험디자인 |
| 실내디자인 |
| 색채디자인 |
| 전시디자인 |
| 3D프린팅디자인 |
| 패키지디자인 |
| VR콘텐츠디자인 |

| 능력단위 | 학습모듈명 |
|---|---|
| 수정 보완 | 수정 보완 |
| 디지털디자인 사후관리 | 디지털디자인 사후관리 |
| 디지털디자인 프로젝트 기초조사 | 디지털디자인 프로젝트 기초조사 |
| 디지털디자인 프로젝트 기획심화 | 디지털디자인 프로젝트 기획 |
| **디지털디자인 프로젝트 분석** | **디지털디자인 프로젝트 분석** |
| 디지털디자인 프로젝트 설계 | 디지털디자인 프로젝트 설계 |
| 프로토타입 기초데이터 수집 및 스케치 | 프로토타입 설계 제작 및 사용성 테스트 |
| 프로토타입 제작 및 사용성 테스트 | |
| 디자인 구성요소 설계 | 디지털디자인 구성요소 설계 |
| 디자인 구성요소 제작 | 디지털디자인 구성요소 제작 |
| 디자인 구성요소 응용 | 디지털디자인 구성요소 응용 |
| 구현 | 구현 |
| 구현 응용 | |
| 프로젝트 완료 자료 정리 | 프로젝트 완료 보고 |
| 프로젝트 완료 결과보고서 작성 | |
| 프로젝트 완료 최종보고 | |

# 차 례


학습모듈의 개요 ---------- 1

학습 1. 요구사항 분석하기

1-1. 요구 분석 ---------- 3

1-2. 프로젝트 환경 분석 ---------- 11

1-3. 의견 협의 ---------- 16

- 교수·학습 방법 ---------- 20
- 평가 ---------- 21

학습 2. 시장환경 분석 및 사용자 정의하기

2-1. 정보수집 ---------- 23

2-2. 외부·내부 환경 분석 ---------- 27

2-3. 사용자 정의 ---------- 33

2-4. 조사 보고서 작성 ---------- 39

- 교수·학습 방법 ---------- 43
- 평가 ---------- 44

학습 3. 디자인 방향성 제시하기

3-1. 콘셉트 수립 ---------- 46

3-2. 차별화 전략 수립 ---------- 51

3-3. 콘셉트 시각화 ---------- 57

- 교수·학습 방법 ---------- 65
- 평가 ---------- 66

참고 자료 ---------- 68

활용 서식 ---------- 69

# 디지털디자인 프로젝트 분석 학습모듈의 개요

## 학습모듈의 목표

클라이언트의 핵심목표와 요구사항을 이해하고, 사용자를 정의한 후 리서치 및 분석을 바탕으로 디자인의 방향성을 도출하고, 시나리오를 작성해 전체적인 프로젝트를 기획할 수 있다.

## 선수학습

프로젝트 이해, 수행 조건 도출, 방향 설정, 필수 항목 도출, 목표·내용 설정, 비용 산출, 제안서 작성

## 학습모듈의 내용체계

| 학습 | 학습 내용 | NCS 능력단위 요소 | |
|---|---|---|---|
| | | 코드번호 | 요소 명칭 |
| 1. 요구사항 분석하기 | 1-1. 요구 분석<br>1-2. 프로젝트 환경 분석<br>1-3. 의견 협의 | 0802010411_16v2.1 | 요구사항 분석하기 |
| 2. 시장환경 분석 및 사용자 정의하기 | 2-1. 정보수집<br>2-2. 외부・내부 환경 분석<br>2-3. 사용자 정의<br>2-4. 조사 보고서 작성 | 0802010411_16v2.2 | 사용자 정의하기 |
| 3. 디자인 방향성 제시하기 | 3-1. 콘셉트 수립<br>3-2. 차별화 전략 수립<br>3-3. 콘셉트 시각화 | 0802010411_16v2.3 | 디자인 방향성 정의하기 |

## 핵심 용어

요구 분석, 환경 분석, 사용자 정의, 페르소나, 거시 환경 분석, 미시 환경 분석, STEEP분석, 3C 분석 기법, STP 분석 기법, SWOT 분석, 타겟 인사이트, 인포그래픽

| 학습 1 | 요구사항 분석하기 |
| --- | --- |
| 학습 2 | 시장환경 분석 및 시용자 정의하기 |
| 학습 3 | 디자인 방향성 제시하기 |

# 1-1. 요구 분석

**학습 목표** • 프로젝트의 핵심 목표와 요구사항을 이해할 수 있다.

## 필요 지식 /

1 요구 분석 단계 이해하기

요구 분석 단계를 이해하기 위하여 요구에 대한 정의를 이해하고 종류를 알 수 있다.

1. 요구의 개념

요구에 대한 분석을 수행하기 위하여 요구의 기본적인 개념과 정의를 이해한다.

(1) 요구의 정의

- 프로젝트에 적용되어야할 기능, 구현 요소를 통해 시스템이 만족되어야 하는 조건
- 프로젝트를 통해 사용자에게 제공되어야 하는 서비스나 조건 등을 광의적인 개념에서 기술된 것에서부터 협의적인 내용까지 기술된 내용
- 프로젝트를 수행하는 과정에서 클라이언트가 제시한 조건으로서 비용, 내용, 디자인 등 프로젝트를 수행하기 위한 조건

(2) 요구의 종류

(가) 기능 요구

프로젝트에서 구현되어야 하는 기능에 대한 요구는 다음과 같다.

1) 시스템이 무엇을 하는가?

2) 시스템이 어떤 기능이 가능한가?

3) 시스템을 통해 제공되는 기능은 어떤 장점이 있는가?

(나) 사용자 요구

사용자 관점에서 제공되어야 하는 서비스에 대한 요구는 다음과 같다.

1) 사용자에게 어떤 서비스를 제공하는가?

2) 사용자는 시스템을 사용하면서 편리한가?

3) 사용자가 시스템을 사용하는 과정이 만족스러운가?

(다) 기술 요구

프로젝트가 수행되는 과정에서 사용되는 기술적 제반 사항(소프트웨어, 장치 등)에 대한 요구는 다음과 같다.

1) 시스템의 관리가 편리한 기술로 개발되었는가?

2) 향후 유지 보수가 가능한가?

3) 관련 전문인력이 필요한가?

(다) 계획 요구

프로젝트를 수행하기 위한 계약 조건이나 일정에 대한 요구는 다음과 같다.

1) 프로젝트를 수행하기에 가능한 조건인가?

2) 프로젝트를 수행하기에 가능한 일정(기간)인가?

## 2. 요구 분석 단계

요구 분석 단계에서는 프로젝트르 수행하는 과정에서 발생되는 클라이언트, 고객(단순 사용자, 서비스/제품 구매자), 프로젝트 관리자, 개발자(엔지니어) 등 관련 전문인력의 요구를 분석하는 단계로서 여러 사람들과 함께 요구 분석이 이루어져야 한다.

요구 분석 단계를 요약하면 다음과 같다.

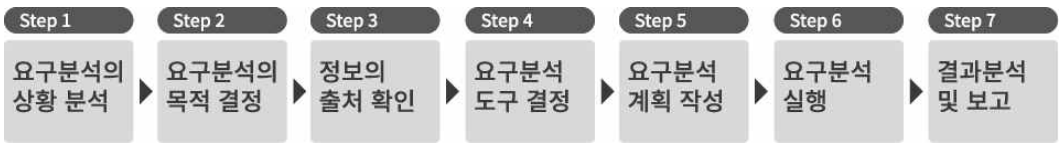
(1) 고객, 프로젝트 관리자, 개발자들 간의 단계별 합의점을 도출한다.

(2) 개발 프로젝트 기획을 위한 기초 요구 자료를 분석한다.

(3) 프로젝트 수행을 위한 합리적인 비용 산출 및 일정을 기획한다.

(4) 프로젝트 설계 및 개발, 구현 시기를 결정한다.

(5) 프로젝트 완료를 위한 확인 및 검증을 위한 기준을 제시한다.




[그림 1-1] 요구 분석의 절차

## 2 요구 사항 정의서 작성

프로젝트의 개요, 목표, 예산, 업무 흐름, 시스템 필수 요소, 기능적 요구 등 클라이언트의 요구 사항과 프로젝트의 범위를 규정짓기 위해 클라이언트가 작성하게 되는 문서이다.

### 1. 요구의 개념

요구에 대한 분석을 수행하기 위하여 요구의 기본적인 개념과 정의를 이해한다.

(1) 기업 일반 사항

· 회사명, 인원, 해당 산업군, 주요 서비스 등

(2) 프로젝트 개요 및 목적

· 구축 목적, 구축 배경, 기대 효과, 예산, 일정 등

(3) 기능적 요구 사항

· H/W, S/W, OS, Data Base, 서비스 환경, 필수 요소 등

(4) 디자인 제약 조건

· 기업 CI 사용 규정, 기업 선호 색상, 디자인 콘셉트 등

(5) 업무 흐름

· 의사 결정권자 및 프로젝트 담당자, 업무 흐름도 등

Pinstripe 요구사항 정의서 – 쇼핑몰/M포인트몰

| 서비스 구분 | | | | | 구현방안 | | 확인 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 구분 | | 유형 | 요구사항 ID | 서비스 명 | 요구사항 | 비고 | OK | 보류 |
| Pinstripe 쇼핑몰 | | | | | | | | |
| 1 | Front | 신규 | | [전체]사이트 컨셉 | 초기지향한 프리미엄 쇼핑몰의 컨셉이 아닌 라이프 스타일 쇼핑몰로 구현되어야 함<br>- 전체 Pinstripe 서비스 브랜드의 컨셉도 동일 | | | |
| 2 | Front | 신규 | | [전체]사이트 컨셉 | 차별화된 상품으로 브랜드 아이덴티티를 부여할 수 있는 쇼핑몰 | | | |
| 3 | Front | 신규 | | [전체]디자인 컨셉 | 디자인 곳 삶의 느낌과 기프트샵 느낌의 고급스러운 쇼핑몰<br>- 일반 쇼핑몰과의 디자인 차별화 필요 | | | |
| 4 | Front | 신규 | | [전체]구성 컨셉 | 펼쳐지진 형식의 GUI구성과 일반 쇼핑몰 기능이 접목된 사이트 | | | |
| 5 | Front | 신규 | | [전체]서비스 타겟 | 코어타겟은 20대에서 30대 후반이지만 전체적으로 모든 연령 사용하는 유저가 타겟 | | | |
| 6 | Front | 신규 | | [전체]프로세스 | 일반 쇼핑몰의 프로세스를 따름<br>- 차별화된 상품인 만큼 동일한 프로세스이되 접근 UI나 방법등의 차이를 모색 | | | |
| 7 | Front | 신규 | | [전체]이용권한 | 현여카드 소지자만 결제 가능 | 타인명의의 현여카드 이용가능 여부 논의 필요 | | |
| 8 | Front | 신규 | | [전체]로그인정책 | 결제시점에 로그인 처리<br>- 로그인 하지 않은 상태에서도 쇼핑몰 및 상품 상세 정보를 볼수 있어야 함 | | | |
| 9 | Front | 신규 | | [전체]카달록 서비스 | 모프라인 카달록의 표지와 중요 내용정도의 정보구성으로 카달록 제공<br>- 비로그인시에도 카달록 신청가능(모프라인으로 카달록을 받을 수 있음) | | | |
| 10 | Front | 신규 | | [전체]리마인드 서비스 | 리마인드 서비스 도입으로 본인 이외의 사람의 기본사항 입력후 알림 서비스 | | | |
| 11 | Front | 신규 | | [전체]뉴스레터 | 월정기 뉴스레터 발송(발송시 쿠폰이나 이벤트 사항 발송) | Pinstripe뉴스레터와의 관계정의 필요 | | |
| 12 | Admin | 신규 | | [상품정보]상품등록 | 20여개 업체 또는 통합 업체 관리에서 상품 등록, 자체등록도 가능 | | | |
| 13 | Admin | 신규 | | [상품정보]화면구성 | 일반 쇼핑몰의 나열식 상품 전시가 아닌 고급 스럽고 심플한 상품 전시 필요 | | | |
| 14 | Front | 신규 | | [상품정보]화면구성 | 상품메인 기획전과 테마기획전, 하단의 상품 리스트가 보여지는 식의 메인 구성<br>- 상품기획의 기조는 모프라인 대형업체에서 채공 | | | |
| 15 | Front | 신규 | | [상품정보]화면구성 | 패키지 상품이나 할인, 무이자 할부 등 이벤트 기획은 수시로 진행되므로 유기적인 구성 필요 | | | |
| 16 | Front | 신규 | | [상품정보]상품 전시 | 상품등록 후 승인 후 Front 노출 가능 | 비승인 제품의 처리 방안 등 재논의 필요(E-biz 이준학 팀장) | | |
| 17 | Front | 신규 | | [상품정보]상품 전시 | 5~600여개의 아이템들로 구성, 일반 카테고리와 다양한 접근 방법 구현<br>(현재 보유 아이템 100개 미만) | | | |
| 18 | Front | 신규 | | [상품정보]상품 전시 | 상품 재고 수량이나 Sold out 제품에 표시 유무 재논의 필요 | | | |
| 19 | Front | 신규 | | [상품정보]상세페이지 | 서비스 구성요소는 일반 쇼핑몰과 유사하되 표현방식의 차별화 필요 | | | |
| 20 | Front | 신규 | | [상품정보]상세페이지 | 상품명위주의 상품 홍보가 아닌 브랜드 스토리나 디자인 스토리, 비하인드 스토리를 통한 [illegible] 홍보 | | | |

[그림 1-2] 요구 사항 정의서 예시

## 수행 내용 / 요구 사항 분석 및 정의하기

### 재료 · 자료

- 요구 사항 정의서(Project Profiler)

### 기기(장비 · 공구)

- 빔 프로젝트
- 컴퓨터
- 관련 소프트웨어(문서작성 및 그래픽 제작)

### 안전 · 유의 사항

- 클라이언트의 요구사항을 객관적이고 명확하게 이해하려는 자세를 유지한다.
- 클리이언트의 관점에서 요구사항에 부합하는 의견을 게시하려는 적극적인 자세로 임한다.
- 기업 관계자 및 프로젝트 관련 인원들과의 원활한 소통을 유지하도록 한다.
- 폭 넓은 시각으로 클라이언트의 요구 사항을 적극적으로 수용하도록 한다.

### 수행 순서

1 제시되는 요구 사항 정의서를 파악하고 클라이언트의 핵심 요구 사항을 분석한다.

· 제시되는 요구 사항 정의서의 큰 맥락을 파악하고 핵심 사항을 분석한다.

2 프로젝트의 목적 및 배경, 기대 효과를 분석한다.

· 프로젝트의 목적에 따른 기대 효과 창출을 위한 요구 사항을 예상한다.

3 프로젝트의 전체 일정 및 예산을 파악한다.

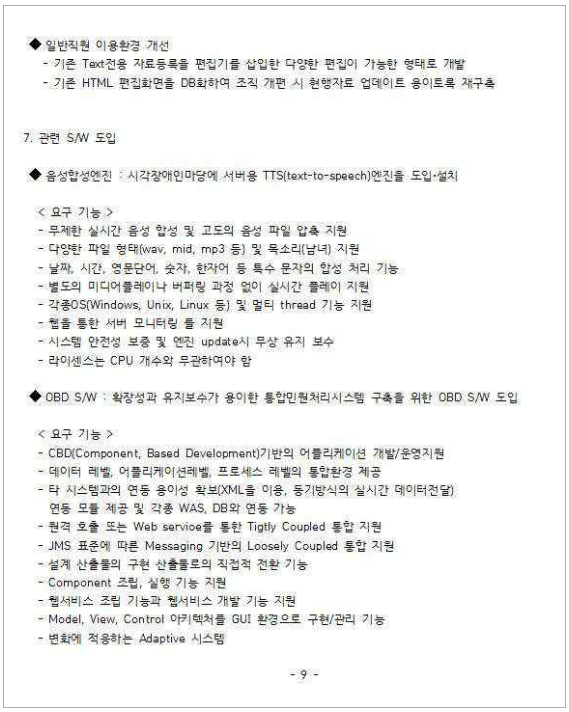
- 프로젝트 완료를 위한 일정이 가능한지를 파악한다.
- 프로젝트 수행을 위한 예산 편성이 적절한지를 파악한다.

4 프로젝트의 서비스 환경 및 저항 요인을 파악한다.

- 프로젝트를 수행하는데 있어 대내외적 위험요소, 불가능 요구 등과 같은 저항 요인을 파악한다.

5 프로젝트에서 반영되어야 하는 기능적 요구 사항을 분석한다.

- 클라이언트가 요구하는 기능적 요구 사항을 분석한다.
- 사용자 서비스 관점에서 기능적 요구 사항에 대하여 합리적으로 판단한다.
- 관련 프로젝트 수행 경험을 바탕으로 보충적 기능 구현 사항을 도출한다.



◆ 일반직원 이용환경 개선
- 기존 Text전용 자료등록을 편집기를 삽입한 다양한 편집이 가능한 형태로 개발
- 기존 HTML 편집화면을 DB화하여 조직 개편 시 현행자료 업데이트 용이토록 재구축

7. 관련 S/W 도입

◆ 음성합성엔진 : 시각장애인마당에 서버용 TTS(text-to-speech)엔진을 도입+설치

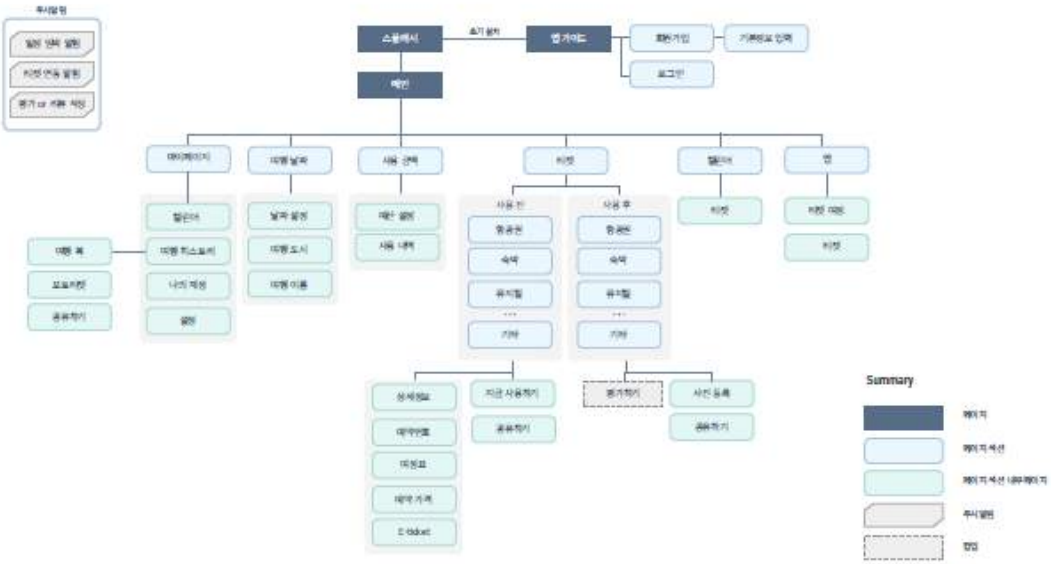
< 요구 기능 >
- 무제한 실시간 음성 합성 및 고도의 음성 파일 압축 지원
- 다양한 파일 형태(wav, mid, mp3 등) 및 목소리(남녀) 지원
- 날짜, 시간, 영문단어, 숫자, 한자어 등 특수 문자의 합성 처리 기능
- 별도의 미디어플레이나 버퍼링 과정 없이 실시간 플레이 지원
- 각종OS(Windows, Unix, Linux 등) 및 멀티 thread 기능 지원
- 웹을 통한 서버 모니터링 툴 지원
- 시스템 안전성 보증 및 엔진 update시 무상 유지 보수
- 라이센스는 CPU 개수와 무관하여야 함

◆ OBD S/W : 확장성과 유지보수가 용이한 통합민원처리시스템 구축을 위한 OBD S/W 도입

< 요구 기능 >
- CBD(Component, Based Development)기반의 어플리케이션 개발/운영지원
- 데이터 레벨, 어플리케이션레벨, 프로세스 레벨의 통합환경 제공
- 타 시스템과의 연동 용이성 확보(XML을 이용, 동기방식의 실시간 데이터전달) 연동 모듈 제공 및 각종 WAS, DB와 연동 가능
- 원격 호출 또는 Web servioe를 통한 Tigtly Coupled 통합 지원
- JMS 표준에 따른 Messaging 기반의 Loosely Coupled 통합 지원
- 설계 산출물의 구현 산출물로의 직접적 전환 기능
- Component 조립, 실행 기능 지원
- 웹서비스 조립 기능과 웹서비스 개발 기능 지원
- Model, View, Control 아키텍처를 GUI 환경으로 구현/관리 기능
- 변화에 적응하는 Adaptive 시스템

- 9 -

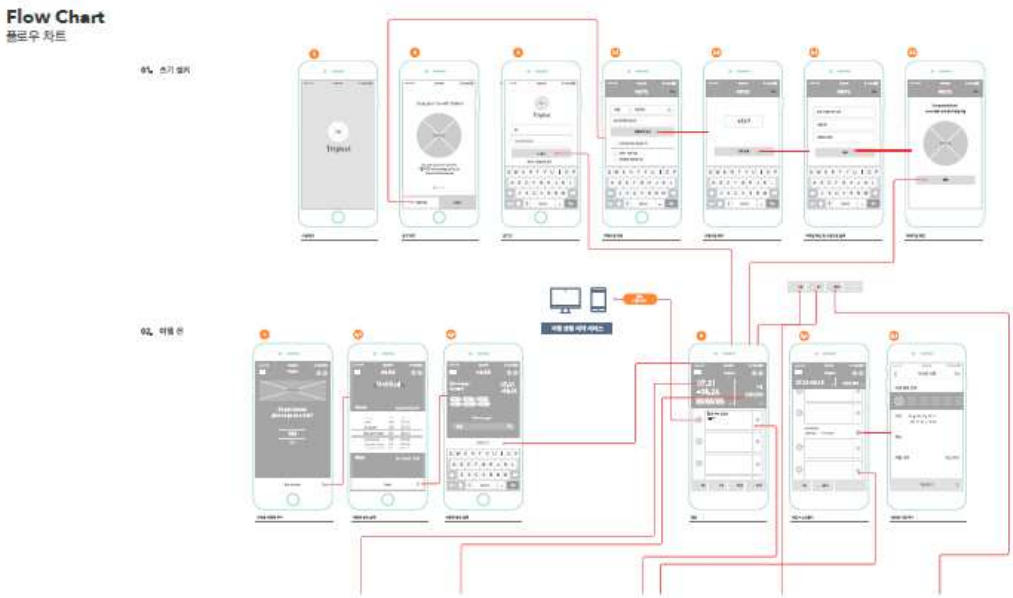
[그림 1-3] 기능적 요구 사항 예시



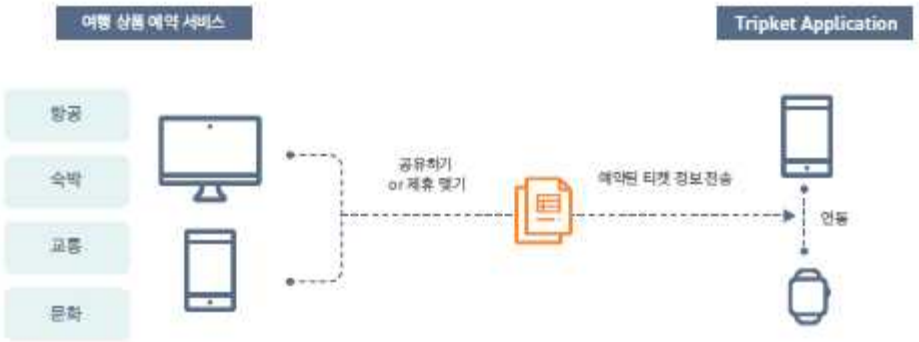

[그림 1-4] 기능 정의서

6 디자인 제약 조건(디자인 가이드라인, CI 콘셉트, 고유 컬러 사용 유무)을 확인한다.

- 전체적인 디자인 가이드 라인을 확인한다.
- 사용자 중심의 UX 가이드 라인을 확인한다.
- 고유 컬러가 적용되는 컬러 가이드 라인을 확인한다.




[그림 1-5] 디자인 가이드 라인 예시

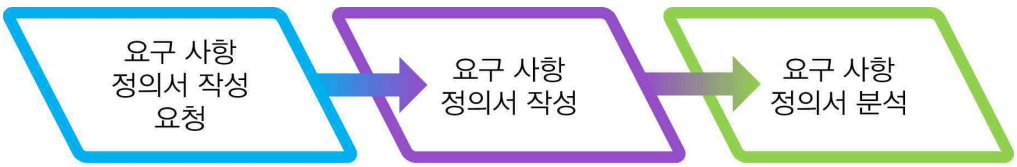



[그림 1-6] UX 가이드 라인 예시

[그림 1-7] 컬러 가이드 라인 예시

7 프로젝트 수행을 위한 예상 업무 흐름을 파악한다.

- 프로젝트 담당자를 확인한다.
- 프로젝트 수행을 위한 원활한 커뮤니케이션 통로를 확보한다.




[그림 1-8] 요구 사항 정의서 분석 흐름도

### 수행 tip

- 클라이언트가 제시한 요구 사항 정의서를 꼼꼼히 검토하여 숙지하고 프로젝트의 핵심 내용을 파악한다.
- 디자인 제약 조건에서 디자인의 다양한 항목을 빠짐없이 체크하고 핵심 요구 사항을 도출한다.

# 1-2. 프로젝트 환경 분석

| 학습 목표 | • 프로젝트의 내용과 클라이언트와 협의한 요구사항을 정리할 수 있다. |
|---|---|

## 필요 지식 /

1 요구 사항 타당성 분석 개요

클라이언트에 의해서 요청된 요구 사항 정의서를 다양한 각도에서 종합적으로 검토와 분석하여, 요구 사항들의 타당성을 분석한다. 이 단계에서는 프로젝트 담당자와 제작 책임자를 비롯하여 프로젝트 경험이 있는 숙련 기술자들이 협업하여 분석하도록 권장한다.

클라이언트의 기업 및 회사에서 제시하는 요구 사항에서 제시하는 핵심 요구 사항을 검토하여 인적, 물적, 환경적 수준에 대해 정확히 판단하고, 구현 가능성 여부를 진단한다. 이를 위해서 요구 사항 정의서 작성에 관련된 핵심 이해관계자들과의 논의를 통해 진행할 것을 권장한다.

2 프로젝트 환경 분석

프로젝트를 위해 클라이언트가 제시한 요구 사항에 대해 분석하는 프로젝트 환경 분석 단계로서 다음의 단계에 의해서 분석을 진행하도록 한다.

1. 개발 환경 분석

프로젝트 개발에 관련된 요구 사항들을 분석하고 핵심 요구 사항을 도출한다.

(1) 기획 및 설계 요구 사항 분석

· 프로젝트 기획 및 콘텐츠 설계에 관련된 요구 사항 분석 및 핵심 요구 사항을 도출한다.

(2) 시스템 환경 요구 사항 분석

· 시스템 환경 및 개발 도구 관련된 요구 사항 분석 및 핵심 요구 사항을 도출한다.

(3) 기능 요구 사항 분석

· 구현되어야 하는 기능에 관련된 요구 사항 분석 및 핵심 요구 사항을 도출한다.

(4) 디자인 요구 사항 분석

· 디자인 구현(컬러, 레이아웃, 콘셉트, UX 등)에 관련된 요구 사항 분석 및 핵심 요구 사항을 도출한다.

2. 수행 환경 분석

프로젝트 수행에 관련된 요구 사항들을 분석하고 타당성 여부를 검토한다.

(1) 예산 요구 사항 분석

· 요구된 예산이 프로젝트 수행에 합당한지를 분석한다.

(2) 일정 요구 사항 분석

· 제시된 프로젝트 일정을 통해 수행이 가능한지를 분석한다.

(3) 인적 요구 사항 분석

· 프로젝트 수행에 관련된 담당자의 역량이 가능한지를 분석한다.

3 체크리스트 기법 활용

1. 체크리스트 기법 목적

체크리스트 기법은 프로젝트를 수행하기 위하여 클라이언트의 요구사항이 누락되는 것이 없도록 하나씩 체크해가기 위한 점검 도구를 의미한다. 또한 클라이언트의 요구사항 중 우선순위가 되는 핵심 요구 사항을 도출하기 위한 도구로도 활용된다.

2. 체크리스트 기법 과정

체크리스트 기법은 우선 체크리스트 양식을 제작하여 클라이언트의 모든 요구 사항을 기입한다. 프로젝트 요구 사항인 개발환경과 수행환경에서 제시되는 모든 사항들을 기입하고, 프로젝트를 수행하는데 있어 누락된 부분이 없는지 체크한다. 그리고 체크된 모든 요구사항에서 핵심 요구 사항을 도출하여 우선 순위를 결정한다.

## 수행 내용 / 프로젝트 환경 분석 하기

### 재료 · 자료

- 요구 사항 정의서(Project Profiler), 요구 사항 우선순위 체크 리스트

### 기기(장비 · 공구)

- 빔 프로젝트
- 컴퓨터
- 관련 소프트웨어(문서작성 및 그래픽 제작)

### 안전 · 유의 사항

- 클라이언트의 요구사항을 객관적으로 분석하고, 가능성을 고려한다.
- 클리이언트의 요구사항을 폭 넓게 수용하려는 태도를 유지한다.
- 핵심 요구 사항이 누락되지 않도록 꼼꼼하게 업무를 처리한다.

### 수행 순서

1 요구 사항 정의서를 바탕으로 프로젝트 환경 분석을 한다.

1. 개발 환경 분석

(1) 기획 및 설계 요구 사항 분석

- 프로젝트가 기획된 환경과 사용자에 대해 알고 제공되어야 하는 서비스가 무엇인지에 따른 요구 사항을 분석한다.

(2) 시스템 환경 요구 사항 분석

- 프로젝트에서 활용되는 디바이스의 시스템 환경에 대해 알아보고 이를 활용한 요구 가사항에 대해 분석한다.

(3) 기능 요구 사항 분석

- 사용자에게 제공되어야하는 기능에 대해 분석한다.

(4) 디자인 요구 사항 분석

- 브랜드 아이덴티티와의 디자인 연관성 등과 같은 디자인측면에서의 요구 사항을 분석한다.

2. 수행 환경 분석

(1) 예산 요구 사항 분석

- 예산에 맞출수 있는지에 대한 타당성을 검토한다.

(2) 일정 요구 사항 분석

- 제시되는 일정안에 프로젝트가 완료될 수 있는지에 대한 타당성을 검토한다.

(3) 인적 요구 사항 분석

- 프로젝트 완료를 위해 투입되는 인적 자원에 대해 검토한다.

2 클라이언트와 경쟁사의 프로젝트 분석을 한다.

1. 프로젝트 기획에 따른 서비스 분석

- 진행되는 프로젝트와 유사한 타사의 프로젝트에서 제공되는 서비스에 대해 분석한다.

2. 콘텐츠 구성 및 개발 방식 분석

- 콘텐츠를 구성하는 방식과 개발 방식에 대해 분석한다.

3. 디자인 표현 방식 분석

- 디자인 콘셉트와 톤앤매너를 분석한다.

3 프로젝트 개발 환경 및 시스템의 제약 조건을 파악한다.

4 클라이언트가 요구하는 요구 사항 정의서를 기준으로 핵심 요구 사항을 도출한다.

5 요구 사항 정의를 바탕으로 체크리스트를 작성한다.

6 요구 사항들의 키워드를 도출하여 핵심 요구 사항들을 중심으로 우선순위 체크 리스트를 작성한다.

5 핵심 요구 사항을 통한 우선 순위 체크리스트를 작성한다.

**CHECKLIST**

**VESTUÁRIO**

| Iten | Quantidad | Descrição | Valor R$ |
|---|---|---|---|
| 01 | 01 | Anorak Nord Outdoor | 199,90 |
| 02 | 01 | Softshell Quechua | - |
| 03 | 01 | Fleece Quechua Forclaz 50 | - |
| 04 | 07 | Camisetas Dryfit | 220,00 |
| 05 | 02 | Calças de Trekking | 199,80 |
| 06 | 01 | Calça Segunda Pele | 129,00 |
| 07 | 02 | Calça Jeans | - |
| 08 | 01 | Bermuda | - |
| 09 | 01 | Par de luvas | - |
| 10 | 04 | Pares de Meias para trekking Selene | 55,80 |
| 11 | 04 | Cuecas de Microfibra | 80,00 |
| 12 | 08 | Cuecas de Algodão | - |
| 13 | 02 | Gorros | - |
| 15 | 01 | Óculos montanhismo Julbo Dolgan Cat.3 | 299,00 |
| 16 | 01 | Bota Impermeável para Trekking | 550,00 |
| | | TOTAL | 1.733,50 |

**EQUIPAMENTOS & ACESSÓRIOS**

| Iten | Quantidad | Descrição | Valor R$ |
|---|---|---|---|
| 01 | 01 | Reservatório de água para mochila. 2 litros | 130,00 |
| 02 | 01 | Garrafa dágua Alpen Pass 1litro | 40,70 |
| 03 | 01 | Máquina Digital Sony Alpha A55 | - |
| 04 | 01 | Kit de Limpesa de Lentes | - |
| 05 | 01 | Tripé para Máquina | - |
| 06 | 01 | Notebook | - |
| 07 | 02 | Bastão de Caminhada | 80,00 |
| 08 | 01 | Mochila de Atack | - |
| 09 | 01 | Par de Chinelos | - |
| 10 | 01 | Carregador de Bateria da Máquina Digital | - |
| 11 | 01 | Carregador de Bateria do Celular | - |
| 12 | 01 | Adaptador Universal de tomadas | - |
| 13 | 02 | Etiqueta com endereço para mochila | - |
| | | TOTAL | 250,70 |

**HIGIENE PESSOAL**

| Iten | Quantidad | Descrição | Valor R$ |
|---|---|---|---|
| 01 | 01 | Shampoo com Condicionador | 9,50 |
| 02 | 01 | Creme dental | 2,40 |
| 03 | 01 | Escova de dente | - |
| 04 | 01 | Fio dental | - |
| 05 | 04 | Sabonete | 4,20 |
| 06 | 01 | Desodorante | 11,00 |
| 07 | 01 | Pente/escova para cabelo | - |
| 08 | 01 | Barbeador + Recarga | 11,30 |
| 09 | 01 | Perfume | - |
| 10 | 01 | Talco para os Pés | 6,70 |
| 11 | 01 | Bom AR | 9,70 |
| | | TOTAL | 54,80 |

**MEDICAMENTOS**

| Iten | Quantidad | Descrição | Valor R$ |
|---|---|---|---|
| 01 | 02 cartela | Dorflex | - |
| 02 | 02 cartela | Resfenol | - |
| 03 | 01 Frasco | Anti ácido eno | - |
| 04 | 01 cartela | Dramim | - |
| 05 | 02 cartela | Doril / Paracetamol | - |
| 06 | 01 | Remédio Para diarréia / má digestão. | - |
| | | TOTAL | 25,00 |

| | |
|---|---|
| TOTAL GERAL | 2.064,00 |

[그림 1-9] 우선 순위 체크리스트 예시

### 수행 tip

- 클라이언트의 요구 사항 정의서를 기준으로 체크리스트를 작성하고 보충적인 내용을 의견 게시한다.
- 요구 사항중 핵심 요구 사항을 정리하고 체크리스트에서 순위를 정한다.

# 1-3. 의견 협의

**학습 목표** • 회의 진행을 통해 조정과 변경이 필요한 사항을 도출할 수 있다.

## 필요 지식 /

1 의견 협의를 위한 회의 진행

원활한 회의 진행을 위해 회의 진행자는 회의 주제와 관련된 PPT 및 멀티미디어 자료를 준비하여 프로젝트 담당자들과의 원활한 커뮤니케이션이 이루어 질 수 있도록 하며, 회의 참가자는 가만히 앉아서 청취만 하는 수동적인 자세에서 벗어나 적극적으로 의견을 발표하여 회의 목적에 맞는 세부적인 사항을 도출할 수 있도록 한다. 또한 회의에서 제기되는 의견에 대한 의견을 적극적으로 개진함으로써 성공적인 프로젝트 완성을 위한 핵심 요구 사항이 정확하게 반영되도록 노력한다.

2 회의록 작성

회의록은 클라이언트의 요구 사항을 반영하기 위하여 프로젝트 담당자 및 관련자의 의견을 수렴하기 위하여 문서화 시키는 과정이다. 이를 통해 요구 사항이 누락되지 않는 것을 목적으로 하며, 정확한 회의록 작성은 프로젝트의 의견 협의를 위해 중요한 과정이다.

회의록 문서는 정보 전달 능력을 극대화하기 위해서 누가 봐도 이해하기 쉽게 작성하는 것을 기본으로 하며, 서술형으로 작성하기보다는 도출된 내용을 요약하여 간결한 문장으로 일목요연하게 작성하도록 한다.

작성은 6하원칙에 의해서 작성하는 것을 권장한다.

<표 1-1> 6하 원칙에 의한 회의록 작성

| 구분 | 내용 |
|---|---|
| Who | 누가 행하는가?(행위의 주체, 투입 인력 또는 상품이나 서비스) |
| What | 무엇을 말하는가?(문서의 핵심 부분으로 사실의 대상) |
| When | 언제 시행되는가?(작성 일자, 문서와 관련된 시간) |
| Where | 어디에서 시행되는가?(장소) |
| Why | 목적, 왜, 이유나 원인으로 결론에 근거하는 요소, 기대 효과 등 |
| How | 어떻게 진행, 수행하는가?(전후 진행 상황 설명) |

1. 회의의 일시, 참석자, 장소, 핵심 내용 등을 구체적으로 기술한다.
2. 참석자가 개진한 의견을 시간의 흐름에 따라 요약 기술한다.
3. 각 회차별 의견 협의 회의의 주된 내용을 미리 도출하여 효과적인 회의 진행이 가능하도록 한다.
4. 회의 일시별 회의록을 누계하여 프로젝트 진행에서 변화하는 상황을 체크한다.

## 수행 내용 / 의견 협의 하기

### 재료 · 자료

- 회의록

### 기기(장비 · 공구)

- 빔 프로젝트
- 컴퓨터
- 관련 소프트웨어(문서작성 및 그래픽 제작)

### 안전 · 유의 사항

- 클라이언트 및 프로젝트 담당자와의 유연한 협의 자세를 유지한다.
- 클리이언트의 요구사항을 폭 넓게 수용하려는 태도를 유지한다.
- 요구 사항을 효율적으로 반영하기 위한 충분한 협의가 가능하도록 한다.

### 수행 순서

1 회의를 진행하기에 앞서 회의 목적, 주요 안건 등을 명시한 자료를 준비해 시작 전에 배포하여 회의 참석자들이 안건에 대해 미리 의견을 준비할 수 있도록 한다. 참석자는 약 5~7명으로 하는 것을 권장한다.

1. 회의 목적, 주요 안건 등이 명시된 자료를 미리 배포한다.

2. 회의에 필요한 문서 및 멀티미디어 자료를 준비한다.

2 클라이언트와 조정이 필요한 경우에는 요구 사항과 목적을 파악하려는 객관적이고 적극적인 자세로 논리적 근거와 한계를 제시하여 조율을 위한 포용 의지를 표명하면서 커뮤니케이션을 한다.

1. 회의 목적을 제시한다.

2. 클라이언트의 요구 사항을 파악한다.

3. 회의 진행자는 회의 참여자의 발언을 유도하는 질문을 통해 회의 참가자를 적극적으로 회의에 끌어들이도록 한다.

4. 클라이언트의 요구 사항을 포용하는 태도를 유지하며 의견을 조율한다.

3 이슈에 대해 비판적 태도로 문제만 지적하지 않고 문제의 해결 방법을 같이 제시하도록 한다.

1. 이슈에 대한 논리적 근거를 제시한다.

2. 비판적인 의견이 있을 경우에는 문제점을 지적하면서 해결 방안을 같이 제시한다.

3. 문제를 해결하는 과정에 적극적으로 참여한다.

4 회의 진행자는 회의 내용을 요약하여 전체 참석자에게 주지시키면서 빠진 사항이 없는지 체크하고, 향후 일정을 공지한다.

1. 화이트보드 및 멀티미디어 자료를 적절히 활용한다.

2. 중대 의사 결정 사항을 강조한다.

3. 결정 사항을 요약하여 주지시키고, 차후 일정을 공지한다.

5 회의 주제, 일시, 참석자, 장소, 회의 내용, 향후 계획 등을 상세히 알 수 있도록 회의록을 작성하여 회의 참석자 전원이 회람한다.

1. 회의 자료는 차후 온라인을 통해 공유하도록 한다.

2. 차후 회의에 대한 주제를 정하고 다음 회차 회의 일정을 조율한다.

### 수행 tip

- 의견 협의를 위한 회의 진행시 프로젝트 담당자가 궁금해할 내용을 미리 파악하고 이에 대한 내용을 정리하여 원활한 회의 진행을 유도한다.

# 학습1 교수 · 학습 방법

## 교수 방법

- 요구 분석, 프로젝트 환경 분석, 의견 협의에서 활용되는 다양한 문서와 수업 내용을 샘플을 이용하여 제시하며, PPT 자료를 통해 직관적으로 설명한다.
- 학생들이 개별적으로 제시되는 수업 내용에서 클라이언트와 개발자의 역할을 직접 수행해 볼 수 있도록 유도한다.
- 학습에서 필요한 표준 양식(요구 사항 정의서, 체크리스트, 회의록 등)을 제공하여, 직접 작성해 보도록 유도한다.
- 요구 사항 분석하기의 전 과정을 이해할 수 있도록 단계별 중점 사항을 체계적으로 지도한다.

## 학습 방법

- 요구 사항 분석하기 학습의 '요구 분석', '프로젝트 환경 분석', '의견 협의' 단락에서 사용되는 환경 및 요구분석 관련 용어를 충분히 숙지하도록 한다.
- 학습내용별로 제공되는 양식 샘플을 이해하고 실무에서 활용되는 서식을 직접 작성해보고, 편리하게 수정해본다.
- 학습내용별로 제공되는 표준 양식을 응용하여 '요구 사항 분석하기' 전반에 걸쳐 필요한 문서를 직접 작성해 보면서 실습한다.
- 제공되는 양식에서 자신의 아이디어를 더해 보다 좋은 양식을 제작하도록 한다.

# 학습1 평 가

## 평가 준거

- 평가자는 학습자가 학습 목표를 성공적으로 달성하였는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.

| 학습 내용 | 학습 목표 | 성취수준 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 상 | 중 | 하 |
| 요구 분석 | - 프로젝트의 핵심 목표와 요구사항을 이해할 수 있다. | | | |
| 프로젝트 환경 분석 | - 프로젝트의 내용과 클라이언트와 협의한 요구사항을 정리할 수 있다. | | | |
| 의견 협의 | - 회의 진행을 통해 조정과 변경이 필요한 사항을 도출할 수 있다. | | | |

## 평가 방법

- 포트폴리오

| 학습 내용 | 평가 항목 | 성취수준 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 상 | 중 | 하 |
| 프로젝트 환경 분석 | - 핵심 요구 사항 우선 순위 체크리스트 작성 | | | |
| 의견 협의 | - 의견 협의 회의록 작성 | | | |

- 사례연구

| 학습 내용 | 평가 항목 | 성취수준 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 상 | 중 | 하 |
| 요구 분석 | - 프로젝트의 개요 및 핵심 내용 숙지 여부 | | | |
| | - 클라이언트의 기능적 요구 사항 파악 여부 | | | |
| | - 디자인 제약 조건 파악 여부 | | | |
| 프로젝트 환경 분석 | - 요구 사항에 대한 체크리스크 작성 여부 | | | |
| | - 핵샘 요구 사항에 대한 우선 순위도 작성 여부 | | | |
| 의견 협의 | - 회의록 작성 여부 | | | |

● 평가자 체크리스트

| 학습 내용 | 평가 항목 | 성취수준 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 상 | 중 | 하 |
| 요구 분석 | - 프로젝트의 핵심 목표와 요구사항 파악 | | | |
| 의견 협의 | - 회의 진행 방법 | | | |
| | - 의견 협의 및 해결 능력 | | | |
| | - 회의록 작성 | | | |

## 피드백

1. 포트폴리오
   - 제출한 양식을 평가한 후 주요 사항을 표시하여 설명한다.

2. 사례연구
   - 제출한 사례연구 결과를 평가한 후 주요 사항을 표시하여 설명한다.

3. 평가자 체크리스트
   - 실습 과정에서 평가한 주요 사항을 설명한다.

# 2-1. 정보수집

| 학습 목표 | • 프로젝트의 내용과 클라이언트와 협의한 요구사항을 정리하여 핵심 사항부터 우선 순위로 분석하여 정리할 수 있다. |
|---|---|

## 필요 지식 /

1 정보 수집

개발 방향을 설정하기 위해 정보를 수집할 때에는 수집되는 정보를 바탕으로 섣부른 결론을 내리지 않기 위해 편견을 갖지 않도록 하여야 하고, 정보가 누락되는 것을 방지하여 되도록이면 많은 정보를 수집하도록 한다. 정보 수집 방법은 크게 인터넷 검색, 소셜 네트워크 서비스 분석, 통계, 학술 자료, 설문 조사 등 온라인 매체를 이용하는 방법과 관찰, 인터뷰, 포커스 그룹 인터뷰(FocusGroup Interview), 신문, 비즈니스 트렌드 잡지 및 도서 등 오프라인 매체를 이용하는 방법으로 구분할 수 있다.

1. 정보 수집 절차

(1) 어떻게 찾을지 생각하기 : 주제와 관련하여 정보를 어떻게 찾으면 좋을지 생각해 본다.
(2) 정보 매체 선정하기 : 정보 수집에 알맞은 매체를 선정한다.
(3) 매체 이용 방법 알기 : 신문, 잡지, 사전, 책, 인터넷 등의 이용 방법을 안다.
(4) 정보 수집하기 : 필요한 것만 골라 모은다.
(5) 정보 정리하기 : 수집한 정보에 출처를 적고, 이를 정리해 둔다.

## 2. 정보 수집 원칙과 습관

<표 2-1> 사용자별 특성 분석

| 구분 | 구성 요소 | 내용 |
|---|---|---|
| 1 | 필요성 | 무엇을 알고자 하는가 |
| 2 | 수집 범위 | 어디까지 수집할 것인가 |
| 3 | 출처 | 어디에서 수집할 것인가 |
| 4 | 정확성 | 출처 확인 |
| 5 | 보안성 | 비밀 유지 |
| 6 | 신선도 | 최대한 최신 정보 수집 |
| 7 | 정보망 | 정보 제공자 다수 확보 |
| 8 | 현장 중시 | 직접 찾아다니며 정보를 얻는다. |
| 9 | 메모 | 정보는 반드시 기록 |
| 10 | 정보 유도 | 질문 역량 강화 |
| 11 | 판단력 | 정보를 이해하는 능력 |
| 12 | 수신기 | 다양한 견해를 경청 |
| 13 | 정보 장비 | 웹, e-mail, 전화 등 다양한 매체의 활용 |
| 14 | 적극성 | 정보를 찾고자 하는 열의 |
| 15 | 대인 관계 | 정보 수집에는 타인의 협조가 필수 |
| 16 | 종합력 | 부분적인 것도 추구 |
| 17 | 객관성 | 숫자에 현혹되지 말 것 |
| 18 | 도전성 | 수집 불가능한 정보가 더 중요 |
| 19 | 정직성 | 정보를 왜곡하지 말 것 |
| 20 | 생산성 | 효율적인 정보 수집 방법 강구 |

## 수행 내용 / 정보 수집 하기

### 재료 · 자료

- 요구 사항 정의서(Project Profiler), 요구 사항 우선순위 체크 리스트, 회의록, 사용자 정의서

### 기기(장비 · 공구)

- 빔 프로젝트
- 컴퓨터
- 관련 소프트웨어(문서작성 및 그래픽 제작)

### 안전 · 유의 사항

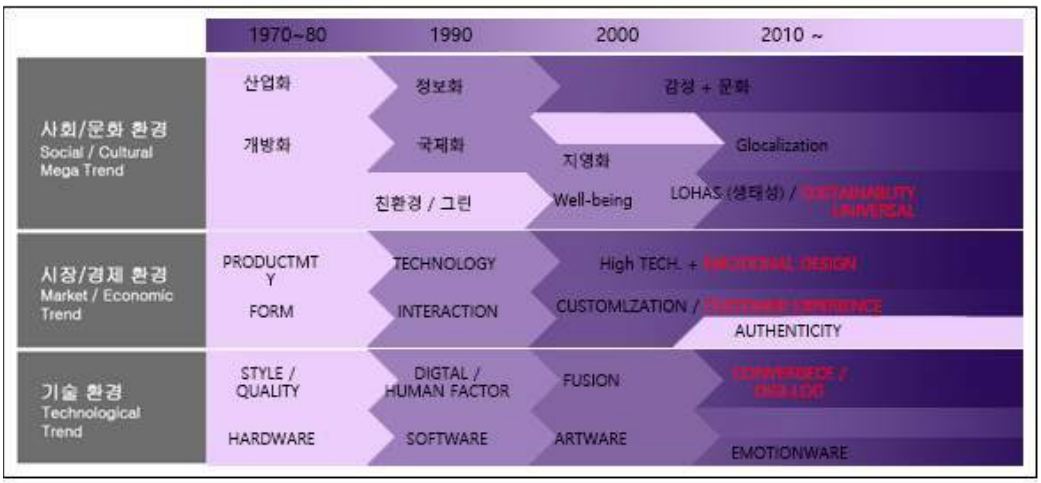
- 정확한 정보를 폭넓게 수집하여 객관적으로 파악하려는 태도를 유지한다.
- 시장의 동향 및 이슈, 흐름을 파악하려는 태도를 유지한다.

### 수행 순서

1 주요 이슈와 동향(Trend), 해당 서비스의 시장 범위 및 기술과 혁신 요소 등 환경 영역을 파악한다.

1. 인터넷 검색 및 자료 조사를 통해 프로젝트 관련 주요 이슈와 동향을 파악한다.
2. 기술, 시장·경제, 사회·문화의 전반적인 이슈를 파악한다.
3. 참고할 만한 자료는 스크랩 또는 화면 캡처를 통해 컴퓨터에 저장한다.
4. 수집된 정보를 체계에 맞추어 분류하고 저장한다.

2 주요 이슈와 동향을 증명하는 행태는 어떻게 전개되어 왔고, 또 현재 어떻게 나타나고 있는지 동향 사이클(Trend Cycle)에 대한 데이터를 분석한다.




[그림 2-1] 동향 사이클 분석 예시

3 분석한 데이터가 클라이언트에게 긍정적, 부정적, 중립적 등 어떠한 영향을 미칠 것인지를 파악한다.

4 동향 분석에서 수집된 정보간의 상관 관계를 파악한다.

5 동향을 이슈와 연결하여 미래 방향을 예측한다.

6 분석한 데이터를 바탕으로 전략 수립을 위한 의미를 도출한다.

**수행 tip**

- 다양한 정보 수집 경로를 통해 객관적인 정보를 수집하고 체계에 맞도록 분류하여 저장한다.
- 동향을 이슈와 연결하여 기업의 프로젝트 전개에 가장 큰 영향을 끼칠 가능성이 있는 동향과 각 동향 간의 충돌 또는 결합 관계를 파악하도록 한다.
- 수집된 정보 분석을 바탕으로 이래 방향을 예측하기 위하여 구체적인 시나리오를 수립하고 그에 맞는 타당한 근거를 제시한다.

# 2-2. 외부 · 내부 환경 분석

| 학습 목표 | • 프로젝트의 핵심 목표와 요구사항에 대한 이해를 바탕으로 사용자의 여론·요구사항을 이해할 수 있다. |
|---|---|

## 필요 지식 /

1 거시 환경(STEEP) 분석

거시 환경(STEEP) 분석은 사회적(Social) 환경, 기술적(Technological) 환경, 경제적(Economic) 환경, 생태학적(Ecological) 환경, 정치적(Political) 환경의 5가지 요소로 기업의 활동에 영향을 주는 외부적 요인을 파악하는 방법을 말한다. 5가지 요소의 영문 첫 글자를 조합하여 STEEP 분석법이라고도 한다.

1. 사회적(Social) 환경
   - 인구와 관련된 환경이라는 마케팅의 대상이 되는 사람들(소비자)의 특성변화를 의미한다. 인구통계적 환경으로서 인구에 관련된 환경의 변화는 소비자의 변화를 의미하기 때문에 마케팅 활동에 직접적인 영향을 미치게 된다. 또한 사회적 환경으로서 일반이들이 살아가는 방식이 기업의 마케팅에 영향을 미치게되는 것을 의미한다.
   - 인구 통계, 출생률, 사망률, 평균 수명, 교육 수준, 사회 계층 간 임금 격차, 사회 각 영역의 인구 비율, 여성의 사회 진출, 문화적 태도, 문맹률, 관심, 믿음, 가치, 라이프 스타일, 사용자 생활 양식 등에 대해 환경 분석한다.
2. 기술적(Technological) 환경
   - 새로운 기술을 통해 새로운 시장기회를 제공하는 것을 의미한다.
   - 보유 특허, 특허 보호 제도, R&D 예산, 신기술·정보 기술, 기술 변화 속도, 기술 클러스터 존재 여부, 서비스 혁신 속도, 기술 혁신 및 확산, 산업·경제의 디지털화, 인터넷 기반 기술 등에 대해 분석한다.
3. 경제적(Economic) 환경
   - 기업의 마케팅활동에 영향을 미치는 거시적 환경요인의 하나로서 경제적인 환경인 소비자의 구매력이나 소비자지출에 직접적인 영향을 미치는 것을 의미한다.
   - GDP 성장률, 외환 보유고, 인플레이션율, 수입 배분 수준과 범위, 금융·재정 정책, 구조조정, 실업률, 임금 수준, 소비 성향, 시장 경쟁 구조 등에 대해 분석한다.

4. 생태학적(Ecological) 환경

· 자연환경 등과 같은 생태학적인 마케팅 요인을 의미한다.

· 공기·수질, 재활용 시설 규모, 에너지원, 서비스 수명 주기 발전 단계, 원자재 대체성, 환경 규제수준 등에 대해 분석한다.

5. 정치적(Political) 환경

· 기업의 마케팅활동은 정부에서 정한 법과 규제의 범위에서 영향을 받으므로 정치적 환경의 변화는 기업 활동에 많은 영향을 미치게 된다.

· 개혁 정책, 규제 기관의 활동, 재산권 보호법 존재 여부, 정치적 의사 결정에 대한 영향력, 여론,정책 결정 구조의 성격, 지원 정책, 규제 합리화, 민영화, 특허 등에 대해 분석한다.

2 3C 분석 기법

3C 분석 기법은 일반적으로 기업에 대한 분석 방법중 하나로 기업의 이윤을 극대화하기 위한 시장환경 분석에서 자사(Company), 고객(Customer), 경쟁사(Competition)를 분석하는 것을 의미합니다.

1. 자사(Company) 분석

(1) 기업 내/외부의 환경과 강점, 약점을 파악하기 위하여 SWOT분석을 활용한다.

(2) 평가요소는 기업 목표, 지원, 시너지 효과가 있다.

· 기업의 목표와 일치하는가?

· 인적, 물적, 기술적 자원을 갖추고 있는가?

· 기존 브랜드의 마케팅 믹스 요소를 연계하여 시너지 효과를 가져올 수 있는가?

2 고객(Customer) 분석

(1) STP 분석을 통한 고객세그먼트, 타겟, 제품 포지셔닝을 파악한다.

(2) 평가요소는 시장규모, 시장 성장률이 있다.

· 해당 세분시장이 적절한 규모인가?

· 성장 가능성이 높은 시장인가?

· 각 세분시장 별 잠재수요는 어느 정도인가?

3 경쟁사(Competition) 분석

(1)자료수집 범위에 따라 시장분석, 마켓체인분석, 포트폴리오, 재무분석 등을 활용한다.

(2) 평가요소는 현재의 경쟁자, 잠재적 경쟁자가 있다.

· 현재의 경쟁사들이 공격적이고 강력한가?

· 새로운 경쟁자의 진입 가능성이 높은가?

### 3 STP 분석 기법

STP분석은 기업이 한정된 자원에서 최대한의 마케팅 효과를 창출하기 위해 마련된 전략방안중 하나이다. STP는 시장을 몇 개의 세분화된 시장(Segmentation)으로 나누고, 세분화된 시장을 평가하고 이에 맞는 표적(Targeting)을 통해, 제품이나 서비스에 대한 포지셔닝(Positioning)을 파악하여 경재우위를 가져가기 위한 프로세스를 의미한다.

- Segmentation은 세분화된 변수 선정 및 특성을 파악한다. 세분화 기준은 소득, 성별, 연력등과 같은 요소를 시장에 따라 세분화한다.
- Targeting은 각 세분화된 시장의 매력도를 나타내는 것으로 성별, 소득, 연령에 따른 타겟을 설정하여 제품이나 서비스의 콘텐츠 속성에 따른 선호도, 만족도 등을 분석한다.
- Positioning은 각 표적 시장 별 이미지를 위치시키는 것으로 예를 들어 저소득, 고속득에 따른 시장의 포지셔닝 방법을 달리한다.

### 4 SWOT 분석

SWOT분석은 프로젝트 전략 수립의 필수 기법으로, 분석하고자 하는 대상 기업의 내부 요인 상황과 경쟁자와 비교한 강점(Strength), 약점(Weakness), 그리고 자사를 제외한 외부 환경인 기회(Opportunity), 위협(Threat)의 네 가지를 분석한다.

1. SO(Strength, Opportunity)

   내부도 강하지만 외부의 기회에도 강한 SO분석법은 기존 시장 장악은 물론 신규 시장 진출에 용이하다.

2. ST(Strength, Threat)

   내부는 강하지만 외부의 위협이 도사리고 있는 ST분석법은 기존 시장 침투 및 확장의 장점과 단점을 각각 가지고 있다.

3. WO(Weakness, Opportunity)

   내부는 약하지만 외부의 기회가 있는 WO분석법은 핵심 역량 강화라는 장점과 시장을 선도하고 있는 서비스와의 제휴를 통해 발전의 여지가 있는 전략이다.

4. WT(Weakness, Threat)

   내부가 약할뿐더러 외부의 위협도 존재하는 WT분석법은 내, 외부 모두 각각의 위험이 도사리고 있으므로 시장 철수를 어느 시점에 어떠한 방식으로 진행할지를 분석하는 전략이다.

<표 2-2> SWOT 작업지 예시

| | 기회(Opportunity) | 위협(Threat) |
|---|---|---|
| 강점(Strength) | SO(Strength, Opportunity) 전략 | ST(Strength, Threat) 전략 |
| 약점(Weakness) | WO(Weakness, Opportunity) 전략 | WT(Weakness, Threat) 전략 |

## 수행 내용 / 환경 분석 하기

### 재료 · 자료

- 거시 환경 분석(STEEP Analysis)툴, 3C 분석툴, STP분석툴, SWOT 분석툴

### 기기(장비 · 공구)

- 빔 프로젝트
- 컴퓨터
- 관련 소프트웨어(문서작성 및 그래픽 제작)

### 안전 · 유의 사항

- 각 분석 기법을 활용하여 객관적인 데이터를 추출하려는 노력을 한다.
- 피상적 조사 결과에 의존하지 않고, 객관적이고 폭넓은 정보를 수집하고 파악하려는 태도를 유지한다.
- SWOT 기법을 활용하여 객관적인 데이터를 추출하려는 노력을 한다.

수행 순서

1 거시 환경 분석(STEEP Analysis)을 실시한다.

1. 소비자는 누구인지, 이용 동기, 이용 경로, 시장 규모, 시장 성장률, 잠재 수요 등 목표 소비자를 세분화하고 분석한다.
   (1) 인터넷 검색 및 자료 조사를 통해 목표 소비자를 세분화한다.
   (2) 해당 세분 시장의 규모가 적절한가를 파악한다.
   (3) 성장 가능성이 높은 시장인가를 파악한다.
   (4) 세분 시장별 잠재 수요는 어느 정도인가를 파악한다.
2. 현재의 경쟁사, 잠재적 경쟁사, 경쟁사의 강점과 약점 등 관련 서비스 경쟁사를 분석한다.
   (1) 현재의 경쟁사들이 공격적이고 강력한가를 파악한다.
   (2) 새로운 경쟁사의 진입 가능성이 높은가를 파악한다.
3. 자사 기업의 목표, 인적·물적·기술적 자원, 품질, 기업의 이미지 및 문화 등을 분석한다.
   (1) 제공되는 서비스가 기업의 목표와 일치하는가를 파악한다.
   (2) 인적·물적·기술적 자원을 갖추고 있는가를 파악한다.
4. 소비자, 경쟁사, 자사 분석 결과를 토대로 시장에서 미칠 영향력과 시너지 효과를 분석한다.

2 3C 분석 기법을 실시한다.

1. 자사의 내/외부의 환경 분석을 실시하여, 기업의 목표, 지원, 시너지 효과가 무엇인지 분석한다.
2. 고객분석으로서 시장규모 및 성장률을 분석하여 고객 세그먼트, 타켓의 적절성, 제품 및 서비스의 포지셔닝을 파악한다.
3. 경재사 분석으로서 현재 및 잠재적 경쟁사를 분석하기 위하여, 시장분석, 마켓 체인분석, 포트폴리오, 재무분석 등을 활용한다.

3 STP 분석 기법을 실시한다.

1. 고객을 세분화하여 세분화 변수 선정 및 특성을 파악한다.
2. 타켓팅을 하고 각 세분 시장의 매력도를 측정한다.
3. 포지셔닝을 위하여 각 표적 시장(저소득/고소득, 고관여/저관여 등) 별 포지셔닝을 분석한다.

4 자사의 내부 환경 분석을 통해 사용자로에게 강점으로 인식되는 것은 무엇인지 경쟁사와 비교하여 강점 요소를 도출한다.

5 자사의 내부 환경 분석을 통해 사용자에게 약점으로 인식되는 것은 무엇인지 경쟁사와 비교하여 약점 요소를 도출한다.

6 자사를 제외한 외부 환경 분석을 통해 어떠한 기회가 존재하는지 기회 요소를 도출한다.

7 자사를 제외한 외부 환경 분석을 통해 어떠한 위협이 존재하는지 위협 요소를 도출한다.

8 SO, ST, WO, WT 등의 분석을 통해 프로젝트의 전술적 목표와 세부 전략에 대한 시사점을 도출한다.

**수행 tip**

- 기업의 내부 환경을 분석하여 강점과 약점을 발견하고, 외부 환경을 분석하여 기회요소와 위협요소를 찾아내어 이를 토대로 강점은 살리고 약점은 없애며, 기회는 활용하고 위협은 억제하는 전략을 수립한다.

# 2-3. 사용자 정의

| 학습 목표 | • 목표 인구 집단 안에 있는 다양한 사용자 유형들을 대표하기 위한 퍼소나(가상의 인물)를 설계할 수 있다. |
|---|---|

## 필요 지식 /

1 사용자 성향 및 행동 패턴 분석

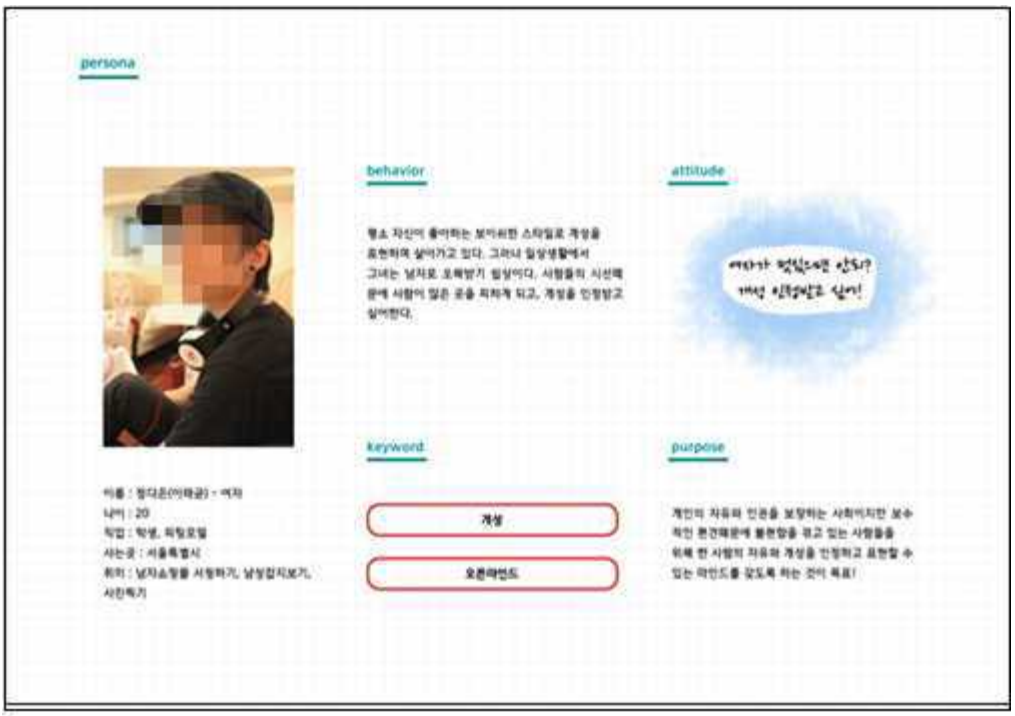
사용자 분석은 사용자 경험에 의한 인터랙션을 기반으로 하는 디지털 디자인 과정의 첫 번째 단계이자 가장 중요한 단계이다. 특히 디지털디자인은 매체에 의해서 사용자에게 정보가 전달되어 사용자가 이를 활용할 수 있도록 하는 콘텐츠 위주로 사용자가 편리하고 흥미롭게 해당 매체를 활용할 수 있도록 하는 행동 패턴 분석은 반드시 병행되어야 한다. 또한 반복적이면서 지속적으로 이루어져야 한다. 사용자 성향을 분석할 때에는 사용자의 해당매체 사용성, 숙련 정도, 개인적인 특성 등을 고려하여야 한다. 사용자 조사 방법은 관찰, 설문 조사, 인터뷰, 포커스 그룹 인터뷰(Focus Group Interview), 민족지학 방법(Ethnography Methods)등 다양하다. 이에 따라 분석된 사용자의 성향은 제작하고자 하는 디지털디자인의 타겟에 따라 선별적으로 적용되도록 한다.

2 사용자 세그먼트(User Segmentation)

사용자 세그먼트란 디지털디자인 작업을 하기 위하여 적용되는 사용자의 데이터 필터 기능이다. 콘텐츠 사용자 전체의 데이터를 성별, 연령, 국가, 플랫폼 별로 나누는 것도 사용자 세그멘트에 해당된다. 사용자는 주로 주 사용자(Primary Users)와 부 사용자(Secondary Users)로 구분되는데, 주 사용자는 특정 목적을 달성하기 위해 제공되는 서비스를 실제로 이용하는 사람들을 총칭하는 개념이다. 예를 들어 온라인 쇼핑몰에서는 쇼핑몰을 이용하는 방문객 및 구매자가 주 사용자라고 할 수 있고, 상품의 업데이트, 결제 및 배송 확인 등 쇼핑몰이 원활하게 운영될 수 있도록 관리하는 쇼핑몰 관리자를 부 사용자라 할 수 있다. 디지털 디자인 과정에서는 주 사용자를 분석하는 것은 물론이고, 가능하면 넓은 의미의 부 사용자를 함께 분석하여야 하며 더불어 지역, 연령, 라이프 스타일 등 다양한 사용자 세그먼테이션(Segmentation)을 통해 세분화하는 과정이 중요하다.

2 퍼소나 모형(Persona Model)

퍼소나는 어떤 제품이나 서비스를 사용할 만한 목표 사용자 집단안에 있는 다양한 사용자들을 대표하는 가상의 인물을 한다. 디지털디자인에서 퍼소나는 프로젝트에서 실제 사용자를 대표하는 가상의 인물을 말한다. 퍼소나는 제품이나 서비스를 개발하는 과정에서 시장과 환경 그리고 사용자들을 이해하기 위해 사용되는데 핵심 사용자층에 속하는 대표적인 사용자의 행동 패턴 및 라이프 스타일을 등 사용자 경험을 예측하는 것을 목적으로 한다. 퍼소나 모형은 가상의 인물을 설정한 사용자 경험을 표현한 것이지만 구체적이고 자세하게 정의되어야 한다.




[그림 2-2] 페르소나 작성 예시

## 수행 내용1 / 사용자 분석 및 퍼소나 모형 분석하기

### 재료 · 자료

- 사용자 정의서, 페르소나 모형(Persona Model)

### 기기(장비 · 공구)

- 빔 프로젝트
- 컴퓨터
- 관련 소프트웨어(문서작성 및 그래픽 제작)

### 안전 · 유의 사항

- 표본 설정 시 소수 집단이 아닌 여러 집단을 대상으로 수행하려는 태도를 유지한다.
- 기존의 지식이 아닌 수집된 정보에 의해서 객관적인 시각을 유지한다.
- 사소한 부분도 분석·파악하려는 태도를 유지한다.

### 수행 순서

1 사용자의 서비스 이용 경로를 파악한다.

2 사용자의 콘텐츠 이용 목표 및 동기를 파악한다.

3 사용자의 서비스에 대한 요구 사항을 파악한다.

4 사용자의 성격적 특성, 인지적 특성, 동기적 특성, 세대별 특성, 라이트 스타일 특성 등 개인적 특성을 파악한다.

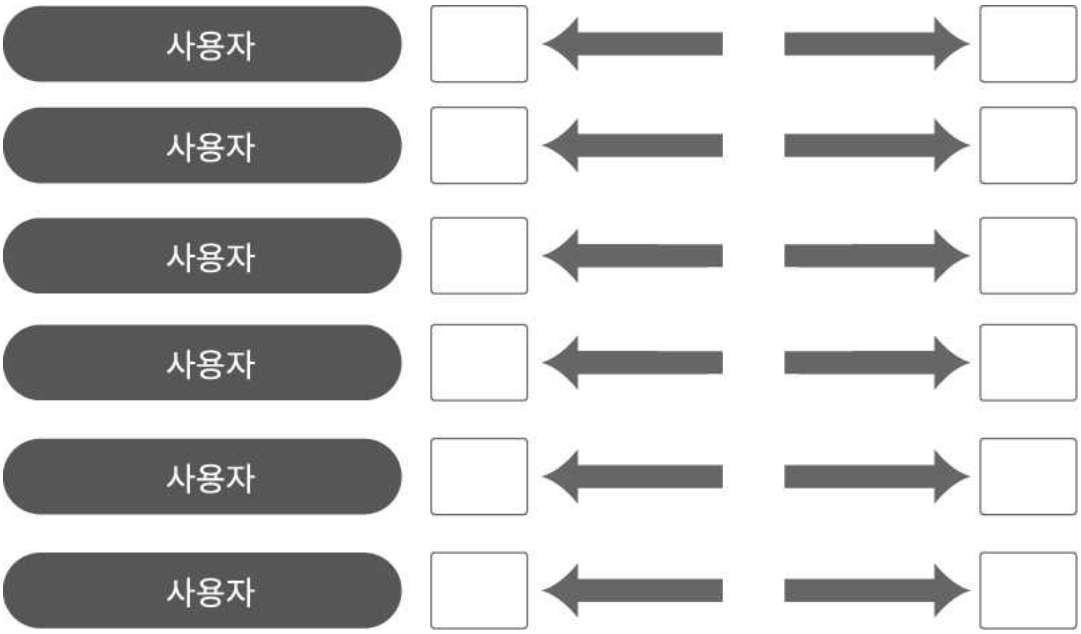
| 번호 | 성명 | 성별 | 연령 | 가구형태 | 직업군 (감성/이성) | 주이용 브랜드 | 비고 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | OOO | 남 | 36 | family | 이성 | | |
| 2 | OOO | 남 | 28 | single | 감성 | | |
| 3 | OOO | 남 | 37 | couple | 감성 | | |
| 4 | OOO | 여 | 25 | single | 감성 | | |
| 5 | OOO | 여 | 37 | family | 전업주부 | | |
| 6 | OOO | 남 | 44 | family | 이성 | | |
| 7 | OOO | 여 | 29 | couple | 이성 | | |
| 8 | OOO | 여 | 37 | family | 감성 | | |
| 9 | OOO | 여 | 41 | family | 전업주부 | | |
| 10 | OOO | 남 | 27 | couple | 이성 | | |

[그림 2-3] 사용자 분석 작성 예시

[그림 2-4] 사용자 특성 분석

⑤ 주 사용자 및 부 사용자, 그 외 다양한 형태의 사용자를 유형별로 세분화한다.

⑥ 분류된 사용자별 핵심 차별화 요소를 분석한다.



[그림 2-5] 사용자 세분화 예시

7 사용자의 이름, 사진, 나이, 직업, 거주지 등 인구 통계학적 기본 신상 정보를 설정한다.

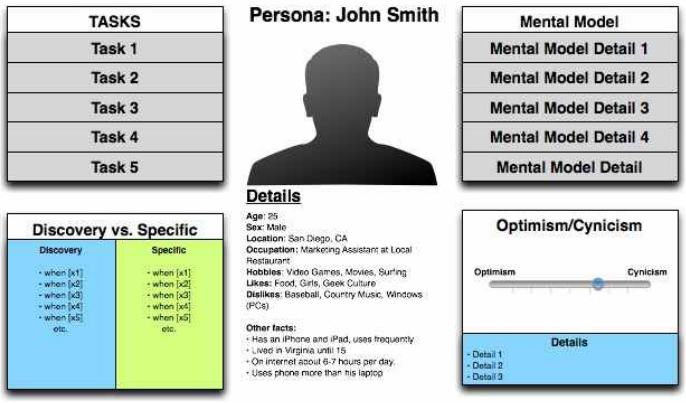
8 기본 신상 정보를 토대로 사용자의 매체(기술) 숙련도를 기술한다.

9 사용자의 취미, 성격, 개성, 라이프 스타일 등을 기술한다.

10 사용자의 콘텐츠 이용 동기를 묘사한다.

11 사용자의 태도를 반영하는 말을 구어체로 인용한다.

12 사용자가 콘텐츠를 이용할 때 예측되는 행동을 토대로 가상의 시나리오를 작성한다.




[그림 2-6] 퍼소나 작성 예시

### 수행 tip

- 사용자의 핵심 특성을 파악하기 위해서는 객관적인 시각에 의해서 사용자 분석이 이루어져야 한다.
- 면밀한 사용자 관찰 및 도구들(설문조사, 인터뷰 등)을 수행하면서 사용자의 특성을 정의하도록 한다.

# 2-4. 조사보고서 작성

| 학습 목표 | • 회의 진행을 통해 조정과 변경이 필요한 사항을 도출하여 체계적으로 정리할 수 있다. |
|---|---|

## 필요 지식 /

1 타겟 인사이트(Target Insight)

타깃 인사이트란 서비스 접점에서 발생하는 고객의 정보를 분석하고, 분석된 정보를 사실에 기반하여 독창적이며 정성적인 분석을 통해 도출될 수 있는 사용자 니즈에 대한 이해를 말한다. 고객의 이용 정보를 비롯한 각종 데이터의 수집 및 관리를 통해 사용자 가치를 창출하고, 고객이 언제 어디서 어떤 방식으로 접근을 하든 모든 사용자 접점에 걸쳐 매끄러운 상호 작용이 가능하여야 한다. 이를 통해 타 경쟁사들보다 고객의 니즈와 의도에 더 잘 부합하는 차별화된 서비스를 제공하여야 하고, 사용자로 하여금 경험을 피드백하도록 하여 타깃 인사이트를 확장시켜야 한다.

2 타겟 인사이트의 정보 카테고리

1. 인구통계학적 특성: 나이 및 성별, 학력수준, 결혼 유무, 직업분류 등
2. 위치와 언어: 타겟의 거주 국가 및 위치, 사용 언어
3. 라이프 스타일: 타겟의 관심사, 여가활동 등
4. 소비성향: 타겟의 추구하는 소비 가치 및 성향, 광고에 대한 태도 등
5. 미디어 활용 성향: 정보를 수집하는 미디어 활동 성향

## 수행 내용 / 조사보고서 작성하기

### 재료 · 자료

- 조사 보고서

### 기기(장비 · 공구)

- 빔 프로젝트
- 컴퓨터
- 관련 소프트웨어(문서작성 및 그래픽 제작)

### 안전 · 유의 사항

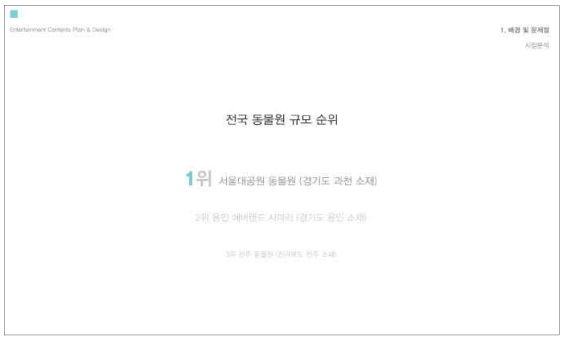
- 피상적 조사 결과에 의존하지 않고, 객관적이고 폭넓은 정보를 수집하고 파악하려는 태도를 유지한다.
- 조사 보고서는 문서 작성 및 디자인 소프트웨어를 활용하여 간결하고도 명확하게 시각화하여 구성한다.

### 수행 순서

1 주요 이슈와 동향에 대해 벤치마킹을 통한 환경 분석 결과 자료를 정리한다.

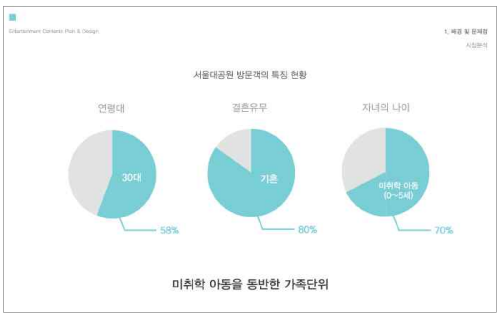
2 제공되는 서비스와 경쟁사 및 기업 내부의 상황을 소비자, 경쟁사, 자사를 분석하는 3C 분석 기법을 이용하여 정리한다.

[그림 2-7] 기업 내부 사항 분석 예시 1




[그림 2-8] 기업 내부 사항 분석 예시 2

3 서비스 타깃의 인구 통계학적 분석, 이용 동기, 이용 경로, 라이프 스타일, 잠재 수요 등 목표 사용자 분석 결과를 정리한다.




[그림 2-9] 타깃 분석 예시

4 서비스 포지셔닝을 위한 프로젝트 핵심 가치를 밸류 매트릭스 분석 기법을 이용하여 설정한다.

5 프로젝트의 강점, 약점, 기회, 위협 요소를 SWOT 분석 기법을 이용하여 정리한다.

6 디자인 소프트웨어를 활용하여 정리된 정보들을 다이어그램과 다양한 인포그래픽 기법을 이용하여 간결하고도 명확하게 시각화하여 구성한다.

### 수행 tip

- 동향 및 시장 환경 분석에 이용한 자료는 반드시 출처를 밝혀 조사한 정보의 신뢰성을 높인다.
- 보고서는 핵심 내용을 함축적이면서 일목요연하게 정리하여 작성한다.
- 다양한 그림 및 도표와 다이어그램을 활용하여 전체 개요를 한눈에 알아보기 쉽게 구성한다.

## 학습2 교수 · 학습 방법

### 교수 방법

- ‘요구 분석’, ‘프로젝트 환경 분석’, ‘의견 협의’ 등의 선수학습을 학생들이 제대로 이해하고 있는지를 확인한 후 수업을 진행한다.
- 정보 수집 방법에 대해서 PPT를 이용하여 학생들이 쉽게 이해할 수 있도록 방법론을 설명하고 실제로 예시를 들어 정보 수집이 가능하도록 실습한다.
- 외부 내부 환경 분석에서 제시되는 거시환경(STEEP)분석, 3C 분석 기법, STP분석 기법, SWOT 분석에 대해 PPT를 이용하여 명확하게 그 방법을 설명하고, 각 분석 기법을 학생들이 실제로 할 수 있도록 유도한다.
- 사용자 정의에서 퍼소나 모형에 대한 충분한 이해를 할 수 있는 시간적 여유를 주며, 프로젝트에 따라 실제로 퍼소나 모형을 제작하여 작성할 수 있도록 한다.
- 조사보고서 작성 방법에 대하여 PPT를 이용하여 설명하고 학생별로 조사보고서 작성 요령을 숙지 할 수 있도록 지도한다.

### 학습 방법

- ‘요구 분석’, ‘프로젝트 환경 분석’, ‘의견 협의’ 등의 선수학습단락에서 사용되는 용어를 숙지하도록 한다.
- 시장환경 분석 및 사용자 정의하기의 전 과정을 이해할 수 있도록 단계별 중점 사항을 체계적으로 학습한다.
- 학습내용별로 제공되는 양식 샘플을 이해하고 현장에서 쓰이는 양식을 통해 실무 작업을 진행하도록 한다.
- 제공되는 양식에서 자신의 아이디어를 더해 보다 좋은 양식을 제작하도록 한다.

# 학습2 평 가

## 평가 준거

- 평가자는 학습자가 학습 목표를 성공적으로 달성하였는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.

| 학습 내용 | 학습 목표 | 성취수준 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 상 | 중 | 하 |
| 정보 수집 | - 프로젝트의 내용과 클라이언트와 협의한 요구사항을 정리하여 핵심 사항부터 우선순위로 분석하여 정리할 수 있다. | | | |
| 외부 내부 환경 분석 | - 프로젝트의 핵심 목표와 요구사항에 대한 이해를 바탕으로 사용자의 여론 · 요구사항을 이해할 수 있다. | | | |
| 사용자 정의 | - 목표 인구 집단 안에 있는 다양한 사용자 유형들을 대표하기 위한 퍼소나(가상의 인물)를 설계할 수 있다. | | | |
| 조사보고서 작성 | - 회의 진행을 통해 조정과 변경이 필요한 사항을 도출하여 체계적으로 정리할 수 있다. | | | |

## 평가 방법

- 포트폴리오

| 학습 내용 | 평가 항목 | 성취수준 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 상 | 중 | 하 |
| 정보 수집 | - 클라이언트와 협의한 요구사항에 대한 우선순위 선정 | | | |
| 외부 내부 환경 분석 | - 거시 환경(STEEP)분석 결과 | | | |
| | - 3C 분석 기법 결과 | | | |
| | - STP 분석 기법 결과 | | | |
| | - SWOT 분석 결과 | | | |
| 사용자 정의 | - 퍼소나 모형 도출 및 작성 | | | |
| 조사보고서 작성 | - 조사보고서 작성 | | | |

● 사례연구

| 학습 내용 | 평가 항목 | 성취수준 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 상 | 중 | 하 |
| 외부 내부 환경 분석 | - 각 분석 기법 개요 및 핵심 내용 숙지 여부 | | | |
| | - 각 분석 기법의 적용 방향 및 타당성 검토 | | | |
| | - 분석에 따른 정보 정리 | | | |
| | - 각 분석 기법의 활용 여부 | | | |
| 사용자 정의 | - 퍼소나 모형 도출 및 보고서 작성 | | | |
| 조사보고서 작성 | - 조사보고서 작성 여부 | | | |

● 평가자 체크리스트

| 학습 내용 | 평가 항목 | 성취수준 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 상 | 중 | 하 |
| 정보 수집 | - 정보 수집 방법론 이해 | | | |
| | - 정보 수집 절차 숙지 및 이해 | | | |
| | - 정보 수집 원칙 적용 | | | |
| 조사보고서 작성 | - 회의를 통한 필요사항 도출 및 정리 | | | |

## 피드백

1. 포트폴리오
   - 제출한 양식을 평가한 후 주요 사항을 표시하여 설명한다.

2. 사례연구
   - 제출한 사례연구 결과를 평가한 후 주요 사항을 표시하여 설명한다.

3. 평가자 체크리스트
   - 실습 과정에서 평가한 주요 사항을 설명한다.

| | |
|---|---|
| 학습 1 | 요구사항 분석하기 |
| 학습 2 | 시장환경 분석 및 사용자 정의하기 |

# 학습 3 디자인 방향성 제시하기

## 3-1. 콘셉트 수립

| | |
|---|---|
| 학습 목표 | • 문장·비주얼을 통해 규정된 디자인 방향성과 프로젝트의 성취 목표, 트렌드, 타깃의 성향을 반영한 구체적인 콘셉트를 설정할 수 있다. |

### 필요 지식 /

1 디자인 요구 사항 분석

디자인의 방향성을 수립하기 위하여 클라이언트의 요구 사항을 이해하고 주 타깃이 되는 사용자의 성향을 분석하여 정의하며, 클라이언트의 요구 사항과 사용자의 성향 분석을 교차 분석하여 기능적 요구 사항을 정의하고 디자인 콘셉트를 수립하기 위한 근거를 계획하여 준비한다.

1. 디자인 요구 사항 정의서 구성 요소

(1) 클라이언트 요구 사항: 마케팅 지향점, 브랜드 이미지, 경쟁 브랜드의 차별화 전략 등

(2) 사용자 성향: 주 사용자의 연령, 성별, 기호, 심리, 행동 패턴 등

(3) 기능적 요구 사항: 서비스 환경, 필수 요소 등

(4) 디자인 제약 조건: 기업 CI 사용 규정, 기업 선호 색상·디자인 콘셉트 등

(5) 업무 흐름: 의사 결정권자 및 프로젝트 매니저의 디자인 성향 등

[그림 3-1] 클라이언트의 요구 모형 예시

[그림 3-2] 사용자 성향 분석 예시

# 수행 내용 / 콘셉트 수립하기

## 재료 · 자료

- 디자인 요구 사항 정의서

## 기기(장비 · 공구)

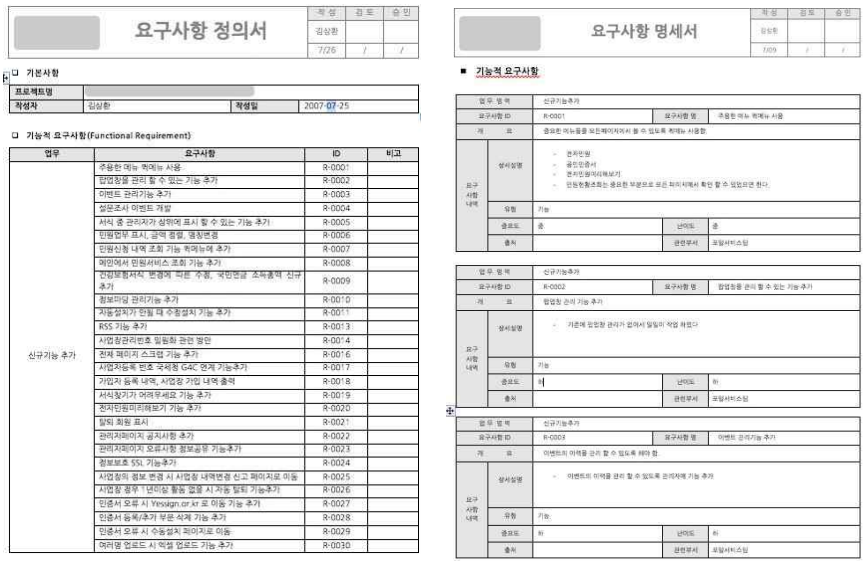
- 빔 프로젝트
- 컴퓨터
- 관련 소프트웨어(문서작성 및 그래픽 제작)

## 안전 · 유의 사항

- 트랜드를 분석하고 이에 맞는 디자인 콘셉트를 유지하려는 태도를 유지한다.
- 디자인 방향을 창의적으로 설정하려는 태도를 유지한다.

## 수행 순서

1 제공받은 디자인 요구 사항 정의서를 숙지하고, 클라이언트의 요구 사항을 분석한다.



요구사항 정의서

| 작성 | 검토 | 승인 |
|---|---|---|
| 김상환 | | |
| 7/26 | / | / |

□ 기본사항

| 프로젝트명 | | | |
|---|---|---|---|
| 작성자 | 김상환 | 작성일 | 2007-07-25 |

□ 기능적 요구사항(Functional Requirement)

| 업무 | 요구사항 | ID | 비고 |
|---|---|---|---|
| 신규기능 추가 | 주용한 메뉴 퀴메뉴 사용 | R-0001 | |
| | 팝업창을 관리 할 수 있는 기능 추가 | R-0002 | |
| | 이벤트 관리기능 추가 | R-0003 | |
| | 설문조사 이벤트 개발 | R-0004 | |
| | 서식 중 관리자가 상황에 표시 할 수 있는 기능 추가 | R-0005 | |
| | 민원업무 표시, 공휴 점검, 명칭변경 | R-0006 | |
| | 민원신청 내역 조회 기능 퀴메뉴에 추가 | R-0007 | |
| | 메인에서 민원서비스 조회 기능 추가 | R-0008 | |
| | 건보보험서식 변경에 따른 수정, 국민연금 소득총액 신규 추가 | R-0009 | |
| | 정보미당 관리기능 추가 | R-0010 | |
| | 자동설치가 안될 때 수동설치 기능 추가 | R-0011 | |
| | RSS 기능 추가 | R-0013 | |
| | 사업장관리번호 일원화 관련 명단 | R-0014 | |
| | 전체 페이지 스크랩 기능 추가 | R-0016 | |
| | 사업자등록 번호 국세청 G4C 연계 기능추가 | R-0017 | |
| | 가입자 등록 내역, 사업장 가입 내역 출력 | R-0018 | |
| | 서식찾기가 어려우세요 기능 추가 | R-0019 | |
| | 전자민원미리해보기 기능 추가 | R-0020 | |
| | 탈퇴 회원 표시 | R-0021 | |
| | 관리자페이지 공지사항 추가 | R-0022 | |
| | 관리자페이지 요금사항 정보공유 기능추가 | R-0023 | |
| | 정보보호 SSL 기능추가 | R-0024 | |
| | 사업장의 정보 변경 시 사업장 내역변경 신고 페이지로 이동 | R-0025 | |
| | 사업장 정부 1년이상 활동 없을 시 자동 탈퇴 기능추가 | R-0026 | |
| | 인증서 오류 시 Yessign.or.kr 로 이동 기능 추가 | R-0027 | |
| | 인증서 등록/추가 부분 삭제 기능 추가 | R-0028 | |
| | 인증서 오류 시 수동설치 페이지로 이동 | R-0029 | |
| | 여러명 업로드 시 역업 업로드 기능 추가 | R-0030 | |



요구사항 명세서

| 작성 | 검토 | 승인 |
|---|---|---|
| 김상환 | | |
| 7/09 | / | / |

■ 기능적 요구사항

| 업무 명칭 | 신규기능추가 | | |
|---|---|---|---|
| 요구사항 ID | R-0001 | 요구사항 명 | 주용한 메뉴 퀴메뉴 사용 |
| 개요 | 중요한 메뉴들을 모든페이지에서 볼 수 있도록 퀴메뉴 사용함. | | |
| 요구사항 내역 | 상세설명 | - 전자민원<br>- 공인인증서<br>- 전자민원미리해보기<br>- 민원진행조회는 중요한 부분으로 모든 페이지에서 확인 할 수 있었으면 한다. | |
| | 유형 | 기능 | |
| | 중요도 | 중 | 난이도 중 |
| | 출처 | | 관련부서 포탈서비스팀 |

| 업무 명칭 | 신규기능추가 | | |
|---|---|---|---|
| 요구사항 ID | R-0002 | 요구사항 명 | 팝업창을 관리 할 수 있는 기능 추가 |
| 개요 | 팝업창 관리 기능 추가 | | |
| 요구사항 내역 | 상세설명 | - 기존에 팝업창 관리가 없어서 일일이 작업 하였다 | |
| | 유형 | 기능 | |
| | 중요도 | 더 | 난이도 하 |
| | 출처 | | 관련부서 포탈서비스팀 |

| 업무 명칭 | 신규기능추가 | | |
|---|---|---|---|
| 요구사항 ID | R-0003 | 요구사항 명 | 이벤트 관리기능 추가 |
| 개요 | 이벤트의 이력을 관리 할 수 있도록 해야 함. | | |
| 요구사항 내역 | 상세설명 | - 이벤트의 이력을 관리 할 수 있도록 관리자에 기능 추가 | |
| | 유형 | 기능 | |
| | 중요도 | 하 | 난이도 하 |
| | 출처 | | 관련부서 포탈서비스팀 |

[그림 3-3] 디자인 요구 사항 정의서 예시

2 서비스 환경에 따라 필요한 요소 등의 기능적 요구 사항을 파악한다.

3 파악된 요구 사항에 분석을 통해 도출된 추가 사항을 건의한다.

4 디자인 제약 조건(기업 CI 사용 규정, 기업 선호 색상, 디자인 콘셉트 등) 유무를 확인 한다.

5 해당 콘텐츠의 주 사용자의 연령, 성별, 기호, 심리, 행동 패턴 등을 분석한다.

6 주 사용자가 어떤 경험을 원하는지 파악한다.

[그림 3-4] 사용자 분석 예시

7 선정된 콘셉트를 구체화할 수 있는 인포그래픽을 활용하여 글 또는 그림으로 표현한다.

[그림 3-5] 인포그래픽 예시

### 수행 tip

- 디자인 요구 사항 정의서를 충분히 숙지하여, 클라이언트의 서비스 핵심 목표를 파악한다.

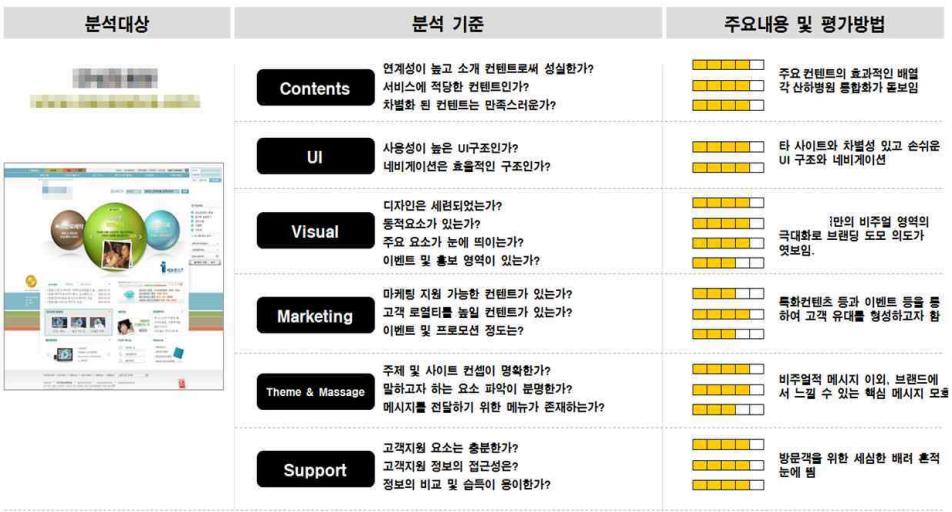
# 3-2. 차별화 전략 수립

| 학습 목표 | • 시장 조사 결과를 기반으로 개발 내용의 특징에 대해 객관적으로 리뷰하고, 경쟁상품 대비 우위를 점할 수 있는 기술, 디자인, 마케팅 등 다양한 관점에서의 차별화된 가치를 도출할 수 있다. |
|---|---|

## 필요 지식 /

1 벤치마킹(Benchmarking)

벤치마킹(Benchmarking)이란 경쟁 상품 사례조사로서 경재사의 상품이나 디자인을 대상으로 자사의 상품과의 차이를 비교하여 분석하고, 차별화된 전략 수립을 통해 경쟁력을 확보하고자 하는 기법이다. 즉 벤치마킹은 특정 분야에서 우수한 상대를 표적으로 하여 자사의 상품과의 차이를 비교하고 이를 통해 상대의 뛰어난 상품의 장점을 파악하여 이를 배우고 혁신을 추구하는 디자인 기법이다. 성공적인 벤치마킹을 위해서는 벤치마킹의 적용분야, 벤치마킹 상대, 성과측정지표, 운영 프로세스라는 벤치마킹의 4가지 구성요소에 대한 명확한 이해가 필요하다.




[그림 3-6] 벤치마킹 사례 조사 예시

1. 벤치마킹 프로세스

(1) 벤치마킹이 가능한 적용 대상 및 분야를 선정한다.

(2) 선정된 대상의 구체적인 벤치마킹 요소를 결정한다.

(3) 벤치마킹 정보를 수집한다.

(4) 수집된 정보에서 성과와 차이를 확인하고 분석한다.

(5) 벤치마킹 결과에 대한 실행 계획을 수립한다.

(6) 실행 및 평가를 한다.

2. 웹사이트 벤치마킹 방법

(1) Brandign: 브랜딩에 대한 전체적인 표현 측면

- 기업의 이미지를 적극적으로 활용하는 디자인 가이드를 정리한다.
- 브랜드 아이덴티티와 조화롭게 구성하도록 노력하여 CI와 콘텐츠가 서로 상승효과를 가져올수 있도록 디자인한다.
- 통일성있는 디자인 요소와 구성, 색감등을 사용하여 정리된 완성도 높은 이미지를 부연하다.

(2) Contents & Service: 컨텐츠나 서비스 구현 측면

- 사용자의 트렌드와 라이프스타일에 맞는 정보를 설계하여 구성한다.
- 사용자가 콘텐츠를 사용하기 편리하게 아이콘, 텍스트의 가독성, 컬러들을 적용한다.

(3) Interface & Navigation: 정보설계구조 및 GUI 표현 측면

- 직관적으로 사용자가 원하는 콘텐츠 내용에 접근할 수 있도록 체계적인 정보 구성 설계를 통해 인포메이션 구조를 표현한다.
- 사용자가 원하는 정보를 검색할 수 있는 기능들을 통해 정보 접근성을 높게 표현한다.
- 메뉴구조를 편리하게 구성하며, 이미지 표현 측면, 텍스트 부여 측면 등을 조화롭게 구성하도록 한다.

(4) Graphic Design: 시각적인 표현 측면

- 창의적인 스타일 가이드를 적용하여 콘텐츠의 시각적인 흥미성을 높인다.
- 그래픽 요소를 전체적인 콘셉트에 부합하도록 제작하여, 깔끔하고 명료도 높은 시각적 표현을 한다.
- 콘셉트와 조화로운 이미지를 사용하여 브랜드의 이미지와 부합시킨 디자인을 한다.

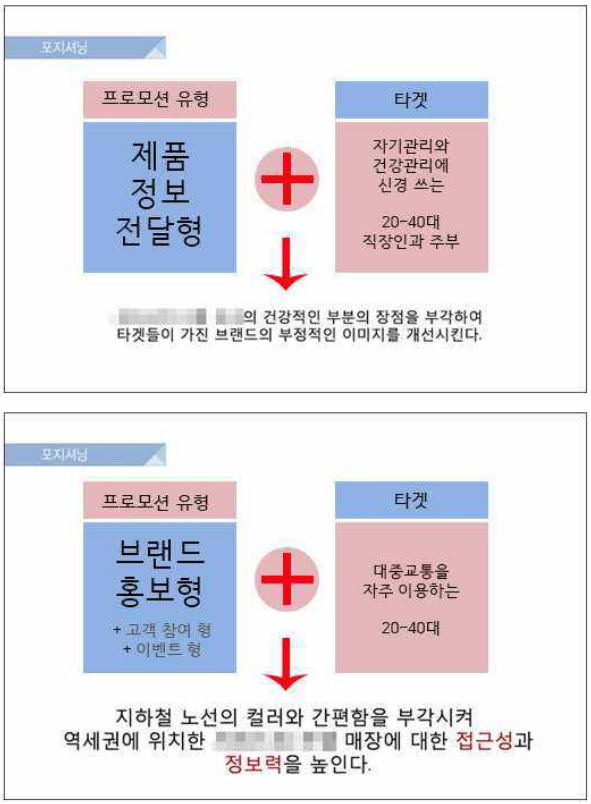
3. 시장환경 변화에 따른 벤치마킹 방법 변화

초기 오프라인 환경에서 벤치마킹은 목표시장분석, 경재 기업분석, 경쟁 제품분석, 기술분석, 경쟁적 강점분석, 경재적 약점 분석에 의해서 진행되었으나 온라인 환경에서는 사용자 경험 분석이 추가되어 디지털 매체에 사용자가 오래 머물수 있는 방법을 벤치마킹하였다. 온라인에서 모바일로 시장 환경이 변화하면서 사용자 인터랙션 분석이 추가되어 변화하는 사용자의 매체 활용 특성을 반영하여 사용자의 상황 및 환경에 맞는 정보를 제공할 수 있도록 하였다.

[그림 3-7] 시장형태 변화에 따른 벤치마킹 변화요소

2 마케팅 포지셔닝(Marketing Positioning)

어떤 제품이 소비자의 마음에 인식되고 있는 모습을 의미하며, 마케팅 전략에서는 상품의 특성 및 경쟁 상품과의 관계, 자사의 기업 이미지 등 각종 요소를 평가·분석하여 그 상품을 시장의 특정한 위치에 설정하는 것을 말한다.




[그림 3-8] 마케팅 포지셔닝 예시

## 수행 내용 / 차별화 전략 수립하기

### 재료 · 자료

- 디자인 요구 사항 정의서, 경쟁 상품 사례 조사 분석서

### 기기(장비 · 공구)

- 빔 프로젝트
- 컴퓨터
- 관련 소프트웨어(문서작성 및 그래픽 제작)

### 안전 · 유의 사항

- 합리적인 차별화 가치를 도출할 수 있는 객관적이고 종합적인 태도를 유지한다.
- 시장의 동향 및 이슈, 흐름을 파악하려는 태도를 유지한다.

### 수행 순서

1 클라이언트의 마케팅 지향점, 브랜드 이미지, 운영 목표, 서비스 시장 현황 등을 파악 한다.

2 경쟁사의 서비스를 비교·분석하여 벤치마킹 리포트를 작성한다.

| 분석대상 | 분석 기준 | | 주요내용 및 평가방법 |
|---|---|---|---|
| | Contents | 연계성이 높고 소개 컨텐트로써 성실한가?<br>서비스에 적당한 컨텐트인가?<br>차별화 된 컨텐트는 만족스러운가? | 주요 컨텐트의 효과적인 배열<br>인기검색어. 1분건강 등 차별성 있는 메뉴 |
| | UI | 사용성이 높은 UI구조인가?<br>네비게이션은 효율적인 구조인가? | 평범한 UI 구조와 네비게이션 |
| | Visual | 디자인은 세련되었는가?<br>통적요소가 있는가?<br>주요 요소가 눈에 띄이는가?<br>이벤트 및 홍보 영역이 있는가? | 각 병원별 디자인이 달라 독자적인 아이덴티티 및 일관성 결여<br>전체적인 하나의 틀으로 디자인이 우수하다는 느낌은 아니지만 정돈되어있다는 느낌을 준다. |
| | Marketing | 마케팅 지원 가능한 컨텐트가 있는가?<br>고객 로열티를 높일 컨텐트가 있는가?<br>이벤트 및 프로모션 정도는? | 특별한 프로모션은 보이지는 않지만 건강정보 같은 고객 컨텐츠가 존재 |
| | Theme & Massage | 주제 및 사이트 컨셉이 명확한가?<br>말하고자 하는 요소 파악이 분명한가?<br>메시지를 전달하기 위한 메뉴가 존재하는가? | 그냥 어느 병원 사이트 중 한 곳이라는 생각이 들어 독창적인 느낌 부족 |
| | Support | 고객지원 요소는 충분한가?<br>고객지원 정보의 접근성은?<br>정보의 비교 및 습득이 용이한가? | 평이한 고객지원 요소로 구성되어 있으며 차별화된 요소는 보이지 않음 |

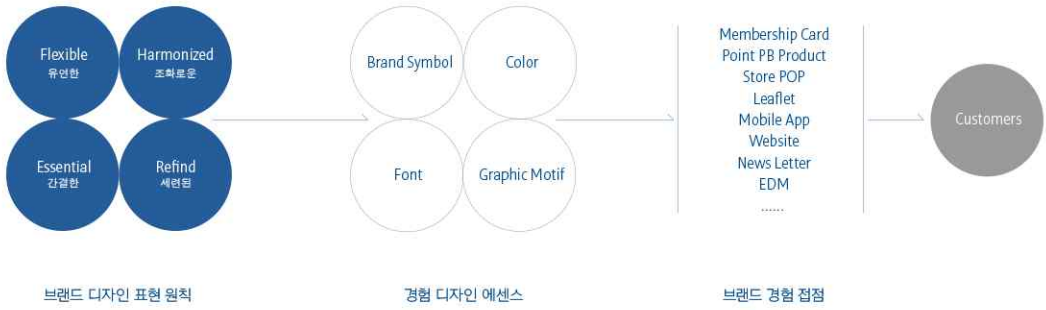
[그림 3-9] 벤치마킹 리포트 예시

3 벤치마킹 리포트 분석을 통해 마케팅 포지셔닝을 설정한다.

[그림 3-10] 마케팅 포지셔닝 예시 2

4 경쟁사로부터 경쟁우위를 점할 수 있는 구체적인 차별화 전략을 도출한다.

5 차별화 전략에 근거한 디자인 방향성을 설정한다.




[그림 3-11] 디자인 방향성 작성 예시

### 수행 tip

- 벤치마킹은 서비스에 대한 개괄적인 인상을 서술형으로 구성하는 것 보다 디자인, 사용성, 콘텐츠 등 요소별 지표를 설정하여 5점 척도로 나누어 구체적으로 평가하는 것이 선호된다.

# 3-3. 콘셉트 시각화

| 학습 목표 | • 전체 디자인 방향성에 대한 핵심 특징(key characteristics)을 기반으로 디자인 무드보드를 작성하고 전체 분위기 · 스타일에 대한 톤과 매너(tone & manner)를 설정할 수 있다. |
|---|---|

## 필요 지식 /

### 1 콘셉트 시각화 디자인 요소

콘셉트를 시각화할 수 있는 디자인 요소에는 컬러(Color), 이미지(Image), 타입(Type), 레이아웃(Layout) 등이 있는데, 컬러는 사용자에게 해당 상품에 대한 첫 인상으로서 연상 작용을 일으키는 매우 중요한 요소이다. 이미지는 해당 상품에 대한 키워드를 시각적으로 구체화시키는 요소로서 사진, 그림, 동영상 등으로 표현된다. 타입은 가독성을 중심으로 본문 내용에서 주로 다루어지는 요소이나, 시각적 이미지로 사용되기도 한다. 레이아웃은 앞 3가지 요소의 조화에 의한 결과로, 디지털 디자인 분야에서는 주로 사용성을 중심으로 이루어지는 요소이나 때로는 실험적인 시도도 가능하다.

| | |
|---|---|
| Color | 사용자에 해당 서비스를 느끼게 하는 중요요소로서 해당 서비스의 이미지를 키워드로 설정하고 컬러맵에 의해 키워드에 맞는 단일색, 배합색 등으로 표현한다. |
| Image | 해당 상품의 이미지를 키워드로 설정하고, 사진, 그림, 동영상 등의 형태로 표현한다. |
| Type | 가독성을 중심으로 본문내용에서 주로 다뤄지는 요소이나, 시각적 이미지로도 사용되며, 타이틀과 배경등은 시각적 이미지를 고려해 표현한다. |
| Layout | 디자인에서 문자, 그림, 기호, 사진 등의 각 구성요소를 제한된 공간안에 효과적으로 배열하는 기술로 종합적인 구성력과 조합능력이 요구된다. |

[그림 3-12] 콘셉트 시각화 디자인 요소

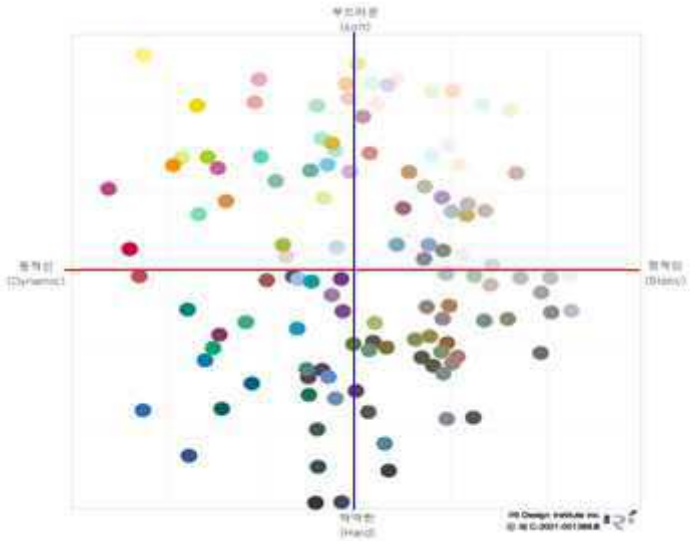
### 2 톤 & 매너(Tone & Manner) 설정

톤&매너(Tone & Manner)는 모든 디자인 분야에서 작업물의 색상 분위기나 방향성, 그리고 표현방법에 관한 전반적인 것을 말하는 것으로 디자인의 기획 단계에서 다루는 시각적인 분위기를 말한다. Tone & Manner가 결정이 되면 그에 맞춰 세부적인 컬러, 이미지, 표현 방법, 타입, 레이아웃 등의 디자인 요소가 일관된 형태로 진행된다.

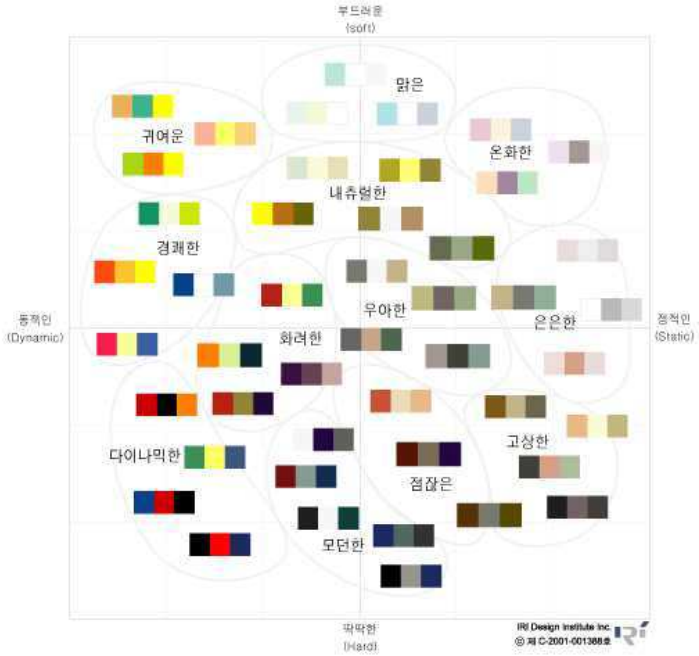
[그림 3-13] 톤앤매너 작성 예시

3 컬러링

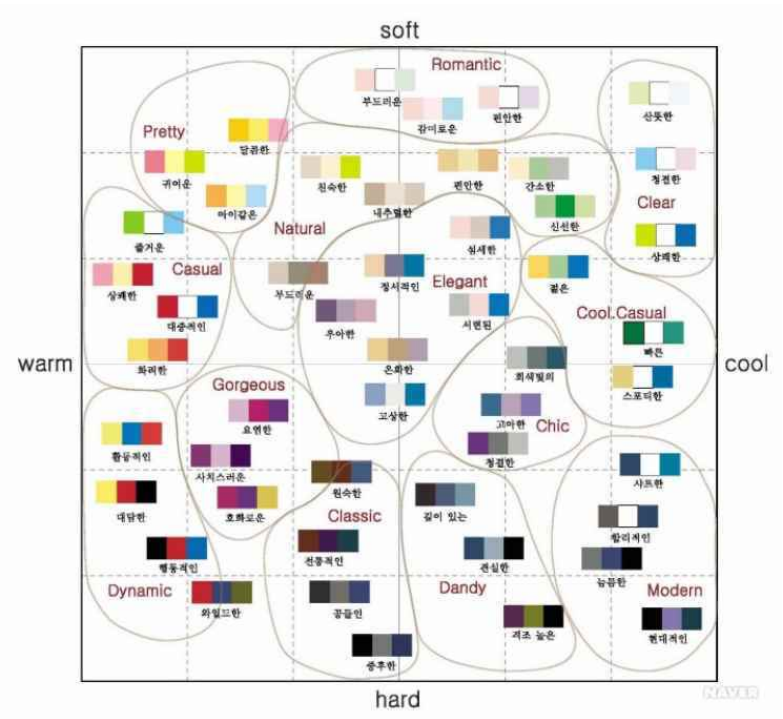
단색, 배색, 형용사는 세로 방향으로는 부드러운(Soft), 딱딱한(Hard)을 기준 축으로 하고, 가로방향으로는 동적인(Dynamic), 정적인(Static)을 기준 축으로 하여 이루어진 이미지 공간 내에서각각 고유의 위치를 갖고 있다.



[그림 3-14] IRI 단색 이미지 공간




[그림 3-15] IRI 배색 이미지 공간




[그림 3-16] IRI 형용사 이미지 공간

## 수행 내용 / 콘셉트 시각화 및 톤 앤 매너 제작하기

### 재료 · 자료

- 트렌드 조사 분석서, 이미지 표현 방법, 컬러 맵

### 기기(장비 · 공구)

- 빔 프로젝트
- 컴퓨터
- 관련 소프트웨어(문서작성 및 그래픽 제작)

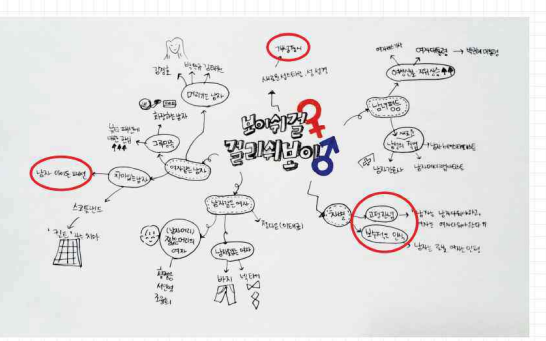
### 안전 · 유의 사항

- 디자인 트렌드에 대한 지속적인 수집을 취하려는 태도를 유지한다.
- 클라언트의 요구 사항에서 공통점ㅇ들 찾아 공감대를 형성해가면서 디자인 콘센트를 설정한다.
- 컬러 트렌드에 대한 지속적인 수집을 취하려는 태도를 유지한다.
- 클라이언트와 끊임없이 소통하면서 톤 & 매너를 제작하는 태도를 유지한다.

### 수행 순서

1 해당 서비스의 마케팅 포지셔닝, 벤치마킹 리포트를 숙지하여 관련분야 디자인 트렌드 및 디자인 방향성을 이해한다.

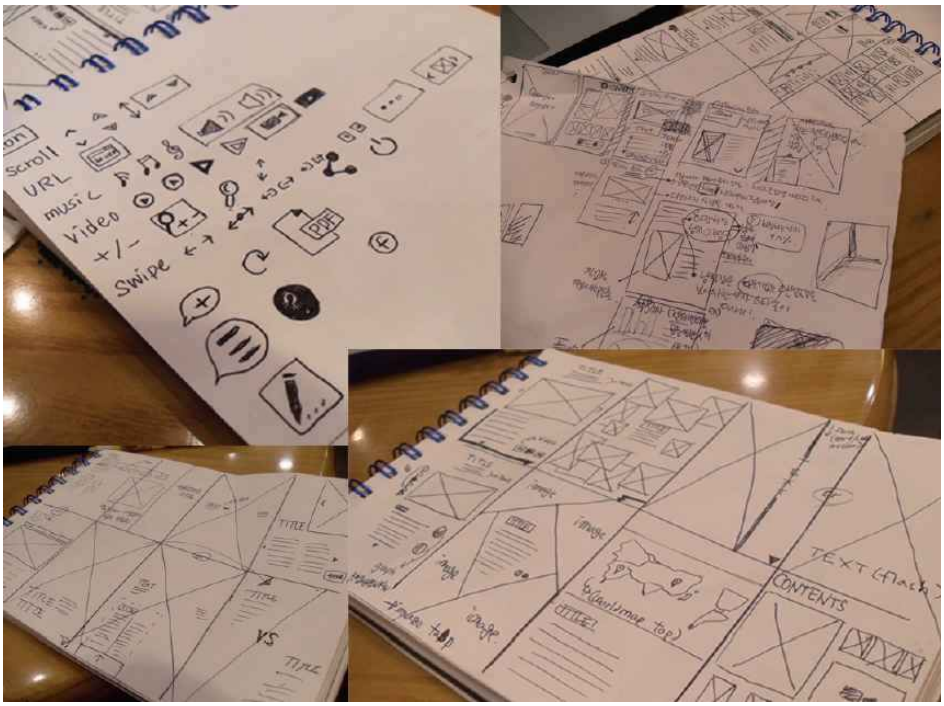
2 전체적인 디자인 방향성을 대변하는 핵심 키워드 또는 문장(Slogan)을 도출한다.




[그림 3-17] 핵심 키워드 도출 예시

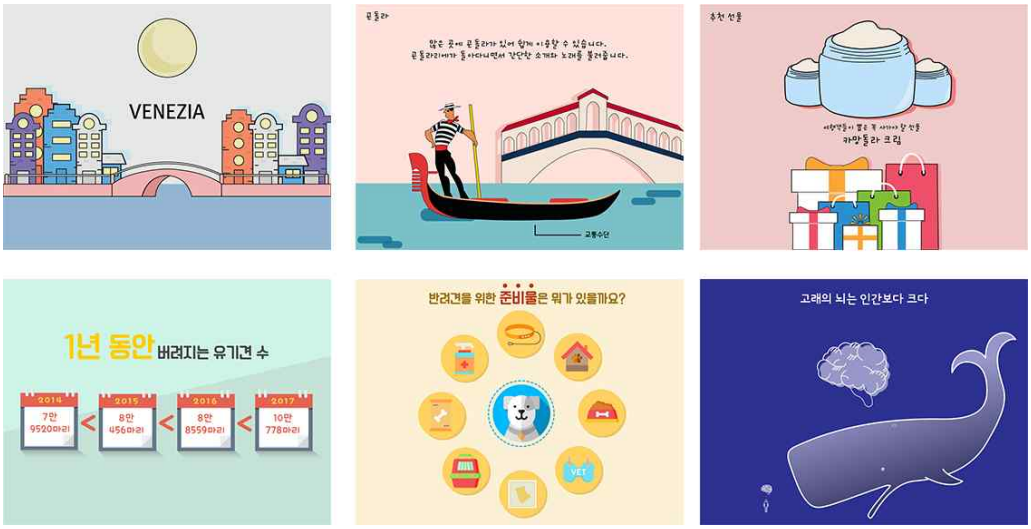
3 도출된 키워드 또는 문장에 부합하는 컬러, 맵, 이미지, 레이아웃 등을 분석한다.

[그림 3-18] 도출된 키워드 이미지 맵 작성 예시




[그림 3-19] 컬러 맵, 이미지, 레이아웃 분석 예시

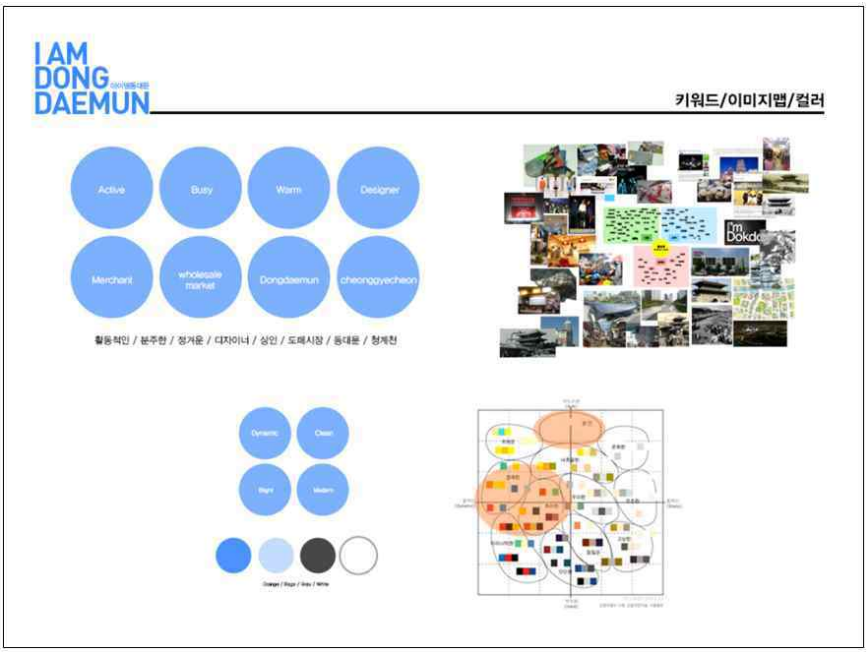
④ 분석된 디자인 요소를 그래픽 편집 소프트웨어를 활용하여 다양한 도표와 다이어그램의 형태로 시각화한다.




[그림 3-20] 시각화 예시

⑤ 전체적인 디자인 방향성을 대변하는 핵심 키워드 또는 문장(Slogan)을 배치한다.

⑥ 컬러 맵핑(Color Mapping)을 통해 핵심 키워드에 부합하는 단일 색과 배합 색을 도출하여 전체적인 색 공간을 도출한다.




[그림 3-21] 색 공간 도출 예시

⑦ 타이틀, 메뉴, 본문 등에 사용되는 서체(타입)에서의 톤 & 매너를 제시한다.

| | |
|---|---|
| ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUWVX 1234567890 | 가나다라마바사자차카타파하 1234567890 |
| **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUWVX 1234567890** | **가나다라마바사자차카타파하 1234567890** |
| **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUWVX 1234567890** | **가나다라마바사자차카타파하 1234567890** |

[그림 3-22] 서체 제시 예시

⑧ 대표 이미지, 그림, 동영상 등의 표현 방법을 기획하고, 다양한 레이아웃을 제시한다.

[그림 3-23] 레이아웃 스케치 예시

⑨ 컬러, 이미지, 표현 방법, 타입, 레이아웃 등의 요소를 일목요연하게 정리하여 디자인 스타일을 한눈에 알아볼 수 있도록 톤&매너를 제작한다.

**수행 tip**

- 전체적인 디자인 방향성을 대변하는 핵심 키워드 또는 문장을 설정할 때, 아이디어 맵핑을 통해 얻어진 핵심 단어를 이용하면 도움이 된다.
- 다양한 도표와 이미지 시각화를 통해 클라이언트가 이해하기 쉽도록 톤&매너를 제작한다.

## 학습3 교수 · 학습 방법

### 교수 방법

- 클라이언트 요구 분석, 사용자 성향 분석, 경쟁 상품 사례 조사, 마케팅 포지셔닝, 디자인 키워드 설정, 톤&매너 등의 모형을 다양한 샘플을 이용한 PPT 자료로 제시한 후 설명한다.
- 학습자가 톤&매너 작성을 위한 그래픽 편집 소프트웨어, 컬러, 이미지, 타입, 레이아웃 등 디자인 요소를 사전에 학습하였는지 여부를 확인한 후 수업을 진행한다.
- 학습내용별 활용 서식을 제공하여 '디자인 방향성 정의하기' 전반에 걸쳐 필요한 문서를 직접작성해 보도록 유도한다.

### 학습 방법

- '디자인 방향성 정의하기' 전 과정을 이해할 수 있도록 단계별 중점 사항을 체계적으로 학습한다.
- 학습내용별로 제공되는 현업에서 실제로 사용되고 있는 다양한 샘플을 통해 현장감을 익힌다.
- 학습내용별로 제공되는 표준 양식을 응용하여 '디자인 방향성 정의하기' 에 필요한 문서를직접 작성해 보면서 실습한다.

# 학습3 평 가

## 평가 준거

- 평가자는 학습자가 학습 목표를 성공적으로 달성하였는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.

| 학습 내용 | 학습 목표 | 성취수준 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 상 | 중 | 하 |
| 콘셉트 수립 | - 문장·비주얼을 통해 규정된 디자인 방향성과 프로젝트의 성취 목표, 트렌드, 타깃의 성향을 반영한 구체적인 콘셉트를 설정할 수 있다. | | | |
| 차별화 전략 수립 | - 시장 조사 결과를 기반으로 개발 내용의 특징에 대해 객관적으로 리뷰하고, 경쟁상품 대비 우위를 점할 수 있는 기술, 디자인, 마케팅 등 다양한 관점에서의 차별화된 가치를 도출할 수 있다. | | | |
| 콘셉트 시각화 | - 전체 디자인 방향성에 대한 핵심 특징(key characteristics)을 기반으로 디자인 무드보드를 작성하고 전체 분위기·스타일에 대한 톤과 매너(tone & manner)를 설정할 수 있다. | | | |

## 평가 방법

- 사례연구

| 학습 내용 | 평가 항목 | 성취수준 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 상 | 중 | 하 |
| 콘셉트 수립 | - 클라이언트의 요구 사항 파악 여부 | | | |
| | - 디자인 제약 조건 파악 여부 | | | |
| | - 디자인 사용자 분석 가능 여부 | | | |
| | - 핵심 콘셉트 분석 가능 여부 | | | |
| 차별화 전략 수립 | - 마케팅 포지셔닝 파악 여부 | | | |
| | - 벤치마킹을 통한 경재사 서비스 분석 가능 여부 | | | |
| | - 차별화된 디자인 전략 도출 여부 | | | |
| 콘셉트 시각화 | - 디자인 콘셉트 시각화 여부 | | | |
| | - 디자인 톤 & 매너 작성 여부 | | | |

● 포트폴리오

| 학습 내용 | 평가 항목 | 성취수준 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 상 | 중 | 하 |
| 콘셉트 수립 | - 요구사항 및 환경 분석에 따른 핵심 콘셉트 도출 결과물 | | | |
| 차별화 전략 수립 | - 차별화된 디자인 전략 도출 결과물 | | | |
| 콘셉트 시각화 | - 프로젝트 디자인 콘셉트 및 톤앤매너 제작물 | | | |

## 피드백

1. 사례연구
   - '디자인 방향성 정의하기' 단계의 모든 결과물은 발표를 통해 학생들끼리 서로 공유하며, 교수자의 피드백을 받는다.

2. 포트폴리오
   - 제출한 양식을 평가한 후 주요 사항을 표시하여 설명한다.

# 참고자료


- 김진우(2012). 『HUMAN COMPUTER INTERACTION 개론』. ㈜안그라픽스.
- 타마라 애드린, 존 프로트([2010] 2014). 『퍼소나(The Essential Persona Lifecycle)』. 홍철순, 장종균. 내하출판사.
- 앨런 쿠퍼, 로버트 라이만, 데이비드 크로닌([2007] 2010). 『퍼소나로 완성하는 인터랙션 디자인(About Face 3)』. 유지선, 김나명, 고태호, 김나영. 에이콘출판.
- 최효석(https://brunch.co.kr)에서 2018. 9. 3. 검색.
- IRI 색채디자인 연구소(http://www.iricolor.com/)에서 2018. 9. 2. 검색.
- Seungha Kim(https://www.slideshare.net)에서 2018. 9. 2. 검색.

# 요구 분석 양식

| 평가일시 | | 학년 | | 학번 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 성명 | | | | | |

| 제시된 사례를 보고 아래 문항을 작성하시오. | |
|---|---|
| 요구분석 | 프로젝트의 개요 및 핵심 내용을 서술하시오. |
| | |
| | 클라이언트의 기능적 요구 사항을 서술하시오. |
| | |
| | 디자인 제약 조건을 서술하시오. |
| | |

교수자: (확인)

# 환경 분석 양식

| 평가일시 | | 학년 | | 학번 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 성명 | | | | | |

| 제시된 사례를 보고 아래 문항을 작성하시오. | |
|---|---|
| 개발환경분석 | (1) 기획 및 설계 요구 사항 분석 |
| | |
| | (2) 시스템 환경 요구 사항 분석 |
| | |
| | (3) 기능 요구 사항 분석 |
| | |
| | (4) 디자인 요구 사항 분석 |
| | |
| 수행환경분석 | (1) 예산 요구 사항 분석 |
| | |
| | (2) 일정 요구 사항 분석 |
| | |
| | (3) 인적 요구 사항 분석 |
| | |

교수자: (확인)

# 의견 협의

| 평가일시 | | 학년 | | 학번 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 성명 | | | | | |

| 체크 리스트 | 교수 평가 | | |
|---|---|---|---|
| | 충분함 | 보통임 | 노력필요 |
| ■ 회의 준비<br>· 회의 목적, 주요 안건 등이 명시된 자료를 미리 배포함.<br>· 회의에 필요한 문서 및 멀티미디어 자료를 준비함. | | | |
| ■ 회의 진행<br>· 회의의 목표를 제시함.<br>· 아이디어를 적극적으로 개진함.<br>· 이슈에 대한 논리적 근거를 제시함.<br>· 회의 참여자의 발언을 유도하여 적극적으로 회의에 끌어들임.<br>· 중대 의사 결정 사항을 강조함.<br>· 화이트보드 및 멀티미디어 자료를 적절히 활용함.<br>· 결정 사항을 요약하여 주지시키고 향후 일정을 공지함.<br>· 작성된 회의록을 회의 참석자에게 회람시킴. | | | |
| ■ 태도<br>· 주의 깊게 참여하고 회의의 주요 내용을 기록함.<br>· 문제를 해결하는 과정에 적극적으로 참여함.<br>· 클라이언트의 요구 사항을 파악하려는 적극적인 자세를 유지함. | | | |

교수자: (확인)

# 거시 환경(STEEP) 분석

| 평가일시 | | 학년 | | 학번 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 성명 | | | | | |

| | |
|---|---|
| 거시 환경(STEEP) 분석 | (1) 사회적(Social) 환경 |
| | |
| | (2) 기술적(Technological) 환경 |
| | |
| | (3) 경제적(Economic) 환경 |
| | |
| | (4) 생태학적(Ecological) 환경 |
| | |
| | (5) 정치적(Political) 환경 |
| | |

교수자: (확인)

# 3C 분석 기법 양식

| 평가일시 | | 학년 | | 학번 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 성명 | | | | | |

| | |
|---|---|
| 3C 분석 기법 | 1. 자사(Company) 분석 |
| | |
| | 2 고객(Customer) 분석 |
| | |
| | 3 경쟁사(Competition) 분석 |
| | |

교수자: (확인)

# SWOT 분석

| 평가일시 | | 학년 | | 학번 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 성명 | | | | | |

| 제시된 사례를 보고 SWOT 분석을 하시오 | |
|---|---|
| 요구분석 | Strength |
| | |
| | Weakness |
| | |
| | Opportunity |
| | |
| | Threat |
| | |

| (1) SO(Strength, Opportunity) |
|---|
| |
| (2) ST(Strength, Threat) |
| |
| (3) WO(Weakness, Opportunity) |
| |
| (4) WT(Weakness, Threat) |
| |

교수자: (확인)

# 사용자 정의

| 평가일시 | | 학년 | | 학번 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 성명 | | | | | |

| 제시된 사례를 보고 사용자 정의 문항을 작성하시오. | |
|---|---|
| 사용자정의 | ▪ 인구 통계학적 정보 |
| | |
| | ▪ 매체 숙련도 |
| | |
| | ▪ 개인적 특성: |
| | |
| | ▪ 콘텐츠 이용 동기: |
| | |
| | ▪ 사용자의 태도를 반영하는 구어체 사용: |
| | |
| | ▪ 가상의 시나리오: |
| | |
| | ▪ 키워드 도출 및 타깃 사용자의 니즈: |
| | |

| | |
|---|---|
| 사용자정의 | ▪ 퍼소나 모델을 작성하시오. |
| | |

교수자: (확인)

# 벤치 마킹 양식

| 평가일시 | | 학년 | | 학번 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 성명 | | | | | |

| 분석 항목 | 내용 | 평가 |
|---|---|---|
| Contents | 연계성이 높고 소개 콘텐츠로서 성실한가?<br>서비스에 적당한 콘텐츠인가?<br>차별화된 콘텐츠가 만족스러운가?<br>:<br>: | |
| UI | 사용성이 높은 UI구조인가?<br>내비게이션은 효율적인 구조인가?<br>: | |
| Visual | 디자인이 세련되었는가?<br>동적 요소가 있는가?<br>주요 요소가 눈에 뜨이는가?<br>: | |
| Marketing | 마케팅 지원 가능한 콘텐츠가 있는가?<br>고객 로열티를 높일 콘텐츠가 있는가?<br>이벤트 및 프로모션 정도는 어떠한가?<br>: | |
| Theme & Massage | 주제 및 사이트 콘셉트가 명확한가?<br>말하고자 하는 요소 파악이 분명한가?<br>메시지를 전달하기 위한 메뉴가 존재하는가?<br>: | |
| Support | 고객 지원 요소가 충분한가?<br>고객 지원 정보의 접근성은 어떠한가?<br>정보의 비교 및 습득이 용이한가?<br>: | |

교수자: (확인)

## NCS학습모듈 개발이력

| | | | |
|---|---|---|---|
| 발행일 | 2013년 12월 31일 | | |
| 세분류명 | 디지털디자인(08020104) | | |
| 개발기관 | 한국직업능력개발원 | | |
| 집필진 | 김경희(백석문화대학교) | 검토진 | 구윤희(서영대학교) |
| | 김대호((주)오소) | | 김종성(미림여자정보과학고등학교) |
| | 김보룡(인천디자인고등학교) | | 손창범((주)그래픽스타) |
| | 김성은(계원예술대학교) | | 이인선(플렉스인터랙티브(주)) |
| | 류승용(동서울대학교) | | 임훈((주)ICIA) |
| | 백현주((주)네오싸이언) | | |
| | 신지혜((주)픽스다인) | | |
| | 우세철(작전여자고등학교) | | |
| | 유승열((주)오소) | | |
| | 임문택(인천디자인고등학교) | | |
| | 전현철((주)디자인오투) | | |
| | 조현미(백석예술대학교) | | |
| 발행일 | 2018년 12월 31일 | | |
| 학습모듈명 | 디지털디자인 프로젝트 분석(LM0802010411_16v2) | | |
| 개발기관 | 수원과학대학교 산학협력단, 한국직업능력개발원 | | |
| 집필진 | 황성준(수원과학대학교)* | 검토진 | 김병택(수원여자대학교) |
| | 김수민(김현선디자인연구소) | | 문주영(홍익디자인고등학교) |
| | 김정연(서일대학교) | | 장지원(홍익디자인고등학교) |
| | 박준우(대림대학교) | | |
| | 엄주희(더디자인랩) | | |
| | 이진영(대림대학교) | | |
| | 조윤성(시그널커뮤니케이션) | | *표시는 대표집필자임 |


디지털디자인 프로젝트 분석(LM0802010411_16v2)

| | |
|---|---|
| **저작권자** | 교육부 |
| **연구기관** | 한국직업능력개발원 |
| **발행일** | 2018. 12. 31. |



※ 이 학습모듈은 자격기본법 시행령(제8조 국가직무능력표준의 활용)에 의거하여 개발하였으며, NCS통합포털사이트(http://www.ncs.go.kr)에서 다운로드 할 수 있습니다.

National Competency Standards Learning Module

NCS
학습모듈

www.ncs.go.kr