

## 새로운 노트

2025.05.21 수 오후 7:25 · 28분 46초

이태수

참석자 1 00:00

HTML이면 그냥 이 받아야 돼요 아니면 크롤링은 안 돼요.

막혀

참석자 2 00:04

네. 크롤링을 맡게 크롤링은 뚫려 있어서 저희가 알아볼 필요가 없어.

프로덕트 네네네.

참석자 1 00:11

혹시 HTML 말고 딴 거 없으세요? PDF나 이런 거 좀 다양하면

참석자 2 00:16

미드 프요. 지금 저희가 수서를 작성하면서 이번에 강사님이랑 피드백을 받았을 때 저희 이 서비스 타겟팅을 명확히 정하라고 하셔가지고 저희는 어 KT는 아니지만 통신사 애널리스트 부서로 정했어요.

네네. 그래서 통신 관련 상품을 주로 찾다 보니까 KT 클라우드에 통신 관련된 프로덕트들이 있는데 그 부분은 PDF랑 크롤링 같은 게 제한되어 있고 지금 크롤링은 허용되어 있어서 KT 클라우드에 HTML 형식으로 일단 저희가 데이터를 수집을 했습니다.

이건 완전 다른 얘기지 재영이랑

참석자 1 01:00

요금제 이런 건 없어요. 클 클라우드 말고 요금제 이런 건 없어요.

저는 개인적으로 그 파스팅을 한번 해봤으면 좋겠다.

이제는 이게 분석가들이 궁금해할

참석자 2 01:12

일단 기억 습니다.

참석자 1 01:16

네 아무튼 뭐 PDF 문서 같은 거 덤이 있으면 한번 잘 찾아보세요.

네 그런 거 꼭 한번 해보면 좀 좋을 것 같아요. 요즘 회사들이 좀 관심이 많은 게 최근에 이제 실무자들 만나면 OCR에 대해서 관심이 엄청 많아요.

저번에도 말씀드렸듯이 사내 문서들이 많은데 PDF 문서들이 이것을 다 어떻게 텍스트만 떼서 들고 올까 아니면 이미지에 표가 붙어 있는데 이거 어떻게 뗄까 이거에 대해서 관심이 많거든요.

근데 오픈 소스는 아예 제대로 안 되고 그다음에 이제 페이드 서비스를 쓰려면 외부에 뭐가 있는지 또 찾아봐야 되는데 그러면 최근에는 업스테이지 걸 쓰든지 아니면 최근에 앤드류 응이 했던 그런 걸 쓸 건지 그런 서비스들을 요즘은 그냥 파싱만 해주는 게 아니고 텍스트를 뽑아 주는 거에 플러스 텍스트 내용들을 서머리를 해가지고 제이슨 형태로 다 만들어 주거든요.

그러니까 그냥 LLM에 바로 넣을 수 있는 포맷으로 그냥 줘요.

참석자 1 02:17

그래서 그런 회사들은 이제 OCR에 대해서 뭘 봤는지 이런 절차나 OCR에서 좀 느꼈던 이런 페인 포인트가 있었는데 어떻게 좀 해결했는지 이런 것들도 물어보고 싶어.

그래서 그런 것들도 있으면 뭔가 좋겠어서 아무튼 그 부분은 한번 참고하고 나중에 한번 봐보세요.

참석자 2 02:36

네네. 알겠습니다.

참석자 2 02:41

그리고 이제 그다음에

참석자 1 02:44

잠깐만요. 네트워크에 그러면 거의 어떤 문서들이에요?

대략적으로 이게 어떤 프로덕트에 어떤 질문을 날리는 설 동료들이에요

참석자 2 03:04

해당 서비스 이용을 이용을 위한 이용 방법이라든지 아니면 방화벽 투수 수가  
신청 이런 내용이라든지 이런 내용에 대해서 질문을 하면은

참석자 1 03:17

아 알겠어.

참석자 2 03:25

다음 거 보여드려도 될까요? 네네 네네 그다음에 테크니컬 다큐먼트인데

참석자 1 03:36

PDF가 있네.

참석자 2 03:37

이거는 이거는 저희가 크롤링해서 새로 만드는 기대

참석자 1 03:43

이건 어디서 나온 거예요?

참석자 2 03:47

저희가 보통 일반적으로 통신 사용되는 기존 스펙들을 먼저 조사를 해본 다음에 기존 스텝들로 오픈ai는 GPT한테 QnA 식으로 기술 문서를 만들어 달라고 했습니다.

참석자 1 04:03

잘하셨네. 근데 이게 그러면 어떤 소비자들이 쓸까요?

내부에 있는 사람들 중에 어떤 타겟이에요? 어떤 분이 쓴다고 지금 스토리를 만든 거예요?

참석자 2 04:15

타겟은 일단 방금 전에 말씀드렸듯이 통신사의 분석 부서에 있는 개발자들인데 예를 들어서 질문 같은 거는 분석을 할 때 쓰는 기술들에서 어떤 게 있는데 이런 게 어떤 식으로 동작을 하는지 그리고 어떻게 쓰이는지 같은 걸 물어보면은 여기에 있는 PDF 내용을 요약해서 답변을 해놓은 걸로 알고 있습니다.

참석자 1 04:35

분석가들은 대략적으로 테이블 데이터 같은 데에 있는 그 테이블의 컬럼이 의미하는 거에 대해서 좀 많이 물어볼 건데 분석 필드에 대해서 그런 것들에 대한 설명인지 지금 보는 거는 그냥 하나만 다시 짚 거 눌러볼래요?

네 지금은 분석가라기보다는 뭔가 신입사원 교육 문서일 것 같기도 하고 그렇게 해도 상관없을 것 같은데

참석자 2 05:23

방금 말씀해 주신 게 컬럼 분석이라고 하셨나요?

참석자 1 05:29

그러니까 데이터 분석가들은 대략적으로 이제 RDMS 데이터나 테이블 데이터나 비정형 데이터를 가지고 그 데이터에 어떤 걸 의미하는지 그다음에 각각 컬럼이 뭘 의미하는지 이런 것들에 대해서 질문을 할 거란 말이죠.

그래서 용어 집이라든지 각각 부서에서 의미하는 거라든지 아니면 분석 방법론이라든지 이전에 분석했던 히스토리라든지 이런 것들에 대해서 볼 것 같고 지금 나오는 것들은 대부분 이제 처음 들어온 신입 직원들이 이제 교육을 받을 때 뭔가 저런 것들의 문서를 참조하면 이런 용어들이나 이런 것들이 좋을 것 같다는 생각이 드네요.

제가 뭐 통신사에서 일을 해 본 건 아는데 분석 분들이 뭔가 질문을 할 것 같지는 않을 것 같아서.

네 고 아무튼 전체 신입직원 신입직원들을 해도 좋을 것 같고 회사 내에 근데 클라우드 서비스도 있고 무슨 서비스도 있는데 각각에 대한 용어집이라든지 아까 뭐 뭐 설정하는 방법 이런 거 있었잖아요.

참석자 1 06:34

그래서 네 그런 신입직원들이 뭔가 처음 들어왔을 때 사내 개발 가이드라든지 아니면 아까처럼 여러 용어들 같은 거 그런 설명이라든지 그런 거는 참고할 수 있을 것 같아서 이런 신입직원 교육용 문서나 이런 거면 좋을 것 같기는 해요.

참석자 2 06:54

네 알겠습니다.

참석자 1 06:58

우리의 상황을 준비했을 때

참석자 2 07:05

그리고 지금 이제 저희가 이쪽 질문을 받아야 될 영역이긴 한데 저희가 데이터 셋을 수집하지 못했던 부분이 있었는데 그게 저희가 체계의 데이터였어요. 네네 저희가 생각을 해봤는데 부분에서 시계는 어떤 게 있나 생각을 해봤는데 트래픽 데이터 셋이 시계열 데이터더라고요. 저희가 다룰 수 있는 그런데 이제 보통 트래픽 데이터를 저희가 조사를 해본 결과 날짜별로 트래픽이 어느 정도인지 이 정도만 나와 있어. 물론 저희가 배운 내용을 Ista 주식 할 때도 그랬지만 날짜별로 트래픽 양이 어 댔습니까? 이후에 날짜에는 어떤 것이라라고 예상은 가긴 해요. 그런데 저희끼리 회의를 하면서 판단을 했을 때 통신사 분석가 분들이 날짜만 으로 예측을 할 리가 없다고 저희 결론은 절대 안 해요. 그렇죠.

참석자 2 08:05

네 그래서 저희가 생각을 한 게 날짜별로 뭔가 이 트래픽이 늘어난 이슈가 있을 거고 그 이슈별로 어떤 게 트래픽을 증가시키는지 컬럼이 있어야 된다고 생각을 했고 네 네 그래서 저희가 생각을 한 게 다원 데이터를 모아서 이제 안 올리 시나요? 네 네 다시 돌아가면은 그 태블리라고 그 외부 웹을 검색하는 그 툴이 있는데 저희가 이미 올라와 있는 포트 셋으로 돼 있는 트래픽 데이터셋을 찾아서 특정 날짜가 트래픽이 증가했다는 특정 날짜에 대한 이슈 같은 거를 캐비니로 그 키워드를 추출을 해서 앞으로의 날짜 미래의 날짜에 해당 이슈에 관련된 키워드가 있으면 이 일정이나 날짜에는 트래픽이 증가할 것이라라고 예측을 하면 그 시계에 대해서 예측이 되지 않을까라고 일단 생각을 했습니다.

참석자 1 09:07

그러니까 연속성이 있는 데이터 플러스 비정형 데이터도 넣어가지고 분석하는

데 있어서 뭔가 예측도를 높일 거다라는

참석자 2 09:17

거잖아요. 네네 네네네네

참석자 1 09:19

그게 딱 그 날짜에 그게 이슈가 잘 맞물려 가지고 잘 되면 상관은 없을 것 같아요.

더 좋은 시나리오일 것 같아요.

참석자 2 09:28

그래서 저희가 일단 이슈 미래 이슈 같은 거를 일단은 확정된 이슈 같은 거 예를 들어서 지금으로 따지면 대선이라든지 아니면은 올림픽 경기라든지 그런 거를 위주로 일단은 키워드를 추출하려고 했습니다.

컬러를 추가로 국내 데이터는 없죠. 어떤 국내 데이터인가요?

참석자 1 09:50

시계열 데이터를 국내 데이터로 지금

참석자 2 09:53

저희가 찾은 게 다 이동통신 통신 가입자하고 트래픽 데이터 월별로 월별로 되는 거는 이거는 2012년 15년 2029년

참석자 1 10:16

거기서 약간 좀 드라마틱한 걸 주기 위해서 특정에 뭔가 이슈가 많았던 연도를 한번 써봐요.

참석자 1 10:27

뭐 코로나 연도라든지 그런 트래픽이 좀 많았을 것 같은 그런 연도로 한번 써봐요.

예를 들면 카카오 이제 멜론이나 이런 데는 그런 게 있어요.

옛날에 방탄소년단용 서버가 따로 있거든요. 방탄소년단 같은 사람이 신곡을 내면 그 트래픽 같은 것 때문에 서버를 증설하거나 1월 1일 때 카카오톡 서버를 증설하거나 이러거든요.

지금은 그런 게 좀 많이 없어지긴 했는데 옛날에는 그때 가끔 여러분들은 겪어보셨을지 모르겠는데 1월 1일 딱 되면 메시지 보낸다고 특집

참석자 1 11:08

그런 서버들이 따로 있었어. 그래서 그렇게 좀 재미를 줄 수 있게 그랬던 특정 트래픽이 많았던 달이나 발을 좀 이용을 해가지고 왔어요.

그때 좀 커다란 뉴스가 있었던 것. 그리고

참석자 2 11:22

트래픽은 아니긴 한데 이동통신 가입자는 제가 좀 봤었는데 네네 13년 8월에 각 통신사가 200명 가입자들이 10만 명 정도 각각 증가했더라고요.

그래서 웬지 이슈를 찾아보니까 해당 월에 폴드 5 출시를 했어 가지고

참석자 1 11:49

그런 것도 좋죠.

참석자 2 11:53

네 그런 식의 이슈를 좀 찾아볼

참석자 1 11:59



예 그런 것도 좋은 것 같습니다. 그래서 뭔가 발표할 때나 쓸 때 지원할 때 항상 조금 약간 지루하면 안 되거든요.

그래서 그런 부분들이 있으면 좋을 것 같습니다.

참석자 2 12:11

우리 우리 쪽에 막 엄청 그리고 마지막으로 카테고리 타이 데이터 머신러닝 예측을 위한 데이터는 저희가 수업 시간에 배웠던 세외 컴플란트가 가입자 이탈자 예측 데이터로 활용을 하려고 합니다.

참석자 1 12:31

그건 데이터가 있어요.

참석자 2 12:33

네 네네네 이거는 개그에 오픈돼 있는 데이터입니다.

참석자 1 12:36

오케이 오케이 알겠습니다. 그냥 그것도 그냥 KT라고 일단 묶어가지고 하는 사

참석자 2 12:42

아 네네네네 네네

참석자 1 12:46

그럼 나중에 저 텍스트 SQL 데이터만 하나 구하면 되겠네.

저것도 그냥 간단한 거 구하세요. 간단한 거 너무 복잡한 거 말고

참석자 2 12:54

네 알겠습니다.

참석자 1 12:55

약간 재밌을 수 있는 그런 걸

참석자 2 12:57

그리고 이제 보여드릴 게 해외 시장 조사 보여드릴게요.

참석자 1 13:07

네 그럼 일단 데이터 쪽은 좀 더 수집을 해야 되는 거고 어느 정도 한 한 70 80%  
는 마무리된 것 맞죠?

참석자 2 13:17

이미 수입된 데이터로 일단 레을 구현하겠다는 다 확인해

참석자 1 13:21

레그도 구현을 했다.

참석자 1 13:26

일단 레그는 잘 말아가지고 API로 배포를 해 주든지 아니면 로컬 로컬에 그냥  
함수화 시켜 놓든지 모듈 시켜 놓든지 아니면 뭐 MCP 서버 같은 걸로 띄워 놓  
든지 그거는 뭐 여러분 알아서 편한 방식대로 하시면 될 것 같아요.

일단 그래서 대부분 툴로 쓸 거니까 모듈화를 잘

참석자 2 13:49

여기 이 사이에 여백이 되게 중요해요. 그리고 이거의 두께도 되게 중요해요.

알겠습니다. 네 알겠습니다.

참석자 1 13:56

레그만 아닌 모든 툴로 쓸 것들 다 그렇게 해 주시면 될 것 같아요.

그래서 호출만 하면 딱 될 수 있게 바로 편하게 그래서 에이전트 단에서는 API를 그냥 누르든지 해가지고 그냥 코드 많이 쓰지 않고 그냥 바로 호출만 할 수 있게 그런 식으로

참석자 2 14:14

행정을 조금 컴퓨터 웨이트를 줄여보든가 아니면 네 이제 시장조사 보고서 보여드릴게요.

네 너무 디자인까지 가지고

참석자 3 14:31

잠깐만 화면 제가 공유해야 되죠.

참석자 1 14:38

통신사를 위한 차트 샷! 오케이 오케이 잠시만요.

제목 제목이 약간 바뀌어야 되겠다.

참석자 3 14:47

이게 명확하게

참석자 2 14:50

해야 될 것 같아

참석자 3 14:51

잠시만요.

참석자 3 15:00

확대가 되나 그러니까 이걸 왜 이렇게 만들었냐면 저희가 이제 확정된 게 통신사를 상대로 만드는 게 아니고 저희가 통신사를 통신사 하나를 세우고 거기서 사용할 프로그램을 만들 거라고 생각을 해가지고 시장조사 데이터를 만든 거거든요.

참석자 1 15:20

약간 저희 프로는 좋은 것 같은데 저희 벤치마킹했던 프로젝트들 있잖아요. 프로젝트를 이제 전체적으로 대표하는 군집을 이제 제목으로 쓰면 좋을 것 같아.

그러니까 예를 들면 내가 했던 게 HR 쪽이라면 통신사의 HR 자동화를 위한 LM 애플리케이션 개발 이런 식으로

참석자 3 15:48

그러니까 제목은 뭐 바꾸는 걸

참석자 1 15:50

뭔가 그런 이론들이 다 있을거요. 이걸 행정이라는 걸

참석자 3 15:55

그래서 저희가 이거 왜 필요하냐를 생각해 봤는데 일단 시장 조사해 봤을 때 외부 프로그램을 쓰게 되면 비용이 너무 많이 발생하고 통신사 같은 경우는 개인 정보가 많다 보니까 법적으로 조금 문제가 있는 것 같더라고요.

그래서 거의 내부 데이터 LLM을 개발해서 쓰는 걸로 확인이 됐고 그래서 필요

성은 보이시는 바와 같습니다.

참석자 1 16:28

그 그 뭐지 책상에서 하는 을 만들어서 따야 돼. 우리는 이렇게 접근한다라고 하면 좀 안 될 것 같은데 지금 여러분 들어보니까 이 채찍 피티로 구성이 돼 있잖아요.

네 맞습니다. 이거 두 개만 집중적으로 하면 되네.

네 들리시나요? 제가 안 들려요. 저 하나만 주세요.

제가 약간 주위가 좀 시끄러워서 잘 못 들었는데 제 말 혹시 잘 들리세요?

아 네 들립니다. 잘

참석자 2 17:01

네 잘 들립니다.

참석자 1 17:02

네 이게 지금 하려고 하는 게 목적성 의 좋아요. 왜냐하면 실제 말씀하신 대로 제조업이나 삼성 같은 회사나 SKT나 이런 데는 온프레미스라는 환경에 개발을 해야 되거든요.

네 내부적으로 개발을 해야 되는 건데 그래서 이제 LLM도 실제적으로 조그마한 LLM이나 아니면 디스플레이스 모델이나 아니면 이런 오픈소스 모델을 사용을 해가지고 튜닝을 해가지고 쓰거든요.

근데 우리가 지금 하는 게 그런 단계가 아니잖아요.

네 챗gpt를 쓰고 있잖아요. 그래서 그런 식으로 이제 시장 조사를 접근을 하면 뭔가 좀 약간 틀릴 수도 있어요.

그냥 그냥 어디든 HR 자동화를 하는 거고 거기에 타깃을 이제 통신사를 정했다 이런 식으로 해서 HR 쪽으로 그냥 조사를 한다든지 온보딩 쪽으로 조사를 한다든지 그렇게 하는 게 좀 더 맞을 것 같긴 해요.

이까지는

참석자 3 17:57

그러니까 저희가 통신사를 상대로 배포하는 기업이 되는 거죠.

참석자 1 18:07

통신사 내부에서 사용하는 거잖아요. 네 통신사 내부에서 사용하는 거

참석자 3 18:22

그렇죠. 저희가 딱 계획하는 게

참석자 2 18:25

그리고 저희가 오픈 AI API 사용하니까 외부 API를 쓴다고 볼 수 있는데

참석자 3 18:35

그래서 제가 아까 여쭙봤던 게 외부에 API를 많이 쓰면은 괜찮냐고 여쭙봤었잖아요.

아까 수업 시간에 그거였어요. 그게

참석자 1 18:46

저한테 말씀하시는 게 아니죠.

참석자 3 18:48

이노 님한테 이거는 조금 저희가 다시 확인을 해 봐야 될 것 같아

참석자 1 18:56

일단은 일단은 그냥 조사한 거 쪽 발표해 주세요. 일단 다 듣고 일단 다시 이야

기해 볼게요.

참석자 3 19:02

네 어쨌든 그러니까 저희가 만약에 LLM을 개발을 해야 된다는 필요성은 다음과 같고 만약에 LLM이 없으면 이제 문제점이 뭐 문서가 너무 많다 검색하기 힘들다.

시간이 너무 많이 걸린다 이 정도로 정리를 해 봤습니다.

그리고 LM의 발전은 그냥 일단 넣어놨는데 저번에 이제 멘토님이 4분위표 넣어달라고 하셔가지고 그러니까 있으면 저희가 가시성이 높아지니까 일단 만들어보기는 했는데 그러니까 저희가 통신사 내부에서 쓸 LLM을 만드는 거면 다른 모델들과 비교하는 게 필요한지 한번 여쭙보고 싶었습니다.

참석자 1 19:48

네 쪽쪽 발표해 주세요.

참석자 3 19:53

네 알겠습니다. 그리고 주요 경쟁 솔루션은 이제 국내외 네 그런 서비스를 제공하는 기업들을 확인해서 장단점을 짝 적었는데 사실 이제 대중성 있고 정확성이 높은 모델은 몇 개 없어 가지고 조금 자료 찾기가 어려워서 일단 있는 애들로 좀 넣어봤고요.

이거는 이제 저희가 처음에 계획했었던 에이전트들을 어떻게 진행 할 건지 그 부분을 표시해 봤습니다.

참석자 1 20:27

네네

참석자 3 20:29

이거는 어쨌든 저희가 자체 LLM을 개발하는 이유가 보안적으로 중요한 거기 때문에 개발하는 거라고 생각을 해 가지고 왜 이렇게 설계를 했는지도 한번 넣어봤고 마지막으로 이제 저희가 이 서비스를 개발함으로써 어떤 효율성을 가질 수 있는지도 시장조사 보고서에 한번 넣어봤습니다.

참석자 1 20:54

끝입니다. 네 일단 좀 피드백을 드리면 일단 수고하셨습니다.

피드백을 드리면 첫 번째로는 저희들이 하는 게 LLM을 비교하는 게 아니에요.

자체 LLM을 만드는 게 아니거든요. 일단 주제 자체가 좀 약간 보는 시야가 달랐는데 지금 저희들은 애플리케이션을 만드는 겁니다.

그래서 이런 이제 사내 내부 검색 시스템을 만드는 거예요.

참석자 3 21:20

아 네네네네네네

참석자 1 21:21

그래서 그쪽 시장을 첫 번째로는 이제 조사를 해야 되고요.

그리고 그렇게 하면 그쪽 사내 내부 HR 시스템이나 이런 내부 검색 시스템과 비교를 하는 4분위 표나 시장 조사를 해 주셔야 되고 그러면 4분위표도 뭐 모델 끼리 비교할 필요가 없겠죠.

방금 맨 처음에 말씀해 주셨던 뭐 온프레미스를 이야기하는 건 좋은데 사실 이번에는 체체티를 쓰는 거기 때문에 온프레미스는 이야기 안 하는 게 좋은 그러니까 내부 안에서 보안 때문에 내부 LLM을 개발해야 된다 이런 이야기는 안 하시는 게 좋아요.

왜냐하면 만약에 그쪽으로 간다고 하면 엄청 좋은 포인트거든요.

사실 실제적으로 시장 조사 포인트로는 너무 좋은데 그렇게 가려면 어떻게 해야 되냐면 LLM 자체를 소스를 써야 돼.

그리고 개발 환경도 폐쇄된 폐쇄망에서 이제 개발을 어느 정도 해야 되거든요.



참석자 1 22:10

그런 것들은 가정을 하는 걸 왜냐하면 외부랑 통신이 안 된다는 걸 가정하고 이런 걸 개발을 해야 되기 때문에 약간 타겟 조사나 시장 조사가 약간 잘못된 시야로 진행 틀린 건 아니고 잘못된 시야로 진행이 된 것 같아서 아까 다시 말씀드리면 사내 내부 검색 시스템이나 이런 것들로 비교를 해가지고 해 주시는 게 좋을 것 같아요.

참석자 3 22:36

아 네 알겠습니다.

참석자 1 22:39

네 그래서 그쪽에 대해서 경쟁 우위를 우리가 가져갈 수 있는 것 그다음에 뭐 지금은 또 이제 코드 분석만 하는 게 아니고 내부에 HR 분석도 하고 어떤 신입 사원이 아까 말했듯이 신입사원이 들어오면 처음에 회사에 대해서 문서들이 막 뿌려져 있는데 무슨 문서들을 찾아야 될지 모르겠고 사수한테 뭘 물어보고 싶은데 뭘 물어봐야 될지 모르겠을 때 회사 내부 시스템에 검색을 한 문장만 하면 사수 필요 없이도 그 질문에 대해서 답이 따뜻하듯 달려오는 이런 걸 지금 우리가 하고 있는 거잖아요.

맞죠?

참석자 3 23:11

아 네네

참석자 1 23:12

네 그러니까 그런 해당되는 이제 비슷한 HR이나 아니면 사내 내부 검색 시스템들을 비교를 하고 거기에 대해서 프로젝트를 조사를 해보고 거기에 대해서 어

떤 점이 약한지 어떤 점이 강점인지 우리가 여기에 없는 기능이 뭐가 있는지 이런 것들을 조사를 하는 부분이 약간 시장 조사가 될 것 같습니다.

참석자 3 23:40

약간 넓게 보면은 다른 회사의 자체 ERP를 비교하는 걸까요?

참석자 1 23:46

자체가 될 수도 있고 이런 것들을 또 해주는 업체들이 있어요.

네 그래서 그런 것들이랑 아마 비교를 하면 좋을 것 같아요.

참석자 3 23:55

네 다시 한 번 찾아보겠습니다.

참석자 1 23:57

네 그런 솔루션을 한번 찾아보시면 좋을 것 같습니다.

뭐 일단 뭐 몰랐던 부분도 이제 서로 알게 됐으니까 공부도 아마 좀 됐을 거예요.

그래서 이런 부분 인사이트는 좋은 것 같습니다.

참석자 3 24:09

감사합니다.

참석자 2 24:12

그런 느낌 학과 마지막으로 보여드릴 거는 기본적인 기법이랑 기 프로젝트 등록 요청을 해 주셔서 가지고 저희가 기본적인 레퍼세트리는 저희가 일단 기존 프로젝트를 시작을 하면서 하던 측에서 올려드렸고 개인 브랜치이라든지 피쳐별 그리고 테스트별 브랜드 생성을 하는 거를 일단은 알아서 일단 만들어봤고 네

네 그리고 지금 이게 저희가 보여드릴 것 중에 메일인데 저희가 이번 주에 제출해야 되는 거 중에 네 실까요?

아 네 잘 들립니다. 네 알겠습니다. 프로젝트 기획서 요구 사항 정의서가 있는데 요구 사항 정의서에 있는 기능들로 저희가 이 프로젝트에 일단 미리 다 등록을 해놨습니다.

1에서 거는 그냥 책 읽고 이렇게 하는 게 나아. 예를 들어서 사용자 입력 처리를 하려면 사용자 입력 처리에 대한 필처가 있고 그 피처에 이루어져야 되는 테스트들 이렇게 등록을 해놨어요.

참석자 1 25:38

이렇게 하나씩 풀어나갈 거라는 거죠.

참석자 2 25:42

네 네네네네.

참석자 1 25:44

그러면 메인 브랜치에서 이제 이제 풀 리퀘스트 같은 거 날리면 이슈로 날리면 이슈들을 다 같이 보고 이제 풀리코스트를 수락을 해 주는 거예요.

아니면

참석자 2 26:03

이거에 대해서는 제가 이거는 멘토님이 요청하신 건 아니지만 제가 따로 이것 만들어 봤어요.

프로젝트 사용법을 가지고 이슈가 있는데 해당 이슈에 또 어떤 게 있는지 그리고 이슈에 대한 테스트는 어떤 건지 그리고 테스트와 관련된 개발되는 리지가 있는지 혹은 없다면은 생성해서 블로그에서 커밋 할 때 이 이슈에 대한 개발 내용을 어떤 분이 어떻게 어디를 수정했는지 커밋을 하면 자동적으로 이기 프로젝트에 있는 로그에 뜨게 됩니다.

참석자 1 26:38

그쵸 그쵸 네 그럼 지금 이거 어사인이 돼 있을 건데 누가 이제 이슈는 올려져 있을 거고 거기에 누가 이제 푸시를 할 거잖아요.

네 푸시를 했을 때 바로 이제 반영이 되는 거예요. 아니면 코드 리뷰를 하시고 반영을 하는 거예요

참석자 2 26:55

바로 반영이 되는 걸로 알고 있습니다. 이게 다 제가 여기

참석자 1 27:04

이게 아마 몇 명 이상 이렇게 마스터가 수락을 하거나 아니면 몇 명 이상이 이렇게 수락을 해줘야 반영이 되는 게 있거든요.

아무튼 그거는 뭐 꼭 필요한 기능은 아닌데 여러분들 필요에 의해서 그냥 하시면 될 것 같습니다.

네 그래서 브랜치는 그러면 메인 브랜치에서 쪽 작업을 하실 거예요 아니면 전체 피쳐별로요 네 그럼 피쳐별로 다 하고 나중에 다 차는 그냥 메인이랑 그냥 머지하고 이런 식으로 하는 거예요 네네네네 혹시나 컴플리트 단장에 좀 잘 구분을 해가지고 하시는 게 좋을 거예요 네네네 네 받으면서 올릴 건데 그 그거에 대한 단가를 예측 전혀 안 되니까

참석자 2 27:53

그리고 일단 저번 주 토요일에 멘토님과 면담을 했을 때 멘토님이 저희에게 요구해 주신 내용은 여기까지고 이제 저희가 이번 주 금요일까지 제출해야 되는 문서 같은 거를 이제 피드백을 받으려고도 괜찮을까요?

네 알겠습니다. 프로젝트 계획서랑 그 요구사항 정의서 그리고 WBS WBS 쓴 학원 분과 면담을 해보니까 여기에 있는 이슈들이랑 로드맵 스크린샷으로 대체가 가능하단 그러시더라고요.

네네 여기는 이렇게 하면 될 것 같고 이제 프로젝트 요구 사항 요구 프로젝트  
기획서랑 요구 사항 정의서를 이제 피드백 받으려고 합니다.

참석자 1 28:40

알겠습니다. 저 잠깐 화장실만

참석자 2 28:41

아들의 자격.

[clovanote.naver.com](http://clovanote.naver.com)