

제 8장 : 보고서 및 공학윤리

로보틱스 및 인공지능 제어 연구실
Robotics & Artificial Intelligent Control Laboratory

<http://raic.kunsan.ac.kr>



8.1 보고서 작성

➤ 글쓰기의 개요 및 필요성

- ✓ 기술적 의사소통기술 : 공학설계 제안서, 기술보고서, 발표자료 등의 보고서 형식의 문서
- ✓ 글쓰기와 발표는 한국공학교육인증원(ABEEK) 프로그램에서 요구하는 필수 규정
- ✓ 글쓰기는 명쾌한 사고 능력 창출과 연구 능력 자기계발을 향상
- ✓ 신동호, 『글 잘 쓰는 과학자가 성공할 확률 높다』, 2002

- **보고서 작성 시 가장 민감한 문제(Wall Street Journal, 1995)**
 - ✓ 서투른 구성
 - ✓ 철자표기법
 - ✓ 문법과 구두점
 - ✓ 단어의 오용
 - ✓ 군더더기 말, 중복표현
 - ✓ 애매한 표현
 - ✓ 긴 문단
 - ✓ 긴 문장
 - ✓ 수동태 형태의 문장 ("나는 을 추천한다." 대신 " 이 추천되다")
 - ✓ 부적절한 어조

➤ 기술문서(Technical Writing) 작성 방법

- Thomas PearasII의 7원칙에 의한 일반적인 가이드 라인

✓ 목적을 확실히 한다.

✓ 독자의 눈높이를 고려한다.

✓ 전달내용을 체계화한다.(서론, 본론, 결론)

✓ 정확하고 분명하게 쓴다.

✓ 페이지 설계를 잘한다.

✓ 시각적으로 생각한다.

✓ 윤리적으로 쓴다.

효과적인 의사전달과 좋은 문서 작성을 위해 검토해야 할 사항

- ① 애매모호하지 않고 명확하며 전달하고자 하는 사항이 쉽게 인식되는가?
 - 뚜렷함 : 애매모호하지 않고 의심의 여지를 남겨서는 안 됨
 - 간결성 : 주도 면밀성이나 뚜렷함에 도움이 되지 못하는 상세한 내용은 피한다.
- ② 사용된 문법, 철자, 맞춤법은 올바르게 사용되었는가?
- ③ 불필요하게 복잡하지는 않고 핵심적인 **문장의 길이가 적당한가?**
- ④ 문장들이 의미 있게 그리고 논리적으로 연결되어 있는가?
 - 주도면밀함과 논리적 구성
- ⑤ 연구, 분석, 종합, 시험 결과 등 보고서에 기술된 사항들이 정확하고 정밀하며 확실한가?
 - 정확성과 정밀성
 - 신뢰성
- ⑥ 보고서 전체에 걸쳐 일관된 통일성이 있는가?

설계보고서의 실제

- ① 제목
- ② 차례
- ③ 그림 목록 및 표 목록
- ④ 기호 설명
- ⑤ 초록(또는 요약문)
- ⑥ 서론
- ⑦ 본론
- ⑧ 결론

초록(또는 요약문)

- 독자로 하여금 보고서에서 가장 중요한 사항들을 전체적으로 훑어 보게 함.
- 해결해야 할 문제점, 개발된 최종 설계안, 결론, 최종 행동을 위한 총고 등
- 2~3 문장

서론

- ① 설계 목적, 설계 범위 및 고찰 배경 기술
- ② 해결해야 할 문제점 서술
- ③ 설계방법론 등 최적 목표 측면에서 사용자의 필요사항을 요약

본론

- ① 이론 전개
- ② 설계 진행 절차 및 방법론
- ③ 관련 배경 정보 (설계안이 사용될 환경, 설계 내역 및 구속 조건, 개발 분야의 선행기술과 수행되어야 할 작업의 다른 측면)
- ④ 최종 결과
- ⑤ 최종 설계안 (경제적 평가 등을 포함)
- ⑥ 고찰 및 토의

결론

- ① 최종안이 사용자의 요구를 만족시키는가?
- ② 왜 그런가? 또는 왜 그렇지 않은가?
- ③ 최종안을 실행하는데 따른 위험 요소(실행에 따른 실패 가능성에 대해서)를 정의

기타

- ① 향후 해결 과제
- ② 감사의 글
- ③ 참고문헌
- ④ 부록

8.2 프리젠테이션

1. 프리젠테이션의 정의

프리젠테이션이란?

- 한정된 시간 내에 특정의 대상에게 정보와 사고를 정확하게 전달, 그 결과로써 판단과 의사결정을 유도하는 커뮤니케이션의 한 방법
- 의견이나 아이디어를 효과적으로 전달하여 자신이 의도한 방향으로 상대방의 태도를 바꾸기 위한 활동
- 프리젠테이션가 상대방을 설득하여 어떤 결정을 내리거나 선택을 하도록 만드는 것
- 언어나 기타 수단을 통하여 상대방이 프리젠테이션가 바라는 행동을 이해시키고 설득하며 동기를 부여하는 활동
- 특정인원 그룹에 대하여 1)어떤 장소에서 2)한정된 시간 내에 3)사실, 통계수치, 또는 사고내용을 4)시청각 자료 등을 사용하여 5)언어표현으로 전달함으로써 6)자기가 요망하는 행동을 하도록 동기를 부여하는 것
- 비즈니스상의 필요로부터 상대에 대하여 자기의 기획내용, 제품, 기술 등에 관하여 어떤 기대효과를 발생시키기 위해 한정된 시간, 일정한 장소에서 효율적으로 전달하는 기술

2. 프리젠테이션의 중요성

1

정보화 사회, 창조화 사회 속에서
기업환경의 변화

4

남이 대신할 수 없는 프리젠테이션

2

제안의 전달, 설득, 실현을 통한 정보 전달
고객과의 커뮤니케이션을 위한 의사 결정

5

프리젠테이션 능력을 중요한 평가기준이
되는 사회

3

사회의 복잡 및 다양화에 의한 변화로
프리젠테이션 빈도 증가

6

한정된 시간 내에 효과적인 판단과 의사결정을
내릴 수 있는 프리젠테이션 스킬이 필요

프리젠테이션의
성공

지식, 방침, 제안

서비스, 기술, 보고

비즈니스의
성공

4. 프리젠테이션의 종류

■ 정보전달형 프리젠테이션

새로운 정보와 사실을 전달한다.

- 청중에게 현재나 과거의 사실을 보고하기도 하고 새로운 정보, 아이디어, 데이터, 사실 등을 전달하기도 하여 이해를 구하는 것

요약은 강력하게!

- 아차, 그걸 몰랐군! → 그것 참 유익하군!

핵심 포인트

- 청중이 '알고자 하는 니즈'를 느끼고 있어야 한다.
- 청중이 이미 알고 있는 정보와 관련성을 갖도록 해야 한다.
- 정리된 정보는 이해하기 쉽다.
- VISUAL을 많이 사용하는 편이 이해하기 쉽다.
- 정보가 지나치게 많으면 이해하기 어렵다.
- 정보는 반복하면 청중의 기억에 남는다.
- 단순히 정보의 나열이 되지 않도록 해야 한다.
- 정보전달형 프리젠테이션에서는 정보가공능력과 프리젠테이션 능력이 가장 중요하다.

4. 프리젠테이션의 종류

설득형 프리젠테이션

가치관을 바꾼다.

- 청중의 가치관을 바꾸고 발표자가 의도한 행동양식을 받아들이게 하려는 것임
- 청중의 가치관을 강화하고 보강하여 새로운 가치관을 창출시키고자 하는 것임

상대방의 편익을 강조한다.

- 발표자와 청중간의 원활한 인간관계 형성 → 논리적인 발표내용 → 청중의 편익 강조



[설득의 삼각형]

핵심
포인트

- 상대에게 분명한 이점이 있다는 것을 제시해야 한다.
- 이점의 이유를 분명히 언급해야 한다.
- 논리와 감정의 균형이 맞아야 한다.

4. 프리젠테이션의 종류

■ 동기부여형 프리젠테이션

청중의 의욕을 배가시킨다.

- 청중의 의욕을 환기하고, 기대하는 행동을 받아들이게 하려는 목적임

감정적으로 호소한다.

- 감정에 호소하는 편이 효과적임

핵심 포인트

- 청중이 '그럴 기분'이 되어 있어야 한다.
- 청중이 발표자에게 호의적이어야 한다.
- 논리적인 내용은 효과적이지 못하다.
- 감정에 호소하는 편이 효과적이다.
- 연출이 필요하다.
- 동기부여형 프리젠테이션에서는 "좋아! 한번 해보자!!"라는 의식을 만들어주는 역할을 해야 한다.

4. 프리젠테이션의 종류

■ 의례형 프리젠테이션

상호결합을 강화한다.

- 발표자와 청중, 혹은 상호간을 「사회적으로 보다 강하게 결합시키는」 것

모임의 취지를 정확히 인식한다.

- 모임의 취지를 제대로 인식하고 있을 것

핵심 포인트

- 모임의 취지를 제대로 인식하고 있어야 한다.
- 청중이 기대하는 역할에 부응해야 한다.
- 분위기에 어울리는 내용이어야 한다.
- 지루하고 장황하게 말하지 말아야 한다.
- '결말 문구'가 있으니 주의하도록 한다.
- 의례형 프리젠테이션에서는 발표자의 사회적 상식이 성공을 좌우한다.

4. 프리젠테이션의 종류

■ 엔터테인먼트형 프리젠테이션

청중을 즐겁게 하고 긴장을 풀어준다.

- 청중을 즐겁게 하고 긴장을 풀어 주려는 엔터테인먼트가 중요하며 '재미'가 첫째 조건이다.

적절한 연출을 사용한다.

- 지나치게 인기를 노리는 것은 위험하다.

핵심 포인트

- 유머나 농담을 적절히 사용한다.
- 분위기에 어울리는 내용을 준비한다.
- 품위를 지킨다.
- 지나치게 까불지 않도록 한다.
- 청중의 성격에 주의해야 한다.
- 엔터테인먼트 프리젠테이션에서는 발표자의 품위와 감각이 중요하다.

프리젠테이션의 실제

1. 프리젠테이션 단계(Presentation Process [ADDIE法])



2. 프리젠테이션의 3P

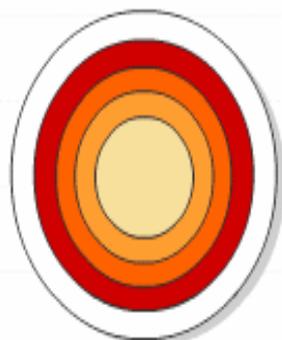
짧은 시간에 준비할 수 있는 3P 분석



3P를 분석해 보면 자신이 하고자 하는 프리젠테이션의 전모를 파악할 수 있음

2. 프리젠테이션의 3P

■ 목적(Purpose)분석(설정)



목적/목표설정

Presentation의 모든 준비 및 실시단계에 대한 기본 방향을 제시

목표 설정의 방법

- 프리젠테이션을 해야 하는 이유 분석
- 원하는 결과 설정(긍정적으로)
- 발표자 자신이 주체가 되도록
- 목표치를 구체적으로 기술(수치화)
- 정보수집의 결과에 따라(필요한 경우) 목적을 수정

시간 : _____ 분 / 시간 이내에
목적 : _____ 하여,
원하는 결과 : 청중으로 하여금 _____ 하게 한다.

2. 프리젠테이션의 3P

■ 목적 분석의 Point

프리젠테이션 목적	Point
동기부여	<ul style="list-style-type: none"> • 감정에 호소 • 목표부여, 경쟁원리, 기록도전 보상의 원리 • 청중과 일체감 조성
정보제공	<ul style="list-style-type: none"> • 청중의 Needs를 정확히 파악 • 비주얼을 활용하여 요약 • 청중이 이미 알고 있는 정보와 관련성을 갖게 구성 • 반복효과의 활용 기억효과
설득	<ul style="list-style-type: none"> • 설득의 3가지 <ol style="list-style-type: none"> ① 이점 : 청중이 최종적으로 얻는 이익 ② 논리 : 전달 내용의 논리성 ③ 감정 : 프리젠테이터와 청중간의 호의적 감정 조성
행동화	<ul style="list-style-type: none"> • 구체적인 이유 설명, 진실성, 호소력
엔터테인먼트	<ul style="list-style-type: none"> • 적절한 유모어의 사용, 주제와의 관련성, 청중의 성격에 유의

2. 프리젠테이션의 3P

■ 청중분석

청중분석이란?

상대방을 잘 아는 것은 효과적인 Presentation을 준비하는 첫걸음이다.

- '누구'를 상대로 프리젠테이션 하는지 분석하는 것
- 청중분석 과정을 통해 듣는 사람을 설득하는데 유효한 것, 듣는 사람의 지식 수준, 듣는 사람에게 있어 필요한 것 등을 분석하여 프리젠테이션을 준비하게 됨

듣는 사람의 입장에서

- 상대는 누구인가?
- 상대가 모여있는 목적은 무엇인가?
- 상대는 프리젠테이션에게 무엇을 기대(알고자)하는가?
- 상대에게 주의하여야 할 금기사항은 있는가?
- 상대는 프레젠테이션에 대해 어느 정도 알고 있는가?

상대의 차이에 따라

- 인원수, 연령, 성별, 남녀의 비율, 지위고하

그들의 문화(기업문화)적 배경

- 참석자의 가치관

상대방의 유형

- 호의적인 청중
- 중립적인 청중
- 적대적인 청중

2. 프리젠테이션의 3P

■ 청중분석 Point

프리젠테이션 목적	Point
청중의 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 소수일 때: 구체적 테마, 다양한 비주얼, 자료 수시 배포 • 다수일 때: 일반적 테마, 제한된 비주얼, 자료일괄 배포
청중의 수준	<ul style="list-style-type: none"> • 배 경: 청중의 학력, 전공, 경력 • 전문가: 충분한 데이터의 준비(설득과 반론준비) • 일반인: 전문용어의 회피, 신변화제, 사례예시, 테마의 압축
청중의 연령	<ul style="list-style-type: none"> • 젊은층: 이상주의, 혁신, 자극, 도전, 눈높이 용어, 빠른 말 • 중년층: 실제적, 현실적, 원칙적, 논리적, 보수적, 느린말, 정중한 태도, 존칭어의 사용
청중의 성별	<ul style="list-style-type: none"> • 여성: 경험담, 사례, 감성 • 남성: 논리성, 통계, 데이터, 이성
청중의 이해도 및 태도	<ul style="list-style-type: none"> • 이해도: 주제 이해도, 이전 Presentation에 대한 반응, 긍정과 부정적 반응의 원인 • 호의적: 공평한 대우 • 비호의적: 균형감각, 논리성, 판단금지, 대립금지, 고집금지

2. 프리젠테이션의 3P

■ 청중의 위치와 성향분석

MAP(May's Audience Positioning)-청중이 앉을 위치

1

- Presentation을 하는 사람으로부터 봐서 좌측에 앉는 사람은 우파이며, 보수적, 지지적이다.

2

- 지지하지 않은 사람들, 동의할 것 같지 않은 사람들은 보이는 곳에서 우측에 앉는다.
- 이 사람들은 좌파이다.
- 만약 Presentation을 엉망으로 만드는 사람이 있다면 모름지기 이 자리의 중간쯤에 앉아있을 것이다.

3

- 제3의 Group은 Presentation을 하는 사람의 바로 정면에 앉는다.
- 이 사람들은 좋은 Presentation을 하는 사람에 대해서는 이성적인 태도를 취한다.
- 그러나 Presentation을 하는 사람이 약하다고 본다면 참을성 없이 바꾸어 앉는다.
- 최상위의 인사나 제일 힘이 있는 사람이 이 위치에 앉는 것은 우연이 아니다.

4

- 또 하나의 위치에 있는 사람은 굉장히 귀찮은 존재다.
- 결국, 앞으로 보아 우측열 후방에 있는 사람은 암전히 앉아서 청중이 되려 하지 않으며 그렇다고 나가버리지도 않는다.
- 그래서 적절한 역할을 부여하는 것이 필요하다.

2. 프리젠테이션의 3P

장소(Place)분석

프리젠테이션
장소

프리젠테이션
환경

설비의
위치, 배치

Presentation 장소를
통제할 수 있는 능력이 많을수록

Presentation 시
당황하는 일이 줄어든다는 사실을 잊어서는 안됨

장소(Place)분석 Point

구분	Point
소재지 분석	회의장 명칭, 주소, 전화, 소요시간, 약도, 교통편: 비행기, 기차, 버스, 승용차
환경 분석	수용규모, 조명, 레이아웃, 책상, 의자 유형, 회의장, 소음, 전망
설비 분석	Beam Projector: 고정식, 이동식 OHP Screen: 위치, 고정식, 이동식 전기 콘센트: 볼트, 위치 컴퓨터, 연단, 음향시설

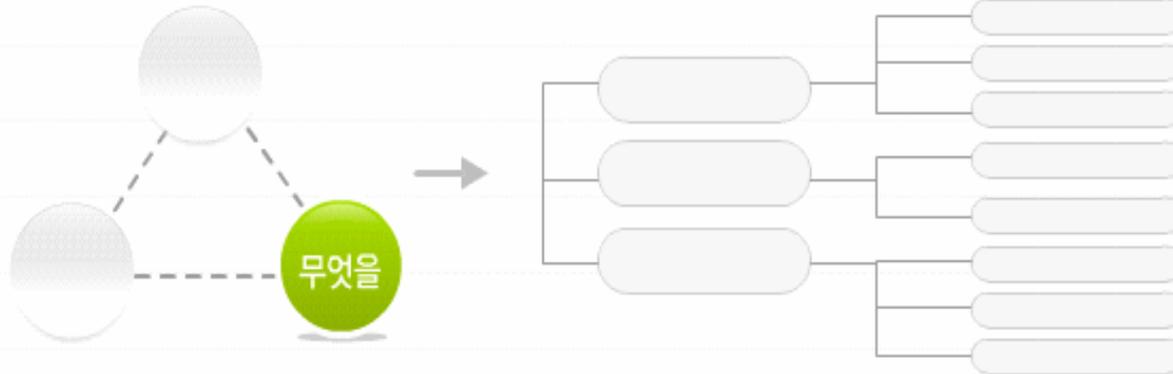
1. 프리젠테이션 설계

프리젠테이션 설계는 주제선정 및 내용 구성으로 이루어짐

목적

주제

항목(내용)



주제의 예

- 직원들의 자기계발 동기부여

주제의 예

- 시간관리방법
- 사내학습지원시스템 활용방법
- 자기계발을 통한 경력관리



2. 컨셉전개의 스킬



2. 컨셉전개의 스킬

■ 컨셉을 정리하는 3가지 원칙

1

프리젠테이션의 목적을 좁힌다.

- 지나치게 일반적이고 추상적인 목적보다 개별적이고 구체적인 목적을 설정하여야 함
- 이를테면 회사 개요를 알려준다는 막연한 목적설정보다 '자사의 신뢰성을 아해시킨다거나 '자사의 기술력을 알려준다는 식으로 구체적인 목적을 설정하는 것이 맞음
- 좁히는 방법은 당연히 3P분석 결과에 따라야 함

2

프리젠테이션의 범위를 좁힌다.

- 프리젠테이션이란 제한된 시간 내에 최대의 효과를 거두지 않으면 안됨
- 어떤 내용에 초점을 맞추어 접근할 것인지는 3P 분석에 따라 결정해야 함

3

청중이 믿을 수 있는 자료를 제시한다.

- 프리젠테이션 내용이 논리적이어야 함
- 발표자의 의견을 뒷받침하기 위해서는 숫자, 통계자료, 전문가의 판단 등의 데이터를 청중에게 제시해야 함
- 과거 실적을 숫자로 보여주고, 고객의 코멘트를 소개하며, 전문가의 추천을 제시하는 등의 노력을 경주해야 함

3. 프리젠테이션 내용구성

■ 내용구성의 기본원칙

- 1 청중의 입장에서 생각한다.**
 - 청중분석자료에 근거하여 청중의 니즈에 맞는 내용을 구성함
- 2 심리학 이론을 활용한다.**
 - 인간의 태도 및 행동에 대한 심리학적 제이론을 적용하여 프리젠테이션을 진행함
- 3 이해하기 쉽게 구성한다.**
 - 청중이 이해하기 쉬운 표현 및 단어를 사용함
- 4 단순명료하게 작성한다.**
 - 대부분 청중은 프리젠테이터보다는 주제에 대한 집중도가 낮으므로 가능한 단순명료하게 내용을 구성해야 함
- 5 논리적으로 작성한다.**
 - 작성완료 후 내용의 상하간에 '그래서' 관계가 성립하는지 검증함
- 6 내용제시 방법을 다양화시킨다.**
 - 청중의 관심을 집중시키기 위해 내용에 대한 제시방법을 다양화함

3. 프리젠테이션 내용구성

■ 내용구성의 논리



- 자기소개, 인사말, Presentation 주제와 청중의 이익과의 관계

운영계획

주의환기

- 흥미 · 주의집중(Attention step) : 대담하고 기발한 표현, 뉴스, 반응용 질문
※ 어느 것이든 Presentation 내용과 관련된 것이어야 함

필요제시

- 문제의 제기(Needs Step)
: 주제에 대한 목적 윤곽제시, 문제사실 · 사건공개

3. 프리젠테이션 내용구성

■ 내용구성의 논리



필요만족

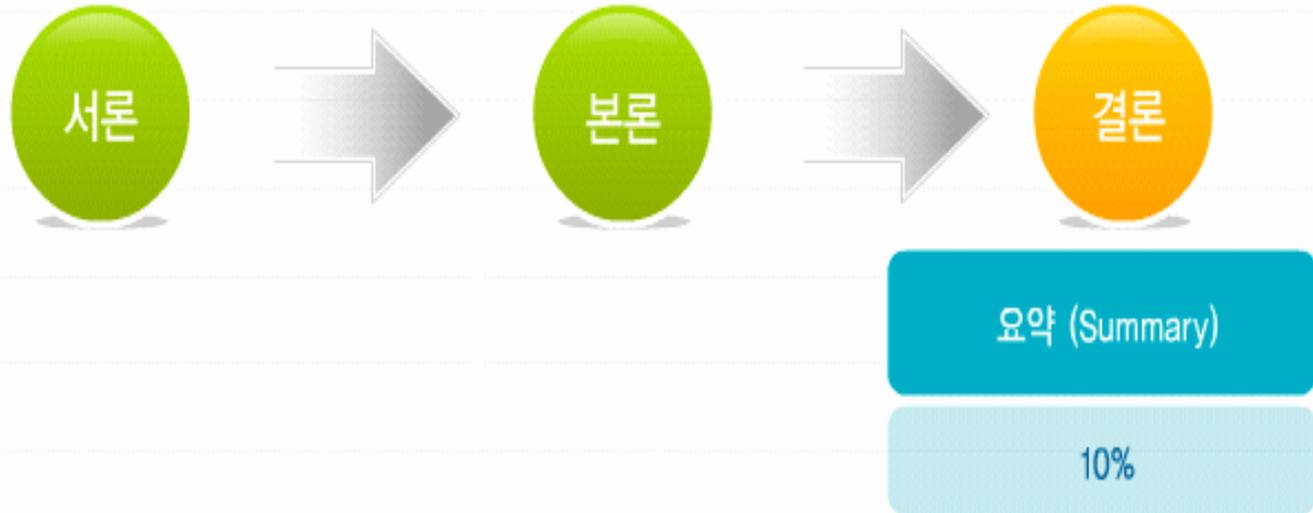
- 해결책 제시(Satisfaction Step)
: 중심의견 전개, 사건제시, 인과설명

구체화

- 결과, 강조, 증명(Visualization Step)
: 이유, 증거, 사실, 통계, 감동적 예화, 확실한 사실 제시

3. 프리젠테이션 내용구성

■ 내용구성의 논리



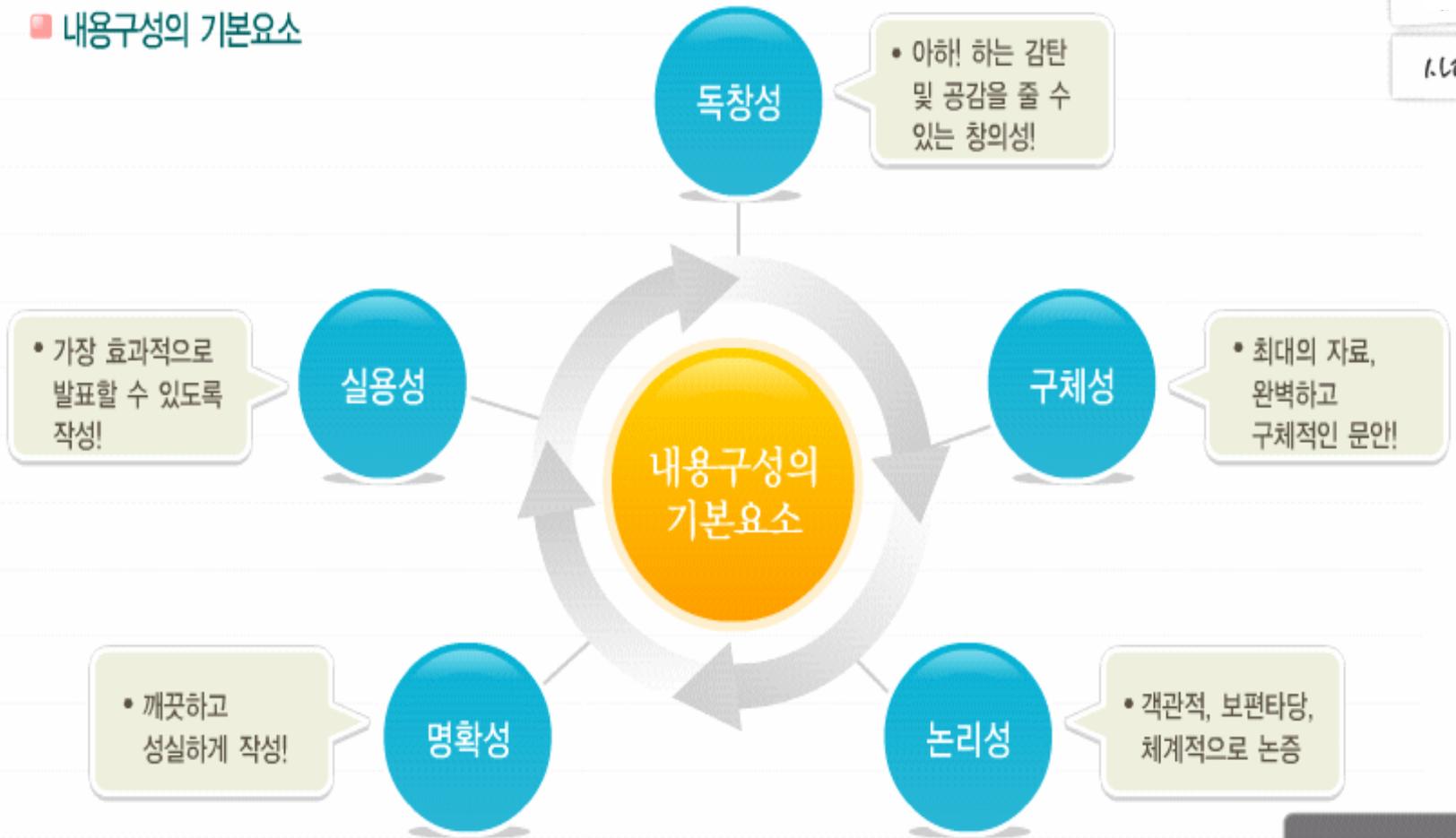
• 청중에게 기대하는 핵심내용 및 결론

행동유도 단계

- 결심촉구(Action Step)
: 주제 재확인, 청중의 양심에 호소, 결의 표명

3. 프리젠테이션 내용구성

■ 내용구성의 기본요소



1.1221

문서 작성

1. 자료작성의 원칙

■ 형식을 결정한다

크기를 결정한다

- 크기별 용지 사용량
: A4(54.7%), B4(25.0%), B5(17.3%), 기타(3.0%)

용지의 방향을 결정한다

- 횡방향
- 종방향

🌱 1. 자료작성의 원칙

■ 구성요소를 결정한다



메시지

- 분석한 결과와 이해한 사실, 전하고 싶은 코멘트, 비주얼 다큐먼트에 넣은 내용 중 가장 중요

1. 자료작성의 원칙

■ 레이아웃을 결정한다

- 1 • 시선의 움직임에 따라 자연스러운 형태로 구성
- 2 • 강조하고 싶은 것 (타이틀/ 메세지/ 그래프,차트)

1. 자료작성의 원칙

TP/PPT 자료 작성 기준

1

- 간결하게 쓴다.
(1장 1테마, 1장 8행 이내, 키 워드 중심으로 표현)

2

- 크게 쓴다. (문자 크기는 20pt 이상)

3

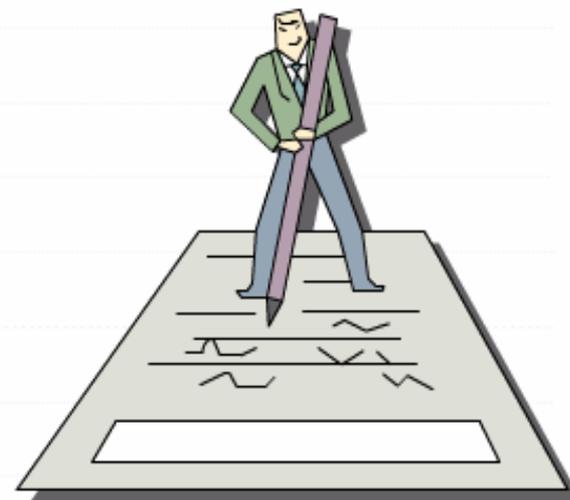
- 문자의 서체 (可時性과 可讀性)

4

- 특기 사항의 강조

5

- 그림, 그래프, 색채 등으로 아이디어 보충 및 연출



책
11

2. 시각화

■ 시각화의 4가지 방법



중요한 요소들을
강조하거나 부분적으로
장식하는 행위

사례 : 프리젠테이션 문안 작성사례



[A건설의 OO오피스텔 분양설명회]

지금부터 저희 OO오피스텔이 왜 국내 최고인가에 대한 이유를 말씀 드리겠습니다.
OO오피스텔에 투자하시면 연리15%의 높은 수익률을 보장해 드립니다.
이는 동종업계 최고의 수익률입니다. 그리고 다른 투자대상보다 비교적 안전합니다.
만일 분양 후 6개월 내에 임대가 되지 않을 경우 저희 A건설에서 책임지고 분양금
전액을 환불해 드립니다. 또한 일단 분양만 받으시면 저희 A건설에서 판촉 및 임대계약,
임대료 징수 등 모든 것을 위탁 관리해 드리기 때문에 관리하기가 용이합니다.
이상은 저희 OO오피스텔이 국내의 어떤 투자대상보다도 훌륭한 투자가치가 있다는
증거입니다.

수정 1

수정 2

수정 3

수정 4

수정 5

항목별 분리

지금부터 저희 OO오피스텔이 왜 국내 최고인가에 대한 이유를 3가지 측면에서 말씀 드리겠습니다. 첫째, 강남오피스텔에 투자하시면 연리15%의 높은 수익률을 보장해드립니다. 이는 동종업계 최고의 수익률입니다.

둘째, 다른 투자대상보다 비교적 안전합니다. 만일 분양 후 6개월 내에 임대가 되지 않을 경우 저희 A건설에서 책임지고 분양금 전액을 환불해 드립니다.

셋째, 일단 분양만 받으시면 저희 A건설에서 판촉 및 계약, 임대료 징수 등 모든 것을 위탁 관리해 드리기 때문에 관리하기가 용이합니다.

이상의 3가지 사항은 저희 OO오피스텔이 국내의 어떤 투자대상보다도 훌륭한 투자가치가 있다는 증거입니다.

수정 1

수정 2

수정 3

수정 4

수정 5

문단 구분

지금부터 저희 OO오피스텔이 왜 국내 최고인가에 대한 이유를 3가지 측면에서 말씀 드리겠습니다.

첫째, OO오피스텔에 투자하시면 연리15%의 높은 수익률을 보장해 드립니다. 이는 동종업계 최고의 수익률입니다.

둘째, 다른 투자대상보다 비교적 안전합니다. 만일 분양 후 6개월 내에 임대가 되지 않을 경우, 저희 A건설에서 책임지고 분양금 전액을 환불해 드립니다.

셋째, 일단 분양만 받으시면 저희 A건설에서 판촉 및 임대계약, 임대료 징수 등 모든 것을 위탁 관리해 드리기 때문에 관리하기가 용이합니다. 이상의 3가지 사항은 저희 OO오피스텔이 국내의 어떤 투자대상보다도 훌륭한 투자가치가 있다는 증거입니다.

수정 1

수정 2

수정 3

수정 4

수정 5

제목 및 주요항목 강조

◆ OO오피스텔이 국내 최고인 이유 3가지 ◆

첫째, OO오피스텔에 투자하시면 연리15%의 높은 수익률을 보장해 드립니다.
이는 동종업계 최고의 수익률입니다.

둘째, 다른 투자대상보다 비교적 안전합니다. 만일 분양 후 6개월 내에 임대료가 되지 않을 경우, 저희 A건설에서 책임지고 분양금 전액을 환불해 드립니다.

셋째, 일단 분양만 받으시면 저희 A건설에서 판촉 및 임대계약, 임대료 징수 등 모든 것을 위탁 관리해 드리기 때문에 관리하기가 용이합니다.

이상의 3가지 사항은 저희 OO오피스텔이 국내의 어떤 투자대상보다도 훌륭한 투자 가치가 있다는 증거입니다.

수정 1

수정 2

수정 3

수정 4

수정 5

강남오피스텔이 국내 최고의 투자 대상인 이유 3가지

1. 동종업계 최고의 수익률(연리15%)
2. 상대적인 안전성(분양 후 6개월 내 미임 시 분양금 전액 환불)
3. 용이한 관리(판촉 및 임대계약, 임대료 징수 등 위탁 관리)

수정 1

수정 2

수정 3

수정 4

수정 5

도표 활용

국내 최고의 투자 대상 강남오피스텔

높은 수익률
(연리15%)

높은 수익률
(분양 후 6개월
내 미임대 시
분양금 전액 환불)

편안한 관리
(판촉, 계약, 임대료
징수 위탁 관리)

■ 시각자료 작성의 원칙(시각효과를 높이는 방법)

단순화

- 핵심 내용 위주로
- 단순 명료하게
- 복문보다는 단문으로

일관화

- 포맷(방향, 크기)
- 크기
- 순서
- 번호
- 색깔
- 용어
- 모양
- 위치

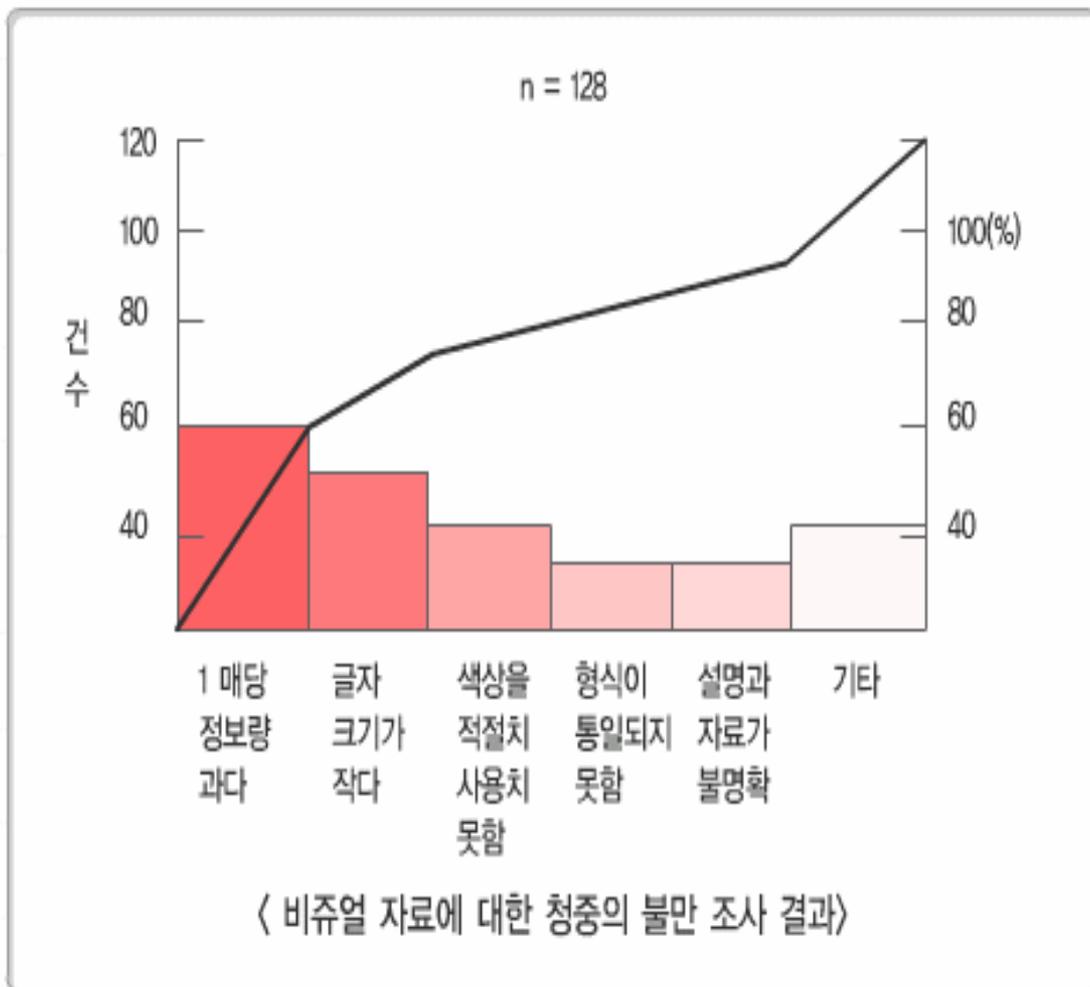
이미지화

- 그림
- 도형
- 도표
- 차트

칼라화

- 너무 현란하지 않게 포인트에만 사용
- 그림을 제외하고는 보통 3색 내외가 적당
- 일관성의 원칙에 따라 작성
- 적절한 색상을 선택

■ 비주얼 Document에 대한 불만



비주얼 자료에 대한 청중의 불만

슬라이드 1장에 너무 많은 자료가 들어있어 핵심부분을 이해하기 어려웠다.

너무 글자가 작아 판독성이 낮았다.

색상이 어색하고, 통일되지 않은 형식으로 일관성이 떨어진다.

자료와 실제 설명하는 부분이 일치하지 않는다.

발표스킬

1. 프리젠테이션(제안자, 발표자, 설득자)의 자세

1

끈기

- 자신의 프리젠테이션에 대한 확신, 의지를 가져야 한다.

2

성실성

- 심리학자에 따르면 가장 효과적인 설득자는 성실성이 있는 사람이라고 한다.

3

상대에 대한 지식

- 상대의 성향 / 기회 / 논리적인 스타일인가, 감정적인 스타일인가를 파악한다.

4

폭넓은 지식

- 경험과 직무관련 전문지식, 풍부한 상식을 갖고 있어야 한다.

5

예의

- 제안한 아이디어에 대한 책임을 져야 한다.
- 자신 없는 부분(근거 없는 부분)은 말하지 않아야 한다.
- 인신공격은 하지 않아야 한다.
- 자신의 이해와 관련되어 있을 때는 입장을 확실히 해야 한다.

6

설득시의 자기 연출

- 확신있는 어조와 눈빛을 보여주어야 한다.
- 상대방의 모든 반응을 수용하려는 자세를 가져야 한다.
- 바른 몸가짐을 가져야 한다.

1. 프리젠테이션 (제안자, 발표자, 설득자)의 자세

■ 프리젠테이션 자세의 Point



주제와 관련된 내용 중심



분위기 파악
(자기자랑은 금물)



상대를 존중



철저한 시간엄수
(시간초과는 금물)



자신감



안정된 자세와 표정



복장 및 외모(단정한 모습)



예의범절 및 질서 준수



2. 언어적 커뮤니케이션

■ 강조하는 Speech Skill

1

- 강조하려는 단어와 문장을 힘주어 말한다. (갑자기 낮은 소리로 할 경우도 있다.)

2

- 강조하고 싶은 곳을 천천히 이야기한다.

3

- 강조하고 싶은 부분에서 잠시 사이를 둔다.

4

- 반복해서 말한다.

5

- 적절한 Body Language를 병용한다.

적절한 질문의 활용

질문활용법

전체 질문
(Over Head Question)

- 청중 전원을 대상으로 하는 질문

개별 질문
(직접질문, Direct Question)

- 특정의 개인을 지목하여 직선적으로 질문
- 예 : 지난 일요일을 어떻게 지내셨습니까?

중계 질문
(Relay Question)

- 학습자가 질문한 내용을 강사가 답변하지 않고 다른 학습자에게 되묻는 질문
- 예 : 지금 ○○씨의 질문에 대해 대답할 사람 있습니까?

반대 질문
(Reverse Question)

- 질문한 내용을 질문자에게 그대로 되묻는 방법
- 예 : 좋은 질문 하셨는데요. 본인의 생각은 어떠신지요?

질문요령과 시기

- 주의집중을 필요로 할 때
- 강조할 때
- 참여를 유도시킬 때

피해야 할 언어

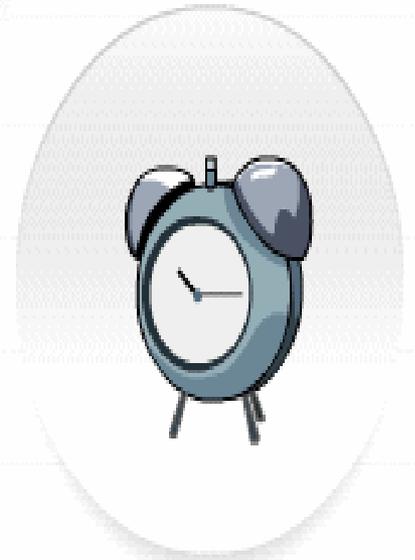
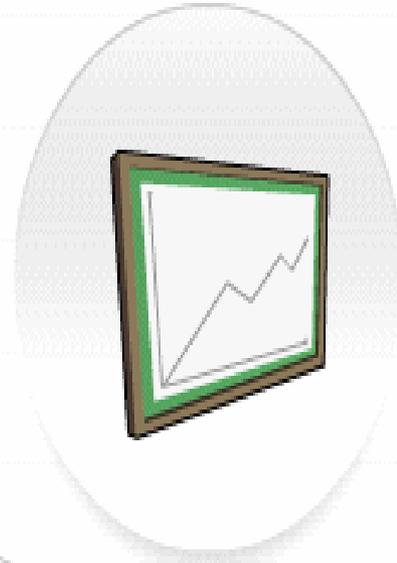
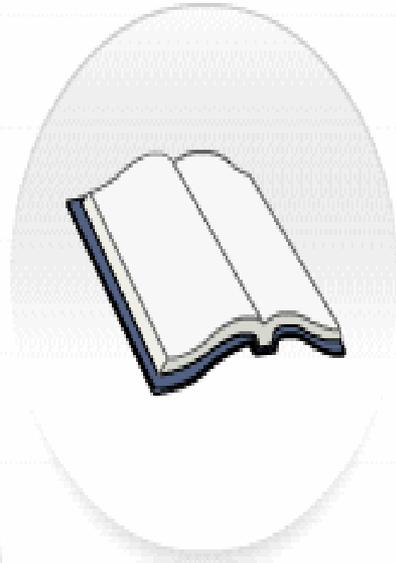
- 자신을 과장하는 말
- 인격을 손상시키는 말
- 직업에 대한 편견을 표현하는 경우
- 어느 특정 종교의 색채가 강한 내용
- 신체적 정신적 결함과 결부한 내용
- 사투리 지방 고유의 풍습을 무시하는 내용
- 폭력이나 인명 경시 등의 예화
- 경박스런 표현(속어, 비어)

설명과 이해의 보충요령

- 예를 드는 방법
- 비유를 드는 방법
- 권위자나 전문가의 말을 인용하는 증언법
- 목격한 사실을 제시하는 사실법
- 과학적인 신빙성을 부여하기 위해 통계자료를 제시하는 통계법
- 중요한 어구나 문장 혹은 내용을 계속 반복하여 강조하는 반복법

4. 체계적인 내용전개의 방법

정리 및 요약의 예



전개 단계에서
언급하지 않은
사실을 유발하지
않는다.



4. 체계적인 내용전개의 방법

■ 프리젠테이션 질의/응답 포인트

사전에 충분한 준비를 한다.

- 뜻밖의 질문에 대하여 대답이 막힐 때도 있음
- 예상 문답집을 만들어 리허설을 행함

질문을 환영한다는 태도

- 어서 질문을 해달라는 적극적인 태도를 보임
- 제안내용에 대한 자신감이 필요함
- 질문이 있다는 것은 상대가 적극적이라는 증거임
- 부정적 의문을 긍정적인 표현으로 고쳐서 대답함

질문자의 체면을 손상하지 않는다.

- 지나치게 엉뚱한 질문이라고 하더라도 처음부터 부정하지 않음
- 상대의 착안점을 칭찬하고, 자기의 설명이 부족했음을 사과함

회답 중에서도 주장을 되풀이한다.

- 질문은 자신의 주장을 다시 한번 되풀이할 수 있는 찬스임

질문을 다룰 때의 몸 동작

- 손의 위치 : 앞으로 곱게 모음
- 시선처리 : 온화한 표정으로 바라보며, 질문을 경청하는 모습을 보임
- 질문자와의 거리 : 적당한 거리 유지

- 질문의 종류
 - 분명하지 않은 부분을 명확히
 - 추가 정보 요구
 - 자기 견해 피력
 - 생각 확인
 - 돋보이고 싶어서 하는 질문

- 질의응답 시 주의점
 - 질문자 지명 시, 호칭에 주의
 - 질문을 이해하지 못했을 때
 - 한 질문에 오래 끌지 말 것
 - 모르는 내용을 질문할 경우
 - 질문자의 목소리가 작을 경우
 - 결론부터 밝히고 부연설명 제시

청중이 옳은 경우

- “매우 훌륭한 의견입니다. 덕분에 제가 미처 몰랐던 내용을 알게 되어 감사 드립니다.”
- “감사 합니다. 이 정도까지 연구가 되어 있었는지 몰랐습니다. 정말 감사합니다.”

프리젠테어가 옳은 경우

- “제가 지금 의견을 주신분과 논쟁을 하려는 것은 아닙니다.
그러나 이 문제를 이러한 측면에서 생각해 보면 어떻겠습니까?”
- “무슨 말씀인지 이해가 됩니다. 그러나 다른 각도로 생각해 보신다면 이러한 견해도 있을 수 있다고 봅니다.”

8.3 공학윤리

8.4 지식재산권

◆ 지식재산권의 종류

➤ 산업재산권(Industrial Property Right)

- ✓ **특허권(Patent)**: 보호대상은 발명, 발명의 방법, 물건을 생산하는 방법, 물질의 발명에 대하여 보호. 20년간 인정.
- ✓ **실용신안권(Utility Model)**: 보호대상은 고안을 말하며, 10년간 인정.
- ✓ **상표권(Trademark)**: 상품의 표지인 상표를 보호.
- ✓ **디자인권(Design)**: 보호대상인 디자인이라 함은 물품의 형상, 모양, 색채 또는 이들을 결합한 것을 말한다.

➤ 저작권(Copyright)

- ✓ 보호대상은 저작물로서, 인간의 사상 또는 감정을 표현한 창작물
- ✓ 저작물의 창작성이란 완전한 의미의 독창성을 말하는 것이 아니며, 저작자 나름의 정신적 노력의 소산으로서의 특성이 부여되어 있고 다른 저작자의 기존작품과 구별될 수 있을 정도를 말한다.

➤ 신지식재산권(New Intellectual Right)

- ✓ 산업의 형태가 다양화 되고 발전함에 따라 기존의 산업재산권 및 저작권으로는 보호하기가 애매한 대상에 대하여 별도의 법률로써 보호하고 있는 지식재산권을 의미.
- ✓ 예를 들면,
 - 반도체집적회로 배치설계권
 - 부정 경쟁방지법과 영업비밀(Know-how)
 - 컴퓨터프로그램 보호법