

IBS

Intersarsity
Business
Society

2024

산학협력 제안서



IBS는 **탄탄한 소비자 분석과 트렌디한 감각**을 바탕으로
귀사의 마케팅을 함께 고민해보고 싶습니다.

20대 소비자 기반의

마케팅 인사이트 도출,
차별화된 서비스 기획,
실질적이고 생생한 FGI 데이터,
자연스러운 브랜드 홍보 효과

마케팅 학회의 창의적인 사고와
경영전략 학회의 논리적인 분석의

시너지 효과

Contents

IBS 소개

IBS 산학협력
아웃풋

진행 계획

Summary

Intersarsity Business Society

IBS (Intersarsity Business Society)는
2008년에 만들어진 **대학 경영 학회 연합**입니다.

IBS는 인적 및 학술적 교류의 장을 형성하고,
사회를 보다 넓은 시야로 볼 수 있는 기회를 제공하여
미래 경영인을 양성하는 것을 목표로 하고 있습니다.

많은 변화를 거쳐 현재 IBS는
경희대학교 ProSeed, 중앙대학교 GML,
성균관대학교 마술피리, 서강대학교 SUMM&IT
총 네 개 대학의 학회가 가입되어 있습니다.



IBS 소속의 경영학회는 마케팅과 경영전략 분야에서 우수한 경험과 역량을 가지고 있습니다.



- 스노우 마케팅 아이디어 공모전 대상
- 에어서울 이노베이션 포럼 2기 대상
- 제 18회 BGF리테일 FIBS 대상
- 다이닝코드 산학협력 공동 대상 / 최우수상
- 네이버 비즈니스 공모전 <위키박스> 최우수상
- 아모레퍼시픽 제2회 뷰케팅 공모전 대상/최우수상
- 헬로 모바일 마케팅 챌린지 최우수상
- 아모제푸드 공모전 최우수상 / 우수상
- 맥콜 공모전 금상 / 장려상
- 프로스펙스 산학협력 최우수상
- DB손해보험 다이렉트 신규 CF 우수상
- 남양유업 대학생 마케팅 공모전(상품기획) 우수상
- 메가박스 산학협력 우수상
- 바른생각 산학협력 장려상
- 프로스펙스 산학협력 최우수상
- HS애드 YCC 크리에이티브 은상
- 바디판타지 공모전 최우수상 / 우수상
- SK 브로드밴드 아이디어 공모전 우수상
- 멕시코 산학협력 대상
- 좋은데이 무학 산학협력 대상 / 우수상
- Kangol 산학협력 우수상
- 컴포트랩 산학협력 최우수상
- 하퍼스 바자 산학협력 대상 / 최우수상
- COSRX 산학협력 우수상
- 관다 과외 산학협력 장려상
- 동대문엽기떡볶이 산학협력 우수상
- 네스프레소 산학협력 대상
- 치킨마루 산학협력 최우수상



- 대흥기획 DCA 광고대상 대상
- 파크랜드 마케팅 공모전 대상
- CJ 헬로모바일 공모전 대상
- 풀무원 CVS 신상품 기획 최우수상
- 에이프릴 스킨 마케팅 공모전 대상
- HS애드 대학생 광고대상 대상
- HUAFX동아제약 박카스 공모전 대상
- KT청춘 빛업 아이디어 공모전 대상
- 빙그레 산학협력 1위
- 현대자동차 brilliant memories 대상
- Microsoft Office 365 공모전 1위
- LG 전자 UI/UX 공모전 최우수상
- HACCP 아이디어 공모전 대상
- 현대모비스 대학생 공모전 대상
- 멕시코 산학협력 최우수상 / 우수상
- 동원 F&B 산학협력 대상 / 우수상
- 에듀윌 연합학술제 대상 / 최우수상
- 마인드브릿지 산학협력 최우수상 / 우수상
- 남양유업 대학생 마케팅 공모전 최우수상
- LG전자 산학협력 대상
- 드리미 산학협력 대상 / 최우수상
- 좋은데이 무학 산학협력 최우수 / 우수
- Kangol 산학협력 최우수상 / 우수상
- 우리카드 산학협력 대상 / 우수상
- 신협 X SKT브로드밴드 산학협력 대상
- 에코백스 산학협력 대상 / 최우수상
- 관다 과외 산학협력 최우수상 / 우수상
- 동대문엽기떡볶이 산학협력 대상



- 제일기획 아이디어 페스티벌 대상
- 에듀윌 연합학술제 대상 / 우수상
- HCG Case Competition 대상
- ST Unitas 커넥츠 발전 전략 콘테스트 금상
- 한국능률협회 대학생 마케팅 공모전 최우수상
- KT Smartro 마케팅 산학협력 최우수상
- 소니코리아 브랜드 공모전 우수상
- KB 아이디어 공모전 우수상
- JTBC 미디어링크 마케팅 공모전 우수상
- 서울랜드 축제기획 공모전 우수상
- 파나소닉 코리아 산학협력 최우수상 / 우수상
- 동원 F&B 산학협력 대상 / 최우수상
- 커버넌트 마케팅 프로젝트 공모전 우수상
- 에듀윌 연합학술제 최우수상 / 우수상
- JTBC+ 연합 공모전 대상 / 우수상
- 마인드브릿지 산학협력 대상 / 최우수상
- Kangol 산학협력 대상 / 우수상
- 우리카드 산학협력 최우수상 / 우수상 / 장려상
- 위피 산학협력 대상 / 최우수상
- 마인드브릿지 산학협력 대상 / 우수상
- 넥슨 산학협력 대상 / 최우수상
- COSRX 산학협력 대상 / 최우수상 / 우수상
- 관다 과외 산학협력 대상 / 우수상
- 야마하 뮤직 코리아 산학협력 대상 / 우수상
- 동대문엽기떡볶이 산학협력 우수상
- 스킨천사 산학협력 대상 / 우수상
- 네스프레소 산학협력 최우수상 / 우수상
- 빙그레 산학협력 최우수상 / 우수상



- 현대자동차 마케팅마스터클래스 대상
- 한국소비자포럼 브랜드빅리그 우승
- KEB하나은행 영하나 마케팅크루 1기 우수상
- 한화금융투자 STEPS 아이디어 공모전 우수상
- IBK 기업은행 창조금융 아이디어 공모전 우수상
- 서강대학교-홈플러스 유통 아이디어 공모전 우수상
- 이랜드 그룹 산학협력 금상 / 은상 / 동상
- 신라스테이 산학협력 금상 / 은상 / 동상
- 길벗 출판사 산학협력 우수상 / 장려상
- 바디판타지 산학협력 대상 / 장려상
- 동원 F&B 산학협력 최우수상 / 장려상
- 마인드브릿지 산학협력 최우수상
- 에듀윌 연합학술제 최우수상
- 위피 산학협력 우수상
- Kangol 산학협력 장려상
- 우리카드 산학협력 장려상
- BGF리테일 산학협력 최우수상 / 장려상
- 관다 과외 산학협력 장려상
- COSRX 산학협력 장려상
- 세븐일레븐 산학협력 최우수상 / 우수상
- 동대문엽기떡볶이 산학협력 최우수상
- 스킨천사 산학협력 장려상
- 우트 산학협력 1등
- 금영엔터테인먼트 산학협력 우수상 / 장려상
- 쇼박스 산학협력 최우수상 / 우수상
- 네스프레소 산학협력 장려상
- 치킨마루 산학협력 우수상 / 장려상

IBS 산학협력 프로젝트

IBS는 매 학기 다양한 기업들과 IDEA COMPETITION 형식의 산학협력 프로젝트를 진행하여 기업과 학생이 상호 발전할 수 있는 건설적인 교류를 이루어 나가고자 노력하고 있습니다.



2022. 5.
칸골

"현시대의 20대와 칸골이 함께 만드는
'SUPPORT YOUR MIND' 캠페인 기획"

COSRX

2022. 10.

코스알엑스

"실제 고객 관점 중심으로 해외에서 먼저
자리잡은 COSRX 브랜드 팬덤을
국내로 확장할 수 있는 전략"



우리카드

2022. 5.
우리카드

"우리카드 앱 경쟁력 제고 전략 및
ESG관련 온라인 콘텐츠 기획"

COMFORTLAB

STYLISH FIT LINGERIE

2022. 9.
컴포트랩

"컴포트랩 (스포츠브라, 노브라티)
마케팅 전략 및 홍보 콘텐츠 기획"

BAZAAR

Harper's

2022. 9.
하퍼스 바자

"아트를 기반으로 한 디지털 서비스 분석 및
바자 예술 산책 APP 서비스를 위한 제안"

IBS 산학협력 프로젝트

IBS는 매 학기 다양한 기업들과 IDEA COMPETITION 형식의 산학협력 프로젝트를 진행하여 기업과 학생이 상호 발전할 수 있는 건설적인 교류를 이루어 나가고자 노력하고 있습니다.



2023. 05.

핫시즈너(동대문엽기떡볶이)

"외식시장에서 국민브랜드로 자리매김할 수 있는 전략 및 브랜드 APP 경쟁력 제고 방안"



NESPRESSO

2023. 11.

네스프레소

"네스프레소 브랜드 팬덤 강화 및 커뮤니티 통합 마케팅 전략"

QANDA

2022. 10.

관다 과외

"신사업 런칭 마케팅 캠페인 전략 도출 및 관다 과외 바이럴 전략 도출_Referral System"

SKIN1004

THE UNTOUCHED NATURE

2023. 05.

스킨1004

"국내 뷰티 브랜드 내 브랜드 포지셔닝을 통한 인지도 상승 전략 및 올리브영 매장 세일즈를 위한 Run To Shop 전략"

치킨마루

2023. 11.

치킨마루

"무항생제와 가성비 2가지 키워드 선점을 위한 IMC 전략 및 1020 세대를 타겟으로 추리플 세트 메뉴명 리네이밍 및 대표 메뉴 Lock in 전략"

IBS는 기업이 현재 당면한 문제를 바탕으로 사측의 니즈를 반영한 다양한 아이디어를 제안했습니다.



BGF 리테일

“CU 소비자의 구매 여정에 따른 결핍 분석 및 이를 해결할 수 있는 디지털 솔루션 전략 제안”



Olleh KT

“마케팅 아이디어 경쟁 프레젠테이션”



아모레퍼시픽

“프레시팝 내츨 No.1 브랜드 달성을 위한 전략 제안”



프로스펙스

“브랜드 컨셉 기반, 영타겟 대상 PRO-SPECS ORIGINAL 커뮤니케이션 전략”



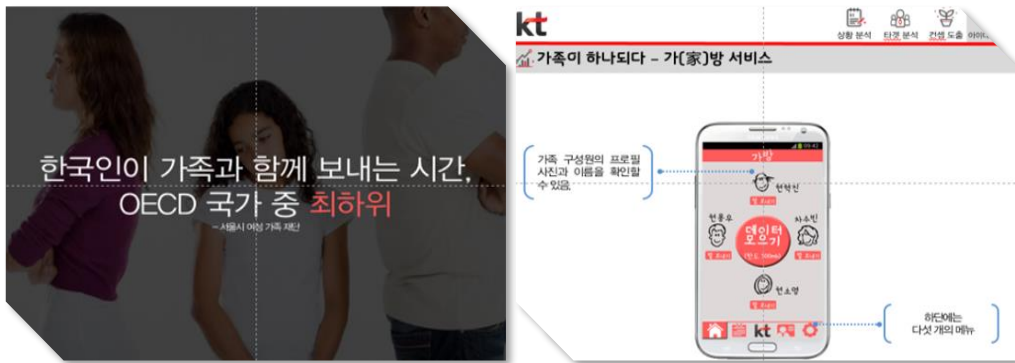
바른생각

“자사물 플랫폼화 전략 및 자사 유튜브 채널의 IP화 및 수익창출 전략”

IBS 산학협력 프로젝트 Output #1 Olleh G

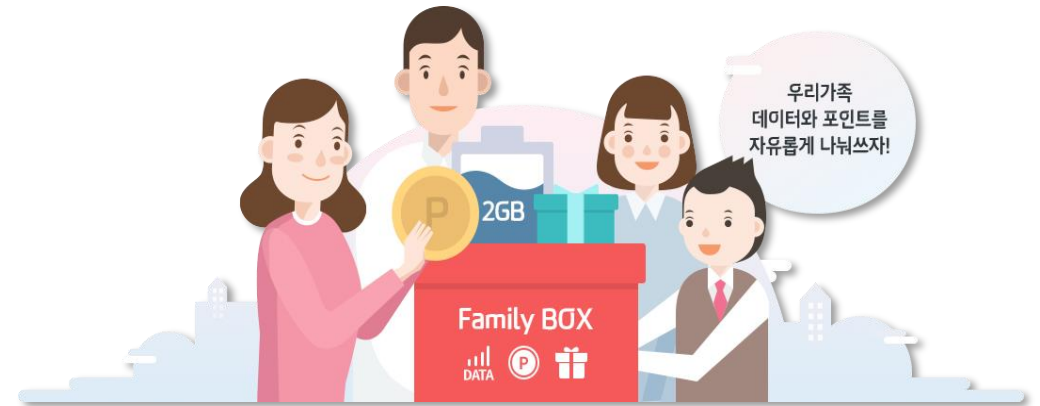
IBS가 제안하는 솔루션은 기업의 마케팅 전략 인사이트에 도움을 줄 뿐만 아니라 실제 제품 및 서비스의 개선으로 이어집니다. Olleh KT와 진행했던 '마케팅 아이디어 경쟁 PT'에서 제안한 <올레 패밀리박스>와 <광역버스정류장 GiGA WiFi>는 IBS의 인사이트를 바탕으로 실용화되었습니다.

| KT 산학협력 당시 최종 결과물



▲ 산학협력시 IBS에서 제안한 내용

| Olleh 패밀리 박스 서비스



▲ Olleh KT에서 실제로 제공하고 있는 가족 결합 상품

IBS 산학협력 프로젝트 Output #2 **BGF리테일**

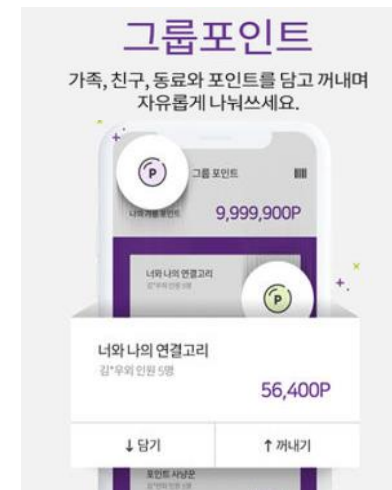
IBS가 제안하는 솔루션은 기업의 마케팅 전략 인사이트에 도움을 줄 뿐만 아니라 실제 제품 및 서비스의 개선으로 이어집니다. BGF 리테일과 진행했던 '마케팅 아이디어 경쟁 PT'에서 제안한 <언제나 함께. CU 4U>와 <CU그룹 포인트>는 IBS의 인사이트를 바탕으로 실용화되었습니다.

| BGF 리테일 산학협력 당시 최종 결과물



▲ 산학협력시 IBS에서 제안한 내용

| CU그룹 포인트



▲ BGF 리테일 CU 어플 내에서 실제로 제공하는 그룹 포인트

산학협력 진행 계획

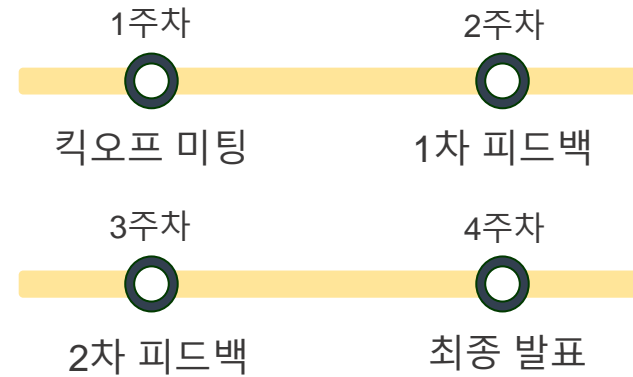
[1] 프로젝트 주제 및 범위

본격적인 프로젝트 착수에 앞서 킥오프 미팅을 통해
귀사의 요구사항 및 피드백을 적극 반영하여
마케팅 전략 제안 프로젝트의 구체적인 주제와 범위를 논의

[2] 프로젝트 방식

- 합의된 주제에 대해 경쟁 PT를 실시하는 방식
- 4개의 학회에서 각 학회 당 1~3팀을 선출 (팀당 4~5명)
- 학회 내 자체적 피드백과 1~2회 정도의 기업 측 피드백 필요
- 온라인 피드백 및 발표로 대체 가능

[3] 프로젝트 일정



[4] 산학협력 과정

- 약 10개의 팀이 4주간 아이디어 제출 및 발표
- 실무진의 중간 피드백 제공
- 피드백 반영 및 완성도 높은 결과물로 보완

* 이후 실제 IBS와의 산학협력 아이디어를 상품화한 사례 다수 존재

산학협력 진행 계획

비대면 위주의 **언택트 방식** 산학협력 진행도 가능합니다.

귀사와 IBS의 모든 프로젝트 진행 방식은 협의에 따라 대면/비대면 중 조율이 가능합니다.

(실제로 IBS는 작년 핫시즈너, 스킨1004, 네스프레소, 치킨마루와 진행했던 산학협력에서도

킵오프 미팅, 중간 피드백, 최종 결과물 제출까지 상황에 맞게 언택트 환경에서 성공적으로 협력을 진행한 바 있습니다.)

1

킵오프 미팅

(온라인) 줌 회의 통해 진행

산학협력 최종 결과물 제출 및 평가 일정 안내

2020.06.04

(중소기업 특성은 신용 보증사 배리스스, 경영지원코너넷의 혁신역량 지원의 수도를 지역 공공다중 이용 시설 운영 운영 결정과 배리스스, 세산 산지호 안전 고도도 사회적 거리두기 방역 위해 안전성을 최우선 확보하는 다수의 인원이 모이는 행사를 진행하지 않기로 합니다.

이제 직원들과 고객 관계자들의 안전과 피해를 최소화하기 위해 오는 6월 5일 예정된 15네트웍스-강원연합 학회88 산학협력 최종 발표 일정을 취소하게 되었습니다.

직원들이 오랜 기간 준비하신 과제에 최선을 다해 주시기 바랍니다. 이의가 나는 자리는 사전에 보고하시고, 저 조로라도 매우 어려운 대응입니다. 최종 발표를 기다리고 계실 직원들에게 미안한 소식을 알려 드리고자 합니다.

관련하여 해당 과제 제출은 동일하게 진행되며, 이에 대한 발표 자료 제출을 추가 요청 하도록 협의 하도록 하겠습니다. 본거로주시겠지만, 관련 사항이 있으신 분은, 저희도 일정에 맞춰 공정한 평가와 자세한 피드백을 드리고자 합니다.

1) 최종 발표 일정

NO	일정	내용	비고	
1	4월 24일(화)	13시	최종 결과물 1차 제출	당첨자 해당*
2	4월 27일(금)	22시 30분	최종 발표 영상 1차 제출	당첨자*
3	4월 29일(일)	18시	서적, 설문서양 (필요 시) 전달	당첨자*
4	4월 30일(월)	18시	필요 시 설문서양 전달	당첨자*
5	4월 30일(월)	18시	최종결과물 제출	당첨자*
6	발표일로부터 15일 이내	당첨 자료	무응답의 경우 제외	
7	발표일로부터 15일 이내	당첨 소정의 전달 자료	무응답의 경우 전달	

2

중간 피드백

(온라인) 각 팀별 진행 중인 ppt를 제출해 사측 피드백 진행

권준화(주)그레이스인타네셔널
Re: 배디판타지 - 시각대 1초 중간 보고 파일
받는 사람: Yoonbin Bae, 참조: 발디판, 윤다연(주)그레이스인타네셔널 [세부사항](#)

2020년 11월 13일 오후 2:02

안녕하세요, 배운님님
(주)그레이스인타네셔널 권준화입니다.

네 확인했습니다 ^^

2. 전략의 기대효과 = MZ세대 내에서 "항의 대응화" → 이를 위해 항목 잘 유래이션 해야함 → 항목 시각화, 이미지화하는 전략을 취해야함.
→ 단순히 항의 정보만을 주는 것이 아닌, 소비자들이 브랜드 이미지에 대해 더욱 쉽게 인지할 수 있는 방법

이런 부분에 대한 구체적인 해결 방안 보완해주시면 좋을 것 같습니다!

문의사항 있으시면 언제든지 연락 부탁드립니다.
감사합니다.

권준화 드림

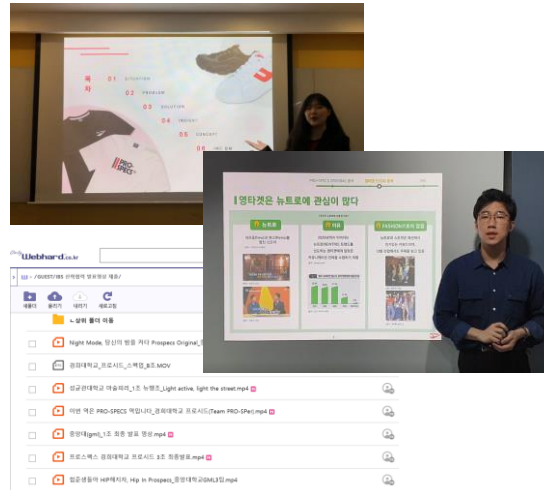
--

권준화, 과장
마케팅부
(주) 그레이스인타네셔널
서울특별시 강남구 테헤란로 325 (역삼동) 2층
전화: 070-4473-1179 / 02-578-1550/1 (내선714)
팩스: 02-578-1221
핸드폰: 010-8567-3047
Email: junhwa.kwon@graceint.com
Website: www.graceint.com

3

최종 결과물

(온라인) 팀당 발표 영상을 촬영해 제출



▲ 학회 별 발표 영상을 공유 드라이브에 업로드

4

Q&A

(온라인) 귀사로부터 발표 관련 질문을 받아 워드 파일 및 영상으로 답변 제출

산학협력 최종발표 (사측 질문)

* 해당 팀은 6월 10일(수) 오후 18:00까지 답변을 올려주세요 (양식 자유)

발표 팀	구분	내용
경희대 1호	질문	1. 윌라그립 스토어를 오픈한다고 하면 어느 위치가 가장 좋을지 궁금해요? 2. 윌라그립 스토어가 제일 좋은 곳이면 좋겠다고 했는데 본인들은 현실에 얼마나 이런 계획 이벤트를 생각하고 있나요?
경희대 2호	질문	1. 다산 윌라그립이 오픈으로 인연된 두 분은 프로세스도 인지도 측면에서 봤을 때 최신의 전략이라고 생각하시는지 궁금합니다. 2. 컨셉 스토어가 비록 때때로 고객 속에서 과연 효율적이라고 생각하는 한가지 강한 근거는 무엇인가요?
경희대 3호	질문	1. 2050에 윌라그립이라는 뉴 브랜드를 주력으로 4세월 전업을 할것인데 왜 굳이 스키니트 브랜드를 선택하시는지 궁금합니다. 2. 스키니트 브랜드 윌라그립은 자신만의 브랜드가 강해서 과연 윌라그립의 효과가 있을까?
상교대 1호	질문	1. 본인들이 생각하는 스토어형식의 TOM은 어떤가요? 2. 컨셉 스토어 브랜드는 왜 이리 '라이프 스타일' 시장이 매력적이지 않을까요?
중앙대 2호	질문	1. 1524리뷰 분석을 통해 그들의 열정을 알았지만, 이러한 가치를 프로세스가 함께 해야 한다고 생각하셨는데 단순히 리뷰가 반영하는 만큼은 못하는데 어찌가 궁금합니다. 프로세스와 잘 맞지 않는 범위 고려는 어떻게 하셨는지요?
중앙대 3호	질문	1. 소개한 IMC 전략을 본인들이 생각하는 것보다 더 많은 것들이 참여 될 것인지는요?

SUMMARY

제안 대상

앤티앤스프레즐

제안 주체

4개 대학 경영학회 연합 IBS
(서강대 SUMM&IT, 성균관대 마술피리,
중앙대 GML, 경희대 ProSeed)

제안 주제

20대의 시선으로 바라보는
귀사의 상황에 맞는 마케팅 및 분석 전략

산학 일정

4주 (2024년 5월 초 - 5월 말)

Resources

인력 : 프로젝트 관련 귀사 담당 실무자 2~3명
시간 : 월 2회 각 2시간, 총 4시간 소요
비용 : 상금과 프로젝트 진행비

Benefits

- 생생한 FGI 데이터 및 자연스러운 브랜드 홍보 효과
- 20대 소비자 기반의 마케팅 인사이트 도출
- 실무에 적용 가능한 차별화된 서비스 기획



IBS Intersvarsity
Business Society

경영학회연합 IBS는 귀사와 뜻깊은 인연을 함께 하고자 합니다.

감사합니다.

IBS 대외협력부원 정혜원



sylvia1101@khu.ac.kr



010-4680-7731