

Chapter 1

캡스톤 디자인의 개념

1. 캡스톤 디자인이란 무엇인가?

“Capston Design은 ‘창의적 종합설계’로 표현하며 엔지니어를 양성하기 위한 교육프로그램으로 볼 수 있습니다. 예를 들면 제품 등의 설계과제를 학생들이 직접 수행하면서 제품의 개발에서부터 생산까지의 과정을 이해하게 하는 것으로 학생들이 분야별로 습득한 지식을 바탕으로 지역산업체 등에서 실제 필요로 하는 작품 등을 학생 스스로 설계, 제작, 평가하여 봄으로써 창의성, 실무능력, 팀워크능력, 리더십 등을 키우기 위한 교육프로그램을 의미합니다.

“특정 전공의 학생이 실제 산업현장에서 제기되는 다양한 문제를 해결하기 위하여 자신의 전공에서 배운 이론을 종합적으로 활용하여 해당문제를 해결하기 위한 산출물을 기획, 제작하는 전(全) 과정”

그렇다면 이러한 실습 교과목에 왜 캡스톤이라는 이름을 붙였을까? 캡스톤이 건물을 완성하면서 맨 위에 올려놓는 관석인 것처럼 이 과목을 통해서 교육의 종합적인 완성을 꾀하라는 깊은 뜻이 내재되어 있다. 따라서 관광관련 캡스톤 디자인을 수강하는 학생들은 관광학(산업체)의 종합적인 완성을 배우게 된다는 것이다. 즉 하산하기 바로 전에 배우는 마지막 수업이라는 것이다.

캡스톤 디자인 과목의 기대효과는 다음의 세 가지로 요약할 수 있다. 첫째, 취업률 향상을 위한 실무형 인재양성을 할 수 있다. 관련 산업체의 수요를 반영한 캡스톤 디자인 주제를 선정하고 수행하며 재학 중 산업체 업무를 익힐 수 있는 경험을 하고 팀 단위의 프로젝트를 통해서 팀워크 능력을 배양할 수 있다. 둘째, 관련 산업체와의 연계 강화 및 확대를 꾀할 수 있다. 공학이나 사회과학과 같은 응용문학은 관련 산업체 정보를 끊임없이 수집해야 하는데, 본 과목을 계기로 산업체와 끈끈한 네트워크를 구축할 수 있을 것이다. 마지막으로 학교 위상 제고를 할 수 있다. 캡스톤 디자인을 통해서 산출한 결과물을 외부 전시회 등에 출품하여 입상을 할 경우에, 학교 이미지를 제고할 수 있다.

캡스톤 디자인에 대한 더 깊은 이해를 위해서 캡스톤 디자인이 다른 교과목과 다른 몇 가지 특징을 살펴보자.

1) 캡스톤 디자인은 팀 프로젝트

관광학과에 입학하여 고학년이 되면서 수많은 팀 프로젝트 또는 조별 과제를 경험했을 것이다. 캡스톤디자인 역시 팀 중심의 프로젝트이다. 회사의 업무를 생각해 보아라. AE, CW, CD, PD 등이 기본적으로 협업을 한다.

한 학기동안 업계 종사들의 문제해결을 해야 하니 독불장군처럼 혼자서는 당연히 업무를 못 낼 일이다, 졸업 후 취직을 하면 누구나 팀을 중심으로 일하는 팀 프로젝트를 하게 될 것이니 효율적인 팀 프로젝트를 미리 경험하는 소중한 기회를 가질 수 있다.

하지만 기존의 조별과제나 팀 프로젝트보다 캡스톤 디자인은 팀원 간에 일의 분배와 협력이 더 치밀해야 한다. 무임승차를 하거나 조장이나 대표가 업무를 단독적으로 진행해서는 곤란하다. 그 이유는 다음의 특징 때문이기도 하다.

2) 캡스톤 디자인은 실제 문제 해결

캡스톤 디자인에서 다루는 주제는 실제 현업에서 고민하고 있는 문제이다. 따라서 교실에서 조별 발표로 끝내고 학점을 받는 연습이 아니다. 실전이다. 실전이기 때문에 그 결과에 대한 완성도도 훨씬 높아야 한다. 그래서 앞서 이야기했듯이 팀원들의 업무 배분이 치밀해야 하고 맡은 바 일을 완수해야 팀 프로젝트의 성공을 바라볼 수 있다. 교실에서 이루어지는 프로젝트지만 현업에서 하는 일 만큼이나 전문적이어야 하고 해결책이 실제 현장에서 적용될 수 있어야 한다. 그동안 온실 속에서 자라왔다면 온실 밖으로 나가기 전에 적응력을 키워주는 단계라고 하겠다.

3) 캡스톤 디자인은 종합 설계

현실에서의 문제해결은 답이 정해져 있지 않다. 또 정답이 상황에 따라서 오답이 될 수도 있고 오답이 정답이 될 수도 있는 변화무쌍한 세상이다. 따라서 캡스톤 디자인은 여러 가지 대안을 고민해 보고 최적의 해결방안을 제안하는

종합 설계의 과정과 같다. 주어진 문제 해결을 위해서 입학 이후 지금까지 갖고 닦은 실력을 발휘하는 과정이다. 그런데 설계는 창의적인 해안이 필요하다. 지식을 좌우전후로 돌려서 활용하고 때로는 다른 전공에서 배운 것도 활용할 줄 아는 능력이 필요하다. 종합적으로 지식을 모으고 종합적으로 해결의 대안을 모색해보고 가장 창의적인 해결책을 제안하는 과정이 캡스톤 디자인인 것이다.

4) 캡스톤 디자인은 실무 과목

캡스톤 디자인은 새로운 이론을 배우는 과정이 아니다. 기존에 배운 이론을 적용하여 실무 업무를 해보는 것이다. 관광학 캡스톤 디자인의 경우 기업의 관광현상 전반에 거친 문제에 대한 해결방안을 제안하는 것이 주된 주제가 된다. 따라서 캡스톤 디자인은 가장 실무적인 과목이라고 해도 과언이 아니다. 조사 분석, 기획, 전략, 크리에티브 작성에 이르는 실무 전반을 경험해 보는 실무 과목의 종합선물세트라고 하겠다.

2. 캡스톤 디자인의 참여 주체 및 역할

캡스톤 디자인은 대학교에서 운영하는 프로그램이지만 외부 기업체와의 연계가 필수적이다. 또 참여하는 학생들과 지도교수 그리고 멘토의 역할도 중요하다. 캡스톤 디자인의 참여주체 및 역할을 중심으로 살펴본다면 다음과 같다.

1) 사업체(업무담당자)

캡스톤 디자인 주제나 과제의 출발점은 기업체(실무담당자)이다. 업체가 지니고 있는 실제적 문제에 대한 해결방안을 마련하는 것이 캡스톤 디자인의 궁극적 목적이기 때문이다.

캡스톤 디자인에 참여하는 기업체(담당자)는 열린 마음으로 학생들을 대해야 한다. 자신들이 가지고 있는 문제점을 진솔하게 이야기해 주고 대학생들의 신선한 아이디어를 채택할 준비가 되어있어야 한다.

따라서 본질적으로 가장 중요한 문제점을 알려주고 그 문제점을 알게 된 배경 지식이나 조사 자료를 공유해야 한다. 광고주들이 많은 자료를 제공해 줄수록 더 창의적인 해결방안이 나오기 마련이다.

2) 멘토

멘토는 참여 학생들을 지도해 주는 사람이다. 지도교수가 있지만 지도교수가 모든 산업분야에 정통할 수 없고 소규모 팀을 지도하는 데는 멘토가 더 효율적이다. 멘토는 업계 경험이 많은 선배를 찾아가 요청할 수도 있다. 멘토에게는 소정의 지도비가 지급되지만, 경제적 보상보다는 학생들 교육에 일조를 할 수 있다는 사회봉사적 성격이 강하다.

멘토의 역할은 학생들의 문제해결 과정을 뒤에서 돕는 것이다. 적극적으로 해결책을 제안하는 것이 아니라, 참여 학생들의 아이디어에 대한 평가를 통해서 보다 창의적이고 문제해결 능력이 큰 대안을 찾을 수 있도록 안내하는 것이다. 이때 본인의 경험이나 노하우 또는 가지고 있는 최신자료가 있다면 제공해 줄 수도 있다. 중요한 점은 멘토는 세세한 잔소리꾼이 아니라 큰 방향을 제시해주는 등대와 같은 역할을 해야 한다는 것이다.

3) 지도교수

지도교수는 캡스톤 디자인 강좌를 개설하고 이끌어 가는 주체이다. 다른 과목과 같이 강의 계획서를 작성하고 수강 신청을 받으며 정해진 스케줄에 따라서 강의와 지도를 병행하고 학기 말에는 학점을 부여한다.

캡스톤 디자인 과목에서는 지도교수의 역할이 매우 중요하다. 지도교수는 예상 기업체와 멘토 후보군을 학기가 시작되기 전에 준비해야 한다. 이번 학기 수강생 규모를 예측해 보고 몇 군데 기업체와의 사전 접촉을 통해서 참여 학생들이 수행할 과제를 사전에 점검해 보아야 한다. 또 멘토 후보군을 발굴하고 참여 학생들과 매칭을 시키는 것도 지도교수의 역할이다.

캡스톤 디자인 과목은 다른 과목과 달리 비용을 집행하고 관리해야 한다. 참여 학생들이 서류 작업을 해오지만 확인을 하고 최종 결재를 하는 것도 지도교수의 몫이다. 따라서 서류작업에 대한 지도와 결재도 캡스톤 디자인을 지도하는 교수의 역할인 것이다. 또 팀 구성이 어려운 참여 학생을 적절한 팀에 배치하여 조화를 추구하는 것도 지도교수의 역할이다. 끝으로 매주 주간업무 보고 등을 통해서 진도를 체크해주고 조언을 해주는 것도 지도교수가 해야 할 일이다.

4) 참여학생

참여 학생은 캡스톤 디자인 과목에 수강신청을 한 학생을 말한다. 다른 과목과 달리 사전에 팀을 구성하여 수강신청을 것이 좋다. 왜냐하면 팀 프로젝트를 추진하기 위한 팀원별 업무분담 시, 서로 간에 장단점을 알고 있어야 적절한 업무에 적절한 팀원을 배치할 수 있기 때문이다. 사전에 팀 구성이 안 되었을 경우에는 지도교수에게 본인이 잘 할 수 있는 역할과 관심 있는 산업분야나 업무 분야를 말씀드리는 것이 좋다. 지도교수는 이러한 참여 학생들을 적절한 팀에 배치해 줄 수 있다.

참여 학생은 캡스톤 디자인 전체 과정을 이끌어가는 주체이다. 멘토와 지도교수의 도움을 받지만 그것은 어디까지나 도움이지, 핵심적인 일들은 모두 참여 학생들이 주체적으로 진행한다. 기업체 섭외, 멘토 선정 등도 지도교수 도움 없이 참여 학생 팀에서 정할 수 있다. 따라서 참여 학생의 역할은 대상업체 개발, 주제 선정, 멘토 선정, 캡스톤 디자인 진행, 최종 결과물 산출, 결과 발표 등의 역할을 담당하게 된다.

지금까지 설명한 캡스톤디자인 과목의 참여 주체를 도식화 하면 <그림 1-1>과 같다.



<그림1-1> 캡스톤디자인 참여주체

3. 사례: 광고홍보학 캡스톤 디자인

캡스톤 디자인이 공학계열에서 시작하였지만 광고홍보학도 캡스톤 디자인 과목을 적용하기 용이한 학문분야이다. 왜냐하면 시제품과 같은 물리적으로 관찰 가능한 작품을 출품할 수도 있고 커뮤니케이션 실행방안과 같은 관찰 불가능한 결과물을 도출할 수도 있다. 그럼 광고 홍보학 캡스톤 디자인의 주제와 결과물의 성격에 대해서 살펴보자.

1) 광고홍보학 캡스톤 디자인의 주제

광고 홍보학 캡스톤 디자인에서 다룰 수 있는 주제는 기업의 모든 커뮤니케이션 문제를 망라한다. 메시지, 모델, 로고, 카피와 같은 구체적인 크리에이티브에서부터 전략, 방안, 전술 등 보다 추상적인 차원의 계획까지를 포함한다.

광고홍보학 캡스톤 디자인에서 다룰 수 있는 주제는 다음과 같다.

- 어린이 한자 학습에 관한 소비자 조사 및 장원교육 리브랜딩 제안.
- 포레스트12 브랜드 이미지 강화 방안
- ㈜옴니허브 새로운 분야 장류사업에 대한마케팅 기획
- 뮤지컬 명성황후 온라인 마케팅 방안
- 펫마트 온라인 쇼핑몰 '복실이'에 대한 마케팅 전략서
- 루이앵코 브랜드 이미지 강화를 위한 전략적 마케팅 방안
- 대구지역 대리운전 이용실태에 대한 소비자 조사 및 광고 아이디어 제안
- 만경관, 대구의 Love Mark로 거듭나다
- 썬팜의 새로운 브랜드네이밍 확립 및 커뮤니케이션 마케팅 방안

2) 광고홍보학 캡스톤 디자인을 통한 유형의 결과물 산출

광고홍보학 캡스톤 디자인 과목을 수강한 학생들은 학기 말에 작품경진대회에 참가해야한다. 제출한 작품 중에서 우수한 성과를 낸 팀에게는 추가 지원과 각 종 교외 경진대회 나갈 수 있도록 지도를 받는다. 광고홍보학 캡스톤 디자인에서는 다음과 같은 유형의 작품들을 제출할 수 있다.

- 광고물(방송, 인쇄, 인터넷, 모바일 등)
- 이벤트, 프로모션물(티셔츠, 밴드, 연필, 열쇠고리, 모자 등)
- 작품 개요 포스터
- 소비자 조사 결과 보고서
- 각종 제안서 또는 기획서

3) 광고 홍보학 캡스톤 디자인을 통한 무형의 결과물 산출

광고홍보학 캡스톤 디자인의 결과물은 앞에서 살펴본 유형의 것들일 수도 있지만 궁극적으로는 기업의 커뮤니케이션 문제를 해결해 줄 수 있는 솔루션이다. 즉 유형의 결과물들을 종합하여 당면한 문제를 해결해 주는, 실질적인 해결책이야말로 광고주들이 가장 고대하는 최종적인 산출물이다. 광고홍보학 캡스톤 디자인에서는 다음과 같은 무형의 결과물을 산출할 수 있다.

- 마케팅 전략과 전술
- 광고 전략과 전술
- 이벤트/프로모션 전략과 전술
- 컨셉트와 슬로건 제안
- 광고매체 전략 및 전술

그런데 광고업계에서는 이러한 유형과 무형의 결과물을 종합하여 광고주에게 발표를 하는데, 이것이 바로 프레젠테이션이다. 광고회사 종사자들은 업무가 프레젠테이션에서 시작해서 프레젠테이션으로 끝난다고 할 정도로 프레젠테이션의 중요성이 높다. 아무리 결과물이 좋아도 그것을 효과적으로 광고주에게 설명하지 못한다면, 문제해결 방안을 써보지도 못하고 몇 개월간 고생하여 산출한 결과물이 서랍 속으로 들어가 버리는 신세가 된다.

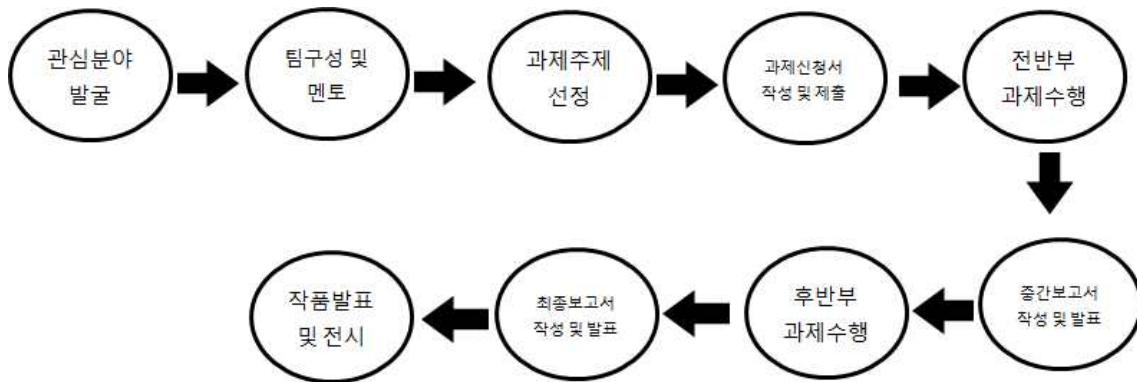
그렇기 때문에 광고홍보학 캡스톤 디자인은 학교 전체를 대상으로 하는 작품경진대회 보다는 과제를 준 광고주나 멘토만을 모시고 별도의 프레젠테이션을 하는 것이 바람직하다고 생각한다. 그래야만 결과물이 타당한지, 문제해결의 힘을 지니고 있는지, 문제에 대한 분석이 정확한지 등을 상세히 파악할 수 있다.

Chapter 2

캡스톤디자인 수행방법

1. 캡스톤 디자인 수행 절차

캡스톤 디자인의 수행절차는 일반적인 기획서 제작과정과 매우 유사하다. 또 수행과정에서 학교에서 요구하는 산출물이 있기 때문에 이에 대한 적응도 적절히 해야 한다. 선행연구들을 종합해 보면 캡스톤디자인은 다음과 같은 일반적인 절차를 거치게 된다(<그림2-1> 참조).



<그림 2-1> 캡스톤디자인 수행절차

1) 관심분야 발굴

관심분야 발굴은 캡스톤 디자인에서 다루고자 하는 분야를 찾는 작업을 의미한다. 관심분야는 직접 기업체가 참여해서 제안하는 경우가 있고, 학생들이 직접 관심분야를 발굴하는 경우도 있다. 관심분야를 발굴하여 결정할 때에는 본인의 전공분야와의 관련성을 먼저 염두에 두어야 한다. 인문사회계 학생이면서 모바일 광고 앱을 개발하려고 한다면 진행과정에서 많은 무리가 따르기 때문이다. 따라서 관심분야는 무엇보다도 전공과의 관련성이 높아야 한다. 또 미래 자신의 희망하는 진로와의 적합성도 고려해야 한다. 캡스톤 디자인의 결과물을 취업 포트폴리오로 바로 활용할 수 있기 때문이다. 관심분야를 결정하였다면 팀을 구성하고 멘토를 선정하는 단계로 넘어간다.

2) 팀 구성 및 멘토 선정

캡스톤 디자인을 위한 팀원들을 모아서 팀을 구성하고 조언을 받을 수 있는 멘토를 결정하는 단계이다. 캡스톤 디자인은 지도교수 1명, 참여 학생이 2명인 경우에는 업무 과부하가 발생하고 5명인 경우에는 무임승차 자가 발생할 가능성이 높기에 참여 학생은 3-4명이 적절하다고 생각한다. 하지만 프로젝트 성격이 많은 인원을 투입해야만 가능한 것이라면 사전에 지도교수와 상의하여 팀원의 수를 탄력적으로 운용 할 수도 있다.

멘토는 앞서 설명한 관심분야의 발굴단계에서부터 도움을 받을 수 있다. 수행하려는 과제와 관련된 분으로 업계 경험이 풍부하고 학생들을 지도해 줄 수 있는 열정을 지닌 전문가이어야 한다. 멘토 선정에는 지도교수가 도움을 줄 수도 있고 참여 학생이 직접 찾아가서 멘토를 부탁드릴 수도 있다. 팀 구성이 완료되고 멘토를 선정했으면 다음 단계인 과제 주제를 선정한다.

3) 과제 주제 선정

과제 주제를 선정하는 것은 한 학기동안 진행할 프로젝트의 주제를 결정하는 과정이다. 과제를 선정하는 방법에는 기업체가 직접 참여해서 해당 과제를 제안하는 방법과 학생들이 직접 과제를 도출하여 선정하는 방법이 있다.

기업체의 과제 제안은 주로 지도교수나 멘토와의 연계를 통해서 이루어진다. 학생들이 직접 과제를 선정할 때에는 동아리나 공모전 준비와 같은 공적인 영역에서 과제를 찾는 방법과 개인적으로 친분이 있는 회사를 찾아가 주제를 제안하고 협의해서 선정하는 경우도 있다. 또 전혀 관계가 없는 기업체라고 하더라도 학생들이 인식한 문제가 크다면 그 해결의 가능성을 담은 제안서를 제작하여 과제 수행의 의지를 보일 수도 있다.

<표 2-1> 산학 연계형 캡스톤디자인 주제 제안서

제안자 이름	소속/직위	Email	휴대폰
주제 명			
제안 주제의 목표 및 주요 내용			
기대 효과			

4) 과제 신청서 작성 및 제출

과제 신청서는 팀별로 수행할 과제의 세부적인 계획을 담아야 하는 공식적인 문서이다. 공식적인 문서라 함은 이후 프로젝트 수행과정의 기초가 되는 사항들을 적어서 공유하는 것이고, 변경을 위해서는 공식적인 변경 절차가 필요함을 의미한다. 과제신청서에는 팀명, 작품제목, 멘토(선택사항), 대표 참여 학생 및 참여 학생 인적 사항, 프로젝트 수행배경, 수행내용 및 범위, 활용방안 및 기대효과, 참여 학생 정보 및 업무분담, 소용비용 계획, 참고문헌 등의 내용을 적게 된다. 과제 신청서는 보통 개강을 해서 3주 정도 조사와 연구 그리고 멘토와 지도교수와의 협의를 통해서 작성하게 된다. 작성이 완료된 과제 신청서는 경비지원 기관에 제출하게 된다.

5) 전반부 과제 수행

과제 신청서 또는 프로젝트 제안서를 제출하여 심사(허락)를 통과하고 나면 본격적으로 과제를 수행하게 된다. 전반부 과제 수행은 중간보고서 작성 및 발표 이전까지의 과제 수행을 의미한다. 과제의 수행은 보통 학기 단위로 짜인 일정표에 의해서 진행을 하게 된다. 따라서 앞서 소개한 과제 신청서의 수행내용에서 15주를 기준으로 주간별 계획을 세운 것에 맞춰서든 프로젝트에는 데드라인이 있기 때문에 일정에 따라서 그 주에 해야 할 과제를 꼭 수행하는 습관을 기르는 것이 좋다.

특히 캡스톤 디자인 과목은 일정에 따라서 작성, 제출해야 하는 서류나 서식 또는 보고사항들이 있다. 예를 들어 매주 지도교수에게 보내는 주간보고 또는 중간보고, 프로젝트 개요 제출, 결과보고서 제출 등을 정해진 날짜에 꼭 해야 한다. 따라서 과제 수행은 스케줄에 대응하는 작업이라고 해도 과언이 아니다.

6) 중간보고서 작성 및 발표

7-8주차에 접어들면 지도교수는 팀장이나 팀원들에게 중간보고서의 작성과 발표를 요청하는 것이 좋다. 중간보고서는 실제 조사에 들어가거나 컨셉의 도출과 같은 문제해결 방안이 나오기 전에 하는 것이 좋다. 왜냐하면 중간보고에서 전체적인 방향에 대한 지도교수의 확인이 중요하기 때문이다. 즉 실제 조사를 이미 수행했다면 빠트린 문제나 다른 더 좋은 대안에 대한 테스트를 할 수 없는 상황에 도달하게 된다. 따라서 비용이 발생하는 조사나 시제품의 제작 등

은 중간보고 발표회 이후로 미루어 두는 것이 좋다.

중간 보고서를 위한 별도의 양식은 없다. 하지만 최종 결과보고의 전초전이기 때문에 캡스톤 디자인 수행결과보고서의 체계에 따라 준비하는 것이 좋다. 즉 캡스톤 디자인의 수행배경에 해당하는 주제 선정의 이유부터 서술하는 것이 좋다. 그리고 수행과정에서 찾았던 자료를 정리해서 설문이나 조사의 기본 프레임, 커뮤니케이션 개선방안의 여러 가지 대안에 대한 소개, 향후 계획 등을 중심으로 보고서를 만들고 발표하는 것이 좋다. 중간보고서는 발표를 해야 하기 때문에 아래한글 파일보다는 PPT 파일의 형식으로 만드는 것이 좋다.

지도교수나 멘토는 중간보고 발표를 듣고 과제 신청서에 입각하여 프로젝트나 과제가 제대로 진행되고 있는지 확인하고, 학생들이 이야기한 문제점에 대한 해결방안이나 조언 등을 해주어야 한다. 또 학생들이 미처 발견하지 못한 문제점이나 새로운 대안 등을 제안해서 학생들의 인식의 폭을 넓게 만들어 주는 것이 좋다. 주의할 점은 해답을 알려주기 보다는 새로운 방향을 제시해 주어서 학생들 스스로 문제해결을 할 수 있도록 조력자 역할을 해야 한다는 점이다.

7) 후반부 과제 수행

후반부 과제 수행은 중간보고 발표회 이후의 과제 수행 과정을 의미한다. 중간보고가 주제에 대한 광범위한 조사를 통해서 보다 구체적인 문제를 도출하고 해결을 위한 사례조사 등을 중심으로 이루어진다면, 중간보고 이후의 과제 수행은 보다 구체적인 해결방안을 도출하는 과정이라고 하겠다. 특히 중간보고를 통해서 나타난 문제점에 대한 해결방안을 고민해 보는 것이 후반부 과제 수행의 출발점이라고 하겠다.

이공계 캡스톤 디자인의 경우에는 시제품 제작과 관련된 비용을 후반부 과제 수행 단계에서 많이 집행하며 인문사회계 캡스톤 디자인은 전문가 조사, 소비자 심층인터뷰, 설문조사 비용을 주로 집행한다. 또 최종보고서 작성을 위한 자료의 정리도 이 단계에서 수행해야 할 부분이다.

8) 최종보고서 작성 및 발표

과제 수행이 완료되면 팀별로 최종보고서를 작성한다. 최종보고서는 2개의 형태로 작성한다. 첫째는 학과에 제출하는 캡스톤 디자인 수행결과보고서이다. 아래한글 양식으로 되어 있으며, 팀명, 작품명 등을 담은 일반정보, 참여 학생 정보 및 업무분담표 등을 서술하게 되어 있다. 또 캡스톤 디자인 수행 배경, 수행 과정, 수행 결과, 수행 후기 등을 서술하여야 한다.

또 다른 최종보고서의 형태는 PPT로 작성하는 것이다. 수행결과보고서의 핵심은 캡스톤 디자인 결과물에 대한 설명이기에 종종 생생한 사진으로 제시해주는 것도 좋다. 또 결과만큼이나 중요한 것이 수행 과정에 대한 보고이다. 참고했던 논문이나 도서 그리고 만났던 전문가나 일반 소비자 조사결과를 상세히 기록하는 것이 좋다.

9) 작품 발표 및 전시

캡스톤 디자인의 성과를 공개적으로 발표하고 전시하는 행사를 최종적으로 개최한다. 전시는 시제품이나 주된 내용을 담은 포스터를 전시하고 참석자에게 설명을 한다. 최종보고서용으로 작성한 PPT 파일을 노트북이나 태블릿에 저장한 후 슬라이드 쇼 형태로 전시행사를 하는 것이 보편적이다. 이러한 전시는 학교차원에서 학과별로 부스를 만들어 놓고 실시한다. 따라서 부모님 등 지인들에게 전시회에 초청을 하고 한 학기동안 한 캠페인에 대한 설명을 하는 시간을 갖는 것도 좋다. 이때 최종결과물과 전시회 사진 등은 향후에 취업 포트폴리오에 활용할 수도 있다.

발표회를 별도로 갖는 것이 좋은 대안이 된다.