



“AI 활용역량 향상과  
사용자 관점의 창의적 문제해결 능력 극대화”

# 생성AI x 디자인 씽킹 워크숍

기업 맞춤형 인하우스 과정으로 만나 보실 수 있습니다.



# 프로그램 개요

## 문제정의 × AI 활용력 × 협업 × 실행력의 결합

본 워크숍은 **디자인 씽킹의 문제해결 구조에 생성형 AI의 사고 확장 능력을 결합해**, 복잡하고 불확실한 과제를 보다 체계적으로 다루기 위해 설계된 문제해결형 프로그램입니다. 디자인 씽킹은 사람과 고객 관점에서 문제를 공감하고 정의함으로써 ‘무엇을 풀어야 하는가’ (진짜 문제찾기)를 명확히 만드는 방법론이며, 생성형 AI는 이 과정에서 다양한 관점, 대안, 시나리오, 아이디어를 빠르게 제시해 사고의 폭과 속도를 동시에 확장할 수 있습니다. 두 접근을 함께 활용함으로써 참가자들은 경험과 직관에 의존한 논의를 넘어, 보다 정교하고 구조화된 문제 정의에 도달할 수 있습니다.

또한 본 과정은 아이디어 발산에 그치지 않고, **실행 가능성을 중심으로 사고를 수렴하도록 설계된 워크숍입니다**. 디자인 씽킹은 팀 단위의 협업과 합의를 통해 문제를 단계적으로 좁혀가는 역할을 하고, 생성형 AI는 아이디어 검토, 시나리오 비교, 리스크 점검 등에서 즉각적인 보조 역할을 수행하도록 활용합니다. 이로 인해 논의의 밀도와 속도가 높아지고, 제한된 시간 안에서도 실행을 전제로 한 결과물을 도출할 수 있습니다.

결과적으로 본 워크숍은 디자인 씽킹의 본질인 인간 중심 문제해결을 유지하면서도, AI를 활용해 조직의 문제해결 역량을 한 단계 끌어올리는 경험을 제공하고자 합니다.

### 배우는 것

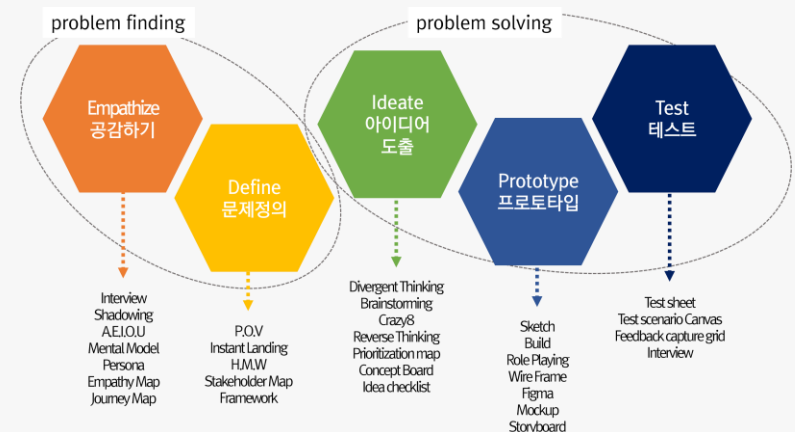
- 디자인 씽킹 문제해결 방법론과 단계별 프레임워크 활용 실습
- 디자인 씽킹에 생성형 AI 활용하는 방법과 실습

### 기대 결과

- AI와 디자인 씽킹으로 사고하는 힘 향상
- 팀 소통과 협업으로 문제를 해결하는 과정 경험
- 실행가능 중심의 아이디어 도출

### 프로그램 형태

- 워크숍 형태 (온, 오프라인 혹은 온/오프 블렌딩 방식 모두 가능)
- 권장 시간: 8시간~16시간



**“AI활용 역량확장, 디자인 씽킹 사용자 관점의 문제해결 방법  
두 마리 토끼를 잡는 문제해결형 참여형 워크숍”**

# 커리큘럼 (기본안)

“ 기업요구에 맞게 맞춤형 커리큘럼으로 제공합니다 ”

분류	핵심 질문	방법
Human-Centered Innovation 방법론 이해	HCI 방법론 이해 단계별 디자인 씽킹 프레임워크 개요 디자인 씽킹 특징, 사례	강의
	워크숍 방법론 소개와 팀 빌딩 주제선정과 맥락형성	
Gathering Insight with AI	공감하기(Empathize)단계 프레임워크와 AI 활용 실습 <ul style="list-style-type: none"> <li>어떤 사용자를 몇 명이나 만나야 하는가?</li> <li>무엇을 관찰하고 무엇을 질문할 것인가?</li> <li>어떤 데이터를 수집할 것인가?</li> </ul>	강의 실습
	문제 정의(Define)단계 프레임워크와 AI 활용 실습 <ul style="list-style-type: none"> <li>우리의 고객은 어떤 사람인가?</li> <li>고객의 불편과 어려움은 무엇인가?</li> <li>고객의 어려움이 발생하는 근본원인은 무엇인가?</li> </ul>	
Deep Diving with AI	아이디어 도출(Ideate)단계 프레임워크와 AI 활용 실습 <ul style="list-style-type: none"> <li>문제해결 기준을 어떻게 정해야 하는가?</li> <li>창의적 아이디어는 어떻게 만들 것인가?</li> <li>아이디어의 우선순위는 어떻게 결정하는가?</li> <li>최종적으로 제안하고 싶은 아이디어의 개념은 무엇인가?</li> </ul>	
Prototyping & Test with AI	프로토타입(Prototype)단계 프레임워크와 AI 활용 실습 <ul style="list-style-type: none"> <li>이해관계자들에게 쉽게 전달하기 위한 프로토타입의 유형과 방법은 무엇이 있는가?</li> </ul>	
	테스트(Test)단계 프레임워크와 AI 활용 실습 <ul style="list-style-type: none"> <li>우리의 제품/서비스를 구매할 지 어떻게 테스트 할 것인가?</li> <li>사업모델을 만들려면 어떤 요소를 파악해야 하는가?</li> </ul>	
AI X Design Thinking (Wrap up)	향후 과제설정 (아이디어 검증, 실행리스트 등) 업무적용 토론 / Q&A	토론

# 경영전략으로의 디자인 씽킹(Design Thinking)의 효과

## Action-Oriented 행동 지향적이다.



디자인 씽킹은 문제해결을 위해서 여러 분야에 걸친 실천 학습을 제시한다. 즉 의자에 앉아 편하게 전략을 짜는 대신에 직접 나서서 손을 쓰고 실험하게 한다

## Comfortable with Change 변화가 편하게 느껴진다



디자인 씽킹은 문제를 보는 새로운 관점을 자연스럽게 장려하기 때문에 자연스럽게 와해적이고 도발적일 수 있다. 관습적인 것에서 벗어나 문제에 대한 새로운 접근법을 탐구한다.

## Human Centric 인간중심 적이다.



디자인 씽킹은 항상 고객 또는 최종사용자의 니즈에 중점을 둔다. 그 니즈에는 논리가 없거나 충족되지 않거나, 혹은 알려지지 않은 것도 포함된다.

## Integrate Foresight 예측 능력을 포함한다



알려지지 않은 무언가를 대상으로 일하는 것을 편하게 느끼도록 해주며, 실제적인 결과를 발견하고 도출하는 과정에서 불충분한 정보에 대처하길 기대한다.

## A dynamic constructive process 역동적이고 건설적인과정이다.



디자인 씽킹은 반복적이다. 정의와 재정의, 표현, 평가, 그리고 시각화가 계속되길 요구한다. 변화하는 목표를 달성하고 이에 통찰력을 적용해야 하는 필요성에서 비롯된 연속적 학습 경험이다.

## Promotes Empathy 공감형성을 조장한다



디자인 씽킹은 사용자를 모든 중심에 둔다. 톨들을 활용해 사람들과 소통하여 그들의 태도, 기대, 가치, 동기 및 원동력이 되고 그들의 삶을 개선하는 것에 관한 니즈를 더 잘 이해하도록 돕는다.

## Reduce Risks 위험성을 줄인다.



디자인 씽킹의 실무는 기술, 시장, 경쟁사, 고객 그리고 공급망을 포함한 개발 생태계의 모든 요인들을 고려함으로써 위험 부담을 줄이도록 도와준다.

## Create Meaning 의미를 만들어 낼 수 있다



디자인 씽킹에 사용되는 지도들, 모델 스케치, 스토리 등의 커뮤니케이션 도구들은 의미를 형성하고 사회화하기 위해 필요한 정보를 포착하고 표현하는데 도움이 된다.

## Bring enterprise creativity to next level 창의성을 한단계 더 높여줄 수 있다.



디자인 씽킹은 시각화, 사물, 그리고 사람들의 상호작용을 통해 질문을 받아들이고 빈번한 묘사에 영감을 주며, 창의성을 찬양하고 모호성을 포용하며 시각적 센스 메이킹을 형성화 하는 문화를 촉진한다.

## New competitive logic of Business Strategy 새로운 경영전략의 경쟁논리이다



디자인 씽킹은 마이클 포터의 경쟁전략 이론과 나란히 적용될 수 있는 가장 상보적인 실무기법이다. 기업이 사용 가능한 것 이상의 새로운 제품이나 경험, 과정, 그리고 비즈니스 모델을 창조할 수 있게 해준다.

# 디자인 씽킹

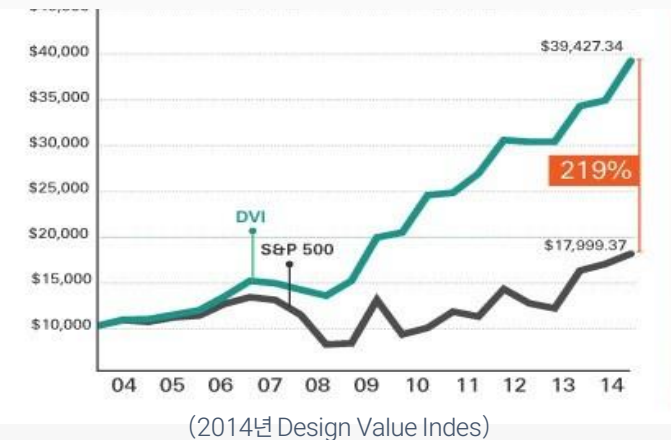
## 조직과 개인 , 양쪽에서 입증된 디자인 씽킹

디자인 가치 지수 연구에 따르면, 애플, 코카콜라, IBM, 나이키, P&G, 월풀과 같은 디자인 주도 기업들은 지난 10년 간 S&P 500 기업대비 219%나 초과 수익을 냄.

P&G, GE, IBM, 펄스, SAP를 포함한 전체 기업이 혁신 방식을 재창조하기 위해 Design Thinking을 채택함.

혁신의 초점은 엔지니어링 중심에서 디자인 중심으로, 제품 중심에서 고객 중심으로, 마케팅 중심에서 사용자 경험 중심으로 이동함.

디자인 주도 (씽킹의 일하는 방식) 기업들의 수익률은 219% 초과

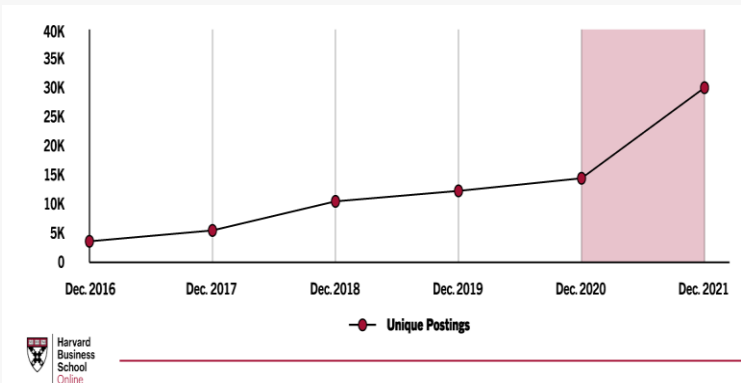


출처: <https://www.stephengay.com/?p=1020>

전반적으로 기업들은 디자인 씽킹 역량을 갖춘 인재를 적극적으로 찾고 있음. 2021년 11월 기준, 미국에서 디자인 씽킹을 필수 역량으로 명시한 채용 공고는 29,648건에 달했으며, 이는 2020년 11월 대비 153%, 2017년 11월 대비 637% 증가한 수치임.

디자인 씽킹 역량을 요구하는 직무는 통계적으로 더 높은 연봉을 제공하는 경향이 있음. 예를 들어, 마케팅 매니저 직무의 연간 중위 연봉은 107,900달러이지만, 디자인 씽킹 역량을 요구하는 마케팅 매니저 채용 공고의 경우 중위 연봉이 24% 높은 133,900달러로 나타남.

디자인 씽킹 스킬을 요구하는 인재에 대한 요구 증가



출처: 하버드비즈니스스쿨

# (주)피플앤사이트 Design Thinking Lab 소개

지난 10여년간 삼성, SK, 현대자동차, LG, HD현대, 한화, 롯데, CJ 등 국내 주요 그룹이 디자인씽킹랩과 함께 했습니다.

(주)피플앤사이트는 '사람과 지식을 통한 성장'이라는 모토로 2013년 설립된 회사입니다. 우리는 성공 비즈니스를 위한 솔루션은 바로 사람(People)과 그 사람들의 통찰(Insight)이라고 믿습니다. 지식과 경험을 통해 사람과 조직의 성장을 돕는데 그 역할을 하고자 합니다. 개인과 조직이 더 가치 있는 일에 집중하고 새로운 지식을 통해 매일매일 성장하는데 우리의 역량과 노력을 보태고 싶습니다. 겸손하고, 올바르게, 천천히 그 일을 하겠습니다.

디자인 씽킹(Design Thinking)은 혁신기업들 중심으로 확산된 <사람 중심의 혁신기법> 으로 고객(사용자)의 니즈에 대한 근본적인 이해를 바탕으로 문제 해결에 중점을 두고 새로운 비즈니스 기회를 발견해 내는 창의적 혁신 기법입니다. 갈수록 문제 자체를 정확히 정의하기 어려운 사업환경속에서, 기존의 문제 해결 방식이 가지는 한계를 넘어서기 위해 디자인 씽킹(Design Thinking)이 부상하고 있습니다.

디자인씽킹랩(Design Thinking Lab)은 지난 10년 간의 경험위에 다양한 산업에 경험과 전문성을 보유한 Design Thinking 전문가 그룹과 함께 비즈니스 현장에 바로 쓸 만하고, 수준 높고, Practical한 전문 프로그램"을 선보이고 있습니다.



Establishment Year

**2013** 년

2013년 설립해 준비를 거쳐  
디자인 씽킹이 생소했던  
시기부터 지금까지  
컨텐츠와 경험을 쌓았습니다.



Clients

**23,659** 명

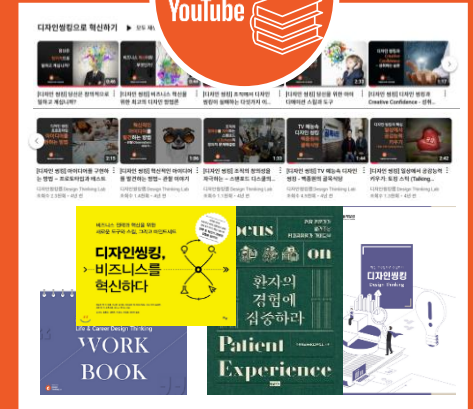
대기업, 중견기업, 기관, 대학 등 다양한  
소속의 수많은 분들이  
디자인씽킹랩과 함께했습니다.



Workshop Hours

**13,379** 시간

지난 10년간  
참가자분들과 주최 기관의 니즈를  
반영하여 프로그램을 개발하고  
워크숍을 진행했습니다.



2025 기준



THANK  
YOU

피플앤인사이트 디자인씽킹랩  
02-556-2976  
[www.pninsight.com](http://www.pninsight.com)  
[www.designthinkinglab.co.kr](http://www.designthinkinglab.co.kr)