

디자인박람회의 유용성이 디자인 세부 전공 선택에 미치는 영향에 대한 만족도의 매개효과

An Analysis of the Mediating Effect of Satisfaction on the Impact of the Usefulness of Design Fairs on the Selection of Design Sub-majors

허주연¹

Ju-Yeon Hur¹

요약

본 연구는 디자인박람회의 유용성이 디자인 세부 전공 선택에 미치는 영향을 분석하고, 이 관계에서 만족도의 매개효과를 실증적으로 검증하는 것을 목적으로 한다. 디자인박람회는 학습적·감상적 경험을 제공하는 교육 환경으로, 학생들의 전공 선택 과정에서 중요한 역할을 수행한다. 선행연구에서는 디자인박람회 경험의 유용성과 만족도가 전공 선택 확신에 영향을 미침을 확인하였으나, 만족도의 매개적 역할을 구체적으로 검증하지 못한 한계가 있었다. 이에 본 연구는 위계적 회귀분석을 통해 매개효과를 체계적으로 분석하였다. 연구 대상은 경기도 남부 소재 O대학교 디지털콘텐츠디자인학과 1학년 재학생 44명이며, 2024 서울디자인페스티벌 참여 경험을 바탕으로 설문조사를 실시하였다. 분석 결과, 학습적 유용성($\beta=0.436, p<.05$)과 감상적 유용성($\beta=0.480, p<.001$)은 모두 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으며, 감상적 유용성($\beta=0.560, p<.05$)은 전공 선택 도움에 직접적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 매개효과 분석 결과, 만족도는 감상적 유용성과 전공 선택 도움 간의 관계에서 부분 매개 역할을 하는 것으로 나타났다($\beta=.560 \rightarrow .484, p<.05$). 본 연구는 디자인박람회 경험의 구조적 관계를 규명함으로써 디자인 교육의 질적 향상과 진로지도 프로그램 개선을 위한 이론적·실무적 기초자료를 제공한다.

핵심어 : 디자인박람회, 전공 선택, 매개효과, 학습적 유용성, 감상적 유용성, 만족도

Abstract

This study aims to analyze the impact of the usefulness of design fairs on the selection of design sub-majors and to empirically verify the mediating effect of satisfaction in this relationship. Design fairs function as educational environments that provide learning and aesthetic experiences, playing a crucial role in students' major selection processes. While previous research confirmed that the usefulness and satisfaction of design fair experiences influence students' confidence in major selection, it failed to specifically verify the mediating role of satisfaction. Therefore, this study systematically analyzed the mediating effect using hierarchical regression analysis. The research subjects were 44 first-year students from the Department of

¹ Department Digital Contents Design, Osan University, Osan, Korea [Professor]
e-mail: hur@osan.ac.kr

Received(July 29, 2025), Review Result(1st: August 21, 2025), Accepted(October 13, 2025), Published(October 31, 2025)



© 2025 The Authors. Published by NCISS.
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

Digital Contents Design at O University located in southern Gyeonggi Province, and a survey was conducted based on their participation in the 2024 Seoul Design Festival. The analysis results showed that both learning utility ($\beta=0.436$, $p<0.05$) and aesthetic utility ($\beta=0.480$, $p<0.001$) had significant positive effects on satisfaction, and aesthetic utility ($\beta=0.560$, $p<0.05$) had a direct impact on major selection helpfulness. The mediation analysis revealed that satisfaction played a partial mediating role in the relationship between aesthetic utility and major selection helpfulness ($\beta=0.560 \rightarrow 0.484$, $p<0.05$). This study provides theoretical and practical foundations for improving the quality of design education and career guidance programs by identifying the structural relationships within design fair experiences.

Keyword : Design Exhibition, Major Selection, Mediating Effect, Learning Utility, Aesthetic Utility, Satisfaction

1. 서론

본 연구는 디자인박람회와 디자인 전공 대학생의 세부 전공 선택 과정에 미치는 영향을 분석하고, 이때 디자인박람회 경험에 대한 만족도가 매개변수로 작용하는지를 검증하고자 한다. 디자인박람회는 단순한 전시 공간을 넘어 학습적·감상적 경험을 제공함으로써 학생들에게 전공 선택에 대한 동기 부여와 방향성을 제시하는 중요한 교육 환경으로 기능한다.

기존 연구에서는 디자인 전시박람회 관람 경험의 유용성과 만족도가 전공 선택 확신에 미치는 영향을 실증적으로 검토한 바 있다 [1]. 해당 연구는 학습적 유용성과 감상적 유용성이 모두 전공 선택에 긍정적 영향을 미치며, 특히 감상적 유용성이 전공 선택 확신을 높이는 데 주요한 역할을 함을 제시하였다. 그러나 선행연구는 만족도의 매개적 역할을 구체적으로 검증하지 못했다는 한계가 있다. 이에 본 연구는 기존 연구의 분석 틀을 확장하여, 디자인박람회 경험의 유용성과 전공 선택 도움 간 관계에서 만족도의 매개효과를 규명하는 것을 주요 목적을 둔다. 디자인박람회는 학생들이 다양한 디자인 분야를 체험하며, 전문가와의 교류를 통해 진로 방향을 탐색할 수 있는 경험적 학습의 장이다. 이러한 과정은 학생들이 전공 선택 과정에서 느끼는 불확실성과 정보 부족을 완화하고, 전공에 대한 자기 확신을 강화하는 데 기여한다. 또한, 박람회에서 경험하는 감상적 몰입은 학생들이 디자인 분야에 대해 가지는 정서적 유대감과 진로 동기를 심화시킨다.

따라서 본 연구는 디자인박람회 유용성과 만족도의 구조적 관계를 실증적으로 검증함으로써, 디자인 교육의 질적 향상과 진로지도 프로그램의 개선에 기초자료를 제공하고자 한다. 나아가 디자인 전공 학생들이 전공 선택과정에서 보다 합리적이고 확신 있는 결정을 내릴 수 있도록 지원하는데 학문적 및 실무적 시사점을 제시하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 디자인박람회의 교육적 역할

디자인박람회는 단순한 전시 공간을 넘어, 디자인 분야의 교육적 가치와 경험적 학습 기회를 제

공하는 중요한 교육 플랫폼으로 기능한다. 이러한 박람회는 최신 디자인 트렌드와 기술을 소개함과 동시에, 학습자에게 실제 산업 환경을 체험할 수 있는 장을 마련함으로써 이론과 실무를 연결하는 학습적 매개체 역할을 수행한다.

첫째, 디자인박람회는 경험 기반 학습의 관점에서 실질적이고 맥락화된 학습 기회를 제공한다. 학습 주기 모델(Kolb's Learning Cycle)에 따르면, 학습은 경험의 변형을 통해 지식이 생성되는 과정으로 정의된다 [2]. 학생들은 박람회에서 다양한 디자인 작품과 기술을 직접 관찰하고 체험함으로써, 교실에서 습득한 이론적 지식을 실제 사례에 적용할 수 있다. 이러한 학습 과정은 문제 해결력과 창의적 사고를 촉진하며, 전공 관련 지식의 내면화를 돕는다. 따라서 디자인박람회는 학생들이 학습한 내용을 실무적 맥락에서 재구성할 수 있도록 하여, 전공 선택 및 진로 결정 과정에서의 확신과 전문성 형성에 긍정적으로 작용한다.

둘째, 디자인박람회는 학생들의 감상적 유용성을 강화한다. 박람회에서 제공되는 시각적·감정적 자극은 학생들에게 몰입적 경험을 제공하며, 이는 디자인 전공에 대한 흥미와 정체성 형성에 기여한다. 감상적 유용성은 단순한 심미적 만족을 넘어, 직업적 열망과 자아 정체성 확립에 영향을 미치는 요인으로 작용한다. 특히 감상적 몰입은 전공 선택 확신을 높이는 정서적 기반이 되며, 학생들의 학습 동기를 강화한다.

셋째, 디자인박람회는 사회적 학습의 관점에서 중요한 네트워킹의 장으로 기능한다. 참가자들은 업계 전문가, 교수, 동료 학생들과의 상호작용을 통해 다양한 시각과 정보를 교류하며, 이는 사회적 학습이론의 핵심 개념인 관찰과 모방의 과정을 통해 학습을 촉진한다 [3]. 이러한 상호작용은 학생들이 업계의 실제 흐름과 직무 환경을 이해하도록 돕고, 진로 탐색 과정에서 현실적 통찰을 제공한다.

나아가 디자인박람회는 학생들이 전공 선택 과정에서 경험하는 불확실성과 의사결정의 부담을 완화하는 역할을 한다. 다양한 전공 분야의 사례와 전문가의 조언을 통해 학생들은 자신의 적성과 흥미를 구체화할 수 있으며, 이는 의사결정이론에서 제시하는 정보의 양과 질이 의사결정 효율성에 미치는 영향을 실증적으로 보여준다 [4].

종합적으로, 디자인박람회는 학습적·감상적·사회적 측면에서 복합적인 교육 효과를 지닌다. 즉, 박람회 참여 경험은 학생들에게 학문적 지식과 실무 경험을 통합적으로 제공함으로써, 전공 선택에 대한 확신과 만족도를 향상시키는 중요한 학습 환경으로 기능한다.

2.2 디자인박람회의 유용성과 만족도

선행연구에 따르면, 디자인 전시박람회 관람 경험은 학생들의 전공 선택 확신에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다 [1]. 해당 연구에서는 희망하는 디자인 세부 전공 집단 간 박람회 경험의 유용성과 만족도 수준을 비교하기 위해 일원배치 분산분석(One-Way ANOVA)을 실시하였다. 분석

결과, 학습적 유용성과 만족도는 전공이 ‘미정’인 집단보다 ‘웹디자인’ 전공 집단에서 더 높게 나타났다. 또한 회귀분석 결과, 디자인박람회 관람 경험의 유용성이 전공 선택 확신에 미치는 영향은 통계적으로 유의한 것으로 확인되었다($R^2=0.541$, 수정된 $R^2=0.506$, $F=15.695$, $p<0.001$). 구체적으로, 감상적 유용성($\beta=0.518$, $p<0.05$)은 전공 선택 확신에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으며, 학습적 유용성($\beta=0.149$, $p=0.499$)과 만족도($\beta=0.103$, $p=0.656$)는 통계적으로 유의하지 않았다.

이러한 결과는 디자인박람회에서의 감상적 유용성이 전공 선택 확신에 핵심적인 영향을 미친다는 점을 보여준다. 즉, 박람회 참여를 통해 경험하는 심미적 자극과 정서적 몰입이 학생들의 전공 결정 과정에서 인지적 판단뿐 아니라 정서적 확신을 강화하는 요인으로 작용함을 시사한다.

3. 연구 설계

디자인박람회에서의 경험 만족도는 학습적 유용성과 감상적 유용성이 디자인 세부 전공 선택에 미치는 관계에서 매개변수로 작용할 가능성이 있다. 이를 검증하기 위해 본 연구는 위계적 회귀분석을 통해 매개효과 분석 절차를 적용하였다 [5].

연구의 대상은 경기도 남부에 위치한 O대학교 디지털콘텐츠디자인학과 1학년 재학생으로, 2024 서울디자인페스티벌에 참여한 학생 중 44명을 표본으로 선정하였다. 설문조사는 2024년 11월 1일부터 11월 18일까지 약 2주간 온라인 및 대면 방식으로 실시되었으며, 수집된 자료는 매개효과 검증에 활용되었다. 이와 같은 연구 설계는 디자인박람회 경험의 유용성과 만족도가 전공 선택 과정에서 어떠한 구조적 관계를 형성하는지를 실증적으로 규명하기 위한 것이다.

3.1 독립변수: 디자인박람회 유용성

본 연구의 독립변수는 디자인박람회 유용성이다. 경기도 남부에 위치한 O대학교 디지털콘텐츠디자인계열 1학년 재학생들로 2024년 서울디자인페스티벌을 경험하고 디자인박람회 유용성에 대한 평가를 5점 리커트 척도로 평가하였다. 디자인박람회 유용성 문항은 크게 학습적 유용성과 감상적 유용성으로 나뉜다. 학습적 유용성으로 학업과 진로에 생산적, 호기심 및 정보탐색, 효율적 3문항이며, 감상성 유용성은 재미, (디자인작품)집중 및 상호작용, 디자인에 대한 대화 3문항으로 구성되어 각각의 문항에 대해 5점 리커트 척도로 측정하여 점수가 높을수록 디자인박람회 유용성이 높음을 의미한다.

3.2 종속변수: 전공 선택 도움

본 연구의 종속변수는 디자인박람회 경험이 디자인 세부 전공선택에 얼마나 도움이 되었는지

측정하는 것이다. 전공선택도움에는 전공에 대한 확신, 관심 증가, 전반적 도움으로 총 3문항으로 구성되었다. 각각 문항은 5점 리커트 척도로 측정되면 점수가 높을수록 전공선택도움 받았음을 의미한다.

3.3 종속변수: 매개변수: 디자인박람회 (경험) 만족도

본 연구의 매개변수는 디자인박람회 경험 만족도이다. 디자인박람회 만족도는 디자인박람회 경험의 즐거움, 서비스 만족, 전반적 만족, 추천, 재관람으로 총 5문항으로 이뤄졌다. 각각의 문항에 대해 5점 리커트 척도로 측정하여 점수가 높을수록 디자인박람회 만족도가 높음을 의미한다.

4. 연구 결과

4.1 주요변수 특징

독립변수인 디자인박람회 유용성, 종속변수인 전공선택 도움, 그리고 매개변수인 디자인박람회 만족도의 기술통계 결과는 [표 1]에 제시하였다. 모든 항목은 5점 리커트(Likert) 척도로 측정되었으며, 각 변수의 평균과 표준편차는 다음과 같다.

[표 1] 주요 변수 특성

[Table 1] Characteristics of Key Variables

변수	평균	표준편차
디자인박람회 유용성	3.91	0.74
디자인박람회 만족도	4.04	0.43
전공선택도움	3.68	1.86

디자인박람회 유용성의 평균은 3.91로 나타나, 전반적으로 응답자들은 박람회 경험을 긍정적으로 평가한 것으로 해석된다. 전공선택 도움의 평균은 3.68로, 디자인박람회가 전공 선택 과정에 일정 수준의 도움을 제공한 것으로 나타났다. 또한 디자인박람회 만족도의 평균은 4.04로, 참여 학생들이 전반적으로 높은 만족도를 보고하였다. 이러한 결과는 전반적으로 디자인박람회 경험이 긍정적인 학습·정서적 경험으로 인식되고 있음을 시사한다.

4.2 주요변수 상관관계

본 연구에서는 사용된 각 변수 간의 관련성을 분석하기 위해 [표 2]와 같이 단순 상관관계를 조사하였다. 독립변수인 디자인박람회 유용성은 매개변수인 디자인박람회 만족도와 정적 상관관계

($r=.725, p<.001$)를 나타내었으며, 종속변수인 전공선택도움과도 통계적으로 유의한 정적 상관관계 ($r=.871, p<.001$)를 보였다. 또한, 매개변수인 디자인박람회 만족도는 전공선택도움과의 관계에서도 통계적으로 유의한 정적 상관관계($r=.671, p<.001$)를 나타내어, 각 변수 간에 통계적으로 유의한 관계가 있음을 확인할 수 있었다.

[표 2] 주요 변수 간 상관관계
 [Table 2] Correlations Among Key Variables

	디자인박람회 유용성	디자인박람회 만족도	전공선택도움
디자인박람회 유용성	1		
디자인박람회 만족도	.725***	1	
전공선택도움	.871***	.671***	1

4.3 매개효과

[표 3]은 디자인박람회 학습적 유용성, 감상적 유용성이 전공선택도움에 영향을 미치는 데 있어, 디자인 박람회 경험 만족도의 매개효과를 검증하기 위해, Baron과 Keener가 제안한 위계적 회귀분석을 실시하였다.

[표 3] 매개효과 분석
 [Table 3] Results of Mediation Analysis

종속변수	독립변수	B	S.E.	β	t	p	F	R2 (adjR2)
만족도	(상수)	0.624	0.306		2.036*	.048	64.646***	.759 (.747)
	학습적	0.409	0.123	0.436	3.339**	.002		
	감상적	0.465	0.126	0.480	3.683***	<.001		
전공선택도움	(상수)	0.335	0.494		0.678	.502	23.908***	.538 (.516)
	학습적	0.222	0.198	0.203	1.122	.268		
	감상적	0.631	0.203	0.560	3.100**	.003		
전공선택도움	(상수)	0.221	0.522		0.423	.675	15.928***	.544 (.510)
	학습적	0.147	0.224	0.134	0.655	.516		
	감상적	0.546	0.236	0.484	2.311*	.026		
	만족도	0.183	0.253	0.157	0.723	.474		

그 결과 회귀모형은 1단계($F=64.646$ 이고, $p<.001$), 2단계($F=23.908$ 이고, $p<.001$), 3단계 ($F=15.928$ 이고, $p<.001$)에서 모두 통계적으로 유의하게 나타났으며, 회귀모형의 설명력은 1단계에서 75.9%(수정된 R 제곱은 74.7%), 2단계에서 53.8%(수정된 R 제곱은 51.6%), 3단계 54.4%(수정된 R 제곱은 51.0%)로 나타났다. 한편 Durbin-Watson 통계량은 1.644으로 2에 근사한 값을 보여 잔차의 독립성

가정에 문제는 없는 것으로 평가되었고, 분산팽창지수도 모두 10 미만으로 나타나 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단되었다.

회귀계수의 유의성 검증 결과, 1단계에서는 학습적 유용성($\beta=0.436, p<.05$), 감상적 유용성($\beta=0.480, p<.05$)이 정(+)적으로 유의하게 나타났다. 즉 학습적 유용성, 감상적 유용성이 높을수록 디자인 박람회 경험 만족도가 높아지는 것으로 검증되었다. 2단계 감상적 유용성($\beta=0.560, p<.05$)은 전공선택도움에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 3단계에서는 디자인박람회 경험 만족도가 전공선택에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 3단계에서는 감상적 유용성($\beta=.560 \rightarrow .484$)이 전공선택도움에 미치는 영향은 2단계에서보다 낮게 나타났다. 한편 3단계에서 감상적 유용성($\beta=.484, p<.05$)은 전공선택도움에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 학습적 유용성, 감상적 유용성이 전공선택도움에 영향을 미치는 데 있어 디자인박람회 경험 만족도는 부분매개 역할을 하는 것으로 판단되었다.

5. 결론

본 연구는 디자인박람회의 유용성이 디자인 세부 전공 선택에 미치는 영향을 분석하고, 이 관계에서 만족도의 매개효과를 실증적으로 검증하였다. 경기도 남부 O대학교 디지털콘텐츠디자인학과 1학년 재학생 44명을 대상으로 2024 서울디자인페스티벌 참여 경험을 분석한 결과, 다음과 같은 주요 연구 결과를 도출하였다. 첫째, 디자인박람회의 학습적 유용성과 감상적 유용성은 모두 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다($\beta=0.436, p<.05$; $\beta=0.480, p<.001$). 이는 디자인박람회가 제공하는 학습적 경험과 감상적 경험이 참여 학생들의 전반적인 만족도를 높이는 데 중요한 요인임을 시사한다. 특히 감상적 유용성의 영향력이 상대적으로 높게 나타난 점은 디자인 분야의 특성상 심미적 자극과 정서적 몰입이 학습 경험의 질을 결정하는 핵심 요소로 작용함을 보여준다. 둘째, 감상적 유용성은 전공 선택 도움에 직접적이고 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=0.560, p<.05$). 이는 선행연구 [1]의 결과와 일치하는 것으로, 디자인박람회에서 경험하는 시각적·감정적 자극과 몰입이 학생들의 전공 결정 과정에서 인지적 판단뿐 아니라 정서적 확신을 강화하는 중요한 역할을 함을 재확인하였다. 반면 학습적 유용성은 전공 선택 도움에 직접적인 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났는데, 이는 정보 습득과 같은 인지적 측면보다는 정서적 경험이 전공 선택이라는 중요한 의사결정에 더 큰 영향을 미침을 의미한다. 셋째, 매개효과 분석 결과, 디자인박람회 경험 만족도는 감상적 유용성과 전공 선택 도움 간의 관계에서 부분 매개 역할을 하는 것으로 확인되었다. 감상적 유용성이 전공 선택 도움에 미치는 영향은 만족도가 투입된 3단계 모형에서 β 값이 0.560에서 0.484로 감소하였으나 여전히 유의한 수준을 유지하였다($p<.05$). 이는 감상적 유용성이 전공 선택에 직접적으로 영향을 미치는 동시에, 만족도를 통한 간접 경로도 함께 작

용함을 의미한다. 이러한 부분 매개효과는 디자인박람회 경험의 영향 메커니즘이 단순하지 않으며, 학생들의 주관적 만족 평가가 전공 선택 과정에서 중요한 심리적 기제로 작용함을 보여준다.

본 연구의 학문적 의의는 다음과 같다. 첫째, 선행연구 [1]에서 제기된 만족도의 매개적 역할에 대한 한계를 보완하여, 위계적 회귀분석을 통해 매개효과를 체계적으로 검증함으로써 디자인박람회 경험과 전공 선택 간의 구조적 관계를 명확히 규명하였다. 둘째, 경험 기반 학습 이론과 사회적 학습 이론을 토대로 디자인박람회의 교육적 기능을 이론적으로 정립하고, 이를 실증적으로 검증하여 디자인 교육 분야의 이론적 기반을 확장하였다. 셋째, 감상적 유용성의 중요성을 재확인함으로써 디자인 분야에서 정서적 경험과 심미적 몰입이 학습 및 진로 결정에 미치는 영향을 학문적으로 입증하였다.

실무적 시사점으로는 첫째, 디자인박람회 기획 시 단순한 정보 제공을 넘어 참여자들의 감상적 몰입과 정서적 경험을 강화할 수 있는 전시 구성과 체험 프로그램을 우선적으로 고려해야 한다. 둘째, 디자인 교육기관은 학생들의 전공 선택 지도 과정에서 박람회 참여를 적극 활용하되, 단순 관람에 그치지 않고 경험에 대한 성찰과 만족도 평가를 통해 전공 선택 확신을 높일 수 있는 사후 프로그램을 개발할 필요가 있다. 셋째, 디자인박람회 주최 측은 참여자 만족도를 높이기 위해 서비스 품질 개선, 다양한 상호작용 기회 제공, 몰입적 경험 설계 등에 주력해야 한다.

본 연구의 제한점과 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 단일 대학의 특정 학과 학생 44명을 대상으로 하였기에 표본의 대표성에 한계가 있다. 향후 다양한 지역과 학교, 전공 분야의 학생들을 포함한 대규모 연구가 필요하다. 둘째, 횡단적 연구 설계로 인해 인과관계를 명확히 규명하는 데 한계가 있으므로, 종단 연구를 통해 박람회 경험이 전공 선택 및 진로 발달에 미치는 장기적 영향을 추적할 필요가 있다. 셋째, 학습적 유용성이 전공 선택에 직접적 영향을 미치지 않은 원인을 질적 연구 방법을 통해 심층적으로 탐색할 필요가 있다. 넷째, 만족도 외에 자기 효능감, 진로 정체성 등 다른 매개변수나 조절변수를 투입한 확장 모형 연구가 요구된다.

결론적으로, 본 연구는 디자인박람회가 단순한 전시 공간을 넘어 학생들의 전공 선택 과정에 실질적인 영향을 미치는 교육적 플랫폼임을 실증적으로 입증하였다. 특히 감상적 경험과 만족도가 전공 선택 확신을 높이는 핵심 경로임을 규명함으로써, 디자인 교육의 질적 향상과 효과적인 진로 지도 전략 수립을 위한 기초자료를 제공하였다. 향후 본 연구의 결과가 디자인 교육 현장과 박람회 기획 실무에서 활용되어, 학생들이 보다 확신 있고 만족스러운 전공 선택을 할 수 있도록 지원하는 데 기여하기를 기대한다.

References

- [1] J. Y. Hur, "The Impact of the Usefulness and Satisfaction of Design Exhibition Experiences on the Choice of Specific Design Majors", *Journal of Next-generation Convergence Information Services Technology*, vol. 14, no. 3, June 2025, pp. 431-440. doi: 10.29056/jncist.2025.06.12.
- [2] D. A. Kolb, *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*, Prentice Hall, 1984.
- [3] A. Bandura, *Social Learning Theory*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1977.
- [4] R. Hastie, R. M. Dawes, *Introduction to Judgment and Decision Making*, Psychology Press, 2001.
- [5] R. M. Baron, D. A. Kenny, "The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations", *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 51, no. 6, December 1986, pp. 1173-1182, doi: 10.1037/0022-3514.51.6.1173.