**울산과학대학교 프로젝트 (2025 홍보영상) – 수정된 훈련용 구조화 예시**

| **항목** | **내용** |
| --- | --- |
| **ID** | 002 |
| **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** | - 높은 취업률(76.4%) - 4년제 유턴 입학 사례 - 산업현장을 옮겨놓은 실무중심 교육 - DX교육, 산학협력, 글로벌 프로그램 - 메타버스 수업과 마이크로 디그리 - 뛰어난 복지 및 기숙사 환경 - 스포츠·문화·여가가 풍부한 캠퍼스 라이프 |
| **핵심 키워드** | 능력자, 경쟁력, 자부심, 궁금함, 비법, 울과대, 실무력, 글로벌, 캠퍼스 라이프, 복지 완벽 |
| **커뮤니케이션 컨셉** | **「울 과대는?」** ‘울 과대’는 울산과학대학교의 친근한 별칭이자, 학과 대표 학생을 의미하며, 이를 통해 학교 브랜드와 개개인의 성장 이미지를 자연스럽게 연결 |
| **서브 메시지** | - 울 과대 = 대기업 취업 예정자 - 실무력·창의력·주도성의 집합체 - 4년제 유턴도 감탄할 ‘능력자’ - 비법이 궁금할 정도로 완성형 인재 - 글로벌 + 실전 교육 + 복지까지 다 갖춘 대학 |
| **메시지 전략 분류** | ✅ 감정 기반 (자부심, 궁금증 자극) ✅ 행동 유도 (입학 동기 유발) ✅ 브랜드 이미지/포지셔닝 (미래형 실무대학, 글로벌 현장형 인재 양성) |
| **언어 스타일** | - **친근하고 대화체** (‘울과대’, ‘궁금해?’, ‘따라와봐~’) - **Z세대 감성** (몰래 따라가자, 감탄 표현, 대화식 진행) - **에피소드 기반 내러티브** (학생의 시선에서 대학을 소개) - **짧고 빠른 리듬감**, **질문형 전개** (궁금함 유도) |