

## 2022-2학기 DU-도전학기 참가신청서

■ 신청 내용

과제명	소상공인을 위한 위로 캠페인 실행				
신청 유형	<input type="checkbox"/> 개인		<input checked="" type="checkbox"/> 팀(팀명:뉴꽃피)		
도전 영역	<input checked="" type="checkbox"/> 전공(주전공 또는 복수전공)		<input type="checkbox"/> 일반선택		
신청 학점	3학점				
신청자	성명	소속	학번	휴대전화	전공영역 선택
	류	미디어커뮤니케이션학과		010	주전공
	이	미디어커뮤니케이션학과		010	주전공
	정	미디어커뮤니케이션학과		010	주전공

■ 소속 학과장 확인[전공영역 신청자만 해당]

도전학기 과제 내용을 확인하고 해당 과제를 학생 소속 학부(과)·전공학점으로 인정 받는 것에 동의합니다.

학생 성명	소속 학과장 확인				
류	(소속)	미디어커뮤니케이션학과	(성명)	( / )	인)
이	(소속)	미디어커뮤니케이션학과	(성명)	( / )	인)
정	(소속)	미디어커뮤니케이션학과	(성명)	( / )	인)
	(소속)		(성명)		(서명 또는 날인)

■ 활동 서약 및 개인정보 수집/활용 동의

<p>1. 도전학기 활동기간 동안 도전 과제를 성실히 수행할 것을 약속하며, 과제 수행 중 휴학 또는 자퇴할 경우 활동 지원비 전액을 반환하겠습니다.</p> <p>2. 교내 프로그램 및 타 국고사업과 동일 또는 유사한 과제로 중복 지원 받지 않을 것을 약속하며, 이를 위반할 경우 DU-도전학기 이수 학점 취소 및 활동 지원비 전액을 반환하겠습니다.</p> <p>3. 도전학기 참여와 관련한 개인 정보(성명, 소속, 학번, 연락처, e-mail, 활동 내용, 결과물, 수기 등)를 국고 사업 및 각종 평가 실적, 학교 홍보 등의 자료로 활용하는 것에 동의합니다.</p> <p style="text-align: center;">2022년 08월 04일</p>
---

(신청자 성명) 류 (서명 또는 날인)	(신청자 성명) 이 (서명 또는 날인)	(신청자 성명) 정 (서명 또는 날인)	(신청자 성명)  (서명 또는 날인)
--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------------------

## 2022-2학기 DU-도전학기 계획서

과제명	소상공인을 위한 위로 캠페인 실행			
신청 유형	<input type="checkbox"/> 개인		<input checked="" type="checkbox"/> 팀(팀명:뉴꽃피)	
도전 영역	<input checked="" type="checkbox"/> 전공(주전공 또는 복수전공)		<input type="checkbox"/> 일반선택	
신청 학점	3학점			
참여자	성명	소속	학번	비고
	류	미디어커뮤니케이션학과		팀장
	이	미디어커뮤니케이션학과		팀원
	정	미디어커뮤니케이션학과		팀원
지도교수 의견	<p>이번 도전학기에 신청한 학생들은 2021학년도에 진행된 대한민국대학생광고대회에서 저의 지도하에 대구경북 지역예선을 통과하고 전국대회 본선까지 치른 광고PR기획서를 직접 제작한 학생들입니다. 게다가 이제까지 고학년 학생들만 수상을 했지만, 이번 팀은 2학년 재학 중인 학생들이 수상을 하였기에 더욱더 의미가 있는 수상이었습니다. 지역 사회의 경제활성화 방안에 관한 이번 기획서는 개인적인 차원의 지적호기심을 넘어 산학협력 차원에서의 실질적인 도움이 될 수 있는 기회라고 생각합니다. 지난해의 기획서를 실행 가능한 수준으로 보완해서 실제 집행을 해본다는 점에서 학생들로 하여금 실습과 도전의 가치를 느낄 수 있는 좋은 기회가 될 것으로 생각합니다.</p> <p style="text-align: right;">(소속) 미디어커뮤니케이션학과 (성명) (서명) (날인)</p>			

### 1. 도전 배경

학교에 다니며 수업과 공모전 활동을 통해 PR 실무자가 되기 위한 지식과 경험을 쌓고 있다. 실제로 수업을 통해 새로운 이론들을 배우고, 이를 적용해 직접 기획서를 제작해 보기도 한다. 이렇게 여러 차례 PR 기획서를 작성하였지만, 단 한 번도 우리의 기획서가 실제로 실행되었을 때 어떠한 모습으로 나타날지 직접 본 적이 없어 아쉬움을 느낀 적이 많았다.

특히 이번 도전 학기에서 활용하고자 하는 기획서는 2021 대한민국대학생광고대회 (KOSAC)에서 지역 예선을 통과한 작품이다. 이 기획서는 코로나로 인해 단절된 소상공인과 소비자를 꽃을 통해 다시 연결하자는 내용을 담고 있다. 하지만 이는 전국 예선까진 진출하지 못 하였다. 기획서 자체로만 피드백을 하기엔 한계가 있어 이 기획서가 어느 부분에서 부족했으며 어떤 부분이 공중에게 잘 와 닿을지 직접 체험하며 느껴볼 필요가 있다고 생각하였다.

하지만 이제껏 아이디어를 도출하는 단계에만 머물러 있었던 우리가 단번에 실행 단계로 나아가기란 쉽지 않을 것이다. 다음 단계로 나아가기 위해서는 충분한 예산과 시간, 그리고 전략이 필요하다. 그 때문에 우리는 도전학기를 통해 지도교수님의 지도 아래 PR 실무자로서 성장하는 기회를 가지고 싶다. 우리는 도전학기를 겪으며 실행할 수 있는 아이디어를 도출하는 방식을 배우려 한다. 또한 실무를 익힘으로써 취업 역량을 강화할 것이다.

## 2. 도전 과제의 목표

### 2.1. 팀 목표

#### (1) 실현 가능한 기획서로 수정

기존 기획서는 지금 우리의 상황에서는 실행하기 어려운 부분들이 많다. 때문에 도전학기가 시작되면 가장 먼저 우리의 상황을 고려해 실현 가능한 기획서로 수정할 예정이다. 이때는 지도 교수님의 지도를 통해 기획서를 실현할 수 있게 구체화할 필요가 있다.

#### (2) 기획서의 실현

기획서에서 제시한 것처럼 대구시 소상공인들을 직접 만나 인터뷰하여 참고 자료로 한다. 영상 광고도 직접 제작해 유튜브에 게시할 예정이다. 또한 대구대 학생 및 교직원을 대상으로 신청을 받아 소상공인들에 대한 마음을 전할 수 있는 굿즈 전달 이벤트 또한 진행할 예정이다.

#### (3) 전공 역량 강화

만들었던 기획서를 직접 실현하는 과정을 통해 전공 역량을 기를 것이다. PR 기획서는 아이디어 또한 중요하지만, 실현 가능성도 중요한 부분이다. 실제로 겪어볼 경험이 부족하여 다른 사례에 의존하여 판단하는 경우가 많다. 이는 어디까지나 한계가 존재하기 마련이다. 그렇기에 이 과정을 직접 경험하며 실제로 이를 실행하는 데 어떤 어려움이 있는지 등 실현 가능성을 높이기 위해서 중요하게 작용하는 부분에 대하여 알아볼 것이다.

### 2.2 개인 목표

#### (1) 류 - 제작 경험을 통한 전공 역량 강화

- 제시한 미디어 솔루션의 디자인, 제작 부분을 실행하며 사람들의 이목을 끌 수 있고 커뮤니케이션이 잘 이루어지는 디자인에 대해 익혀 전공 역량을 강화하고자 한다.

#### (2) 이 - SNS를 활용한 마케팅 전공 역량 강화

- SNS 관리를 통한 마케팅을 직접 실행해보며 홍보, 이벤트 관리, 소통을 담당하여 SNS 마케팅 역량을 강화해 보고자 한다.

#### (3) 정 - 실무 경험 및 개인 역량 강화

- 현수막 제작 및 컨택을 진행하고, 굿즈를 제작하는 과정을 통해 실무경험을 쌓고자 한다.

## 3. 도전 과제 내용

2022 - 2학기에 진행할 프로젝트는 ‘기존 기획서를 이용하여 현재 상황에 맞게 수정을 거친 후 최종적으로 미디어솔루션을 실행’ 하는 것이다.

우리는 ‘2021년 대한민국 대학생 광고대회 KOSAC’에 제출했던 기획서를 바탕으로 아직도 코로나로 인해 재기를 하지 못하고 있는 소상공인에게 위로가 될 수 있는 캠페인을 진행할 것이다.

당시 제시했던 프로젝트인 <소상공인 꽃이 피었습니다>(이하 소꽃피)를 IMC전략에 맞추어 캠페인 실행을 할 예정이며 최종적으로 마지막 확산 단계에서 실제 키트를 제작하여 활용하는 미디어솔루션을 실행하려고 한다.

### 3.1 기존 기획서 보완 및 수정

기존 기획서를 그 당시 우리가 놓친 부분이나 실제 실현 가능한 활동인지를 염두에 두고 수정할 계획이다. 기획서를 작성할 당시와는 조금 달라진 현재 상황에 대비해 다시 한번 소상공인

의 힘든 점을 현장 조사를 통해 면밀히 검증하고, 타겟을 재설정하여 사용 가능한 예산에 맞는 미디어 솔루션으로 일부 수정할 것이다.

- (1) 교수님 면담 : 팀원 모두가 함께 지도 교수님 면담을 진행한다. 지도 교수님 면담을 통해 기존 기획서의 문제점을 파악하여 피드백을 받을 수 있도록 한다. 이때 교수님 면담 내용을 회의록으로 정리한다.
- (2) 현장 조사 : 지도 교수님의 피드백을 바탕으로 현장조사를 진행한다. 이벤트 진행 전까지 매주 주변 소상공인을 만나 인터뷰를 진행한다.
- (3) 기획서 수정 : 최종적으로 완성된 기획서를 작성하기 위해 팀 회의를 진행한다. 이때 각 솔루션 진행 일정을 구체적으로 계획한다. 기획서는 별도 보관하여 결과물로 제출한다.

### 3.2 미디어 솔루션 실행

주제는 기존 기획서와 동일하다. 코로나로 고통 받고 있는 소상공인들을 위한 아이디어를 제안하는 것. 우리는 당시 꽃을 활용한 소상공인 위로 캠페인을 기획했다. 이번 도전학기에서도 주제와 목적은 동일하게 적용되며 정신적, 물질적으로 소상공인을 위로할 수 있는 캠페인을 IMC 전략에 따라 실제로 진행한다.

- (1) SNS 관리 : 캠페인에서 꾸준히 사용될 SNS를 개설하고 캠페인에 관련된 카드뉴스 및 광고를 제작, 업로드해 캠페인의 시작을 알린다. 또한, 꾸준히 캠페인에 대한 홍보활동을 전개한다.
- (2) 광고 제작 : 포스터 광고 및 영상 광고를 제작한다.
- (3) 소비자 조사 및 굿즈 디자인 : 캠페인 굿즈 제작을 위한 소상공인 설문 및 조사를 진행하고, 어떤 상품을 제작할지 팀 회의를 통해 결정한다. 이후 굿즈 디자인을 진행한다. 회의 내용은 회의록으로 정리한다.
- (4) 굿즈 제작 : 사전조사를 진행하여 컨택할 굿즈 회사 후보를 조사, 정리한다. 팀 회의를 통해 최종적으로 컨택한 후, 발주를 진행한다. 발주확인서는 별도 보관하여 결과물로 제출한다.
- (5) 이벤트 진행 : 대구대 학생 및 교직원들에게 미리 신청을 받아 굿즈를 활용해 신청한 사람들이 직접 전달하는 과정을 통해 소상공인 위로 캠페인을 하고자 한다.
- (6) 이벤트 홍보 : sns를 통한 홍보와 더불어 이벤트를 알릴 수 있는 현수막을 제작해 게시하고자 한다.
- (6) 이벤트 추후 관리 : 굿즈를 전달한 사람들은 개인 sns에 인증 사진과 함께 해시태그를 달아 줌으로써 메시지를 확산시킬 수 있게 한다.

### 3.3 그 외

1주일에 한 번씩 회의를 진행하여 매주 활동 개인 활동 및 팀 활동 내용을 공유하며 주기적으로 일정을 조율한다. 회의 내용을 회의록으로 기록하여 추후 활동 결과물로 함께 제출한다.

팀원 성명	소속	담당 업무
류	미디어커뮤니케이션학과	광고 및 굿즈 디자인, 제작, 영상 편집
이	미디어커뮤니케이션학과	SNS 관리, 소비자 조사, 홍보이미지 제작
정	미디어커뮤니케이션학과	전반적인 컨택, 굿즈 전달, 예산 관리

#### 4. 도전 과제 추진일정

주차	활동 목표	활동 내용	투입 시간
1주차	기존 기획서 피드백 및 현장 답사	담당교수 면담을 통한 기존 기획서 피드백	면담 2시간 씩 2회/ 답사 3시간 총 7시간
2주차	기획서 수정	회의를 통해 기획서 재작성	3시간
3주차	미디어솔루션(1) - 전반적인 흐름 회의	광고 전반적인 카피 회의	3시간
4주차	미디어솔루션(2)-광 고 제작	류(팀장): 이미지 광고 시안 제작	5시간
		이(팀원): sns를 통한 꾸준한 홍보 전개	3시간
5주차	미디어솔루션(3) - 광고 회의	정(팀원): 광고 매체 업체 선정	1시간
		캠페인 영상 광고 기획 회의 (스토리보드 작성)	6시간
6주차	미디어솔루션(4) - 영상광고 제작	류(팀장): 영상 광고 편집	5시간
		이(팀원): 프로젝트 홍보	2시간
		정(팀원): 영상 광고 촬영	2시간
7주차	미디어솔루션(5) - 굿즈 제작 준비	류(팀장): 굿즈 시안 디자인	10시간
		이(팀원): 소비자 조사	5시간
		정(팀원): 단가 확인 및 굿즈 샘플 업체 선정	1시간
8주차	미디어솔루션(6) - 굿즈 제작 피드백	류(팀장): 굿즈 샘플에 맞추어 디자인 수정	5시간
		이(팀원): 소비자 조사 결과 분석	1시간
		정(팀원): 굿즈 샘플 피드백	2시간
9주차	미디어솔루션(7) -굿즈 제작	류(팀장): 홍보용 현수막 시안 디자인	1시간
		이(팀원): sns를 통한 홍보 진행	1시간
		정(팀원): 굿즈 최종 제작	1시간
10주차	미디어솔루션(8) - 현수막 광고 제작 회의	현수막 광고 제작 회의	6시간
11주차	미디어솔루션(9) - 현수막 제작	류(팀장): 현수막 광고 시안 제작	1시간
		이(팀원): 프로젝트 홍보 진행	1시간
12주차	미디어솔루션(10) - 현수막 게시 및 이벤트 시작	정(팀원): 현수막 제작업체 컨택	1시간
		류(팀장): 이벤트 참여 현황 관리	2시간
		이(팀원): 이벤트 참여 현황 관리	2시간
13주차	미디어솔루션(11) - 이벤트 진행	정(팀원): 현수막 제작 완료 및 게시	2시간
		류(팀장): 이벤트 굿즈 전달	2시간
		이(팀원): 이벤트 후기 관리	2시간
		정(팀원): 이벤트 굿즈 전달	1시간

14주차	미디어솔루션(12) - 이벤트 후기 관리	류(팀장): 이벤트 최종 결과 정리	2시간
		이(팀원): 이벤트 후기 관리 및 정리	1시간
		정(팀원): 제출 굿즈 정리	2시간
15주차	최종 보고서 작성	류(팀장): 최종 보고서 작성	3시간
		이(팀원): 활동 내용 정리	3시간
		정(팀원): 영수증 정리	1시간

5. 활동 지원비 상세 내역

활동 지원비 신청내역			
항 목	산출근거		금액(원)
재료비	현수막 제작	광고 제작 및 진행비	50,000원
	인쇄비	제출 자료 및 포스터 광고 인쇄비, 이벤트 메시지 명함카드	100,000원
	굿즈제작비	프로젝트 굿즈 제작 비용	500,000원
	홍보 소모품	소비자 참여 설문 등에 필요한 홍보 소모품	30,000원
회의비	1인 4,000원 X 3명 X 15주차 = 180,000원		180,000원
<b>합계(원)</b>			<b>860,000원</b>

6. 과제 수행 후 제출할 수 있는 결과물

6.1 팀 공동 결과물

- (1) 수정된 최종 기획서
- (2) 캠페인에 활용한 굿즈 : 소비자 조사에 활용된 설문조사 결과 및 제작된 굿즈의 샘플 사진을 찍어 함께 첨부합니다.

6.2 개인 결과물

팀원 성명	소속	제출 결과물
류	미디어커뮤니케이션학과	제작한 캠페인 광고(이미지, 영상)
이	미디어커뮤니케이션학과	운영한 sns를 문서화하여 제출
정	미디어커뮤니케이션학과	굿즈 컨택에서 발생한 계약서와 확인서 제출