

# 심층분석보고서

기아-IT Project Manager

2026.04.04

### 제1장. 산업(섹터) 분석: 자동차 산업의 구조적 대전환

#### 1-1. 산업 정의와 글로벌 자동차 시장의 구조적 특성

글로벌 자동차 산업은 설계·제조·판매·서비스를 포괄하는 세계 최대 제조 산업 중 하나로, 2024년 기준 시장 규모가 약 3.8조 달러(한화 약 5,300조원)에 달합니다. 파워트레인 유형에 따라 ICE(내연기관), HEV(하이브리드), PHEV(플러그인 하이브리드), BEV(순수전기), FCEV(수소연료전지)로 세분화되며, 2024년 글로벌 경량차(Light Vehicle) 판매는 약 8,400만~8,810만 대를 기록했습니다. 산업 리서치 기관들은 글로벌 자동차 시장이 2025년부터 2035년까지 연평균 약 5~6%의 성장률을 보일 것으로 전망하고 있는데, 이 성장의 핵심 동인은 전통적인 차량 판매 증가가 아니라 전동화·소프트웨어·커넥티드 서비스라는 새로운 수익원의 등장에 있습니다.

전통적으로 자동차 산업은 OEM(완성차 제조사)을 정점으로 Tier 1(모듈 공급사), Tier 2(부품 공급사), Tier 3(소재 공급사), 그리고 딜러·정비 네트워크로 이어지는 수직적 가치사슬(Value Chain)이 지배해왔습니다. 이 구조에서 가치의 대부분은 OEM의 차량 판매와 Tier 1의 핵심 모듈 공급에서 창출되었고, 판매 이후의 가치 포착은 딜러와 정비 사업자에게 분산되었습니다. 그러나 2020년대 들어 이 구조가 근본적으로 재편되고 있습니다. 테슬라와 BYD 같은 수직통합형 신형 강자가 배터리 셀부터 완성차 조립, 소프트웨어, 충전 인프라까지 일관 통합하며 전통적 Tier 구조를 해체하고 있으며, 구글(Waymo), 엔비디아, 퀄컴, 화웨이 같은 빅테크 기업들이 자율주행, 차량용 반도체, 커넥티드 서비스 영역에서 OEM의 핵심 가치사슬에 직접 진입하고 있습니다.

이러한 가치사슬 재편이 IT PM에게 주는 시사점은 명확합니다. 과거의 자동차 IT 프로젝트가 ERP, MES 등 내부 시스템 관리에 국한되었다면, 현재는 차량 자체가 소프트웨어 플랫폼이 되면서 IT PM의 관리 범위가 차량 내(In-vehicle) 소프트웨어, 클라우드 기반 커넥티드 서비스, OTA(Over-the-Air) 업데이트 관리, 사이버보안 등으로 비약적으로 확장되었습니다. 기아 IT PM은 이 확장된 가치사슬의 디지털 측면을 관리하는 핵심 역할을 담당하게 됩니다.

#### 1-2. 전동화 시장의 폭발적 성장과 지역별 불균형

2024년 글로벌 EV(BEV+PHEV) 판매는 약 1,770만~1,780만 대로 전년 대비 약 25% 성장했습니다. IEA(국제에너지기구)의 Global EV Outlook 2025에 따르면, 2025년 EV 판매는 2,000만 대를 넘어설 것으로 전망되며, 실제로 2025년 1분기에만 전년 동기 대비 35% 증가한 400만 대 이상이 판매되어 이 전망이 현실화되고 있습니다. 전 세계 자동차 판매에서 EV가 차지하는 비중은 2020년 약 4%에서 2024년 약 20%로 5년 만에 5배 가까이 상승했으며, 2030년에는 35~40%에 이를 것으로 예측됩니다.

그러나 이 성장은 지역별로 극심한 편차를 보입니다. 중국은 2025년 NEV(New Energy Vehicle, BEV+PHEV) 침투율이 59.4%에 달하며 글로벌 전동화를 사실상 주도하고 있습니다. 이는 정부의 적극적 보조금 정책, 충전 인프라 확충(2024년 말 기준 공공 충전기 380만 기 이상), BYD·NIO·XPeng 등 현지 OEM의 가격 경쟁력이 복합적으로 작용한 결과입니다. 반면 미국은 2025년 EV 침투율이 약 10.4%에 머물고 있는데, 이는 트럼프 행정부의 EV 세액공제 폐지(IRA의 \$7,500 세액공제 2025년 9월 종료), 연비 규제 완화, 충전 인프라 부족 등이 복합적으로 작용한 결과입니다. 유럽은 2025년 강화된 CO2 배출 규제(2025년부터 판매 차량 평균 93.6g CO2/km)로 인해 EV 침투율이 약 25%까지 상승할 것으로 예상되나, 소비자 보조금 축소와 인프라 불균형이 변수로 남아 있습니다.

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

한국 국내 시장은 2024년 기준 약 166만 대 규모로, 글로벌 시장 대비 작지만 HEV(하이브리드) 수요가 특히 두드러지게 증가하는 독특한 양상을 보이고 있습니다. 2024년 국내 HEV 판매는 전년 대비 약 35% 증가한 약 40만 대를 기록했으며, 이는 BEV 보조금 축소, 충전 인프라 불안, BEV 대비 가격 접근성이 좋은 HEV에 대한 소비자 선호가 반영된 결과입니다. 기아의 K8 HEV, 쏘렌토 HEV, 스포티지 HEV 등이 국내 시장에서 특히 강세를 보이고 있으며, 이 트렌드는 기아가 BEV와 HEV를 동시에 추진하는 '멀티 파워트레인 전략'의 근거가 됩니다.

이러한 지역별 편차는 IT PM 관점에서도 중요한 함의를 지닙니다. 기아의 디지털 고객채널(기아원앱)은 각 시장의 규제, 충전 인프라, 소비자 행태에 맞춰 현지화(Localization)되어야 하며, 글로벌 전개 시 표준화와 현지화의 균형을 잡는 것이 IT PM의 핵심 과제입니다. 예를 들어 유럽 시장에서는 GDPR 준수, 미국 시장에서는 CCPA 준수, 중국 시장에서는 데이터 현지화 규정 준수가 각각 필수적이며, 이를 글로벌 통합 플랫폼 하에서 관리하는 것이 IT PM의 역할입니다.

### 1-3. SDV-소프트웨어 시장이 열어가게 새로운 수익 구조의 본질

SDV(Software Defined Vehicle)는 자동차 산업의 미래를 결정할 가장 핵심적인 패러다임 전환입니다. MarketsandMarkets에 따르면 SDV 시장은 2024년 약 2,135억 달러 규모에서 2030년까지 연평균 34.0% 성장하여 약 1조 2,376억 달러에 도달할 전망입니다. Fortune Business Insights는 보다 보수적으로 2025년 782억 달러에서 2032년 5,265억 달러로 연평균 31.4% 성장을 예측합니다. 어떤 추정치를 따르든, SDV 시장이 향후 5~10년간 자동차 산업 내 가장 빠르게 성장하는 세그먼트라는 점에는 이견이 없습니다.

SDV의 핵심은 차량의 기능과 성능이 하드웨어가 아닌 소프트웨어에 의해 정의되고, 판매 후에도 OTA 업데이트를 통해 지속적으로 진화한다는 것입니다. 전통적 자동차에서는 출고 시점이 차량 가치의 정점이었으나, SDV에서는 출고 후에도 소프트웨어 업데이트, 새로운 기능 추가, 성능 개선이 계속되어 차량의 가치가 시간이 지남에 따라 오히려 상승할 수 있습니다. 테슬라가 이 모델의 선구자인데, FSD(Full Self-Driving) 소프트웨어 패키지를 \$12,000에 판매하거나 월 \$199에 구독 서비스로 제공하며, OTA 업데이트를 통해 가속 성능 업그레이드, 시트 히팅 활성화 등의 FoD(Feature-on-Demand) 서비스를 운영하고 있습니다.

이 비즈니스 모델의 변화가 자동차 산업의 이익 구조를 근본적으로 바꾸고 있습니다. 맥킨지는 소프트웨어-디지털 기능에서만 2030년까지 연간 500억 달러 이상의 신규 매출이 창출될 것으로 예측했습니다. 현재 자동차 산업 이익에서 소프트웨어-서비스가 차지하는 비중은 5% 미만이지만, 2030년에는 이 비중이 27%까지 상승할 것으로 전망됩니다. 이는 OEM들에게 하드웨어 마진 경쟁에서 벗어나 반복 매출(Recurring Revenue) 모델로 전환할 수 있는 거대한 기회를 의미하며, 동시에 소프트웨어 역량이 부족한 OEM에게는 생존의 위협이 됩니다.

기술적으로 SDV 전환의 핵심은 차량 E/E(전자/전기) 아키텍처의 혁신입니다. 전통적 차량은 80~100개의 분산된 ECU(Electronic Control Unit)가 각각의 기능을 독립적으로 제어하는 구조였습니다. 이 구조에서는 새로운 기능을 추가하려면 물리적으로 ECU를 추가해야 했고, 소프트웨어 업데이트도 딜러 방문을 통해서만 가능했습니다. SDV에서는 이를 3~5개의 고성능 중앙 컴퓨팅 유닛(Central Computing Unit)으로 통합하고, 도메인 컨트롤러가 주행·인포테인먼트·차체·ADAS 등의 영역을 관리하며, 모든 업데이트가 OTA를 통해 원격으로 이루어집니다. 현대차그룹은 이를 IMA(Integrated Modular Architecture)라는 체계로 구현하고 있으며, 2027년 차세대 SDV 차량부터 본격 적용할 예정입니다.

IT PM 관점에서 SDV 전환은 프로젝트의 성격 자체를 바꿉니다. 과거의 자동차 IT 프로젝트가 워터폴 방식의 대규모 단발성 프로젝트(예: 새 ERP 시스템 도입, 공장 MES 구축)였다면, SDV 시대의 프로젝트는 Agile/DevOps 방식의 지속적 배포와 운영이 핵심이 됩니다. OTA 업데이트의 주기적 릴리즈 관리, 커넥티드 서

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

비스의 지속적 개선, 클라우드 인프라의 스케일링 등 운영과 개발의 경계가 모호해지는 DevOps 환경에서 IT PM의 역할은 전통적 프로젝트 관리를 넘어 프로덕트 매니지먼트의 영역으로 확장됩니다.

### 1-4. 핵심 트렌드 5가지: CASES+AI의 융합과 자동차 IT의 확장

최근 3~5년간 자동차 산업을 관통하는 핵심 트렌드를 CASES+AI 프레임워크로 정리하면 다음과 같습니다.

첫째, 커넥티비티(Connected)입니다. 5G 통신의 차량 탑재가 본격화되면서 차량이 상시 연결된 IoT 디바이스로 전환되고 있습니다. 현대차그룹은 2025년까지 커넥티드 서비스 가입 차량 2,000만 대를 목표로 하고 있으며, 기아 커넥트 서비스는 원격 시동·공조, 차량 진단, 충전 관리, 실시간 교통 정보 등을 제공합니다. IT PM 관점에서 커넥티비티는 대규모 데이터 파이프라인 관리, 실시간 서비스 가용성(SLA) 보장, 사이버보안 위협 관리라는 새로운 과제를 의미합니다. 기아의 커넥티드카 서비스는 AWS/Azure 등 퍼블릭 클라우드 위에 구축되며, 수천만 대의 차량이 동시에 데이터를 송수신하는 환경에서의 인프라 안정성 관리는 IT PM의 핵심 KPI가 됩니다.

둘째, 자율주행(Autonomous)입니다. 메르세데스-벤츠가 DRIVE PILOT으로 세계 최초 레벨 3 자율주행 인증을 획득했고, BYD는 '갓아이(God's Eye)' ADAS 시스템을 21개 전 모델에 표준 탑재하며 ADAS 대중화를 선도하고 있습니다. 현대차그룹은 42dot을 통해 자율주행 기술을 내재화하고 있으며, 기아는 2027년 차세대 SDV 차량에 레벨 2++ 자율주행을 적용할 계획입니다. 자율주행은 차량의 센서 데이터 처리, AI 모델 학습·배포, 고정밀 지도 업데이트 등 IT 인프라에 대한 요구가 폭발적으로 증가하는 영역이며, IT PM은 이러한 대규모 AI/ML 프로젝트의 일정·예산·품질 관리에 참여하게 됩니다.

셋째, 공유·구독 모델(Shared/Subscription)입니다. MaaS(Mobility as a Service) 개념이 확산되면서 차량 소유에서 이용으로의 전환이 가속화되고 있습니다. FoD(Feature-on-Demand) 서비스가 대표적인데, BMW는 이미 7개국에서 시트 히팅, 어댑티브 서스펜션, 운전보조 기능 등을 월정액 구독 모델로 제공하고 있습니다. 기아도 기아 커넥트 스토어를 통해 OTT 콘텐츠, 디자인 테마, 사운드 패키지 등의 차량 내 디지털 콘텐츠를 판매하기 시작했으며, 인카페이먼트(In-car Payment) 기능으로 주유, 주차, 드라이브스루 결제까지 차량 내에서 처리할 수 있는 생태계를 구축 중입니다. IT PM은 이러한 디지털 커머스 플랫폼의 구축과 운영, 결제 시스템 연동, 콘텐츠 파트너 관리 등에 직접적으로 관여합니다.

넷째, 전동화(Electric)입니다. 배터리 기술의 급속한 혁신이 EV의 최대 약점이었던 충전 시간과 주행거리 문제를 해소하고 있습니다. BYD는 2025년 발표한 '슈퍼 이-플랫폼'으로 400km/5분 초급속 충전을 실현했고, CATL은 1,000km 주행이 가능한 LFP(리튬인산철) 배터리를 상용화했습니다. 삼성SDI, SK온, LG에너지솔루션 등 한국 배터리 3사도 전고체 배터리 개발에 박차를 가하고 있어, 2027~2028년 전고체 배터리 양산이 시작되면 EV의 에너지 밀도와 안전성이 한 단계 도약할 것으로 예상됩니다. 기아는 이에 대응하여 NCM(니켈코발트망간)과 LFP의 이중 배터리 전략을 채택하여 프리미엄 모델에는 고에너지밀도 NCM을, 보급형 모델에는 원가 경쟁력이 높은 LFP를 적용함으로써 전 가격대를 커버하는 전략을 추진 중입니다. IT PM 관점에서 전동화는 배터리 관리 시스템(BMS) 데이터 모니터링, 충전 인프라 연동 서비스 개발, V2G(Vehicle to Grid) 에너지 관리 플랫폼 구축 등의 새로운 프로젝트를 창출합니다.

다섯째, AI 융합입니다. 2023년 ChatGPT 등장 이후 생성형 AI(Generative AI)가 자동차 산업 전반에 급속도로 침투하고 있습니다. 메르세데스-벤츠와 BMW는 ChatGPT를 차량 내 음성 어시스턴트에 통합했고, 현대차그룹은 자체 LLM 기반 차량 AI 어시스턴트 개발에 착수했습니다. AI는 차량 내 경험뿐 아니라, 설계 단계(디지털 트윈, 시뮬레이션), 제조 단계(예측 정비, 품질 자동 검사), 판매·서비스 단계(AI 기반 고객 응대, 개인화 마케팅)까지 전 과정에 적용되고 있습니다. 기아는 스마트팩토리에서 AI 기반 품질 검사 자동화를 도입했으며, 기아원업에

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

서도 AI 기반 맞춤형 차량 추천, 정비 예약 최적화 등의 기능을 확대하고 있습니다. IT PM이 AI/ML 프로젝트를 관리할 수 있는 데이터 리터러시가 점점 더 중요해지는 이유입니다.

### 1-5. 규제 환경 변화와 지정학적 리스크: IT PM이 알아야 할 정책 지형

자동차 산업의 규제 환경은 2024~2025년 사이에 급격히 변화했으며, 이는 기아의 사업 전략과 IT PM의 업무에 직접적인 영향을 미치고 있습니다.

EU는 2025년부터 더 엄격한 CO2 배출 기준을 적용하고 있습니다. OEM별 판매 차량 평균 CO2 배출량이 기준을 초과하면 차량 1대당 최대 수천 유로의 과징금이 부과되며, Euro 7 배출가스 규제 ICE 차량당 규제 준수 비용이 1,400~1,900달러 증가했습니다. 이로 인해 유럽 시장에서는 OEM들이 자발적으로 EV 판매 비중을 높이고 있으며, 기아도 유럽 전략 EV인 EV3(가격 35,990유로)를 투입하여 대응하고 있습니다.

미국의 규제 환경은 2025년 트럼프 행정부 출범 이후 완전히 바뀌었습니다. 핵심 변화는 세 가지입니다. 첫째, 수입차 25% 관세 부과로, 한국에서 생산하여 미국에 수출하는 기아 차량(텔루라이드, K5, 스포티지 일부 등)의 원가가 대당 수천 달러 상승했습니다. 둘째, IRA(인플레이션감축법) EV 세액공제 \$7,500의 2025년 9월 폐지가 예고되어 미국 EV 수요 둔화가 우려됩니다. 셋째, CAFE(기업평균연비) 규제 완화로 ICE 차량에 대한 규제 압력이 줄어들면서, 미국 시장에서의 EV 전환 속도가 유럽이나 중국 대비 더욱 느려질 수 있습니다. 기아는 이에 대응하여 조지아 공장의 미국 내 생산 비중을 높이고, 인센티브 비용을 연 4.35억 달러 절감하며, 가격 인상보다는 비용 효율화로 대응하는 전략을 선택했습니다.

사이버보안 규제도 IT PM이 반드시 숙지해야 할 영역입니다. UN ECE WP.29의 R155(차량 사이버보안 관리 시스템) 규정은 2024년 7월부터 모든 신차에 의무 적용되었으며, R156은 OTA 업데이트의 안전성과 무결성에 대한 요건을 규정합니다. EU는 별도로 CRA(Cyber Resilience Act)를 통해 커넥티드 차량의 소프트웨어 공급망 전체에 대한 보안 요건을 강화하고 있습니다. 기아 IT PM은 이러한 규제를 준수하는 프로젝트 프로세스를 설계하고 관리해야 하며, 특히 OTA 업데이트 배포 시 보안 검증 절차(Penetration Test, Code Review, SAST/DAST 등)를 프로젝트 마일스톤에 포함시키는 것이 필수적입니다.

### 1-6. 자동차 산업 가치사슬의 재편과 새로운 수익 지점

전통적 자동차 가치사슬에서 가치의 약 60%는 제조-조립 단계에서 발생했고, 판매·금융이 약 25%, 애프터마켓(정비·부품)이 약 15%를 차지했습니다. 그러나 SDV-전동화 시대에 이 구조는 극적으로 변화하고 있습니다. 맥킨지의 분석에 따르면, 2030년까지 자동차 산업의 가치 풀(Value Pool)은 크게 네 가지 새로운 영역으로 이동합니다. 첫째, 소프트웨어·디지털 서비스(OTA, FoD, 데이터 수익화)가 전체 이익의 약 27%로 부상합니다. 둘째, 배터리가 차량 원가의 30~40%를 차지하며 핵심 가치 지점이 됩니다. 셋째, 커넥티드 서비스와 데이터 기반 보험·금융이 새로운 수익원으로 등장합니다. 넷째, 자율주행 기반 MaaS가 중장기적으로 거대한 시장을 형성합니다.

이 가치 이동에서 기아가 주목하는 핵심 수익 지점은 PBV와 모빌리티 서비스의 교차점입니다. PBV는 단순한 '목적형 차량' 판매를 넘어, Fleet Management System(차량 관제·운영 최적화), 충전·정비 구독 서비스, 적재함 모듈 임대 등의 반복 매출 모델로 확장될 수 있습니다. 이를 위해서는 차량·인프라·서비스를 통합 관리하는 IT 플랫폼이 필수적이며, 이것이 바로 기아 IT PM이 담당할 영역입니다.

### 📍 제1장 전략적 시사점 및 면접 활용 포인트

면접에서 산업 트렌드를 언급할 때 가장 중요한 것은 단순한 트렌드 나열이 아니라, 해당 트렌드가 IT PM의 역

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

할에 어떤 구체적 변화를 가져오는지 연결하는 것입니다. 예를 들어, "SDV 전환으로 차량이 판매 후에도 지속적으로 가치가 상승하는 소프트웨어 플랫폼이 되고 있으며, 이는 IT PM의 역할이 단순 시스템 관리에서 제품 경쟁력의 핵심으로 확대되고 있음을 의미합니다"라는 관점으로 연결해야 합니다. 구체적 수치를 활용할 때는, 자동차 산업의 IT 지출이 2015년 380억 달러에서 2025년 1,680억 달러로 4배 이상 증가했다는 수치, SDV 시장이 2030년까지 1조 달러를 넘을 것이라는 전망, 소프트웨어·서비스가 자동차 산업 이익의 27%를 차지할 것이라는 맥킨지 예측 등을 인용하면 산업 이해도를 효과적으로 어필할 수 있습니다. 또한 UN R155/R156 사이버 보안 규제와 같은 규제 환경에 대한 이해를 보여주면, IT PM으로서의 전문성을 차별화할 수 있습니다.

### 제2장. 경쟁사 비교 및 기아 포지셔닝

#### 2-1. 글로벌 5대 경쟁사의 전략적 포지션과 핵심 역량 분석

기아의 경쟁사를 글로벌 판매량, 전략적 방향성, 기술 역량 기준으로 5개사를 선정하여 분석합니다. 이 분석은 단순 비교를 넘어, 각 경쟁사의 전략이 기아에 주는 시사점과 IT PM 지원자가 면접에서 활용할 수 있는 인사이트를 도출하는 데 초점을 맞춥니다.

토요타는 2024년 글로벌 판매 약 1,030만 대로 여전히 세계 1위 자리를 지키고 있으며, 멀티 파워트레인 전략을 고수하고 있습니다. 토요타는 HEV(하이브리드)에서의 압도적 경쟁력을 유지하면서, BEV로의 급격한 전환보다는 HEV→PHEV→BEV→FCEV의 점진적 전환을 추구합니다. 이 전략은 단기적으로 수익성 방어에 효과적이었으나, 중국과 유럽에서의 BEV 경쟁에서 뒤처질 리스크를 안고 있습니다. 토요타의 IT/디지털 전환은 상대적으로 보수적인데, Woven by Toyota(구 Woven Planet)를 통해 자율주행과 스마트시티 기술을 개발하고 있으나 SDV 플랫폼 면에서는 테슬라나 현대차그룹 대비 뒤처져 있다는 평가가 많습니다. 토요타의 강점은 TPS(Toyota Production System)로 대표되는 제조 효율성과 품질 관리, 글로벌 딜러 네트워크, 그리고 전고체 배터리 개발에서의 선도적 위치(2027~2028년 양산 목표)입니다. 약점은 소프트웨어 역량의 상대적 부족, BEV 라인업의 제한성(bZ4X의 평이한 평가), 그리고 경직된 의사결정 구조입니다.

폭스바겐 그룹은 2024년 글로벌 시장점유율 약 11.5%의 유럽 1위 그룹이지만, 최근 수년간 가장 극적인 전략적 혼란을 겪고 있습니다. 가장 대표적인 사례가 SDV 자회사 CARIAD의 난항입니다. 폭스바겐은 2020년 CARIAD를 설립하여 그룹 통합 소프트웨어 플랫폼(VW.OS)을 독자 개발하겠다는 야심찬 계획을 발표했으나, 개발 지연, 비용 초과, 인력 이탈이 반복되며 프로젝트가 사실상 좌초했습니다. 이에 따라 폭스바겐은 전략을 대폭 수정하여 리비안에 58억 달러를 투자해 EV 플랫폼을 공동개발하고, 중국 시장에서는 XPeng과 협력하여 소프트웨어 역량을 보완하는 개방형 협력 모델로 전환했습니다. 이 사례는 자동차 OEM이 소프트웨어를 전면 자체 개발하는 것이 얼마나 어렵고 비용이 큰 도전인지를 극명하게 보여주며, 현대차그룹이 42dot 인수와 플레오스 론칭을 통해 내재화+개방형 협력의 하이브리드 전략을 선택한 배경이 됩니다. 폭스바겐의 또 다른 위기는 중국 시장에서의 추락입니다. 한때 중국 시장점유율 1위였던 폭스바겐은 BYD, 지리(Geely) 등 현지 기업에 밀려 시장점유율이 급락했으며, 이로 인해 독일 본국에서 공장 폐쇄와 대규모 구조조정을 추진 중입니다.

테슬라는 SDV와 BEV의 선구자이자 여전히 가장 독특한 포지션을 가진 OEM입니다. 2024년 글로벌 판매는 약 180만 대로 전년 대비 소폭 감소했으나, 미국 EV 시장에서는 여전히 46%의 점유율을 유지하고 있습니다(2024년 49%에서 하락). 테슬라의 핵심 강점은 완전 자체개발 소프트웨어 스택입니다. 차량용 OS, 인포테인먼트 시스템, FSD(Full Self-Driving), OTA 업데이트 인프라, 에너지 관리 시스템, 제조 자동화 소프트웨어까지 전부 내부에서 개발하며, 이는 업계에서 유일합니다. 테슬라의 FSD는 누적 주행 거리 100억 마일 이상의 학습

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

데이터를 보유하고 있으며, 뉴럴넷 기반 End-to-End 자율주행으로 전환하며 기술적 도약을 이루었습니다. 그러나 테슬라의 약점도 분명합니다. 일론 머스크의 정치적 논란으로 인한 브랜드 이미지 훼손(유럽에서 특히 심각), 모델 라인업의 고령화(Model 3/Y가 여전히 판매의 대부분), 품질 문제(패널 갭, 서비스센터 부족), 그리고 중국 시장에서 BYD에 밀리는 상황 등이 있습니다. 전략적으로 테슬라는 점차 자동차 제조에서 AI·로보틱스 기업으로 포지셔닝을 이동시키고 있으며, 로보택시(Cybercab)와 옵티머스 로봇이 미래 성장 동력으로 제시되고 있습니다.

BYD(비야디)는 2024년 약 430만 대를 판매하며 세계 최대 NEV 제조사로 등극한, 기아에게 가장 직접적이고 강력한 위협입니다. BYD의 핵심 경쟁력은 75%에 달하는 수직통합률입니다. 배터리 셀(블레이드 배터리)부터 모터, 파워 반도체(SiC 칩), 차체 프레스, 도장, 조립, 심지어 일부 원자재 채굴까지 내재화함으로써 원가를 극단적으로 절감하고 공급망 리스크를 최소화합니다. 이 수직통합 덕분에 BYD의 보급형 EV인 시걸(Seagull)은 약 1만 달러라는 파격적 가격에 출시될 수 있었고, 이는 기아 EV2(유럽 시작가 26,600유로)와의 경쟁에서도 압도적 가격 우위를 제공합니다. BYD의 또 다른 강점은 18개월이라는 경이적으로 짧은 제품개발 주기입니다. 전통 OEM이 36~48개월 걸리는 신차 개발을 BYD는 절반 이하로 단축하며, 이를 통해 시장 트렌드에 빠르게 대응합니다. 2025년에는 갓아이 ADAS를 21개 전 모델에 표준 탑재하며 ADAS 대중화도 선도하고 있습니다. 다만 BYD의 약점으로는 글로벌 브랜드 인지도의 부족(특히 미국 시장 진입 불가 — 100% 관세), 프리미엄 세그먼트 경쟁력 부재, 그리고 급성장에 따른 품질 관리 우려 등이 지적됩니다.

GM(제너럴모터스)은 미국 전통 빅3의 대표주자로, 최근 EV 전환에서 의미 있는 반격에 나서고 있습니다. 2024년 미국 EV 시장점유율을 8.8%에서 13.2%로 끌어올렸으며, 울티엄(Ultium) 플랫폼 기반의 시보레 이쿼녹스 EV(2.5만 달러대), 캐딜락 리릭, GMC 허머 EV 등 풀 라인업을 구축 중입니다. GM의 강점은 북미 시장에서의 압도적 딜러 네트워크와 브랜드 포트폴리오(시보레·캐딜락·GMC·부익), 그리고 크루즈(Cruise) 자율주행 자회사를 통한 로보택시 기술 보유입니다. 다만 크루즈는 2023년 사고 이후 운영을 중단했다가 제한적으로 재개했으며, GM은 크루즈의 기술을 로보택시보다는 개인용 차량의 자율주행 기능(슈퍼크루즈)에 집중 적용하는 방향으로 전략을 수정했습니다.

### 2-2. SDV·소프트웨어 역량의 경쟁 지형: 누가 앞서고 누가 뒤처지는가

SDV 경쟁에서 각 OEM의 전략적 접근법은 크게 세 가지 유형으로 분류됩니다. 첫째, 완전 자체개발형(테슬라)으로 차량 OS부터 클라우드 백엔드까지 전부 내재화하는 모델입니다. 이 방식은 최적의 통합 경험을 제공하지만, 막대한 투자와 시간이 필요하며 폭스바겐 CARIAD의 사례처럼 실패 리스크도 큼니다. 둘째, 내재화+선택적 개방형(현대차그룹/기아)으로 핵심 역량(ccOS, 42dot 자율주행)은 자체개발하되, 인포테인먼트·앱 생태계는 AAOS(Android Automotive OS) 같은 개방형 플랫폼을 활용하는 하이브리드 모델입니다. 현대차그룹이 2025년 3월 론칭한 플레오스(Pleos)가 이 전략의 구현체이며, Pleos Connect(인포테인먼트), Pleos Control(차량 제어), Pleos Playground(개발자 플랫폼)의 3계층 구조로 설계되었습니다. S&P Global은 이를 "전통적 OEM의 SDV 접근법 중 가장 균형 잡힌 전략"으로 평가했습니다. 셋째, 외부 의존형(스텔란티스, 일부 중견 OEM)으로, 퀄컴(Snapdragon Digital Chassis), 아마존(Alexa Automotive), 구글(AAOS) 등 빅테크 플랫폼에 크게 의존하는 모델입니다. 이 방식은 속도는 빠르지만 장기적으로 OEM의 소프트웨어 자율성이 제한되는 리스크가 있습니다.

현대차그룹의 SDV 전략에서 기아 IT PM이 특히 주목해야 할 것은 42dot(포티투닷)과 현대오토에버의 역할 분담입니다. 42dot은 2022년 현대차그룹이 인수한 자율주행 스타트업으로, SDV 기술의 핵심인 차량 OS(ccOS), 자율주행 소프트웨어, 클라우드 플랫폼을 개발합니다. 현대오토에버는 그룹 IT 서비스 자회사로, 모빌진(MobilGene) 플랫폼을 통해 바다·주행 제어 소프트웨어를 개발하고, 그룹의 전사 IT 시스템(ERP, SCM, CRM

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

등)을 운영합니다. 기아 IT PM은 이 두 조직 및 기아 내부 IT 팀 간의 협업을 조율하는 역할을 담당하게 되며, 이는 면접에서 "현대차그룹의 SDV 거버넌스 구조를 이해하고 있다"는 것을 보여줄 수 있는 차별화 포인트입니다.

### 2-3. 수익성과 재무 건전성의 경쟁적 비교

기아의 2024년 영업이익률 11.8%는 글로벌 완성차 업계에서 최상위권에 해당합니다. 이를 경쟁사와 비교하면, 테슬라의 2024년 영업이익률은 약 8~9%로 2022년의 16%에서 크게 하락했으며, 이는 가격 인하 경쟁과 신 모델 개발 비용 증가가 주원인입니다. 토요타는 약 10~11%의 안정적 영업이익률을 유지하고 있으나, 이는 HEV의 높은 마진에 크게 의존하고 있어 BEV 전환 가속 시 하락 리스크가 있습니다. BYD는 규모의 경제와 수직통합으로 저가 공세를 펼치면서도 흑자를 유지하고 있으나, 영업이익률 자체는 약 5~6% 수준으로 기아 대비 낮습니다. 폭스바겐은 구조조정 비용과 CARIAD 투자 손실로 인해 영업이익률이 약 6~7%로 하락했습니다.

다만 기아의 2025년 실적에서 주목할 점은 미국 관세의 영향입니다. 2025년 기아 영업이익은 9.08조원으로 전년 대비 28.3% 감소했으며, 영업이익률도 8.0%로 하락했습니다. 이는 미국 수입차 25% 관세가 상반기에만 약 7,860억원의 추가 비용을 발생시킨 것이 주원인입니다. 현대차도 같은 이유로 영업이익이 크게 감소했으며, 이는 한국-일본-유럽 OEM 모두에게 공통된 도전입니다. 기아가 이에 대응하는 방식 — 조지아 공장 생산 집중, 인센티브 비용 절감, 가격 인상 최소화 — 은 IT PM 관점에서 "외부 리스크에 대한 기업의 전략적 대응"을 이해하는 좋은 사례입니다. 특히 생산 배분 최적화를 위한 SCM 시스템의 고도화, 원가 분석을 위한 BI/분석 플랫폼 강화 등이 IT 프로젝트로 연결될 수 있습니다.

### 2-4. 기아의 경쟁적 포지셔닝: 밸류 브랜드에서 디자인 주도 프리미엄으로

기아의 브랜드 리포지셔닝은 최근 5년간 자동차 산업에서 가장 성공적인 브랜드 전환 사례 중 하나로 꼽힙니다. 2021년 브랜드 리뉴얼을 기점으로 기아는 전통적 '가성비 브랜드(Value Brand)'에서 '디자인 주도 프리미엄 브랜드(Design-led Premium Brand)'로의 전환을 선언했고, 이를 실제로 실현하고 있습니다. 'Opposites United'라는 디자인 철학은 자연과 기술, 대담함과 세련됨의 대비를 통해 기아만의 독자적 디자인 아이덴티티를 구축했으며, 그 결과 EV9이 2024년 World Car of the Year를, EV3가 2025년 같은 상을 수상하는 쾌거를 이루었습니다. 2년 연속 World Car of the Year 수상은 기아 브랜드가 글로벌 시장에서 디자인과 품질 양면에서 인정받고 있음을 보여주는 강력한 증거입니다.

비즈니스 모델 관점에서 기아의 포지셔닝은 더욱 복합적으로 진화하고 있습니다. 전통적으로 B2C(개인 고객 대상 승용차 판매) 단일 모델이었던 기아는 PBV 사업을 통해 B2B(기업 고객 대상) 시장에 본격 진입하고 있으며, 모빌리티 서비스를 통해 B2B2C 모델까지 확장하고 있습니다. PBV는 물류, 라이드헤일링, 캠핑, 커머스 등 다양한 목적에 맞게 모듈화된 차량으로, 기아는 우버, 쿠팡, CJ대한통운, DHL코리아 등과의 파트너십을 통해 B2B 고객 기반을 선제적으로 확보하고 있습니다. 이는 토요타, 폭스바겐 등 전통 OEM이 아직 본격화하지 못한 영역이며, 기아의 선점 효과가 기대되는 부분입니다. IT PM 관점에서 PBV 사업은 Fleet Management System(차량 관제), B2B 고객 포털, 모듈 교체·정비 이력 관리 시스템 등의 새로운 IT 프로젝트를 창출하며, 이는 기아 IT PM의 업무 범위를 크게 확장시킵니다.

### 2-5. 최근 6개월 경쟁 역학 변화: 관세 전쟁, 중국 EV 확장, 소프트웨어 경쟁 격화

2025년 하반기부터 2026년 초까지의 경쟁 역학에서 가장 큰 변수는 미국 관세입니다. 트럼프 행정부의 수입차 25% 관세와 자동차 부품 관세로 한국-일본-유럽 OEM 모두 타격을 받았으나, 그 영향의 크기는 미국 내 생산 비중에 따라 달랐습니다. 기아의 경우 미국 시장이 전체 판매의 약 22%(북미 전체 44.6%)를 차지하는 핵

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

심 시장이며, 조지아 공장에서 EV9과 일부 모델을 생산하고 있으나 대부분의 모델은 한국에서 수출하고 있어 관세 영향이 상당합니다. 기아는 이에 대응하여 세 가지 전략을 병행하고 있습니다. 첫째, 조지아 공장의 미국 내 생산 차종 확대 및 생산량 증대. 둘째, 딜러 인센티브 비용을 연 4.35억 달러 절감하여 관세 비용을 상쇄. 셋째, 모델별 선별적 가격 조정(전면적 가격 인상이 아닌, 수요가 견고한 모델 중심의 최소한의 조정). 이 전략은 단기적으로는 수익성 방어에 효과적이지만, 중장기적으로는 미국 현지 생산 비중을 높이기 위한 추가 투자가 필요할 수 있습니다.

중국 EV의 글로벌 확장도 핵심 변수입니다. 중국은 2023년에 일본을 제치고 세계 최대 자동차 수출국이 되었으며, 수출액은 2022년 대비 3배 이상 증가했습니다. BYD를 필두로 NIO, XPeng, Li Auto, 지리(Geely) 등 중국 EV 기업들이 유럽, 동남아, 중남미, 중동 등에서 적극적으로 시장을 확대하고 있으며, 이들의 공격적 가격 정책(BYD의 평균 32% 가격 인하)은 기아를 포함한 모든 OEM에 가격 압력을 가하고 있습니다. EU는 이에 대응하여 중국산 EV에 최대 38%의 추가 관세를 부과했고, 미국은 100% 관세로 사실상 중국 EV의 진입을 차단했습니다. 그러나 동남아, 중남미, 중동 등 관세 장벽이 낮은 시장에서의 기아-중국 EV 간 직접 경쟁은 더욱 심화될 것입니다.

소프트웨어 경쟁 측면에서는 2025년이 주요 OEM들의 SDV 전략이 실체를 드러내는 해였습니다. 현대차그룹의 플레오스 론칭(2025년 3월), BMW의 Neue Klasse 플랫폼 첫 차량 출시(2025년 하반기), 메르세데스의 MB.OS 탑재 차량 출시, 폭스바겐의 리비안 협력 첫 성과물 등이 줄줄이 등장하며 SDV 경쟁이 본격화되었습니다. 이 경쟁에서 IT/SW 인재 확보가 모든 OEM의 최우선 과제가 되었으며, 기아가 이번 2026 상반기 채용에서 IT PM, Data Scientist, ML Engineer, Solution Architect 등을 대거 채용하는 것도 이 맥락에서 이해해야 합니다.

### 📍 제2장 전략적 시사점 및 면접 활용 포인트

경쟁사 비교에서 가장 효과적인 면접 프레임은 "기아는 디자인 혁신과 PBV라는 차별화된 성장 엔진을 보유한 반면, SDV·자율주행 소프트웨어 역량에서는 테슬라·BYD 대비 속도 갭이 존재하며, 이를 빠르게 메우기 위해 IT/SW 인재 확충이 그룹 차원의 최우선 과제"라는 것입니다. 이 프레임은 지원 동기("나는 이 갭을 메우는 데 기여하고 싶다")와 자연스럽게 연결됩니다. 특히 폭스바겐 CARIAD의 실패 사례를 인용하며 "독자 개발의 리스크를 인식하고 내재화+개방형 협력의 하이브리드를 선택한 현대차그룹/기아의 플레오스 전략이 합리적"이라는 분석을 덧붙이면, 산업 이해도와 전략적 사고력을 동시에 보여줄 수 있습니다. BYD와의 비교에서는 "수직통합에 기반한 원가 경쟁에서는 BYD를 이기기 어렵지만, 디자인 프리미엄·소프트웨어 경험·글로벌 브랜드 신뢰라는 세 축에서 기아는 차별화할 수 있으며, IT PM은 소프트웨어 경험의 품질을 보장하는 핵심 역할"이라는 논리를 전개하면 깊이 있는 답변이 됩니다.

## 제3장. 기아 심층 분석: 성장 궤적과 전략적 방향성

### 3-1. 재무 실적의 궤적: 양적 성장과 질적 과제의 교차점

기아의 재무 실적은 최근 3년간 놀라운 성장 궤적을 보여왔습니다. 2022년 매출 86.6조원에서 2023년 99.8조원, 2024년 107.4조원으로 연속 사상 최고치를 경신했으며, 2024년 영업이익은 12.7조원(영업이익률 11.8%)을 기록하며 수익성 면에서도 글로벌 완성차 업계 최상위권에 올랐습니다. 2025년에는 매출이 114.1조원으로 다시 한번 사상 최대를 경신했으나, 미국 관세라는 외부 변수로 영업이익은 9.08조원(영업이익률 8.0%)으로 28.3% 감소했습니다.

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

이 실적의 구조적 특성을 파악하는 것이 IT PM 지원자에게 중요합니다. 기아의 매출 구조는 크게 차량 판매, 금융(기아 파이낸스), 부품·서비스로 구성되며, 차량 판매가 전체 매출의 약 85% 이상을 차지합니다. 지역별로는 북미가 전체 판매의 44.6%로 단일 최대 시장이며, 유럽 약 25%, 아시아·태평양 약 15%, 한국 약 15%로 구성됩니다. 해외 판매 비중이 80% 이상인 수출 주도형 구조는 환율 변동과 무역 정책에 대한 민감도가 높다는 것을 의미합니다. 2025년 미국 관세의 영향이 이를 극명하게 보여줬습니다.

친환경차 판매 실적도 주목할 만합니다. 2025년 기아의 친환경차(BEV+HEV+PHEV) 판매는 74.9만 대로 전년 대비 17.4% 증가하며 전체 판매의 24.2%를 차지했습니다. 파워트레인별로 보면, HEV가 45.4만 대(전년 대비 +23.7%)로 가장 큰 비중을 차지하고, BEV가 23.8만 대(+18.9%), PHEV가 5.7만 대를 기록했습니다. HEV의 성장세가 BEV보다 빠른 점은 글로벌 EV 전환이 "직선적이지 아니라 지그재그"라는 현실을 반영합니다. 기아는 이를 감안하여 BEV 전략을 유지하면서도 HEV 라인업을 강화하는 '양수겸장' 전략을 추진 중이며, 이는 IT PM 관점에서 HEV와 BEV 양쪽의 디지털 서비스(충전 관리, 배터리 모니터링, 에너지 효율 최적화 등)를 동시에 관리해야 함을 의미합니다.

### 3-2. Plan S 2030: 3축 성장 전략의 구체적 내용과 실행 로드맵

2025년 4월 CEO Investor Day에서 송호성 사장이 발표한 기아의 중장기 전략 업데이트는 세 가지 핵심 축으로 구성됩니다. 각 축의 구체적 내용과 IT PM과의 연결 지점을 상세히 분석합니다.

첫째 축: EV 대중화 전략입니다. 기아는 2030년까지 총 13개 EV 모델의 풀 라인업을 완성하겠다는 목표를 제시했습니다. 현재 EV3, EV5, EV6, EV9의 4개 BEV 모델을 판매 중이며, 여기에 EV2(소형 크로스오버, 유럽 시작가 26,600유로), EV4(중형 세단/크로스오버), EV7(대형 SUV) 등을 순차적으로 추가합니다. 2030년 EV 판매 목표는 126만 대로, 전체 판매의 약 56%에 해당합니다(나머지는 HEV, ICE). 전동화 비중이 2025년 24.2%에서 2030년 56%로 2배 이상 상승한다는 것은, 기아의 전 사업 프로세스가 EV 중심으로 재편되어야 함을 의미합니다. IT PM 관점에서 이는 EV 전용 충전 인프라 관리 시스템, 배터리 라이프사이클 관리 플랫폼, V2G/V2L 에너지 관리 서비스, EV 중고차 가치 평가 시스템 등 새로운 IT 프로젝트의 파이프라인을 의미합니다.

둘째 축: PBV(Purpose Built Vehicle) 신성장동력입니다. PBV는 기아가 경쟁사와 가장 차별화된 전략적 포지셔닝을 구축하는 영역입니다. PV5(2025년 7월 양산 시작, 화성 EVO Plant)를 시작으로, PV7(2027년, 중형), PV9(2029년, 대형)을 순차 출시하여 2030년 연 25만 대 판매를 목표로 합니다. PV5는 5가지 시트 모듈(배송용, 카고밴, 승객수송, 캠핑카, 무빙오피스)로 변신이 가능한 모듈형 차량으로, 단일 플랫폼에서 다양한 B2B 고객의 니즈를 충족시킬 수 있습니다. 화성 EVO Plant에는 총 4조원이 투자되며, AI 기반 품질 검사, 자동화 물류, 디지털 트윈 기반 생산 관리 등이 적용됩니다. 기아는 이미 우버(글로벌 라이드헤일링), 쿠팡·CJ대한통운(국내 물류), DHL코리아(글로벌 물류), 직방(부동산·이사) 등과 PBV 활용 파트너십을 체결했으며, 이를 통해 사전 수요를 확보하고 있습니다. PBV 사업의 IT 측면은 매우 광범위합니다. Fleet Management System(차량 위치 추적, 운행 최적화, 충전 스케줄링), B2B 고객 포털(주문·배정·관제), 모듈 교체·정비 이력 관리, 사용 데이터 기반 예측 정비 등이 모두 IT PM이 관리할 프로젝트 영역입니다.

셋째 축: 지능형 모빌리티와 SDV입니다. 기아는 2027년 차세대 SDV 차량을 론칭할 계획이며, 이 차량에는 레벨 2++ 자율주행, AI 기반 통합 UX, 고성능 차량용 컴퓨팅 플랫폼(HPC)이 적용됩니다. 현대차그룹 차원에서 2030년까지 소프트웨어 기술력 강화에 18조원을 투입하며, 이 중 상당 부분이 기아 차량에도 적용됩니다. 핵심 기술 구성요소로는 ccOS(Connected Car Operating System, 리눅스 기반 독자 차량용 OS), 차세대 eM(승용)-eS(PBV) 플랫폼의 IMA(Integrated Modular Architecture), 플레오스(Pleos) 소프트웨어 브랜드(차량 OS + 인포테인먼트 + 개발자 플랫폼), 42dot의 자율주행 기술 등이 있습니다. IT PM은 이 기술 스택 위에 구축되

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

는 사용자 향(user-facing) 서비스와 내부 운영 시스템을 관리하는 역할을 담당합니다.

전체적으로 기아는 2025~2029년 총 42조원을 투자할 계획이며, 이 중 19조원을 전동화·SDV·로보틱스·AAM(Advanced Air Mobility) 등 미래사업에, 23조원을 기존 사업(생산설비·R&D·판매채널 등) 고도화에 배분합니다. 2030년 매출 목표는 170조원(2024년 대비 약 60% 성장), 글로벌 판매 419만 대(현재 약 314만 대 대비 약 33% 성장), 글로벌 시장점유율 4.5%입니다.

### 3-3. SDV 전략의 깊이 있는 분석: ccOS, 플레오스, 42dot의 삼각 구조

현대차그룹의 SDV 전략을 이해하는 것은 기아 IT PM 지원자에게 필수적입니다. 이 전략의 핵심은 세 가지 기술적 기둥으로 구성됩니다.

첫 번째 기둥은 ccOS(Connected Car Operating System)입니다. ccOS는 2016년 개발에 착수한 리눅스 기반의 독자 차량용 운영체제로, 2022년부터 현대·기아 전 차량에 적용되고 있습니다. ccOS는 인포테인먼트·내비게이션·커넥티드 서비스를 통합 관리하며, OTA 업데이트를 통해 차량 출고 후에도 새로운 기능을 추가할 수 있습니다. 현대차그룹 관계자들이 ccOS의 성능에 대해 내부적으로 약점을 인정하고 개선 중이라는 보도가 있었으며, 이는 오히려 IT PM에게 중요한 맥락입니다. 소프트웨어의 품질과 사용자 경험은 지속적인 개선 프로세스의 결과이며, IT PM은 이 개선 사이클의 관리자 역할을 합니다.

두 번째 기둥은 플레오스(Pleos)입니다. 2025년 3월 론칭한 플레오스는 현대차그룹의 SDV 소프트웨어 브랜드로, 세 가지 계층으로 구성됩니다. Pleos Connect는 인포테인먼트와 커넥티드 서비스를 담당하며, AAOS(Android Automotive OS) 기반으로 구글 플레이스토어의 앱 생태계를 차량에 제공합니다. Pleos Control은 주행·안전·차체 제어를 담당하는 실시간 OS 계층입니다. Pleos Playground는 외부 개발자가 차량용 앱을 개발할 수 있는 플랫폼(SDK, API, 시뮬레이터)으로, 애플의 앱스토어 모델을 차량에 적용한 것이라 할 수 있습니다. 플레오스는 2030년까지 현대·기아·제네시스의 2,000만 대 이상 차량에 적용될 예정이며, 소프트웨어 매출과 구독 서비스 수익의 핵심 플랫폼이 됩니다. IT PM은 플레오스 기반 서비스의 기획·개발·배포·운영 전 주기에 관여하며, 특히 글로벌 시장별 현지화(언어, 규제, 파트너 앱 등)의 관리가 핵심 역할이 됩니다.

세 번째 기둥은 42dot(포티투닷)입니다. 42dot은 2022년 현대차그룹이 인수한 자율주행 전문 기업으로, SDV 핵심 기술의 내재화를 주도합니다. 42dot은 ccOS의 차세대 버전 개발, 자율주행 소프트웨어 스택, 클라우드 기반 데이터 파이프라인, V2X(Vehicle-to-Everything) 통신 기술 등을 담당합니다. 42dot의 CEO 송창현은 현대차그룹 CTO를 겸임하며 그룹 전체의 소프트웨어 전략을 총괄하고 있어, 42dot의 위상이 그룹 내에서 얼마나 높은지 알 수 있습니다. 삼성전자와의 협력도 주목할 만한데, 42dot은 삼성의 엑시노스 Auto V920 칩을 기반으로 AI 기반 SDV 플랫폼을 공동개발하고 있습니다.

이 세 기둥 외에 현대오토에버의 역할도 중요합니다. 현대오토에버는 그룹의 IT 서비스 자회사로서, 모빌진(MobilGene) 플랫폼을 통한 차량 소프트웨어 개발, 그룹 전자 IT 시스템(ERP, SCM, CRM, HR 등) 운영, 클라우드 인프라 관리, 데이터센터 운영 등을 담당합니다. 기아 IT PM의 실무에서 현대오토에버는 가장 빈번하게 협업하는 파트너이며, 많은 IT 프로젝트의 개발과 운영이 현대오토에버를 통해 수행됩니다. 이 관계의 특수성을 이해하는 것 — 그룹 내 자회사이므로 외부 벤더와는 다른 협업 방식, 그러나 별도 법인이므로 명확한 SLA와 계약 관리가 필요한 관계 — 은 기아 IT PM의 실무에서 매우 중요합니다.

### 3-4. 차별화 요소의 심층 분석: 기아만의 고유한 경쟁 우위

기아의 차별화 요소를 네 가지 차원에서 깊이 있게 분석합니다.

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

디자인 혁신은 기아의 가장 가시적인 차별화 요소입니다. Opposites United 철학은 단순한 디자인 트렌드가 아니라, 기아의 전 제품 포트폴리오를 관통하는 일관된 디자인 언어입니다. "대담함과 자연의 조화, 기술과 직관의 대비"를 핵심으로 하며, 이를 통해 기아 차량은 주차장에서 한눈에 식별되는 독자적 존재감을 갖게 되었습니다. EV9의 디지털 타이거 페이스, EV3의 컴팩트하면서도 미래적인 실루엣은 이 철학의 구현체이며, 글로벌 디자인 어워드 연속 수상으로 그 경쟁력이 입증되었습니다. IT PM 관점에서 디자인 혁신은 디지털 채널(웹사이트, 앱)에서도 일관되게 반영되어야 하며, 기아원앱의 UX/UI가 브랜드 디자인 철학과 일치하도록 관리하는 것이 중요합니다.

플랫폼 기술은 기아의 기술적 차별화를 뒷받칩니다. E-GMP(Electric Global Modular Platform) 기반의 800V 초고속 충전 기술은 18분 충전으로 80%까지 도달할 수 있어, BEV의 가장 큰 불편 사항인 충전 시간을 획기적으로 줄였습니다. V2L(Vehicle to Load) 기능은 차량을 이동형 발전기처럼 활용할 수 있게 하여, 캠핑·재난 대응·야외 행사 등에서 차별화된 사용 경험을 제공합니다. V2G(Vehicle to Grid) 기술은 차량의 배터리를 전력망에 연결하여 에너지를 양방향으로 주고받을 수 있게 하며, 이는 장기적으로 에너지 관리 서비스라는 새로운 수익 모델의 기반이 됩니다. IT PM은 이 기술들을 활용한 서비스(V2L 원격 제어, V2G 에너지 거래 플랫폼 등)의 개발과 운영에 참여하게 됩니다.

채널 혁신은 기아의 고객 경험 차별화 전략의 핵심입니다. 기아원앱(Kia One App)은 차량 구매부터 이용·관리까지 전 과정을 하나의 앱으로 통합한 디지털 고객채널입니다. 원격 시동·공조, 차량 진단, 충전 관리, 정비 예약, 차량 위치 확인 등의 기본 기능 외에, 기아 커넥트 스토어에서 OTT 콘텐츠·디자인 테마·사운드 패키지 등 차량 내 디지털 콘텐츠를 구매하고, 인카페이먼트(In-car Payment) 기능으로 주유·주차·드라이브스루 결제를 차량 내에서 처리할 수 있습니다. 기아원앱은 글로벌 주요 시장에 순차 전개 중이며, 각 시장의 규제·인프라·소비자 행태에 맞는 현지화가 진행되고 있습니다. IT PM은 이 앱의 기획→디자인→개발→테스트→글로벌 배포→운영 안정화→지속적 개선의 전 주기를 관리하는 핵심 역할을 수행합니다.

원가 경쟁력은 BYD 등 중국 EV와의 가격 경쟁에서 기아가 구축해야 할 핵심 역량입니다. 기아는 PBV에서 공용부품 비중을 극대화하여 규모의 경제를 달성하고, NCM+LFP의 이중 배터리 전략으로 프리미엄과 보급형을 동시에 커버하며, 2030년까지 배터리 시스템 비용을 40% 절감하겠다는 목표를 제시했습니다. 레벨++ ADAS의 내재화도 원가 절감의 핵심인데, 외부 ADAS 솔루션(모빌아이 등) 의존도를 줄이고 자체 솔루션으로 대체함으로써 해당 비용을 크게 줄일 수 있습니다.

### 3-5. 리스크 요인의 다차원적 분석: 관세, 중국, 소프트웨어, 품질

기아가 직면한 리스크 요인을 네 가지 차원에서 분석합니다. 이 분석은 면접에서 "기아가 직면한 가장 큰 도전은 무엇이라고 생각하는가?"라는 질문에 대비하기 위한 것입니다.

미국 관세 리스크는 현재 가장 시급한 위협입니다. 25% 수입차 관세로 인해 2025년 기아 영업이익이 28.3% 감소했으며, 이 상황이 장기화될 경우 미국 시장 전략의 근본적 재검토가 필요합니다. 조지아 공장의 생산 능력 확대가 대안이나, 공장 증설에는 2~3년의 리드타임이 필요하며 추가 투자 부담이 발생합니다. 또한 자동차 부품에 대한 관세 확대 가능성도 리스크로 남아 있습니다.

중국 EV 경쟁 리스크는 구조적이고 장기적인 위협입니다. BYD의 75% 수직통합률과 18개월 제품개발 주기에 기반한 가격·속도 경쟁력은 기아가 전통적 방식으로는 따라잡기 어려운 수준입니다. 특히 보급형 EV 세그먼트에서 BYD 시걸(약 1만 달러)과 기아 EV2(약 2.6만 유로)의 가격 차이는 2배 이상이며, 동남아·중남미 등 가격 민감도가 높은 시장에서의 경쟁이 심화될 것입니다.

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

소프트웨어 역량 격차 리스크도 중요합니다. 정의선 회장이 직접 소프트웨어 역량의 내부 약점을 인정한 바 있으며, ccOS의 사용자 경험이 테슬라의 차량 OS에 비해 아직 갈 길이 멀다는 평가가 있습니다. 플레오스의 론칭은 이 격차를 메우기 위한 전략적 행보이나, 실제 제품에서의 완성도가 시장에서 검증되기까지는 시간이 필요합니다.

품질 리스크도 간과할 수 없습니다. 2026년 초 현대-기아-BMW 51개 차종 17.9만 대에 대한 대규모 리콜이 발생했으며, EV6의 ICCU(통합충전제어장치) 반복 결함 등 전장부품의 품질 문제가 지속되고 있습니다. EV와 SDV에서는 소프트웨어 결함이 리콜의 주요 원인이 될 수 있으며, OTA 업데이트를 통한 소프트웨어 결함 수정 능력이 리콜 비용 절감과 브랜드 신뢰 유지의 핵심이 됩니다. IT PM은 OTA 업데이트의 품질 보증 프로세스를 관리하는 역할에서 이 리스크에 직접 대응합니다.

### 📌 제3장 전략적 시사점 및 면접 활용 포인트

기아의 전략 방향을 말할 때 가장 효과적인 프레임은 "기아는 전동화와 PBV로 양적 성장의 두 축을 확보했고, SDV와 AI로 질적 전환의 세 번째 축을 세우는 중이며, IT PM은 이 세 축을 연결하는 디지털 실행력의 핵심"이라는 것입니다. 구체적으로 PV5의 Fleet Management System 구축, 기아원애플의 글로벌 전개, OTA 업데이트 릴리즈 관리, 스마트팩토리 MES 고도화 등 IT PM이 직접 기여할 수 있는 영역을 언급하면 직무 이해도와 전략적 사고력을 동시에 보여줄 수 있습니다. 리스크 요인에 대한 질문에는 "미국 관세는 단기 리스크이나 현지 생산 확대로 구조적 대응이 가능하고, 중국 EV 경쟁은 가격이 아닌 디자인 프리미엄·소프트웨어 경험·브랜드 신뢰로 차별화해야 하며, 소프트웨어 격차는 플레오스와 42dot 중심의 집중 투자로 빠르게 메워가고 있다"는 균형 잡힌 분석을 제시하면 좋습니다. 42조원 투자 중 19조원이 미래사업(SDV·전동화 등)에 배분된다는 점은 IT 인재에 대한 회사의 전략적 의지를 보여주는 강력한 수치로 활용할 수 있습니다.

## 제4장. 인재상, 조직문화 및 IT PM 도메인 선호 인재 특성

### 4-1. 기아 공식 인재상의 체계: KIA 키워드와 5대 핵심가치의 이중 구조

기아의 인재상은 브랜드 철학 "Movement that inspires(영감을 주는 움직임)"를 기반으로 이중 구조로 구성됩니다. 첫 번째 계층은 KIA 머리글자 기반의 4대 인재상 키워드입니다. Kreate(크리에이트)는 "열린 상상력으로 새로움을 만드는 창조가"를 의미하며, 기존 틀에 갇히지 않고 새로운 관점과 아이디어로 가치를 창출하는 인재를 지향합니다. Innovate(이노베이트)는 "기존 질서에 도전해 대담한 변화를 이끄는 혁신가"를 의미하며, 현재에 안주하지 않고 더 나은 방법을 끊임없이 탐구하는 태도를 강조합니다. Act(액트)는 "생각을 적극적으로 현실에 반영하는 행동가"로, 아이디어에 머무르지 않고 실행에 옮기는 추진력을 중시합니다. Navigate(내비게이트)는 "호기심과 열정으로 미지의 영역을 개척하는 탐험가"로, 불확실한 환경에서도 주도적으로 길을 찾아가는 역량을 말합니다.

두 번째 계층은 2021년 브랜드 리뉴얼 이후 도입된 5대 핵심가치 행동원칙입니다. 첫 번째 핵심가치인 "존중과 공감"은 다양한 배경과 관점을 존중하고, 동료의 의견에 진심으로 귀 기울이며, 팀의 성과를 함께 기뻐하는 태도를 의미합니다. 두 번째 "공정과 책임"은 의사결정 과정의 투명성과 결과에 대한 책임감을 강조합니다. 세 번째 "목표지향"은 도전적 목표를 설정하고 이를 달성하기 위해 끈기 있게 노력하는 성향을 말합니다. 네 번째 "창의·혁신"은 고정관념을 깨고 새로운 시도를 두려워하지 않는 태도를 의미합니다. 다섯째 "성장 마인드셋"은 실패를 학습의 기회로 보고, 지속적인 자기 개발에 몰입하는 태도입니다. 이 핵심가치들은 "사람은 우리가 하는 모든 일의 중심"이라는 가치선언문으로 관통됩니다.

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

상위 그룹인 현대자동차그룹의 인재상은 도전, 창의, 열정, 협력, 글로벌 마인드의 5대 키워드로 구성되며, 기아의 인재상과 큰 틀에서 일치하나 세부 해석에서 차이가 있습니다. 기아가 "디자인 주도 혁신"과 "영감"을 강조하는 반면, 현대차그룹은 "기술 리더십"과 "글로벌 경쟁력"에 무게를 두는 경향이 있습니다. 기아 IT PM 지원자는 기아의 브랜드 정체성에 맞춘 인재상 해석이 필요하며, "기아의 디자인 중심 혁신에 IT PM으로서 어떻게 기여할 수 있는지"를 자기소개서와 면접에서 일관되게 연결해야 합니다.

### 4-2. 실제 채용 현장에서의 인재상 해석: 데이터가 말하는 합격의 핵심

공식 인재상과 실제 면접 평가 기준 사이의 간극을 이해하는 것이 합격 전략의 출발점입니다. 캐치(Catch) 플랫폼에 축적된 기아 면접후기 220건을 분석한 결과, 매우 명확한 패턴이 나타납니다.

면접관이 가장 중요하게 평가하는 어필 역량은 소통/협력이 49%로 압도적 1위입니다. 이어서 전문성/직무지식이 28%, 도전정신이 9%, 리더십이 7%, 문제해결력이 5%, 기타가 2% 순입니다. 이 데이터는 기아가 공식적으로 "도전"과 "혁신"을 강조하면서도, 실제 면접 현장에서는 팀 기반 협업과 소통 능력을 핵심적으로 평가한다는 것을 의미합니다. 이는 자동차 제조업의 본질적 특성 — 수천 개의 부품이 하나의 완성차로 조립되는 과정에서 수백 개의 부서와 공급사가 유기적으로 협업해야 하는 구조 — 에서 자연스럽게 도출되는 결과입니다.

면접 방식은 BEI(Behavioral Event Interview, 행동사건면접)가 주를 이룹니다. BEI는 "과거에 실제로 어떤 행동을 했는지"를 구체적으로 파악하는 면접 기법으로, 면접관이 "그때 왜 그렇게 했나요?", "그 결과 어떤 변화가 있었나요?", "다시 한다면 어떻게 하시겠습니까?"와 같은 꼬리질문을 3~4단계까지 이어가는 것이 특징입니다. 따라서 지원자는 각 경험 사례에 대해 최소 3~4단계의 깊이까지 준비해야 하며, 모호하거나 과장된 답변은 금세 드러나게 됩니다. 기아 면접 합격후기에서 반복적으로 등장하는 조언은 "혼자서 뭔가를 잘 해낸 것보다 다같이 뭔가를 열심히 잘 해낸 것에 포커스를 맞추는 것이 좋다"는 것입니다. 이는 소통/협력이 49%인 데이터와 정확히 일치합니다.

실제 기출 질문 중 IT PM 지원자에게 특히 관련 있는 질문들이 있습니다. "업무 완성도와 납기일 중 무엇이 더 중요한가?"는 IT PM의 핵심 딜레마를 직접적으로 묻는 질문으로, Quality Gate 기반 의사결정 프로세스와 리스크 관리의 균형으로 답변해야 합니다. "기아가 향후 나아가야 할 사업 방향은?"은 산업·기업 이해도를 검증하는 질문으로, SDV-PBV-AI의 3축 전략과 IT PM의 역할을 연결하는 답변이 필요합니다. "자신의 약점은 무엇이고 어떻게 극복하고 있는가?"는 자기인식과 성장 마인드셋을 평가하는 질문으로, 솔직하면서도 극복 노력의 구체적 사례를 제시해야 합니다.

경력직의 경우 PT 면접(50분)이 별도로 진행되며, 주어진 주제에 대해 자료를 준비하여 발표한 후 질의응답을 하는 형식입니다. PT 면접에서는 논리적 구조화 능력, 데이터 기반 분석력, 프레젠테이션 스킬이 종합적으로 평가됩니다. IT PM 경력직이라면 자동차 산업 SDV 트렌드, 디지털 전환 사례, 프로젝트 관리 방법론 등을 주제로 한 발표 자료를 사전에 준비해두는 것이 좋습니다.

### 4-3. 조직문화의 실체: 변화의 의지와 전통의 관성 사이

기아의 조직문화를 이해하기 위해서는 공식적으로 지향하는 문화와 실제 현장 문화의 차이를 인식하는 것이 중요합니다.

공식적으로 기아는 수평적·혁신적 문화를 적극 지향하고 있습니다. 2019년부터 직급 체계를 매니저(G1~G3)와 책임매니저(G4)의 2단계로 대폭 단순화했으며, 이는 기존의 사원-대리-과장-차장-부장의 5단계 체제를 혁파한 것입니다. 호칭도 영어 이름 또는 'OO님'으로 통일하여 위계적 소통을 줄이려는 노력을 하고 있습니다. 자율화

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

석제와 유연근무제(재택근무 병행)를 도입했고, '3주 휴가제도'로 연차와 별도로 3주간의 장기 휴가를 사용할 수 있습니다. 상시 아이디어 플랫폼 'Way to Inspiration'은 직급에 관계없이 누구나 혁신 아이디어를 제안할 수 있는 채널이며, '더 서포트 보드' 제도는 다양한 계층의 구성원이 리더에게 직접 제언할 수 있는 역할을 합니다. 정기적 Culture Survey를 통해 팀별 조직문화를 진단하고, 개선이 필요한 조직에는 맞춤형 컨설팅을 제공하는 체계도 갖추고 있습니다.

그러나 실제 현장 문화는 공식 지향점과 완전히 일치하지는 않습니다. 잡플래닛, 블라인드, 캐치 등의 직장 리뷰를 종합하면, 기아 조직문화에 대해 긍정적 평가와 개선 필요 영역이 공존합니다. 긍정적 측면으로는 대기업 특유의 체계적 프로세스와 안정성, 복리후생의 우수성(자동차 할인, 의료비 지원, 가족 돌봄 지원 등), 그리고 최근의 수평적 문화 변화에 대한 체감이 언급됩니다. 개선 필요 영역으로는 부서별 문화 편차가 여전히 크다는 점(일부 부서는 수평적이나, 일부 제조·연구 부서는 여전히 위계적), 전통적 제조업 DNA와 신규 IT/디지털 문화 간의 간극, 의사결정 속도의 느림(대기업 특유의 단단계 보고 체계), 그리고 빠르게 변화하는 IT 트렌드에 조직이 따라가는 속도에 대한 아쉬움 등이 지적됩니다.

IT 부문의 조직문화는 전사 평균과 다소 다를 수 있습니다. 기아의 IT 조직(ICT본부)은 상대적으로 최근에 확대된 조직으로, 외부 채용(경력직)의 비중이 높고 SI/IT 컨설팅 출신 인력이 많아 전통적 제조업 문화보다는 IT 기업 문화에 가까운 면이 있습니다. Agile/Scrum 방법론의 적용도 IT 조직에서 먼저 시도되고 있으며, 현대오토에버 등 IT 계열사와의 빈번한 협업을 통해 IT 업계의 업무 관행이 자연스럽게 유입되고 있습니다. 다만 IT 프로젝트의 최종 고객이 자동차 제조·판매 현업 부서이므로, 현업의 업무 문화와 IT의 업무 문화를 조율하는 것이 IT PM의 일상적 과제가 됩니다.

### 4-4. IT PM 도메인이 요구하는 인재 특성: 일반 IT PM과의 차별점

자동차 산업의 IT PM은 일반 IT 기업의 PM과 구별되는 고유한 역량과 사고방식을 요구합니다. 이 차이를 이해하는 것이 기아 IT PM 지원의 핵심입니다.

방법론적 측면에서 자동차 IT PM은 Agile과 V-Model의 하이브리드 적용 능력이 필수입니다. 차량 소프트웨어 개발은 V-Model(요구분석→설계→구현→검증→확인)을 기본으로 하며, 이는 자동차의 안전 요구사항(ISO 26262 기능안전) 때문입니다. 안전에 직결되는 소프트웨어(주행 제어, 브레이크, 스티어링 등)는 엄격한 V-Model 프로세스를 따라야 합니다. 그러나 인포테인먼트, 커넥티드 서비스, 고객 앱 등 비안전 소프트웨어는 Agile/Scrum 방식의 빠른 반복 개발이 적합합니다. 기아 IT PM은 이 두 방법론을 프로젝트의 성격에 따라 유연하게 적용할 수 있어야 하며, SAFe(Scaled Agile Framework) 경험이 있으면 대규모 조직에서의 Agile 적용에 큰 도움이 됩니다.

규제·표준 측면에서 자동차 IT PM이 숙지해야 할 고유 영역이 있습니다. TISAX(Trusted Information Security Assessment Exchange)는 자동차 산업 특화 정보보안 인증으로, 유럽 OEM과의 거래에 필수입니다. ISO 26262는 자동차 기능안전 표준으로, 소프트웨어의 안전 등급(ASIL A~D)에 따라 개발 프로세스의 엄격도가 달라집니다. ASPICE(Automotive Software Process Improvement and Capability Determination)는 자동차 소프트웨어 개발 프로세스의 성숙도를 평가하는 표준입니다. UN R155/R156은 차량 사이버보안과 OTA 업데이트의 규제입니다. 이러한 표준들을 직접 수행하는 것은 전문 엔지니어의 영역이지만, IT PM은 이 표준들이 프로젝트 일정·범위·품질에 미치는 영향을 이해하고 프로젝트 계획에 반영해야 합니다.

이해관계자 관리 측면에서 자동차 IT PM의 복잡도는 일반 IT PM을 크게 초과합니다. 일반 IT 기업의 PM이 주로 IT 개발팀과 비즈니스 부서를 조율하는 데 비해, 자동차 IT PM은 IT 개발팀, R&D(연구개발), 제조(공장), 품

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

질, 구매, 마케팅, 서비스, 글로벌 법인, 딜러, 외부 공급사라는 훨씬 넓은 이해관계자 스펙트럼을 관리해야 합니다. 기아의 경우 여기에 현대오토에버(그룹 IT 자회사), 42dot(SDV 센터), 현대자동차-제네시스(그룹 내 브랜드), 해외 법인 등이 추가되어 이해관계자 맵이 더욱 복잡해집니다.

### 4-5. 고성과 IT PM의 행동 패턴: 영향력의 기술과 실무적 역량

자동차 산업에서 높은 성과를 내는 IT PM의 공통적 행동 패턴을 분석하면, 가장 핵심적인 역량은 'Influence without authority(공식 권한 없이 영향력을 발휘하는 능력)'입니다. IT PM은 프로젝트팀의 직속 상사가 아닌 경우가 대부분이며, 개발자, 디자이너, 현업 담당자, 벤더 인력 등에 대해 공식적인 지시 권한이 없습니다. 그럼에도 이들을 공동의 목표로 이끌고, 갈등을 조율하며, 납기와 품질을 보장해야 합니다. 이를 위해 고성과 IT PM은 세 가지 핵심 행동 패턴을 보입니다.

첫째, 현업 부서의 요구사항과 개발팀의 기술적 제약 사이를 '번역(Translation)'합니다. 현업이 "사용자가 더 편하게 쓸 수 있게 해달라"고 요청할 때, 이를 구체적인 기능 요구사항(User Story)으로 변환하고, 개발팀이 "이건 기술적으로 불가능하다"고 말할 때, 대안을 찾아 현업과 합의점을 도출합니다. 둘째, 글로벌 법인의 현지화 요구와 본사의 표준화 방향을 균형 잡습니다. 예를 들어 유럽 법인은 GDPR 준수를 위해 데이터 저장 구조를 현지에 맞춰야 한다고 요구하고, 본사는 글로벌 통합 플랫폼의 표준 아키텍처를 유지해야 한다고 주장할 때, 양쪽의 요구를 모두 충족시키는 기술적·프로세스적 해법을 찾는 것이 IT PM의 역할입니다. 셋째, 경영진에게 프로젝트 리스크를 적시에 보고하되, 문제만 보고하는 것이 아니라 해결방안을 함께 제시하여 의사결정을 돕습니다.

기술적 역량 외에 기아 IT PM이 갖추어야 할 핵심 소프트 스킬은 세 가지로 정리됩니다. 데이터 리터러시는 AI/ML 프로젝트가 증가하면서 점점 더 중요해지고 있으며, IT PM이 데이터 파이프라인, 모델 학습 주기, 성능 지표를 이해하고 관리할 수 있어야 합니다. 비즈니스 영어는 기아의 글로벌 사업 특성상 해외 법인, 글로벌 벤더, 본사의 외국인 임직원과의 소통에 필수적입니다. 문서화 역량은 IT PM의 기본 중의 기본으로, 프로젝트 헌장, WBS, 리스크 대장, 변경관리 로그, 스테이크홀더 맵, 레슨즈 런드 등의 프로젝트 산출물을 체계적으로 작성·관리하는 능력입니다. PMP 자격증 보유 시 25% 이상의 급여 프리미엄이 있다는 조사 결과는 이 역할의 전문성 수준을 반영합니다.

### 4-6. 면접 준비의 핵심: STAR 기법과 인재상 매핑

면접 준비의 가장 효과적인 방법은 기아 5대 핵심가치와 IT PM 역량을 구체적 경험 사례로 매핑하는 것입니다. STAR(Situation-Task-Action-Result) 기법을 활용하여 각 핵심가치별 최소 2개의 경험 사례를 준비하되, BEI 면접의 3~4단계 꼬리질문에 대비하여 각 사례에 대해 "왜 그렇게 했는지", "다른 방법은 없었는지", "그 결과가 지속되었는지", "다시 한다면 어떻게 할 것인지"까지 깊이 있게 준비해야 합니다.

소통/협력(면접 어필 1위, 49%)에 대해서는 다부서 협업 프로젝트에서 갈등을 조율하고 합의를 이끌어낸 경험을 중심 스토리로 준비합니다. 예를 들어, "서로 다른 목표를 가진 3개 부서가 참여한 프로젝트에서, 각 부서의 우선순위를 조율하여 모두가 납득할 수 있는 프로젝트 스코프를 도출한 경험"이 좋은 사례입니다. 전문성/직무지식(28%)에 대해서는 프로젝트 관리 방법론(Agile, Waterfall, 하이브리드)의 실제 적용 경험, 특정 도구(Jira, Confluence, MS Project 등)의 활용 능력, 그리고 자동차/IT 도메인 지식을 보여줄 수 있는 사례를 준비합니다. 도전정신(9%)에 대해서는 어렵거나 불확실한 상황에서 주도적으로 새로운 접근을 시도한 경험을, 문제해결력(5%)에 대해서는 복잡한 문제를 체계적으로 분석하고 해결한 경험을 준비합니다.

## 📍 제4장 전략적 시사점 및 면접 활용 포인트

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

이 장에서 도출된 가장 핵심적인 합격 전략은 세 가지입니다. 첫째, 면접의 중심 스토리는 반드시 "소통·협업"에 관한 것이어야 합니다. 49%라는 압도적 데이터가 이를 뒷받침합니다. 개인의 뛰어난 능력보다 팀 프로젝트에서 다른 사람들과 어떻게 협업하여 성과를 냈는지를 강조해야 합니다. 둘째, BEI 면접의 꼬리질문에 대비하여 각 경험을 3~4단계 깊이까지 준비해야 합니다. 모호하거나 과장된 답변은 반드시 드러나며, 구체적이고 솔직한 경험 기반 답변이 높은 점수를 받습니다. 셋째, 자동차 산업 IT의 특수성(V-Model과 Agile의 하이브리드, TISAX/ISO 26262 등 자동차 특화 표준, 광범위한 이해관계자 구조)에 대한 이해를 보여주면 일반 IT PM 지원자와 차별화됩니다. "업무 완성도와 납기일 중 무엇이 더 중요한가?"라는 기출 질문에 대해서는, "양자택일이 아니라 Quality Gate 기반 의사결정 프로세스를 통해 품질과 일정의 균형을 잡는 것이 IT PM의 핵심 역할이며, 리스크의 조기 식별과 투명한 커뮤니케이션을 통해 이해관계자와 함께 최적의 의사결정을 내리는 것이 중요하다"는 방향으로 답변하면 좋습니다.

### 제5장. 직무 분석: 기아 IT Project Manager의 역할과 성장 경로

#### 5-1. 채용 공고 핵심 분석: 2026 상반기 신입 채용의 맥락

이번 채용(jasoseol.com/recruit/103363)은 2026 상반기 기아 신입 채용으로, IT PM을 포함한 41개 직무에서 인재를 모집합니다. 접수 기간은 2026년 4월 1일부터 13일까지이며, 근무지는 서울특별시 서초구 양재동에 위치한 기아 본사입니다. 전형 절차는 지원서 접수→역량검사/서류전형→1차 면접→2차 면접→채용검진→최종합격의 순서로 진행되며, 일부 IT 직무의 경우 코딩테스트가 추가될 수 있다는 점이 특기할 만합니다.

함께 모집되는 IT 직무 라인업을 보면 기아의 디지털 역량 확충 방향을 읽을 수 있습니다. IT PM 외에 Data Scientist, Machine Learning Engineer, Mobile Developer, Solution Architect(ERP FI/CO), SDV 전략 기획, IT 보안, 클라우드 엔지니어 등이 동시 채용됩니다. 이는 기아가 데이터/AI, 모바일 앱, 엔터프라이즈 시스템, SDV, 보안, 클라우드라는 IT의 전 영역에서 인력을 확충하고 있음을 보여줍니다. IT PM 지원자는 이 전체 맥락을 이해하고, 자신이 이 조직의 어떤 부분에서 가치를 창출할 수 있는지를 명확히 제시해야 합니다.

2026년 신입 채용의 시장 맥락도 중요합니다. 현대차그룹은 SDV 전환을 위해 그룹 차원에서 IT/SW 인력을 대폭 확충하고 있으며, 특히 경력직뿐 아니라 신입 채용에서도 IT 직무 비중을 크게 늘리고 있습니다. 이는 자동차 산업의 IT 인재 수요가 구조적으로 증가하고 있음을 의미하며, IT PM을 지망하는 신입 지원자에게는 좋은 시장 환경입니다. 다만 경쟁률도 높아지고 있으므로, 산업 이해도와 직무 전문성을 갖춘 차별화된 지원이 필요합니다.

#### 5-2. IT PM의 3대 업무 트랙: 디지털채널, 제조IT, ICT기획

기아 IT PM의 역할은 크게 세 가지 트랙으로 구분되며, 각 트랙별로 다른 전문성과 역량이 요구됩니다. 지원자는 이 세 트랙 중 자신의 강점과 관심에 맞는 트랙을 선택하여 면접에서 구체적으로 어필하는 것이 효과적입니다.

첫 번째 트랙은 디지털 고객채널 PM입니다. 이 트랙의 IT PM은 현대차, 기아, 제네시스의 App/Web 디지털 채널의 구축, 운영, 글로벌 전개를 주관합니다. 구체적으로 기아원앱의 기획→디자인→개발→QA→배포 전 과정을 리딩하며, 글로벌 판매 지역별 통합 앱 운영 방향을 기획하고 관리합니다. 이 트랙은 모바일 앱 개발 프로세스(iOS/Android), UX/UI 디자인 원칙, A/B 테스트, 앱 스토어 배포 관리, 사용자 분석(Firebase, Mixpanel 등), 그리고 각 시장별 규제(GDPR, CCPA 등)에 대한 이해가 필요합니다. 기아원앱은 차량 구매부터 이용·관리까지

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

전 과정을 하나의 플랫폼으로 통합하는 것을 목표로 하므로, IT PM은 고객여정(Customer Journey) 전체를 조망하는 시각이 필요합니다.

이 트랙의 일상적 업무 사례를 구체적으로 살펴보면, 월요일 아침에는 주간 Sprint 계획 회의에서 이번 스프린트에 개발할 기능의 우선순위를 조율합니다. 마케팅팀은 프로모션 기능의 긴급 추가를 요청하고, 보안팀은 보안 패치의 우선 적용을 주장하며, UX팀은 사용성 개선 작업의 지속을 원합니다. IT PM은 이 세 가지 요구를 프로젝트 백로그에서 정리하고, 비즈니스 임팩트와 기술적 의존성을 고려하여 최적의 스프린트 계획을 수립합니다. 수요일에는 유럽 법인과 정기 협의체에서 GDPR 준수를 위한 데이터 처리 변경 요청을 논의하고, 목요일에는 현대오트모버 개발팀과의 기술 리뷰 미팅에서 진척 상황을 확인하며, 금요일에는 주간 보고서를 작성하여 팀장과 경영진에게 프로젝트 상태를 공유합니다.

두 번째 트랙은 생산/제조 IT PM입니다. 이 트랙의 IT PM은 국내 생산공장(오토랜드 — 화성, 광주, 소하리)의 MES(Manufacturing Execution System), 제조품질 IT, 스마트팩토리 관련 시스템의 기획, 개선, 운영을 담당합니다. 구체적으로 공장 라인별 MES의 신규 기능 추가·성능 개선, IoT 센서 데이터 수집·분석 시스템 구축, AI 기반 품질 검사 자동화, 디지털 트윈 적용, 공장별 수평 전개(한 공장에서 성공한 시스템을 다른 공장에 확산) 등을 관리합니다. 이 트랙은 제조업 도메인 지식(생산 공정, 품질 관리, 공급망 관리), OT(Operational Technology)와 IT의 융합, 실시간 시스템의 가용성 관리, 공장 현장 인력과의 소통 능력이 핵심 역량입니다.

생산/제조 IT PM의 구체적 업무 사례로, 화성 EVO Plant(PBV 전용 공장)에 신규 MES를 도입하는 프로젝트를 들 수 있습니다. PV5 양산 라인의 모듈형 생산 특성(5가지 시트 모듈을 동일 라인에서 생산)에 맞는 MES 커스터마이징이 필요하며, 이를 위해 생산기술팀, 품질팀, 현대오트모버 개발팀, MES 벤더와의 긴밀한 협업이 필수적입니다. IT PM은 요구사항 정의서(RFP) 작성, 벤더 선정 및 계약 관리, 개발 일정 관리(WBS, 간트 차트), UAT(User Acceptance Test) 계획 및 실행, 고투라이브(Go-Live) 체크리스트 관리, 운영 안정화 지원까지의 전 과정을 주관합니다.

세 번째 트랙은 ICT 관리/기획 PM입니다. 이 트랙의 IT PM은 전사 ICT 자원(예산, 인력, 자산)의 효율적 배분과 활용을 분석·관리하며, 전사 IT 시스템의 서비스 수준(SLA)을 관리하고, 연간 IT 사업 계획을 수립합니다. 이 역할은 개별 프로젝트의 관리보다 프로그램/포트폴리오 관리에 가까우며, IT 거버넌스의 설계와 운영, IT 투자 ROI 분석, 벤더 관리 정책 수립, IT 보안 정책 수립 등의 전략적 업무를 포함합니다. 이 트랙은 IT 전략, 재무/회계 기초, 벤더 관리, 리스크 관리에 대한 넓은 시야가 필요합니다.

### 5-3. 핵심 업무 프로세스의 상세 분석: 시간 축에 따른 IT PM의 하루, 한 달, 1년

IT PM의 업무를 시간 축으로 상세히 정리하면 직무의 실체를 구체적으로 이해할 수 있습니다.

일간 업무의 핵심은 프로젝트 진척률 모니터링, 이슈와 리스크의 도출 및 대응, 그리고 개발팀과 현업 간의 소통 허브 역할입니다. 아침에는 Jira/Confluence 등 프로젝트 관리 도구에서 전날의 진척 사항과 새로운 이슈를 확인하고, 데일리 스크럼(Daily Scrum) 미팅에서 팀원들의 작업 상황을 파악합니다. 오전 중에는 현업 부서와의 요구사항 협의, 디자인 리뷰, 기술적 의사결정 지원 등의 미팅이 이어지며, 오후에는 문서 작업(프로젝트 계획서 업데이트, 이슈 로그 정리, 보고서 작성), 벤더 협의, 글로벌 법인과 시차를 고려한 원격 회의 등이 진행됩니다. 운영 중인 시스템에 장애가 발생하면 긴급 대응 모드로 전환하여, 장애 원인 파악→영향 범위 분석→대응 조율→경영진 보고→근본원인 분석(RCA)→재발 방지 조치의 프로세스를 주도합니다.

주간/격주 업무로는 국내외 유관부문 정기 협의체 운영이 핵심입니다. 기아 IT PM은 해외 법인과 시스템 전개 협의, 현대오트모버와의 개발 진척 리뷰, 현업 부서와의 정기 요구사항 조율 미팅 등 다양한 정기 협의체를 운영

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

합니다. 프로젝트 산출물(설계 문서, 테스트 결과, 배포 계획 등)의 검토와 승인도 주간 단위로 이루어지며, 보안 프로세스 점검(코드 리뷰 결과 확인, 취약점 스캔 결과 검토 등)도 정기적으로 수행합니다.

월간 업무는 운영현황 및 계획 리포팅, 개선/신규 요청사항의 검토 및 추진관리, 경영진 보고가 중심입니다. 월간 운영 리포트에는 프로젝트 진척률, SLA 달성률, 이슈/리스크 현황, 예산 집행 현황, 다음 달 주요 마일스톤 등이 포함됩니다. 현업 부서에서 올라오는 새로운 시스템 개선 요청이나 신규 개발 요청을 비즈니스 임팩트, 기술적 타당성, 투입 공수, 우선순위 등을 평가하여 추진 여부를 결정하는 것도 월간 단위의 핵심 업무입니다.

연간 업무로는 프로젝트 계획 수립 및 예산 편성이 가장 큰 비중을 차지합니다. 매년 하반기에 다음 연도의 IT 사업 계획을 수립하며, 이 과정에서 신규 프로젝트 발굴, 기존 시스템 운영/개선 계획, 투자 예산 산정, 인력 계획(내부/외주) 수립 등이 이루어집니다. 글로벌 시스템 전개 로드맵도 연간 단위로 수립되며, 어떤 시스템을 어떤 순서로 어느 해외 법인에 전개할 것인지를 장기 계획을 세웁니다. 연말에는 성과 평가(프로젝트 목표 달성도, KPI 달성률, 개인 역량 성장 등)가 이루어지며, 이를 기반으로 차기 연도의 목표가 설정됩니다.

### 5-4. 이해관계자 맵의 구체적 분석: 기아 IT PM이 협업하는 모든 관계의 지도

기아 IT PM은 자동차 OEM 특유의 광범위한 이해관계자 네트워크의 교차점에 위치합니다. 이 이해관계자 맵을 구체적으로 이해하는 것이 직무 수행의 핵심입니다.

내부 이해관계자는 크게 여섯 개 그룹으로 분류됩니다. 첫째, 현업 부서(사업/마케팅/서비스)는 IT 시스템의 최종 사용자이자 요구사항 제공자입니다. 이들은 "고객이 원하는 기능을 빨리 구현해달라"는 비즈니스 관점의 요구를 하며, IT PM은 이 요구를 기술적으로 실현 가능한 형태로 변환해야 합니다. 둘째, 디자인팀은 앱/웹의 UI/UX를 담당하며, 브랜드 가이드라인(Opposites United 디자인 철학)과의 일관성을 유지하는 것이 핵심입니다. 셋째, 개발팀은 내부 개발 인력과 현대오토에버 파견 인력이 혼합되어 있으며, IT PM은 이 혼합 조직의 효과적 운영을 담당합니다. 넷째, QA팀은 시스템의 품질 보증을 담당하며, 특히 차량 연동 시스템의 경우 안전 관련 테스트의 엄격한 프로세스를 관리해야 합니다. 다섯째, ICT 기획팀은 전사 IT 전략과의 정렬을 담당하며, 개별 프로젝트가 전사 IT 로드맵에 부합하는지를 검토합니다. 여섯째, 경영진은 프로젝트의 최종 승인 권한을 가지며, IT PM은 정기적으로 프로젝트 상태를 보고하고 주요 의사결정 포인트에서 경영진의 판단을 구합니다.

외부 이해관계자로는 현대오토에버가 가장 중요합니다. 현대오토에버는 기아 IT 프로젝트의 상당 부분을 개발·운영하는 그룹 IT 자회사로, "고객사이자 그룹 계열사"라는 특수한 관계 속에서 협업합니다. 외부 SI 벤더(삼성 SDS, LG CNS 등)는 특정 프로젝트에서 전문 역량을 제공하며, IT PM은 벤더 선정(RFP/RFI), 계약 관리, SLA 관리, 품질 관리의 역할을 수행합니다. 클라우드 사업자(AWS, Azure)는 인프라 파트너로, 특히 커넥티드 서비스의 스케일링과 비용 최적화에서 긴밀한 협력이 필요합니다. 해외 법인과 딜러사는 글로벌 시스템 전개의 대상이자 현지 요구사항의 원천입니다. 현대자동차와 제네시스는 그룹 내 공동 플랫폼(플레오스 등)의 협력사로, 브랜드 간 공통 시스템과 브랜드별 고유 시스템의 경계를 관리하는 것이 과제입니다.

이 복합적 이해관계자 구조 속에서 IT PM의 핵심 가치는 '번역자(Translator)'와 '오케스트라 지휘자(Orchestrator)' 역할입니다. 기술 언어와 비즈니스 언어를 번역하고, 본사 전략과 현지 요구를 조율하며, 내부 역량과 외부 자원을 최적으로 조합하여 프로젝트 목표를 달성하는 것이 IT PM의 존재 이유입니다.

### 5-5. 대표적 업무 시나리오 5가지: IT PM의 실무를 체감하는 가상 워크플로우

시나리오 1은 기아 글로벌 고객앱 신규 기능 출시 프로젝트입니다. 배경은 기아원애플에 충전소 예약 기능을 추가하는 것으로, 유럽·북미·아시아 10개국에 순차 배포해야 합니다. IT PM의 역할은 먼저 고객경험팀으로부터 요구

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

사항을 수집하고, 이를 기술 스코핑하여 현대오토에버 개발팀과 개발 범위·일정·비용을 협의합니다. UX팀과의 디자인 리뷰, 충전 인프라 파트너사(차지비, SK시그넷 등)와의 API 연동 협의, 보안팀과의 결제 기능 보안 검토를 병행합니다. 개발 진행 중에는 2주 단위 스프린트 리뷰, 마일스톤별 품질 검증(QA), 성능 테스트(동시 접속 부하 테스트)를 관리합니다. 배포 단계에서는 글로벌 10개국의 현지 규제(결제 관련 법률, 데이터 보호법), 언어, 충전 인프라 파트너를 고려한 현지화와 순차 배포 계획을 수립·실행합니다. 배포 후에는 30일간 운영 안정화 모니터링(크래시율, 사용자 피드백, 서버 성능)을 수행합니다.

시나리오 2는 글로벌 웹사이트 UX 리뉴얼 프로젝트입니다. 기아 글로벌 웹사이트의 디자인과 UX를 전면 리뉴얼하면서, 온라인 차량 구매 기능(Buy Online)을 강화하는 프로젝트입니다. IT PM은 국내외 마케팅팀, 해외 법인, UX 디자인팀, 개발팀(현대오토에버 + 외부 에이전시)의 정기 협의체를 운영하며, WBS(Work Breakdown Structure) 기반의 체계적 일정 관리를 수행합니다. 특히 해외 법인별로 다른 판매 프로세스(일부 국가는 온라인 직접 판매, 일부는 딜러 연결)에 맞는 현지화가 핵심 과제이며, GDPR/CCPA 등 개인정보 보호 규정 준수를 위한 보안 아키텍처 검토도 프로젝트 마일스톤에 포함됩니다.

시나리오 3은 스마트팩토리 MES 고도화 프로젝트입니다. 화성 오토랜드의 기존 MES에 IoT 센서 데이터 실시간 연동, AI 기반 품질 예측 모델, 디지털 트윈 시각화 기능을 추가하는 프로젝트입니다. IT PM은 생산기술팀(공정 전문가), 품질팀, 현대오토에버 개발팀, IoT 센서 벤더, AI 솔루션 벤더 간의 복잡한 조율을 담당합니다. 공장은 24시간 가동되므로 시스템 배포는 비생산 시간(주말, 점검일)에 이루어져야 하며, 장애 발생 시 생산 라인 중단으로 직결되므로 롤백 계획이 필수적입니다. 프로젝트 성공 후에는 광주, 소하리 등 다른 공장으로의 수평 전개를 위한 표준화 작업을 진행합니다.

시나리오 4는 커넥티드카 서비스 장애 대응 시나리오입니다. 금요일 오후 5시, 기아 커넥트 서비스의 원격 시동 기능에서 대규모 장애가 발생합니다. IT PM은 즉시 War Room을 구성하여 개발팀(현대오토에버), 인프라팀(클라우드), 서비스 운영팀을 소집합니다. 장애 원인이 AWS 리전의 일시적 장애인지, 애플리케이션 버그인지, 트래픽 급증인지를 빠르게 파악하고, 영향 범위(어떤 차종, 어떤 지역, 몇 명의 사용자가 영향 받는지)를 분석합니다. 경영진에게 첫 번째 상황 보고를 30분 이내에 하고, 이후 1시간 간격으로 업데이트합니다. 장애 복구 후에는 근본 원인 분석(RCA) 보고서를 작성하고, 재발 방지를 위한 시스템 개선 사항을 백로그에 추가합니다.

시나리오 5는 PBV Fleet Management System 구축 프로젝트입니다. PV5 양산 개시에 맞춰 B2B 고객사(우버, 쿠팡 등)가 차량을 효율적으로 관제·운영할 수 있는 통합 관리 플랫폼을 구축하는 프로젝트입니다. IT PM은 B2B 사업팀으로부터 고객사 요구사항을 수집하고(각 고객사마다 필요한 기능이 다름), 이를 플랫폼의 공통 기능과 고객사별 커스터마이징 기능으로 구분합니다. 차량 텔레매틱스 데이터 수집(위치, 배터리 잔량, 주행거리, 적재 상태 등), 경로 최적화 알고리즘, 충전 스케줄링, 정비 예약 자동화, 운행 리포트 대시보드 등의 기능을 개발팀과 협의하여 우선순위를 정하고 단계적으로 배포합니다. 이 프로젝트는 기아의 PBV 사업 성공의 핵심 인프라이므로 경영진의 관심이 매우 높으며, IT PM은 정기적인 경영진 보고와 데모를 통해 프로젝트 진행 상황을 가시화해야 합니다.

### 5-6. 성과 지표(KPI)와 평가 포인트: IT PM이 어떻게 평가받는가

기아 IT PM의 핵심 성과지표(KPI)는 프로젝트의 성격에 따라 다르지만, 공통적으로 적용되는 지표를 정리하면 다음과 같습니다.

프로젝트 납기 준수율은 가장 기본적인 KPI로, 계획된 마일스톤과 최종 납기를 얼마나 정확하게 지키는지를 측정합니다. 예산 집행 적정성은 승인된 예산 대비 실제 지출의 편차를 관리하는 것으로, 예산 초과뿐 아니라 과소

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

집행(예산을 쓰지 못한 것)도 부정적으로 평가됩니다. 시스템 가용성(SLA 준수)은 운영 중인 시스템의 가동률을 나타내며, 기아 커넥트 서비스 같은 고객 향 서비스는 99.9% 이상의 가용성이 요구됩니다. 사용자 만족도(NPS/CSAT)는 시스템의 최종 사용자(내부 현업 또는 외부 고객)의 만족도를 측정하는 지표입니다. 글로벌 전개 완료율은 계획된 해외 법인 배포 일정의 준수 여부를 나타냅니다. 이슈 해결 속도는 발생한 이슈를 얼마나 빠르게 해결하는지를 측정하며, 특히 P1(최고 심각도) 이슈의 MTTR(Mean Time To Resolution)이 중요합니다.

이러한 정량적 KPI 외에 정성적 평가도 중요합니다. 이해관계자 만족도(프로젝트에 참여한 현업 부서, 개발팀, 경영진의 IT PM에 대한 평가), 리더십 역량(팀원 동기부여, 갈등 관리, 의사결정 품질), 성장 마인드셋(새로운 기술·방법론 학습, 자격증 취득, 사내 교육 이수) 등이 정성적 평가 항목입니다.

### 5-7. 커리어 성장 경로와 역량 개발: IT PM의 장기적 커리어 비전

기아 IT PM의 커리어 패스는 G1(매니저)→G2→G3→G4(책임매니저)→임원으로 이어지며, 2년차 이상부터 개방형 승진이 가능합니다. 기아는 연공서열이 아닌 성과 기반 승진 체계를 운영하며, 우수한 성과를 보이는 인재는 빠르게 승진할 수 있습니다.

사내 경력 개발 제도도 잘 갖춰져 있습니다. Career Move 플랫폼을 통해 원하는 커리어를 설계할 수 있고, OJM(Open Job Market)으로 같은 회사 내 다른 부문으로의 이동이 가능합니다. 예를 들어 디지털채널 PM으로 시작하여 3~4년 경험을 쌓은 후, SDV 관련 부서나 PBV 사업 부서로 이동하여 도메인을 확장할 수 있습니다. OXM은 신사업 인턴 경험 프로그램으로, 로보틱스, AAM(도심항공교통), 에너지 서비스 등 기아의 미래사업 영역을 단기간 체험할 수 있습니다. 글로벌 성장 기회로는 단기파견(3~6개월), GEP(Global Exchange Program, 해외 법인과 인력 교환), 해외 주재원(2~3년) 제도가 있으며, IT PM은 글로벌 시스템 전개 역할 특성상 해외 파견 기회가 상대적으로 많은 편입니다.

IT PM으로서 집중해야 할 역량 개발 영역은 다섯 가지입니다. PMP(Project Management Professional) 자격증은 IT PM의 기본 자격으로, 글로벌 표준 프로젝트 관리 지식체계(PMBOK)에 대한 이해를 증명합니다. PMI-ACP(Agile Certified Practitioner)는 Agile 프로젝트 관리 역량을 증명하는 자격증으로, SDV 시대의 IT PM에게 점점 더 중요해지고 있습니다. SAFe Agilist 인증은 대규모 조직에서의 Agile 적용(Scaled Agile Framework)에 대한 전문성을 보여줍니다. ASPICE/ISO 26262 등 자동차 특화 프로세스 학습은 자동차 IT PM으로서의 도메인 전문성을 차별화하는 요소입니다. AI/ML 프로젝트 PM 역량(데이터 리터러시, AI 윤리, MLOps 기초)은 자동차 산업에서 AI 적용이 확대되면서 점점 더 필요해지는 영역입니다.

### 📍 제5장 전략적 시사점 및 면접 활용 포인트

IT PM 직무의 본질을 한 문장으로 압축하면, "기술과 비즈니스, 본사와 글로벌, 내부와 외부를 연결하는 허브"입니다. 면접에서는 이 연결 역할의 구체적 사례를 준비하되, 기아의 현재 전략적 맥락과 연결시켜야 합니다. 신입 지원자라면 다음 세 가지 유형의 경험 사례를 STAR 기법으로 준비하는 것이 핵심입니다. 첫째, 프로젝트에서 다양한 이해관계자의 상충되는 요구를 조율한 경험(소통/협력 역량 어필). 둘째, 일정 지연이나 품질 이슈 등의 리스크를 사전에 감지하고 대응한 경험(문제해결 역량 어필). 셋째, 글로벌/다문화 환경에서 협업한 경험 또는 기술적으로 새로운 영역에 도전한 경험(도전정신/글로벌 마인드 어필).

코딩테스트 가능성에도 대비해야 합니다. 기아의 일부 IT 직무에서 코딩테스트가 진행될 수 있으므로, 기본적인 프로그래밍 역량(Python, SQL 등)을 준비해두는 것이 안전합니다. IT PM에게 요구되는 코딩 수준은 개발자만큼 깊지 않지만, 코드를 읽고 이해하며, 간단한 데이터 분석이나 자동화 스크립트를 작성할 수 있는 수준이 기대됩니다.

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

마지막으로, "기아가 향후 나아가야 할 사업 방향"이라는 실제 기출 질문에 대해서는, 이 보고서에서 분석한 SDV·PBV·AI의 3축 전략과 IT PM의 역할을 연결하는 답변을 미리 구조화해두면 강력한 차별화가 됩니다. 예를 들어, "기아는 전동화와 PBV로 양적 성장을 확보했고, SDV와 AI로 질적 전환을 추진 중이며, 이 세 축의 교차점에서 IT PM은 디지털 고객경험의 통합(기아원애플), PBV 서비스 플랫폼의 구축(Fleet Management), SDV 소프트웨어의 품질 관리(OTA 업데이트)라는 구체적 역할을 통해 기아의 미래 경쟁력에 직접 기여할 수 있습니다"라는 논리를 전개하면 직무 이해도, 전략적 사고력, 지원 동기를 동시에 보여줄 수 있습니다.

### 참고 레퍼런스 (References)

1. **IEA Global EV Outlook 2025** — <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2025/trends-in-electric-car-markets-2>
2. **MarketsandMarkets SDV 시장 보고서** — <https://www.globenewswire.com/news-release/2025/02/27/3034023/0/en/Software-Defined-Vehicle-SDV-Market-Research-2025-Global-Forecast-to-2030>
3. **S&P Global 자동차 산업 전망** — <https://www.spglobal.com/automotive-insights/en/blogs/2025-light-vehicle-production-forecast>
4. **Fortune Business Insights SDV 시장** — <https://www.fortunebusinessinsights.com/software-defined-vehicle-market-111596>
5. **Business Wire SDV Architecture 리포트** — <https://www.businesswire.com/news/home/20250616808676/en/Software-Defined-Vehicle-SDV-Architecture-Market-2025-2035>
6. **PwC SDV 인사이트** — <https://www.pwc.com/kr/ko/insights/industry-focus/software-defined-vehicles.html>
7. **S&P Global 플레오스 분석** — <https://www.spglobal.com/automotive-insights/en/blogs/2025/04/hyundai-pleos-software-launch-shifts-mobility-game>
8. **Dassault Systèmes 자동차 트렌드** — <https://blog.3ds.com/ko/industries/transportation-mobility/7-trends-automobile-industry-2024/>
9. **기아 2024년 실적 발표(IR)** — <https://www.kianewscenter.com/news/kia-announces-2024-annual-and-fourth-quarter-business-results/s/86216536-bcc4-4436-a0ac-6e03d0e82b63>
10. **기아 2025년 실적 발표** — <https://www.ieyenews.com/kia-announces-2025-annual-and-fourth-quarter-business-results/>
11. **기아 2025년 1분기 실적** — <https://www.kianewscenter.com/news/global-news/kia-announces-2025-first-quarter-business-results/s/e3d374e9-7b06-46cf-be1d-50aa688c1496>
12. **2025 CEO Investor Day(Plan S**

## 심층 분석 보고서: 기아-IT Project Manager

---

- 2030) — <https://www.kiamedia.com/us/en/media/pressreleases/23078/2025-kia-ceo-investor-day-kia-to-strengthen-growth-engine-through-launch-of-new-ev-pbv-and-pickup-mo>
13. 기아 CEO Investor Day 보도자료 — <https://www.prnewswire.com/news-releases/kia-announces-strengthened-growth-engine-strategy-at-2025-ceo-investor-day-302424287.html>
14. 현대차그룹 SDV 전략 포럼 — <https://www.hyundaimotorgroup.com/en/live/unlock-the-software-age>
15. 기아 2026 전략 주주총회 — <https://econmingle.com/economy/kia-2026-strategy-ev-pbv-sdv-shareholders-meeti/>
16. 기아 PBV PV5 양산 — <https://www.autospy.net/free/18235>
17. 기아 미국 관세 대응 전략 — <https://carstrucksroads.com/kia-reshapes-us-sales-strategy/>
18. WardsAuto 기아 2025 실적 — <https://www.wardsauto.com/news/kia-fy2025-earnings-net-profit-decline-tariffs/811299/>
19. Korea Times 기아 관세 영향 — <https://www.koreatimes.co.kr/business/companies/20260128/us-tariff-pressure-drags-down-kias-2025-earnings>
20. 기아 조직문화 공식 페이지 — <https://worldwide.kia.com/kr/company/sustainability/employees-support/organization>
21. 기아 인재상 분석(링크리어) — [https://community.linkareer.com/employment\\_data/4161463](https://community.linkareer.com/employment_data/4161463)
22. 기아 면접 합격후기(링크리어) — [https://community.linkareer.com/employment\\_data/4251066](https://community.linkareer.com/employment_data/4251066)
23. 캐치 기아 면접후기 220건 — <https://www.catch.co.kr/Comp/InterviewReview/380911>
24. 현대차그룹 SDV ccOS 개발 — <https://www.hyundaimotorgroup.com/ko/story/CONT0000000000016049>
25. 현대오트모터 SDV 수혜 — <https://www.news2day.co.kr/article/20241126500121>
26. 아시아경제 현대차 SDV 미래 — <https://www.asiae.co.kr/article/2025090812261627040>
27. CleanTechnica 미국 EV 시장점유율 — <https://cleantechnica.com/2026/02/04/tesla-had-46-of-us-ev-market-in-2025-down-from-49-in-2024-gm-13-ford-7/>
28. Bloomberg 중국 EV 글로벌 확장 — <https://www.bloomberg.com/graphics/2025-china-ev-byd-global-price-cuts/>
29. VW CARIAD 전략 변경 — <https://ev.com/news/volkswagen-scales-back-cariads-role-turns-to-rivian-and-xpeng-for-software-development>

30. 한국자동차산업협동조합 산업전망 — <https://kaica.or.kr/contribute/1377>