

Proven모델을 활용한 글로벌 산학연계 프로젝트 설명 참고자료 송부

서강대학교 기술경영전문대학원

목차

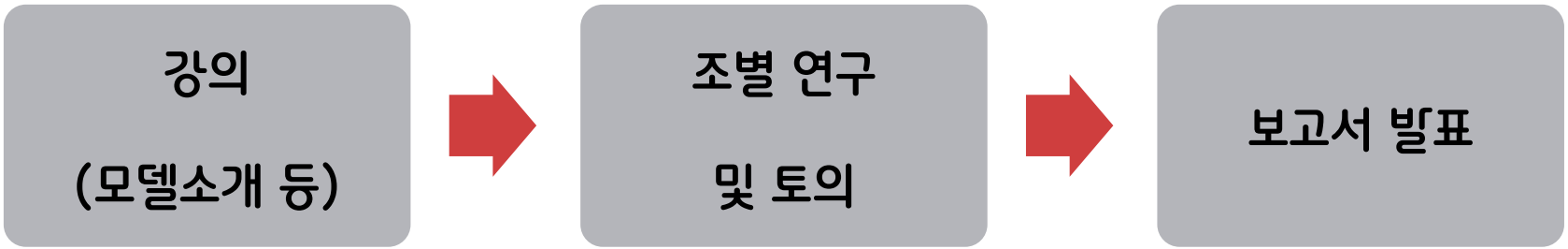
Ⅰ 프로그램 개요 및 운영

Ⅱ 운영과정 소개

1. 프로그램 개요 및 운영

프로그램 개요

- 경영학 전반에 걸쳐 가장 많이 인용, 활용되는 학술논문이 정리되어 있는 ProvenModel을 활용하여 산학연계 실습과정 운영
- ProvenModel 이용 기업 혹은 단체의 문제를 유럽 전문가들과 해결하는 글로벌 프로그램
- 자신들이 경영하거나 근무하는 사업체의 성장전략, 개선 과제 및 특정 이슈에 대해 Research Question을 준비하여 연구 동기 부여(전일제는 관련 기업 및 주제 자유 선정)



< 운영 프로세스>

1. 프로그램 개요 및 운영

프로그램 운영

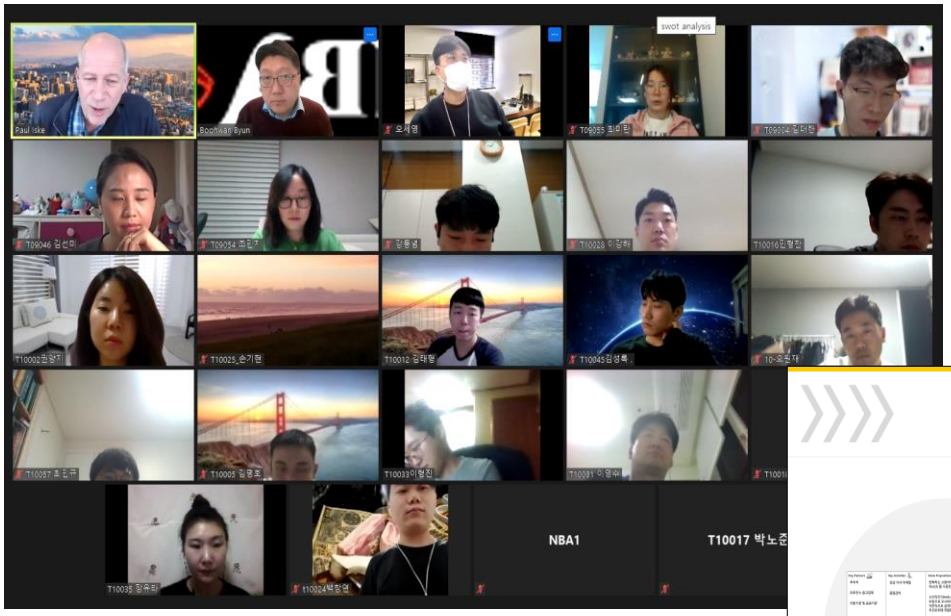
- 이전 프로그램 기준 실시간 온라인 운영(ZOOM)
- 강의 16시간 + 그룹토의 +개별과제 및 발표 30시간으로 운영
  - 강의 : 비즈니스 모델 설명, 모델 샘플 및 카테고리 설명, 여러 모델 케이스 설명
  - 그룹토의 : 관련 주제 선정 및 분석 모델 선택(16시간), 토의 2회이상
  - 과제 발표 : 문제 해결 과정 및 능력이 포함된 보고서 제출(15페이지 내외) 및 발표

프로그램 통과 기준

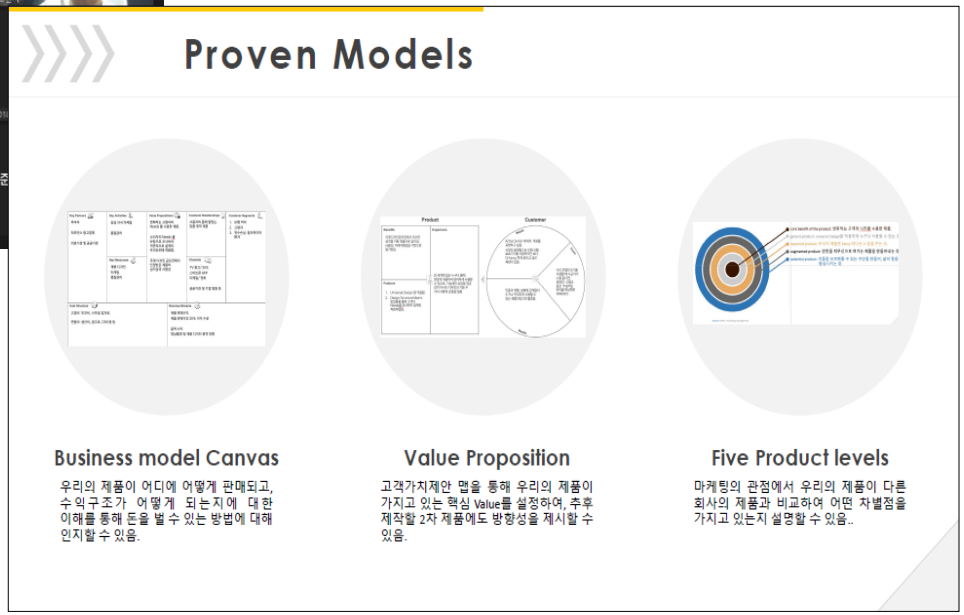
- Pass 혹은 Non Pass 형식으로 운영
  - Pass : 기존 논문, 리서치를 가지고 비판적인 시각에서 문제점을 바라보고 창의적인 해결 방안 및 대안을 제시하는 경우
  - Non Pass : 기존의 논문 및 리서치를 있는 그대로 정리하고 설명하는 경우

2. 운영과정 소개

강의 운영



ZOOM이용
온라인 강의실시(11월)



2. 운영과정 소개

보고서 제출 및 발표

- 프로그램 운영 후 총 17개의 프로젝트 보고서 산출물 도출

미디어업계의 지속가능 전략
OO그룹의 미래사업방향
비영리조직의 성과향상방법
코로나시대의 철도산업 발전방향
OO사 지속가능 성장솔루션 발굴
차량 시각 경보 신호 전달서비스
스타트업의 고령친화 용품 시장 진입방안
기타 …

프로젝트 산출물
17개 도출

2. 운영과정 소개

보고서 제출 및 발표(보고서 작성)



IV. 적용

1. 비즈니스 모델 캔버스

Key Partners

긴급차량 우선신호 시스템은 각 지역에 시범 도입하고 있으며 효과를 인정받아 점차 범위를 확대해 나가고 있다. 신호를 통제함으로써 긴급차량의 현장 도착시간을 단축시킨 서비스를 개발한 '삼성교통안전문화연구소' 와 긴급차량의 접근을 사전에 알림으로써 일반 차량들에게 접근하고 있다는 것을 인지시켜주고 차량들부터 경로확보를 유도하는 '시각을 활용한 경보전달 장치' 서비스가 서로 협력을 하게 된다면 '긴급차량 우선신호 시스템'의 단점은 교통혼란 가중을 보완하고 서로 다르게 갖고 있는 장점을 합침으로써 높은 시너지 효과를 낼 것으로 판단된다. '긴급차량 우선신호 시스템'은 긴급차량이 현장에 빠르게 도착할 수 있도록 신호를 제어해주는 시스템인데 제어하는 과정에서 교통혼란이 발생되고 있다. '시각 경보 신호 전달 장치'을 활용하면 긴급차량의 접근을 운전자들에게 미리 알려줌으로써 교통혼란을 줄일 수 있고 긴급차량만의 경로를 확보할 수 있어 '긴급차량 우선신호 시스템'의 단점을 보완하고 장점을 더욱 부각시킬 수 있을 것으로 예상된다.

또한 긴급차량 접근 시 네비게이션에 알림을 주는 서비스를 제공하는 티맵과 카카오 모빌리티가 긴급차량의 지원에 힘쓰는 것으로 볼 때, 협력을 요청하여 도로 데이터를 제공받는다면 효율적으로 차량들에게 시각 경보 신호를 전달할 수 있는 도로상 부착위치 및 거리 등을 결정하는 것에 활용할 수 있을 것으로 보인다.

- 강의 이후 개별 프로젝트 연구 => 개별 과제 수행

2. 운영과정 소개

보고서 제출 및 발표(PPT발표자료 예시)

OO자동차의 Brand Identity 재정립 기초

이름	김OO
과목	산학연계프로젝

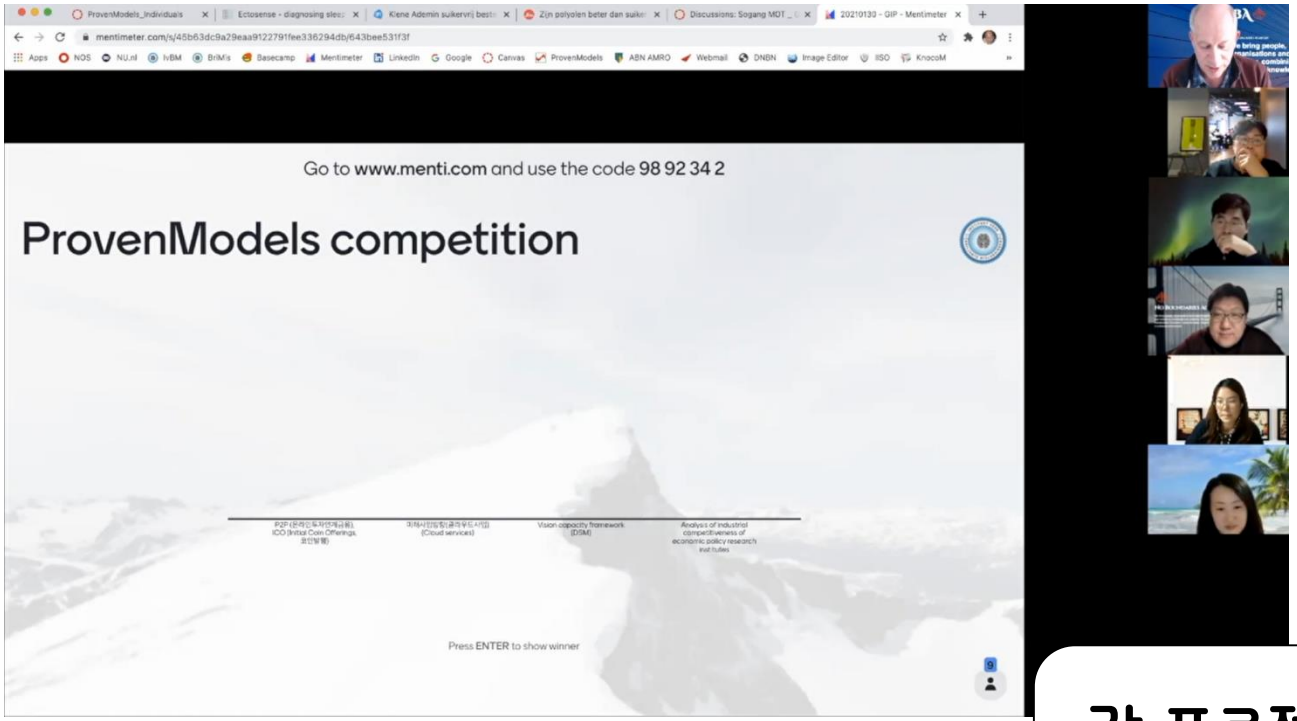
프로젝트 산출물을 이용
PPT 발표자료 제작

■ SWOT Analysis (현황 분석)

		Current status
Brand	Brand Power	국내외 시장에서 브랜드 파워의 지속적인 감소 - OO사만의 Brand identity 부재 - Brand equity 증대를 위한 지속적인 투자 부재
	Design	소비자 Expectation/Needs와 Design Identity의 불일치 - 제품에 대한 BI (Product Identity와 Design Identity) 부재로 OO 고유의 정체성 부족
	친환경	친환경차 부재로 인한 부정적인 기업 이미지 - 지속 가능성에 대한 소비자 의구심 증대 법규 대응을 위한 과다한 비용 발생
Product	Product	경쟁사 대비 제품 차별화 미흡 신제품/파워트레인 개발에 따른 원가/투자비 상승/수익성한계 모델 당 판매물량 저조로 투자 효율성 악화
	신기술	외주기술 기반의 커넥티드 서비스 지원 현재 Level 2 단계의 자율주행 서비스로 지속적 연구필요
Market	신규시장	해외 시장에서 제한적인 Geographical coverage

2. 운영과정 소개

발표 및 피드백(PPT발표자료 예시)



각 프로젝트 피드백 후
심사 발표

감사합니다