

# 한국외국어대학교 경영전략학회 MAST

Management Association For Strategic Thinking

E. president.mast@gmail.com



# CONTENTS

01 산학협력 제안

02 학회 소개

03 성과

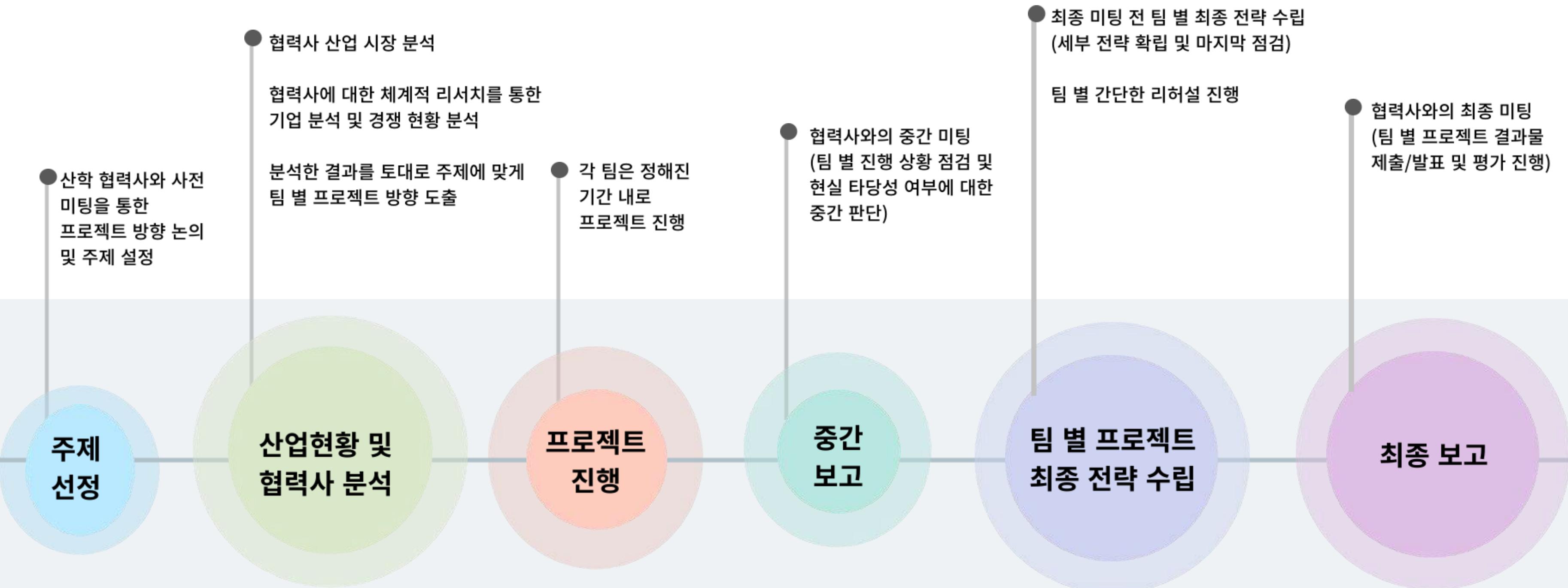
04 커리큘럼

05 학회원 소개

---

# 01 산학협력 제안

# 산학협력 진행 Step



# 산학협력 기대효과



# 산학협력 예시



세븐일레븐

에스콰이어

10만 회원을 달성하기 위해서는  
게스의 주 고객층인 2030 여성을 타겟팅해야 합니다

2020 게스 신규 가입자 현황

출처 : 게스코리아

2030 여성 회원은 전체 회원 중 약 53.8%를 차지합니다

게스 브랜드 모토

SEXY YOUNG ADVENTUROUS

래플은 단기적인 회원가입 수 증대에 효과적인 방법입니다

카시나 래플 사례

래플 효과

5000켤레 한정 운동화  
50:1 이상의 경쟁률 기록

이틀간 진행된 래플 행사에  
250,000명 이상의 소비자 참여

회원가입을 한 소비자들만 래플에 참여할 수 있습니다

게스 콜라보 제품을 자사몰 단독 래플 형식으로 판매한다면 단기간에  
폭발적인 회원가입을 유도할 수 있습니다

페이지뷰가 일정수준 이상 누적되었다면,  
적절한 타이밍에 회원가입 팝업을 노출시켜야 합니다

타사 사례

w wonderbra

페이지와 컨버전율

페이지	컨버전율 (%)
4-5페이지 이상	42%
즉시	7%

출처: 보란지

비회원 방문자가 페이지를  
4-5페이지 이상 보았을 때 회원가입 팝업 노출한 경우와  
즉시 팝업 노출한 경우의 컨버전율을 비교

> 4-5페이지 이상 페이지를 보았을 때의 컨버전율이  
즉시 팝업 노출한 경우의 컨버전율을 비고

게스 도입

회원가입 이벤트

할인쿠폰 지급

3,000 7,000

기타: GUESS 회원가입 팝업창에서

매력적인 상품을 선정 후 제품의 명확한 가격, 할인 폭, 상품명을 제시해  
트래픽을 증대하고자 합니다

명확한 할인 가격을 명시해 둔 타사의 사례

KWANI 특가 기획전 Bags Up To 50 %

비교를 위해 제작된 홍보 이미지

제품별 할인 가격을 명시해 둔 콤비 인스타그램 콘텐츠

출처: 콤비 FGI 조사

20대 소비자들의 입장에서 제품을  
선택할 때 제품과 가격을 동시에  
제공하지 않아서 '걍, 빨리 접두' 심리라는  
심리 있어 좋아요. 풍자인(28)

Up to 20% 할인으로 구매를 유도하는 것은 너무  
정확해요. 확실한 제품명과 가격을 명시해  
면 보다 편리하기 텐데요. 정파랑(28)

제품을 놓친 후 바로 홈페이지나 오픈마켓이나  
온라인 쇼핑몰에 들어가면 저도 제품을  
보고 싶어요. 전 뉴욕 브리지 위에서 그는 제품을  
보고 구매할 수 있었던 것 같아요.  
여기까지!

## 프로젝트 과제

자사몰 회원 수 일정 수준 달성 전략

## 과제 개요

- 회원가입 요인 분석
- 소비자 타겟팅 및 소비 트렌드 분석
- 회원가입 요인과 타겟을 토대로 한  
전략 제시

## 과제 산출물

- 회원가입 요인에 따른 전략 제시
- 주 소비자를 타겟으로 한 효과적인  
마케팅 방법 도출
- 타사의 사례를 바탕으로 한 전략 구체화

# 산학협력 예시

게스코리아

7-ELEVEN

에스콰이어

당 점포는 아침식사 서비스 제공을 했을 때, 경쟁우위가 있다고 판단했습니다

	서브웨이	이디아커피	컴포즈커피	롯데리아	스타벅스	당 점포
접근성	4점 / 8점	4점 / 8점	4점 / 8점	2점 / 8점	6점 / 8점	8점 / 8점
운영시간	2점 / 5점	3점 / 5점	3점 / 5점	5점 / 5점	4점 / 5점	5점 / 5점
메뉴의 다양성	3점 / 5점	3점 / 5점	2점 / 5점	4점 / 5점	3점 / 5점	4점 / 5점
가격	2점 / 5점	3점 / 5점	4점 / 5점	3점 / 5점	1점 / 5점	4점 / 5점
총점	11점	13점	13점	14점	14점	<< 21점

\* 접근성은 알포아이파크 / 원룸촌을 기준으로 계산  
\*\* 타겟 소비자에게 접근성이 중요하다는 점을 고려, 접근성은 8점 만점으로 계산

## 세부전략 1) APP 예약 & 픽업 매대 운영

앱으로 예약하고 바쁜 출근길에 빨리 가져갈 수 있도록  
평일 아침 시간(7-11시)에만 일시적으로 픽업 매대 운영

APP을 통해 전날 저녁까지 예약 & 결제  
30분 간격으로 픽업 시간 선택 (7시-11시 사이)

매장 내 예약 물품 전용매대 운영  
어플 QR 인증 → 주문 내역 바로 픽업

세븐일레븐 매장 내  
예상 픽업 소요 시간  
**약 3-4분**



PROMOTION – 매장 내부: 객단가 향상을 위한 안주 & 주류 프로모션 강화



주류별 안주 추천 리스트 포스터를 붙이고 주류 옆에 어울리는 안주를 추천하는 스티커를 부착하여 소비자의 구매를 유도하여 객단가 향상

PLACE – 안주코너 신설, 매장 진열방식 변경

경쟁사 분석



## 프로젝트 과제

특정 점포의 매출 증대 전략 고안

## 과제 개요

- 외부 환경과 내부 역량 분석을 통한 타겟 소비자 설정
- 전사적 역량과 당 점포의 특수한 SWOT 을 고려한 전략 도출
- 소비자 동향을 고려한 판촉 전략 수립

## 과제 산출물

- 세븐 일레븐의 전사적 역량과 당 점포의 특수성을 고려한 전략 도출
- 소비자의 특성을 시간대별로 분류하여 구체적인 전략 수립

# 산학협력 예시

게스코리아

세븐일레븐

ESQUIRE

**01 상황분석**

취향 있는 남성들을 위한 지적인 바이블, ESQUIRE는 No. 1 남성지의 명성을 이어가고 있습니다.

남성 패션 잡지 부문 발행부수 1위

잡지 3사 매월 발행부수  
출처: 2021 Media Kit

지면	ESQUIRE	GQ	ARENA
8만 부	8만 부	6만 부	5만 부

높은 소득과 충성장을 가진 독자층

콘텐츠 이용 빈도  
출처: 2021 Media Kit

주요 독자층  
[ 평균 연령 31세 ]  
[ 소득 6000만원 이상 45% ]

**03 과제설정**

따라서, 주요 타겟은 미래에 하이엔드 라이프스타일을 누리고 싶은 Z세대 남성입니다

당장의 구매력과 여유는 없지만, 미래에는 하이엔드 라이프스타일을 누리고자 하는  
무분별한 온라인 정보에 지쳐, 믿을 수 있는 협선된 정보를 원하는  
다양한 라이프스타일을 접하면서 친파 나만의 취향을 알아가고자 하는  
하이엔드 라이프스타일을 새롭게 접해보고 싶은데, 어디서부터 어떻게 시작해야 될지 모르는

Z세대 남성

**MAST**

커뮤니케이션 전략

영상광고: '당신의 안목을 위해'

인자

영상광고를 통해 ESQUIRE가 유행에 휩쓸리지 않고 자신만의 안목을 걸러줄 수 있다는 핵심 메시지를 전달합니다.

거울을 보고 옷 매무새를  
가다듬는 패션 모델 남성

카메라를 바로 응시하고 잠자리를  
닫으며 "명품도 다 같은 명품이  
아니야"

분위기 좋은 카페에 암아 커피를  
마시고 있는 남성

카메라를 응시하며 "카페도 다  
같은 카페는 아니지"

11월호 스우파 인터뷰를 읽고 있는 위에 있는 카페라를 보며 "유행도 다  
화면 살펴본 후에 남성이 모두 "너가  
될 줄 알았어"라고 선택했으면 좋겠어"  
20대 초반 남성 대학생을 위에서  
비추는 카메라

백지 상태의 에스콰이어를  
비추며 "당신의 안목을 위해"  
글귀 플로즈업

제작 참조: YOUTUBE, 영화관

**MAST**

커뮤니케이션 전략

'ESQUIRE의 감각: 안목, 오감을 넘어'

경험

4 Style ESQUIRE 플리마켓

실행방안

✓ 스탠알리스트의 실제 매장품과 브랜드 협찬품을  
구경하고 구매할 수 있는 기회를 제공합니다.

기획 의도 및 기대 효과

✓ 그들의 취향을 보고 '나만의 감각'을 적극적으로  
밀해우고자 하는 Z세대를 단것으로 합니다.

✓ 자신의 취향에 맞는 물건을 발견하는  
'예상치 못한 즐거움'을 경험할 수 있습니다.

코티 가방  
600,000원 → 150,000원  
[ 코티 가방은 기존 가격 40% ]

[ESQUIRE  
'당신의 안목은?']  
[플리마켓 사용 예시]

## 프로젝트 과제

### ESQUIRE 프린트 매체 포지셔닝 및 차별화 방안

#### 과제 개요

- 잡지 시장 축소 상황 및 당사의 강점 분석
- 기존의 홍보 방식 외 고객 유입 방법 필요성 제고
- 잠재적 소비자 특성을 바탕으로 서비스 구체화

#### 과제 산출물

- Z세대의 특징을 고려한 마케팅 방법 포착
- 마케팅 방법/예상 효과 구체화
- 실제 서비스 상황을 가정해 예상되는 금액/기간 파악

---

## 02 학회 소개

# 지도교수 소개



## 권석균 교수님

Prof.Seok-gyun, Kwon

前 한국외대 경영대학장  
現 안랩 이사회 회장

## MAST

는 틀에 박하고 박제화된 지식만으로는 어떤 기업도  
적응하기 어려운 경영 환경 속에서,

'전략적 사고 능력'이라는 기업의 요구를 읽어낸 학생들이 스스로 설립한  
자발적, 자율적 조직입니다

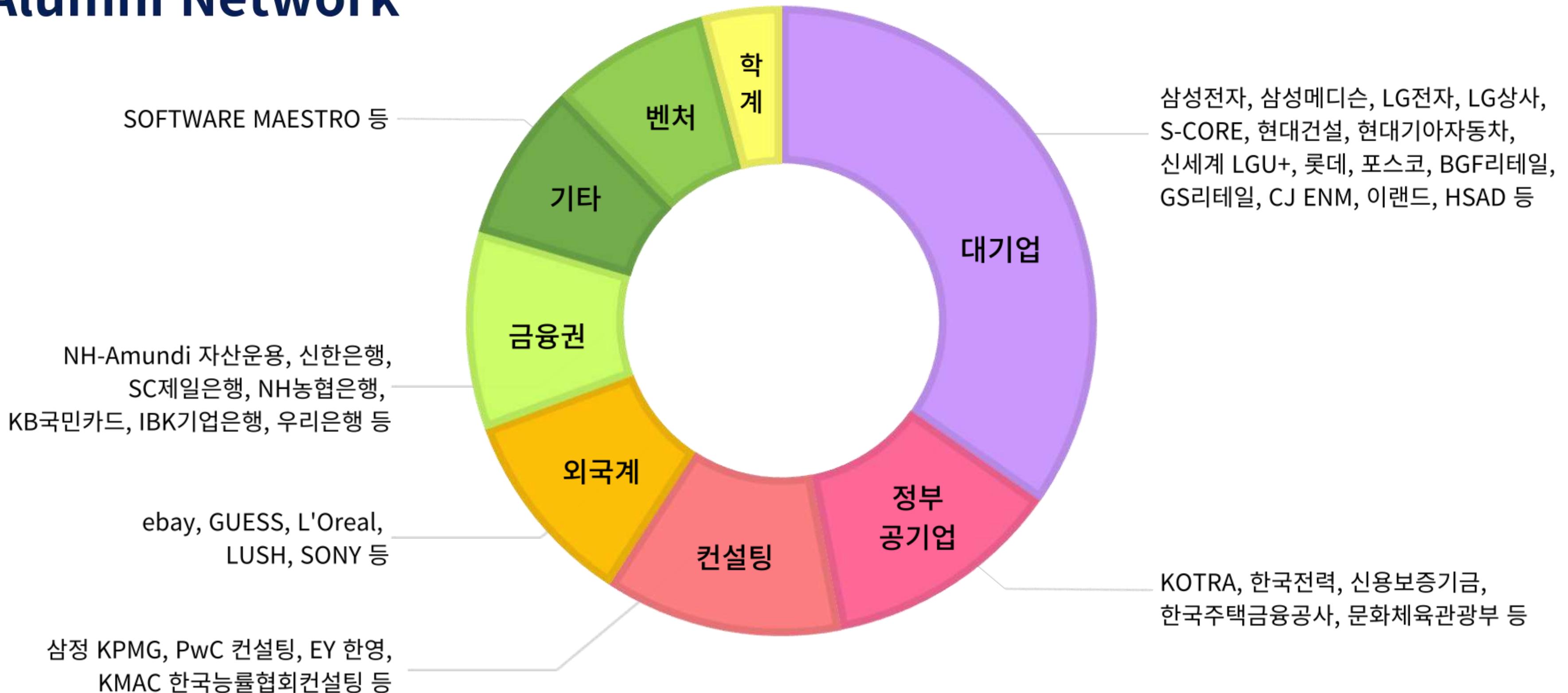
### 학력

서울대학교 경영학과 졸업 (경영학사)  
서울대학교 대학원 졸업 (경영학석사, 인사/조직 전공)  
University of Minnesota 박사과정 졸업 (경영학박사, 조직/전략 전공)

### 경력

1995 - 현재	한국외대 교수	2007 - 2009	한국학술진흥재단 Program Manager
1999 - 2003	휴넷 사외이사	2008 - 2010	행정안전부 역량평가위원
2000 - 2000	기획예산처 정부공공기금 평가단	2010 - 2013	서울지방노동위원회 공익위원
2000 - 2005	크리에티즌 이사	2011 - 2013	한국경영학회 부회장
2001 - 2002	한국외대 세계경영대학원 교학부장	2011 - 2014	한국경영학회 통일경영연구포럼위원장
2002 - 2002	미네소타대학교 방문교수(Visiting scholar)	2012 - 2013	한국인사조직학회 회장
2006 - 2008	중앙인사위원회 역량평가위원	2012 - 현재	안랩 이사회 회장

# Alumni Network



국내외 대기업, 금융, 컨설팅 등 사회 각 분야에 진출한 Alumni들은 매주 정기적으로 Session에 참석해 실제 산업 현장에서 쌓은 귀중한 경험들을 전해주는 등 MAST에 지속적인 애정을 보이며 끈끈한 Network를 이어오고 있습니다.

---

# 03 성과

# 산학협력 History

2011



## LG 유플러스

LTE 신규 광고 사업 모델 및 모바일 AD 광고포털 비즈니스 모델 제안  
'Ding Dong' 어플리케이션 활성화를 위한 마케팅 전략 수립

2012



## De Chocolate Coffe &

인터파크 HM 'De Chocolate Coffe &' 브랜드 포지셔닝 전략 수립  
고객 충성도 향상, 고객 유지, 창출 및 SNS 마케팅 활용 방안 제안



## LG 유플러스

자사 매체를 활용한 일본 광고 시장 진출 전략 수립  
보상형 광고 상품 활성화 방안 제안

2013



## SM 엔터테인먼트

국내외 Entertainment 미디어 시장 분석  
SM엔터테인먼트 뉴 미디어 시장 중장기 전략 수립



## GENIC

화장품 산업 분석을 바탕으로 한 기업 Identity 재설정  
브랜드 차별화, 홍보 방안 및 프로모션 전략 제안

2014



## Summoners Entertainment

교과서 산업 현황 및 시장 동향 분석  
증강현실기술(Augmented Reality) 활용 교과서 사업 제안



## 원더플레이스

자사 매체를 활용한 일본 광고 시장 진출 전략 수립  
보상형 광고 상품 활성화 방안 제안

2015



## 샐러드마스터

브랜드 이미지 강화 및 컨설팅 교육시스템 개혁 전략 수립



## 주민기숙사주택협동조합

인지도 향상 전략 및 성장 전략 수립

2016



### KT Genie Music

FGI 등 각종 기법을 활용한 인지도 및 어플리케이션 접근성 향상 전략 수립

화해

화해의 효과적 오프라인 마케팅 전략 수립

2017



### 포텐샵

삼양라면 광고 기획



### 로레알 파리

채용설명회 홍보 방안 제안

2018



### KT

산학협력 및 고감도 공모전(대학생 마케팅 공모전)



### 한국타이어

산학협력 및 T'station.com 공모전

2019



### SKT

단말기 유통 구조 개선 방안 연구



### Dolobox

제품 원가 절감 방안 도출

고객 retention rate 개선 방안 도출

2020

### 세븐일레븐

세븐일레븐 매출 증대 전략



2021

### 게스코리아

게스코리아 자사몰 유입 전략



2022

### 넥슨

바람의 나라 제휴 마케팅 및 Z세대 마케팅 방안



### Ellexi

B2C 신규서비스 및 마케팅 방안



### 에듀윌

에듀윌 공무원 브랜딩 및 홍보전략 수립  
교육시장 신규 아이템 발굴 및 사업화 전략



### 저스트코

코로나 시대의 공유 경제 전략



### 코스모폴리탄

코스모폴리탄 온오프 프로모션 전략



### 세븐일레븐

세븐일레븐 1위 도약 경영 전략



### 현대백화점면세점

모바일 기반 트래픽 및 매출 확대를 위한 fun 요소 기획  
오프라인 고객 쇼핑 경험 개선 위한 멤버십 제도 기획

# 산학협력 산출물

## 현대백화점면세점

4. 소비자 분석 및 타겟팅

자사의 강약점을 고려하였을 때, 새로운 브랜드를 탐색할 의향이 열려 있고 직관적 혜택에 반응하는 '무심형 소비자'를 1차 타겟팅 하는 게 유리할 것으로 판단되며, 세부 근거는 이후 장표에서 이어짐.

**타겟 고객 설정**

자사 강약점	타겟 고객 설정
강점	(높다) (특정 브랜드 재구매율)
약점	(적다) (온라인 면세점 이용 횟수)

**무심형 면세점에 투입**

필요가 생기다면 온라인 면세점을 사용할 가능성이 열려 있고, 단기적/직관적인 혜택 위주로 반응하므로 자사 상황에 적합한 타겟팅

Source) 7

## 넥슨

바린이들을 위한 콘텐츠 준비  
비밀동기 4기 모집 기념 '시기적 이벤트'

제휴 상품 준비 시전해외 게임 내 세부 콘텐츠 보상방법 이후 콘텐츠 확장

게임 잘하는 사람들? 부럽지가 않아.

게임을 못하는 사람들도 성실히 참여만 한다면 기존유저들과 동등한 위치에서 상품을 받아갈 수 있도록 게임 내 세부 콘텐츠 구성. 겹린이들이 쉽고 재밌게 사람들을 소통해가며 게임을 지속적으로 플레이하는 경험을 주고자 함.

**게임 내 세부 콘텐츠 개요**

1. 바린이들과 베벌집이들이 협동하여 정해진 몬스터 사냥 할당량을 채운다.
2. 할당량이 채워지면 10분 내로 특성별이 이벤트용 특별 몬스터가 출현한다.
3. 몬스터를 20분 내로 죽이면 해당 몬스터에 따른 제휴 상품이 열리고, 실패하면 열리지 않는다.
4. 몬스터 죽이기에 성공하면 몬스터를 잡는다 일조한 모든 유저들에게 토큰 1개 or 게임 아이템을 지급한다.

MAST 27

## 코스모폴리탄

MZ세대는 낯설侮을 통해 평소에 하기 힘든 경험을 소비하고 싶어함

**낯설侮 = 낯선 경험이 주는 설령**

시작하기 어려웠던 에코라이프 경험

낯선 장소가 주는 설령, 차박 캠핑

#용기내서 용기내 쏘카타고 차박 캠핑 Wheepling

차는 없지만 차를 통한 여행을 하고 싶어하는 MZ 세대에게 차박용 차량 렌트 서비스가 인기

#용기내챌린지를 비롯한 제로웨이스트 라이프스타일의 확산

차박과 에코라이프는 MZ세대의 호기심과 경험욕구를 충족하는 낯설侮 문화로 자리하고 있음

8

- 모바일 기반 트래픽 및 매출 확대를 위한 fun 요소 기획
- 자사 및 경쟁사의 온라인 콘텐츠 심층 비교 분석
- 심리적으로 가까운 온라인 면세점으로의 도약 전략 제시

- 넥슨의 A게임을 대상으로 제휴 마케팅 기획 (25-35세 타겟)
- A게임의 고착화된 부정적 이미지 탈피 방안 도출
- 창의적이고 트렌디한 제휴 콘텐츠 제안

- 위드코로나 시대 속 코스모폴리탄의 신규 구독자 유입 및 충성 고객화 전략 도출
- 자사만의 가치를 정의내리고 그에 걸맞은 온오프라인 홍보안 제시

# 공모전/수상 산출물

2021

- 제 10회 한국외대 better world 아이디어 공작소 우수상
- 통영 농협 비대면 시대 온라인 쇼핑몰 활성화를 위한 대학생 아이디어 경진대회 대상
- 2021 신한금융투자 ISA 마케팅 공모전 마케팅 아이디어 부문 입선

2020

- 제 16회 경영혁신 연구논문 및 사례연구 대학(원)생 공모전 최우수상

2019

- 2019년 한국외대 경영대학 공모전 우수상, 장려상
- 대한경영학회 추계통합학술대회 대학생경진대회 우수상
- 아카데미쿠스 학술제 우수상

2018

- 제 10회 KT 대학생 마케팅 공모전 ‘고감도’ 최우수상, 우수상, 입선
- 한국타이어 T'Station.com 공모전 장려상
- 아카데미쿠스 학술제 우수상
- 한국외대 경영대학 공모전 1위

2016

- 2016년 전국 대학(원)생 말산업 아이디어 공모전 1위

2014

- LOTTE 아이디어 공모전 은상

2013

- 노무라 종합연구소 경영전략 공모전 입선
- LG U+ 아이디어 공모전 최우수, 우수
- Asian Students' Venture Forum 입상
- Smart Internet Business 공모전 입상
- 한국생산성본부 전략기획스쿨 Competition 3위
- LOTTE 아이디어 공모전 은상
- 미래창조과학부 DB매쉬업 공모전 입상

2012

- KMAC 기업경영 아이디어 공모전 우수

# 공모전/수상 산출물

## 신한금융투자 ISA 마케팅 공모전 입선

The slide has a blue header bar with tabs: 현황분석, 분석도표, 인사이트, 전략제안, and 전략도표. The main content area has a white background with a blue border. It features a large blue arrow pointing right. Text at the top left says "노력이 효과적으로 달으려면..." and "MZ세대에게 어필할 기회를 얻기 위해 기존고리를 끊어내고 신한으로 새롭게 연결되도록 만들어야 합니다". Below this is a diagram showing two paths from "새로운 소비자 여정 유도" to "신한으로 차별성 활용". The left path, labeled "인지" and "고려", shows "증권계좌 만들면 어떤가?" and "증권계좌는 어디로?" leading to "정보를 찾으면서 본식체험까?". The right path, labeled "인식" and "선택", shows "여러우니까 길게 탐색하지 말자" leading to "1. 잘 모르니까 자연에게 물어보자" and "2. 제일 먼저도 높은 곳으로 선택하자". A blue arrow points from the right path to the text "결정완료!". At the bottom left is a blue icon with a question mark and the text "HOW? 정보를 찾게 유도하고 소통하여 신한금융투자의 차별성을 강조해야 합니다".

- 증권계 중요 고객 기반으로 자리잡은 MZ세대를 겨냥한 브랜드 커뮤니케이션 방안
- MZ세대와 소통할 수 있는 채널 홍보를 통한 신한금융투자의 차별성을 강조함으로써 자사의 새로운 브랜드 컨셉을 제시

## 통영농협 비대면 온라인 쇼핑몰 아이디어 경진대회 대상

The slide has a blue header bar with tabs: 기존현황분석, 서비스소개, 시장진입전략, 사업화전략, and 파급효과. The main content area has a white background with a blue border. It features a large blue arrow pointing down. Text at the top center says "또한 통영한끼는 기존의 홈쇼핑과 라이브커머스의 불편함을 덜어줄 수 있습니다". Below this are two boxes: "**<기존 홈쇼핑의 한계>**" (left) and "**<기존 라이브 커머스의 한계>**" (right). The left box shows a sad face icon and text: "스튜디오 방송 위주 / 일방향적 소통". The right box shows a happy face icon and text: "개인 호스트에 의존한 일회성 방송". A blue arrow points from the right box to the text "그러나 통영한끼는!". Below these are two more boxes: "통영 현지 활용으로 더욱 현장감 넘치는 라이브 커머스 진행" (left) and "단발성 이벤트가 아닌 통영 농협이 지속적으로 방송 진행" (right). At the bottom left is a blue icon with a question mark and the text "HOW? 통영한끼는 정보를 찾으면서 본식체험까?".

- 수산물을 직접 보고 살 수 있는 수산물 라이브 커머스 플랫폼 제안
- 통영농협만의 '유통구조', '현지와의 거리', '품목 관리'적 장점과 쇼핑 트렌드를 결합한 '통영한끼' 서비스 도출

## 북적북적

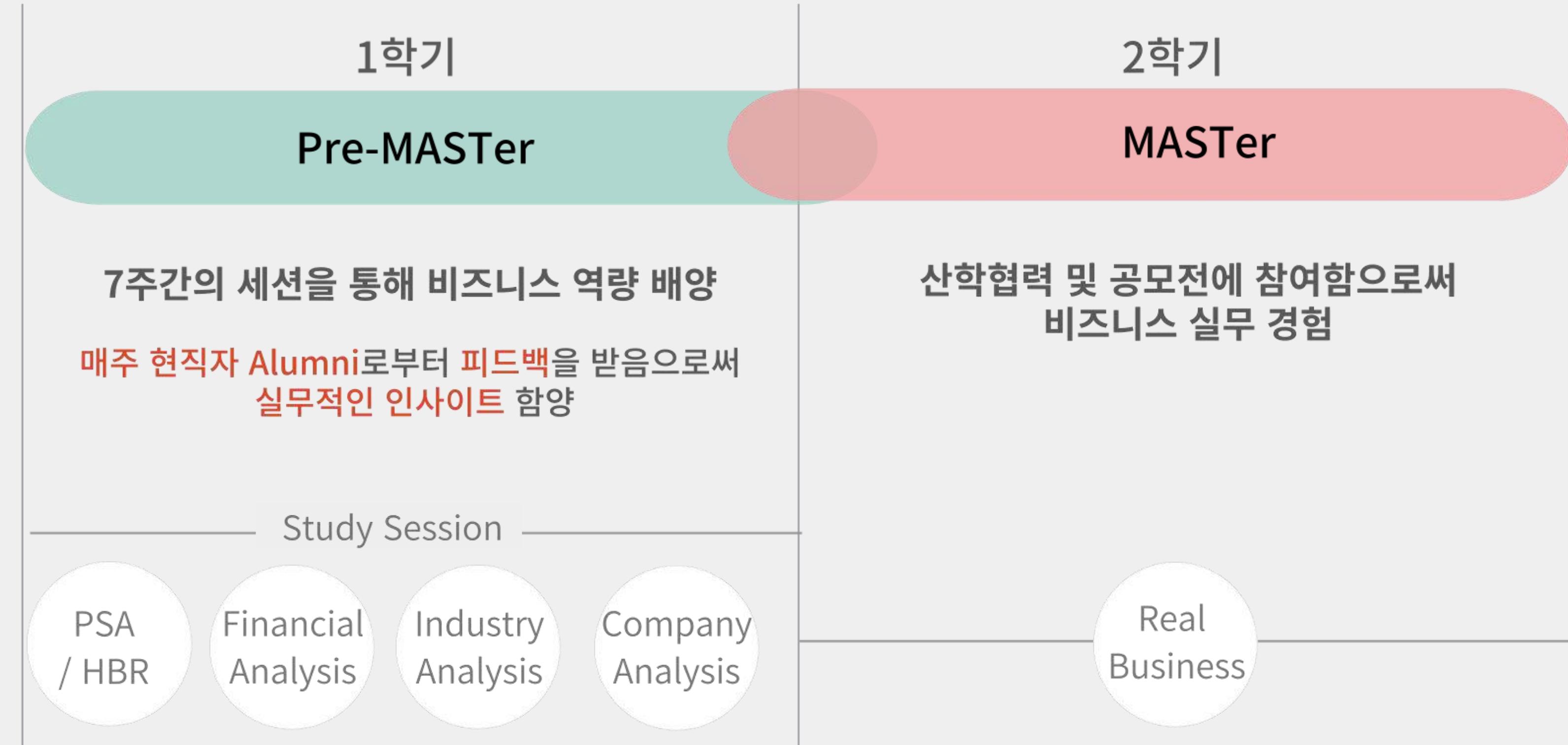
The slide has a yellow header bar with tabs: 문제상황, 해결방안, 구체적 방법, and 기대효과. The main content area has a white background with a yellow border. It features a large orange arrow pointing right. Text at the top center says "빈집을 통해 장애 아동의 놀이 문화 개선이 가능합니다". Below this is a yellow box titled "Case study: 밀양시 도시재생사업". It shows three images: a traditional Korean house, a modern building, and an interior room. To the right of the images is the text "커뮤니티 문화 공간으로 재탄생한 빈집에서 버스킹 공연, 공예 전시 체험, 근대 물품 전시 등 다채로운 프로그램을 진행합니다".

- 빈집 문제와 놀이 문화 사이에서의 장애 아동 소외문제 해결 방안 제안
- 대학생이 문화 공간을 조성 및 운영함으로써 장애 아동들의 놀이공간 부족 문제와 지역사회의 빈집 문제 해결에 기여할 수 있도록 접근

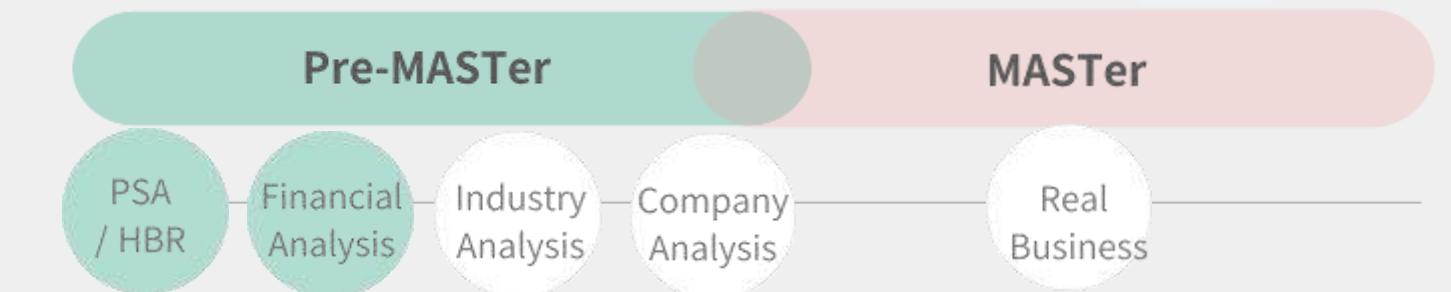
---

# 04 커리큘럼

# 커리큘럼- Overview



# Pre-MASTER week 1~3



## Study Session

PSA

엄선된 서적을 통해 MECE/Issue tree를 익히고  
다양한 경영학적 툴을 배우며 최종적으로  
**논리적 문제해결방법(PSA)의 기초를 학습합니다.**

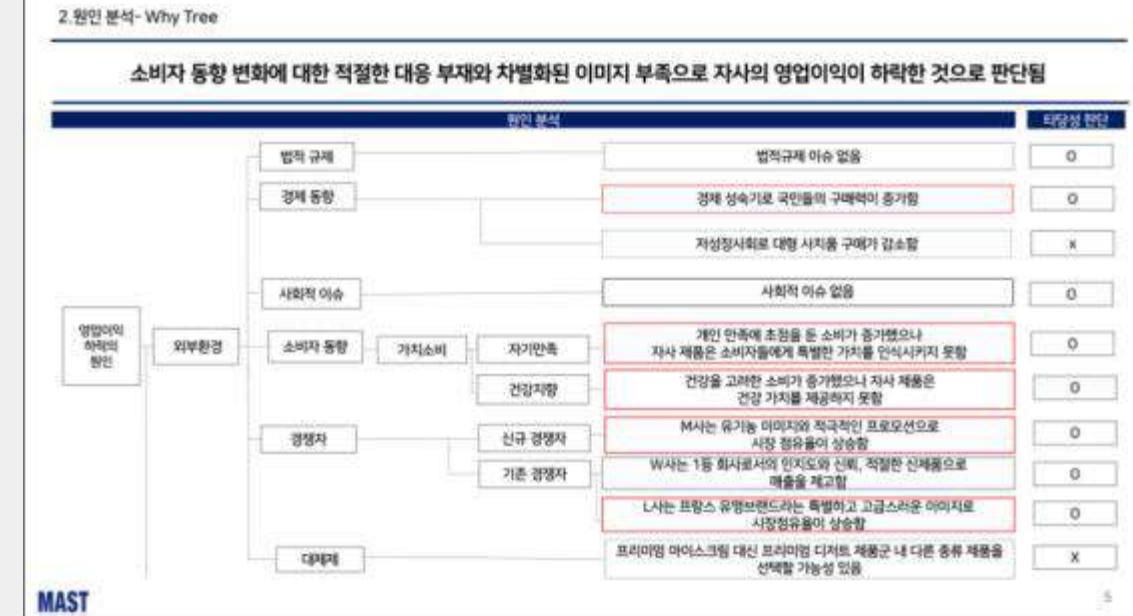
HBR

HBR(Harvard Business Review)을 바탕으로  
실제 경영학적 고민 사례를 살펴보고 해석함으로써  
**PSA 및 실질적인 전략적 사고 훈련을 합니다.**

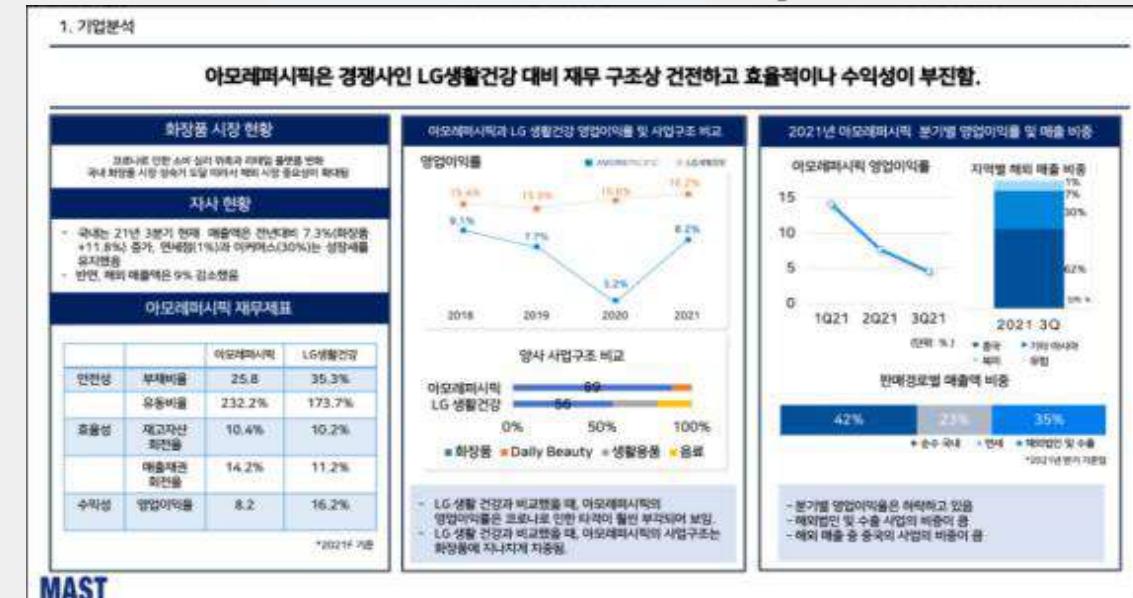
Financial  
Analysis

재무지표는 전략 도출의 주요한 근거가 되며  
**재무분석 역량을 함양하고 재무상태를 바탕으로  
나아가야 할 방향을 제시합니다.**

## Session Example



## PSA Session - Why tree



MAST

## Financial Analysis Session - 아모레퍼시픽

# Pre-MASTER week 4~7

Pre-MASTER

MASTER

PSA  
/ HBR

Financial  
Analysis

Industry  
Analysis

Company  
Analysis

Real  
Business

Study Session

Session Example

Industry  
Analysis

여러 산업군에 대한 이해를 넓히고  
**Value chain, Business model** 등을 학습하며  
산업을 분석하는 시각을 배양합니다.

Company  
Analysis

산업에 대한 KSF를 바탕으로 전사적 차원의  
전략을 도출하고 기업을 분석함으로써  
**실무적인 역량을 강화하는 훈련**을 합니다

1. 편의점 산업 분석

점포 포화 상태로 편의점 산업이 정체되었으나 1인 가구 증가와 신기술 도입이 돌파구로 판단됨

외부환경 분석	
정치	- 18년 12월부터 편의점 출점 계획 자율 규약이 시행됨
경제	- 20년 대비 21년에 최저 임금이 5.1% 상승함
사회	- 1인 가구의 증가로 소형화·폐면이 확산됨
기술	- 폐기물을 줄일 수 있는 스마트 알루 시스템이 발전함

- 1인 가구의 증가가 편의점 소비 원동력이 됨
- 디지털 기술 발달로 스마트 알루 가눙해지면서 인공지능으로 적성 재고 관리 효율성 증대로 비용 절감 효과 극대화
- 자율 규약 시행으로 적합한 점포 입지를 찾기 어렵게 되었음
- 자율 규약 시행 직후 편의점 점포 순증 감소세를 보였음



MAST

산업분석 - 편의점

4. KSF 도출

석유수요 리스크에 대응하기 위해서는 B2C부문 브랜드 경쟁력 강화가 요구됨



MAST

기업 분석 - GS칼텍스

약 4개월 동안 주 최소 **50시간**의 몰입을 통해 여러 세션에서 얻은 지식과 능력을 바탕으로 한 회원들의 역량을 실제 비즈니스 세계에 펼침으로써 **기업과 회원들 모두의 발전을 목표로 합니다.**



다양한 기업 및 단체들과 협력하여 실제 현장, 사회에서 겪는 문제들을  
직접 듣고 접해보면서 이를 해결하는 프로젝트를 진행합니다

---

# 05 MAST 학회원 소개

# 23기 학회원 소개



# 23기 학회원 소개

## 학회장 진채연

(전공) 태국어  
(부전공) 경영학 전공

### 기획부

부장 김세인

(전공) 경영학 전공  
(이중전공) 스페인어

부원 박소진

(전공) 국제통상  
(이중전공) 미디어커뮤니케이션

부원 김주연

(전공) 일본언어문화 전공  
(이중전공) 경영학 전공

### 대외협력부

부장 금아름

(전공) 아랍어  
(이중전공) 경영학 전공

부원 박준호

(전공) 경영학 전공  
(이중전공) 스페인어

부원 이윤혜

(전공) 몽골어  
(이중전공) 경영학 전공

### 학술부

부장 표지수

(전공) 스칸디나비어  
(부전공) 경영학 전공

부원 김동욱

(전공) 영미문학문화  
(이중전공) 경영학 전공

부원 장유정

(전공) 국제  
(이중전공) 경영학 전공

# 23기 학회원 경험

교내활동

- 2018 AIESEC 한국외대지부 인재관리부서원
- 2019 AIESEC 한국외대지부 인재관리부장
- 2019 제5회 한국외대 Better World 아이디어 공작소 경진 대회 우수상
- 2020 제9회 한국외대 Better World 아이디어 공작소 경진 대회 대상
- 2021 경영대학 부학생회장
- 2021 한국외대 창업 아이디어 경진대회 입상
- 2022 한국외대 창업 동아리 선정
- 2022 한국외대 창업 학회 인액터스 HR 팀장

학술

- 2021 한국 게임학회 추계학술대회 발표
- 2021 제17회 KMAC(한국능률협회컨설팅) 경영혁신 연구논문 대학(원)생 공모전 우수상
- 2022 AMA Winter Academic Conference 발표
- 2022 KCI 한국BIM학회 논문집(KIBIM Magazine) 논문 게재

# 23기 학회원 경험

대외활동

- 2020 안양시 대학생 기획단 온숲
- 2021 광산구 청년활력프로젝트 청년라운지-청춘다방 참여
- 2021 커블체어 봉사단 바른프렌즈
- 2021 한국사회공헌협회 서포터즈 2기
- 2021 해양관리협회 서포터즈
- 2021 대웅제약 참지마요 서포터즈 4기
- 2021 청소년 교육 플랫폼 삼성카드 넥스티 서포터즈 1기
- 2021 창원 빅데이터 공모전 분석 부문 장려상
- 2021 알파라운드 주관 사회적 경제 학습 모임 선정 – 지원금 100만원 배정
- 2022 중소벤처기업부 주관 예비창업패키지 최종 선정 – 사업비 5,300만원 배정
- 2022 현대차 정몽구 재단 ONSO ESG COLLEGE 1기
- 2022 안양중부새마을금고 서포터즈
- 2022 시즌3 SC제일은행 청년제일프로젝트 선정

인턴

- 2022 IBK기업은행 청년인턴
- 2022 이지스투자파트너스 전략투자팀 인턴
- 2022 지멘스 모빌리티 사업부 인턴
- 2022 현대자동차 인도 법인 생산관리팀 인턴



WE  
MAKE  
A CHANCE

감사합니다  
긍정적인 연락을 기다리고 있겠습니다

**MAST**  
MANAGEMENT ASSOCIATION FOR STRATEGIC THINKING

[www.mast.or.kr](http://www.mast.or.kr)  
[president.mast@gmail.com](mailto:president.mast@gmail.com)

진채연 회장  
TEL. 010-5814-1012

금아름 대외협력부장  
TEL. 010-2146-1815