



숙명여자대학교 PR학회

PRoFEEL

X

동국대학교 광고홍보학회

AD!S

숙대 X 동대 교류사업 PRO!S 2021. 09. 07 ~ 2021. 09. 28 매주 화요일

협찬 제안서

숙명여자대학교 PR학회 PROFEEL

PROFEEL



PR을 느끼다, PROFEEL!

PROFEEL은 PR에 대한 열정이 가득한 홍보광고학과를 위한 PR학회로, '이성의 PR과 감성의 FEEL이 만나 PR을 느끼다' 라는 의미를 가지고 있습니다.

프로필 학회원들은 매주 학회 활동 시간을 통해 PR에 대한 다양한 활동들을 진행하며 전문성 있는 미래의 PR전문가가 되기 위한 노력을 기울이고 있습니다.

프로필의 주요 활동으로는 '브랜드 재기획', 'PR케이스 탐구'와 학회원들 앞에서 발표하는 '미디어 모니터링' 등이 있습니다. 또한, 매주 사회적 이슈들에 대한 카드뉴스를 제작하고, 매년 홍보과 광고에 관심이 있는 여고생들을 위한 <고교생 PRAD 캠프>를 광고학회 애드벌룬과 함께 기획하며, 전반적인 프로그램을 총괄하고 있습니다. 홍보광고학과의 가장 큰 행사 <PRAD WEEK>에서는 컨셉과 관련된 캠페인을 직접 기획 및 진행하여 그 전체적인 과정을 담은 학술전시회를 개최합니다.

동국대학교 광고홍보학회 AD!S



AD!S는 '광고란 무엇인가에 대한 질문을 던지고 그에 대한 답을 찾아가자'라는 뜻을 담고 있습니다.

AD!S는 광고에 대한 이론적, 경험적 탐구를 기반으로 광고홍보인으로서의 발전과 성장을 추구하는 동국대학교 광고홍보학과 학회입니다.

이론 중심으로 구성된 학교 커리큘럼에서 배우기 힘든 것들을 학회 안에서 전달하여 발전된 광고홍보인으로 성장시키는 것이 AD!S의 목표입니다. 학회 내에서 PPT, 포토샵 등의 기본적인 툴 교육과 매달 정기교육을 진행합니다. 월별 정기교육의 목표는 1년 후 학회원들이 하나의 완성된 기획서를 작성할 수 있도록 하는 것입니다. 정기교육에서는 경쟁PT, 통시적 광고분석, 스피치 교육 등을 통해 광고홍보인으로서의 성장을 추구합니다.

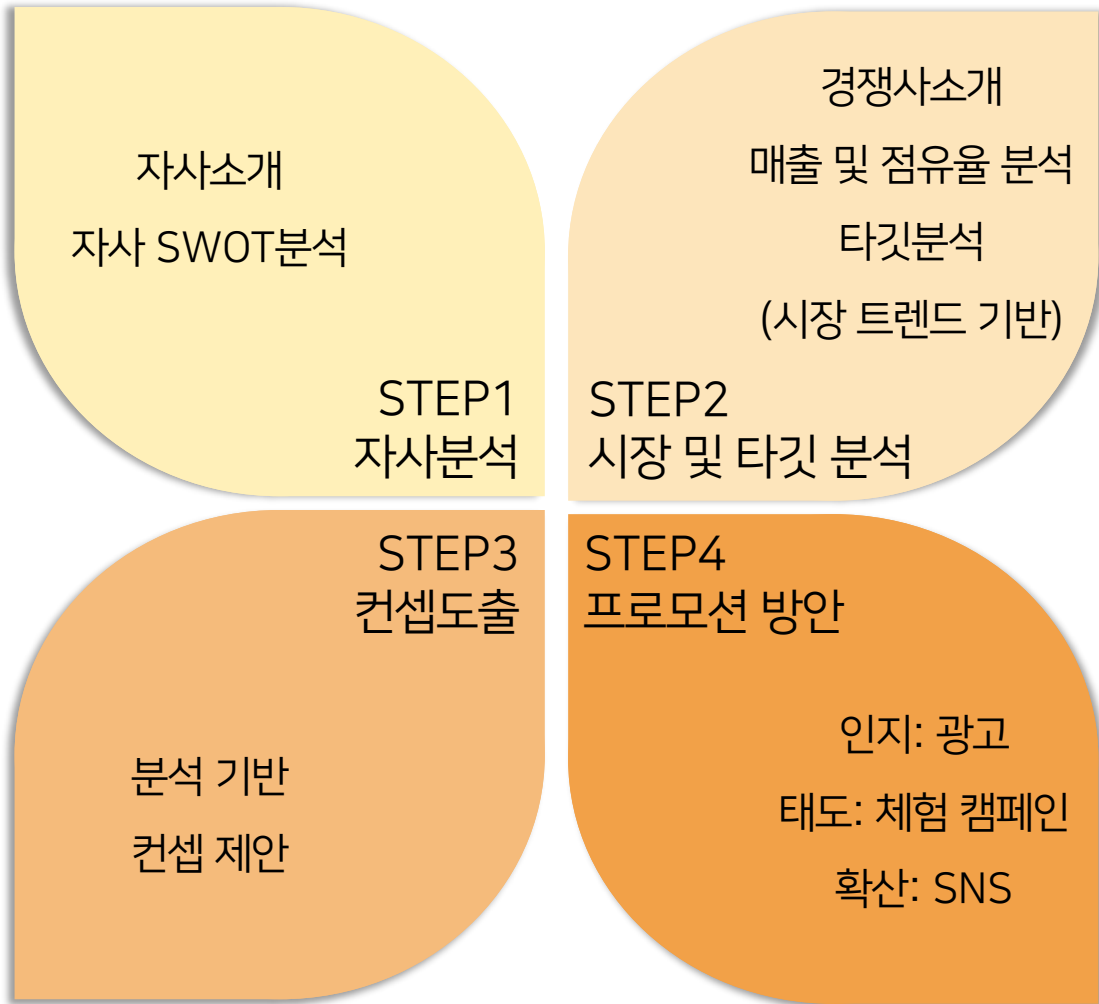


PRO!S는 숙명여자대학교 홍보광고학과의 홍보학회 POoFEEL과 동국대학교 광고홍보학과의 광고홍보학회 AD!S의 세 번째 교류사업입니다.

PRO!S는 두 학회 이름의 합성어로, '**프로는 ~이다**'라는 뜻입니다. 'Pro is'는 '프로는 나다!'라는 자신감을 전달하여 학회원들이 적극적으로 본인들의 역량을 발휘하여 최상의 결과를 끌어내자는 의미를 담고 있습니다.

교류사업은 두 학회가 함께 실제 브랜드를 대상으로 브랜드 재기획을 진행함으로써 협력과 경쟁 모두에 숙련된 학회원으로 성장시키는 것을 목표로 하고 있습니다. 광고 위주의 학회인 AD!S와 홍보 위주의 학회인 PRoFEEL이 만나 교류하며 광고 및 홍보에 대한 지식을 쌓고 이론 그 이상의 경험을 얻을 수 있을 것입니다.

귀사에서 제시하는 **브랜드 이미지나 타겟층을 반영한 과제를 수행**하고 실무자의 피드백을 받음으로써 학회원들이 실무와 가장 유사한 교육을 접하게 하고자 기업 협찬을 요청하기로 하였습니다.



저희가 기획한 두 학회의 주요 활동내용은 **브랜드 재기획**입니다.

이 사업을 통해 우리의 시각으로 새롭게 브랜드를 바라보고 컨셉을 제안하여 최선의 프로모션 방안을 제안해보려 합니다. 이론에서만 배웠던 브랜드 재기획 과정을 직접 적용해 보며 학회의 목적인 '교육'을 경험을 통해 실현하려 합니다. 뿐만 아니라 컨셉을 제안하고 프로모션안을 기획하는 과정에서 학회원들은 자신의 창의력을 발휘할 것입니다.

브랜드 재기획 발표 형식은 '**경쟁PT**'로 정하였습니다.

긍정적인 경쟁 구도를 형성하여

최종 기획서의 퀄리티를 높이고자 합니다.

귀사와 결과물을 공유하여 기업은 다양한 가능성을 확인하고

귀사의 피드백이 있다면 학회원의 성장까지

기대할 수 있을 것으로 예상됩니다.

2019 PRO!S 협찬사



동아오츠카 데미소다

PRO!S 우수작
'데미를 장식하다'
실제 광고 집행



NE 능률 토마토 토익

PRO!S 우수팀
본사 방문 및
여름 프로모션
기획 피드백

2020 PRO!S 협찬사



여성용품 전문 브랜드 청담소녀

PRO!S 우수팀 프로모션
기획 실제 집행 고려 중

숙대 & 동대 역대 협찬사



< 첫 번째 교류 >

PRO!S 소개와 함께 이 교류사업의
목적과 활동에 대해 설명하고,

교류사업 소개

첫 만남의 어색함을 풀기 위해
아이스 브레이킹 시간을 가질 계획입니다.

아이스 브레이킹

각 학회 소개

AD!S와 PRoFEEL 두 학회원이
처음 만나는 자리인 만큼
각 학회의 PT를 통해 서로의
이해도를 높이는 시간입니다.

팀 배정

AD!S와 PRoFEEL 두 학회원들을 섞어서
5~6명으로 팀을 배정한 후에

과제 제시

기업이 제시해주는 브랜드 목표와
함께 과제를 알리고
경쟁PT 준비를 시작합니다.

< 두 번째 교류 >

각조의 진행 상황을
백지 PPT 형식으로 발표하는
시간을 가집니다.
중간 점검 (중간 발표)

팀별 회의

팀별 회의는 개별적으로
이루어지기도 하지만,
원활한 진행을 위해
공식적인 회의 시간을 진행합니다.

INDEX

- 상황 분석
- 시장분석(자사, 타사 분석)
- 문제점 도출
- 타겟층 선정과 이유
- 콘셉트 제안
- 실행 방안(영상, 인쇄, 프로모션)
- 기대효과

상황분석

- 햄버거 프랜차이즈 시장 대표 3사의 아침메뉴 도입
- 1인 가구 증가 & 아침식사 시장 증가

1인 가구는 물론 새벽 출근 직장인 급증 - 아침식사 시장 광명 치열 경쟁
→ 국내 아침식사 시장은 최근 5년간 11% 성장했다.
2009년 7000억에 불과했던 시장 규모는 현재 (2014) 1조원에 달함.

시장분석 -타사분석(햄버거 프랜차이즈 점 외)

원킨도서스

투썸플레이스

샌드위치부터 켈레드, 베이커리, 스프 등 다 양한 식사대를 제공하는 보급

부족물류 치즈 스프, 달콤한 워니 간종약 스프를 포함 지아벤티와 함께 제공하는 메뉴 배 뉴를 선보임

→간단하게 아침 식사 대응으로도 손쉽게 즐길 수 있도록 함.

백지 PPT 예시입니다.

참고사진: 2020 PROIS 교류사업 최종 발표

< 세 번째 교류 >

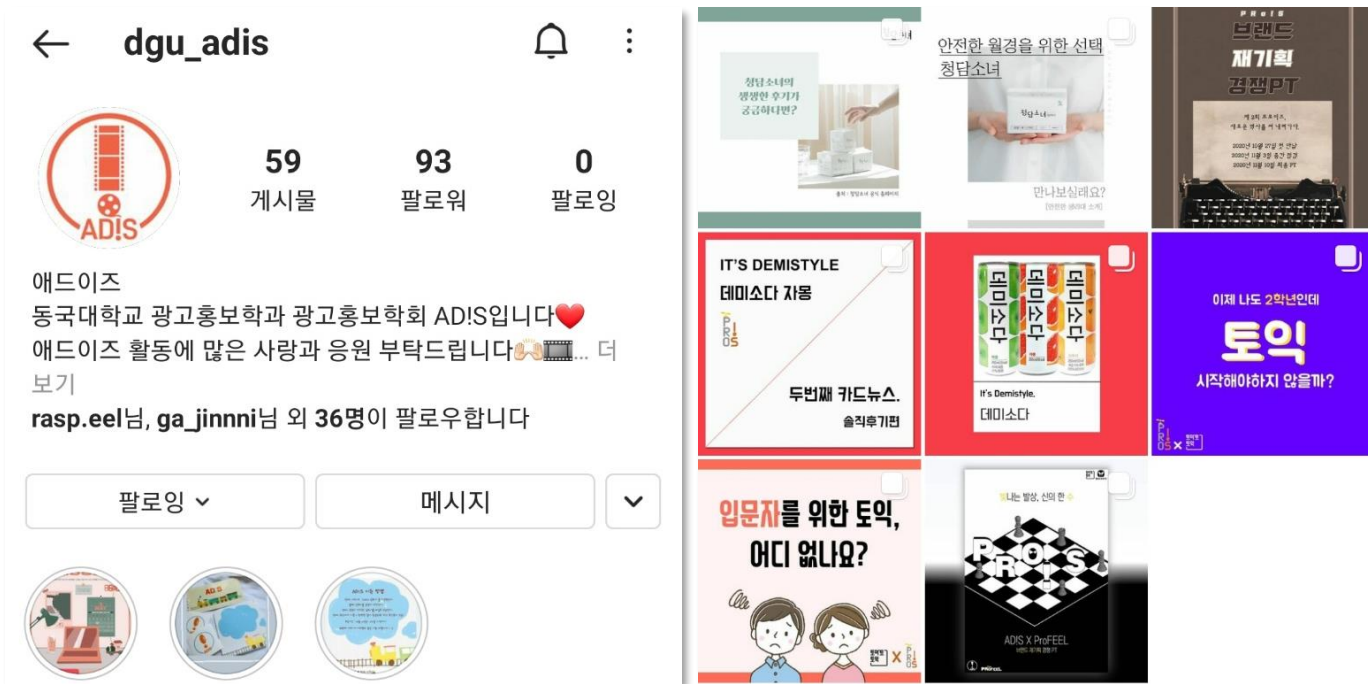


최종 발표

모든 팀의 최종 발표가 진행되는 날입니다.

PROIS의 모든 학회원들이 피드백을 주고 받아 서로의 관점을 공유하며 긍정적인 영향을 받을 수 있습니다. 또한 기업 실무자 분들을 초청하여 직접 피드백을 받음으로써 이론에 그치지 않고 실무적인 경험을 쌓을 수 있을 것입니다.

공식 SNS에 협찬 브랜드 및 제품 소개



페이스북 페이지, 인스타그램 등의
각 학회에서 운영하는 공식 SNS가 있습니다.

이 계정에 게시물을 업로드하면
과거 활동했던 학회원들을 비롯해
학회에 소속되어 있지 않은 학과인들,
각 학과에 관심있는 수험생들
여러 사람들에게 도달할 수 있습니다.

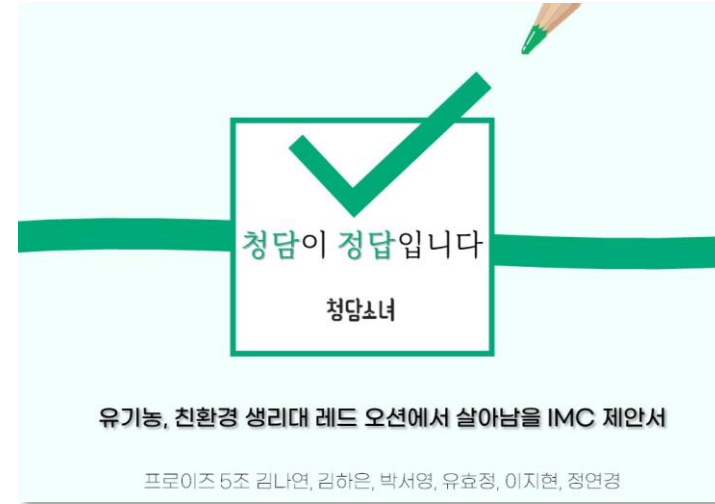
ADIS와 PRO!S의 학회 공식 SNS

협찬 브랜드와 제품은 **PRO!S의 다양한 채널에**
소개되어 학생들은 물론 게시물을 보는
불특정 다수에 **브랜드 노출 효과**를 기대할 수 있습니다.

경쟁 PT



2019 협찬 기업 <동아오츠카 데미소다>
PRO!S 우수작 '데미를 장식하다' 실제 광고 집행



2020 협찬 기업 청담코퍼레이션 <청담소녀>
PRO!S 1등작 PPT 中

PRO!S의 메인 프로그램은 **브랜드 재기획 경쟁PT** 입니다. 참가자들은 팀별로 브랜드에 대한 자료조사를 통해 브랜드의 새로운 컨셉을 기획하고, 그에 따른 프로모션 아이디어를 고안한 후 기획서를 작성하여 발표합니다.

교류사업이 끝난 이후 기획서를 받아볼 수 있고,
20대 대학생들이 생각하는 귀사의 이미지에 대해 알 수 있습니다.

교류사업 곳곳에 브랜드 로고 삽입



2017, 2018, 2019년 숙명여대 홍보광고학과 고교생 PRAD 캠프

PRO!S의 다양한 프로그램에서 브랜드 로고를 **적극적으로 노출**합니다.

현수막, 포스터, 명찰, POP 이름표, 일정표 등에 브랜드 로고를 삽입할 예정입니다.

교류사업 곳곳에 **반복노출** 하고 싶어요

이러한 **반복노출**을 통해
대학생들을 비롯한 교류사업 프로그램과 관련한 분들이
귀사에 대해 **긍정적으로 인식**할 수 있도록 유도합니다.

귀사의 교류사업 프로그램에 대한 반복노출을 통해 대학생들을 비롯한 교류사업 프로그램과 관련한 분들이 귀사에 대해 긍정적으로 인식할 수 있도록 유도합니다.

SNS 바이럴



참고사진: 2018년 숙명여대
홍보광고학과 고교생 PRAD 캠프

약 4주 간의 교류사업 PRO!S가 진행되는 동안
협찬사 브랜드와 함께 찍은 사진과 브랜드 관련 해시태그 등을 삽입하여
지속적으로 학회원들의 SNS 계정에 게시글을 업로드할 예정입니다.

또한 메인 프로그램 경쟁PT가 끝난 후,
기획서의 핵심 페이지들로 구성하여 협찬사 브랜드에 대한 간단한 소개와
함께 SNS에 후기를 작성할 예정입니다.

SNS 마케팅



20대들의 SNS 사용 빈도가 높아 귀사의 브랜드는
SNS를 통한 바이럴 효과를 기대할 수 있습니다.



숙명여자대학교 PR학회

PRoFEEL

X

동국대학교 광고홍보학회

AD!S

숙대 X 동대 교류사업 PRO!S 2021. 09. 07 ~ 2021. 09. 28 매주 화요일

**본 협찬 제안서를 읽어 주셔서 감사합니다.
귀사와 좋은 인연을 맺길 바랍니다.**