

서비스·경험디자인 기사  
필기·실기 핵심기출 문제  
및 해설 수록

**2020-2022**  
**서비스·경험디자인 기사**  
**기출문제**

**SERVICE**

**EXPERIENCE**

**DESIGN**



서비스·경험디자인 기사  
필기·실기 핵심기출 문제  
및 해설 수록

**2020-2022**  
**서비스·경험디자인 기사**  
**기출문제**

**SERVICE**  
**EXPERIENCE**  
**DESIGN**

# 발간사

정보통신 기술과 플랫폼 산업의 발달로 우리 사회는 디지털 시대로 전환하고 있습니다. 이러한 산업 패러다임의 변화로 보다 많은 사람들이 다양한 가치를 누리게 되면서 소비자의 니즈 또한 더욱 세분화되어 각종 영역에서 소비자 중심의 서비스 경험을 헤아리는 것이 점차 필수 가치로 자리하게 될 것입니다.

한국디자인진흥원은 이러한 산업 패러다임의 변화를 선도하기 위하여 서비스·경험디자인 전문 인력을 배출하고자 노력하고 있습니다. 2020년 국가기술자격 분야에 서비스·경험디자인이 신설되었고, 한국디자인진흥원이 자격검정 운영기관으로 지정되었습니다. 지난 3년간 서비스·경험디자인 기사에 응시하는 수험자 수가 점차 늘었으며 제3회를 맞은 올해도 필기시험과 실기시험 또한 성공적으로 마쳤습니다.

본 기출문제집은 서비스·경험디자인 분야 실무자 및 수험자분들의 역량을 배양하기 위하여 무상으로 배포됩니다. 각 문제에 출제 희차와 난이도, 유형을 표기하여 학습의 계획을 수립하고, 개인의 역량을 가늠해 볼 수 있는 지표가 되도록 하였습니다. 또한 취득자의 합격 수기를 수록하여 수험 방법에 대한 안내와 더불어 취득 후 진로를 설계하시는 데 도움이 되고자 합니다.

서비스·경험디자인 기사에 많은 관심과 지지를 주시기 바라며, 디자인 주도의 산업 경쟁력 발전과 디자이너 분들의 활약을 위하여 더욱 힘을 모으겠습니다. 감사합니다.

### **윤상흠**

한국디자인진흥원 원장

# 소개의 글

기술 발전의 패러다임 변화와 고객 경험을 중요시 하는 산업의 변화는 글로벌 산업의 구조를 제조 중심에서 서비스 중심으로 변화시키고 있습니다. ‘경제의 서비스화’, 특히 고부가가치 지식과 기술기반의 서비스 산업은 미래 국가 산업의 중추적 역할을 하고 있습니다. 이러한 분야를 선도하게 될 서비스·경험디자이너는 국가 미래 경쟁력의 핵심 자원이며, 한국디자인진흥원에서 추진하는 서비스·경험디자인 전문 인력 교육과 국가기술자격 제도는 미래 디자인 생태계 구축의 시금석이 될 것입니다.

최근 국내외 디자인 분야에서는 서비스·경험디자인과 관련된 다양한 책과 논문, 기술 정보들이 흥수처럼 쏟아져 나오고 있습니다. 한국디자인진흥원에서는 이러한 상황에서 수험생들이 시험을 준비하는 데 활용할 수 있도록 ‘서비스·경험디자인 이론서’를 통하여 기초 지식에서부터 심도 깊은 학제적 내용까지 포괄하는 디자인 지식의 아카이브를 구축하였습니다. 이론서가 서비스·경험디자인 분야의 정보와 지식을 표준화하는 역할을 하였다면, ‘서비스·경험디자인 기사 기출문제집’은 전문가로서의 역량을 측정하고 자격을 검증하는 체계를 디자이너들에게 보다 쉽게 설명하고 전달하는 방법이 될 것입니다. 수험생들은 3회 실시된 기출문제를 중심으로 필기시험에서 다루어지는 핵심적인 서비스·경험디자인의 지식과 문제 유형을 학습할 수 있으며, 실기시험에서 다루어지는 다양한 디자인 사례와 실무 역량에 주요한 요소를 파악할 수 있습니다.

서비스·경험디자인 기사 시험은 서비스·경험디자인에 대한 기초 지식과 이를 실행하는 방법과 프로세스, 실무를 위한 실행 능력을 다양한 방법으로 측정하려는 목표를 가지고 있습니다. 본 기출문제집은 자격시험에 대비하는 지침서이자, 서비스·경험디자인을 학습하는 실무적 교과서의 역할을 할 수 있을 것입니다. ‘서비스·경험디자인 기사 기출문제집’의 출간이 디자인 지식 공유와 미래 디자인 인재 양성의 기반이 되기 바라며, 디자이너의 역량을 기를 수 있는 발전의 기회가 되기 바랍니다.

### **최민영**

한국서비스디자인학회 회장

---

## 목차

활용 가이드	07
출제기준안	08
필기시험 기출문제	15
실기시험 기출문제	51
취득자 합격수기	80
저자소개	83

---

# 활용 가이드

## 필기

03.

1회

기초

하

정의

출제회차

출제기준안

난이도

문제유형

다음 중 디자인씽킹에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 디자인씽킹은 디자이너처럼 사고하는 방식이다.
- ② 디자인씽킹은 디자인 방법론을 통해 문제를 해결하도록 방향성을 제시한다.
- ③ 디자인씽킹은 사람들의 요구를 이해하고 발견한 인사이트를 중심으로 문제를 해결하고자 반복해서 노력한다.
- ④ 디자인씽킹은 인간의 감성과 이미지를 물리적인 디자인 요소로 해석하여 구체적인 제품으로 실현해내는 공학적인 접근 방법이다.

정답: ④

정답

④번의 설명은 감성공학에 대한 설명이다.

해설

## 실기

배점

출제회차

1회

문제유형

기초

난이도

하

출제기준안

서비스 경험 구조화

다음 <그림>은 밀레니얼 세대를 위한 체험형 매장의 서비스 모형(Desktop Walkthrough)이다. 해당 프로토타입에 대한 장단점을 각각 2개씩 쓰시오. (4점)



장점 1 \_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_

단점 1 \_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_

### [장점]

아래의 요소 중 한 가지 이상을 포함하면 정답으로 인정한다.

- ① 서비스 프로토타입 제작 비용 절약
- ② 서비스 프로토타입 제작 시간 절약
- ③ 서비스 프로토타입 제작에 필요한 공간 제약의 극복
- ④ 재현된 서비스 환경을 통해 실제 서비스 상황 간접적 파악
- ⑤ 반복된 고객 접점(터치포인트) 추가, 삭제, 변경을 통한 반복적 테스트
- ⑥ 무형의 서비스 시각화를 통한 공유 및 프리젠테이션에 도움

### [단점]

아래의 요소 중 한 가지 이상을 포함하면 정답으로 인정한다.

- ① 실제 스케일감 파악의 어려움
- ② 실제 맥락 반영의 어려움
- ③ 몰입감 부족
- ④ 실제 상호작용(인터랙션) 파악의 어려움

모범답안 \_\_\_\_\_

# 출제기준 (필기)

직무분야	문화·예술·디자인·방송
자격종목	서비스·경험디자인 기사
적용기간	2022.7.1. ~ 2025.6.30.
직무내용	서비스·경험 만족을 위해 사용자 중심의 디자인 사고를 기반으로 통합적인 프로세스를 활용하여 서비스·경험 디자인 콘셉트와 모델을 개발하고 운영하는 직무이다.
필기검정방법	객관식
문제수	80
시험시간	2시간 30분

필기과목명	문제수	주요항목	세부항목	세세항목
서비스·경험 디자인 기획설계	20	1. 디자인 개요 2. 서비스·경험디자인 이해 3. 서비스·경험디자인 요구사항 파악 0802010610_17v3	1. 디자인 일반 2. 정의 2. 프로세스와 방법론	1. 디자인의 개념 및 정의 2. 디자인의 분류 및 특성 3. 디자인의 사회적 기능과 윤리 1. 디자인씽킹의 정의 2. 서비스디자인 정의 3. 경험디자인 정의 1. 서비스디자인 프로세스 이해 2. 서비스디자인 방법론(툴킷) 이해 3. 서비스디자인의 특징과 활용분야 4. 경험디자인의 특징 5. UI의 정의와 기본원칙 이해 6. 사용성 평가의 개념 이해
		4. 서비스·경험디자인 수행계획 수립 0802010611_17v3	1. 요구사항 파악 2. 과제 분석	1. 프로젝트 요구사항 파악 2. 디자인 목적 파악 3. 디자인 수요자 파악 1. 서비스 요구사항 파악 2. 요구사항 요건수립 3. 서비스 요구사항 정리 4. 시각화 자료 작성
		5. 설문설계 0201030303_18v3	1. 수행계획 수립 2. 과제 관리체계 수립	1. 프로젝트 목표 파악 2. 일정별 계획 정리 1. 단계별 산출물 체크리스트 작성 2. 개인정보보호 원칙 이해
			1. 설문 설계 및 완성	1. 개별 설문 시안 작성 2. 설문 항목 구조화 및 작성
사용자 조사·분석	20	1. 서비스·경험디자인 환경조사 0208010612_17v3	1. 데스크 리서치 2. 환경 현황 조사	1. 데스크 리서치 고려사항 2. 데스크 리서치 절차 1. 거시적·미시적 환경 조사 2. 유사·경쟁 환경 및 서비스 조사
		2. 서비스·경험디자인 관찰조사 0802010613_17v3	1. 사용자 유형 이해 2. 관찰조사 설계 3. 사용자 관찰조사	1. 사용자 요구조건 예측 2. 사용자 라이프스타일 조사 3. 사용자 유형 분류와 기준 1. 관찰조사 계획 2. 관찰조사 방법 3. 관찰조사 범위 1. 사용자 경험 관찰 및 잠재요구 파악 2. 사용자 행동패턴 조사 3. 조사 진행을 위한 의사소통 기술

필기과목명	문제수	주요항목	세부항목	세세항목
		3. 서비스·경험디자인 면접조사 0802010614_17v3	1. 면접조사 설계  2. 면접조사 실시	1. 연구 및 조사윤리(IRB) 이해 2. 면접조사 방법 설정 3. 면접조사 대상 설정 4. 면접대상자 섭외 및 관리  1. 시범면접 진행 및 보완 2. 면접조사 기술 및 결과정리
		4. FGI정성조사 0201030312_18v3	1. FGI 설계  2. FGI 실시	1. 조사목적에 따른 인터뷰 주제선정 2. FGI 대상자 선정 3. FGI 질문지 작성  1. 시범(파일럿) 인터뷰 진행 2. FGI 내용 기록(스크립트기록, 녹화, 녹음 등) 3. FGI 내용 정리 및 분류 4. 결과 도출 및 정리
		5. 심층인터뷰 정성조사 0201030313_18v3	1. 심층인터뷰 설계  2. 심층인터뷰 실시	1. 조사목적에 따른 설문내용 구체화 2. 심층인터뷰 대상자 선정 3. 심층인터뷰 진행 지침 작성  1. 심층인터뷰 동의 절차 수행 2. 심층인터뷰 내용 기록 3. 심층인터뷰 내용 정리 및 분류 4. 심층인터뷰 진행 지침에 따른 진행
사용자 중심 전략수립	20	1. . 서비스·경험디자인 환경분석 0802010615_17v3	1. 서비스 환경 이해	1. 서비스 환경 분석 2. 서비스 모델 분석 3. 환경 분석 종합
		2. 서비스·경험디자인 대상분석 0802010616_17v3	1. 가상 사용자(페르소나) 설정  2. 사용자 여정 분석  3. 이해관계자 분석	1. 가상 사용자(페르소나) 유형 설정 2. 가상 사용자별 경험 특성 항목 설정 3. 경험시나리오 작성  1. 서비스 경험단계 유형화 2. 서비스 경험 여정맵 시각화  1. 이해관계자 선별 2. 이해관계자 역할 정의 3. 이해관계자 요구사항 파악 4. 이해관계자 맵 시각화
		3. 서비스·경험디자인 원칙수립 0802010617_17v3	1. 서비스·경험디자인 요구사항 정의  2. 핵심 사용자 정의  3. 디자인 콘셉트 도출	1. 디자인(문제해결) 목표 수립 2. 친화도맵(어피니티 다이어그램) 작성 3. 요구사항 정리(정보 시각화)  1. 핵심 사용자 유형 설정 2. 핵심 사용자 요구분석 3. 핵심 사용자 경험특성 도출  1. 디자인 원칙 정의 2. 디자인 콘셉트 제안 3. 디자인 콘셉트 시각화
		4. 서비스·경험디자인 아이디어 0802010618_17v3	1. 아이디어 워크숍  2. 아이디어 구체화  3. 서비스·경험 구조화	1. 아이디어 워크숍 계획 2. 아이디어 워크숍 진행(퍼실리테이션 기술) 3. 서비스 아이디어 도출 4. 아이디어 평가 및 결과 정리  1. 서비스 아이디어 설명 2. 서비스 아이디어 시각화 3. 서비스 아이디어 평가 및 확정  1. 단계별 서비스 점점(터치포인트) 정의 2. 사용자 서비스 설계

필기과목명	문제수	주요항목	세부항목	세세항목
		5. 서비스·경험디자인 프로토타입 개발 0802010620_17v3	1. 서비스·경험 프로토타입 기획·설계	1. 프로토타입 기획 2. 프로토타입 모델설계 3. 프로토타입 제작 계획 수립
		6. 서비스·경험디자인 시나리오 개발 0802010619_17v3	2. 서비스·경험 프로토타입 제작	1. 프로토타입 모델링 2. 프로토타입 시뮬레이션
		7. 서비스·경험디자인 시나리오 개발 0802010619_17v3	1. 서비스·경험 시나리오 계획·제작	1. 서비스 시나리오 계획 2. 페르소나 상황설정 3. 신규 서비스 상황구성 4. 서비스 스토리보드 제작 5. 타당성 평가 및 개선방안 수립
서비스·경험 디자인 개발 및 운영	20	1. 디자인 권리	지식재산권	1. 지식재산권 이해 [상표권, 특허권(BM 포함), 디자인 출원, 저작권 등록 등] 2. 지식재산권 기본절차
		2. 서비스·경험디자인 프로토타입 평가 0802010621_17v3	1. 서비스·경험 프로토타입 평가 계획	1. 프로토타입 평가 방법 계획 2. 사용자 평가 참여자 구성
			2. 서비스·경험 프로토타입 평가하기	1. 프로토타입 시뮬레이션 평가 2. 사용성 평가 도출 3. 개선 방향 수립 4. 평가 결과 문서화
		3. 서비스·경험디자인 모델개발 0802010622_17v3	1. 서비스·경험 결과물 제시	1. 최종 서비스·경험 모델 문서화 2. 서비스·경험 블루프린트 작성 3. 서비스·경험 로드맵 작성 4. 서비스·경험 아이디어 포트폴리오 작성
		4. 프레젠테이션 0802010106_15v2	1. 프레젠테이션 기획·제작	1. 주제 및 방향 설정 2. 디자인 전개과정 이해 및 발표 계획 3. 시각적·논리적 자료의 효과적 활용
		5. 서비스·경험디자인 프로젝트 완료 0802010608_17v3	1. 완료보고서 작성	1. 프로세스 단계별 결과 정리 2. 단계별 문서 축약 및 편집
		6. 디자인 자료화 0802010109_15v2	1. 데이터베이스 관리하기	1. 최종 디자인 파일·결과물 데이터베이스화 2. 클라이언트, 디자이너 공유 및 보존
		7. 서비스·경험디자인 사후관리 0802010609_17v3	1. 운영방안 제시	1. 결과물 관리 2. 유지보수

# 출제기준 (실기)

직무분야	문화·예술·디자인·방송
자격종목	서비스·경험디자인 기사
적용기간	2022.7.1. ~ 2025.6.30.
직무내용	서비스·경험 만족을 위해 사용자 중심의 디자인 사고를 기반으로 통합적인 프로세스를 활용하여 서비스·경험 디자인 콘셉트와 모델을 개발하고 운영하는 직무이다.
수행준거	<ol style="list-style-type: none"> <li>과제의 범위, 목적, 성격, 내용을 파악하여 PM 지시에 따라 제안서를 작성할 수 있다.</li> <li>수집된 서비스·경험 환경 자료를 체계화함으로써 사용자와 이해관계자가 지닌 경험 요인 등을 도출할 수 있다.</li> <li>수집·분석된 자료를 바탕으로 수립된 디자인 콘셉트를 중심으로 서비스 디자인 아이디어를 만들고 프로토타입을 개발 할 수 있다.</li> <li>설계된 서비스 시스템 운영원칙 및 운영모델에 따라 시각적, 언어적 표현으로 시나리오와 블루프린트 등을 구체화할 수 있다.</li> </ol>
필기검정방법	필답식
시험시간	3시간

실기과목명	주요항목	세부항목	세세항목
서비스·경험디자인 개발실무	1. 서비스·경험디자인 요구사항 파악 0802010610_17v3	1. 요구사항 파악  2. 과제분석	1. 프로젝트와 관련된 자료를 바탕으로 사용자의 요구를 파악 할 수 있다. 2. 사용자 요구 또는 발견된 이슈에 따라 과제의 취지, 목적, 성격, 내용, 요구사항을 도출 할 수 있다.  1. 사용자에 필요한 항목과 내용을 도출할 수 있다. 2. 제안서 작성을 위한 기초조사, 관련 자료를 수집 할 수 있다. 3. 견적서 작성법을 이해하고 산출 근거 자료를 정리할 수 있다. 4. 문서작성 등의 소프트웨어를 활용하여 효과적인 과제 기획안을 작성할 수 있다.
	2. 서비스·경험디자인 환경조사 0802010612_17v3	1. 데스크 리서치  2. 환경현황 조사	1. 조사를 위한 데스크 리서치 고려사항을 이해한다. 2. 조사를 위한 데스크 리서치 절차를 이해한다.  1. 대상지역, 문화, 시장현황을 조사할 수 있다. 2. 거시·미시적 관련 시장 환경에 대해 수집할 수 있다. 3. 유사 또는 경쟁 서비스의 특징 및 장단점을 분석할 수 있다.
	3. 서비스·경험디자인 관찰조사 0802010613_17v3	1. 사용자 유형 이해	1. 서비스 대상 환경을 직접 현장 조사할 수 있다. 2. 서비스 대상과 관련된 현황에 대한 현장 상황을 조사 할 수 있다. 3. 연관 산업현황, 시장 트렌드 및 이슈를 현장 조사할 수 있다. 4. 관련 시장에 대한 현장 조사를 통해 현재의 트렌드, 관련된 맥락 등을 수집 할 수 있다.

실기과목명	주요항목	세부항목	세세항목
		2. 관찰조사 설계	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 문헌조사 및 데스크 리서치를 통해 조사된 내용을 바탕으로 사용자 관찰을 계획할 수 있다.</li> <li>2. 기본 자료조사를 바탕으로 관찰조사 방법을 정리 할 수 있다.</li> <li>3. 관련 이론을 바탕으로 관찰조사 범위를 파악할 수 있다.</li> </ol>
		3. 사용자 관찰조사	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 사용자의 경험을 관찰하고 잠재요구를 파악을 해 서비스 디자인 요소를 설정할 수 있다.</li> <li>2. 사용자의 행동 패턴을 조사할 수 있다.</li> <li>3. 조사 진행을 위해 적절한 의사소통 기술을 활용할 수 있다.</li> </ol>
4. 서비스·경험디자인 면접조사 0802010614_17v3	1. 면접조사 설계		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 문헌조사, 데스크리서치, 사용자 관찰조사를 통해 조사된 자료를 바탕으로 개인면접, 집단면접 조사 방법을 설정할 수 있다.</li> <li>2. 조사된 사용자 요구를 바탕으로 면접조사 대상 등 범위를 설정할 수 있다.</li> <li>3. 면접조사를 위한 일정, 방법, 장소, 시간 등을 조율하고 섭외 리스트 작성 및 일정 관리를 할 수 있다.</li> </ol>
	2. 면접조사 실시		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. FGI와 심층인터뷰의 목적 등을 이해하고 적절하게 활용할 수 있다.</li> <li>2. 참가자가 적극적으로 의견을 제시 할 수 있도록 참가자 인사와 친근한 오픈 멘트를 진행 할 수 있다.</li> <li>3. 시범면접을 진행하고 보완점을 도출하여 제시할 수 있다.</li> <li>4. 면접 시나리오 순서에 따라 조사를 진행하고 인터뷰 내용을 적절하게 정리 및 분류할 수 있다.</li> </ol>
5. 서비스·경험디자인 대상 분석 0802010616_17v3	1. 가상 사용자 (페르소나) 설정		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 사용자 조사에서 도출된 분석 결과를 바탕으로 가상 사용자 유형을 설정 할 수 있다.</li> <li>2. 가상 사용자별 서비스 경험 특성 항목을 설정 할 수 있다.</li> <li>3. 가상 사용자별 서비스 경험 시나리오를 작성 할 수 있다.</li> </ol>
	2. 사용자 여정 분석		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 사용자 조사통하여 도출된 결과를 바탕으로 서비스 경험 단계를 유형화 할 수 있다.</li> <li>2. 사용자 여정상의 주요 접점에서 행동단위별 경험의 변화를 여정맵으로 시각화 할 수 있다.</li> </ol>
	3. 이해관계자 분석		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 서비스의 가치사슬을 정의하여 이해관계자를 선별할 수 있다.</li> <li>2. 이해관계자의 서비스 역할을 정의하고 사용자 접점으로서 우선순위를 판단할 수 있다.</li> <li>3. 이해관계자간 서비스 연계의 특성과 요구 사항을 파악할 수 있다.</li> <li>4. 서비스 사용자를 중심으로 이해관계자간의 관계를 맵 시각화 할 수 있다.</li> </ol>
6. 서비스·경험디자인 원칙 수립 0802010617_17v3	1. 서비스· 경험디자인 요구사항 정의		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 문제 해결을 위한 목표를 수립 할 수 있다.</li> <li>2. 분석된 서비스 요구사항을 대상으로 문제 유형을 분류하는 친화도 맵(어피니티 다이어그램)을 작성 할 수 있다.</li> <li>3. 어피니티 다이어그램을 바탕으로 서비스 디자인 요구사항을 정리하고 관련 정보를 시각화 할 수 있다.</li> </ol>

실기과목명	주요항목	세부항목	세세항목
		2. 핵심 사용자 정의 3. 디자인 콘셉트 도출	1. 도출된 서비스 디자인 핵심 사용자의 유형을 설정 할 수 있다. 2. 도출된 핵심 사용자의 요구를 분석할 수 있다. 3. 핵심 사용자의 단계별로 제공되는 서비스 여정별 경험의 특성을 도출 할 수 있다. 1. 디자인 원칙을 정의 할 수 있다. 2. 수립한 디자인 개념과 핵심 사용자 여정의 연관성을 바탕으로 서비스 단계별 디자인 콘셉트를 도출 할 수 있다. 3. 도출된 서비스 디자인 콘셉트를 시각적 요소로 구체화 할 수 있다.
7. 서비스·경험디자인 아이데이션 0802010618_17v3	1. 아이디어 워크숍 2. 아이디어 구체화 3. 서비스·경험 구조화		1. 다양한 이해관계자와 사용자를 참여시켜 아이디어 워크숍을 계획할 수 있다. 2. 아이디어 워크숍 진행자(퍼실리레이터)의 사전 교육 및 실행 준비를 구축할 수 있다. 3. 워크숍을 통해 서비스아이디어를 도출할 수 있다. 4. 공동으로 도출되고 합의된 아이디어를 평가하고 결과를 정리할 수 있다. 1. 핵심 가치 및 디자인 원칙을 바탕으로 서비스 아이디어를 설명할 수 있다. 2. 서비스 아이디어를 체계화하여 구체적인 디자인 시각적 요소로 연결 할 수 있다. 3. 도출된 서비스 아이디어를 평가하고 확정할 수 있다. 1. 서비스 접점에서 사용자가 서비스를 쉽게 이해할 수 있도록 단계별 경험 요소를 구조화 할 수 있다. 2. 서비스 접점에서 사용자에게 효과적 경험을 제공할 수 있도록 사용자 접점별 매체를 설정 할 수 있다. 3. 단계별 서비스 접점에서 제공되는 서비스를 총체적으로 파악하기위한 매트릭스를 작성 할 수 있다.
8. 서비스·경험디자인 프로토타입 개발 0802010620_17v3	1. 서비스·경험 프로토타입 계획·설계 2. 서비스·경험 프로토타입 제작		1. 서비스 콘셉트 및 시나리오를 바탕으로 사용자 접점에서 서비스를 제공하기 위한 모델로서 프로토타입의 시안을 기획할 수 있다. 2. 프로토타입 제작을 위한 모델을 설계할 수 있다. 3. 프로토타입의 제작을 위한 계획을 구체화 할 수 있다. 1. 서비스 제공 모델별 특성을 바탕으로 프로토타입 제작을 위한 모델링을 할 수 있다. 2. 프로토타입의 시각적 이미지 등을 포함한 다양한 디자인 요소들을 제작하고 시뮬레이션 할 수 있다.
9. 서비스·경험디자인 시나리오 개발 0802010619_17v3	1. 서비스·경험 시나리오 계획·제작		1. 서비스 이해관계자에게 기본적으로 제공할 서비스 시나리오를 계획할 수 있다. 2. 시나리오에 가상 사용자의 특정 상황들을 구성할 수 있다. 3. 시나리오에 신규 서비스를 기반으로 한 특정 상황들을 구성할 수 있다. 4. 서비스 스토리보드를 제작할 수 있다. 5. 새로운 서비스가 지닌 잠재적 문제들을 찾아내어 타당성을 검토하고 개선방향을 도출할 수 있다.

실기과목명	주요항목	세부항목	세세항목
10. 서비스·경험디자인 모델 개발 0802010622_17v3	1. 서비스·경험 결과물 제시		<ol style="list-style-type: none"> <li>최종 서비스·경험 모델을 종합하여 문서화할 수 있다.</li> <li>사용성을 고려하여 설계된 콘텐트를 구체적이고 통합적 개념의 서비스·경험 블루프린트로 작성할 수 있다.</li> <li>사용자 경험에 따른 반응, 시간, 행동을 시각화하여 서비스의 변화를 예측, 서비스·경험 로드맵을 제시할 수 있다.</li> <li>서비스·경험 아이디어 포트폴리오를 작성할 수 있다.</li> </ol>
11. 서비스·경험디자인 프로젝트 완료 0802010608_17v3	1. 완료보고서 작성		<ol style="list-style-type: none"> <li>과제 기획부터 최종 결과물까지 각 단계별 결과를 문서로 정리할 수 있다.</li> <li>프로젝트 완료보고서를 위해 정리된 문서를 축약·편집하여 작성할 수 있다.</li> </ol>
12. 디자인 자료화 0802010109_15v2	1. 데이터베이스 관리하기		<ol style="list-style-type: none"> <li>서비스 운영을 위한 최종 파일과 결과물을 데이터베이스화할 수 있다.</li> <li>서비스 제공 관계자들과 결과물을 체계적으로 공유 및 보존할 수 있다.</li> </ol>
13. 서비스·경험디자인 사후관리 0802010609_17v3	운영방안 제시		<ol style="list-style-type: none"> <li>향후 연계되는 과제 개발에 참조 할 수 있도록 위해 각 단계별 작업 결과물을 정해진 규칙에 따라 분류·보존·폐기 할 수 있다.</li> <li>서비스 유지 요인을 파악하고, 하자 및 오류 발생시 보수방안을 제시할 수 있다.</li> </ol>

# 필기시험

필기시험에서 제시된 기출문제들은 디자인에 대한 폭넓은 기초 지식에서부터 서비스·경험디자인에 특화된 방법론과 프로젝트 실행까지 전문가로서 갖추어야 할 정보와 소양에 대한 평가를 목적으로 하고 있다. 이를 위하여 필기시험에서는 서비스·경험디자인이 실행되는 과정을 기획·설계, 조사·분석, 전략수립, 개발·운영의 4개 교과목으로 구분하여 평가하고 있다.

기획·설계에서는 디자인과 디자인씽킹, 서비스디자인, 경험디자인, 사용자 인터페이스의 정의와 이해를 바탕으로 서비스·경험디자인 프로젝트를 준비하고 계획을 수립하는 실무적 지식을 묻고 있다. 조사·분석에서는 마케팅과 경영, 디자인 리서치에서 이루어지는 다양한 방법론을 비롯해, 특히 인터뷰와 관찰의 질적 연구 방법 및 서비스·경험디자인에 특화된 조사 방법과 실행 프로세스를 이해하는 것이 중요하다. 전략수립에서는 서비스 산업에 대한 특성을 바탕으로 페르소나, 여정 분석, 이해관계자 분석, 공동창작 워크숍, 서비스 프로토타입 등 서비스·경험디자인 개발의 전 과정을 이해하고 활용하는 역량을 측정하고 있다. 개발·운영에서는 블루프린트, 비즈니스 모델 캔버스 등의 최종 디자인 결과물의 전달과 평가, 권리화, 관리 등에서 요구되는 실행 방법을 알고 응용하는 역량이 중요하다.

기사시험을 준비하기 위해서는 ‘서비스·경험디자인 이론서’를 바탕으로 서비스·경험디자인 분야의 역사와 다양한 용어와 기초 지식, 방법론을 명확하게 이해하는 것이 중요하다. 또한 서비스·경험디자인의 프로젝트 사례를 통하여 제시되는 디자인의 실질적인 실행과 운용의 필수적인 방법과 프로세스를 학습하는 것이 필요하다. 서비스·경험디자인 분야는 학제적인 특성을 가지고 있기 때문에 연계된 기술과 HCI, 경영의 최신 트렌드를 파악하고, 기술과 산업의 변화에 맞춰 비즈니스 현장의 새로운 지식에 대해서도 미리 대비하는 것도 중요하다. 마지막으로 사회적으로 요구되는 서비스·경험디자인 분야에 대해 관심을 가지고 다양한 프로젝트의 사례를 탐구하는 것이 필요하다.

# 서비스·경험디자인 기획설계

# 01.

디자인 일반

1회 기초 하

다음 중 디자인의 개념에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 디자인은 심미적, 창조적 측면의 예술적 특성이 가장 중요하다.
- ② 디자인은 디자인 프로세스라는 활동과 그 활동의 결과물로서 의미가 있다.
- ③ 디자인은 문제해결, 창조적, 체계적 활동이자 다양한 영역의 조화를 이루는 활동이다.
- ④ 디자인의 단어 정의는 그리는 것과 의도하는 것을 동등한 의미로 모두 내포하고 있다.

정답: ①

심미적, 창조적 측면의 예술적 특성은 디자인 개념의 일부 내용이지 가장 중요한 점은 아니다.

# 03.

정의

1회 기초 하

다음 중 디자인씽킹에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 디자인씽킹은 디자이너처럼 사고하는 방식이다.
- ② 디자인씽킹은 디자인 방법론을 통해 문제를 해결하도록 방향성을 제시한다.
- ③ 디자인씽킹은 사람들의 요구를 이해하고 발견한 인사이트를 중심으로 문제를 해결하고자 반복해서 노력한다.
- ④ 디자인씽킹은 인간의 감성과 이미지를 물리적인 디자인 요소로 해석하여 구체적인 제품으로 실현해내는 공학적인 접근 방법이다.

정답: ④

④번의 설명은 감성공학에 대한 설명이다.

# 02.

디자인 일반

2회 기초 중

다음 중 로널드 메이스(Ronald Mace)가 제시한 유니버설 디자인의 7가지 원칙에 해당하지 않는 것은?

- ① 시스템 이미지(System Image)
- ② 오류의 허용력(Tolerance for Error)
- ③ 인지하기 쉬운 정보(Perceptive Information)
- ④ 접근과 사용이 용이한 규격과 공간(Size and Space for Approach and Use)

정답: ①

로널드 메이스가 제시한 유니버설 디자인의 일곱 가지 원칙은 공평성(Equitable), 사용상의 융통성(Flexibility in Use), 간결성과 직관성(Simple and Intuitive), 인지하기 쉬운 정보(Perceptive Information), 오류의 허용력(Tolerance for Error), 적은 신체적 노력(Low Physical Effort), 접근과 사용이 용이한 규격과 공간(Size and Space for Approach and Use)이다.

# 04.

정의

1회 기초 하

다음 설명에 해당하는 디자인씽킹 프로세스의 단계는?

소비자, 고객에게 필요한 해결과제가 무엇인가를 찾아내어 프로젝트 또는 비즈니스의 목표를 수립하는 단계이다.

- ① 공감(Empathize) 단계
- ② 문제 정의(Define) 단계
- ③ 아이디어 도출(Ideate) 단계
- ④ 테스트(Test) 단계

정답: ②

문제 정의(Define) 단계는 공감 단계에서 소비자, 고객에 대한 이해를 바탕으로 인사이트를 도출하여 과연 이들에게 필요한 해결과제가 무엇인가를 찾아내고 목표를 수립하는 단계이다.

## 05.

1회

응용

하

정의

다음 중 디자인씽킹, 서비스디자인과 경험디자인에 공통으로 해당하는 특징으로 옳은 것을 <보기>에서 고른 것은?

<보기>

- ① 공동창작 ⑤ 맥락적 공감 ⑦ 문제 정의
- ② 사용자 경험 ⑥ 제공자 중심 ⑧ 특정 분야

- ① ①, ②, ③, ④
- ② ①, ②, ④, ⑧
- ③ ②, ③, ④, ⑦
- ④ ②, ③, ④, ⑧

**정답: ①**

디자인씽킹은 사용자와 수요자를 중심에 둔다는 특징이 있으므로 ④ 제공자 중심은 해당되지 않으며, 디자인씽킹, 서비스디자인, 경험디자인 3가지 모두 불명확한 문제를 정의하고 다양한 영역의 문제를 다룬다는 점에서 ⑧ 특정 분야를 다룬다는 설명은 해당되지 않는다.

## 06.

2회

기초

하

정의

다음 중 서비스디자인에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 서비스디자인은 기업이 고객의 요구를 종합적이고 깊이 있게 이해하기 위한 방법이다.
- ② 서비스디자인은 여러 분야에서 사용하는 다양한 방법과 도구를 결합한 학제적 접근법이다.
- ③ 서비스디자인은 사용자에게 총체적인 서비스를 제공하기 위한 시스템과 프로세스를 디자인한다.
- ④ 서비스디자인은 고객이 서비스를 통해 경험하게 되는 모든 유·무형의 요소 및 경로에 대해 기업 중심의 맥락적인(Contextual) 리서치 방법을 활용한다.

**정답: ④**

서비스디자인은 고객이 서비스를 통해 경험하게 되는 모든 유·무형의 요소 및 경로에 대해 고객 중심의 맥락적인(Contextual) 리서치 방법을 활용한다.

## 07.

3회

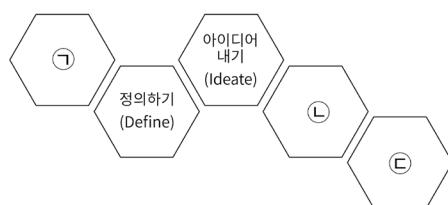
기초

중

정의

다음 <그림>은 스탠포드 대학의 D. School에서 개발한 디자인씽킹 프로세스이다. ①~⑤에 들어갈 알맞은 말을 옳게 짹 지은 것은?

<그림>



- | ①                       | ②                         | ③                   |
|-------------------------|---------------------------|---------------------|
| ① 공감하기<br>(Empathize)   | 프로토타입 만들기<br>(Prototype)  | 평가하기<br>(Test)      |
| ② 관찰하기<br>(Observation) | 실험하기<br>(Experimentation) | 발전하기<br>(Evolution) |
| ③ 발견하기<br>(Discover)    | 개발하기<br>(Develop)         | 전달하기<br>(Deliver)   |
| ④ 경청하기<br>(Hear)        | 창작하기<br>(Create)          | 전달하기<br>(Deliver)   |

정답: ①

스탠포드 대학의 D. School에서 개발한 디자인씽킹 프로세스는 공감하기(Empathize)  
- 정의하기(Define) - 아이디어 내기(Ideate)  
- 프로토타입 만들기(Prototype) -  
평가하기(Test)이다.

## 08.

1회

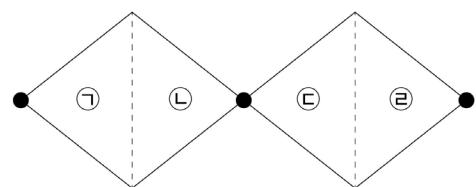
기초

하

프로세스와 방법론

다음 <그림>은 영국 디자인협의회(Design Council)의 더블 디아몬드 모델이다. 빈칸 ①~⑤에 들어갈 알맞은 말을 차례대로 옳게 짹 지은 것은?

<그림>



- | ①                   | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ |
|---------------------|---|---|---|---|---|
| ① 개발 - 발견 - 정의 - 전달 |   |   |   |   |   |
| ② 발견 - 개발 - 정의 - 전달 |   |   |   |   |   |
| ③ 발견 - 정의 - 개발 - 전달 |   |   |   |   |   |
| ④ 정의 - 발견 - 개발 - 전달 |   |   |   |   |   |

정답: ③

더블 디아몬드 프로세스는 발견(Discover)  
- 정의(Define) - 개발(Develop) - 전달  
(Deliver)이다.

## 09.

프로세스와 방법론

1회 응용 중

다음 중 서비스디자인의 질적 연구 방법론에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 데이터의 신뢰성을 검증하고 연구자의 해석을 개입하지 않는다.
- ② 발견 단계에서 질적 연구에 해당하는 방법론을 집중적으로 사용한다.
- ③ 사용자의 맥락과 환경에 몰입하여 공감하고 관찰하는 방법을 포함한다.
- ④ 질적 연구의 자료는 주로 서술적 기록인 언어로 도출된다.

정답: ①

질적 연구에는 연구자의 프로그램을 활용해 데이터의 신뢰성을 검증하는 양적 연구와 달리 해석이 많이 개입된다.

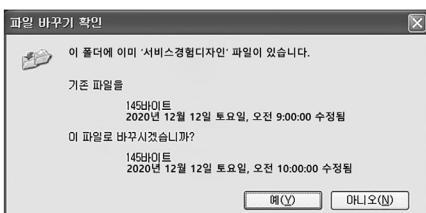
## 10.

프로세스와 방법론

1회 응용 하

다음 <그림>은 확인 메시지의 사용성을 고려하여 디자인한 것이다. 이에 해당하는 사용성의 속성 중 옳은 것은?

<그림>



- ① 개인화(Personalization)
- ② 오류 예방(Error Prevention)
- ③ 유연성(Flexibility)
- ④ 일관성(Consistency)

정답: ②

사람들이 오류를 저지를 수 있는 사항을 미연에 제거하거나 줄여 실수를 사전에 방지하는 속성을 오류 예방(Error prevention)이라고 한다.

## 11.

프로세스와 방법론

2회 기초 하

다음은 영국 디자인협의회(Design Council)가 제시한 더블 다이아몬드 모델(Double Diamond Model)에 관한 내용이다. 설명 내용에 해당하는 단계는?

- 아이디어를 분석하고 일정한 패턴이나 주제를 도출해 낸다.
- 어떤 문제에 집중해야 하고 어떤 방향으로 나아갈지 고려하는 단계이다.
- 이 단계의 산출물로는 수집한 자료에 대한 해석 및 프레임워크, 다양한 기회 영역, 해결하고자 하는 문제, 집중하고자 하는 기회 그리고 만들고자 하는 콘셉트 브리프가 있다.

① 개발하기

② 발견하기

③ 전달하기

④ 정의하기

정답: ④

정의하기는 발견하기에서 나온 아이디어를 분석하고 일정한 패턴이나 주제를 도출해 낸 뒤 어떤 문제에 집중해야 하고 어떤 방향으로 나아가야 할지 정하는 과정이다.

## 12.

프로세스와 방법론

2회

응용

하

다음 <그림>의 설명에 해당하는 용어로 옳은 것은?

<그림>



둥근 원통형의 물체는 돌린다.



튀어나온 손잡이는 잡아당긴다.



작은 버튼은 손으로 누른다.

- ① 넛지(Nudge)
- ② 인지 부조화(Cognitive Dissonance)
- ③ 조작 어포던스(Manual Affordance)
- ④ 콘튜어 바이어스(Contour Bias)

**정답: ③**

도널드 노먼은 겉모습만 보고 어떻게 조작해야 하는지 직관적으로 알 수 있는 것을 조작 어포던스(Manual Affordance)라고 정의하였다.

## 13.

프로세스와 방법론

3회

응용

하

다음에서 설명하는 서비스의 특성으로 옳은 것은?

수업을 하나의 서비스로 본다면 교수는 서비스의 제공자이고 학생은 서비스의 사용자이다. 교수와 학생 중 한 쪽이라도 존재하지 않는다면 수업이라는 서비스는 진행할 수 없을 것이다.

- ① 불가분성(Inseparability)
- ② 사용성(Usability)
- ③ 소멸성(Perishability)
- ④ 이질성(Heterogeneity)

**정답: ①**

서비스의 제공자와 사용자는 분리될 수 없으며 서비스를 제공하기 위해서는 서비스의 제공과 사용이 같은 시점에서 이루어져야 한다는 특성을 불가분성(Inseparability)이라고 한다.

## 14.

프로세스와 방법론

3회 기초 하

다음 설명에 해당하는 서비스디자인의 접근 방식은?

왜 사무실에서 동료와 대화하기보다 메신저로 채팅하기가 편할까요?

사무실의 분위기에 따라 다르겠지만, 사적인 대화나 비밀스러운 대화를 사무실에서 하는 것은 쉽지 않다. 이때 메신저만큼 유용한 커뮤니케이션 도구는 없다. 잡담을 하고 있으면 상사의 눈치가 보이지만, 메신저로는 조용하게 업무도 처리할 수 있고 마음 속 이야기도 나눌 수 있으며, 필요한 정보도 비교적 쉽고 빠르게 얻을 수 있다.

회사 동료를 메신저에서 대할 때 좀 더 친절해지는 경향이 있다. 한 번도 만난 적이 없더라도 메신저를 통해 업무상 필요한 내용을 물어보고 답할 수 있다. 일방적인 소통이 이루어지는 이메일에서는 행간의 의미를 파악하기가 어렵지만 메신저는 그렇지 않다. 이모티콘으로 자신의 감정도 쉽고 빠르게, 예의 바르게 상대방에게 전달할 수도 있다. 동료와 직접 대화할 때와 달리 메신저를 이용하면 주변을 신경 쓸 필요 없이 조용하게 대화할 수 있다. 이러한 점들로 인해 대화 수단으로 메신저를 선호할 수밖에 없다.

- ① 공동창작(Co-creation)
- ② 맥락적 조사(Contextual Inquiry)
- ③ 반복적 실행(Iterative Process)
- ④ 빠른 시각화(Rapid Visualization)

정답: ②

맥락적 조사는 사용자 중심 디자인의 정성조사 방법론으로, 사용자의 공간에 들어가 사용자의 행동을 관찰하고 때로는 인터뷰를 활용하여 사용자를 맥락적으로 이해하는 과정을 통해 숨겨진 요구사항을 파악하는 방법이다. 위의 설명은 사용자가 처한 환경과 상황, 내적 심리에 따라 커뮤니케이션을 위한 채널과 도구를 선택하는 상황을 나타내므로, 서비스의 맥락적 디자인이 필요한 상황이다.

## 15.

요구사항 파악

1회 용용 하

다음 중 서비스·경험디자인 프로젝트의 요구사항을 파악하기 위한 내용으로 옳지 않은 것은?

- ① 제품 또는 서비스의 내부 목표와 외부 요구를 명시해야 한다.
- ② 제품 또는 서비스의 대상 고객을 설정하기 위해 사용자의 세분화와 사용자 연구가 필요하다.
- ③ 프로젝트 전략 문서는 내부 참여자 모두가 숙지하여 업무 진행과 결정을 원활히 할 수 있도록 한다.
- ④ 제품 또는 서비스의 브랜드 정체성은 시장에서 자연스럽게 만들어지는 것이므로 이 단계에서 고려할 필요가 없다.

정답: ④

제품 또는 서비스의 개념적인 연상이나 감성적 반응을 예측할 때에는 전략적 차원에서 브랜드 정체성을 미리 고려해야 한다.

## 16.

요구사항 파악

1회 기초 하

서비스·경험디자인 발견 단계에서 소비자와 고객의 니즈를 파악하기 위한 방법으로 옳은 것만을 <보기>에서 모두 고른 것은?

<보기>

- |           |            |
|-----------|------------|
| ① 서비스 사파리 | ② 서비스 청사진  |
| ③ 설문조사    | ④ 이해관계자 지도 |
| ⑤ 인터뷰     | ⑥ 일상 기록    |

- ① ①, ②
- ② ①, ③, ④
- ③ ①, ②, ⑤, ⑥
- ④ ①, ②, ③, ④, ⑤

정답: ③

서비스 청사진은 문제 발견과 솔루션 생성을 위해 작성하며, 이해관계자 지도는 정의 단계에서 핵심 소비자와 고객과 연관된 다양한 이해관계를 분석하는 방법이다.

## 17.

수행계획 수립

2회

기초 중

다음 중 간트(Gantt) 차트에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 활동 간의 상호 연관성을 보여 주기 용이하므로 규모가 크고 복잡한 프로젝트에 적합하다.
- ② 프로젝트를 별개의 활동으로 세분화하여 관리에 필요한 예측을 가능하게 하며 보기 쉽고, 이해하기 쉽다.
- ③ 활동의 수행 시간이 시간표에 선으로 표시되며 프로젝트가 계획대로 진행되고 있는지 확인하는 데 유용하다.
- ④ 프로젝트 관리자가 차트를 작성하는 과정에서 활동 일정과 필요 자원에 대해 세밀하게 생각할 수 있도록 도와준다.

정답: ①

간트 차트는 활동 간의 상호 연관성을 대해 분명히 보여 주지 못하기 때문에 규모가 크고 복잡한 프로젝트에는 부적합하다.

## 18.

과제 관리체계 수립

1회

용용 하

다음 중 디자인 리서치 수행 시 개인정보보호에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 개인정보의 익명 처리가 가능한 경우에는 익명으로 처리한다.
- ② 리서치 대상자가 누구인지 추측할 수 있는 세부 데이터를 사용하지 않는다.
- ③ 개인정보 처리 목적과 위험 요소는 보안상 명확하게 알려 주지 않아도 된다.
- ④ 개인정보 처리 목적에 부합하는 범위에서 최소한의 개인정보만을 적법하고 정당하게 수집해야 한다.

정답: ③

개인정보 처리자는 개인정보의 처리 목적을 명확하게 하여야 하고, 해당 리서치의 주제와 목적, 이익과 위험 요소에 관해 설명해야 한다.

## 19.

과제 관리체계 수립

2회

기초 하

다음은 개인정보보호법령 및 지침에 명시된 OECD 프라이버시 8원칙에 대한 내용이다. ①~⑧에 들어갈 알맞은 말을 옮겨 나열한 것은?

OECD 프라이버시 8원칙		개인정보 보호 원칙
1원칙	( ① )의 원칙	사생활 침해를 최소화하는 방법으로 처리, 익명처리의 원칙
2원칙	정보 ( ② )의 원칙	처리 목적 내에서 ( ② ), 완전성, 최신성 보장
3원칙	목적 명확화의 원칙	처리 목적의 명확화
4원칙	( ④ )의 원칙	목적 범위 내에서 적법하게 처리, 목적 외 활용 금지
5원칙	안전성 확보의 원칙	권리침해 가능성 등을 고려하여 안전하게 관리
6원칙	( ⑥ )공개의 원칙	개인정보 ( ⑥ )등 공개
7원칙	정보주체 참여의 원칙	열람청구권 등 정보주체의 권리 보장
8원칙	책임의 원칙	개인정보 처리자의 책임 준수

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧

- |        |     |      |      |
|--------|-----|------|------|
| ① 수집제한 | 투명성 | 이용제한 | 안전지침 |
| ② 정보공개 | 정확성 | 수집제한 | 처리방침 |
| ③ 수집제한 | 정확성 | 이용제한 | 처리방침 |
| ④ 정보공개 | 투명성 | 수집제한 | 안전지침 |

정답: ③

OECD 프라이버시 8원칙		개인정보 보호 원칙
1원칙	(수집제한)의 원칙	사생활 침해를 최소화하는 방법으로 처리, 익명처리의 원칙
2원칙	정보 (정확성)의 원칙	처리 목적 내에서 (정확성), 완전성, 최신성 보장
3원칙	목적 명확화의 원칙	처리 목적의 명확화
4원칙	이용제한의 원칙	목적 범위 내에서 적법하게 처리, 목적 외 활용 금지
5원칙	안전성 확보의 원칙	권리침해 가능성 등을 고려하여 안전하게 관리
6원칙	(처리방침)공개의 원칙	개인정보 (처리방침) 등 공개
7원칙	정보주체 참여의 원칙	열람청구권 등 정보주체의 권리 보장
8원칙	책임의 원칙	개인정보 처리자의 책임 준수

# 20.

설문 설계 및 완성

1회

응용

하

다음 중 설문조사에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 온라인 설문조사가 모든 조사 대상자에게 가장 적합하다.
- ② 설문조사에서 나온 정량적인 데이터는 정성적 리서치를 보완한다.
- ③ 설문조사의 질문은 질문자의 의도를 추측할 수 있도록 만들어야 한다.
- ④ 설문조사는 고객 세분화나 사용자 모델의 적합성을 확인하기 위한 목적으로 사용하지 않는다.

**정답: ②**

설문조사는 질문자의 의도를 추측하게 만드는 질문을 하지 않아야 하며, 고객 세분화나 사용자 모델의 적합성을 확인하기 위해 사용한다.

# 사용자 조사·분석

## 21.

1회      응용      하

데스크 리서치

다음 사례에서 A 기업이 실시한 조사분석 기법은?

A 기업은 경쟁이 심한 업계에서 해당 회사의 위치를 규정하기 위해 이 기법을 실시하였다. 그 결과 강점으로는 중서부 지역에서 시장 지배력이 강하다는 점이, 약점으로는 높은 인쇄물 의존도 및 경쟁사 대비 적은 외국 지분 문제 등이 지적되었다. 또한 최근 정부가 해당 지역에 스마트 신도시가 건설된다고 발표하였으며, 외국과의 실시간 소통이 원활한 온라인 정보통신 도시 건설 방향이 수립되었음을 발견하였다.

- ① 4D      ② 4P      ③ IPO      ④ SWOT

**정답: ④**

SWOT 분석은 강점(Strength), 약점(Weakness), 기회(Opportunity), 위협(Threat)의 머리글자를 모아 만든 단어로, 경영 전략을 수립하기 위한 분석 도구이다.

## 22.

2회      기초      하

데스크 리서치

다음 중 데스크 리서치에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 소설 미디어를 통한 자료 수집은 전문적이고 신뢰할 만한 공신력 있는 정보를 수집하는 데 적합하다.
- ② 데스크 리서치는 사용자의 잠재적인 가치와 의견, 명시적이거나 잠재적인 정보를 수집하기에 적합하다.
- ③ 데스크 리서치는 서비스와 이해관계자들의 연결 관계를 파악하고, 그들의 요구 사항과 동기를 시각화하기 위한 방법이다.
- ④ 데스크 리서치는 대상 서비스에 대한 문헌 조사를 바탕으로 대상 서비스가 놓여 있는 맥락적 상황을 파악하는 것을 목표로 한다.

**정답: ④**

전문적이고 신뢰할 수 있으며 공신력 있는 정보를 수집하는 데는 출판물을 통한 자료 수집이 적합하다.

심층 인터뷰(In-depth Interview)는 인터뷰 시간이 길고 사용자 맥락이 포함된 인터뷰로, 사용자의 의견, 잠재적 정보, 상호작용, 아이디어를 발견하기 좋은 방법이다.

서비스와 이해관계자들의 연결 관계를 파악하고, 그들의 요구 사항과 동기를 시각화하기 위한 방법은 이해관계자 조사이다.

문헌 조사는 전문가 인터뷰를 위한 질문 작성에 유용할 뿐 아니라 제품의 특성을 이해하는 데 적합하며, 사용자 조사에서 얻어진 자료를 분석할 때도 중요한 밑거름이 된다.

## 23.

환경 현황 조사

1회 기초 하

다음에서 설명하는 조사 기법으로 옳은 것은?

연구원 A는 회사에서 새롭게 시작하는 인공지능 프로젝트를 맡게 되었다. 우선 그는 짧은 시간 내 과제 기획서 작성이 필요하여, 해당 분야에서 저명한 B를 만나 관련 분야 시장과 사전 연구 사례에 대해 소개받을 수 있었고, 프로젝트 진행을 위한 고견을 들을 수 있었다.

- ① 맥락적 조사(Contextual Inquiry)
- ② 심층 인터뷰(In-depth Interview)
- ③ 전문가 인터뷰(Expert Interview)
- ④ 휴리스틱 평가(Heuristic Evaluation)

**정답: ③**

전문가 인터뷰(Expert Interview)는 기술, 비즈니스, 사용자, 문화, 정책 등 다양한 분야의 연구에서 활용할 수 있으며 과거와 현재의 사실뿐 아니라 미래를 예측하는 데도 유용하다.

## 24.

사용자 유형 이해

2회 기초 중

다음 중 사용자 분류에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 사용자의 태도, 동기, 선호도, 만족도는 심리적 특성 지표에 해당한다.
- ② 사용자의 유형을 해당 서비스 경험에 따라 세분화하는 것은 사용자의 행동 변수 기준에 따른 것이다.
- ③ 대상 서비스의 사용자 유형 특성을 파악하려면 가장 중요하다고 판단되는 분류 기준 2개를 선정하여 이를 두 축으로 한 4사분면의 좌표 위에 대상자 그룹을 배치하면 된다.
- ④ 사용자 유형 분류는 서비스를 사용하는 사람은 누구이며, 어떠한 요구 사항을 가지고 있고, 그들에게 어떠한 가치를 제공해야 하는가를 판단하는 기준을 마련하기 위해 사용한다.

**정답: ②**

사용자의 유형을 이용 행태에 따라 세분화하는 것은 서비스 관련 변수 기준에 따른 것이다.

## 25.

관찰조사 설계

1회 응용 하

다음 중 사업 서비스에 관여하는 이해관계자(Stakeholder) 조사분석에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 현재 상황에서 가치를 만들어 내는 데 참여하고 있는 모든 주체가 포함된다.
- ② 사용자(User)와 이해관계자(Stakeholder)의 연결 관계를 파악하고 그들의 요구사항과 동기를 시각화한다.
- ③ 서비스 추진 계획 수립과 합의 도출을 위해 이해관계자 간의 상호작용 내용 조사를 토대로 이해관계 구조 및 편의를 분석한다.
- ④ 이해관계자의 요구사항 분석을 수행하는 단계의 서비스 가치 흐름도(Value Stream Map)에 재화(Money) 가치는 표시하지 않는다.

**정답: ④**

서비스 가치 흐름도에 표시하는 재화(Money) 이외에도 해당 이해관계자가 가치 있다고 여기는 것을 함께 표시하도록 한다.

## 26.

관찰조사 설계

1회 응용 하

다음 중 비디오 에스노그래피(Video Ethnography)의 진행 방식으로 옳지 않은 것은?

- ① 참가자가 스스로 녹화하는 방식으로 진행될 수도 있다.
- ② 사전에 작성된 내용에 따라 질문하고 인터뷰 중 질문 내용 변경은 피한다.
- ③ 비디오 에스노그래피는 영상 에스노그래피(Visual Ethnography) 분야에서 차용된 방식이다.
- ④ 녹화를 위한 가이드라인을 만들어 허락을 받은 다음 비디오를 녹화하고 추후 분석에 활용한다.

**정답: ②**

리서치의 목표를 설정하고 인터뷰가 흘러가는 대로 방향을 적절히 조정해야 한다.

## 27.

관찰조사 설계

2회

응용

하

다음에서 기술한 관찰 방법에 대한 설명으로 옳은 것은?

대형 아파트 단지의 배달 서비스를 개선하기 위한 서비스디자인 프로젝트 연구원인 디자이너 홍길동은 최근 1달 동안 대상 아파트 인근 지역의 음식 배달원으로 직접 일하면서 서비스 접점에서 일어나는 여러 가지 문제점을 파악하였다.

- ① 쉐도잉(Shadowing)
- ② 사용자 다이어리(User Diary)
- ③ 참여 관찰(Participant Observation)
- ④ 탐문(Obtaining Information)

정답: ③

참여 관찰은 사람들의 상황과 행동을 제대로 이해하기 위해 직접 어떤 활동이나 환경, 문화, 하위문화 등의 일원이 되어 참여해 보는, 몰입적이며 민족지학적인 방법이다.

## 28.

관찰조사 설계

3회

응용

하

다음 <보기>의 온라인 에스노그래피 수행 과정을 순서대로 옳게 나열한 것은?

<보기>

- ① 객관적으로 보고 듣는 것을 기록한다.
- ② 정보 수집에 필요한 법적 동의 내용을 확인한다.
- ③ 연구 수행에 적합한 온라인 커뮤니티를 결정한다.
- ④ 구체적인 질문이나 발견하고자 하는 것을 정의한다.
- ⑤ 다른 연구자가 동일한 연구를 수행한 경우 결과를 비교한다.

- ① ① → ② → ③ → ④ → ⑤
- ② ② → ① → ③ → ④ → ⑤
- ③ ③ → ② → ① → ④ → ⑤
- ④ ④ → ② → ① → ③ → ⑤

정답: ④

## 29.

관찰조사 설계

3회

응용

중

다음은 지자체에서 수행한 서비스디자인 프로젝트 사례이다. 서비스디자인 팀이 선택할 수 있는 사용자 관찰 방법으로 옳은 것을 <보기>에서 고른 것은?

20~30대 1인 가구가 증가하면서 각 지자체에서 그들을 대상으로 한 정책 개발을 위해 많은 연구를 진행하고 있다. 한 지자체의 복지 담당 부서는 20~30대 1인 가구의 복지 사각지대 문제 해결을 목표로 세우고, 서비스디자인 프로젝트를 진행하기로 하였다. 프로젝트를 맡은 서비스디자인 팀은 1인 가구 중 20~30대 사용자를 모집하여 그들이 직접 참여하는 관찰 조사를 진행하여 문제점을 찾아보기로 계획하였다.

<보기>

- ① 다이어리 연구(Diary Studies)
- ② 문화적 프로브(Cultural Probes)
- ③ 미스터리 워킹(Mystery Working)
- ④ 서비스 사파리(Service Safari)
- ⑤ 크라우드 소싱(Crowd Sourcing)
- ⑥ 행위 매핑(Behavior Mapping)

- ① ①, ②, ④
- ② ②, ③, ④
- ③ ②, ③, ⑤
- ④ ①, ②, ③, ⑤

정답: ①

사용자가 직접 참여하는 관찰조사는 다이어리 연구, 문화적 프로브, 크라우드 소싱이다.

## 30.

1회 사용자 관찰조사

응용 중

다음 설명에 해당하는 모델은?

- 사용자의 인지적인(Cognitive) 측면을 주로 다룬다.
- 사용자의 경험과 기억, 지식, 학습에 따라 형성되고 변화하는 특징이 있다.
- 사용자가 타인, 제품, 서비스, 환경 등과 상호작용하는 의사결정의 주요한 모형이다.

- 개념 모델(Conceptual Model)
- 멘탈 모델(Mental Model)
- 페르소나 모델(Persona Model)
- 행동 모델(Behavior Model)

정답: ②

사용자의 상호작용에 초점을 두어 의사결정에서 주요하게 활용하는 인지적 모형을 멘탈 모델이라고 한다.

## 31.

2회 면접조사 설계

응용 중

다음 중 인터뷰의 질문 형식에 관한 설명으로 옳은 것은?

- 폐쇄형 질문은 연구의 초기 단계에서 응답의 범위를 파악하는 데 도움이 되어 탐색적 연구나 예비 조사에 유용하다.
- 폐쇄형 질문은 비교적 자유로운 의견 수렴이 가능하여, 예상하지 못한 문제를 발굴하거나 새로운 정보를 얻을 수 있다.
- 개방형 질문은 서로 다른 응답자들의 반응을 비교하기 쉽고, 응답자들이 제공하는 반응의 의미를 정확하게 파악할 수 있다는 장점이 있다.
- 개방형 질문은 응답자에게 많은 심적 부담을 주고 응답의 해석에 편견이 개입될 소지가 있으며 시간이 오래 걸려 폐쇄형 질문보다 무응답률이 높다는 단점이 있다.

정답: ④

폐쇄형 질문은 서로 다른 응답자들의 반응을 비교하기 쉽고, 응답자들이 제공하는 반응의 의미를 정확하게 파악할 수 있다는 장점이 있다.

## 32.

면접조사 설계

2회

기초

하

다음 <보기>의 사용성 평가와 관련한 연구 및 조사 윤리에 대한 설명 중 옳은 것을 모두 고른 것은?

<보기>

- 연구자는 인간 대상 연구와 관련한 사항을 기록·보관하여야 한다.
- 직접 연구 대상자를 만나지 않고 개인정보를 사용하는 연구라 하더라도 임상시험심사위원회 승인을 받아야 한다.
- 인간 대상 연구에도 불구하고 연구 대상자 및 공공에 미치는 위험이 미미하다고 연구자가 판단할 때에는 임상시험심사위원회 심의를 면제할 수 있다.
- 라디오, 텔레비전, 신문, 전단지 등 대중매체를 통해 사용성 평가 대상자를 모집하는 경우에만 임상시험심사위원회(Institution Review Board: IRB)의 사전 심의를 거쳐야 한다.

① ①

② ①, ④

③ ①, ④, ②

④ ①, ④, ②, ③

정답: ②

인간 대상 연구라 하더라도 연구 대상자 및 공공에 미치는 위험이 미미하다고 판단되는 경우로서 국가위원회의 심의를 거쳐 보건복지부령으로 정한 기준에 맞는 연구는 임상시험심사위원회 심의를 면제할 수 있다. 어떠한 경우든 대상자 모집 공고를 내는 경우 사전에 임상시험심사위원회(Institution Review Board: IRB)의 사전 심의를 거쳐야 한다.

## 33.

2회

응용

면접조사 설계

하

다음 설명에 해당하는 인터뷰 방법은?

실내 공연 문화서비스 개선을 위한 프로젝트를 수행하는 연구팀은 공연 기획 전문가의 의견을 반영하기로 결정하고 인터뷰 계획을 세웠다. 원활한 인터뷰 진행을 위해 인터뷰 담당자는 사용성 평가에서 도출된 인사이트를 기반으로 개선이 요구되는 부분을 중심으로 미리 질문할 내용을 정리하였다. 인터뷰 현장에 도착한 인터뷰 담당자는 녹음 장비를 켜고 미리 준비된 질문지에 따라 인터뷰를 진행하였다. 그런데 인터뷰 도중 전문가의 답변으로부터 미처 발견하지 못한 기획자 관점에서의 중요한 인사이트를 발견하게 되었다. 인터뷰 담당자는 준비된 질문이 없음에도 불구하고 이러한 이슈가 다른 이해관계자들이나 서비스 제공에 어떠한 영향을 미칠지 심도 있는 인터뷰를 이어나갔다. 인터뷰 담당자가 융통성 있게 대처한 덕분에 이번 프로젝트에서 중요한 이슈를 놓치지 않을 수 있었다.

- ① 구조적 인터뷰
- ② 반구조적 인터뷰
- ③ 비구조적 인터뷰
- ④ 표준화 인터뷰

### 정답: ②

반구조적 인터뷰(준표준화 면접, Semi-standardized interview)는 주제와 내용 등을 표준화하고 면접 지침을 작성하여 사용되며, 이 지침의 범위 안에서 대체로 질문 순서나 형식 등은 면접자가 재량을 가지고 상황에 따라 융통성 있게 조정할 수 있다.

## 34.

2회

기초

면접조사 설계

중

다음 중 ①에 들어갈 용어로 옳은 것은?

- ( ① )(이)란 항해일지, 여행일기, 실험일지 등을 기록하는 것에 해당하는 용어이다.
- ( ① )자료를 확보하는 이유는 사용성 평가 과정상에서 평가자가 혹시 놓치는 자료를 분석할 수 있도록 하거나, 테스트 참가자에게 부담을 주지 않으면서 사용 과정에서의 정밀한 자료를 얻으려는 때에 사용한다.
- ( ① )자료는 사용 과정에 대한 현상 파악은 가능하지만, 이유는 설명할 수 없다.

- ① 로그(Log)
- ② 조서(Protocol)
- ③ 추적(Tracking)
- ④ 프로브(Probe)

### 정답: ①

로그(Log) 자료란 IT에서 발생되는 모든 행위와 이벤트 정보를 시간에 따라 남기는 기록 데이터를 의미한다. 개별 사용자의 행동들은 로그를 통해 기록하고 이 로그 분석을 통해 사용자의 행동 패턴 등을 분석할 수 있다.

## 35.

3회

기초

하

면접조사 설계

다음은 사용자 조사 수행 시 발생할 수 있는 설문 응답 편향에 대한 사례이다.  
사례에 공통적으로 해당하는 설문 응답 편향으로 옳은 것은?

<사례 1>

'하루에 모바일 기기를 대략 몇 시간 사용하십니까?'라는 질문에 응답자들은 일반적으로 모바일 기기를 장시간 사용하면서도 실제보다 사용 시간을 줄여서 응답하였다.

<사례 2>

여론조사에서는 지지율이 높게 나왔던 유색 인종 후보가 실제 선거에서 여론조사보다 낮은 득표율을 얻었다. 이는 백인 일부가 인종 편견에 대한 시각을 감추기 위해 여론조사에서는 유색 인종 후보를 지지한다고 거짓 진술을 했기 때문이다.

- ① 동조 편향
- ② 사회적 선망 편향
- ③ 우월성 편향
- ④ 집단 편향

**정답: ②**

사회적 선망 편향(Social Desirability Bias)이란 사람들이 사회적 통념 가치를 묻는 질문에 사회규범상 바람직하다고 생각하는 가치에 맞게 대답을 왜곡하여 표현하는 경향을 말한다.

## 36.

2회

기초

중

면접조사 실시

다음 중 사용성 평가 수행 후 이루어지는 통계분석에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 기술통계학은 자료를 표나 그래프로 나타내어 중심 경향도나 산포도와 같은 특성들을 위한 절차들로 구성된다.
- ② 한 변수 혹은 여러 변수가 다른 변수에 미치는 영향력의 크기를 수학적 관계식으로 추정하고 분석하는 방법을 회귀분석이라고 한다.
- ③ 상관계수가 0에 가까워질수록 두 변수 간에 서로 관계가 없으며, 상관계수가 +1, -1에 가까워질수록 두 변수 사이의 관계가 높아진다.
- ④ 대립가설은 현재까지 모집단에 대해 알고 있는 정보를 나타낸 가정이며, 귀무가설은 변화된 모집단에 대해 추측된 정보를 나타낸 가정을 의미한다.

**정답: ④**

귀무가설은 현재까지 모집단에 대해 알고 있는 정보를 나타낸 가정이며, 대립가설은 변화된 모집단에 대해 추측된 정보를 나타낸 가정을 의미한다.

## 37.

3회

응용

FGI 설계

다음 중 ⑦에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

( ㉠ )은(는) 응답에 대한 특정 구조를 제시하지 않고 응답자가 아무런 제약 없이 자유롭게 응답하도록 구성된 질문이다.

- ① 답변을 분석하기가 어렵고 무응답률이 높다.
- ② 시간이 오래 걸리고 표현 능력이 부족한 응답자에게 적용하기 어렵다.
- ③ 응답자에게 심적 부담을 주고 응답의 해석에 편견이 개입될 소지가 있다.
- ④ 문제의 핵심을 파악하고자 하는 연구의 마지막 단계에 한해서만 유용하다.

정답: ④

개방형 질문은 조사자가 표본에 대한 정보를 가지고 있지 않거나 예비 조사 및 탐색적 조사 등 문제 핵심을 파악하고자 하는 연구의 초기 단계에서 유용하며, 폐쇄형 질문 이후에 응답자의 생각을 심도 있게 파악하기 위해 사용하기도 한다.

## 38.

3회

응용

FGI 실시

다음은 실시간 화상회의로 포커스 그룹 인터뷰(FGI)를 진행할 때 퍼실리레이터(Facilitator)가 고려한 내용이다. ⑦~⑩ 중 옳지 않은 것은?

이번 FGI는 대면이 어렵게 되어 부득이하게 실시간 화상회의로 진행하게 되어 진행 시 고려해야 할 사항을 재정리하였습니다.

주제별로 진행하되 ⑦ 주제별로 시간을 정해 놓고 되도록 그 시간을 지키도록 하며, 세션이 시작되면 아이스 브레이킹(Ice Breaking) 차원에서 ⑧ 참가자 모두에게 순서대로 자기소개를 요청하고자 합니다. 빅 마우스(Big Mouth) 사용자가 발언권을 독점하지 않도록 하되, 소극적인 참가자라 할지라도 ⑨ 개인 의견을 1:1 채팅으로 퍼실리레이터에게 전달하지 않도록 합니다. 온라인 화상회의인 만큼 ⑩ 네트워크나 컴퓨터 기술상의 문제로 로그아웃된 참가자의 재입장을 허락하고, ⑪ 녹화나 녹음 등의 기록이 있으면 추후에 동의를 받습니다.

- ① ㉠, ⑩
- ② ㉠, ⑨
- ③ ㉡, ⑩
- ④ ㉡, ⑪

정답: ④

개인 의견을 1:1 채팅으로 퍼실리레이터에게 전달하여 빅 마우스 사용자가 발언권을 독점하지 않도록 하고, 녹화와 녹음을 하기 위해서는 참여자들의 사전 동의를 받아야 한다.

## 39.

심층인터뷰 설계

2회

응용

하

다음에서 수행한 연구 조사 방법에 대한 설명으로 옳은 것은?

인터뷰 시간이 길고 사용자 맥락이 포함된 인터뷰로 사용자의 의견, 잠재적 정보, 상호작용, 아이디어를 발견하기 좋은 방법이다. 자신의 집에서 편안하게 진행되는 인터뷰에서 사람들은 그들의 경험과 개인적 내용을 더 자세하게 설명할 수 있다. 이를 통해 연구자들은 인터뷰 대상자를 더 깊이 이해할 수 있다.

- ① 이 조사 방법은 영상 인류학 분야에서 차용된 방법이다.
- ② 인터뷰는 정해진 질문지와 선택 가능한 답변에 대해 진행한다.
- ③ 조사자와 인터뷰 대상자 간의 상호신뢰 구축을 위한 라포(Rapport) 형성이 중요하다.
- ④ 인터뷰 대상자의 생활, 가치와 생각에 관한 데이터를 인터뷰 대상자가 직접 수집하도록 한다.

**정답: ③**

심층 인터뷰(In-depth Interview)에서는 조사자와 인터뷰 대상자 간의 상호신뢰 구축을 위한 라포(Rapport) 형성이 중요하다.

## 40.

심층인터뷰 실시

1회

기초

하

다음 <그림>과 같은 다이어리 조사(Diary Study)의 특징으로 옳지 않은 것은?

<그림>



- ① 심층 인터뷰 전에 진행할 수 있다.
- ② 글과 사진으로 구성된 일기 형식으로 참가자가 직접 작성한다.
- ③ 참가자의 나이, 성별 등 인구통계학적 정보를 남기지 않도록 주의한다.
- ④ 참가자는 일상생활과 그 안에서의 사용 경험 맥락을 상세히 기록하게 된다.

**정답: ③**

다이어리 연구(Diary Study)에서 일기장 끝에 참가자의 소견을 묻는 간단한 질문이나 참가자의 나이, 성별 등 인구통계학적 정보를 적는 페이지를 포함하기도 한다.

# 사용자 중심 전략 수립

## 41.

서비스 환경 이해

2회

기초

하

다음 중 서비스 환경 분석 방법과 그에 대한 설명으로 옳게 짹지어진 것은?

PEST - ( ㉠ )

3C분석 - ( ㉡ )

5FORCES MODEL - ( ㉢ )

- |        |      |      |
|--------|------|------|
| ㉠      | ㉡    | ㉢    |
| ① 거시환경 | 사용자  | 경영환경 |
| ② 거시환경 | 미시환경 | 산업환경 |
| ③ 미시환경 | 거시환경 | 경영환경 |
| ④ 내부환경 | 외부환경 | 미시환경 |

정답: ②

## 42.

서비스 환경 이해

2회

기초

중

다음에서 설명하는 SWOT 전략에 해당하는 것은?

SWOT 분석을 이용한 전략 수립에는 크게 네 가지 방법이 있다. 그중 강점을 활용해 외부 위협을 최소화하여 전략적 제휴 또는 차별화 전략을 실행함으로써 내부 강점을 극대화하는 전략이 있다.

- |         |         |
|---------|---------|
| ① SO 전략 | ② ST 전략 |
| ③ SW 전략 | ④ WO 전략 |

정답: ②

ST 전략은 강점을 활용해 위협을 최소화하는 전략이다.

## 43.

서비스 환경 이해

3회

응용

하

다음 중 ⑦에 해당하는 내용으로 옳은 것은?

- 일본에서는 부동산 및 자동차 거래에 ( ㉠ )을(를) 적용하여 빙집이나 소유자 미상의 부동산에 대해 공시를 통해 거래하는 시스템을 구축하였다. 부동산의 권리 이전의 이력관리, 계약서 등 등기부를 기록한 ( ㉠ )을(를) 배포하였다.
- 최근에는 영국 명품 B사가 게임 회사 C사와 파트너십을 맺고 한정 수량의 ( ㉠ )캐릭터와 디지털 액세서리 컬렉션을 출시하여 화제가 되었다. '샤키B'라고 이름 지어진 이 캐릭터에는 새로운 로고가 새겨져 있고, 게임 회사 C사의 마켓 플레이스에서 매매 및 업그레이드가 가능하다고 한다.

- |          |              |
|----------|--------------|
| ① Avatar | ② Blockchain |
| ③ DAO    | ④ NFT        |

정답: ④

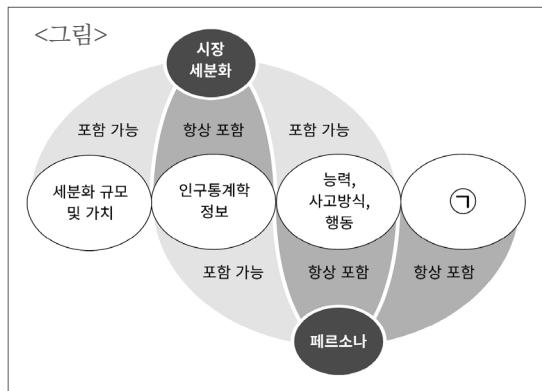
NFT는 블록체인 기술을 활용해 음악과 영상 등 특정 디지털 창작물에 소유권을 확인할 수 있는 고유한 인식 값을 부여하므로 위변조가 어렵다.

## 44.

가상 사용자(페르소나) 설정

2회 응용 하

다음 <그림>에서 시장 세분화(market segments)와는 달리 페르소나만이 사용되는 ⑦의 영역에 해당하는 것은?



- ① 관계 모델      ② 멘탈 모델  
 ③ 업무 역량      ④ 필요 지식

### 정답: ②

멘탈 모델은 사용자가 목적을 달성하고자 할 때 어떠한 방식으로 진행될 것이라 예상하는 인간의 사고 과정을 구조화한 것이다. 페르소나를 구성하는 주요 요인의 하나로 사용자를 이해하고 사용할 수 있는 시스템을 디자인할 때 주요한 참조 대상이다.

## 45.

가상 사용자(페르소나) 설정

2회 기초 중

다음 중 <보기>에서 디자인 프로세스에 따른 시나리오의 단계별 순서를 옳게 나열한 것은?

### <보기>

- ① 점검 시나리오 (validation scenario)  
 ② 정황 시나리오 (context scenario)  
 ③ 주요 경로 시나리오 (key path scenario)

- ① ⑦ - ⑥ - ⑤      ② ⑦ - ⑤ - ⑥  
 ③ ⑥ - ⑤ - ⑦      ④ ⑤ - ⑥ - ⑦

### 정답: ③

정황 시나리오는 사용자의 니즈를 만족시키는 과정을 넓은 시야에서 바라본 큰 그림이다. 주요 경로 시나리오는 사용자가 제품이나 서비스를 활용하는 과정에 집중하여 단계별 디자인 요구사항을 구체화한다.

점검 시나리오는 정황 시나리오와 주요 경로 시나리오에서 제안된 디자인 해결안에서 발생 가능한 다양한 문제점을 점검하고 예측한다.

디자인 프로세스에서는 단계별로 다른 시나리오를 적용하며 3단계의 시나리오는 후반부로 갈수록 상세한 인터페이스를 구성하는 데 초점을 맞춘다.

## 46.

가상 사용자(페르소나) 설정

3회 기초 중

다음 <보기>의 페르소나 제작 방법을 순서대로 올바르게 나열한 것은?

<보기>

- Ⓐ 6~8개의 행동 변수에서 자주 등장하는 참가자를 그룹핑한다.
- Ⓑ 중요도를 구분하고 우선순위에 따라 페르소나의 종류를 결정한다.
- Ⓒ 행동 변수별로 사용자 조사 참가자의 위치를 표시하여 도식화한다.
- Ⓓ 성격을 잘 나타내는 이름을 붙여 주고, 행동의 논리와 근거를 파악하여 제품이나 서비스를 통해 이루고자 하는 목표를 설정한다.
- Ⓔ 사용자의 활동 내역, 사용 빈도, 태도, 적성, 동기, 환경, 기술, 인구통계학적 항목 등 관찰한 행동 변수를 모두 파악하여 15~30개의 변수를 도출한다.

- ① Ⓐ → Ⓑ → Ⓒ → Ⓓ → Ⓕ  
 ② Ⓐ → Ⓕ → Ⓑ → Ⓒ → Ⓓ  
 ③ Ⓑ → Ⓐ → Ⓒ → Ⓓ → Ⓕ  
 ④ Ⓑ → Ⓕ → Ⓐ → Ⓒ → Ⓓ

정답: ④

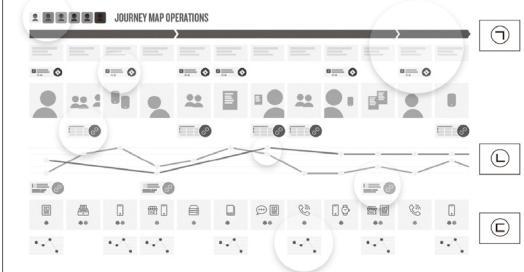
## 47.

사용자 여정 분석

2회 기초 중

다음 <그림>은 서비스·경험디자인 경험 여정을 자동적으로 생성해 주는 온라인 도구에서 제작된 고객 여정 지도이다. Ⓛ~ⓔ에 들어갈 내용을 올바르게 짹지은 것은?

<그림>



Ⓐ

Ⓑ

Ⓒ

- |        |       |           |
|--------|-------|-----------|
| ① 스테이지 | 감정 곡선 | 커뮤니케이션 채널 |
| ② 스테이지 | 터치포인트 | 서비스 스케이프  |
| ③ 채널   | 터치포인트 | 커뮤니케이션 채널 |
| ④ 채널   | 감정 곡선 | 터치포인트     |

정답: ①

## 48.

이해관계자 분석

1회 응용 하

다음 중 이해관계자 지도(Stakeholder Map)에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 페르소나(Persona)를 정의하고 확인할 수 있다.
- ② 서비스에 대한 결정권을 가진 사람을 파악할 수 있다.
- ③ 관련 서비스로 인해 이익과 피해를 보는 사람을 파악할 수 있다.
- ④ 해당 서비스의 주요 역할별 특징에 따라 유형을 분류할 수 있다.

정답: ①

이해관계자 지도(Stakeholder Map)는 서비스와 관련된 다양한 사람들을 시각화하는 방법으로, 가상의 사용자인 페르소나(Persona)에 대한 구체적인 정보는 제공하지 않는다.

## 49.

서비스·경험디자인 요구사항 정의

1회 기초 하

다음에서 설명한 서비스·경험디자인 방법의 명칭으로 적합한 것은?

1단계: 프로젝트 구성원들과 함께 조사 내용을 메모지에 기록

2단계: 조사 내용을 분류한 후 유사점이 높은 것끼리 그룹핑

3단계: 소주제를 붙여가며 조사 내용을 구조화

4단계: 문제의 원인을 찾아서 정리

- ① 고객 여정 지도(Journey Map)
- ② 마인드 매핑(Mind Mapping)
- ③ 비즈니스 모델 캔버스(Business Model Canvas)
- ④ 친화도 지도(Affinity Diagram)

정답: ④

친화도 지도(Affinity Diagram)는 조사를 통해 수집된 정보를 연관성에 따라 분류하고, 유사점을 찾아내어 문제의 본질을 이해하는 방법이다.

## 50.

아이디어 워크숍

2회 기초 하

다음 <그림>의 온라인 공동창작(Co-creation) 활동의 특성으로 옳지 않은 것은?

<그림>



- ① 이러한 활동을 버추얼 퍼실리테이션이라고 부르기도 한다.
- ② 의견을 내거나 투표하는 활동이 오프라인보다 위축되어 참여자들이 소극적으로 행동한다.
- ③ 원활한 진행을 위해 워크숍 당일 예상되는 참여자들의 리스크에 대응할 수 있도록 기술 전문가를 둔다.
- ④ 온라인 공동창작 참여자들의 역동성을 이끌어내기 위해서는 다양한 틀을 활용해 관심을 환기해야 한다.

정답: ②

온라인의 특성이나 온라인에서 가능한 것들을 통해 오프라인에서와는 구분되는 역동적 참여를 유도할 수 있다.

## 51.

다음 중 온라인으로 이루어지는 공동창작(Co-creation) 워크숍에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 시력 저하, 피로감 등으로 인해 참여자의 집중도가 낮아질 수 있으므로 효율적인 워크숍 시간 관리 계획이 필요하다.
- ② 디지털 환경에서의 낯설고 새로운 도구로 인해 추가적인 작업을 수행하라는 요청처럼 느껴져 워크숍의 참여도가 감소할 수 있다.
- ③ 워크숍 진행자는 참여자들의 성별, 나이, 취미 등의 개인적인 경험 및 프로필을 참여 인원들에게 사전에 공유하여 친근함을 느끼도록 한다.
- ④ 아이디어 발상을 위한 온라인 워크숍에서는 자유롭게 의견을 도출하고 참여도를 활성화하기 위해 참여자의 실시간 의견을 등록 및 기록하여 참여를 촉진해야 한다.

**정답: ③**

진행자는 참여자가 주제에 대해 민감하게 반응하도록 간단한 사전과제를 줄 수 있지만, 참여자의 개인적인 프로필이나 경험을 공유하려면 사전 동의가 필요하다.

## 52.

다음 <보기>에서 에드워드 드 보노 (Edward de Bono)의 여섯 색상 모자 (Six thinking Hats) 기법에 대한 장점을 고른 것은?

<보기>

- ① 불필요한 논쟁을 막고 좀 더 유연한 아이디어를 도출할 수 있도록 돕는다.
- ② 발언에 소극적인 사람들의 참여를 유도할 수 있는 아이디어 발산 기법이다.
- ③ 사고의 범위를 한정해 줌으로써 명확하고 객관적으로 사고할 수 있게 한다.
- ④ 생각을 쉽게 정리하고 한눈에 조합하여 확인할 수 있어 목표 관리에 도움을 준다.
- ⑤ 하나의 아이디어 또는 주제에 대해 다양한 관점으로 바라보게 함으로써 창의적인 문제 해결을 돋пуска.
- ⑥ 키워드를 기준으로 생각한 후, 체크리스트와 비교, 확인하며 혁신적인 아이디어를 놓치지 않게 도와준다.
- ⑦ 문제에만 집중하는 습관적인 사고 스타일을 벗어나 다른 관점에서 해결책을 바라볼 수 있도록 도와준다.

① ①, ②, ④, ⑦

② ①, ③, ④, ⑦

③ ②, ③, ④, ⑤

④ ②, ③, ④, ⑥

**정답: ②**

## 53.

다음 <그림>과 설명에 대한 이점으로 옳지 않은 것은?

&lt;그림&gt;



- ① 정보 전달 연극 기법(Informance)의 방식을 취한다.
- ② 이 방법은 역할 놀이와 모의실험을 결합한 체험형 브레인스토밍 방법이다.
- ③ 이 방법을 실행하기 위한 준비물로는 정교한 소도구와 물리적 증거물이 필요하다.
- ④ 적극적으로 아이디어를 창출하고 콘셉트를 도출하는 동시에 아이디어를 실험해 보는 것을 목표로 한다.

**정답: ③**

그림은 바디스토밍 기법으로 사용자의 경험을 프로토타입으로 만들어 보는 과정이다. 프로토타입이나 물리적 증거를 정밀하게 만들기보다는 실제 경험을 체험할 수 있도록 만드는 것이 주요한 목표이다.

## 54.

다음 <표>는 스캠퍼(SCAMPER) 방법의 각 아이디어 발상법에 해당되는 내용이다. ①~④에 들어갈 항목을 올바르게 짹지은 것은?

&lt;표&gt;

체크리스트	아이디어
Substitute (대치)	쌀가루로 만든 라면
Combine (결합)	④
Adapt (응용)	김치냉장고의 야채/과일 보관고
Modify, Magnify, Minify (변형, 확대, 축소)	와플 과자를 이용한 아이스크림콘
①	술뚜껑을 활용한 무쇠 팬
②	공기 순환 장치를 둔 날개 없는 선풍기
Reverse, Rearrange (반전, 재정렬)	냉동실을 좌측에 배치한 양문형 냉장고

① ② ③ ④

- |        |    |           |
|--------|----|-----------|
| ① 용도변경 | 제거 | 복합기       |
| ② 용도변경 | 생략 | 복합기       |
| ③ 제도변경 | 생략 | 위로 접히는 우산 |
| ④ 제도변경 | 제거 | 위로 접히는 우산 |

**정답: ①**

## 55.

아이디어 구체화

3회

응용

중

다음 질문지를 참조하여 <표>의 카노 평가 테이블(Kano Evaluation Table)의 ⑦~⑩에 들어갈 알맞은 내용을 고르면?

<질문지>

긍정 질문 “검색을 할 때 자동 완성 기능이 있다면 어떤 느낌/생각이 드는가?”

1. 마음에 듈다.(I like it)
2. 당연하다.(I must be it)
3. 아무 느낌 없다.(I am neutral)
4. 하는 수 없다.(I can live with it)
5. 마음에 안 든다.(I dislike it)

부정 질문 “검색을 할 때 자동 완성 기능이 없다면 어떤 느낌/생각이 드는가?”

1. 마음에 듈다.(I like it)
2. 당연하다.(I must be it)
3. 아무 느낌 없다.(I am neutral)
4. 하는 수 없다.(I can live with it)
5. 마음에 안 든다.(I dislike it)

<표>

고객 요구	부정 질문 응답				
	마음에 든다	당연하다	아무 느낌 없다	하는 수 없다	마음에 안 든다
긍정 질문 응답	마음에 든다.	⑦	㉡	㉡	㉡
	당연하다.	R	I	I	⑩
	아무 느낌 없다.	R	I	I	⑩
	하는 수 없다.	R	I	I	⑩
	마음에 안 든다.	⑨	⑨	⑨	⑨

A: Attractive (매력적 품질요소)

O: One-dimensional (일차원적 품질요소)

M: Must-be (당연적 품질요소)

I: Indifferent (무차별적/부가적인 품질요소)

R: Reverse (역품질 요소)

Q: Questionable (의심스러운 응답)

⑦	㉡	㉡	㉡	⑨
① O	A	Q	M	I
② O	M	A	Q	I
③ Q	A	O	M	R
④ Q	M	A	O	R

정답: ③

## 56.

서비스·경험 구조화

1회

응용

중

다음 설명에 해당하는 용어와 구성 요소가 올바르게 연결된 것은?

- 사용자가 서비스와 상호작용하는 지점이다.
- 서비스를 경험하는 과정에서 대면 활동까지를 포함한다.
- 디지털 미디어 온라인 매체와 오프라인 매체를 모두 포함한다.

① 감정 곡선(Emotional Curve)

- 휴먼웨어, 하드웨어, 소프트웨어

② 디자인 가치(Design Value)

- 사람, 제품, 프로세스, 장소

③ 디자인 콘셉트(Design Concept)

- 휴먼웨어, 하드웨어, 소프트웨어

④ 서비스 접점(Service Touch Point)

- 사람, 제품, 프로세스, 장소

정답: ④

서비스 접점(Service Touch Point) -

사람, 제품, 프로세스, 장소

## 57.

서비스·경험 프로토타입 기획·설계

1회

기초

하

다음 중 프로토타입 모델을 설계하기 위해 <보기>의 작업을 순서대로 올바르게 나열한 것은?

<보기>

⑦ 서비스 접점의 유형을 정의한다.

⑤ 다양한 접점의 순간들을 파악한다.

③ 접점별 제공 방식과 형태를 결정한다.

⑩ 사용자와 상호작용 방식을 구체화한다.

④ 접점 구현을 위해 지원 시스템을 파악한다.

⑨ 서비스 접점과 시스템 간 상호작용 관계를 정의한다.

① ⑦ → ⑩ → ⑤ → ③ → ④ → ⑨

② ⑩ → ⑤ → ⑦ → ③ → ④ → ⑨

③ ⑩ → ⑦ → ⑤ → ③ → ④ → ⑨

④ ④ → ⑩ → ⑤ → ③ → ⑦ → ⑨

정답: ②

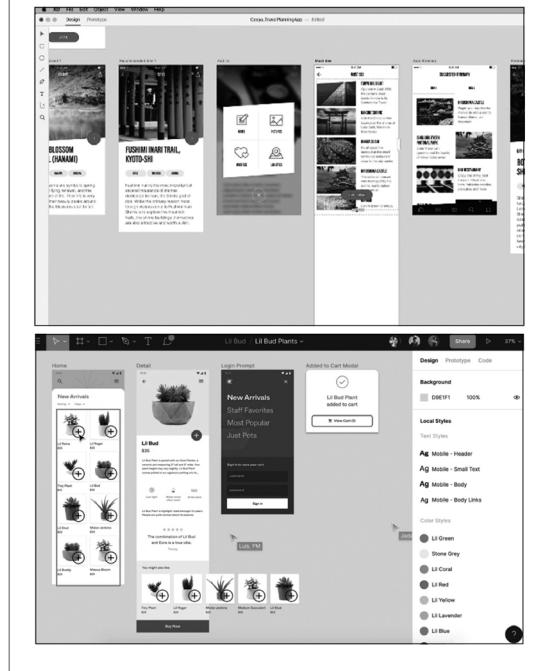
## 58.

서비스·경험 프로토타입 제작

2회 응용 하

다음 <그림>은 서비스·경험디자인을 위한 디지털 도구이다. 이에 대한 설명으로 옳은 것은?

<그림>



- ① 개별로 작업하므로 온라인 협업이 가능하지 않다.
- ② 이와 비슷한 도구로는 줌, 구글 빙, 구루미 등이 있다.
- ③ 그룹 스케치에 사용되는 도구로 사용자 리서치 단계에서 활용된다.
- ④ 난이도, 구현 능력, 사용성 평가 여부에 따라 도구 선택의 기준이 달라진다.

정답: ④

그림의 디지털 도구는 그룹 스케치에 사용되는 도구로, 온라인 협업이 가능하며 서비스 제안 단계에서 사용된다.

## 59.

서비스·경험 시나리오 계획·제작

1회 기초 하

다음 중 서비스 시나리오를 계획할 때 고려해야 할 사항으로 옳지 않은 것은?

- ① 문제해결로 새롭게 변화할 좋은 기회들에 대해서 강조
- ② 구체적인 해결방안에 대해서 그림이나 스케치 등 시각화된 자료 제시
- ③ 이해관계자들이 문제해결로 파생될 가치를 쉽게 이해할 수 있는지 검토
- ④ 시간이 걸리더라도 이해관계자가 겪는 모든 문제의 심각성을 전달하는 자료 제시

정답: ④

이해관계자가 겪는 모든 문제의 심각성을 전달하기에는 시간적 제약이 발생한다. 따라서 특정 페르소나의 요구사항을 해결하는 시나리오를 중심으로 구성해야 한다.

## 60.

서비스·경험 시나리오 계획·제작

2회 기초 하

다음 중 린 접근(Lean Approach)에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 워터폴(Waterfall) 방식 등과 같이 전통적 디자인 개발 방식이다.
- ② 린 접근(Lean Approach)은 철저한 단계별 계획을 기반으로 운영되어 변경이 쉽지 않다.
- ③ 린 스타트업은 애자일 개발이 포함된 경영 방법 및 제품 개발 방법론의 토대 위에서 만들어졌다.
- ④ 린 프로세스는 처음부터 완벽하게 만들어 고객의 반응을 확인해 인사이트를 확보하고 이를 프로세스에 반영하는 방법이다.

정답: ③

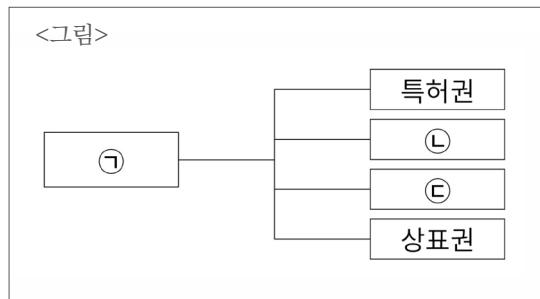
린 프로세스는 MVP를 중심으로 만들고, 측정하고, 학습하는 과정이다.

# 서비스·경험디자인 개발 및 운영

## 61.

1회 기초 중 지식재산권

<그림>은 지식재산권의 종류를 나타낸 것이다.  
①~④에 대응되는 내용이 알맞게 짹지어진 것은?



- |          |        |           |
|----------|--------|-----------|
| ⑦        | ①      | ②         |
| ① 산업 재산권 | 실용신안권  | 디자인권      |
| ② 산업 재산권 | 저작 재산권 | 디자인권      |
| ③ 저작권    | 실용신안권  | 디자인권      |
| ④ 저작권    | 저작 재산권 | 영업 비밀 보호권 |

정답: ①

## 62.

1회 기초 하 지식재산권

다음 설명에 해당하는 권리 보호 제도로 옳은 것은?

타인이 창작물을 모방하지 못하도록 창작 사실을 증명해 주는 권리 보호 제도이다. 디자인 초기 창작물의 내용과 시기에 대한 법적 보호 조치로 디자인권 취득 전에 디자이너의 권리를 보호[신규성·상실 예외 주장·디자인보호법 제36조(창작 사실을 증명해주는 권리보호)]하고 디자인산업 공정거래 환경을 조성하기 위해 특허청과 한국디자인진흥원이 마련한 제도이다.

- ① 공지증명제도
- ② 디자인권
- ③ 저작 재산권
- ④ 창작권리보호제도

정답: ①

## 63.

3회 기초 중 지식재산권

다음 영업 방법(Business Method) 특허에 대한 설명 중 옳은 것만을 <보기>에서 고른 것은?

<보기>

- ① BM특허는 배타적인 독점권이 인정되지 않는다.
- ② 순수한 영업 방법 자체만으로는 BM 발명에 해당하지 않는다.
- ③ 전자거래와 직접 관련된 특허출원은 우선 심사를 신청할 수 없다.
- ④ 영업 방법을 특허 대상으로 한다는 점을 제외하고는 일반 특허와 차이가 없다.
- ⑤ 수학 알고리즘 또는 수학 공식, 경제 법칙, 금융 법칙, 게임 규칙은 BM특허가 될 수 있다.

- ① ⑦, ②  
③ ⑦, ⑧, ⑨  
④ ⑦, ⑧, ⑨

- ② ⑦, ⑧  
④ ⑦, ⑧, ⑨

정답: ②

BM특허는 특허의 한 분야로 영업 방법을 특허 대상으로 한다는 점을 제외하고는 일반 특허와 차이가 없기 때문에 배타적인 독점권이 인정된다. 순수 영업 방법 자체만으로는 BM특허의 대상이 되지 않으며, 우선 대상 요건을 만족하는 출원은 우선 심사를 신청할 수 있다.

## 64.

3회 기초 하 서비스·경험 프로토타입 평가 계획

다음 중 프로토타입 평가 과정에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 목적을 명확하게 정의하는 것이 필요하다.
- ② 사용자가 이해관계자로부터 피드백을 얻기 위한 것이다.
- ③ 실제 구현 단계에 들어가기 전 품질과 성능을 확인하는 과정이다.
- ④ 평가 방법은 프로토타입의 형식, 일정과 예산, 목적, 대상자에 따라 달라질 수 있다.

정답: ②

프로토타입 평가 과정은 사용자와 이해관계자로부터 피드백을 얻기 위한 것이다.

## 65.

서비스·경험 프로토타입 평가하기

1회 응용 하

다음 중 ①과 ⑤에 들어갈 알맞은 말을 옮겨 짹지은 것은?

정성적 데이터는 말이나 이미지와 같은 주관적인 데이터를 다루며, 사용자의 특정한 심리의 속성을 이해하고자 한다. 여기에는 언어적 표현, 비언어적 표현, ( ① ), ( ⑤ ) 등이 포함된다.

①

- ① 인지 특성
- ② 선호도
- ③ 행동
- ④ 인구통계

⑤

- 소비 지수
- 판매량
- 맥락(Context)
- 표준편차

정답: ③

정성적 평가는 대화, 언어, 몸짓, 행동 등의 주관적인 데이터를 다룬다.

## 66.

서비스·경험 프로토타입 평가하기

1회 기초 중

다음 중 휴리스틱 평가(Heuristic Evaluation)에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 평가하는 대상의 전체적인 시스템 요소들을 완벽하게 검사한다.
- ② 구체적이고 통계적인 평가 자료를 만들기 어렵다는 문제점이 있다.
- ③ 소수의 전문가가 평가 대상이 휴리스틱을 얼마나 잘 준수하고 있는지 검사하는 방법이다.
- ④ 사용자가 직접 시스템을 사용하지 않아도 되기 때문에 초기 개발 단계에서도 검사를 진행할 수 있다.

정답: ①

평가하는 특정 시스템의 모든 요소를 속속들이 검사하기보다는 소수의 중요한 휴리스틱에 따라 부분적으로만 검사한다.

## 67.

서비스·경험 프로토타입 평가하기

2회 응용 하

다음 제이콥 닐슨(Jakob Nielsen)의 10가지 휴리스틱(Heuristics)에 해당하는 원칙은?

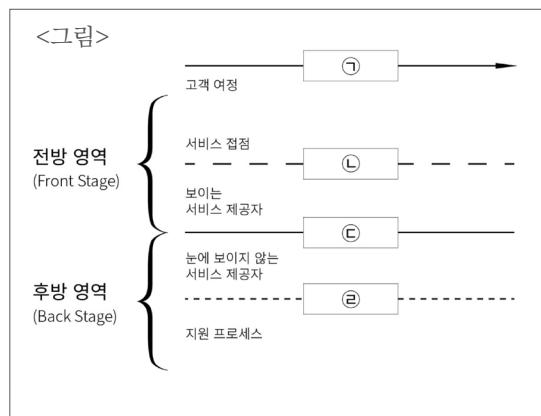
- 필요한 정보를 한곳에 모아 기억하기 쉽게 제공하고 있는가?
- 현재 시점에서 어떤 항목을 활성화해야 하는지 명확하게 표시하고 있는가?
- 다양한 색상이 한꺼번에 제공될 때 각 색상이 어떤 의미인지가 구분되어 있는가?
- 각각의 항목들을 명확하게 구분하기 위해서 크기, 굵기, 색상 등이 적절하게 사용되었는가?
- 암기해야 하는 긴 튜토리얼을 제공하는 대신 상황에 맞는 툴 팁 등의 도움말을 제공하고 있는가?
- 항목들이 논리적인 그룹으로 나누어지고, 그룹마다 이를 대표할 수 있는 이름이 붙여져 있는가?

- ① 일관성과 표준성을 높인다. (Consistency and Standards)
- ② 심미적이고 간결한 시스템 디자인을 제공한다. (Aesthetic and Minimalist Design)
- ③ 현실 세계와 부합되도록 시스템을 설계한다. (Match Between System and the Real World)
- ④ 사용자가 적은 인지적 노력으로 시스템을 사용할 수 있게 한다. (Recognition Rather Than Recall)

정답: ④

오브젝트, 행동, 옵션 등을 명확하게 표시하여 사용자가 최소한의 인지적 노력으로 사용할 수 있게 해야 한다.

다음 중 <그림>의 빈칸에 들어갈 서비스 청사진(Service Blueprint)의 구성 요소들을 옳게 짹지은 것은?



- ① 상호작용선      ② 시간의 흐름      ③ 내부 상호작용선      ④ 시간의 흐름  
 ① 상호작용선      ② 가시선      ③ 내부 상호작용선      ④ 내부 상호작용선  
 ① 가시선      ② 내부 상호작용선      ③ 시간의 흐름      ④ 상호작용선  
 ① 상호작용선      ② 내부 상호작용선      ③ 가시선      ④ 내부 상호작용선

정답: ④

서비스 청사진(Service Blueprint)을 설계할 때 고려할 사항 중 옳은 것만을 <보기>에서 모두 고른 것은?

<보기>

- ① 각각의 개별 시스템 차원을 넘어서 하나의 종합적인 그림으로 설계되어야 한다.  
 ② 서비스의 사용과 제공 과정에 연계된 사람들의 커뮤니케이션 및 상호작용 채널에 따라 설계한다.  
 ③ 서비스 생태계를 분석하고, 이들이 여정의 흐름에 따라 어떻게 발현되는가를 설계한다.  
 ④ 사용자의 생활, 가치, 생각에 관한 데이터를 사용자가 직접 수집하도록 설계한다.

- ① ①      ② ①, ②  
 ③ ①, ②, ③      ④ ①, ②, ③, ④

정답: ③

사용자의 생활, 가치, 생각에 관한 데이터를 사용자가 직접 수집하도록 하는 것은 문화적 프로브에 대한 설명이다.

## 70.

서비스·경험 결과물 제시

1회 응용 하

다음에서 설명하는 비즈니스 모델  
캔버스(Business Model Canvas)의  
요소에 해당하는 것은?

고객에게 가치를 제공하기 위해서 의사소통하고  
서비스를 전달하는 방법은 목적에 따라 크게  
커뮤니케이션 부문과 유통 부문으로 구분된다.  
커뮤니케이션 부문은 고객에게 서비스를 알리고  
서비스에 관한 평가 및 문의를 받는 창구로  
이용되고, 유통 부문은 서비스를 직접적으로  
전달하기 위한 통로로 이용된다.

- ① 가치 제안(Value Proposition)
- ② 고객 관계(Customer Relationship)
- ③ 수익원(Revenue Streams)
- ④ 채널(Channels)

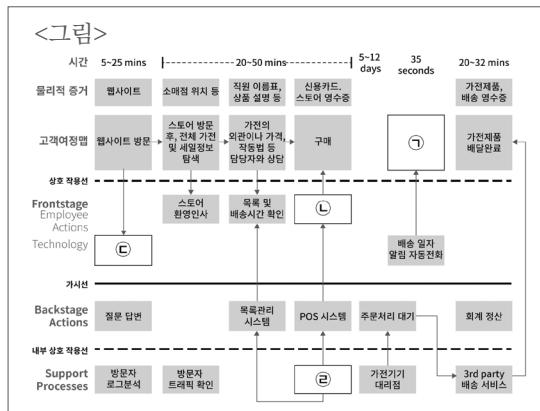
정답: ④

## 71.

서비스·경험 결과물 제시

2회 응용 하

다음 <그림>은 가전제품의 구매 과정에 대한 서비스  
청사진 (Service Blueprint)의 사례이다.  
⑦~⑩에 들어갈 내용을 옳게 연결한 것은?



- |              |           |        |           |
|--------------|-----------|--------|-----------|
| ⑦            | ⑧         | ⑨      | ⑩         |
| ① 도착예정 시간 알림 | 배송원 정보 제공 | 환영 메시지 | 협력사 정보 입력 |
| ② 도착예정 시간 알림 | 배송시간 안내   | 채팅 지원  | 결제 프로세스   |
| ③ 상품 개수 알림   | 배송원 정보 제공 | 상담원 전화 | 배송 프로세스   |
| ④ 상품 개수 알림   | 배송시간 안내   | 환영 메시지 | 상품 목록 관리  |

정답: ②

## 72.

서비스·경험 결과물 제시

2회 기초 중

다음 중 와이어프레임(Wireframe)에 대한  
설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 와이어프레임상의 모호한 내용이나 기능에 대한 간단한 설명을 주석이라고 한다.
- ② 낮은 충실도의 와이어프레임은 프로젝트의 초기 단계, 아이디어 발상 단계에서 활용하기에 적합하다.
- ③ 와이어프레임의 주된 세 가지 요소는 페이지에 표시될 내용인 콘텐츠(Contents), 컨트롤(Control), 내비게이션(Navigation)이다.
- ④ 개별 와이어프레임은 해당 와이어프레임에 대한 버전 정보, 와이어프레임이 만들어진 날짜나 내용 등의 정보를 가지고 있는데 이를 벡터 데이터라고 한다.

정답: ④

개별 와이어프레임에는 해당 와이어프레임에 대한 버전 정보, 와이어프레임이 만들어진 날짜나 내용 등의 정보가 표시되는데, 이를 메타데이터라고 한다.

## 73.

서비스·경험 결과물 제시

2회 기초 중

다음 중 인터페이스 디자인에서 메타포에 대한  
내용으로 옳은 것은?

- ① 메타포는 전문가의 사용성을 높일 수 있는 도구이다.
- ② 문화권이 달라도 어떠한 상황에서도 메타포는 그 의미가 항상 통한다.
- ③ 메타포는 학습을 통해서만 터득할 수 있고, 훌륭한 메타포는 단번에 익힐 수 있어야 한다.
- ④ 메타포는 즉각적으로 반응할 수 있는 일상 생활에서의 익숙한 이미지를 인터페이스에 도입하는 방법을 말한다.

정답: ④

인터랙션과 인터페이스 디자인에서 메타포는 기능의 용도나 속성의 특징을 이미지로 표현한 것이다. 익숙한 이미지를 사용하기 때문에 초보자가 학습 없이 사용할 수 있으며, 문화권에 따라 다르게 해석될 수 있다.

다음 호텔 서비스 개선에 대한 프로젝트에서 실행한 프로토타입 방법으로 옳지 않은 것은?

<그림>

장기투숙호텔인 'Town Place Suite'는 투숙객의 출장이 갑자기 연장되었을 때 고객의 니즈를 충족시키는 것이 문제였다. 서비스디자이너는 아래의 프로토타입 방법을 통해 고객의 여행 여정의 주요한 서비스 접점을 정리하였고, 서비스와 필요 공간을 개발할 수 있었다.



- ① 데스크탑 워크쓰루(Desktop Walkthrough)
- ② 서비스 시연(Service Staging)
- ③ 시뮬레이션(Simulation)
- ④ 역할 놀이(Role Playing)

**정답: ①**

데스크탑 워크쓰루(Desktop Walkthrough)는 작은 모형을 활용해서 서비스 환경을 책상 위에 실제처럼 재현하고 서비스 상황을 현실감 있게 살펴보는 방법이다.

다음 중 서비스·경험디자인 결과물의 프레젠테이션(Presentation)에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 매출을 증가시키거나 비용을 감소시키는 방안을 제안한다.
- ② 사용자에게 전달할 핵심가치가 무엇인가를 명확히 제안한다.
- ③ 자유로운 토론을 통해 가능한 해결책을 최대한 많이 제안한다.
- ④ 다양한 이해관계자의 관점에서 서비스의 존재 이유와 목적을 설명한다.

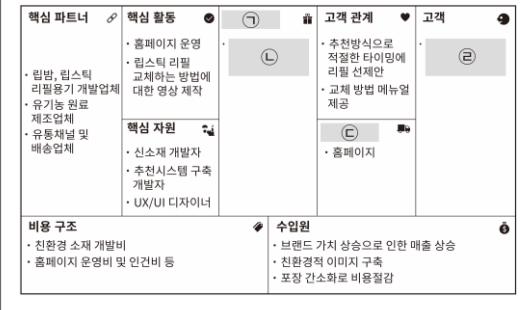
**정답: ③**

자유로운 토론을 통한 해결안 도출은 '아이디에이션 워크숍(Ideation Workshop)'에 대한 설명이다. ①, ②, ④번은 서비스·경험디자인 결과물의 프레젠테이션 내용 중 '서비스 제공 가치'에 해당한다.

# 76.

다음은 '100% 생분해 립스틱 구독 서비스'에 대한 비즈니스 모델 캔버스를 작성한 사례이다. ①~④에 들어갈 내용을 올바르게 짹지은 것은?

- A사는 환경에 영향을 덜 미치는 100% 생분해 가능한 소재로 브랜드의 철학을 담은 새로운 제품 디자인을 선보인 데서 한 단계 더 나아가 리필(Refill)이 가능한 립스틱 케이스를 개발했다.
- 이 케이스는 립스틱을 모두 사용한 후 립스틱 심지만 구입한 다음 교체할 수 있어 불필요한 쓰레기를 줄이고, 소비자의 가격 부담을 줄일 수 있는 제품이다.
- A사는 소비자가 늘 구매하는 립스틱, 립밤 제품을 일정 기간을 두고 지속적으로 제공받을 수 있는 구독(Subscription) 서비스 형태의 새로운 비즈니스 모델을 발전시켰다.
- 홈페이지 내에 컬러 선택부터 구독 기간, 케이스 추가 구매 여부를 직접 선택할 수 있는 리필 및 구독 신청 폼을 구축해 실제 고객인 2045 가치 소비자들의 반응을 테스트할 수 있었다.



	①	②	③	④
① 가치 제안	윤리적 소비와 케이스 비용 절감	2045 가치 소비자		
② 가치 제안	리필이 가능한 립스틱 케이스	VOC	여성 소비자	
③ 가치 창출	리필 및 구독 신청 폼	마케팅 활동	여성 소비자	
④ 가치 창출	소비자의 가격 부담을 줄일 수 있는 제품	핵심 요소	2045 가치 소비자	

정답: ①

# 77.

다음 중 <보기>에서 데이터 시각화(Data Visualization)에 대한 내용으로 옳은 것을 모두 고른 것은?

<보기>

- ① 인포그래픽과 마찬가지로 글(Text)은 사용하지 않는다.
- ② 데이터값을 정량화 가능한 시각적 속성으로 나타내 그래픽으로 표현한다.
- ③ 정형화되고 규칙적인 데이터 시각화로 제한된 데이터에 더 많은 데이터를 보여 주어야 한다.
- ④ 데이터 시각화에서 차트와 그래프는 단순히 분석을 위한 도구가 아니라 소통을 위한 전달체이며 매개체이다.
- ⑤ 데이터 시각화에서 색채는 정보를 구분하여 보여 주고, 중요한 핵심을 강조하거나 정량적인 변화를 표시하는 데에 효과적이다.

① ②, ③, ④

② ③, ④, ⑤

③ ④, ⑤, ⑥

④ ⑤, ⑥, ⑦

정답: ③

다른 인포그래픽과 마찬가지로 글을 잘 사용하면 사람들이 데이터를 이해하는 데 도움이 된다. 창의적이고 혁신적으로 데이터를 시각화하면 공간이 작더라도 더 많은 데이터를 보여 줄 수 있고 사람들에게 더 깊은 통찰을 줄 수 있다.

## 78.

운영방안 제시

1회 응용 하

다음 중 <보기>의 ⑦에 해당하는 용어는?

### <보기>

( ⑦ )(은)는 고객과 기업의 접점에서 조직의 서비스 품질에 관하여 인상을 받는 사건으로 정의할 수 있다. ( ⑦ )(은)는 기업이 고객 접점에 있는 서비스 종업원 및 채널을 통해서 고객에게 서비스 품질을 보여줄 기회로, 서비스에 대한 고객의 인상을 좌우한다. ( ⑦ )(을)를 통해 기업과 고객이 접촉하는 순간을 관리해야 한다는 개념이 도출된다.

- ① 감정 곡선(Emotional Curve)
- ② 과업 분석(Task Analysis)
- ③ 사용자 참여(User Participation)
- ④ 진실의 순간(Moment of Truth)

정답: ④

## 79.

운영방안 제시

2회 응용 중

다음 중 A/B 테스트에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① A/B 테스트는 둘 이상의 요소 간의 조합을 찾아 최상의 콘텐츠를 파악하기 위해 측정한다.
- ② A/B 테스트를 진행하기 위해서는 먼저 정량적으로 측정 가능한 목표를 설정하는 것이 필요하다.
- ③ A/B 테스트의 가장 큰 단점 중의 하나는 측정 결과의 명확한 원인을 파악하기 어렵다는 것이다.
- ④ A/B 테스트의 결과에 대해 일관되고 정교한 테스트를 위해서는 t-검정을 적용하여 유의성을 검증해야 한다.

정답: ①

A/B 테스트는 레이아웃을 최적화하기 위한 목적으로 전혀 다른 두 개의 페이지를 사용하여 테스트한다.

## 80.

운영방안 제시

3회 응용 중

다음 <표>의 ⑦과 ⑧에 들어갈 용어를 옳게 짜 지은 것은?

### <표>

⑦		⑧
기업 활동 전반에 친환경, 사회적 책임, 지배구조 개선 등을 도입, 지속 가능한 발전 도모	목적	기업의 사회적 책임을 의미, 사회에 기여하고자 하는 목적으로 진행되는 기업의 부가 활동
기업 경영, 재무 활동에 연동	실행 방법	봉사, 기부 및 사회공헌 프로그램 등을 운영하며 가치 실현
주주, 잠재적 투자자, 투자 매체에 영향, 현황을 지수로 발표	단기적 효과	소비자, NGO, 임직원 등에 긍정적 이미지 부여, 충성도 및 기업 이미지 상승
기업의 재무 안전성에 기여	장기적 효과	기업의 평판 향상에 도움, 매출증대에도 기여

### ⑦

- ① CSR
- ② CSV
- ③ ESG
- ④ SDG

### ⑧

- ESG
- CSR
- CSR
- CSV

정답: ③

# 실기시험

실기시험에서 제시된 기출문제들은 서비스·경험디자인의 통합적인 프로세스를 기반으로 프로젝트 실행을 위한 전문가로서 서비스·경험디자인의 실무와 수행 역량을 평가하는 것이 목적이다. 이를 위하여 실기시험에서는 요구사항 파악-환경 조사-사용자 조사-분석-원칙 수립-아이디어 개발-프로토타입 개발-시나리오 개발-모델 개발-결과 보고서-사후 관리 등 서비스·경험디자이너에게 요구되는 13개 실무 역량을 종합적으로 평가하고 있다.

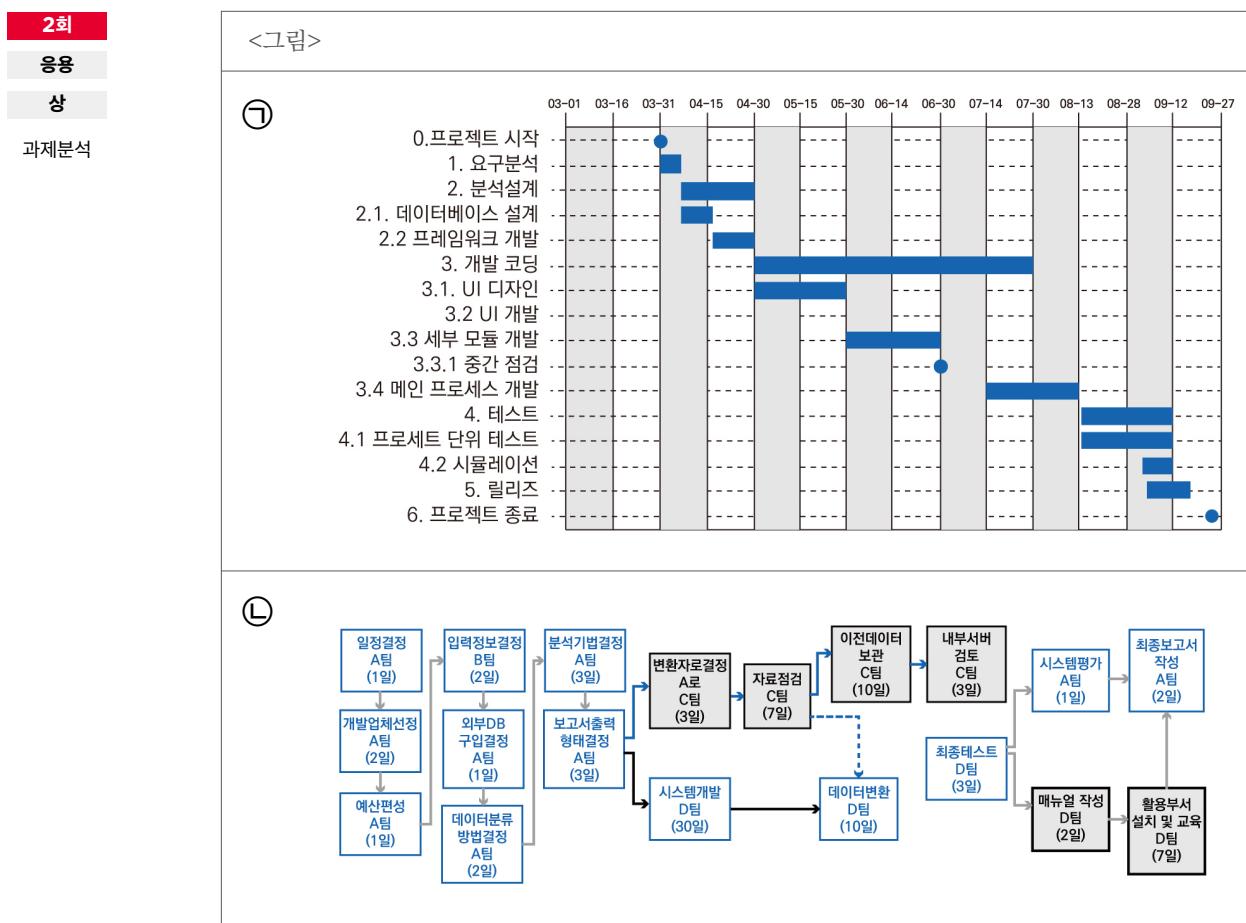
실기실험에서는 서비스·경험디자인 프로젝트를 운영하는 계획-제안-관리-평가-사업화 등의 행정적인 지식을 학습하고 실행해보는 실질적인 경험이 중요하다. 또한 문제 발견-문제 정의-디자인 개발-디자인 전달의 더블 디아몬드 프로세스에 기반을 둔 서비스·경험디자인의 기초 지식을 습득하고 다양한 프로젝트 사례에 활용할 수 있는 실질적인 실행 역량 개발이 중요하다.

다수의 문제들이 서비스·경험디자인 프로젝트와 함께 제시되고 있으며, 비즈니스 서비스뿐만 아니라 공공과 사회 서비스 분야에서 출제되고 있어 사례 중심의 학습이 무엇보다 중요하다. 특히 실무 프로젝트가 제시된 시험문제의 경우, 사례를 파악하고 지문을 이해하는 데 많은 시간이 소요되기 때문에 다양한 서비스·경험디자인의 사례를 탐구하고 직접 서비스·경험디자인의 방법들을 실행해 보는 경험을 축적해야 한다.

기사시험을 준비하기 위해서는 ‘서비스·경험디자인 이론서’를 바탕으로 기초 지식, 방법론을 명확하게 파악하고, 다양한 서비스·경험디자인의 프로젝트 사례에서 나타난 응용 과정과 프로세스 단계별 결과물과 수행에 요구되는 지식을 학습하는 것이 필요하다. 서비스·경험디자인 분야가 다양한 분야로 확장되고 있음을 고려하면, 기술과 산업의 변화에 맞춘 비즈니스 현장의 혁신적인 서비스·경험디자인의 새로운 사례에 관심을 갖고 단편적 지식보다는 응용과 활용 역량을 높일 수 있도록 하는 것이 필요하다.

# 01.

다음 <그림>의 빈칸 ①, ②에 해당하는 프로젝트 관리 기법을 쓰고, ③ 프로젝트 관리 기법의 단점을 2가지 쓰시오. (4점)



① \_\_\_\_\_

② \_\_\_\_\_

③ 프로젝트 관리 기법의 단점

단점 1 \_\_\_\_\_

단점 2 \_\_\_\_\_

① 간트차트, 갠트차트, Gantt Chart

② 퍼트차트, 퍼트, PERT Chart, PERT(Program Evaluation & Review Technique)

③의 단점

- 정밀성이 부족하고, 정확한 소요 시간을 알 수 없다.
- 작업 상호 간의 유기적인 관계를 명확하게 파악하기 어렵다.
- 진척 상황 또는 지연 상황을 전체적인 관점에서 나타낼 수 없다.
- 규모가 크고 복잡한 프로젝트에 부적합하다.

## 02.

다음 글을 읽고 물음에 답하시오.

1회

응용

증

환경현황  
조사

여성 1인 가구를 타겟으로 하는 비대면 디저트 배달앱 “A”는 서비스를 출시한 지 3년이 지났다. 출시 당시, 타 배달앱에서의 디저트 배달이 보편화되지 않았고, 코로나 전이라 비대면 배달이 지금만큼 활성화되지 않았기에 20대 여성에게 많은 호응을 얻었다. 지금은 디저트 메뉴와 비대면 서비스를 대부분의 배달앱들이 하고 있어 갈수록 매출이 감소하고 있는 추세이다. 그래도 다행인 것은, 일부 소규모 유명 디저트 가게들의 배달 서비스를 독점하고 있어 충성 고객층이 탄탄히 확보되어있고 SNS 상에서 많은 팔로워를 가지고 있다는 점이다. 하지만 여전히 디저트 메뉴만을 다루고 있다는 한계로 경영을 유지하기는 쉽지 않지만 코로나 사태가 단시간에 끝나지 않아 배달서비스는 계속 증가 추세인 것과 SNS의 영향력 또한 줄어들지 않을 것으로 판단 신규 서비스 확장을 위해 서비스·경험 디자인 리서치를 시작하였다.

**Q.** A사는 자사 서비스를 분석하기 위해 ‘SWOT 분석’을 사용하려 한다. 위의 글을 바탕으로 빈칸에 들어갈 영역별 내용을 각각 2개씩 기술하시오.(3점)

S	W
<ul style="list-style-type: none"><li>_____</li><li>_____</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>디저트 메뉴만을 다루고 있음.</li><li>매출이 감소하고 있음.</li></ul>
O	T
<ul style="list-style-type: none"><li>_____</li><li>_____</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>_____</li><li>_____</li></ul>

S	W
<ul style="list-style-type: none"><li>유명 디저트 가게들 배달 서비스 독점</li><li>동종 업계 첫 비대면 배달 시작</li><li>탄탄한 충성 고객층 확보,</li><li>SNS상에서의 많은 팔로우 수</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>디저트 메뉴만을 다루고 있음.</li><li>매출이 감소하고 있음.</li></ul>
O	T
<ul style="list-style-type: none"><li>코로나 사태의 지속으로 인한 배달 서비스 지속적 증가추세</li><li>SNS 영향력 갈수록 증가</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>타 배달앱의 디저트 메뉴 제공,</li><li>타 배달앱의 비대면 서비스 제공</li></ul>

## 03.

다음 글을 읽고 물음에 답하시오.

2회

실무

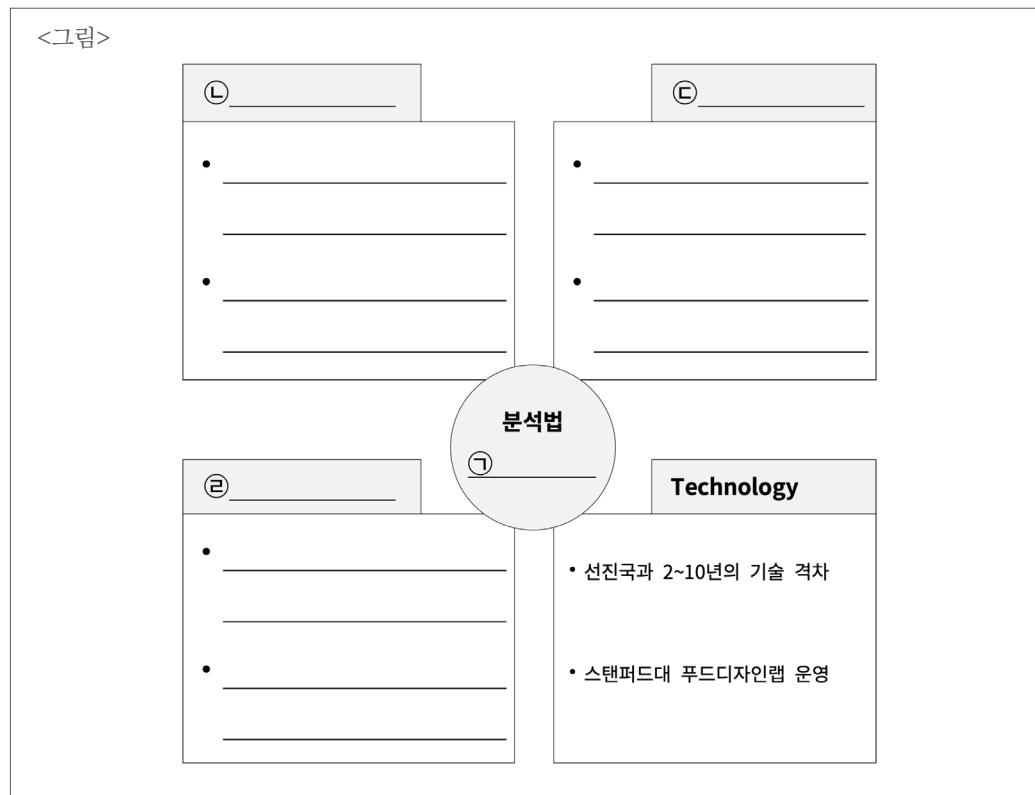
증

환경현황  
조사

트렌디한 소형가전제품을 개발 및 판매하는 P 사의 디자인개발팀은 최근 배양육에 대한 관심이 높아짐에 따라 가정에서도 누구나 쉽게 동물의 세포를 배양해 고기를 얻을 수 있는 가정용 소형 육류배양기를 개발하기로 하였다. 디자인개발팀은 데스크 리서치를 시작하였고, 팀원 A와 B는 기업에서 통제할 수 없는 환경 요인을 조사하였다.

- Q. 디자인개발팀은 팀원 A와 B가 조사한 <표>의 내용을 토대로 <그림>과 같이 분석하고자 한다. 이때 사용될 분석법이 무엇인지 쓰고, 빈칸 ①~④에 들어갈 구성 항목과 항목별 내용을 각각 2개씩 작성하여 <그림>을 완성하시오. (4점)

<표>	
팀원 A가 조사한 내용	팀원 B가 조사한 내용
<ul style="list-style-type: none"><li>해외에서 배양육의 식품승인이 허가되었음.</li><li>우리나라는 미국, 유럽 등과 비교해서 2년~10년의 기술 개발 차이가 있음.</li><li>배양육은 저탄소 관련 분야로, 우리나라 정부는 그린 뉴딜 사업 예산의 50%를 저탄소 에너지 분야에 쓰고 있음.</li><li>돈이 더 들더라도 개인의 신념에 따라 소비하는 가치소비가 늘어나고 있음.</li><li>코로나19로 소비자들에게 환경과 건강, 윤리적인 요소가 중요한 구매 결정요소로 작용하고 있음.</li><li>코로나19로 인한 팬데믹으로 세계 중시가 패닉 상태를 경험하였음.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>국내 H 기업에서 배양육 핵심 성분과 제조 방법에 대한 특허를 출원하였음.</li><li>농림축산식품부에서는 배양육의 안전관리 기준을 개발하고 있음.</li><li>미닝아웃 트렌드가 미래 소비의 주축인 MZ세대에서 전 연령층으로 확산되고 있음.</li><li>우리나라 개인의 GDP와 GNP가 상승하고 있음.</li><li>배양육을 수입하고 유통하는 회사들의 주가가 상승하고 있음.</li><li>미국의 스텐퍼드 대학은 공대 안에 '푸드디자인랩'을 개설하여 연구 중임.</li><li>미국 대체육 시장은 2025년에 75억 달러로 늘어날 것으로 예상됨.</li></ul>



## 분석법 : PEST

### P-Political, 정치

- 해외에서 배양육의 식품 승인이 허가되었음
- 배양육은 저탄소 관련 분야로, 그린 뉴딜 사업 예산의 50% 사용
- 농림축산식품부의 배양육 안전관리 기준 개발

### S-Social, 사회

- 개인의 신념에 따라 소비하는 가치소비 증가
- 코로나19로 환경과 건강, 윤리적인 요소가 중요한 구매 결정 요소로 작용
- 미닝아웃 트렌드가 MZ세대에서 전 연령층으로 확산

### E-Economic, 경제

- 코로나19로 인한 세계 중시가 패닉 상태를 경험
- 우리나라의 개인의 GDP와 GNP가 상승
- 배양육을 수입하고 유통하는 회사들의 주가가 상승
- 미국 대체육 시장은 2025년에 75억 달러로 증가 예상

## 04.

다음은 안전한 산업 현장을 위한 서비스디자인을 수행하는 과정에서 실시한 환경 조사 내용이다. 거시적 환경 조사와 미시적 환경 조사에 해당하는 내용을 <보기>에서 모두 골라 그 기호를 쓰시오. (단, <보기>의 항목을 모두 활용하되 한 번씩만 사용하시오.) (2점)

3회

응용

중

환경현황  
조사

<보기>

- ⑦ 이해관계자 조사를 통해 중간관리자, 작업자, 안전관리자의 전체 구조를 파악하였다.
- ⑮ 제조 기반 작업장 내 안전디자인 개발을 위한 기초 자료를 수집하고자 현장에서 소음, 조도, 공기 질을 측정하였다.
- ⑯ 이해관계자들이 생각하는 작업장에 대한 인식, 핵심 문제 등을 파악하기 위해 포커스 그룹 인터뷰(FGI)를 실시하였다.
- ⑰ 산업안전보건법, 안전보건표지, 보호구 착용 가이드라인 등 산업안전에 관련된 법규와 디자인 세부 규칙 및 수칙 등을 조사하였다.
- ⑲ 전문가 인터뷰를 통해 국내 산업구조의 변화, 제조방식의 혁신, 노동인구의 다변화 등 최근 작업 환경이 급격히 변화되고 있다는 점을 파악하였다.

거시적 환경조사 \_\_\_\_\_

미시적 환경조사 \_\_\_\_\_

거시적 환경조사: ⑦, ⑮

미시적 환경조사: ⑯, ⑰, ⑲

## 05.

다음 글을 읽고 물음에 답하시오.

3회

응용

증

사용자  
관찰조사

서울시 금천구 G밸리는 60년대 수출산업 육성을 위한 섬유 및 봉제 산업 위주의 산업단지였으나, 2000년에 한국산업단지공단의 벤처센터 건립을 시작으로 첨단 도시형 산업단지로 급속히 변모하고 있는 지역이다. 이 지역의 중심부에는 대형 의류매장들이 집중되어 있어 많은 쇼핑객들이 찾는 장소이다. 또한 이 지역의 외곽에는 초기 제조 기업이 여전히 운영 중이며, 이곳에서 오랫동안 생활해 온 주민들이 거주하는 구 시가지가 연결되어 있다. 금천구에서는 G밸리 공공환경 개선을 위해 주민들이나 이 지역의 시설을 이용하는 방문객들에게 보다 나은 서비스를 제공하고자 한다.

**Q.** 다음 <표>는 G밸리의 공공서비스 환경을 전반적으로 이해하고자 프로젝트의 초기 단계에서 사용자 행태를 관찰하기 위해 여러 가지 연구 방법을 사용하여 조사한 내용이다. ①~④에 해당하는 조사 방법을 <보기>에서 찾아 쓰시오. (4점)

<표>

조사 방법	조사 내용
①	G밸리 내 세 곳의 공원을 대상으로 점심시간 중 이용객들의 전반적인 동선과 공원 내 설치된 시설물 주변에서의 행동 등 구체적인 이용 행태를 비디오로 기록하고 분석하였다.
②	G밸리의 대중교통 접근성을 조사하기 위해 조사원들을 체험자와 관찰자로 역할을 나누고, 조사원들은 버스와 지하철 주요 환승 지점에서 주요 목적지까지 이동하는 과정에서 다양한 서비스와 편의 시설을 체험하고 이를 기록하였다.
③	G밸리에 처음 방문하는 사람들을 대상으로 주요 지점에 설치된 디지털 안내판을 통해 지정된 목적지까지 이동하도록 과제를 제시한 뒤, 디지털 안내판에서 제공하는 서비스 콘텐츠의 정보 접근성, 사용 용이성, 시각적 인지성, 오류 발생 등에 대해 정량 및 정성적으로 분석하였다.
④	조사원 2명이 하루 동안 교대로 지역 관광안내소 직원 중 한 명으로 위장하여 방문객들을 응대한 후 고객들의 문의 내용이나 방문자들의 특성 및 근무 경험을 자세하게 기록하였다.

<보기>

- 다이어리 연구(Diary Studies)
- 서비스 사파리(Service Safari)
- 크라우드 소싱(Crowd Sourcing)
- 미스터리 워킹(Mystery Working)
- 인지적 시찰법(Cognitive Walkthrough)
- 행위 매핑(Behavior Mapping)

① \_\_\_\_\_

② \_\_\_\_\_

③ \_\_\_\_\_

④ \_\_\_\_\_

① 행위 매핑(Behavior Mapping)

② 인지적 시찰법(Cognitive Walkthrough)

② 서비스 사파리(Service Safari)

④ 미스터리 워킹(Mystery Working)

## 06.

다음 설문조사 안내문과 응답자 정보를 읽고 물음에 답하시오.

2회

실무

중

면접조사  
설계

### 성남시 모란민속장 문화관광형시장 육성사업 고객 참여 설문조사

경기도 성남시의 대표적인 전통시장인 모란민속장을 문화관광형시장으로 육성하기 위해 변화 및 개선될 점에 관한 고객 대상 설문조사입니다. 설문조사에 참여한 고객을 대상으로 추첨을 통해 소정의 경품을 드리고 있으니 많은 참여 바랍니다.

- 응답기간 : 2021.06.04.(금) - 2021.06.25.(금)

<표> 설문 응답자 정보

번호	성명	나이	성별	직업	거주지	...
1	김○○	25	남	대학생	경기도 성남시	...
2	이○○	55	남	공무원	강원도 춘천시	...
3	김○○	63	여	주부	경상남도 진주시	...
4	박○○	34	남	회사원	강원도 원주시	...
5	독고○	43	여	회사원	대구광역시	...
6	박○○	21	여	대학생	충청남도 천안시	...
7	이○○	57	남	회사원	경기도 하남시	...
8	김○○	53	여	교사	광주광역시	...
9	김○○	28	남	무직	경기도 의정부시	...
10	최○○	52	남	농부	강원도 홍천군	...
:	:	:	:	:	:	:

- Q. 육성사업단은 설문조사 결과로부터 모란민속장 방문자들이 인근 지역에 거주하거나 40대 이상의 중·장년층 및 고령자층에 한정되어 있다는 사실을 확인하였다. 이에 따라 육성사업단은 방문자의 폭을 확대하기 위해 포커스 그룹 인터뷰를 계획하였는데, 특히 이번 인터뷰에서는 모란민속장에 방문하기를 꺼리는 사용자를 중심으로 그 이유를 집중적으로 조명해 보고자 한다. <표>의 설문 응답자 10명 중에서 3명을 선정하여 인터뷰 그룹에 포함시키고자 할 때, 선정할 응답자의 번호와 선정 조건을 쓰시오. 단, 선정 조건은 <표>의 응답자 정보를 기반으로 작성하시오. (3점)

선정한 사람 \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_

선정 조건 \_\_\_\_\_

선정한 사람: 4, 6, 9

선정조건: 타 지역에 거주하는 30대 이하(40대 미만)의 응답자  
(나이와 거주지에 대한 내용이 포함되어야 함)

# 07.

다음 글을 읽고 물음에 답하시오.

1회  
응용  
하  
가상  
사용자  
(페르소나)  
설정

 “청년들이 함께 모일 수 있는 공간이 없어요.”  
“취업을 준비하고 있어서 능력개발 프로그램에 관심이 많아요.”  
“공동의 관심사를 가진 사람들과 커뮤니티 활동을 하고 싶어요.”

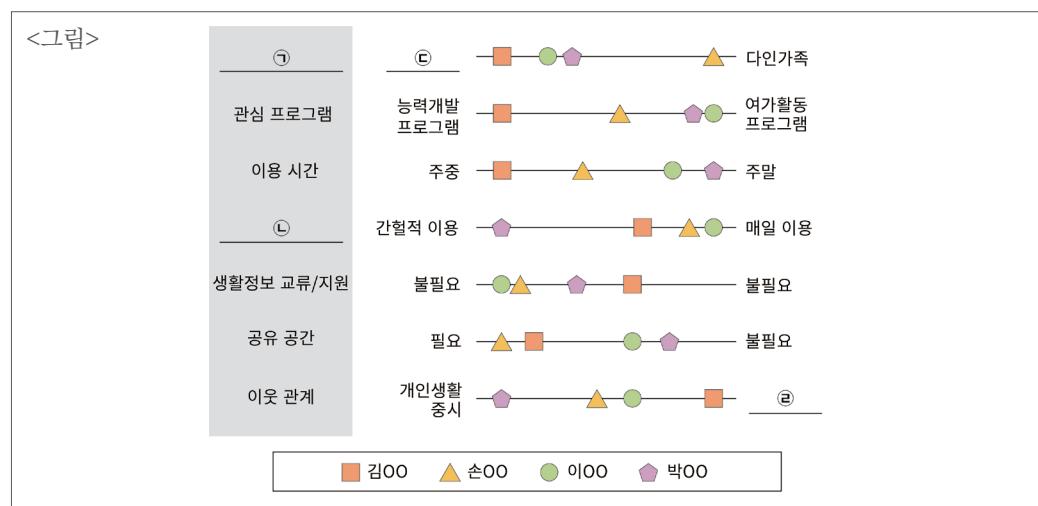
 “신혼부부라 육아 문제가 가장 신경이 많이 쓰여요.”  
“집 내부에 여유 공간이 없어서 공유 공간을 활용할 수 있으면 좋겠어요.”  
“출퇴근 거리가 멀어서 이웃과 치량 공유 서비스를 이용하고 싶어요.”

 “여유시간이 생기면 주변 이웃과 함께 친목 활동을 하고 싶어요.”  
“부모님으로부터 독립해서 혼자서 모든 일상의 문제를 해결하는 것이 어려워요.”  
“프로그램이 생기면 적극적으로 이용하고 싶어요.”

 “여가 시간에는 체력단련과 취미활동을 하고 싶어요.”  
“주종에는 직장에 다녀서 바쁘지만, 주말에는 혼자 집에서 시간을 보내고 있어요.”  
“주변 이웃에게 간섭받지 않고 개인 생활을 유지하고 싶어요.”

행복주택은 대학생, 신혼부부, 사회초년생 등을 위해 대중교통 이용이 편리한 곳에 짓는 임대료가 저렴한 공공주택이다. 정부에서는 청년 주거 약자를 위한 주택 공급에 포커스를 맞추어 2019년에 행복주택 사업을 추진하였지만, 입주민들의 현실을 제대로 반영하지 못하고 공급자 관점으로 사업이 진행되면서 여러 가지 문제가 발생하였다. 그중 하나가 행복주택 입주자를 위한 콘텐츠가 부족하다는 것이었다. 행복주택 입주자를 위한 맞춤형 콘텐츠를 제공하기 위해 D사는 입주민을 대상으로 심층 인터뷰를 진행하였다. 다음은 인터뷰 결과이다.

Q. D사는 행복주택 입주자 페르소나를 만들기 위해 <그림>과 같이 변인을 설정하여 행동 패턴 맵을 작성하였다. 심층 인터뷰를 바탕으로 <그림>의 빈칸 ①~④에 들어갈 알맞은 내용을 쓰시오. (4점)



① \_\_\_\_\_

② \_\_\_\_\_

③ \_\_\_\_\_

④ \_\_\_\_\_

① 가족 규모, 거주 인원, 가구 형태

② 이용 빈도, 이용 적극성

③ 1인 가족

④ 커뮤니티 활동 중시, 교류 중시, 단체생활 중시

## 08.

다음 <그림>의 페르소나의 구성 항목 ①~⑩에 대한 설명으로 옳은 것을 <보기>에서 모두 고르시오. (3점)

**2회**  
**응용**  
**종**

가상  
사용자  
(페르소나)  
설정

<그림>

① 사진

(L) 이름 : 김영우

(C) 나이 : 27세

(R) 직업 : 대학 졸업반

(D) 거주지 : 대전광역시

디지털기기 활용 능력 ■■■■■

주 분야에 대한 전문성 ■■■■□□

특허에 대한 이해도 ■□□□□

특허출원에 대한 만족도 ■□□□□

특허 활용도 □□□□□

성격/성향

- 도전적인 성향, 사교적인 성격
- 혼자 하는 것보다 동료들과 어울리며 일하는 것을 즐김
- 내가 좋아하고 재미있는 일을 하면서 성공하고 싶음

생활패턴

- 친구들과의 모임, 약속이 많음
- 오전-오후에는 창업을 위한 팀 회의 일정이 주로 있으며, 저녁에는 친구들과의 약속이 찾음

특허 관련 교육 경험

- 창업지원 프로그램의 강연 중 특허의 중요성을 들음
- 기술 특허로 내도 사업이나 제품의 기능은 비슷한데 특허가 무슨 의미가 있는지 의문
- 기술 기반의 사업이 아니라 특허를 낼 수 있는지는 의문, 상표권 정도만 내야겠다 생각하고 있음

(H) “특허출원보다는 사업화 컨설팅이랑 비용지원을 더 원해요.”

김영우 씨는 경영학을 전공하는 학부 4학년으로 진로에 대한 고민이 많다. 취업보다는 창업이 본인의 성향에 맞는다고 생각해 학과 동기 친구들과 창업을 계획하고 있다. 2년 내로 성공하지 못하면 그때 이후 진로를 다시 고민해보겠다는 생각으로 스타트업 시장에 뛰어들었다. 창업넷, 창업진흥원 등을 통해 교육 정보를 얻고 그 중 한 창업 아카데미를 이용해 사업 계획과 구체화 과정까지 도움을 받았다. 교육과정 중 특허 관련 강연을 들으며 특허청에서도 스타트업을 대상으로 한 지원 사업이 있다고 하여 홈페이지를 찾아 보았지만 우리를 대상으로 한 사업이 맞는지, 지원받을 수 있을지에 관한 내용을 찾기가 어려웠다.

<보기>

① 인터넷에서 이미지를 제공하는 사이트를 이용하는 것보다 직접 촬영하는 것을 권장한다.

② 쉽게 기억하기 위해 프로젝트와 연관된 동료나 클라이언트 이름을 사용하는 것이 좋다.

③ 나이는 범위로 지정하는 것보다는 특정한 나이를 부여하는 것이 좋다.

④ 직업은 페르소나 일상의 패턴을 파악하는 데 유용하다.

⑤ 지역의 선정은 페르소나 설정에 크게 영향을 미치지 않는다.

⑥ 통계 데이터와 실제 사용자 조사 데이터를 기반으로 작성한다.

답 \_\_\_\_\_

(C), (R), (H)

## 09.

다음 제시된 3가지 유형의 서비스 경험 시나리오에 각각에 해당하는 설명으로 옳은 것을 <보기>에서 모두 고르시오. (3점)

2회

기초

상

가상  
사용자  
(페르소나)  
설정

<보기>

- ⑦ 상세한 과업을 구체적으로 설명
- ⑨ 핵심적인 인터랙션을 중심으로 상세하게 묘사
- ⑩ 페르소나의 시각에서 사용자의 행동과 인식, 욕구를 표현
- ⑪ 사용자의 목표를 바탕으로 서비스의 전반적인 콘셉트를 묘사
- ⑫ 멘탈 모델과 동기를 바탕으로 페르소나의 행동을 상세히 묘사
- ⑬ 상세 디자인 과정에서 서비스가 올바르게 개발되고 있는지 점검

맥락 시나리오 \_\_\_\_\_

주요 경로 시나리오 \_\_\_\_\_

검증 시나리오 \_\_\_\_\_

맥락 시나리오 ⑩, ⑪, ⑫

주요 경로 시나리오 ⑦, ⑨

검증 시나리오 ⑬

# 10.

다음 글을 읽고 물음에 답하시오.

1회

실무

하

사용자  
여정 분석

정부는 소비자에게 전통시장에 대한 긍정적 경험을 제공하고자 서울시 내 전통시장 한 곳을 선정하여 전통시장 서비스 개선 프로젝트를 진행하였다. 사용자 조사를 진행한 후 안선영과 나혜선 두 명의 페르소나를 다음과 같이 설정하였다.



## 안선영

- 나이 : 43세
- 직업 : 회사원
- 가족 : 남편, 중학생 딸

## 페르소나 목표

- 위생적인 식품 관리와 포장
- 정확한 제품 정보
- 편리하고 심미적인 쇼핑 환경

## 페르소나 행동

주변에 전통시장이 있는데 거리가 애매해 차로 이동해야 한다. 주차장 검색을 해 보니 주차장 위치가 나와 있지 않다. 근처에 도착해서 주차장을 찾느라 애를 먹었다. 막상 주차장은 사람도 차도 적어 쾌적하고 만족스럽다.

가족의 건강을 생각하다 보니 물건을 구매할 때는 원산지와 위생에 신경을 많이 쓴다. 전통시장 식품은 원산지 표시가 꼼꼼히 되어 있지 않아서 불만이다. 진열대의 식품도 제대로 포장이 되지 않은 채 널려 있어서 위생이 좀 걱정된다.

근처 대형슈퍼보다는 물건 값이 저렴해서 좋다. 식품의 경우 손질 포장이 되어 있지 않아서 불편하다. 장을 봐서 일일이 손으로 들고 다녀야 하니 많이 사는 것이 불편하다. 포장이 완벽하지 않다 보니 집으로 이동 중에 파손되는 경우가 종종 있다.



## 나혜선

- 나이 : 31세
- 직업 : 가정주부
- 가족 : 남편, 2살 아들

## 페르소나 목표

- 유아를 위한 편의시설
- 소량 포장
- 카드 결제
- 배달 서비스

## 페르소나 행동

평소에는 온라인으로 주문을 하다 보니 전통시장을 자주 방문하지는 않는다. 아이와 가끔 전통시장을 방문하니 시장 지리에 익숙하지 않다. 지난번 방문한 상점이 어디에 있는지 정확한 위치를 찾기가 쉽지 않다.

일단 시장에 들어서면 시장의 활기가 느껴져서 구경하는 재미가 있다. 간편한 먹거리 위주로 구매를 한다. 흥정을 하지 못하니 바가지를 쓰는 듯한 느낌이 들 때가 있다. 그래도 좋은 물건이 많은 편이고 가격이 저렴해서 만족스럽다. 가족이 단출해서 소량으로 구매하는데 그럴 때마다 시장 상인의 눈치가 보인다. 현금으로 결제를 해야 하는 상점이 있어 현금인출기를 찾아 곳곳을 돌아다닐 때도 있다.

아이와 함께 쇼핑을 하면 쇼핑 시간이 지연되고 필요한 것이 생긴다. 그런데 휴게 공간 등의 편의시설이 없어서 시장에 오래 머무는 것이 힘들다. 온라인 주문처럼 배달이 되지 않아 무거운 짐을 들고 집으로 가야 한다.

Q. 다음 <그림>은 나혜선 페르소나의 고객 여정 지도이다. 나혜선의 페르소나에 기초하여 고객 여정 지도의 빈칸 ⑦~⑩에 들어갈 알맞은 내용을 쓰시오. (5점)



⑦ \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

© \_\_\_\_\_

② \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- ⑦ 결제, 비용 지불
    - ① 소량 포장이 어려워 불편함, 대량 포장만 가능해서 불편함
    - ② 현금 결제가 불편함, 카드 결제가 안 됨, 결제 방식이 불편함
    - ③ 배달이 되지 않아 불편함, 무거운 짐을 직접 들고 이동
    - ④ 위치 안내도, 시장 지도, 안내 표지판

# 11.

다음 글을 읽고 물음에 답하시오.

2회

응용

하

사용자  
여정 분석

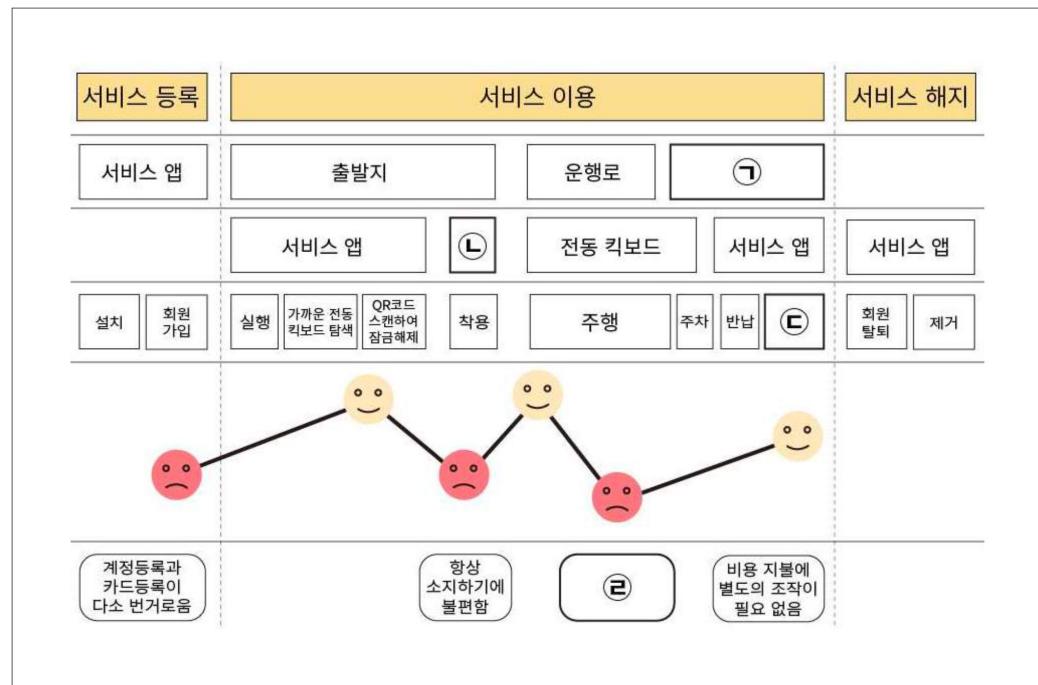
29세 홍OO 씨는 3년 경력의 무역회사 회사원으로 최근 같이 생활하던 부모님과 떨어져 회사와 가까운 A 아파트로 이사했다. 출퇴근 거리가 줄어든 홍OO 씨는 2년 동안 사용하던 중고차를 처분하고 공유 전동 킥보드를 3개월째 이용하고 있다. 전동 킥보드는 젊은 세대를 중심으로 인기를 누리며 사용자가 기하급수적으로 증가하고 있다. 홍OO 씨가 이용하는 공유 전동 킥보드 서비스를 제공하는 W 사의 앱은 출발지에서 QR코드를 스캔하여 잠금 해제를 하고 도착지에서는 반납 이후 등록된 결제 카드에서 자동결제가 이루어져 시간에 쫓기는 사람들에게 인기가 높다.

반면, 이로 인한 부작용도 속출하고 있다. 홍OO 씨가 자주 왕래하는 B 사거리에서는 자전거 전용 도로가 사라지면서 전동 킥보드가 자동차와 충돌하거나 보행로로 운행하는 전동 킥보드와 행인이 부딪히는 크고 작은 사고가 빈번하게 일어난다. 이러한 사고 위험에 노출된 홍OO 씨는 이 사거리를 지날 때면 스트레스를 받는다. A 아파트에서도 아무 곳이나 방치된 전동 킥보드로 인해 경비원의 업무가 증가하고 아파트 거주민의 불만이 쇄도하여 전동 킥보드 이용자와 아파트 주민 간에 다툼도 증가하고 있다.

국회에서는 전동 킥보드의 안전한 이용을 위해 기존의 법령을 강화하기 위한 추가적인 법안이 상정되어 통과되었으며, 이에 따라 2021년 5월 13일 자로 「도로교통법 시행령」내 전동 킥보드 등 개인형 이동장치 안전 강화를 위한 법령이 강화되었다. 이번 개정법에는 인명보호장구 미착용, 면허 미소지, 13세 미만 어린이 사용, 동승자 탑승 등에 대한 처벌조항이 추가되었다.

홍OO 씨는 오늘 아침에도 관할 경찰서로부터 단속 강화에 들어간다는 SNS 메시지를 수신했다. 홍OO 씨는 헬멧과 같은 안전보호장구를 소지하고 착용하는 데 부담을 느껴 계속해서 서비스를 이용해야 할지 고민이 깊어지고 있고, 공유 전동 킥보드 서비스 제공업체에서도 내부 개발자들을 중심으로 이탈하는 이용자를 위한 새로운 서비스 기획과 앱 개발에 들어갔다.

- Q. 다음은 홍○○ 씨가 전동 킥보드를 이용하는 과정을 중심으로 작성한 고객 여정 지도이다.  
빈칸에 알맞은 단어나 문장을 윗글에서 찾아 쓰시오. (4점)



① \_\_\_\_\_

② \_\_\_\_\_

③ \_\_\_\_\_

④ \_\_\_\_\_

- ① 도착지
- ② 헬멧 (안전보호장구)
- ③ 자동결제 (앱 결제)
- ④ 사고 위험에 노출 (자동차와 충돌 또는 행인과 부딪히는 사고)

## 12.

F사는 축산농가를 위한 서비스디자인 프로젝트 진행 과정에서 친화도 분석을 통해 대표적인 문제점을 네 가지로 정리하고 해결책을 제안하였다. 다음 <표>의 빈칸 ⑦과 ⑧에 들어갈 내용을 도출된 문제점에서 골라 쓰고, 빈칸 ⑨~⑩에 알맞은 내용을 쓰시오. (단, 도출된 문제점을 모두 활용할 것) (5점)

1회

실무

하

서비스.  
경험디자인  
요구사항  
정의

최근 기후변화로 폭염일수가 증가함에 따라 가축 폐사율이 증가하여 축산농가의 어려움이  
가중되었다. 가축 중에서도 땀샘이 없어 폭염에 취약한 닭의 폐사 규모가 가장 커졌다.  
이에 따라 폭염기간 동안 기상 정보와 축산 정보가 융합된 맞춤형 정보에 대한 필요성이  
증대되었다. F사는 양계농장을 방문하여 관찰과 인터뷰를 진행한 후, 문제점을 다음과 같이  
도출하였다.

<도출된 문제점>



<표>			
문제점	문제 정의	서비스디자인 해결책	
<ul style="list-style-type: none"> <li>부정확한 온·습도 정보</li> <li>폭염 지속 여부 확인 어려움</li> <li>천동번개로 발전기 고장 발생</li> </ul>	①	①	②
<ul style="list-style-type: none"> <li>폐사축 처리 효율화 방안 필요</li> <li>부폐로 인한 냄새 및 방역 문제</li> </ul>	①	<ul style="list-style-type: none"> <li>시설 미비 및 관리능력 부족</li> <li>폐사축 처리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>양계 전문가 1:1 맞춤 현장 컨설팅</li> <li>폐사축 건조 가루화 방식 추진</li> </ul>
	①	<ul style="list-style-type: none"> <li>노하우 공유 미비</li> </ul>	②

① \_\_\_\_\_

② \_\_\_\_\_

③ \_\_\_\_\_

④ \_\_\_\_\_

⑤ \_\_\_\_\_

- ① CCTV에 의존한 현장 관리 소홀, 축사시설별 적정관리 소홀, 시설 노후화  
 ② 성공 사례 공유 부족, 다양한 정보 교류 부족, 응급 상황에 대한 대처법 부족  
 ③ 기상 정보 확인 어려움, 불충분하고 부정확한 기상 정보  
 ④ 닦 사육 기상 정보 알림 서비스, 맞춤형 기상 정보 서비스  
 ⑤ (양계)정보 공유 커뮤니티 개설, 노하우 공유 소통 채널 구축

## 13.

다음은 E사가 진행한 노인요양시설 서비스 혁신 프로젝트에 대한 설명이다. 해당 프로젝트의 이해관계자를 <보기>에서 골라 그룹별로 쓰시오. (3점)

1회  
응용  
하  
이해관계자  
분석

정부는 국내 노인요양시설 이용자의 만족을 증진하고 서비스 선진화를 위해 노인요양시설 서비스 혁신 프로젝트를 진행하였다. E사는 문헌 연구와 전문가 인터뷰를 통해 서비스 수요자, 서비스 제공자, 정책 관계자 세 그룹의 이해관계자를 설정하였다.

<보기>

- |         |             |          |
|---------|-------------|----------|
| Ⓐ 가족    | Ⓑ 간호사/간호조무사 | Ⓒ 건강보험공단 |
| Ⓑ 노인    | Ⓓ 물리치료사     | Ⓓ 보건복지부  |
| Ⓒ 요양보호사 | Ⓔ 요양원 운영자   | Ⓔ 지방자치단체 |

서비스 수요자 \_\_\_\_\_

서비스 제공자 \_\_\_\_\_

정책 관계자 \_\_\_\_\_

서비스 수요자: Ⓐ Ⓑ  
서비스 제공자: Ⓑ Ⓒ Ⓓ Ⓔ  
정책 결정자: Ⓒ Ⓓ Ⓔ

## 14.

다음 <그림>은 밀레니얼 세대를 위한 체험형 매장의 서비스 모형(Desktop Walkthrough)이다. 해당 프로토타입에 대한 장단점을 각각 2개씩 쓰시오. (4점)

2회

기초

하

서비스·경험  
구조화

<그림>



장점 1 \_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_

단점 1 \_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_

장점

- ① 서비스 프로토타입 제작 비용 절약
- ② 서비스 프로토타입 제작 시간 절약
- ③ 서비스 프로토타입 제작에 필요한 공간 제약의 극복
- ④ 반복된 고객 접점(터치포인트) 추가, 삭제, 변경을 통한 반복적 테스트
- ⑤ 서비스 시각화를 통한 공유 및 프레젠테이션에 도움

단점

- ① 실제 크기(스케일)감 파악의 어려움
- ② 실제 맵락 반영의 어려움 (실제적인 몰입감 부족)
- ③ 실제 상호작용(인터랙션) 파악의 어려움

## 15.

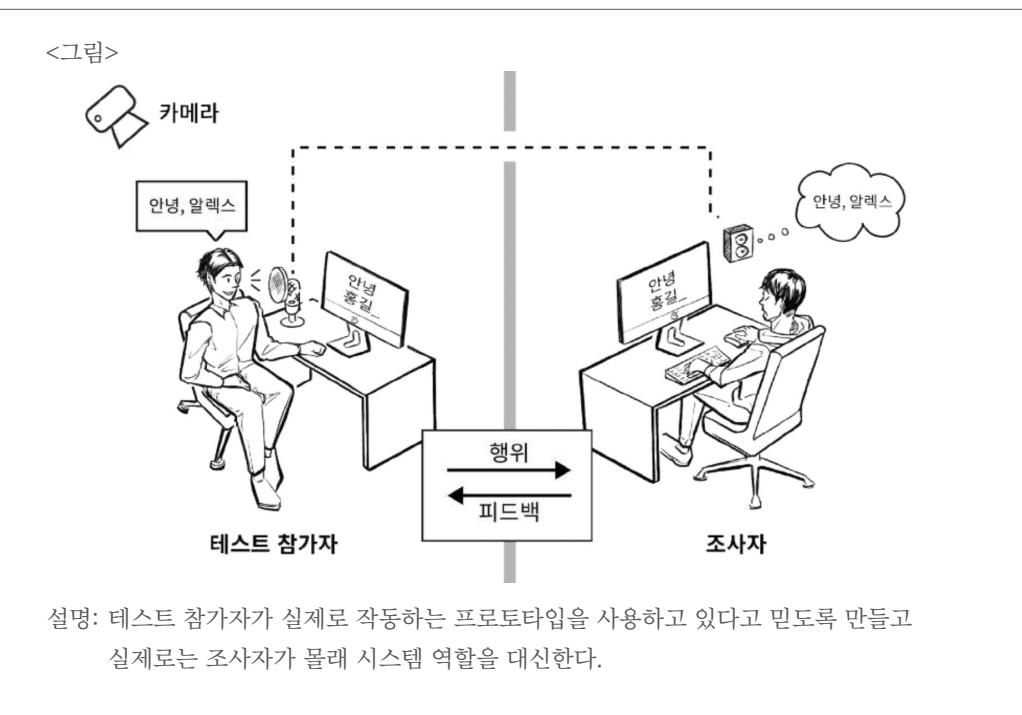
다음은 서비스·경험디자인 프로토타입의 테스트 방법을 설명한 것이다. 이 방법이 무엇인지 쓰고, 해당 방법의 특징으로 옳지 않은 것을 <보기>에서 모두 고르시오. (4점)

2회

실무

상

서비스·경험  
프로토타입  
계획·설계



<보기>

- ① 혁신적이고 영향력 있는 기술을 어떻게 적용할 수 있을지 탐색하고 파악하는 데 활용될 수 있다.
- ② 낮은 구현 충실도(Lo-fi) 프로토타입보다는 높은 구현 충실도(Hi-fi) 프로토타입 테스트에 더 적합하다.
- ③ 참가자가 새로운 방식을 시도하는 것에 얼마나 열린 태도를 보이고 있으며, 얼마나 자발적인지 측정할 수 있다.
- ④ 도출된 아이디어가 타당한지 빠르게 확인하기 위한 프로토타입 테스트 방법으로 서비스 개발의 초기 단계에서 효과적이다.
- ⑤ 조사자가 비디오나 화면공유 소프트웨어를 통해 참가자의 행동을 관찰하는 것은 테스트에 개입하여 결과에 영향을 미치게 되므로 지양해야 한다.

용어 \_\_\_\_\_

특징으로 옳지 않은 것 \_\_\_\_\_

- ① Wizard of OZ, WOZ, 오즈의 마법사
- ② ①, ④

## 16.

다음은 신제품 및 서비스의 가치를 고객에게 보여 주고 사업가설을 검증하기 위해 제작한 것이다. 시간과 자원을 최소한으로 투자해 핵심 기능 위주로 구현한 이것의 명칭을 쓰시오. (2점)

2회

응용

중

서비스·경험  
프로토타입  
계획·설계

<사례 1>

AirBed & Breakfast

Sign Up / Sign In | Post a Room

Forget hotels.

san francisco

Check in

Check out

Guests

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

100

101

102

103

104

105

106

107

108

109

110

111

112

113

114

115

116

117

118

119

120

121

122

123

124

125

126

127

128

129

130

131

132

133

134

135

136

137

138

139

140

141

142

143

144

145

146

147

148

149

150

151

152

153

154

155

156

157

158

159

160

161

162

163

164

165

166

167

168

169

170

171

172

173

174

175

176

177

178

179

180

181

182

183

184

185

186

187

188

189

190

191

192

193

194

195

196

197

198

199

200

201

202

203

204

205

206

207

208

209

210

211

212

213

214

215

216

217

218

219

220

221

222

223

224

225

226

227

228

229

230

231

232

233

234

235

236

237

238

239

240

241

242

243

244

245

246

247

248

249

250

251

252

253

254

255

256

257

258

259

260

261

262

263

264

265

266

267

268

269

270

271

272

273

274

275

276

277

278

279

280

281

282

283

284

285

286

287

288

289

290

291

292

293

294

295

296

297

## 17.

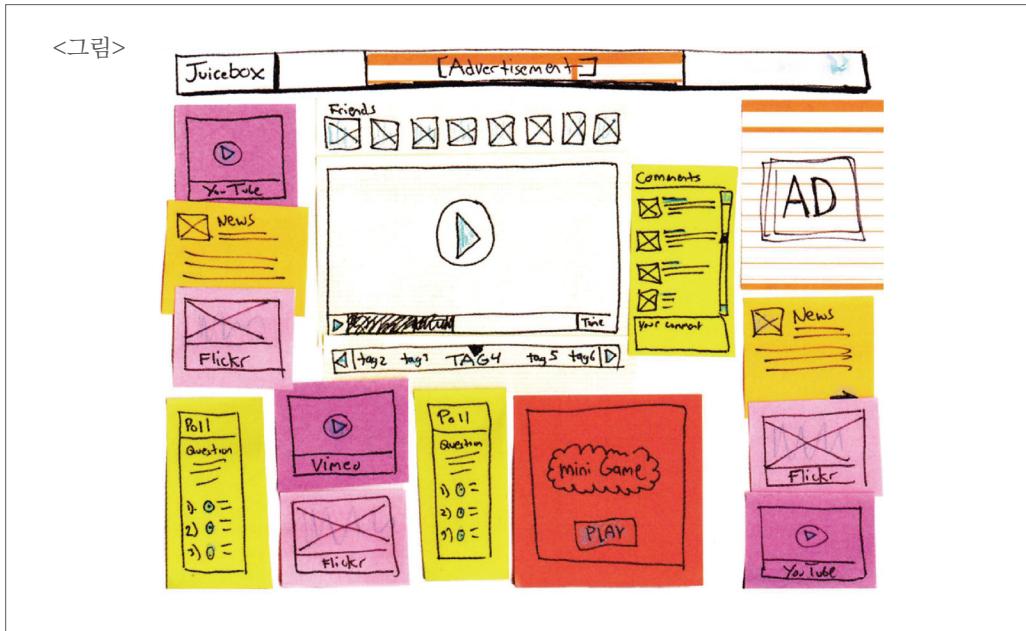
다음 <그림>은 온라인 TV의 새로운 서비스가 실제로 어떻게 작동하는지를 실험해 보기 위해 가위, 포스트잇, 색인카드, 컬러마커를 사용해 제작한 페이퍼 프로토타입이다. 페이퍼 프로토타입의 장점을 3가지 쓰시오. (3점)

1회

응용

증

서비스 경험  
프로토타입  
제작



장점 1

---

---

장점 2

---

---

장점 3

---

---

- 아이디어를 가장 빠르게 실험할 수 있다.
- 콘셉트과 시스템의 흐름을 보여 줄 수 있다.
- 디자인을 다양하게 테스트할 수 있다.
- 이해관계자와 쉽게 커뮤니케이션할 수 있다.
- 디자인의 수정/변형이 쉽다
- 아이디어 발상에 효과적이다.
- 아이디어를 경제적으로 테스트할 수 있다.

## 18.

다음은 태양광 에너지와 디자인을 활용해 혁신을 이루어낸 휴대용 태양광 충전기에 대한 사례이다. 빙칸 ⑦~⑩에 해당하는 용어를 쓰고, 빙칸 Ⓐ~Ⓒ에 해당하는 내용을 찾아서 비즈니스 모델 캔버스를 완성하시오. (6점)

2회

실무

증

서비스·경험  
결과물 제시

- Y 사의 제품 개발은 '어떻게 하면 태양광 에너지를 일상생활 속에서 편리하게 사용할 수 있을까?'라는 질문에서 시작되었다.
- 이러한 문제를 해결하기 위해서는 우선 초고효율 태양광 기술이 필요했고, 기술적인 문제는 글로벌 태양광 기업 S 사와 협력하여 해결해 나갔다.
- 협력업체 S 사로부터 패널효율 23~24%의 초고효율 태양광 기술의 핵심 부품을 공급받았고, 수요가 늘어남에 따라 점차 전문기술 인력도 늘어났다.
- 디자이너는 크고 무거운 케이스와 배선을 없애고 자석을 이용한 패널구조를 고안하여, 세계에서 가장 얇고 휴대가 편리한 태양광 충전기 '솔라페이퍼'를 디자인하였다.
- 디자인 개선 이후 매출액이 3.5억 원, 상품 수출액이 363,000달러로 상승하였다.
- Y 사는 해외 크라우드 펀딩을 통하여 초경량, 초박형 태양광 충전기 '솔라페이퍼'를 선보이고 100만 달러 이상 펀딩에 성공한 최초의 기업이 되었다.
- '솔라페이퍼'는 세계 최대의 국제전자제품박람회(CES)에서 혁신상을 받았다.

### 비즈니스 모델 캔버스

핵심파트너십	⑦	가치제안	고객관계	고객
• 글로벌 태양광 기업 S 사와 다이렉트 협력관계	• 해외 크라우드 펀딩에 상품 론칭 • CES 참여 ⑧ • ( Ⓛ ) • ( Ⓜ )	• ( Ⓜ ) • 초고효율성	• 친환경 에너지 사용의 대중화 • 멤버십 • 서포터즈 운영 채널 • 웹사이트 • 온라인 스토어	• 아웃도어 활동가
비용구조	⑩			
• 소재 개발비 • 부품 개발비 • 인건비	• 매출액 3.5억 원 상승 • 상품 수출액 363,000달러로 상승			

⑦ \_\_\_\_\_

⑧ \_\_\_\_\_

⑩ \_\_\_\_\_

Ⓐ \_\_\_\_\_

Ⓑ \_\_\_\_\_

Ⓒ \_\_\_\_\_

⑦ 핵심 활동 (Key Activities)

⑧ 핵심 자원 (Key Resources)

⑩ 수익(수익원) (Revenue Streams)

Ⓐ 초고효율 태양광 기술의 핵심 부품, 초경량/초박형 기술

Ⓑ 전문기술 인력, 디자이너, 디자인

Ⓒ 편리한 사용, 얇고 가벼움, 휴대성

19.

다음은 공유 숙박 서비스 플랫폼의 서비스 청사진이다. <그림>의 빈칸 ⑦~⑩에 들어갈 알맞은 내용을 <보기>에서 골라 쓰시오. (6점)

**2회**  
실무  
증  
서비스·경험  
결과물 제시

<그림>

		온라인 예약					도착 & 체크인		집 풀고 즐기기		체크아웃		온라인 숙박후기
게스트	가입 & 검색	(1)	호스트의 메시지 확인	예약 및 결제	호스트와 만남, 열쇠받기	규칙 확인하고 집안 둘러보기	샤워, 식사 및 휴식	집 주변 둘러보기	정리 및 열쇠 반납	(2)	(3)	(4)	
	온라인 터치 포인트	온라인 검색 결과 페이지	온라인 호스트 페이지	온라인 호스트 메시지	온라인 게스트 페이지	온라인 결제 페이지	(5)	집 안의 가구, 인테리어	샤워기, 식기 및 가전	주변 이웃	열쇠 보관 장소	(6)	
오프라인 터치 포인트						(7)						(8)	
지원 과정						(9)						(10)	
호스트	게스트의 메시지 확인		(11)	결제 내용 확인	게스트와 만남, 열쇠주기	냉난방 및 전기작동		게스트가 남긴 열쇠 확인하기		게스트 평가			

<보기>	
게스트에 대한 평가 확인	결제 시스템
온라인 결제 영수증 내역	온라인 게스트 페이지
온라인 호스트 페이지	전화 안내
챗봇 메시지	호스트
호스트에 대한 평가 확인	호스트 평가

1

卷之三

- ⑦ 호스트에 대한 평가 확인
  - ⑧ 결제 시스템
  - ⑨ 게스트에 대한 평가 확인
  - ⑩ 호스트 평가
  - ⑪ 온라인 호스트 페이지

## 20.

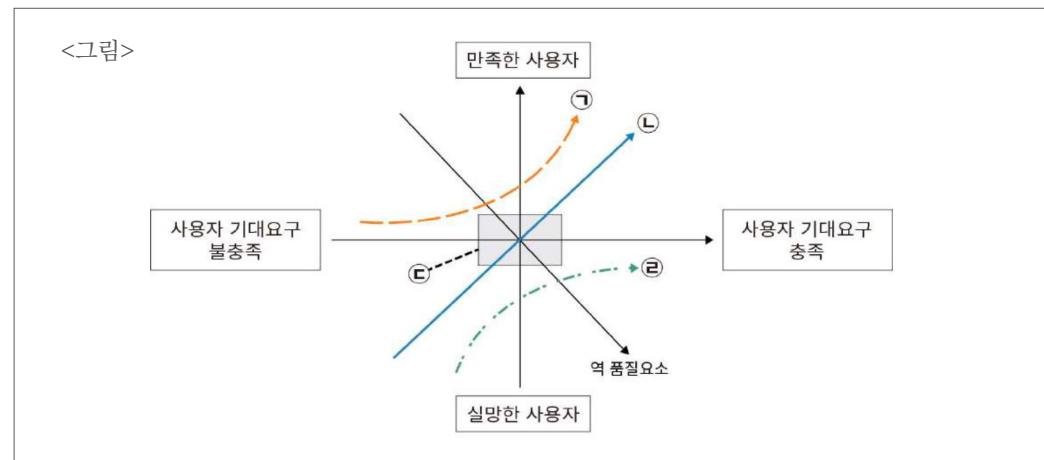
다음 <표>는 카노모델 (Kano Model)을 이용하여 모바일 쇼핑 서비스의 사용자 가치 측정한 결과이다. <그림>의 ①~④에 해당하는 항목을 <표>에서 찾아 모두 골라 쓰시오. (3점)

**2회**  
**응용**  
**하**

서비스·경험  
결과물 제시

**<표>**

번호	항목	A	O	M	I	R	KANO결과
1	쉽고 편한 메뉴 사용	36	140	31	32	6	O
2	모바일 결제 시스템	35	72	114	15	9	M
3	성격이 다른 상품과의 비교기능	51	17	75	101	1	I
4	음성을 이용한 상품검색	153	35	23	31	3	A
5	개인화된 페이지	43	121	9	70	2	O
6	개인화된 폰트 사이즈	31	53	56	98	7	I
7	매력적인 디자인	121	98	50	3	3	A
8	카드 정보 저장	22	177	17	20	9	O
⋮							
20	카드 결제 진행 시 개인정보 보호	8	19	197	19	2	M
A: 매력적 품질 요소				M: 당연적 품질 요소		O: 일원적 품질 요소	
I: 무관심 품질 요소				R: 역 품질 요소			



① \_\_\_\_\_

② \_\_\_\_\_

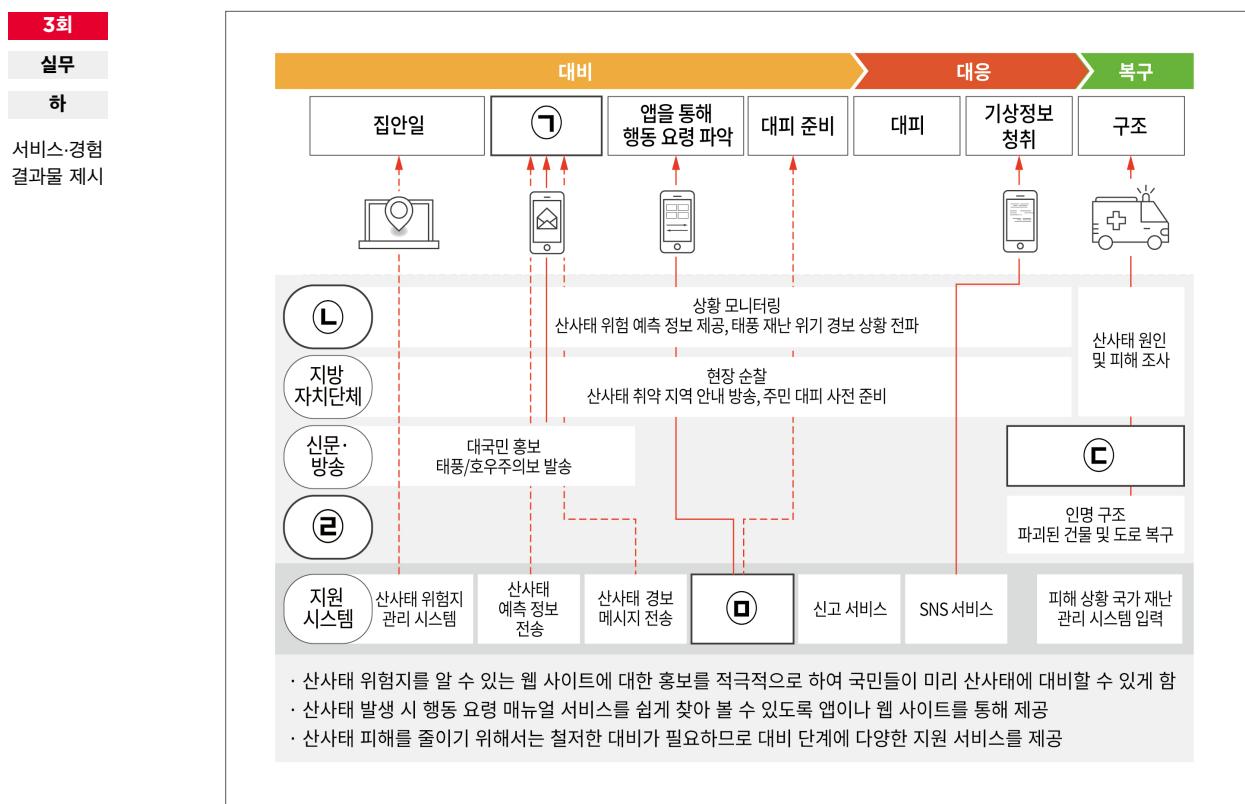
③ \_\_\_\_\_

④ 모바일 결제 시스템, 카드 결제 진행 시 보호된 개인정보 보호

- ① 음성을 이용한 상품 검색, 매력적인 디자인
- ② 쉽고 편한 메뉴 사용, 개인화된 페이지, 카드 정보 저장
- ③ 성격이 다른 상품의 비교 기능, 사용자 정보에 맞춰진 폰트 사이즈

## 21.

다음은 산사태 발생 시 국민에게 제공되는 국가 재난대비 서비스 청사진 (Service Blueprint)이다. 빈칸 ① ~ ④에 해당하는 내용을 <보기>에서 골라 쓰시오. (5점)



<보기>

기상청  
산사태 복구현장 방송

재난 시 행동요령 매뉴얼 서비스  
중앙 재난 시스템 기술자 지원

산림청  
산업안전보건청  
중앙 119 구조대  
홍수 경보 알림 메시지 수신

① \_\_\_\_\_ ② \_\_\_\_\_

③ \_\_\_\_\_ ④ \_\_\_\_\_

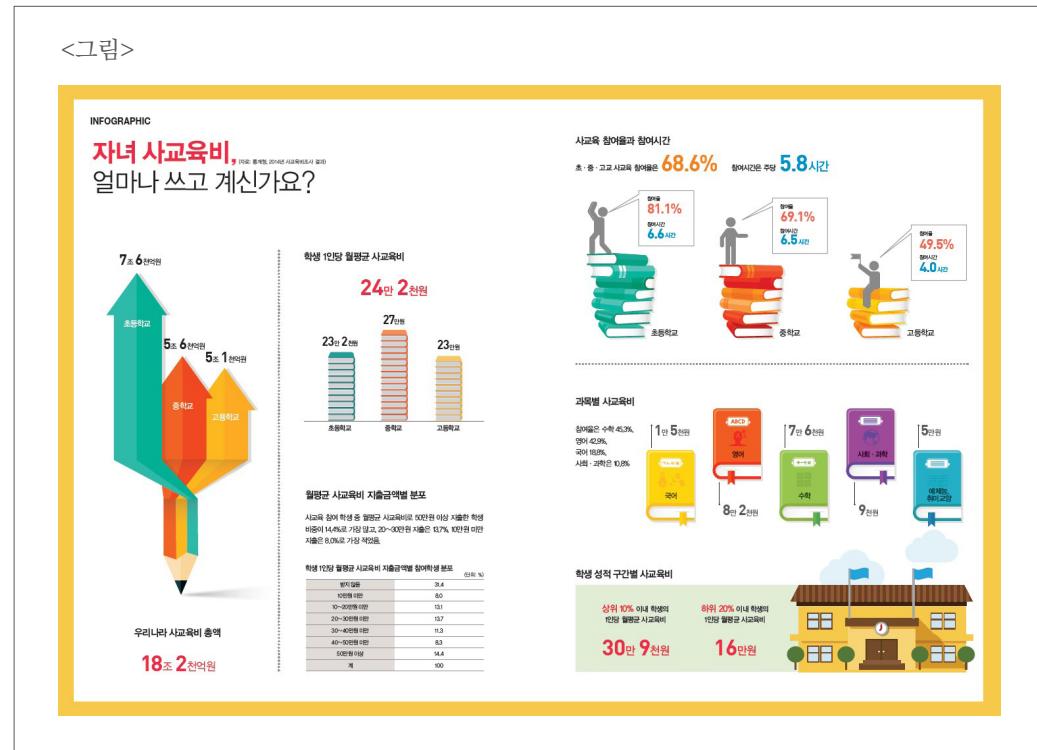
⑤ \_\_\_\_\_

- ① 홍수 경보 알림 메시지 수신
- ② 산림청
- ③ 산사태 복구 현장 방송
- ④ 중앙 119 구조대
- ⑤ 재난 시 행동요령 매뉴얼 서비스

## 22.

다음 <그림>은 정량 데이터를 시각화한 인포그래픽의 사례이다. 사용자의 인지적 관점에서 인포그래픽의 장점 3가지를 서술하시오. (3점)

2회  
기초  
상  
완료보고서  
작성



장점 1 \_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_

3 \_\_\_\_\_

- 흥미를 유발하고, 사람들의 이목을 끌 수 있다. · 이해하기 쉽고 직관적으로 파악할 수 있다.
- 정보 습득 시간을 줄여 주고 문제의 핵심을 파악하기 쉽다.
- 오랫동안 기억을 유지하고 지속하게 하는 장점이 있다.
- 정보를 효과적으로 소통, 전달하고, 정보에 공감할 수 있다.

## 23.

다음은 영국 S 백화점의 서비스 혁신 프로젝트에 대한 설명이다. 빈칸 ⑦~⑩에 들어갈 알맞은 용어를 쓰시오. (4점)

2회

응용

증

운영방안  
제시

S 백화점은 ( ㉠ ) 측면에서 환경단체와 협업하여 환경에 무해한 공급처에서 만든 환경 지향적 제품만을 판매하고, ( ㉡ ) 측면에서 고객이 자신 소유의 패션이나 액세서리 제품을 온라인 리셀(Resell) 마켓을 통해 판매하여 매장 적립금을 받을 수 있도록 하였다. 파트너 및 고객과 협력하는 방안으로 프로젝트의 콘셉트, 전략, 그리고 론칭에 대한 스토리를 활용해 캠페인을 진행 중이다. 그뿐만 아니라 사용자가 자신들의 경험에 대해 직접 만들고 편집한 영상 콘텐츠 등이 자연스럽게 인기를 얻으면서 사람들의 호기심을 일으키고 있다. 이는 ( ㉢ ) 측면에서 사람들의 인식변화를 활성화하는 데 도움을 주었다. S 백화점은 서비스를 디자인하면서 인간과 자연을 재생시키려는 작업 방식을 핵심으로 삼아 새로운 변화를 위해 노력하고 있다. 이러한 서비스 혁신 프로젝트는 생태효율성 및 이익, 사람, 지구라는 3대 기본 축의 균형을 맞춰서 개발 전파하려는 ( ㉣ ) 디자인의 사례로, 서비스의 품질평가 방법인 트리플 바텀 라인(Triple Bottom Line)의 세 가지 ( ㉠ ), ( ㉡ ), ( ㉢ ) 요소의 균형을 고려하고 있다.

㉠ \_\_\_\_\_ ㉡ \_\_\_\_\_

㉢ \_\_\_\_\_ ㉣ \_\_\_\_\_

- ㉠ 환경적 (Environmental)
- ㉡ 경제적 (Economic)
- ㉢ 사회적 (Social)
- ㉣ 지속가능한 (Sustainable)

## 24.

다음은 '자동 응답 서비스에 기초한 결제 방법 및 상기 방법을 수행하는 서버'의 영업 방법 (BM, Business Model) 특허의 사례이다. 빈칸 ①과 ②에 해당하는 내용을 쓰시오. (3점)

2회

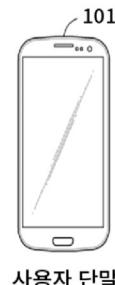
응용

상

운영방안  
제시

### 특허명: 자동 응답 서비스에 기초한 결제 방법 및 상기 방법을 수행하는 서버

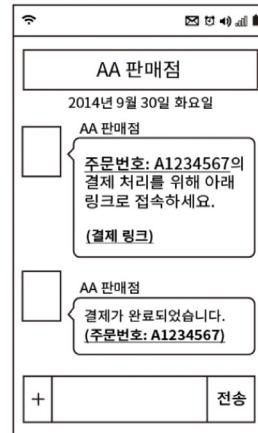
본 발명은 메시지 서비스에 가입한 사용자가 간편서비스에도 가입한 경우, 자동응답 서비스만으로도 간단하게 상품 또는 서비스를 주문하면서 결제까지 진행할 수 있도록 하는 방법 및 장치를 제공한다.



ARS 연결 → 간편 결제 선택



판매자 서버



특허실용신안제도에 따라 영업 방법(BM) 특허로 등록하기 위해서는 ( ① )에  
( ② ) 을/를 결합한 형태로 특정한 목적달성을 위한 정보의 처리가 구체적으로 수행된  
새로운 비즈니스 시스템 또는 방법이어야 한다. 그리고 이러한 비즈니스 방법은 특허법이  
규정하고 있는 상세한 특허요건을 모두 만족해야만 한다.

① \_\_\_\_\_

② \_\_\_\_\_

- ① 사업 아이디어
- ② 정보 통신 기술

# 합격수기

언론 영상 관련 학과를 졸업하여 마케팅 및 디자인 기획·제작 커리어를 쌓아 왔지만, 디자인 제작 수준만을 판단할 수 있는 컴퓨터그래픽스운용기능사 자격증과 포트폴리오 외에 저의 디자인 기획 역량을 객관적으로 보여 줄 수 있는 방법이 없다는 것이 늘 아쉬웠습니다. 또한 결혼과 함께 개인적인 사정으로 인해 계약직으로 이직을 하게 되면서, 계약 종료 이후나 임신과 출산을 앞두고 제 커리어를 어떻게 관리해 나갈 것인가에 대한 고민이 커졌습니다.

그러다 파트장님께서 서비스·경험디자인 기사 자격증이 신설된다는 것을 알려주셨고, 저에게 꼭 필요한 자격증이라는 확신이 들어 고민 없이 준비하게 되었습니다. 1회 시험이었기 때문에 수험에 대한 정보는 한국디자인진흥원에서 제공한 예시 문제와 핵심 키워드가 전부였지만, 그 자료를 바탕으로 참고 서적과 인터넷 자료 등을 찾을 수 있었습니다. 1차 필기는 핵심 키워드를 암기하고 참고 서적을 통해 관련 개념을 폭넓게 이해하는 데 집중하여 80점 넘게 받으며 안정적으로 통과하였습니다. 2차 실기는 예시 문제 덕분에 출제 유형에 대한 감을 잡을 수 있었고, 각 핵심 키워드가 실제 사례에선 어떤 식으로 사용되고 적용되는지 아는 것이 중요하다고 생각되어 참고 서적을 통해 다양한 사례를 접하고자 했습니다. 업무가 많은 연초였지만 틈틈이 공부하여 60점대로 시험을 통과하게 되어 1회 서비스·경험디자인 기사 100명 중 한 명이 되는 기쁨을 누리게 되었습니다. 게다가 기사 자격은 처음이라 저에겐 이 자격증이 더욱 의미 있었습니다.

이후 저는 서비스·경험디자인 기사 자격증을 통해 공공서비스 기획에 대한 역량을 인정받아 서울시에서 운영하는 베뉴의 서비스 기획 및 홍보마케팅 업무를 할 수 있었습니다. 지금은 국제 협력 분야에서 공공서비스 기획 전문가로 개발도상국가의 농업과 교육 관련 다양한 프로젝트에 참여하고 있습니다. 전에는 같은 업무를 하더라도 마케팅과 디자인 분야 전문가로만 인식되었다면, 이제는 공공서비스에 대한 전문가로도 인정받게 되어 서비스·경험디자인이 적극적으로 반영되고 있는 국제 협력 분야에서 저만의 경쟁력을 쌓아 가고 있습니다. 덕분에 현재 임신 중이지만 출산 후의 경력단절에 대한 걱정도 사라졌습니다. 서비스·경험디자인 기사 자격이 제 커리어의 반경을 넓혀 준 것처럼, 다른 분들에게도 자신의 역량을 증명할 수 있는 자표이자 새로운 기회를 만나는 창구가 되었으면 좋겠습니다.

UX 기획자로 실무를 진행하면서 경험적으로 익힌 지식들을 이론적으로 정립해야 할 필요성에 대해 절감하던 때, 서비스·경험디자인 기사 자격증 시험에 응시하게 되었습니다. 이미 여러 차례 시행되고 많이 알려져 있는 타 분야의 자격 검정 시험과 달리 서비스·경험디자인 분야에서 새롭게 시도되는 자격 검정 시험이라는 점과 실무에서 사용되는 용어와 방법론이 어떻게 시험 문제로 응용될 수 있을지 흥미가 생겨 도전해 보고자 마음먹었습니다.

서비스·경험디자인 기사 시험 과목의 커리큘럼은 실무 업무에도 활용될 수 있도록 균형 있게 잘 구성되어 있었습니다. 필기시험의 경우 홈페이지에서 제공되는 용어 정리집과 예상 문제들을 위주로 공부하고 그 외 보충이 필요한 부분은 서비스·경험디자인, UX 관련 도서를 참고하여 한 번 더 개념을 정립하였습니다. 시험 준비를 위해서는 서비스·경험디자인의 전체 프로세스와 각 단계별 과정을 이해하고, 생소한 용어나 방법론에 대해서는 관련 도서나 검색을 통해 내용을 보충하는 방법을 추천 드립니다. 또한 업계 내에서 회자되는 IT 관련 상식들도 평소에 잘 습득해두면 도움이 될 것 같습니다. 실기시험은 전체 프로세스 중 각 단계별로 수행되는 업무에 대한 구체적인 방향 제시를 요구합니다. 개인적으로 수험자들에게는 실기시험 준비가 필기시험에 비해 다소 어렵게 느껴질 수 있다고 생각됩니다. 주관식으로 답안을 작성하는 실기시험에서는 리서치를 직접 설계하여 기술하거나 콘셉트를 도출해 제시할 수 있어야 하기 때문입니다. 사례를 분석하고 이를 설계하는 항목의 경우, 홈페이지에서 제공되는 사례 활용집을 보며 공부하면 도움이 될 것이라 생각됩니다. 또한 필기시험을 준비하며 다루었던 개념, 용어도 다시 한 번 점검해 보는 것이 좋습니다. 기존 필기시험 문제로부터 관련 개념을 심도 있게 다루는 내용 또한 발견할 수 있었기 때문입니다.

시험을 치르면서 그동안 정립되지 못한 채 산재되어 있던 저의 경험과 지식들을 한층 체계적으로 정리할 수 있었습니다. 이론적으로 개념을 정립하고 놓쳤던 부분의 방법론들을 숙달할 수 있는 좋은 기회였다고 생각합니다. 또한, 사례 분석 등은 실무에 적용할 만한 통찰(Insight)을 제공하고 스스로 정보를 검증하고 재해석할 수 있도록 새로운 방향으로 환기하는 기회가 되었다고 생각됩니다. 저처럼 서비스·경험디자인 업무에서의 환기가 필요하거나 업무를 시작하기 위해 준비하는 분들에게 추천해 드리며, 응시자 여러분의 합격을 기원합니다.

# 저자소개

**최민영** 성신여자대학교 서비스·디자인공학과 교수

한국서비스디자인학회 회장과 한국HCI학회 부회장으로서 디자인과 기술을 융합하여 인간중심 서비스 개발과 사용자 경험디자인의 전문가로서 활동하고 있다. 행정안전부 <정부혁신위원회> 위원으로서 공공 부문의 발전에 기여하고 있으며, 현대자동차, 삼성전자, LG전자 등과 미래 서비스와 비즈니스 디자인에 대한 다수의 프로젝트를 수행하였다. 저서로는 <디자인비즈니스기획>, <기초조형 프로덕션> 등이 있으며, <신기술분야 융합디자인 전문인력양성> 사업단장으로서 AI 기술과 서비스디자인의 융합 인재 교육에 힘쓰고 있다.

**정재희** 홍익대학교 산업미술대학원 서비스디자인전공 교수

독일 부퍼탈 대학교(Bergische Universitaet Wuppertal)에서 커뮤니케이션 디자인 박사 학위를 받았다. 현재 홍익대학교 산업미술대학원 서비스디자인 전공 교수로 재직 중이다. LG전자에서 스마트폰, 스마트 TV, 스마트 홈의 제품과 서비스를 기획했고, GS 홈쇼핑에서 신규 사업 기획과 마케팅 업무를 담당했다. 아이데오(IDEO), 프로그디자인(frog design), 스마트디자인(Smart Design), 메소드(Method) 등 글로벌 디자인 에이전시와 함께 다양한 프로젝트를 진행했다. LG전자, LG생활건강, 현대자동차, KT 등 다수의 기업과도 혁신 제품과 서비스 기획 프로젝트를 수행했다. 인천 국제공항, 서울디자인재단, 국민디자인단의 자문위원을 역임하고, 한국디자인학회, 한국서비스디자인학회, 한국공간디자인학회, 한국산업디자이너협회, 한국브랜드디자인학회의 이사로 활동 중이다.

**박남춘** 서울여자대학교 산업디자인학과 교수

서울여자대학교 산업디자인학과에서 UX디자인과 서비스디자인 관련 연구와 교육을 하고 있으며, UX디자인랩을 운영하고 있다. 삼성전자 네트워크디자인그룹에서 책임 디자이너로 UX디자인을 담당하였고, 삼성전자, LG전자, 현대자동차 등의 대기업과 다양한 스타트업 기업과의 산학프로젝트를 통해 다수의 실무중심 서비스경험디자인 과제를 진행하였다. 코넬대학교 DEA 교환교수를 역임하였으며 한국HCI학회 부회장, 한국서비스디자인학회 부회장과 한국디자인학회 상임이사로 활동하고 있다.

**김상열** 한국디자인진흥원 서비스디자인실 실장

한국디자인진흥원 서비스디자인 실장으로 산업통상자원부에서 주관하는 서비스디자인혁신사업(안전서비스디자인, 서비스·경험디자인 자격검정)과 사회적기업 혁신역량강화사업을 총괄하고 있다. 고용노동부의 국가기술자격검정인 서비스·경험디자인 기사, 행정안전부에서 주관하는 국민정책디자인을 총괄하고 있으며, 국토교통부의 도시재생기원기구장 등을 맡고 있다.

**안소담** 한국디자인진흥원 서비스디자인실 안전디자인팀 팀장

한국디자인진흥원에서 산업단지, 발전소, 시험원 등 안전 취약 산업 시설을 대상으로 근로자 중심의 안전사고 예방 및 근로 환경 개선을 목표로 하는 안전서비스디자인사업을 맡고 있다. 또한 고용노동부의 국가기술자격검정인 서비스·경험디자인 기사 시험의 운영을 맡고 있다.

**최서령** 한국디자인진흥원 서비스디자인실 안전디자인팀 주임연구원

한국디자인진흥원에서 서비스·경험디자인 자격검정 업무를 맡고 있다. 서비스·경험디자인 이론서와 기출문제집 출간을 맡았으며, 한양대학교 대학원의 러닝사이언스학과 인지정보디자인 전공 겸임교수로 재직하였다.

# 2020-2022 서비스·경험디자인 기사 기출문제

(서비스·경험디자인 기사 필기·실기 핵심기출 문제 및 해설 수록)

초판 발행

2022년 12월 29일

주무부처

산업통상자원부(엔지니어링디자인과)

발행처

한국디자인진흥원

저자

김상열, 최민영, 정재희, 박남춘, 안소담, 최서령

윤문

진가연

편집디자인

김정훈

© 한국디자인진흥원

이 책의 저작권 및 판권은 한국디자인진흥원에 있으며, 실린 글과 도판은 동의 없이

무단으로 사용 및 전제할 수 없습니다.

국가기술자격의 시험문제는 저작권법상 보호되는 저작물이며, 문제의 일부 또는 전부를

무단복제, 배포, 출판 전자출판하는 등의 행위를 금합니다.





**2020-2022**  
**서비스·경험디자인 기사**  
**기출문제**

비매품/무료

93650



9 791192 250434  
ISBN 979-11-92250-43-4