



“문화에 의한, 문화를 위한”

컬쳐유니버, 문화와 함께 날아오르다

대학연합 문화마케팅 학회 ‘컬쳐유니버’ 소개 및 경쟁PT 제안서



컬쳐유니버
제51대 운영진
CUlief

지원할 때 관심있는 문화콘텐츠를 물어보는 마케팅 학회?

국내 '마케팅 연합학회·동아리'는 무수히 많습니다.
많은 마케팅 학회 속, 컬쳐유니버는 마케팅에
'문화'를 더하여 문화산업에서 꿈을 실현하고 싶은
이들과 함께 빛나고 있습니다.

대학연합 문화마케팅 학회
컬쳐유니버 47기 지원서

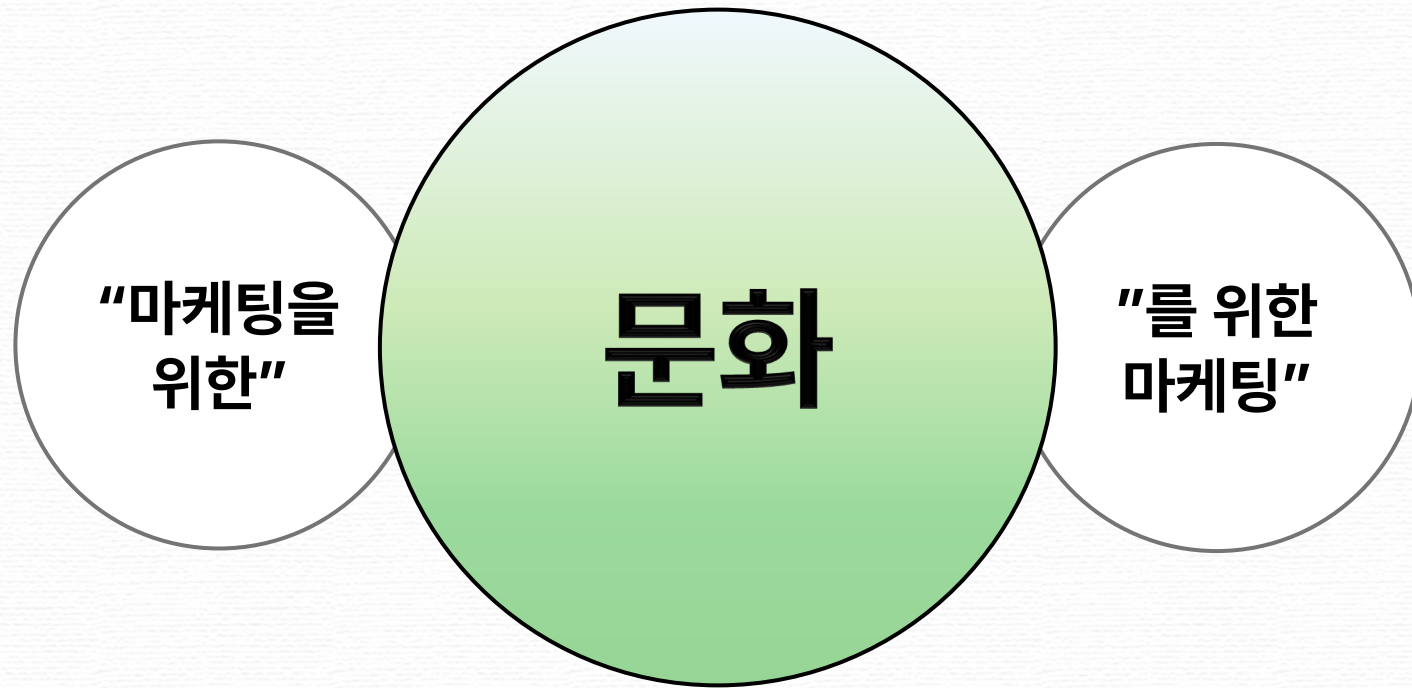
관심 분야
(두 항목까지 ☒ 가능)

영화 ☒ 연극 ☐ 공연 ☐ 패션 ☐ 음악 ☐ 도서 ☐ 미술 ☐ 게임 ☐ 사진 ☐ 뷰티 ☐
문학 ☐ 영상 ☐ 스포츠 ☐ 뮤지컬 ☐ 여행 ☐ TV프로그램 ☐ 기타 ☐ (선택)

Q3. 최근에 자신이 경험한 문화 콘텐츠 중 인상적이었던 한 가지를 고르고, 콘텐츠 자체 혹은 그것의 마케팅 방법에서 아쉬웠던 점과 본인이 생각하는 개선방안을 서술해주세요.

Q4. 컬쳐유니버 블로그, 인스타그램에는 종종 응원디엠이 있습니다. 자신이 알고 싶은 주홍스튜디오의 주제와 내용에 대해 서술해주세요.

우리는 문화마케팅을 공부합니다.



대학연합 문화마케팅 학회 컬쳐유니버

1998년 문화와 마케팅을 사랑하는 대학생들이
자발적으로 모여 결성된 모임으로,
문화산업 및 문화마케팅 전반에 걸친 지식을 학습하고,
관련 프로젝트를 실행하는 학회입니다.

26년의 시간동안 문화마케팅 전문가를 꿈꾸는 수많은 대학생이
그 소중한 꿈에 닿기 위해 컬쳐유니버와 함께 성장해나갔습니다.



컬쳐유니버는 이러한 활동을 합니다.

1. 문화마케팅에 대한 스터디활동, 전체스터디

컬쳐유니버는 문화와 마케팅을 두루 공부하기 위해
매주 3교시로 나누어 활동을 진행하고 있습니다.

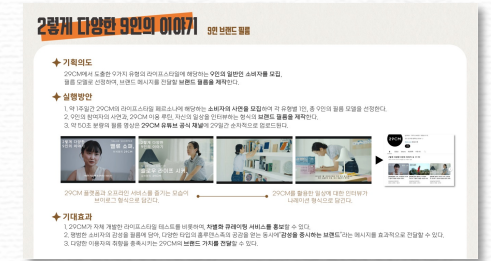
1교시에는 '마케팅의 정석'인 IMC전략을 기획합니다.

2교시에는 다양한 콘텐츠, 각종 매체를 분석하고 이를 활용해
창의적인 결과물을 도출하고 있습니다.

3교시에는 각 분기별 기획의도에 따라 문화체험, 인문학 공부, 토론 등을
진행하며 문화적 소양을 기르고 있습니다.

*문화마케팅 관련 최근 주제

- 2024년 1분기 주제: POP/POD 분석을 통한 콘텐츠 역주행 전략 기획
- 2024년 2분기 주제: VRIO 분석을 통한 문화콘텐츠 전략 기획
- 2024년 3분기 주제: OSMU를 활용한 신규 콘텐츠 기획
- 2024년 4분기 주제: USP 분석을 통한 콘텐츠 '팬'양성 소비자 구매 여정 개발

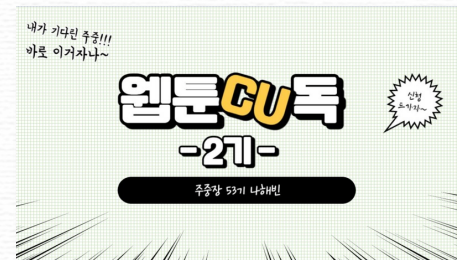
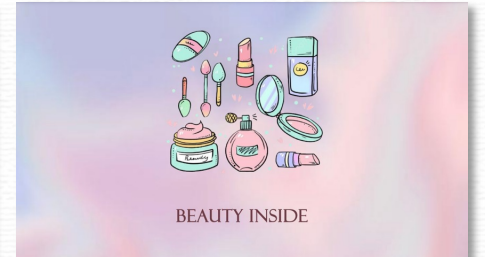
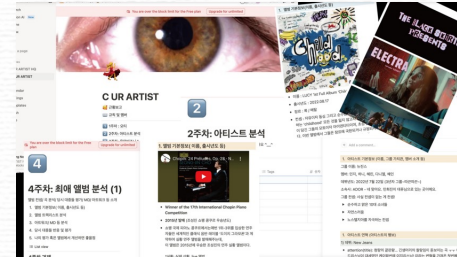


컬쳐유니버는 이러한 활동을 합니다.

2. 자유롭게 문화에 대해 알아가는, 주중스터디

문화마케팅에 대해 본격적으로 공부하는 전체스터디 외에도,
컬쳐유니버 내 공통의 관심사를 가진 회원들이 모여
자발적으로 주중스터디에 참여합니다.

전시회, 책, 드라마, 영화 등 문화적 관심사부터
포트폴리오 정리, 영상 제작 등 진로 관련 스터디까지,
폭넓은 경험을 통해 회원들 스스로 부족한 부분을 심도 있게 공부하고 있습니다.



2002년부터 시작되어 컬쳐유니버 내 장기 기획 행사 중 하나인 세미터.
세미터는 학회 내 기획단이 세미나를 직접 구성하고 진행하는 프로젝트입니다.

세미터에서는 ‘문화’ 또는 ‘문화산업’과 관련된 주제를 가지고
전문가와 대학생들 간의 만남의 장을 마련합니다.
듣고 싶은 주제, 보고 싶은 강사, 하고 싶은 이야기를 만들어가는
세미터에서 컬쳐유니버만의 ‘문화’를 꾸려 나갑니다.



컬쳐유니버는 이러한 활동을 합니다.

4. 기업과 함께, 또 따로 진행하는, 프로젝트

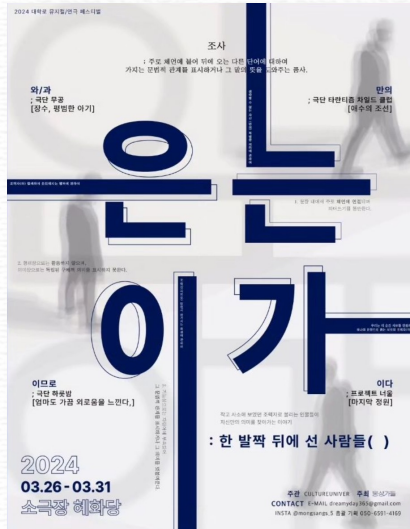
한 분기를 넘어 오랜 시간 준비하는 프로젝트로 더 많은 일을 해내고 있습니다.

2024년 4분기에는 포케올데이와 함께 저당팝업스토어 기획 및 마케팅 프로젝트를 진행했습니다.

또한, 2024년 3월 연극 기획단 '몽상가들 5기'가 은는이가:한 발짝 뒤에 선 사람들 이라는 주제로 연극 페스티벌을 개최했습니다.

2024년 영화제 프로젝트 'CFF:Curious Film Festival'이 독립 영화 상영회를 성공적으로 진행하였습니다.

다가오는 올해 2월에는 전시 프로젝트 'C:MUSE(씨뮤즈) 3기'가 '놓는 법' 이라는 주제로 전시를 진행할 예정입니다.



이렇게 특별하기에 컬쳐유니버에게만 전달 할 수 있는 특별한 주제

전체스터디와 주중스터디를 통해 쌓아온 문화산업 지식으로
단순 마케팅 관련 주제부터, 문화 마케팅 관련 주제까지 다룰 수 있습니다.

[역대 '문화' 마케팅 관련 경쟁PT 주제 예시]

뮤지컬 '광화문연가' 프로모션 및 마케팅 전략 방안

유니버설 뮤직과 연계, '소년공화국'의 새 앨범 컨셉 및 프로모션 방안

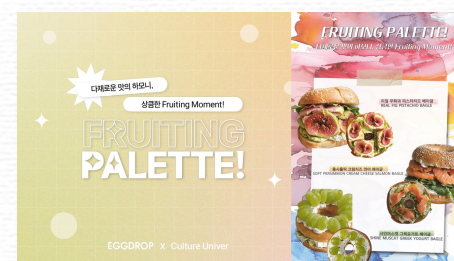
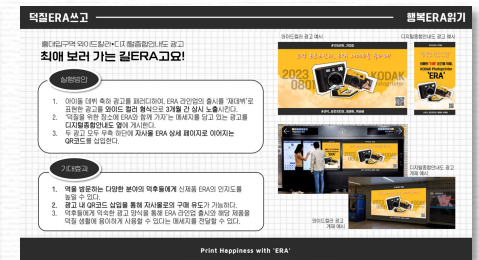
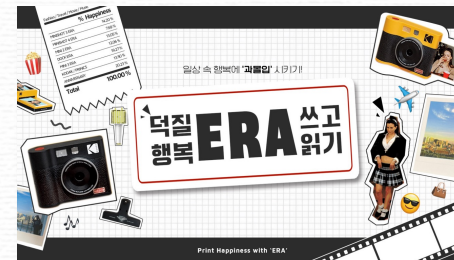
서울이랜드FC와 연계, 차별화된 문화킬러컨텐츠 도입을 통한 오감만족 이벤트 홈 경기 구현 전략 구축

SM Smile과 연계, SM-아티스트-팬이 함께하는 CSR활동 방안 제시

웨이브와 연계, 웨이브 라이브러리 중 MZ가 좋아할 만한 작품 라인업 및 마케팅 전략 제안

코닥 프리닉스와 연계, 신제품 ERA 라인업으로 "Print Happiness" 컬처를 만들기 위한 마케팅 기획

▼ 실제 컬쳐유니버 회원분들이 참여한 경쟁 PT 최종기획안



준회원에서 정회원으로 그리고 “미래의 마케터로의 과정”

컬쳐유니버에서 6개월 간 활동한 준회원이
3~4개 조로 나뉘어 하나의 마케팅 주제를 두고 한 달간 준비합니다.

그 후 결과물을 발표하고, 활동 회원, 선배님,
외부 관계자분들에게 평가받는 자리입니다.

경쟁PT를 통해 회원들을 지난 6개월간 스터디를 통해 배운
마케팅, 문화산업 지식들을 활용합니다.

회원들은 스터디 결과에 대한 객관적인 평가를 받아
자신의 배움 수준을 되돌아보며 자극 받는 계기가 되고,
문화 마케팅에 대한 전략을 긴 시간에 걸쳐 준비함으로써
또 한 단계 배우고 성장할 수 있는 행사입니다.



제 30회 경쟁PT
with 코닥 프리닉스



제 31회 경쟁PT
with 코코도르



제 32회 경쟁PT
with 에그드랍

총 32개의 기업이 저희와 함께 해주셨습니다

- 코오롱패션과 연계, 3사의 브랜드에 실질적으로 적용가능한 에코마케팅 전략안
- KB국민은행과 연계, 브랜드 가치 및 이미지 제고 방안
- NHN과 연계 네이버 해피빈 콩저금통의 활성화를 위한 온오프라인 마케팅 전략
- KT&G와 연계, 아리랑 담배 재활성화를 위한 문화마케팅 전략 경쟁PT
- 매일유업과 연계, 퓨어 마케팅 전략 제안 경쟁PT
- 자희향과 연계, 프리미엄 전통주 한국시장 진입을 위한 마케팅 전략 경쟁PT
- 현대자동차와 연계, 수입차 대응 방안에 대한 마케팅 전략 제안
- 더페이스샵과 연계, 더페이스샵 남성 브랜드 포트폴리오 파악 후 2029 타겟팅 브랜드 제안&마케팅 전략 구축
- 뮤지컬 '광화문연가' 프로모션 및 마케팅 전략 방안
- 화장품 브랜드 라라베시의 브랜드 아이덴티티 구축 및 마케팅 전략 방안
- 국순당과 연계, '아이싱' 타겟 공략을 위한 IMC전략 및 브랜드 아이덴티티 확립을 위한 커뮤니케이션 전략 구축

총 32개의 기업이 저희와 함께 해주셨습니다

- 유니버설 뮤직과 연계, '소년공화국'의 새 앨범 컨셉 및 프로모션 방안
- FITbit과 연계, Charge HR을 활용한 차별화된 브랜드 아이덴티티 도출 및 인지도 상승을 위한 전략과 전술 구축
- 서울이랜드FC와 연계, 차별화된 문화킬러콘텐츠 도입을 통한 오감만족 이벤트 홈 경기 구현 전략 구축
- S-OIL과 연계, 2030 첫 차 고객 유입을 위한 프로모션 전략
- 야놀자와 연계, 야놀자 럭키박스를 2030이 갖고 싶어하는 브랜드로 만들기 위한 온오프 바이럴마케팅 방안
- 민트페이퍼와 연계, Beautiful Mint Life/Grand Mint Festival 내의 Earth Campaign 활성화 방안 구축
- 바른생각과 연계, 바른생각 콘돔의 판매량 증진을 위한 새로운 기획 및 마케팅 전략 제안
- Lush와 연계, 내 친구들에게 알려주고 싶은 Lush를 주제로 20대 대상 캠페인 홍보 및 브랜드 이미지 확립 방안
- 메이크어스딩고와 연계, 밀레니얼 세대를 타겟으로 한 메이크어스X네이버 콜라보 캠페인 기획
- SKT T맵과 연계, 타겟 취향 뉴 티맵의 컨셉 / 브랜드 제안 및 마케팅 방안 제시
- 타이레놀과 연계, 2030의 케어링이 필요한 순간을 포함한 새로운 슬로건 및 IMC 캠페인 아이디어션

총 32개의 기업이 저희와 함께 해주셨습니다

- SM Smile과 연계, SM-아티스트-팬이 함께하는 CSR활동 방안 제시
- SOCAR와 연계, '일하는 밀레니얼'을 대상으로 한 쏘카의 브랜드 커뮤니케이션 방안 제안
- YES24와 연계, 20대 대상 YES24의 브랜드 이미지를 향상시킬 온/오프라인 프로모션 및 전략
- 제주항공과 연계, 기존 Value Chain 내 신규 서비스 및 상품 기획
- 포토이즘(Photoism)과 연계, 차별화된 브랜드 이미지 확립을 위한 MZ세대 타겟 온/오프라인 마케팅 전략
- 메가MGC커피와 연계, 새로운 브랜드 이미지 확립을 바탕으로 한 허니퓰크러쉬 3종 음료 판매 활성화를 위한 온/오프라인 프로모션 기획
- 웨이브(WAVVE)와 연계, 웨이브 라이브러리 중 MZ가 좋아할 만한 작품 라인업 및 마케팅 전략 제안
- 코닥 프리닉스와 연계, '신제품 ERA라인업을 통한 Print Happiness 문화 만들기' 마케팅 전략 제안
- 코코도르와 연계, 2040 타겟을 겨냥한 '코코도르 향기 문화'를 만들 수 있는 마케팅 캠페인 기획
- 에그드랍과 연계, 에그드랍의 샌드위치 시장 1위를 위한 신제품 기획 및 마케팅 전략 기획

2025년 1-2월

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
1/19	20	21	22	23	24	1/25
26	27	28	29	30	31	2/1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	2/15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

경쟁PT 기업 및
주제 발표

경쟁PT 중간점검

경쟁PT 최종발표 (택1)

- 경쟁PT 최종발표 당일 (2월 26일/27일 14-18시 제안) 귀사의 관계자 분이 참여하여 컬쳐유니버 회원들의 발표를 심사해 주시길 바랍니다.
- 별도의 예산 지원은 필요하지 않으나, 최종 우승 축하를 위한 소정의 우승 상품 협찬을 고려해주시면 감사하겠습니다.



미코사의 문화마케터들의

‘빛나는 아이디어’가 펼쳐질 시간,

귀사와의 경쟁PT를 제안합니다.
자세한 사항은 첨부된 제안서를 확인해주시면 감사하겠습니다.



인스타그램 @cultureuniver

페이스북 '컬쳐유니버' 검색

공식 블로그 https://blog.naver.com/i_love_cu

대학연합 문화마케팅 학회 컬쳐유니버

컬쳐유니버 제51대 운영진 CULief

❖ 운영진 대표	최조은	010-7613-0729
❖ 커리큘럼 매니저	황현선	010-4828-8214
❖ 커뮤니티 매니저	최규리	010-9181-1081
❖ 커뮤니케이션 매니저	김수빈	010-8591-6532