**✅ 울산과학대학교 프로젝트 – 훈련 데이터 구조화 예시**

| **항목** | **내용** |
| --- | --- |
| **ID** | 001 |
| **클라이언트** | 울산과학대학교 |
| **문제 배경** | 입시홍보를 위한 전략 필요: 울산과학대학교의 경쟁력에 대한 인식이 부족하고, 4년제 중심 진학 관념 속에서 전문대 선택에 대한 저항이 존재함 |
| **해결 과제** | 타 대학과 비교해 울산과학대학교만의 탁월한 경쟁력, 실질적 이익(취업률, 장학제도 등), 미래 확신을 전달하여 수험생의 선택을 유도 |
| **주요 타겟** | 고등학생, 입시 대상자, 대학 진학을 고민하는 청소년 |
| **전달 정보** | - 4년제 대학 학생들이 유턴 입학하는 경쟁력 - 압도적인 교육/복지/캠퍼스 환경 - 전국 최상위 취업률 및 유지취업률 - 대기업이 선호하는 실무형 인재 양성 대학 - 현장 중심 수업과 미래산업 최적화 교육 시스템 - 교육부 선정 '세계적 수준의 전문대학' - 현대중공업그룹 설립 및 지원 - 장학금 및 기숙사 등 경제적 혜택 |
| **핵심 키워드** | 놀라움, 대단함, 유턴, 입학, 클라스가 다름, 오면 해결, 취업, 와!, 컨온, 입체적 교육, 압도적 지원 |
| **커뮤니케이션 컨셉** | **"와! 울산과학대학교!"** ① 와~: 놀라움(Surprise) ② 와!: 확신 & 행동 유도 (Come on!) |
| **서브 메시지** | - 유턴의 법칙: 4년제보다 나은 선택 - 클라스가 다르다: 압도적 환경 - 결과로 보여준다: 실제 취업 사례 - 기업이 먼저 찾는 대학 - 그냥 '와~' 하지 말고, 그냥 '와!' |
| **메시지 전략 분류** | ✅ 감정 기반 (놀람, 감탄 유도) ✅ 행동 유도 (입학 결정 유도) ✅ 브랜드 이미지/포지셔닝 (실무 중심, 대기업 취업, 산업도시 특화) |
| **언어 스타일** | - **중의적/유희적 표현** (‘와’의 다층적 의미) - **밈적/짤 중심 표현** (‘클라스가 다르다’, ‘대박’ 등) - **스피디하고 트렌디한 표현** (SNS 최적화) - **젊은 층 타겟의 공감형 톤** |