

# 지식융합디자인 스튜디오

## (PSEP504-01)

수업 중에 한 거 포트폴리오용 정리

# 1주차

- 매체미학 : 현대 사회에서 매체의 중요성을 인식하고 예술과 매체의 관계, 매체에 의해 매개된 예술과 그것을 수용하는 수용자의 지각 간의 관계를 미학의 영역에서 탐구하려는 미학적 시도.
- Design : 문제를 발견하고 해결하는 데 있어, 그 과정의 결과의 의미와 가치를 고려하여 전략적으로 실천하는 지성의 모든 행위
- 지식 - 매체와 연결된 산물.(지식, 기술, 문화 모두 매체)
  - ❖ 지식 : 이미 많은 지식들이 융합된 상태. => 인간과 세계와의 인터렉션 (Interaction : 상호작용)
    - ✓ 조형적이고 미학적인 감각의 통일 된 구현.
    - ✓ 형태와 기능의 합리적 네트워크를 구현하는 작업. 예) 마우스 - 그립 감, 타격 감 등..

# 1주차

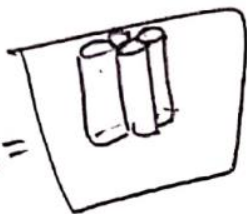
BMW tower .



건물지

20년후 1990년대  
BMW = 최고 brand.

→ 4기통 실린더 모형 =



「독일 뮌헨 = 본사」



(The future is  
electric)

전기차 = 테슬라. VS 주최

(나트막 신생 업체)

「BMW의 위상은 어디로?」

BMW 입장에서든 어마어마한 위기.

50) projection mapping  
(3D 기법 적용)



「자신들의 전기차/ 미래 시장에서의  
가능성 여쭙」



## 2주차

- Design : 조형적이고 미학적인 감각의 통일 된 구현.
- Designer : 1) desirability for human, 2) feasibility for technology, 3) viability for business.
- **Techene** : 인간 지성의 근원적 패턴
  - ❖ Technology의 어원
  - ❖ 다른 것들을 모아 꼬고 엮는 행위
  - ❖ 이질적인 것들을 융합 시켜 새로운 것을 창조하고 사유하는 행위
  - ❖ Physis : poesis(시)
  - ❖ 테크네(물리)의 지성적 패턴이 인간을 기억하고 내재화.
  - ❖ Physis(이과), posis(문과)의 어원적으로 깊게 파면 techne에 도달.

## 2주차

↳ '논리학, 동물학, 물리학' 이라는 체계 수준.

두꺼운 책 '제목' 없는 것 = 유산

「책이 meta-physics  
ology (physics 앞에 있어서.)



= 자연스럽거나 이론적인 것을 표현  
= 지식의 발전 단계.

공자 = '유교' 철학 개념.

↳ 인간이란 '선', '예'를 기반으로.

게기(도)



반드시

백성, 신하는 윤리적으로 2개야  
한다. (규범적).

(공자) = 2당시 아카데미 총수

↳ 대통령(왕) = 컨설턴트.



## 2주차

### ➤ Bureaucratism(관료제)

❖ Bureau : 책상, cratism : 신봉한다.

❖ 책상 내 앞에 있는 일만을 신봉한다.

(관료제 -> 공돌이 : 자신의 분야만 잘 안다.)

ISEP = 이전의 공돌이처럼 되면 안된다.
↳ 북서가 자주 바뀌고 새로 생긴다
「A → B → C → D」
새로운 문제를 해결하기 위해서
어떤 대응방고려.
follower가 아닌 mover가.
No. _____ Date. _____

어떤 techné(생질)을 경험해왔는  
지가 궁금?

↳ SK 그룹 = 사수 제1호 퍼저.

「사수가 있으면, 내 자리/업득만 할  
줄 아니까 (사수가 정해준), 그를 극복  
하고 다방 뻗어서 능력3이 필요하거

여! (techné) 사수제도 퍼저.

∴ 이질적인 것을 무언가를 영기  
위해너. (마케팅 + 기술)

「공돌이 책상어! 고이는 것 방지」.

날선죽제를 쥐도 잘 적용해서  
이제 나같은 수임로를 제1호.

## 3주차

➤ 활동 : 기존의 상품에 대한 나쁜 점을 쓰고, 팀원에게 그 상품을 사용하도록 설득한다.

❖ 유저 매칭 채널 : 나는 이런 서비스는 안 쓴다.  
예) '배민 어플'을 안 쓴다.

➤ 스탠퍼드 D스쿨 : 대중화

- ❖ **divergent thinking** : 예술적인 느낌, 상상력
- ❖ **Analytical thinking, intuitive thinking, convergent thinking** -> 자본주의

① 패시 콜라 = 탄산 ↓  
② 배달어플 = 배달음식X. 「혼/건강」  
③ 인터넷 신문 = X 「집중X」 → 종이신문  
④ 스마트 워치 = 날기능 없이  
비싸고, 폰으로도 땀방울  
⑤ 애플 노트북 대체.  
⑥ = 구조가 갤럭시와 너무 같다.  
자전거 타는 맛 ↓  
높은 바리케이트  
⑦ 레즈 → 복합재  
내부

기공감 → ① 길 막는다. 「지나가는 사람」  
 ② 부딪힌다. 「기다리는 사람」

↳ define = 사람이 너무 많아  
 병목 현상.

중서기 = 배려(기)를 못 해서 바지  
 기다리는 것.

한정된 재료를 여러 파티로 나누어  
 사람들의 모임.

↳ 중서기가 간섭과 방해로 인해  
 기존의 제도가 없어진 것이란 불만감.

한 번 바뀌면, 계속 바뀌어야 함.

→ 풀어  
 통로 확보 유지.

## 3주차

### ➤ D-school : 매뉴얼

❖ Empathy → Define → Ideate →  
 Prototype → test

➤ 인간을 관찰하고, 공감하여 수요자를 이해한 뒤,  
 발산, 수렴적 사고의 균형적 활동을 통해 혁신  
 적 결과를 만들어내는 과정 (상상력 + 적극적인  
 개연성 논리 : 귀취적 논리)

➤ 넋지 효과 : 서울시 괄호 라인 프로젝트



# 4주차

- 러브레터 활동(상품에 대한)
  - 러브레터와 breakup 레터를 통해 상품에 대한 경험, 장, 단점을 작성하는 활동
  - 그 과정에서 나온 요소들을 관계자는 주목 할 만한 요소.
  - 예) 무선 이어폰 : 옷(케이스), 노이즈 캔슬링
    - 이전에는 케이스와 노이즈 캔슬링에 시장성을 알지 못함.

스마트폰이 많이 고마웠다.  
 여행 갔을 때 사진기 역할 <sup>해줘</sup> <sup>주</sup> <sup>배</sup> <sup>과</sup>  
 같이 같이 나에게 도움도 주고,  
 지갑을 잘 만들어 버리고, 현금도 잘  
 안 갖고 다니는 내게, 토스와 피어리  
 지갑을 안 들고 다니게 해주고  
 (주머니 거시기).  
 이동 시간이나 운동할 때  
 바라고 기쁠기 <sup>무</sup> <sup>활</sup> <sup>로</sup> 해주고,  
 개천 제품 사용법이나 <sup>해</sup> <sup>외</sup> <sup>관</sup> <sup>광</sup> <sup>지</sup>  
 특징을 좀더 알릴 내게 경험하고  
 정보를 전 해주는 유튜브를 보여 주어서  
 고맙다. love

break  
 그걸로 2월게 많은 기능을 해 주면  
 세 트와 주마보, 너에게 (너를 리춘하고  
 나와 너를 오게 만들어 기 같다.  
 나와 <sup>앞</sup> <sup>이</sup> <sup>전</sup> <sup>의</sup> <sup>사</sup> <sup>간</sup> <sup>가</sup> <sup>는</sup> <sup>것</sup> <sup>을</sup> <sup>느</sup> <sup>르</sup> <sup>게</sup>  
 재미있지만, 그만큼 확 것 (해야 할 것)을  
 해주거나 못어먹어 마지막 날이 되어서  
 못아서 화가 나고 있어.  
 이번은 힘든 것지만, 잘하기 때문에  
 반대의 횡수가 시간을 줄여, 서로의  
 있어 좀더 집중할 수 있도록 도와주라.  
~~그동안 고맙다~~ <sup>고</sup> <sup>신</sup> <sup>제</sup> <sup>품</sup> <sup>을</sup>  
 해 주신 <sup>대</sup> <sup>한</sup> <sup>번</sup> <sup>비</sup> <sup>싼</sup> <sup>새</sup> <sup>로</sup> <sup>운</sup> <sup>보</sup> <sup>는</sup> <sup>것</sup> <sup>을</sup>  
 보여 주는데, 그 <sup>이</sup> <sup>전</sup> <sup>보</sup> <sup>다</sup> <sup>는</sup> <sup>데</sup>, 그 <sup>위</sup> <sup>해</sup> <sup>를</sup> <sup>대</sup> <sup>리</sup> <sup>가</sup> <sup>보</sup> <sup>나</sup>, 내 주머니  
 가 텅텅 비었는 것 같다.  
 무선 이어폰, 카방 같은 녀석을 위한  
 양배 사귀는 <sup>주</sup> <sup>마</sup> <sup>보</sup> <sup>나</sup>, 정작  
 나를 위한 <sup>것</sup> <sup>은</sup> <sup>많</sup> <sup>이</sup> <sup>부</sup> <sup>족</sup> <sup>해</sup> <sup>있</sup> <sup>어</sup>.

「인생담배, 개천 시 노트」  
 vs 전라 담배  
 사랑  
 「...」

## 4주차



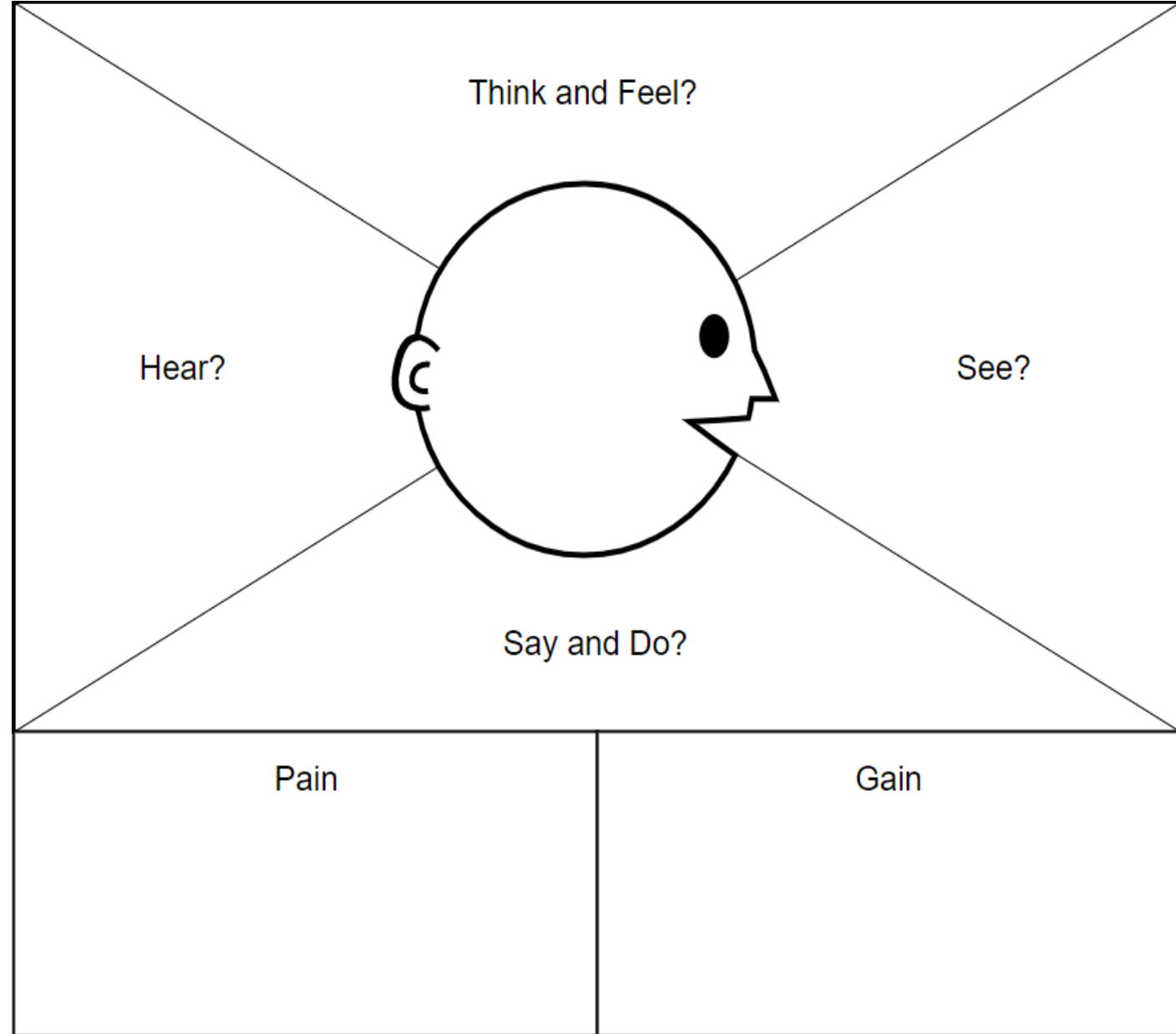
VR을 활용한 아이들 백신 접종



German Youth Association with hearing loss . Signs - AI

# 5주차(2022.10.05)

- Empathy Map:
  - Say - Think - Feel - Do Model
- 로봇카페 : 투섬, 테라로사에 위치



See?	Say and Do? : 고객이 말하고 행동하는 것이 무엇인가?
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 방과 후 교육 받고 있는 학생, 수업 참관하는 학부모</li> <li>• 서빙 로봇, 드론, 로봇 개</li> <li>• 아이언맨, 트랜스포머 같은 피규어, k-pop 춤추는 로봇</li> <li>• 로봇 동아리, 카페, 동호회 회원</li> <li>• 카페에서 일하는 일바생</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “(서빙 로봇을 보고) 진짜 로봇이 커피 배달해주네.”</li> <li>• “(친구와 드론을 고르면서) 우리 드론 경주 경기 하자.”</li> <li>• 아이언맨, 트랜스포머와 같은 로봇을 상징하는 피규어를 보고, 기념 사진 찍는 방문객 (do)</li> <li>• 로봇개와 산책하는 방문객, 자신의 개와 로봇개를 비교하는 방문객 (do)</li> </ul>
Hear? : 고객에게 들은 것은 무엇인가?	Think and Feel? : 고객이 생각하고 느끼는 것이 무엇인가?
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이 로봇 어디서 사요? 이 로봇 얼마예요?</li> <li>• “이거 어떻게 동작해요? 드론 어떻게 날려요?”</li> <li>• “로봇 관련 수업 언제 개강하나요?”, “한달 수강료 얼마인가요?”</li> <li>• “망가진 로봇 고쳐 주기도 하나요?”, “오래된 로봇이 소리가 동작할 때 소리가 나지않는데, 어떻게 관리하나요?”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “(보스턴 다이내믹스 로봇개를 보고)저거 타보면 움직이려나?” : 로봇 발전에 대한 놀라움, 일자리 소멸에 대한 두려움</li> <li>• 비싼 로봇을 보고 : 로봇 공학자나 해볼까?(장래고민)</li> <li>• 애견 카페와 달리 로봇이기에 음악보단 기계 작동하는 소리가 들리고, 딱딱하고, 차가운 분위기 (feel)</li> </ul>
Pain : 고객의 고통은 무엇인가?	Gain : 고객이 얻는 것은 무엇인가?
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 마시던 커피를 로봇에게 쏟거나, 드론을 날리다가 다른 것에 부딪치거나, 화장실 가다가 뺏아서 고가의 로봇을 망가뜨리지 않을까 하는 것.</li> <li>• (커피에 입장료 가격이 포함되어)스타벅스보다 기본 커피 값이 비싸다.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 로봇 관련 커뮤니티 형성</li> <li>• 로봇 구입 방법, 관리 방법에 대한 팁</li> <li>• 산업 로봇 발전 동향 파악</li> </ul>

# 6주차(2022.10.12)

## <페르소나>

- 마케팅적 의미) 페르소나는 소비자들에게 전달되는 "브랜드의 이미지"예요.
- 이러한 브랜드 가치를 높이기 위한 이미지 메이킹을 '페르소나 마케팅' 이라 불러요.

하지만 심리학에서 말하는 '페르소나'와는 달리, 마케팅에서의 페르소나는 외향과 실체의 일치를 전제로 한다고 해요.

이는 브랜드의 진정성을 알 수 없는 소비자들이 겉으로 드러난 페르소나를 통해 제품과 서비스의 성격을 판단하고 평가하기 때문입니다.

그렇다면 마케팅에서 "페르소나를 설정한다." 는 것은 무슨 의미일까요? 페르소나(persona, 복수형 personas)는 어떤 제품 혹은 서비스를 사용할 만한 목표 인구 집단 안에 있는 다양한 사용자 유형들을 대표하는 "가상의 인물" 입니다.

- 페르소나는 어떤 제품이나 혹은 서비스를 개발하기 위하여 시장과 환경 그리고 사용자들을 이해하기 위해 사용되는데요.

어떤 특정한 상황과 환경속에서 어떤 전형적인 인물이 어떻게 행동할 것인가에 대한 예측 하기 위해서 실제 사용자 자료를 바탕으로 개인의 개성을 부여하여 만들어져요. 즉, 마케팅에서 "페르소나를 설정한다."는 것은, 브랜드의 이미지를 나타낼 수 있는 구체적인 개성을 지닌 "가상의 인물"을 설정하는 것 이에요.



① 나이 = 20대 중반

② 성별 = 남자

③ 국적 = 미국

④ 혼자 사는 이유 = 한국에 유학은  
않음.

⑤ 사는 곳 = 1) 학교 근처 자취방  
나? 자취 사는 것 싫어하고,  
2) 한살씨에서 사 생활 하고  
전주 호재로 자취룸 지킴.

2) 기프트 하우스 = 6개월 렌탈

↳ 1학기 단기계약해서 카양관

4장과 지내고 싶어서 (외국에서  
정당)

# 페르소나

⑥ 사명어플

1. 번역어플

2. 내 말 [내 말] 번역

3. 본인 국가 관련 뉴스어플

4. 한국어 회화어플

⑦ 큰 수입 = 1) 아르바이트  
[외국에서] 1F

2/ 이태원 음식점 알바

3) 두 개 / 한 개 기록 쓰이고

두 개 . 4) 국내 여행  
아파트대행

⑧ 돈은 어디에?

① 현금으로 자취금 지급

② 한국에 안가는 자취서물  
/ 팔 수 있음

③ 부부님이 보내는 용돈을  
한국 현금으로 환전해서 사용

↳ ① 저금리 이자율로 대출  
부부님이 받는 용돈에 사용

⑨ 용돈을 보내는 방식으로

이동으로 결제(카드)에 이용

부부님 할면

# 7주차(2022.10.17)

## 과제

- 임원1명, 팀원(나)+@명으로 구성된 팀
- 1인 가구 전문(전용) 아파트 제작 시 고려사항
  - 나 포함 3명으로 구성된 팀으로 해당 과제 수행
  - 1시까지 의견 수렴하고, 다음 시간에 관련 자료 제작

①  
+1 분리수거나 음식물쓰레기  
받지 않는데 알아두면 ~X  
틈마다 호텔처럼  
② 휴게실 (팔찌 쓰는 공간)

③ 카트방 (음식배달, 표기 등)

Feel, think = ①인 거라서 쓰레기  
배기 귀찮다. (분리수거) : 호텔처럼  
② 배달팁 너무 아깝다.  
③ 휴게실, 공동(노동)실  
④ 다목적 공용실 ⑤ 식당 (분리수거)  
⑥ 반려동물 휴게실. 집들이  
⑦ 캠프 호텔 (휴게실)  
⑧ 청소대행 (티카인)  
⑨ 자기계발 센터. 외부공개, 호텔처럼  
⑩ 프리미엄.  
⑪  
<4>

# 흥미로운 페르소나 - 수강생 의견

2). CL2 「항상사」  
CL3 「행입」 (항상) 반월  
CL4 「수석」

↓

이름 = 김현수  
삼성전자 CL3

나 입원보단 정면 퇴장을 목표.  
5년 이상 버티기 X (어려움)

① 미혼  
이쁘고

② 장소 1주일에 번  
③ 포킹인 = 퇴장반  
주말 = 오마카세

④ 원주

⑤ 주식 투자 = -50%

⑥ 주변에 비혼남

⑦ 전장한 사장을 공권아

⑧ 삼성능마 클럽

나 E1148 = 윤미대

아호4. ⑨ 반려동물 = 강아지

⑩ 주변에 있는 친구는?

이번주 (10/17, 19) = detect.

1) 2차로 여자모델 = 이 XX (학생의견)

↓

바라미 대한 고민 받는다.

(SNS = 4인 2개 / 적혀는 것 좋아함)

김현지 = 가상인물. ⑩

연니 = 공무원.

피아노 = 악기

이성권 X



# 9주차 (2022.10.31)

## Empathy mapping

1. Detect  
1. many lonely people  
- There are many rooms for communication

2. There are people who have pets.

3. Service for one-living person.

• Brunch service

• delivery tip

• Design

• Apt cleaning service

## Idea

### 1. Lobby

- need communication
- living pattern (3 type) → 24 hours

### 2. Service

2-1) multi purpose space

2-2) pet care service

2-3) carpool

2-4) a recycle trash cleaning system

## Think and feel

자이 아파트 1인가구 전용 아파트 판매

### detect

쓰레기 ↓ 다세대, 공동 처리 층마다 처분 시설 (쓰레기 적게 방치 냄새 불쾌함 편리함 필요성)  
배달팁 아파트 자체적 소통 어플 (경제적인 공유 서비스 필요성)  
집들이 예약 가능 다목적 공용실 (방음 걱정, 공간 좁음)  
브런치 카페 공용 운영 (1인 식사 준비 번거로움, 식사 거르는 사람 大)

반려동물 혼자 삼 케어 어플, 강아지 교류회 (See: 퇴근 시 반려동물이 혼자 있고 어질러놓은 것을 봄)

아파트 자체적으로 청소 제공 서비스 (See: 혼자 들어갔을 때 청소할 거리가 너무 많다)

공용 커뮤니티 서비스 (See: 몇월 몇시에 조기축구 할사람 지저분함 카톡)

홍콩 집값 비쌌 닭장 분위기 X 외벽 디자인 고려 필요

자기계발 자기계발 센터 외부인 정상 가격, 거주민 할인 정책 (1인가구 젊으니까 성공 혹은 성취욕이 클 것 같다 생각)

플리마켓 1인가구 사용자들이 서로 교환 (See: 쓰지 않는 물건들이 좁은 공간을 차지함)

think and feel?

「인문 쓰레거가 적고, 정정수준까지  
자기전에 써볼  
라기에 비용  
분담」

① 다세대, 공동 주거: 동아대 처분 시설 있으면 좋겠다.

hear?

② 인문사 준비 기침은데: 안 먹거나 브런치  
카페에 있으면...

① 방음 안된 집 (되나요?)

② 나열지 못해

③ 역사적 인지?

- 역(지하철), 버스 정거장

④ 밖에 밖은지?

⑤ 빌딩, 식당, 인가구용  
: 식사

⑥ 프랜차이즈, 스타벅스

- 카이노 등 (인가구)

다들 이용시설

③ 풀리마켓 있으면 필요해서  
안들 것 처분하기 쉬울 듯

④ 퇴근길 부설다.  
(카풀)

Say and do?

① 4노조만 자는데 줄이 비용

② (돈을) 써야 할까?

→ 회로 서비스

see?

③ 쓰지 않는 물건들이 공간  
차지

④ 도시락 등 많이 사용하는 것  
처분해 줄 것 있으면 편리

⑤ 건물들 사이에  
초비 (동바다 카페,  
휴게실 등)



# 10주차(2022.11.07)

	former	currently	emerging
① marketing	전단지, 신문, 라디오, TV	친환경 마케팅 팝업창고, SMS TV (PPL)	지능형 마케팅 드론, AI 추천
② payment	현금	카드	가상화폐
③ Overseas purchase	출생, 편지정, 개인 한스 유학생	해외직구, 로켓 직구	해외직구, 당기 사다점 (이전 매장/방문객) 2021
④ seller role	적극판매, 자체 판매	Item 보조 + Warranty	+ Seller Credit warranty
⑤ consumer role	수동구매	응답형 (소비 트렌드 리드)	"
⑥ delivery	배, 트럭, 배달용지	배달, 이코닉, 새로 바뀐	드론
⑦ speciality number of stores	Not many	ex) 일련번호 마트 다모아 everywhere (편의점)	다 세 분과

# 주제 : 쇼핑

	Formerly	Currently	Emerging
1. Marketing	전단지, 인쇄물, tv	친환경 마케팅, 팝업광고, SNS, PPL	드론, AI추천
2. Payment	현금, cash	카드	가상화폐, token
3. Oversea purchase	불가능, 면세점, 지인찬스, 유학생	해외직구, 로켓직구	해외직구 용어 사라짐
4. Seller role	적극판매, 싸게	보조+item warranty	+ Seller Credit warranty
5. Consumer role	수동구매자	능동적(소비 트렌드 리드)	+) 스마트 컨슈머, 체리 컨슈머
6. Delivery	배, 트럭, 비닐봉지	에코백, 소규모 배달 多	드론
7. Speciality	Not many	Everywhere - 일렉트로마트, 다모아(상품 전문화)	더 세분화(마우스 전용, 모니터 전용 등)

# HW

## 주제 : 여행

	Formerly	Currently	Emerging
1. 환전	Cash - 예전에는 환전해서 여행	환전 + 마스터 카드(신용카드)	비트코인 - 어디서든 수수료 없는 돈
2. 정보 유입경로	네이버 카페, 블로그, 책 등 후기	유튜브, tv프로그램 등 영상	VR 등 여행 관련 가상현실
3. 소통, 통역	여행 기본 회화 관련 포켓북	파파고 등 번역, 통역 어플	자동 통, 번역기 스마트 글라스 : 자동 번역
4. 음식	로컬 - 해외 관광객이 없기에 국가만의 음식 문화 발전	로컬 + 세계화	세계화 - 관광지의 경우, 그 나라 고유의 맛이 사라지고 대중화가 됨.
5. 관광 코스	여행사 : 단체 패키지 여행	패키지 여행, 자유여행	여행 취향에 맞게 일정을 만들어주는 AI 추천 여행
6. 여행 유형	관광지 위주의 여행	관광지, 맛집 투어, 축구 여행 - 개인 취향을 실린 여행 투어 상품 개발	- 에어 비앤비를 통한 쉐어링 여행 - 차 타고 세계여행(통일)
7. 기념품	여행 갔다 온 기념으로 지인 선물용 구매 예) 도쿄 바나나, 대만 핑리수	한국에서도 판매, 지점 별 스타벅스 컵 구매, 해외 브랜드 상품 구매	그 나라에서만 실 수 있는 기념품 개념 사라짐

# Offering-Activity Culture Map

