

POSTECH CEO REVIEW



2014
JUNE

목차

교육생 소식		3
6월 온라인 교육 소개		4
우리가 배운 한 가지		5
이 달의 추천	기본과정 3D 온라인 교육 추천	6
	기본과정 1D 온라인 교육 추천	9
추천 자료		12



교육생 소식

- ▶ 5기 윤채은 'ππ' 이번 과제는 좀 어려워요.. '5기 노승수 '이제 슬슬 과제가 어려워지기 시작하네요! 어쩌면 기업인이라는 본질에 충실해지고, 윤곽이 드러나기 시작하는 시기? 흥미진진하네요!' 라고 글을 남겼네요~! 과제들이 쉽진 않겠지만 포기하지 말고 2년 기본과정 끝까지 함께 하리라 믿습니다.
- ▶ 4기 이수나: 스승의 날에 '교육원 쌤들 조교 쌤들 짱짱사랑해요!!!!' 라고 남겨주었습니다. 교육원 선생님들도 여러분들 많이 사랑한다는 거 알고 있죠?^ ^
- ▶ 4기 박연제, 5기 김도연: 원-원 관계는 과연 존재할까? 그것이 현실에서 가능한 것일까?를 주제로 한 이벤트성 오픈톡에 첫 스타트를 끊은 두 교육생입니다.
- ▶ 2기 오동협, 3기 배우웅: Smarteen App Challenge 2014 공모전에서 예선 심사를 통과하여 100개 팀이 선정되었습니다. 각자 다른 팀으로 참여하지만 모두 좋은 소식 있길 바랍니다.
- ▶ 1기 장세윤: 학교 휴학 후 미국에서 생활 중인 장세윤 학생. 미국에 있는 동안 많은 것을 경험하고 배우기 위해 미국의 기업에 연락해서 찾아가보기도 하고 실리콘밸리에 있는 학교 선배들도 찾아가볼 예정이라고 합니다. 교육원에서 배운 2년의 기본 과정이 새로운 것을 많이 볼 수 있는 눈을 길러주었다고 하네요.
- ▶ 1기 김지혜: 사람인 HR 장학금을 받게 되었다는 소식입니다. 함께 축하!!
- ▶ 5기 '존재의 이유' 과제를 모두 '기한준수'했다는 기쁜 소식이 있습니다. 두 개의 제품이 아닌 하나의 제품에 대해서만 작성하는 바람에 재제출해야 하는경우가 많았지만 첫 시작이 좋습니다!! 5기 교육생 모두 기특 ^ ^

여러분의 소식을 기다립니다

POSTECH CEO REVIEW는 교육생 여러분들이 주인공입니다. 여러분의 사진이나 근황, 소식을 교육원으로 보내주세요.

- 1) 셀카가 너무 잘 나왔나요? 차마 공개하지 못했던 캠프 사진이 있나요? POSTECH CEO REVIEW 첫 페이지의 주인공이 될 수 있습니다.
- 2) 거창한 소식이 아니더라도(거창하면 당연히) 전학이나 여행 등 소소한 근황에 대해서도 알려주세요.
- 3) 칭찬해 주고 싶은 친구가 있거나, 하고 싶었지만 전하지 못한 말도(고백 사절) 보내주세요.

보낼 곳: 교육원 이메일 (postechceo@gmail.com)

6월 온라인 교육

6월에 진행되는 4기 온라인 교육은 사업 환경 분석2 입니다. 사업 환경 분석2를 통하여 여러분은 왜 비슷한 제품들이 쏟아지는지, 똑똑한 고객들이 기업에 미치는 영향은 과연 무엇인지, 기술이 사업에서 어떤 역할을 하는지에 대해 답을 할 수 있게 됩니다.

5기 온라인 과정으로는 나를 찾는 여행2, 기업과 비전2가 진행됩니다. 나를 찾는 여행을 통하여 6T 각 분야의 기술을 탐구하는 시간을 가지게 됩니다. 또한 우리에게 잘 알려진 두 기업가에 대한 영상을 보고, 교육생들이 본받아야

할 점은 무엇인지 의견을 공유하는 시간도 있습니다.^^

심화과정 교육생은 개별 혹은 팀별로 선정한 주제를 바탕으로 기능 분석 및 기능트리를 작성합니다. 기본과정 때부터 배워 온 Function이라는 개념을 심화과정에서도 적용해 보는 시간을 가지게 되며, 오픈 톡에서는 아프리카의 풍차 소년이라고 불리는 윌리엄 캄람바에 대한 도서를 읽고 주제에 대해 의견을 공유하는 시간을 가집니다.

과정	기수	분류	프로그램	과제기한
기본	4기	필수	[지식프로젝트] 사업 환경 분석2	6월 8일(일)
	5기	필수	[지식프로젝트] 나를 찾는 여행2	
			[역량프로젝트] 기업과 비전2	
심화	2,3기	필수	[지식프로젝트] 기능 분석 및 기능 트리 [역량프로젝트] 오픈 톡(선택)	6월 17일(화)

우리가 배운 한 가지

온라인 과제에서는 항상 과제 마지막에 자신이 가장 인상 깊었던 교육 내용 한 가지를 적도록 하고 있습니다. 바로 '내가 배운 한 가지'입니다.

지난 달 온라인 교육 중 교육생들이 뽑은 한 가지 내용은 무엇이었는지 살펴보시기 바랍니다.

심화A 2기 김해수

내가 탐구하고자, 혹은 개발하고자 하는 제품은 그 자체로만 존재하지 않는다. 모든 제품은 그 제품의 기능이 있고, 원리가 있고 또 역사가 있다. 아이템 자체의 구성을 분석하고, 그 기능이 어떻게 변화해 왔는지 기능이 유지되고 형태만 바뀌었는지, 아니면 기능 또한 바뀌었는지 과거의 양상을 살펴 보면서 미래에 나아갈 방향 또한 확고해지는 것 같다.

심화A 3기 강정원

기술 기반의 아이디어를 얻는 세 가지 방법의 속 뜻

심화A 3기 박지연, 배주웅

한 제품에 대해 자세히 분석해보니 내 관심제품에 대한 윤곽을 뚜렷이 잡을 수 있었다.

심화A 3기 양준호

제품을 다시 정했었는데 마침 제품을 정확하게 정의하는 과제에서 생각을 정리하는데 도움이 되었습니다.. 또한 Context 에 따라 기능을 정의하는 법을 알게 되었습니다.

심화A 3기 이지용

내가 관심을 가지고 있는 제품에 대한 이해도와 전문성을 높일 수 있었다.

심화A 3기 신혁교

제품이 하는 기능과 앞으로 어떻게 발전해 나갈지 예측해 볼 수 있었다.

심화A 3기 유지인

제품의 변천사에 대해서 조사해 보는 것은 앞으로 발전할 방향을 찾는 매우 중요한 작업이다.

심화A 3기 이충규

내가 만들 아이템의 방향에 대해 체계화 할 수 있었다.

심화A 2기 김병정

중요한 것을 잊고 있었다는 생각이 들게 한 과제 같다.

심화A 2기 김민수

사람은 자신의 인생을 스스로 결정하고 스스로 선택한 삶을 살아야 한다. 챔피언은 체육관에서 만들어지는 것이 아니라 내면 깊숙이 자리잡은 소망, 꿈, 이상에 의해 만들어진다는 알리의 말처럼 나도 포기하지 않고 전진할 것이다. '나는 내가 꿈꾸는 모든 일을 이룰 수 있는 능력을 가진 사람이다.'

심화A 3기 이지현

자신에 대한 믿음에는 이유와 근거가 필요 없습니다. 왜냐하면 나 자신을 믿는 것이기 때문입니다. 스스로를 믿는 것만큼 당연한 일이 또 있을까요.

심화A 3기 이지현

자신에 대한 믿음에는 이유와 근거가 필요 없습니다. 왜냐하면 나 자신을 믿는 것이기 때문입니다. 스스로를 믿는 것만큼 당연한 일이 또 있을까요.

심화A 3기 김성준

내가 소중한 사람이란 점을 다시 한 번 느낄 수 있었다. 내 자신을 가꾸고 발전해 나가야겠다. 앞으로 나를 좀더 소중히 여기고 열심히 꿈을 향해 노력해야겠다.

심화A 3기 김희경

시험뿐만 아니라 모든 일에 스스로에 대한 믿음을 갖고 임한다면 모든 일이 잘 될 수 있을 것이다.

심화A 3기 박지연

나에 대한 믿음을 정말 많이 가지게 된 과제였다. 이 과제를 마치고 공부를 했는데 나에 대한 자신감이 많이 높아져서 무엇이든 수월하고 행복하게 할 수 있었다.

심화A 3기 차수빈

세상은 공평하고 나는 잘나지도 못나지도 않았으며 어느 누구와 같이 무한한 가능성을 가지고 있다.

심화A 3기 민태규

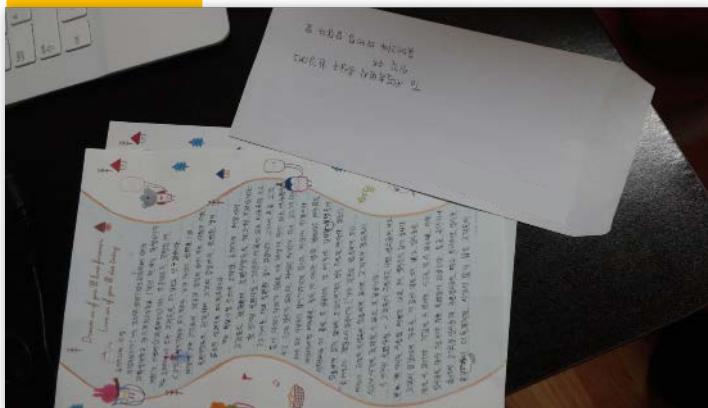
요즘 평소보다 좀 힘든 일, 고민할 일, 복잡한 일이 많은데 모두 잘 견뎌낼 수 있을 거라 믿는다. 라고 믿고 노력한다면 정말 잘 견뎌낼 수 있다는 믿음이 조금씩 생긴다.

이 달의 추천

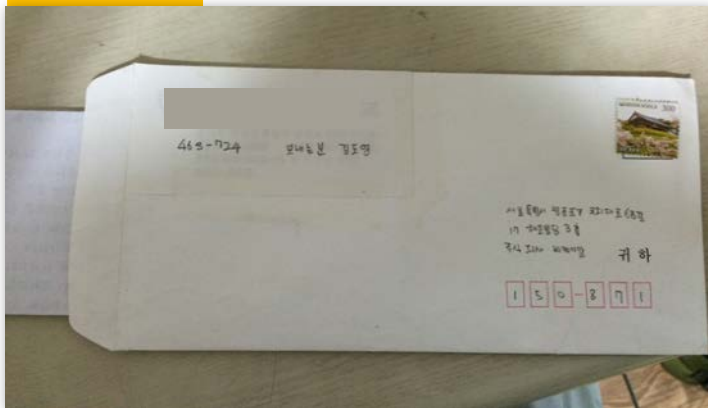
고객의 소리

과정	기본과정
교육	3D: Develop the Future
선정자	4기 광하늘, 김도영

4기 광하늘



4기 김도영



항목마다 적절한 근거를 제시하며 조목조목 건의사항을
여기해주었네요.^^

롯데리아가죽

안녕하십니까? 저는 포스텍경제기업인 교육원에 다니는 공주과고등학교 1학년
광하늘 학생입니다.

저희가 이번에 고객충치보거리는 프로젝트를 진행할 때 저는 롯데리아에 오는 고
객들을 대상으로 고객들을 대상으로 연구했습니다. 고객충치보거리는 프로젝트는
각자 자신이 선택한 기업 대상에 오는 고객들의 행동과 감정의 원대 또는 사실에
대한 불만사항들을 관찰하여 고객의 입장에서 불만감 없이 없는지 살펴보는 프로
젝트입니다.

저는 하남시 시청 부근에 소재한 롯데리아 매장에서 고객들을 관찰하여 불만사항
들을 체크해 보았습니다.

첫 번째 불만사항-계산대 위쪽에 있는 메뉴판만 보고 고르기에는 다소 불편한 점
이 있습니다. 그래서 보통 고객들이 자신의 차례가 되었을 때 계산대 위에 있는 메
뉴판을 보고 고르는 경우가 있는데, 자신의 차례가 되어 고르게 되면 뒤에 있는 사
람들이 많이 기다리게 됩니다. 계산대 위쪽이나 계산대만 메뉴판을 놓을 게 아니
라 앞쪽 벽면에도 메뉴판을 설치하는 게 좋을 듯합니다. 또 메뉴에 간단한 설
명들이 덧붙여져 있지 않아서 오종아웃의 경우 주문할 때 마다 질문이 올 때
에 혼란스러웠습니다. "하는 질문을 반복하게 되니 메뉴에 간단한 설명들이 덧붙
여져 있으면 고객이나 직원들의 수고나 시간을 절약할 수 있을 것 같습니다.

두 번째 불만사항-고객들이 주문하고 나면 영수증을 바로 받는 게 아니라 주문한
메뉴가 나올 때 영수증을 같이 줍니다. 고객의 입장에서는 카드를 지갑에 넣을 때 바
로 영수증을 받을 수 있어야 지갑을 두 번 여는 수고를 덜 수 있는데, 매년 영수증을

다시 챙겨야 하는 불편함이 있습니다. 물론 롯데리아 측에서 고객을 영수증과 주문
영수증을 따로 분리하면 영수증 용지비용이 더 들겠지만, 시간이 많지 않은 고객들
의 시간과 수고를 덜어주는 측면에서 고객용 영수증과 주문영수증 따로 분리해
주시면 좋겠습니다.

세 번째 불만사항-보통 세일 메뉴는 들어오는 입구 문구이나 창문에 부착하는데,
주문하는 계산대에서도 부착해주셨으면 좋겠습니다. 물론 세일메뉴가 많이 나가
는 것보다 일반 메뉴가 많이 나가는 게 업체 입장에서는 유리하기 때문에 고객들이
많이 보기 못하는 게 나쁠 수도 있지만, 결국 계산대에서 주문하면서 세일메뉴가
무엇인지 물어보는 고객들을 위해 다른 고객들의 시간을 낭비하는 경우도 생기고,
고객 입장에서 세일메뉴를 나중에 알게 되면 마치 업체의 상술로 세일메뉴가 많이
팔리지 않게 한 것 같은 인상을 주게 되어 장기적으로는 이미지 관리에 좋지 않은
영향을 미칠 것 같습니다. 가능하면 주문하는 곳에도 세일메뉴를 부착하시면 좋겠
습니다.

네 번째 불만사항-테이크아웃의 경우 종이봉투에 제품을 넣어주거나 또 다시 비닐봉
투에도 넣어주시는데 이것은 낭비라는 생각이 듭니다. 재활용되는 것들이긴 하지
만 결국 쓰레기로 버려지는 경우가 많으므로 종이봉투나 비닐봉투 한가지로 통
일 하시는 게 업체의 비용면에서나 환경면에서나 좋을 것 같습니다.

끝으로 프로젝트의 일환으로 본가까지 각성하게 되었습니다. 롯데리아를 운영하는
고객의 작은 목소리를 경청해 주셔서 감사드리며 위내담을 위한 답신을 여쭙
부탁해 이메일로 주시면 감사하겠습니다. 좋은 하루 되십시오.

bbsky99@naver.com

2014년 5월 17일 포스텍경제기업인 교육원생 광하늘 드림

귀사의 서비스 건으로 건의드릴 것이 있어 씁니다.

요즘 버거킹 자점을 방문하게 될 일이 있었는데, 제가 느꼈고 타인도 느꼈
을 법한 불편함이 있었는데, 그러한 예외사항이 이 건의를 통해 지속적 해결
되었으면 합니다.

제가 버거킹을 이용하면서 불편했던 점 중 하나는 테이크아웃을 기다리는 손
님들에 대한 예기입니다. 매장에서 먹는 손님들이야 주문 후 바로 좌석에서
주문을 기다리고, 먹고 걸리거나 나가면 됩니다만, 테이크아웃을 하는 손님
의 경우는 조금 다릅니다. 대부분이 매장에서 먹을 시간이 있는 분들이기 때
문에 빨리 주문한 음식을 받고 나가시고 싶어 하십니다. 그래서 그런지 주문
을 하신 후에도 그 자리에 계속 서 계시거나 옆으로 비켜 계시다가 주문을 출
리라고 좌석에 가시는 경우가 많습니. 이러한 때 대략이 필요한데, 계산대
주위에 의자를 두어 테이크 아웃을 하시는 손님들을 위한 자리를 마련하였으
면 합니다. 이는 매장에서 드시는 손님들의 좌석을 확보하는 한편, 테이크아
웃을 하는 손님도 불편함을 줄이는 데 도움을 줄 것 같습니다.

고르기 못하여, 계산대에 와서야 메뉴를 고른 적이 있습니다. 손님들 중 일부
는 낫을 가리는 성격 탓에 계산대 앞에서 메뉴를 고르는 것이 부담될 수도
있습니다. 그럴 때는, 손님이 계산대에 오기 전에도 무엇을 먹을지 결정할 수
있게 해야 한다고 생각합니다. 줄을 서는 손님들 고려해, 동일한 메뉴판(즉
은 더 상세한 메뉴판), 계산대에 오기 전에 볼 수 있게 하는 것도 좋고, 혹은
아예 가게 밖에 상세한 메뉴를 적은 거치대를 놓는 것도 좋은 방법이라고 생
각됩니다. 이런 방법들을 통해, 줄을 서서 기다리는 시간적 낭비를 줄일 수 있을
뿐만 아니라, 고객편의를 통해 더 많은 수익을 얻는 데에도 기여할 것이라 생
각됩니다.

이러한 건의를 긍정적으로 봐주시길 감사하겠습니다.
포스텍경제기업인교육원/북교고등학교 김도영

또다른 예외사항은 메뉴판에 관한 것입니다. 버거킹을 비롯한 많은 패스트푸드
점들은 손님이 계산대 가까이 가더라도 메뉴를 정확히 택할 수 있는 구조로
되어 있습니다. 메뉴판이 계산대에 부착되어 있거나, 상단에 있는 메뉴판이
간소한 탓에 그런 것 같습니다. 불편은 계산대 기다리는 줄이 있을 때 발생합
니다. 위의 구조로 되어있는 가게는, 손님이 계산대에 가지만 선택을 제로
로 할 수 있기 때문에, 손님이 미리 생각을 할 수가 없어 그만큼 주문을 받는
시간이 지연이 되기 마련입니다. 실제로 저 또한 줄을 섰을 때 메뉴를 제대로

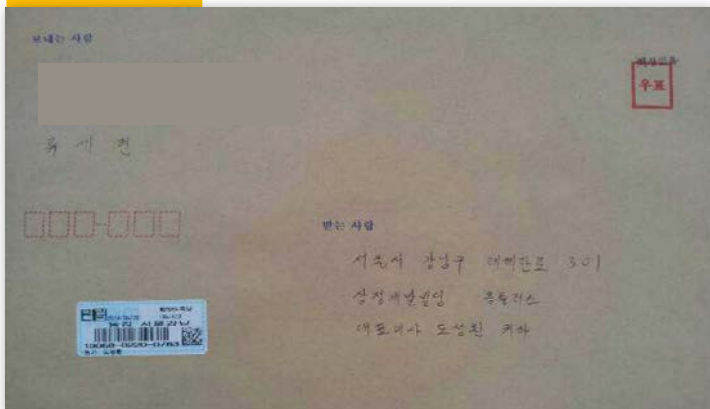
고객의 보이지 않는 불편함을 해소할 수 있는 방안까지
생각하여 전달하였습니다.

이 달의 추천

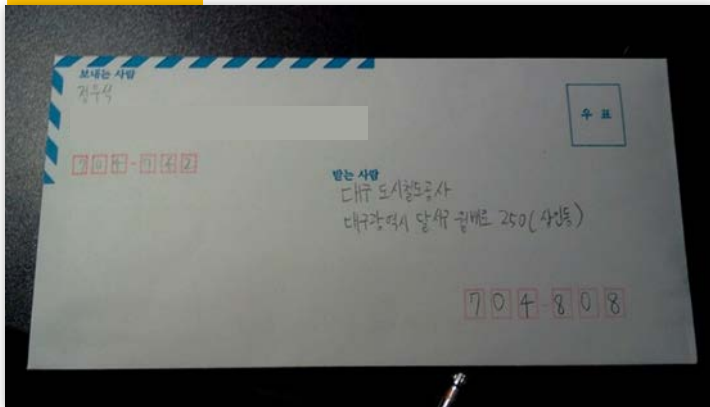
고객의 소리

과정	기본과정
교육	3D: Develop the Future
선정자	4기 류세현, 정우석

4기 류세현



4기 정우석



관찰 후 발견한 여러가지 문제와 그에대한 자신의
해결 방안을 잘 설명하였습니다!

홍물리스 주식회사

안녕하세요, 저는 현재 대전 대동중학교에 재학 중이고 포스트캠퍼스가입인과
육원에서 교육을 받고 있습니다. 저는 평소 학원과 가까이 위치한 송촌중
홍물리스 익스프레스를 많이 다닙니다. 이틀에2~3번씩은 꼭 들러서 간식으로
무엇인가를 사먹는 것 같습니다. 두 달 전쯤 포스트캠퍼스가입인 교육원에서
고객들의 불편함을 찾아보고 이를 편지로 보내보려는 가제를 받았습니
다. 그래서 평소 자주 이용하던 홍물리스 익스프레스를 생각하게 되었고, 이렇게
홍물리스를 중심으로 가제를 하게 되었습니다. 제가 본제를 중심으로 상황을
파악하려다보니 조금 억지스러운 부분이 있더라도 양해 부탁드립니다. 또한
제가 관찰한 이 문제는 송촌중 홍물리스 익스프레스에만 국한되는 문제일 수
있다는 점 포함한 양해 부탁드립니다.

일단 첫째로 제가 즐겨 찾는 홍물리스에는 학생들이 많이 다닙니다. 그런데
학생들은 대부분 슬리퍼를 들고 다닙니다. 이러한 학생들을 관찰한 결과, 슬
리퍼를 들고 상자를 고드보니 자체가 불편해 보였고, 물건 또한 떨어뜨릴
위험이 있는 것 같습니다. 슬리퍼뿐만 아니라 여성분들이 들고다니는 가방
이나, 이외의 물건들도 마찬가지인 것 같습니다. 그래서 저는 간단한 풀트 수
납함을 설치한다거나, 종잡힐 분해서 잠시 물건을 맡아 주시면 좋을 것 같
다는 생각이 들었습니다. 이 문제는 규정이 작은 홍물리스 익스프레스의 환경
상의 문제라서 조금 애매한 것 같기도 합니다.

둘째로 바가 되어 오는 때에는 많은 고객들이 바깥에 젖은 우산을 그냥 들고

들어옵니다. 제가 다니는 홍물리스에는 우산꽂이가 없습니다. 그래서 그런
경우에는 고객 자신도 우산을 들고 상자를 끌어야 하는 불편함이 있고, 홍물
리스 내부의 바닥에 물이 떨어져 다른 고객들이 미끄러질 위험이 생기는 문제
로 이어지는 것 같습니다. 그래서 저는 간단한 우산꽂이를 설치한다거나, 바
닥에 물이 떨어지는 문제를 해결하기 위하여 우산을 비닐로 싸우는 도구를 설
치한다면 좋을 것 같습니다.

셋째로 물건들 한박스, 교환하는 고객의 경우 영수증이 없으면 증명본이 직
접 구매기록을 찾아서 일을 처리해주는 모습을 보았습니다. 그런데 이 구
매 기록을 찾는 과정에서 상당히 많은 시간이 지체되었던 모습을 볼 수 있었
습니. 물론 이것은 영수증이 있다면 예후에 발생하지 않았을 문제입니다
하지만, 대부분의 사람들은 바쁜 물건이 아니라면 쉽게 영수증을 버리고는
합니다. 그래서 구매기록을 빨리 찾기 위하여 홍물리스 고객카드를 가진 고
객에게 국한하여 구매한 목록을 고객카드와 연동해 정보를 기록하도록 하는 전
산시스템을 구축하는 것은 어떨까 싶습니다. (종락)

평범한 학생의 글을 이렇게 읽어주셔서 감사합니다. 그리고 제가 제시한 문
제점과 해결방법이 많이 부족한 점게 죄송합니다. 답장이 가능하시다면 답장
을 해주신 감사하겠습니다. 혹시 답장을 해주신다면 편지를 보내주 이 집
주소, 이메일 주소 'dbw4440@naver.com'로 보내주시면 감사하겠습
니다. 2014년 5월 22일 작성합니다.

-대정 류세현 학생 올림

대구도시철도공사

저는 대구 지하철을 이용하는 선산중학교 3학년 재학중인 정우석 학생입
니다. 평소에도 대구 지하철 2호선을 많이 이용하면서 그런 불편한 점이 많지
않고, 또 제가 다니고 있는 교육원-POSTECH 중재가인 교육원의 자체 역
시 기업에게 불편한 점을 건의해 보는 것이기에 이 편지를 쓰게 되었습니다.
제가 느끼는 불편함은 크게 두가지가 있습니다.

첫째, 지하철의 도착시간에 관한 명확한 안내를 찾기 힘듭니다. 지하철이 어
느 지점에 있는지 알려주는 전광판과 광고판 함께 있는 지그재그 열차 도인
을직업으로 지하철이 대략 몇 분 후에 도착하는지는 알기 쉬우나, 구체적인
시간이 명시되어 있는 표는 몇 개 없기 때문에 구체적인 시간을 알기 힘습니
다. 또한, 지하철의 입구에서 열차가 도착하는 시간을 모르고 유유히 걸어가
다가 눈앞에서 열차를 놓친 경험이 있는만큼, 지하철역 입구, 혹은 지하철역
으로 내려가는 계단에서도 지하철 도착시간을 알 수 있게 된다면 좋을 것 같
습니다.

둘째, 도시의 중심부에 위치한 지하철역은 버스과 지하철의 연계가 잘 되어
있는 반면에, 외곽지역의 지하철역에는 버스과 지하철의 연계가 부족한 것
같습니다. 지하철에서 버스로 갈아타는 경우가 많습니. 하지만, 지하철역

안에서 버스의 도착시간을 알 수 없어서 버스를 아깝게 놓친다가나, 쓸데없이
를, 불편한 경우 역시 많았습니다. 발역의 경우 버스와 지하철의 연계
가 잘 되어있어서 혼잡하기 쉽고 편하다는 느낌을 받았지만, 제가 주로 이용
하는 강일역과 이곡역의 경우 지하철역에서는 버스의 정보를 얻을 수 없고,
또 지하철역 밖에서는 지하철의 정보를 얻을 수 없어 지하철과 버스 간연성
이 떨어졌습니.

또한 토론 사용법이 지력을 처음 방문하는 사람이나 나이가 많으신 분들에게
는 어려울 수 있다는 점도 말씀드리고 싶습니다. 가끔씩 토론 사용법을 잘 모
르시는 분들을 만날수 있는데, 이러한 점을 개선하기 위해서 토론 사용법에
대한 설명을 토론 발매기 옆에 부착해 주셨으면 좋을 것 같습니다.

제가 느낀 불편한 점들은 다음과 같습니다. 제 글을 읽어보시고 답편 혹은
지적해 주실 것이 있으시다면 vscallid@harmail.net으로 메일 보내주시
면 감사하겠습니다. 제 글을 읽어주셔서 감사합니다.

자신이 평소 느끼는 불편함을 논리적으로 작성하고 정중
하게 건의해 주셨네요~

이 달의 추천

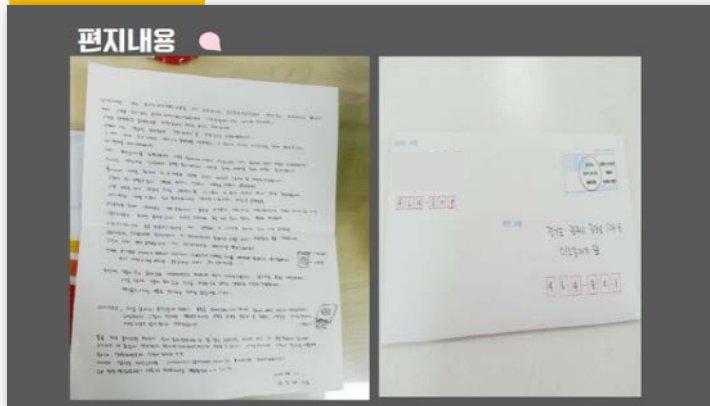
고객의 소리

과정	기본과정
교육	3D: Develop the Future
선정자	4기 조승연, 최주해

4기 조승연



4기 최주해



자신이 평소에 어떤 불편함을 느꼈는지, 또한 그에 대한 해결방안은 무엇인지 구체적으로 건의하였습니다.

안녕하세요! 저는 용인한국외국어고등학교 재학중인 조승현 학생입니다.
저희 학교 내 매점으로 입점해 있는 cu 매장에 있어 몇 가지 말씀을 드리기
해 이 편지를 쓰게 되었습니다. 저는 특별히 포스트 산하 교육기관인 포스
트게이업인 교육원의 교육생으로서 기업에 제공하는 서비스와 그에 따른
객의 반응에 대해 공부하고 있습니다. 아주 실감할 내용이 아니라 우회
학습등의 편의를 위한 건가?가 답겨 있으나 궁금하여 서신길 부탁드립니다.

또한 편의점 알حت전 서비스에 대해 문의드리고자 합니다. 대부분의 편의점과 달리 저희 학교의 편의점에서는 알حت전 서비스가 제공되지 않는 이유에 대해 여쭙보고 싶습니다. 가능하다면, 알حت전 서비스를 제공해주시길 부탁드립니다.

오서 공생 자연대의 적도산대에 대해 말씀드리고 싶습니다. 새 산봉이 얻

는지 궁금합니다.

우선 공작 진열대의 강도상태에 대해 점검드리고 싶습니다. 새 상판이 있기 전 중의 태어난후에 사용하지 말고 열부다 공작에서 팔랑하게 강도되어 아끼면 여러 가지 일을 수 있습니다. 다른 것 때문에 여러 가지 강도상태에 불만 있는 공작이 없어 한참을 갖습니다. 해당 종류의 공작을 구입해 공작하는 불만 없이도 있습니다. 간단하게 한 칸의 열의 물리적 강도를 사용함으로써 진열대 강도에 한 번씩씩 확실히 됩니다.

저기까지 저의 편지를 읽어주시어 감사합니다. 사실 저는 OU 학원 애용자입니다. ^^ 앞으로는 더욱 나의 편지를 위해 노력하겠습니다. 달강은 밴드시 저의 메일 dungdung@naver.com으로 보내주세요. 감사합니다!

2014. 5. 23. 조승연 드림

또한 주말 아르바이트생 분들의 서비스요금을 강화해 주시길 부탁드립니다.
업니다. 단적인 예로 가격표가 붙어있지 않은 공회 한 권의 가격을 물러 두
의 아르바이트생 분들을 거처며 계산을 하고, 결국 가격을 알아낸 것은 약
본 후였습니다. 시험기간 주말과 같이 학생들이 붐비는 시간대에 이러한
상도 발생한다면 큰 혼란이 생길 것입니다. 따라서 아르바이트생 분들을
설마로 철저하게 서비스시킬 것이지 주시길 부탁드립니다.

안영석씨는 저는 보스텍에너지기업인교육원 4기 교육생이자 광주중앙고등학교 재학 중인 학생이라고 합니다. 제가 교육을 받고 있는 보스텍에너지 기업인교육원 '고급 관찰하기'라는 과제를 풀었는데, 고작을 관찰한 뒤 물결 한 점을 관찰하고는 편지로 보내는 과제입니다. 그래서 저는 몇몇인 방학동안 '미소검정기'를 관찰장소로 선정하였습니다. 그 때 제가 보고 느꼈던 것이 바로 편함을 발견했고, 그 중에서 저만의 아이디어를 함께 전해드리고자 저의 경험을 쓰게 되었습니다.

첫째, 큰가방을 수납하기 위해서 의자안에 수납공간이 마련된 의자를 비치하면 좋겠다고 생각했습니다. 오래 어린 의자를 비치한 좁은공간의 가게가 꽤 있더라고요~!

그러나 이가장(李加章)은 일본에서 어떤 현상과도 관련이 없는 단순한 것을 이토도(伊藤)가 잘못 이해했다. 하지만 이토도 그렇고 그는 누구도 이가장을 이해하지 못했다. 이가장은 이토의 말을 듣고서도 이해하지 못했다. 이토가 이가장을 이해하는 데 큰 역할을 한 것은 이가장이 이토의 말을 듣고서야 알게 되었다. 그래서 이토의 말을 듣고서야 이가장은 이토가 나라를 움직여 왔다고 이해했다. 이후 이토는 이가장을 통해 두 사람을 만나고 이가장을 통해 서로의 마음을 잘라 놓았다. 이가장은 이토가 어떤 일을 하고 있는지를 이해하고 싶었다. 하지만 이가장은 이토를 이해하는 것이 불가능하다고 생각했다. 이가장은 이토의 나라(나라)에 직접 들어가서 이해할 것이라고 생각했다. 그러나 이가장은 이토의 나라(나라)에 직접 들어가서 이해할 것이라고 생각했다. 그러나 이가장은 이토의 나라(나라)에 직접 들어가서 이해할 것이라고 생각했다. 그러나 이가장은 이토의 나라(나라)에 직접 들어가서 이해할 것이라고 생각했다.

[illegible]

2014.05.21 칠주해 드림

고기판을 가는 것에 대하여 자신의 아이디어를 그림으로
표현하여 보여줍니다.^^

이 달의 추천

존재의 이유

과정	기본과정
교육	1D: Dream the Future
선정자	5기 노승수, 박단비

5기 노승수

◎TV가 존재하는 이유

- ★위성 통신을 이용해 다양한 영상을 실시간으로 감상할 수 있다.
- 케이블에 저장된 영상을 구매하거나 무료로 감상할 수 있다.
- 길에 설치된 대형 스크린을 통해 광고나 중요소식 전달의 역할을 수행 할 수 있다.
- 비디오아트가 '백남준'의 작품들처럼 예술활동에 이용되기도 한다.
- ★작곡이나 다른 나라의 소식을 전하는 매개체 역할을 수행한다.
- ★입체나 개인이 비용을 지불하고 자신들이 광고하고자 하는 광고를 내보내기도 한다.



화면이 곡면으로 휘어진 최신형TV이다. 화면은 현재까지 기술이 만든 최고의 화질이라 불리는 UHD(ULTRA HD)화면을 사용한다.

4) 작성후기

- 계속 느껴왔지만 학교에 갈 때만 해도 내가 꽤나 많은 물건을 사용하고 있다는 사실이 신기하다.
- 여러 가지 제품 중에서 두 가지의 제품만 조사해왔는데도 존재하는 이유는 한 가지가 아니라 여러 가지였다. 아무리 쓸모 없이 보이는 것이라도 우리 주위에 있는 많은 제품들은 다 저마다 존재하는 이유가 있을 거 같다는 생각이 든다.
- 만약 미래에 내가 어떤 제품을 완성하게 되면 그 제품이 존재해야만 하는 이유를 생각해 보아야 할 것 같다.

제시되지 않은 항목까지 작성할 정도로 적극적이고 꼼꼼하게 라제를 해주었네요!

5기 박단비

2) 존재의 이유 - 1. 에어 운동화

대표적 기능에서 자세한 쓰임까지..



<제품명 : [나이키] Air Max 핑크 2013 >

대표적 기능	자세한 쓰임
발을 보호해준다.	비나 흙, 돌로부터 발이 다치지 않게 보호해준다.
에어 운동화는 다른 운동화보다 비교적 발이 피로감을 덜 느끼게 해준다.	에어 맥스 운동화와 같은 경우 운동화 밑바닥에 에어 쿠션이 부착되어있어 평소 뛰거나 걸을 때 발에게 전달해오는 충격을 흡수해준다.
전문 스포츠 활동을 하는 데에 도움을 준다.	나처럼 발의 안쪽으로 약간 휘어져 평발기가 있는 사람들에게 발을 잘 고정시켜주어 발이 피로감을 덜 느낀다.
	걸을 때 에어 쿠션으로 폭신했을 수 있어 좀 더 오래 걸을 수 있는 것 같다.
	맥스 에어 완충 쿠션은 스포츠의 잔인하고 반복적인 하향 충격을 처리하고 보호기능을 제공한다.
	탄력이 좋아 테니스와 같은 격한 운동을 할할 때 도움을 준다.
개성 강한 패션 감각을 뽐낼 수 있다.	에어 운동화에 부착된 투명 에어 쿠션이 나의 개성을 드러낼 수 있고, 에어 쿠션이 3~4cm의 높이가 있어 키가 작은 사람도 꼭 구두만이 아닌 운동화로 키를 크게 보이게 할 수 있다.

대표적 기능과 자세한 쓰임을 구분하여 구체적으로 작성한 점이 좋아요~

이 달의 추천

존재의 이유

과정	기본과정
교육	1D: Dream the Future
선정자	5기 이원재, 정상현

5기 이원재

제품 선정하기.



● 바늘

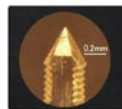
= 바늘은 실과 함께 쓰이기도 하고, 단독적으로 쓰이기도 한다. 특히 요즘에는 주사용 바늘이 많이 발전했다. 우리 삶에서 옷을 만들거나 구멍을 뚫고, 무언가를 고정시키는 등 자주 쓰인다. 바늘이 일상생활에서 탈락시켜져 온 신질 쓰이지 않는 사소한 물건이라고 생각되는데 사실 우리에게 없어서는 안될 물건인 것을 알게 되고 선정하게 되었다.

● 실

= 실은 어떤 두 물체를 이어주거나 섬유를 묶은 것으로서 우리가 옷을 만들 때 쓰이는 주 재료이다. 최근에는 녹는 수술용 실이나 실의 모양을 바꾸어서 '실 리프팅'이라는 기술까지 만들어졌다. 이렇게 자주 쓰이며 우리 삶에 도움을 주는 실이 중요하다고 생각하여서 선정하게 되었다.

제품을 선정할 이유를 구체적으로 잘 작성하였고 그 기능을 가지는 최신 제품에 대한 철저한 조사로 기능을 제시하였네요!

존재의 이유. * 바늘 *



(무게는 가늘고 수월 바늘)

> 최근에는 소형바늘이 등장해서 주사를 맞는 아픔을 덜어주거나 미용 성형에 이용된다.

기능	용도 또는 사례
맞추는 것	정교한 시간을 맞춘다. 시계 바늘 시장, 분침, 초침
뚫는 것	구멍을 뚫다. 실이 들어갈 수 있도록 뚫는다. 피어싱, 자수, 퀼트
재매는 것	실로 부연가를 엮다. 단추나 영장을 꿰매다.
짜르는 것	바늘을 물어 찔러서 먹은 투여한다. 링거액, 주사 바늘
자극, 치료	한방치료, 침 치료, 체했을 때, 신경자극 치료, 다스크 치료, 무통분만
미용, 시술	성형수술 봉합, 치과 치료용 도구, 외과 시술
기타	넙시 바늘, 옷판, 공예, 슈대판의 편, 병도제 침

5기 정상현

● 존재의 이유: 스피커 (행연음물론 스피커 BEOLAB 18)

음악을 여러 사람들이 다같이 들을 수 있다.

상황과 장소에 따라서 다양한 음질을 표현할 수 있다.

라디오나 TV와 연결하여 사회 정보를 알기도 한다.



음악의 음량을 조절할 수 있다.

다양한 재질, 디자인으로 사용자의 개성을 표출 할 수 있다.

다양한 방법으로 소리를 낸다.

자연의 소리를 들을 수도 있다.

소리를 들으면서 무한한 상상력을 발휘할 수 있다.

점대점 송이 라디오를 통해 청취자에게 전달되기도 한다.

음악을 더 선명하게 들을 수 있다.

● 존재의 이유 : 가방 (프라이탁 가방)

여러 가지 물건을 손쉽게 들고 나올 수 있다.

다양한 디자인, 재질, 색깔로 자신의 개성을 나타낼 수 있다.

원시시대에는 단순한 수집한 것을 담는 것이 목적이었다면 현대에는 디자인과 이야기를 담은 가방도 있다.



상황에 따라서 다양한 디자인의 가방을 쓸 수 있다.

밖으로 드러내고 싶지 않은 것을 가방에 담아서 들고 다닐 수 있다.

자기 것 이외에 다른 사람의 것을 들고 다닐 수 있다.

크기가 다양해서 필요한 사이즈를 고를 수 있다.

패션 아이템으로 사용할 수 있다.

구체적으로 제품이 어떤 상황에서 어떻게 사용되는지 잘 기술하였으며 존재의 이유에 대해 고민을 많이 한 과제로 보입니다. 😊

이 달의 추천

존재의 이유

과정	기본과정
교육	1D: Dream the Future
선정자	5기 김보명, 김소희

5기 김보명

[스네 디지털 백자]

<대형 디지털백자까지 포함>



- 사진을 저장한다.
- 추억을 회상할 수 있다.
- TV와 연결하여 사진을 크게 볼 수 있다.
- 외부 스피커로 노래도 들을 수 있다.
- 광고나 홍보용 그림(혹은 동영상)을 제작하여 사용할 수 있다.
- 주제별로 사진을 정리하여 앨범 형태로 보관 할 수 있다.
- 다양한 슬라이드 효과와 시간 간격을 정할 수 있다.

각 제품의 존재의 이유에 대해서 다방면으로 생각하고 조사한 라제네요!

[CUCKOO 전기밥솥]

< NFC 기능을 적용한 전기밥솥 포함>



- 맛있는 밥을 지어준다.
- 음성으로 진행상황을 알려준다.
- 고속취사가 가능하다.
- 쿠키 메뉴에 들어가서 요리법을 검색하고, 검색한 요리법대로 바로 취사나 예약 취사를 할 수 있다. (스마트폰을 이용해서)
- 다양한 조리방법이 가능하다. (ex-찜 요리, 죽, 누룽지등)
- 많은 양의 밥을 해놓을 수 있다. (1인용 밥솥 제외)
- 맛을 보존 조절이 가능하다.

5기 김소희

제품 찾아보기

밥솥, 가스레인지, 주사기, 청진기, 스피커, 공책, 컴퓨터, 볼펜, 마우스, 냉장고

제품 선정하기

스피커: 음악이나 컴퓨터를 이용할 때 화면 속 이미지의 음성 등 소리라는 정보를 선명하고 깨끗하게 전해주는 기계인 스피커의 발전 과정을 알고 싶어 선정하게 되었다.

냉장고: 음식을 신선하게 오랫동안 보관할 수 있게 해주어 인류의 수명 연장, 건강에 이바지했으며, 생활의 필수품이라 할 수 있는 냉장고가 어떻게 개선되었고 어떤 기능이 추가되었는지 알기 위해 선정하였다.

존재의 이유 - 스피커

소리를 증폭 또는 감소시킨다

선명하고 매끄러운 소리를 들려준다



[필름 스피커]

간단한 과정을 거쳐 소리를 전달한다

유연하고 얇기 때문에 쉽게 보관할 수 있다

원하는 사진을 스피커에 자유자재로 띄울 수 있어 인테리어 제품으로 활용이 가능하다

각 제품의 최신 제품 선정이 적절하며, 제품이 하는 일을 다양하고 구체적으로 잘 작성하였네요!

추천 자료

글로벌 성공시대
18화, 세계를 품다

영상 바로 가기

http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/successage/vod/1750205_38545.html

교양생 여러분 <글로벌 성공시대>라는 프로그램을 본 적 있나요? 이 프로그램은 현재는 방송 종료로 되었지만, 2년 4개월여 동안 기업가, 문화 예술계 인사, 스포츠 스타, 정치인 등 세계 무대에서 성공한 인물들을 소개하고, 이들의 도전과 성공 키워드를 통해 글로벌 리더를 꿈꾸는 사람들에게 ‘롤 모델’과 ‘꿈’을 제시한 방송이었습니다.

그 동안 방송되었던 114회 영상들은 KBS 홈페이지에서 다시 보기로 시청할 수 있습니다. 성공노트는 게시판에서는 그간 소개된 인물들의 성공지침서가 요약 정리되어 있으니 참고해보시기 바랍니다.

이번 6월호에서는 18화, 세계가 주목하는 여성 CEO 김성주 회장편을 소개합니다. 세계 최고들만이 경쟁하는 유럽 명품시장에 뛰어든 한국 중소기업의 여성 CEO, 그녀는 추락하던 독일 명품 브랜드 MCM을 전격 인수해 6년 만에 연 매출 5천억 원이 넘는 글로벌 브랜드로 성장시켰습니다.

원칙과 소신, 강한 집념, 지칠 줄 모르는 열정의 소유자 김성주 회장의 글로벌한 사업 도전기와 성공 비결을 영상을 통해 꼭 확인하시기 바랍니다. 참고로 아래는 프로그램 일부분을 발췌한 것입니다.



1. 한국의 중소기업, 유럽 명품계에 획을 긋다

2005년 11월, 한국의 중소기업이 독일 명품 브랜드를 인수하는 놀라운 일이 벌어졌다. 연 매출이 천억 원도 안 될 정도로 추락하던 브랜드 MCM을 전격 인수. 인수 6년 만에 전 세계 35개국에 진출시켜 연 매출 5천억 원의 글로벌 브랜드로 재탄생 시킨 성공신화의 중심에 한국인 여성 CEO 김성주 회장이 있다.



2. 한국 패션 업계의 왕따에서 세계 중심의 여성 CEO로

독일의 명품 브랜드를 아시아인이, 그것도 여성 CEO가 인수했다는 소식에 보수적인 유럽의 명품업계에서는 코웃음을 쳤다. 그러나 6년이 지난 지금 그 평가는 완전히 달라졌다. 35년 전통의 명품 브랜드를 우리 것으로 만들고, 세계에서 인정받기까지 김성주 회장이 그 치열했던 노력들을 이야기 한다.



3. 김. 성. 주. 스스로가 브랜드가 되다

유럽을 거쳐 미국까지 MCM을 성공적으로 입성시킨 김성주 회장. 한국보다 세계에서 먼저 인정받은 그녀의 행보는 이제 아시아의 신흥시장, 중국을 향하고 있다. 한국의 중소기업 CEO로서 모두가 불가능하다고 말한 일을 해낸 그녀는 스스로 브랜드가 되어 오늘날 세계무대를 장악해 나가고 있다.

POSTECH

YOUR DREAM IS OUR FUTURE

CREATIVE ENTREPRENEUR OMPHALOS