2025학년도 ITM전공 Global Challenger 참가 신청서

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **신청분야** | | **2025학년도 ITM전공 Global Challenger** | | |
| **대면** | | |
| **국내** | | |
| **참가자(팀)명** | | **PANDAS(Predictive AI for Numerical Data Analytics)** | | |
| **조사대상** | | 국가 | **대한민국** | |
| 회사명 | **LG CNS, 스페이스브이(33M2), LG전자** | |
| **참가자 명단** | 구분 | 학번 | 성명 | 연락처 |
| 대표 | **22101994** | **김준섭** | **010-4385-2517** |
| 팀원 | **21102059** | **홍준수** | **010-5365-1407** |
| 팀원 | **2210286** | **임동현** | **010-8285-4173** |
| 팀원 |  |  |  |
| **주제** | | **AI solution in Business** | | |
| **세부설명** | | **AI를 도입하는 기업이 점차 늘어나는 시장의 흐름 속에서 AI 비전문 기업이 이러한 변화에 적응하고 AI 시스템을 도입 및 유지 관리하기에는 분명한 한계점이 존재한다. 이러한 한계를 극복하기 위해서 AI 솔루션을 제공하는 기업들이 등장하고 있는데 대표적인 사례가 LG CNS이다.**  **LG CNS는 MOP(Marketing Optimization Platform)라는 플랫폼을 통해 고객사에게 광고 예산 최적화, 실시간 이상 감지, 광고 성과 인사이트 도출 등의 기능을 제공하고 있다. 이 서비스는 LG CNS의 AI 솔루션이 단순한 AI 플랫폼 구축을 넘어서 수학적 모델링을 통해 실질적인 경제적 가치를 창출하고 있다는 점에서 주목할 만하다. 따라서 MOP가 어떤 영향을 미치고 있으며, 어떤 과정을 거치는지를 보다 심층적으로 탐구하기 위해 MOP와 관련된 기업들을 대상으로 추가적인 조사를 진행하고자 한다. MOP 자체 탐구를 위해 제작사 LG CNS를, 그 효과를 소비자 입장에서 실증적으로 파악해보기 위해 고객사인 LG전자와 스페이스브이의 삼삼엠투를 조사 대상으로 선정하였다. 각 기업의 실무자 인터뷰를 통해 MOP가 제공하는 실제적 가치와 MOP의 효과를 알아보고, 더 나아가 특정 산업이나 마케팅 상황을 가정한 간단한 형태의 AI 솔루션을 직접 기획 및 설계해보는 것이 우리의 최종목표이다.** | | |
| 위와 같이 ITM전공 2025학년도  **Global Challenger** 에 참가하고자 참가 신청서를 제출합니다.  **2025년 5월 12일**  **신청인 대표 김준섭 (인)**  **산업공학과 ITM전공 주임교수 귀하** | | | | |