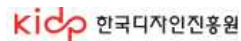


'19년 일학습병행 OJT운영 모범 예시
(대분류: 08.문화·예술·디자인·방송)

2019. 10.

디자인·문화콘텐츠 ISC
(한국디자인진흥원)

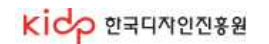


'19년 일학습병행 OJT운영 모범 예시
(능력단위명: 시각디자인 리서치 분석)

2019. 10.

디자인·문화콘텐츠산업
인적자원개발위원회(한국디자인진흥원)

구분	소속	성명
개발진	(주)세인커뮤니케이션즈	이지희
개발진	산업기술대학교	이은숙
개발진	삼도	김영순



1. 훈련 계획 및 준비

○ 능력단위별 OJT 실시 계획안(A타입)

OJT 운영유형	업무수행특성 기업현장교사/학습근로자 배치 <input checked="" type="checkbox"/> 단독공정 <input type="checkbox"/> 연속공정 <input type="checkbox"/> 1:1 <input checked="" type="checkbox"/> 1:多		
	훈련장소 <input checked="" type="checkbox"/> 실제직무현장 <input type="checkbox"/> 유사직무현장 <input type="checkbox"/> 기타현장(기업 내 회의실 등)		
능력단위명 (교과목명)	시각디자인 리서치 분석 (시각디자인 리서치 분석)	능력단위코드 0802010113_16v3	
훈련시간	50시간		
훈련목표	프로젝트를 성공적으로 수행하기 위하여 관련 분야에 관한 다양한 자료를 수집, 분류, 분석하여 효과적 디자인 개발을 위한 리서치를 통해 얻어진 결과를 심도 있게 분석할 수 있다.		
세부교육훈련내용 (능력단위 요소)	1. 시장 환경 분석하기 2. 디자인트렌드 분석하기 3. 사용자 분석하기		
준비물	훈련시설 (필수) 강의실, 컴퓨터실, 사무실 훈련장비 (필수)	<ul style="list-style-type: none"> 전산장비 : 컴퓨터, 프린터, 스캐너, 복사기, 카메라, 녹음기 등 소프트웨어 : 문서작성 소프트웨어, 디자인 소프트웨어 등 조사·분석 작업용 보드 접착메모지 	
지도내용		소요시간 교수·학습방법 평가방법	
실시전	- 학습목표를 제시하고 학습근로자가 달성해야 하는 기준을 안내한다. - 학습 내용의 중요성과 업무와의 연관성을 설명한다. - 당일 학습할 내용의 전체 절차를 설명한다.	5	강의법, 토의법
실시중	- 학습근로자들이 집중해야 하는 부분을 미리 제시한다. - 디자인 시장 분석을 통해 관련 시장을 동향을 파악하고 예측한다. - 거시·미시 환경 분석을 통한 구체적인 요구사항을 파악한다. - 다양한 정보 수집을 바탕으로 경쟁사·경쟁 디자인의 포지셔닝을 파악하고 분석해본다. - 수집된 자료 분석을 통해 개발 디자인 콘셉트 수립을 위한 분석과 전략을 준비한다. - 디자인 환경 파악을 통해 트렌드를 예측하고 분석한다.	40	강의법, 토의법 1일 적정 시간 학습 근로자 이해 수준에 따른 학습 방법 및 시간 조정

<ul style="list-style-type: none"> - 국내외 디자인 트렌드 분석 내용을 디자인 자원으로 활용하여 아이디어로 도출한다. - 전반적인 디자인 및 조형적 트렌드 분석을 하고, 디자인 포지셔닝을 설정한다. - 사용자 요구 조건을 사전예측하고, 분석된 요건과 사례를 수집한다. - 사용자에게 미치는 요소 파악하여 디자인 전략으로 도출한다. - 사용자 구분을 통해 프로젝트 개발 수준을 예측하고, 분석한다. - 시연 관찰이 끝난 후 질의응답 또는 의견 교류를 한다. - 실행에 어려움을 겪는 학습근로자의 경우 반복학습을 한다. 			
실시후 <ul style="list-style-type: none"> - 학습근로자의 실습 제작물 확인하고, 보충 교육을 한다. - 실습 제작물에 대한 발표를 한다. - 학습 종료 후 기자재와 실습장을 정리한다. 	5	강의법, 토의법	
지도상 유의점 <ul style="list-style-type: none"> - 강의실, 실습실에 청결상태 유지와 안전사고에 유의하도록 지도한다. - 적합한 조사 방법을 적용할 수 있도록 지도한다. - 적합한 조사 방법을 적용하고, 각종 자료를 정확하게 분석할 수 있도록 지도한다. - 사용자 요구조건에 대해 정확하게 분석할 수 있도록 지도한다. - 시장 및 트렌드 분석 후 개발 디자인의 필수 핵심자료 추출할 수 있도록 지도한다. - 개발 디자인의 포지셔닝을 설정하고, 전개 방향으 설정할 수 있도록 지도한다. - 리서치 결과를 객관적으로 분석하고, 시각화할 수 있도록 지도한다. 			

② 훈련실행 단계

○ 훈련 지도안

능력단위명 (교과과목명)	세부교육훈련내용 (능력단위 요소)	교육훈련 키워드	관련 학습자료	
시안 디자인 개발 심화	시장 환경 분석하기	디자인 시장 환경 조사 분석	·NCS 학습모듈을 포함한 관련 학습 자료 www.ncs.go.kr	
		거시·미시 환경 분석		
		경쟁사·경쟁 디자인의 포지셔닝 설정 디자인 콘셉트 수립 및 전략 도출		
	디자인트렌드 분석하기	국내외 디자인 트렌트를 분석		
		트렌드 분석이 반영된 구체적인 디자인 아이디어 도출 트렌드 분석이 반영된 구체적인 디자인 포지셔닝 설정		
	사용자 분석하기	사용자 요구 조건 분석을 통한 디자인 전략 분석		
사용자 세분화와 사용자 경험 분석				
수행준거	실습과제	필요 자료/재료	필요 장비/도구	
관련 디자인의 시장환경 분석을 통해 경쟁자 분석 및 경쟁자 포지셔닝을 파악할 수 있다. 시장현황분석을 통해 디자인 콘셉트 수립을 위한 분석 전략을 준비할 수 있다.	1. 다음은 <화장품 제조판매 업체의 자사브랜드 화장품 판매 유통채널>에 대한 자료이다.. 해당 사이트에서 통계 자료를 확인하시오. 2. 시장 환경 조사를 통한 포지셔닝 파악에서 경쟁자 분석의 경쟁자범위에 대하여 설명하시오. 3. 시장 조사를 통한 디자인 전략 수립 시 표적 시장 조사의 목적에 대해 설명하시오.	A4 용지, 연필, 지우개, 유사 디자인 예시 등	컴퓨터, 프린트,디 자인 소프트웨 어, 컬러차트 등	
국내외 관련 디자인 트렌드 분석을 통해 환경을 파악하고, 개발 디자인	1. 위의 데이터를 확인하고, 데이터 분석을 통하여 '2015~2017년의 자사브랜드			

전략적 디자인 포지셔닝을 할 수 있다. 트렌드 분석이 반영된 아이디어를 시각화하고, 도출할 수 있다.	화장품 판매 유통채널'을 온·오프라인으로 나누어 시각화하시오. 2. 트렌드 리서치는 무엇을 조사하며 트렌드 분석을 통한 기회 영역은 무엇인지에 대해 설명하시오. 3. 트렌드 분석 자료를 바탕으로 정량 조사와 정성 조사로 질문지를 작성하시오.		
개발 디자인에 대한 사용자 조건을 알고, 사용자 경험과 행동에 미치는 요소를 파악할 수 있다. 사용자 구분과 사용자 특성 분석을 심화할 수 있다.	1. 사용자 인터뷰조사에서 어피리티 다이어그램에 대해 설명하시오. 2. 반려동물 사료 구매'에 대한 사용자 조사를 새도잉 기법의 시나리오로 작성하여 발표하시오.		
교수·학습 방법			
<ul style="list-style-type: none"> ● 시장 환경 조사하기 <ul style="list-style-type: none"> - 경쟁자는 눈으로 보이는 경쟁만이 아니라 생활환경에서 찾을 수 있는 간접적이지만 경쟁이 가능한 다양한 경쟁 관계를 생각할 수 있도록 아이디어션을 진행한다. - 보드(Board)에 가장 특징적인 아이디어션을 정리하고 그에 맞는 키워드를 정의한다. - 정의된 키워드를 바탕으로 찾아낸 자료들을 분류하고 정리한다. - 정리된 자료는 이미지화 하여 디지털 파일과 프린트된 파일로 저장한다. - 자료를 도표, 차트, 다이어그램으로 정리할 수 있도록 자료의 유형에 따른 정리 방법을 지도하고, 다양한 샘플을 학습자에게 보여 준다. 리서치를 진행하는 동안 팀원들은 자유롭게 리서치 내용에 대해 대화한다. - 자유롭게 제시된 아이디어를 그룹별로 나누어 핵심 사항을 키워드로 도출한다. - 리서치 자료는 핵심 포인트를 도출하고, 그에 맞는 내용을 그룹별로 정리한다. - 정리된 내용 중 가장 중요한 사항을 워드(Word), 한글 등의 문서 작성 프로그램이나 프레젠테이션 프로그램으로 작성하여 팀원들과 공유한다. - 정리된 자료는 구글 드라이브(Google drive), 드롭박스(Drop box), 웹하드(Webhard) 등의 클라우드 저장 공간에 저장한다. - 정리된 자료는 도표, 차트, 다이어그램으로 시각화하여 쉽게 이해할 수 있도록 한다. ● 디자인트렌드 조사하기 <ul style="list-style-type: none"> - 가능하면 조별로 특정한 주제에 대한 트렌드 리서치를 진행하고, 리서치에서 발견한 사항을 팀별로 정리하고 발표하도록 한다. 			

- 트렌드 분석을 통해 기회 영역 매트릭스를 작성하여 혁신 테마를 선정하도록 지도한다.

- 트렌드는 우리의 실생활에서 찾을 수 있기 때문에 학습자의 주변에서 찾을 수 있는 다양한 현상을 이해하고 그것을 포괄할 수 있는 트렌드를 도출한다.

- 교수자의 안내에 따라 기회 영역 매트릭스를 이해한다.

- 트렌드 분석을 통한 전략 도출은 주관을 최대한 배제하고 객관성을 확보하는 것이 중요하므로 기회 영역 도출 매트릭스의 작성은 협업으로 작성하는 것이 중요하다.

- 혁신 테마는 트렌드, 핵심적인 니즈, 시사점 중 참고 자료를 선별하고, 이를 토대로 근거 내용을 작성한다.

● 사용자 조사하기

- 예상했던 질문과 얻게 된 답에는 차이가 있는지, 질문은 적절했는지, 원하는 답을 얻을 수 있는지를 판단하고, 조별 발표를 통해 결과를 공유한다.

- 인터뷰 과정은 사진을 찍고, 전체 내용을 녹음하거나 비디오로 촬영한다.

- 모든 과정과 기록(녹음이나 촬영)은 인터뷰 대상에게 동의를 구한다.

- 인터뷰 과정에서 만들어진 기록과 면접자가 작성한 노트를 정리하도록 지도한다.

- 기록된 자료는 다양한 시각화 방법으로 정리한다.

실제 인터뷰는 진행되는 인터뷰 대상이 편안하게 느낄 수 있는 장소를 선택하여 진행한다.

- 인터뷰 과정에서 다양한 상황이 발생할 수 있기 때문에 인터뷰 대상이 편안하게 응할 수 있도록 질문 외의 편안한 대화를 할 수 있는 환경을 조성한다.

- 인터뷰 대상의 환경과 배경을 이해할 수 있는 편안하고 가벼운 질문으로 인터뷰를 시작한다.

- 인터뷰 내용은 녹음이나 촬영을 통해 전체 내용을 기록할 수 있도록 한다.

○ 평가문제

- 「포트폴리오」 내부평가 예시 문제

평가일자	20 년 월 일	학습근로자	
능력단위명 (교과목명)	시각디자인 리서치분석	평가자1	(인)
		평가자2	(인)
능력단위요소명	1. 시장 환경 분석하기 2. 디자인 트렌드 분석하기	평가자3	(인)
평가결과(필수)	PASS / FAIL		
성취기준	60점 이상일 경우 PASS		
구 분	평가기준	교수자 평가	
		배점	특점
포트폴리오	1. 인터넷 매체를 활용한 정보 검색 능력	20	
	2. 수집한 정보 활용 능력	30	
	3. 분석한 정보의 시각화 표현 능력	30	
	4. 자료의 문서 작성 소프트웨어 활용 능력	20	
	계	100	

과 제: 다음은 <화장품 제조판매업체의 자사브랜드 화장품 판매 유통채널>에 대한 자료이다.
 해당 사이트에서 통계자료를 확인하고, 데이터 분석을 통하여 '2015~2017년의 자사브랜드 화장품 판매 유통채널'을 온·오프라인으로 나누어 시각화 하시오.

유통채널별(1)	유통채널별(2)	2015			2016			2017					
		판매구성비 (%)	자사브랜드로 판매한 화장품의 국내매출	판매구성비 (%)	자사브랜드로 판매한 화장품의 국내매출	판매구성비 (%)	자사브랜드로 판매한 화장품의 국내매출	수입 화장품					
		소계	금액(백만원)	비율 (%)	소계	금액(백만원)	비율 (%)	소계	금액(백만원)	비율 (%)			
합계	소계	100.0	13,437,100	100.0	100.0	18,050,738	100.0	100.0	16,214,774	100.0	6,902,577	100	
오프라인채널	백화점	0.5	764,225	5.7	1.3	954,181	5.3	3.7	376,696	2.3	644,859	9.3	
	브랜드숍	2.4	2,081,224	15.5	2.2	1,981,281	11.0	4.2	683,921	4.2	26,338	0.4	
	편입숍	-	-	-	2.4	928,348	5.1	17.5	2,737,719	16.9	2,237,232	32.4	
	대형마트/싱고형 할인 매장/슈퍼마켓	1.7	1,126,729	8.4	2.6	1,177,233	6.5	2.0	329,290	2.0	65,833	1	
	일반전문점	21.4	1,542,645	11.5	27.5	2,253,516	12.5	10.5	1,605,292	9.9	305,969	4.4	
	피부관리실/에스텍틱	-	-	-	-	-	-	-	3.9	78,406	0.5	14,495	0.2
	면세점 판매	4.1	2,006,993	14.9	3.3	2,127,275	11.8	4.1	3,228,138	19.9	330,433	4.8	
	의료기관(병원 및 의원) 및 약국	10.8	385,754	2.9	7.8	615,302	3.4	4.8	148,852	0.9	21,310	0.3	
	편의점	-	-	-	-	-	-	-	0	49,127	0.3	16	0
	방문판매	5.3	2,002,690	14.9	8.3	2,734,834	15.2	4.7	282,637	1.7	694,586	10.1	
기타	-	-	-	-	-	-	-	1	180,785	1.1	49,624	0.7	
온라인채널	온라인쇼핑몰	37.2	2,297,896	17.1	35.4	3,409,465	18.9	4.5	965,667	6.0	258,366	3.7	
	브랜드 공식 운영몰	-	-	-	-	-	-	16.9	2,031,103	12.5	1,004,506	14.6	
	오픈마켓 및 소셜커머스	-	-	-	-	-	-	18.6	2,221,901	13.7	1,044,145	15.1	
	홍소평	2.0	962,794	7.2	2.6	1,477,031	8.2	2.0	1,108,021	6.8	198,775	2.8	
기타	1.8	74,135	0.6	2.1	72,847	0.4	1.7	187,218	1.2	9,092	0.1		
기타 판매	소계	13.0	192,016	1.4	4.3	319,424	1.8	-	-	-	-	-	

주석정보: 화장품 제조판매업체 자사브랜드 화장품의 판매(유통) 구성비

1) 구분별 > 판매구성비

각 업체가 자사브랜드로 판매한 화장품의 국내 유통채널별 판매구성비의 전체 평균값

http://kosis.kr/stat.html/stat.html.do?orgid=358&tblid=DT_KH1009&conn_path=12 <출처: 통계청>

<과제 유의사항>

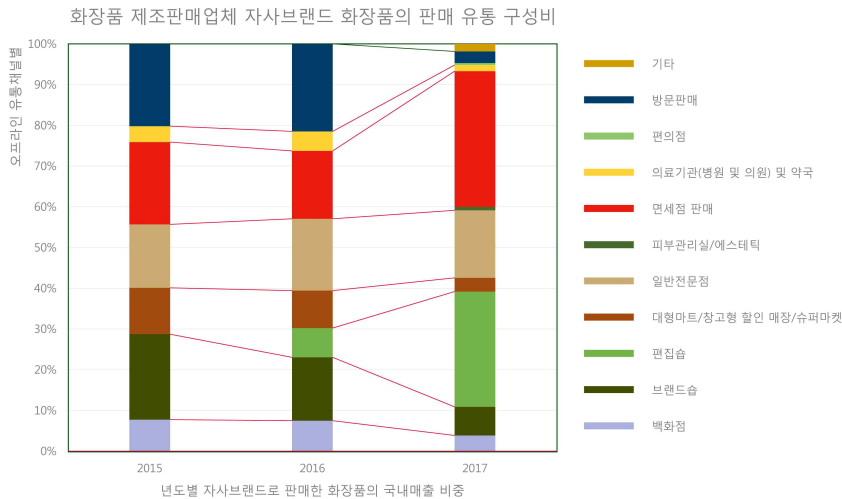
- ① 위 자료가 나타나고 있는 데이터를 숙지한다.
- ② 온·오프라인 유통채널을 변화추이를 살펴보고 그 차이를 쉽게 판별할 수 있도록 도표화한다.
- ③ 다음을 참고하여 작업을 진행한다.
 - 작업 제한 시간: 2시간 이내
 - 평가 장소: 실습실 또는 컴퓨터실
 - 소프트웨어: 엑셀, 파워포인트 등

[예시답안]

<화장품 제조판매업체의 자사브랜드 화장품 판매 유통채널>
'2015~2017년의 자사브랜드 화장품 판매 유통채널'의 오프라인 시각화

유통채널별(1)	유통채널별(2)	2015				2016				2017			
		판매구성비 (%)		자사브랜드로 판매한 화장품의 국내매출		판매구성비 (%)		자사브랜드로 판매한 화장품의 국내매출		판매구성비 (%)		자사브랜드로 판매한 화장품의 국내매출	
		소계	금액(백만원)	비중 (%)	소계	금액(백만원)	비중 (%)	소계	금액(백만원)	비중 (%)	금액(백만원)	비중 (%)	
오프라인채널	백화점	0.5	764,225	5.7	1.3	954,181	5.3	3.7	376,696	2.3	644,859	9.3	
	브랜드숍	2.4	2,081,224	15.5	2.2	1,981,281	11.0	4.2	683,921	4.2	26,338	0.4	
	편집숍	-	-	-	2.4	928,348	5.1	17.5	2,737,719	16.9	2,237,232	32.4	
	대형마트/창고형 할인 매장/슈퍼마켓	1.7	1,126,729	8.4	2.6	1,177,233	6.5	2.0	329,290	2.0	65,833	1	
	일반전문점	21.4	1,542,645	11.5	27.5	2,253,516	12.5	10.5	1,605,292	9.9	305,969	4.4	
	피부관리실/에스테틱	-	-	-	-	-	-	3.9	78,406	0.5	14,495	0.2	
	면세점 판매	4.1	2,006,993	14.9	3.3	2,127,275	11.8	4.1	3,228,138	19.9	330,433	4.8	
	의료기관(병원 및 의원) 및 약국	10.8	385,754	2.9	7.8	615,302	3.4	4.8	148,852	0.9	21,310	0.3	
	편의점	-	-	-	-	-	-	0	49,127	0.3	16	0	
	방문판매	5.3	2,002,690	14.9	8.3	2,734,834	15.2	4.7	282,637	1.7	694,586	10.1	
	기타	-	-	-	-	-	-	1	180,785	1.1	49,624	0.7	

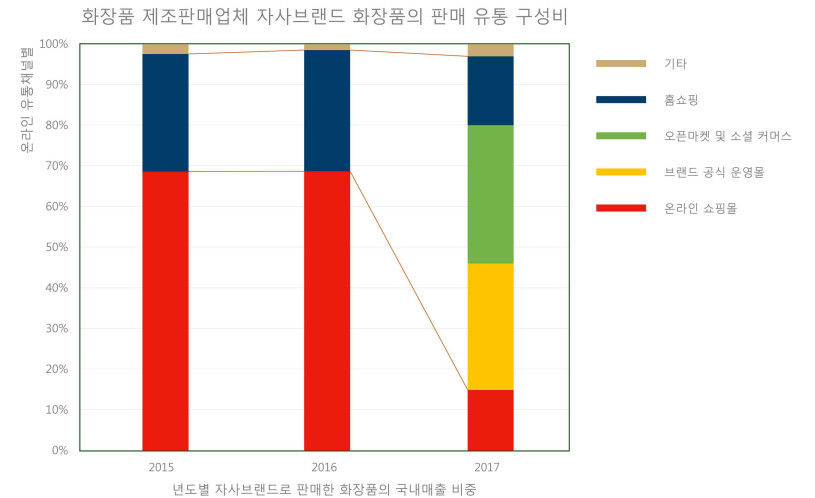
오프라인 채널: 년도 별 자사브랜드로 판매한 화장품의 국내매출 비중으로 중심으로 아래와 같이 시각화 한다.



<화장품 제조판매업체의 자사브랜드 화장품 판매 유통채널>
'2015~2017년의 자사브랜드 화장품 판매 유통채널'의 온라인 시각화

유통채널별(1)	유통채널별(2)	2015				2016				2017			
		판매구성비 (%)		자사브랜드로 판매한 화장품의 국내매출		판매구성비 (%)		자사브랜드로 판매한 화장품의 국내매출		판매구성비 (%)		자사브랜드로 판매한 화장품의 국내매출	
		소계	금액(백만원)	비중 (%)	소계	금액(백만원)	비중 (%)	소계	금액(백만원)	비중 (%)	금액(백만원)	비중 (%)	
온라인채널	온라인쇼핑몰	37.2	2,297,896	17.1	35.4	3,409,465	18.9	4.5	965,667	6.0	258,366	3.7	
	브랜드 공식 운영몰	-	-	-	-	-	-	16.9	2,031,103	12.5	1,004,506	14.6	
	오픈마켓 및 소셜커머스	-	-	-	-	-	-	18.6	2,221,901	13.7	1,044,145	15.1	
	홈쇼핑	2.0	962,794	7.2	2.6	1,477,031	8.2	2.0	1,108,021	6.8	195,775	2.8	
	기타	1.8	74,135	0.6	2.1	72,847	0.4	1.7	187,218	1.2	9,092	0.1	

온라인 채널: 년도 별 자사브랜드로 판매한 화장품의 국내매출 비중으로 중심으로 다음과 같이 시각화 한다.



계 100

<평가시 유의사항>		
채점항목	수준	채점기준
1. 인터넷 매체를 활용한 정보 검색 능력	상	인터넷 매체를 활용한 정확한 정보 검색이 뛰어남
	중	인터넷 매체를 활용한 정확한 정보 검색이 보통임
	하	인터넷 매체를 활용한 정확한 정보 검색이 미흡함
2. 수집한 정보 활용 능력	상	수집한 정보를 숙지하고, 필요한 정보로 편집하는데 뛰어남
	중	수집한 정보를 숙지하고, 필요한 정보로 편집하는데 보통임
	하	수집한 정보를 숙지하고, 필요한 정보로 편집하는데 미흡함
3. 분석한 정보의 시각화 표현 능력	상	소프트웨어를 활용하여 시각적 편집(레이아웃, 컬러, 수치 등) 능력이 뛰어남
	중	소프트웨어를 활용하여 시각적 편집(레이아웃, 컬러, 수치 등)

		능력이 보통임
	하	소프트웨어를 활용하여 시각적 편집(레이아웃, 컬러, 수치 등) 능력이 미흡함
4. 자료의 문서 작성 소프트웨어 활용 능력	상	소프트웨어(파워포인트 등)로 발표 자료화하는 능력이 뛰어남
	중	소프트웨어(파워포인트 등)로 발표 자료화하는 능력이 보통임
	하	소프트웨어(파워포인트 등)로 발표 자료화하는 능력이 미흡함

- 「서술형 시험」 내부평가 문제

평가일자	20 년 월 일	학습근로자	
능력단위명 (교과목명)	시각디자인 리서치 분석	평가자1	(인)
		평가자2	(인)
능력단위요소명	1. 시장 환경 분석하기 2. 디자인트렌드 분석하기 3. 사용자 분석하기	평가자3	(인)
평가결과(필수)	PASS / FAIL		
성취기준	60점 이상일 경우 PASS		
구분 ^①	평가기준	교수자 평가	
		배점	득점
서술형시험	1. 시장 환경 조사를 통한 포지셔닝 파악에서 경쟁자 분석의 경쟁자 범위에 대하여 설명 할 수 있다.	20	
	2. 시장 조사를 통한 디자인 전략 수립 시 표적 시장 조사의 목적에 대해 설명할 수 있다.	20	
	3. 트렌드 리서치는 무엇을 조사하며 트렌드 분석을 통한 기회 영역은 무엇인지에 대해 설명할 수 있다.	20	
	4. 트렌드 분석 자료를 바탕으로 정량 조사와 정성 조사로 질문지를 작성할 수 있다.	20	
	5. 사용자 인터뷰조사에서 어피니티 다이어그램에 대해 설명할 수 있다.	20	
[과제] 과제 완성시간 : 50분			
1. 시장 환경 조사를 통한 포지셔닝 파악에서 경쟁자에 의한 포지셔닝 방법과 경쟁자 분석의 경쟁자 범위에 대해 서술하시오.			
2. 디자인 전략 수립을 하기 위한 시장 조사 방법 중 표적 시장 조사의 목적에 대해 서술하시오.			
3. 디자인 리서치가 현재 사용자의 배경을 중심 한 조사라면, 트렌드 리서치가 분석하고 관찰하는 조사는 무엇인가와 트렌드 분석을 통한 기회 영역에 대해 정의하시오.			
4. 시장조사와 트렌드 분석 자료를 바탕으로 질문지를 작성함에 있어 구체적인 답을 얻기 위해 어떤 방향으로 질문을 할 것인가가 중요하다. 정량 조사의 질문과 정성 조사 질문에 대해 구별하여 서술하시오.			
5. 사용자 인터뷰조사에서 어피니티 다이어그램(Affinity Diagram)에 관하여 서술하시오.			

- 「구두 발표」 내부평가 예시 문제

평가일자	20 년 월 일	학습근로자	
능력단위명 (교과목명)	시각디자인 리서치분석	평가자1	(인)
능력단위 요소명	3. 사용자 분석하기	평가자2	(인)
		평가자3	(인)
평가결과(필수)	PASS / FAIL		
성취기준	60점 이상일 경우 PASS		

구분	③평가기준	교수자 평가	
		배점	득점
구두 발표	1.프로젝트 주제와 조사목적을 명확히 이해하였는가?	20	
	2.사용자 조사기법의 시나리오 작성이 적절하였는가?	30	
	3.발표자의 발표준비 및 태도는 적절하였는가?	30	
	4.선호 구매 요인을 명확하게 파악했는가?	20	

과 제: ‘반려동물 사료 구매’ 에 대한 사용자 조사를 새도잉 기법의 시나리오로 작성하여 발표하시오.

- 주제: 반려동물 사료 유통채널을 선정하기 위한 조사-분석
- 조사 목적
 - 1) 국내 반려동물사료 유통을 위한 구매자 조사/분석
 - 2) 20~30대 반려인들의 구매패턴 파악
 - 3) 선호 구매 채널에 미치는 요인 분석
- 산출물 : 파워포인트(구두발표 요약본) 또는 PDF
- 용어해석
 - 새도잉(Shadowing) 기법 : 새도잉은 관찰 조사의 한 방법으로 리서치 대상자의 일상생활의 행동을 기록하여 필요 요소와 개선 요소 등을 파악하는 방법이다. 새도잉은 대면 조사가 아니라 리서치 대상자의 행동을 관찰하고 분석하는 비대면적인 조사 방법이다.

<과제유의사항>
 ① 새도잉은 관찰 조사의 한 방법으로 사용자가 인식하지 못하게 사용자의 행동을 모니터링하는 과정이기 때문에 미리 사용자의 행동을 예측하지 않는다.
 ② 사용자와 일정 거리를 유지한다. 너무 가깝게도 너무 멀지않은 최적의 모니터링 거리를 유지해야 한다.

예시답안)

1. 단순히 동일시장에서 직접적인 관련이 있는 경쟁자만이 아니라 기술의 발전에 따라 간접적으로 프로젝트에 영향력을 발휘하는 잠재적인 경쟁자까지 포함한다.
2. 시장 세분화 조사를 통해 세분화 된 시장 중에서 핵심 표적으로 삼아 집중적인 마케팅을 통해 고객을 만족시키고 매출과 수익을 최대한 올릴 수 있는 시장을 파악하는 것이 표적시장 조사의 목적이다.
3. 트렌드 리서치는 사용자의 배경을 구성하는 요소를 분석하고, 요소들이 변화하게 되는 요인들을 관찰하는 조사이며 트렌드 분석에 의한 시사점을 기반으로 디자인 개발 시장을 재해석할 수 있는 새로운 두 가지 이상의 속성을 정의하고, X축, Y축의 속성을 기준으로 기존 경쟁자들의 주요 디자인에 대한 속성 값을 정의하여 매핑한다. 이때, 트렌드 매트릭스상의 어떤 위치를 점유할 것인가와 관련된 포지션을 결정하고, 해당 포지션을 구체적으로 기술 한 후 확정된 기획영역에서의 전략적 목표를 설정하도록 한다.
4. 정량 조사의 질문은 질문으로 보통 구체적이고 정확한 답을 요구하기 때문에 “예/아니오”의 질문 유형과, 나이, 성별, 신체 사이즈 등의 단답형 질문지를 작성한다. 정성 조사의 질문은 크게 상황과 이해를 묻는 질문으로 의견이나, 믿음, 느낌, 감각, 상상 등의 다양한 질문을 통해 사용자의 생각이나 의도 등을 파악 한다.
5. 나열한 내용을 키워드로 정리하고, 키워드의 공통점과 차이점, 유사성 등을 비교하여 도출된 내용을 다이어그램으로 정리하여 디자인 마케팅 전략 도출을 위한 근거로 활용한다.

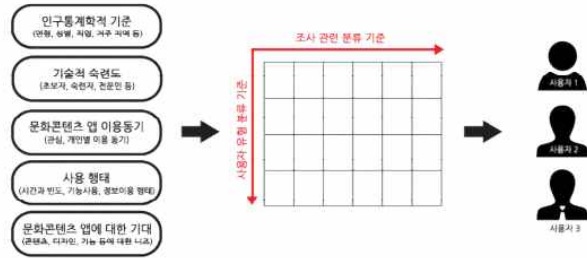
계	100
----------	------------

평가 시 유의사항[※]

1. 제한시간인 50분 내에 서술 완성하면 만점, 미 서술된 1개 문항당 20점씩 감점
 2. 부분점수 : 10점(각 문항 당 중요 문구 1/2 이상 서술 시)
 1. 필요한 상황 - 데이터 수집 어려움, 관련 자료 부족
내용 - 향후 전망과 변화를 이해, 여러 전문가의 의견 종합적 수렴(공통된 전망치 도출)
 2. 소비자의 우선순위별 필요 파악, 소비자 필요 파악, 소비자 선호 파악, 수요 시장의 특징 파악
 3. 신제품, 비교분석 자료가 부존재하, 유사한 품목의 시장상황 파악, 미래 시장 수요 예측
 4. 과거자료의 분석, 특정 패턴 파악, 변화 추이 설명, 미래 예측
 5. 전 과정을 수학적 계산, 시각적으로 표현하는 방법, 시장의 다양한 환경 파악, 수학적 기반 분석, 제품의 사이클을 정량적으로 분석
- ※ 감점시 배점 이상 감점하지 않음

[예시답안]

1. 20~30대의 반려동물을 키우고 있는 반려인들을 타킷 그룹으로 선정한다.



타킷 사용자 그룹 선정 과정

<NCS학습모듈(UX/UI 전략수립), 타킷 사용자 그룹 선정 과정>

2. 타킷 그룹을 중심으로 새도잉 관찰 조사를 진행한다.

- 온·오프라인 구매 환경에 따라 상품을 선택하는 모든 과정을 기록한다.
- 관찰기록은 사진촬영을 한다.
- 관련된 내용 및 특징 상황을 녹음하여 녹취록을 작성하거나 동영상 촬영 등을 한다.

조사 대상자의 행동과 경험을 '그림자가 되어 직접 관찰해보면서' 문제가 발생하는 순간을 포착하고 해결의 실마리를 발견하는 활동입니다.

어떻게 진행할까요?

1. 새도잉 대상자 선정 및 계획 세우기
새도잉을 진행할 대상자를 선정하기 위한 기준을 생각하며 적합한 대상자를 고르고, 무엇을 관찰할 것인지 준비합니다.



2. 새도잉 진행하기
대상자의 눈이 띄지 않게 몰래 따라다니며 특징 행동, 환경적인 특징, 만나는 사람과의 대화 등을 관찰하고 기록합니다.



3. 관찰한 내용을 정리하고 팀원들에게 공유하기
새도잉을 통해 관찰한 내용을 중요 사항들을 중심으로 정리하고, 팀원들과 내용 및 촬영 영상을 공유합니다.



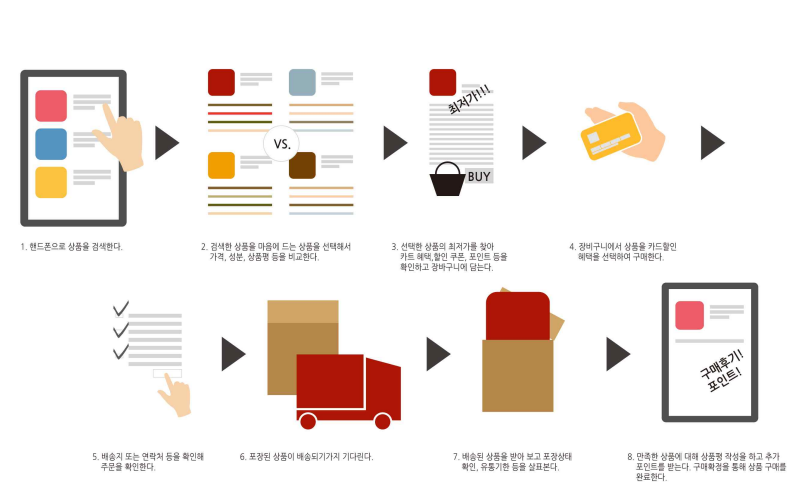
5. 관찰 팁
- 조사 대상자는 관찰자의 존재를 인지하게 될 경우 평소와 다른 행동이나 경정을 할 수 있습니다. 최대한 눈에 띄지 않는 상황에서 조사 대상자의 자연스러운 모습을 관찰하는 것이 중요합니다.

<행정안전부(2017), 사례로 배우는 국민디자인단 매뉴얼_새도잉>

새도잉(Shadowing) 가이드		날짜: 장소:	조사대상자: 국민디자인단:	워크시트 대상 소의 시간
공공장터서비스 결합단계	대상행동	이 공간은 어디서 조사할까? 방문 목적, 예상되는 주요 행위자, 장소가	이 공간에서 조사할 수 있는 것, 조사 목적, 확인이 가능한 주요 행위자	탐방 상태 준비물 필기도구

- 체크리스트
- 새도잉 대상자 선정의 적합성 확인하기
 - 주요 관찰 사항 사전 계획 세우기
 - 대상자에게 사전 협의 구하기
 - 대상자의 활동을 방해하지 않고 관찰자 입장에서 바라보기
 - 내용을 정리하여 주요 관찰 사항에서 발견한 부분 필기하기

<행정안전부(2017), 사례로 배우는 국민디자인단 매뉴얼_새도잉>



<반려동물 사료 구매'에 대한 새도잉 기법 시나리오>

3. 새도잉 기법을 통한 반려인들의 구매패턴을 파악하고, 선호 구매채널에 미치는 요인을 분석한다.

계	100
평가 시 유의사항	
*사용자 조사를 위한 새도잉 기법의 시나리오 작성 제한 시간: 9시간 이내(총 2일간)	
1. 발표: 15분/질의응답:5분	
2. 평가기준의 세부 항목 점수	
3. 보고서 미 완료시 총점에서 10점 감점	

○ 학습일지

월(주차)		훈련기간	
기업현장교사			

OJT 실행 내용	<p>OJT 능력단위 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> -시장 환경 분석하기, 디자인트렌드 분석하기, 사용자 분석하기 -개발 디자인과 관련된 시장 환경에 대한 정보 수집을 할 수 있도록 지도 -수집된 정보를 취합하고, 분석할 수 있도록 지도. -국내외 디자인 트렌드를 분석하여 디자인 자원으로 활용할 수 있도록 학습 지도. -디자인 트렌드를 분석하여 경쟁사 또는 경쟁 디자인 포지셔닝 분석을 진행할 수 있도록 지도. -사용자 경험과 행동에 영향을 미치는 요소 파악할 수 있도록 지도. -사용자 정보와 특성분석을 통해 디자인 전략으로 도출할 수 있도록 지도. -사용자 세분화를 통해 그 특성을 조사 예측하여 분석하는 학습을 진행함. <p>OJT 실행 내용</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 시장 환경 및 동향 분석 2. 트렌드 조사에 대한 분석과 전략적인 디자인 포지셔닝 설정 3. 사용자 분석
------------------	--

기업현장교사 및 훈련강사 의견(총평)	<p>기업 현장교사 의견(총평)</p> <p>넓은 시각으로 디자인 시장과 개발 디자인 시장에 대해 분석하여 개발 디자인 시장을 예측할 수 있음.</p> <p>경쟁사·경쟁사 디자인 분석을 통해 디자인 전략을 세울 수 있음.</p> <p>국내외 디자인 트렌드 분석을 하고, 객관적 정보를 디자인 자원으로 시각화할 수 있음.</p> <p>사용자 세분화 과정을 통해 심도있는 사용자 분석을 할 수 있음.</p>
	<p>훈련강사 의견(총평)</p> <p>관련 디자인 시장 및 트렌드 분석을 통한 사용자 설정을 할 수 있음. 사용자 세분화 과정을 진행하고, 사용자 분석을 통한 라이프 스타일, 인구학적 경향, 소비심리학적 측면 등의 특성을 예측하고 분석할 수 있음.</p>

세부평가계획	<p>평가 유형</p> <p>포트폴리오</p> <p>서술형 시험</p> <p>구두발표</p>
	<p>2. 평가 시기</p> <p>능력단위 또는 교과목 80% 학습 시점에 평가 진행함</p> <p>수시 평가</p>
	<p>3. 평가 항목</p> <p>디자인 최신 정보를 분석할 수 있는 능력</p> <p>거시·미시환경에 대한 정보를 분석할 수 있는 능력</p> <p>-디자인 시장 환경 조사를 통한 경쟁사, 경쟁 디자인 포지셔닝을 파악하고 분석할 수 있는 능력</p> <p>국내외 디자인 트렌드를 분석할 수 있는 능력</p> <p>사용자 분석을 통한 프로젝트 예측 및 분석할 수 있는 능력</p>
	<p>4. 평가 결과</p> <p>- 60점 이상 PASS / 60점 이하 FAIL</p>
	<p>5. 평가자 : 기업현장교사</p>

○ 학습활동서

월(주차)		훈련기간	
기업현장교사			

훈련시간	능력단위명	훈련내용	기타 의견 및 요청사항
50h	시각디자인 리서치 분석	<p>시장 환경 분석하기</p> <p>-다양한 매체 정보 분석을 통한 시장 현황 예측</p> <p>-정보 분석을 통한 구체적인 요구사항 파악</p> <p>-정보 분석을 통한 경쟁사 파악</p>	-
		<p>2. 디자인 트렌드 분석하기</p> <p>-국내외 디자인 트렌드 분석</p> <p>-디자인 트렌드 분석을 통한 개발 디자인 아이디어 도출</p> <p>-조형 트렌드 분석과 디자인 포지셔닝 파악 및 분석</p>	-
		<p>3. 사용자 분석하기</p> <p>-사용자 요구 조건 사전 예측</p> <p>-사용자 경험과 행동에 미치는 요소 파악을 통한 디자인 적용</p> <p>-사용자 설정을 통한 사용자 분석</p>	-

③ 점검 및 환류

○ OJT 실시 확인 체크리스트

단계	확인 항목	확인 결과		조치사항
		Yes	No	
실시 전	학습목표를 제시하고 학습근로자가 달성해야 할 기준을 안내하였는가?	√		
	학습 내용의 중요성과 업무와의 연관성을 설명하였는가?	√		
	Off-JT 또는 이전 OJT 학습내용과의 연계성을 설명하였는가?	√		
	당일 학습할 내용의 전체 절차를 설명하였는가?	√		
실시 중	학습근로자들이 집중해야 하는 부분을 미리 제시하였는가?	√		
	학습근로자는 기업현장교사의 시범을 주의 깊게 관찰하였는가?		√	학습 근로자들의 학습 분위기가 산만하여 기업현장교사의 시연 지도에 집중을 하지 못하므로 학습 근로자가 집중할 수 있도록 환경 조성이 필요함
	시연 관찰이 끝난 후 질의응답 또는 의견 교류를 실시하였는가?	√		
	학습근로자는 기업현장교사의 시연을 그대로 잘 따라하였는가?	√		
	학습근로자는 단계별 절차를 따라 스스로 학습을 실행하였는가?	√		
	학습근로자의 실행을 관찰하여 실습 결과를 확인하였는가?	√		
	실행에 어려움을 겪는 학습근로자의 경우 반복학습을 실시하였는가?	√		
실시 후	마무리 평가를 실시하고 구체적인 피드백을 제공하였는가?	√		
	학습 종료 후 기자재와 실습장을 정리하였는가?	√		

[학습자료 사본 및 사진]

자료명 : 출처

1. 자료출처: 통계청, 화장품 제조판매업체 자사브랜드 화장품의 판매(유통) 구성비

http://kostat.go.kr/

유통채널별(1)	유통채널별(2)	2015				2016				2017			
		판매수량비(%)	자사브랜드로 판매한 화장품의 국내매출(%)	판매수량비(%)	자사브랜드로 판매한 화장품의 국내매출(%)	판매수량비(%)	자사브랜드로 판매한 화장품의 국내매출(%)	판매수량비(%)	자사브랜드로 판매한 화장품의 국내매출(%)	수입 화장품	수입 화장품	수입 화장품	수입 화장품
합계	소계	100.0	13,437,100	100.0	100.0	18,050,738	100.0	100.0	16,214,774	100.0	6,902,577	100	
오프라인채널	백화점	0.5	764,225	5.7	1.3	954,181	5.3	3.7	376,696	2.3	644,859	9.3	
	보편도매	2.4	2,081,224	15.5	2.2	1,981,281	11.0	4.2	683,921	4.2	26,338	0.4	
	편의점	-	-	-	2.4	928,348	5.1	17.5	2,757,719	16.9	2,237,232	32.4	
	대형마트/영고형 할인 매장/슈퍼마켓	1.7	1,126,729	8.4	2.6	1,177,233	6.5	2.0	329,290	2.0	65,833	1	
	일반전용점	21.4	1,542,645	11.5	27.5	2,253,516	12.5	10.5	1,605,292	9.9	505,969	4.4	
	피부관리실/에스데틱	-	-	-	-	-	-	3.9	78,406	0.5	14,495	0.2	
	면세점 판매	4.1	2,006,993	14.9	3.3	2,127,275	11.8	4.1	3,228,138	19.9	330,433	4.8	
	의료기관(병원 및 의원) 및 약국	10.8	385,754	2.9	7.8	615,302	3.4	4.8	148,852	0.9	21,310	0.3	
	편의점	-	-	-	-	-	-	0	49,127	0.3	16	0	
	방문판매	5.3	2,002,690	14.9	8.3	2,734,834	15.2	4.7	282,637	1.7	694,586	10.1	
기타	-	-	-	-	-	-	1	180,785	1.1	49,624	0.7		
온라인채널	온라인쇼핑몰	37.2	2,297,896	17.1	35.4	3,409,465	18.9	4.5	965,667	6.0	758,366	11	
	브랜딩 공식 홈페이지	-	-	-	-	16.9	2,031,103	12.5	1,044,566	6.4	1,044,566	15.1	
	온라인캐시 및 소셜커머스	-	-	-	-	-	-	18.6	2,221,901	13.7	1,044,145	15.1	
	홈쇼핑	2.0	962,794	7.2	2.6	1,477,031	8.2	2.0	1,108,021	6.8	195,775	2.8	
	기타	1.8	74,135	0.6	2.1	72,847	0.4	1.7	187,218	1.2	9,092	0.1	
기타 판매	소계	13.0	192,016	1.4	4.3	319,424	1.8	-	-	-	-		

2. 행정안전부(2017), 사례로 배우는 국민디자인단 매뉴얼_새도잉 www.mois.go.kr



공공정책서비스 경험단계	대상활동	담당 수 있는 곳	필수 소양
1. 공공서비스 기획/개발 단계	1. 공공서비스 기획/개발 단계	1. 공공서비스 기획/개발 단계	1. 공공서비스 기획/개발 단계
2. 공공서비스 운영/관리 단계	2. 공공서비스 운영/관리 단계	2. 공공서비스 운영/관리 단계	2. 공공서비스 운영/관리 단계
3. 공공서비스 평가/개선 단계	3. 공공서비스 평가/개선 단계	3. 공공서비스 평가/개선 단계	3. 공공서비스 평가/개선 단계