

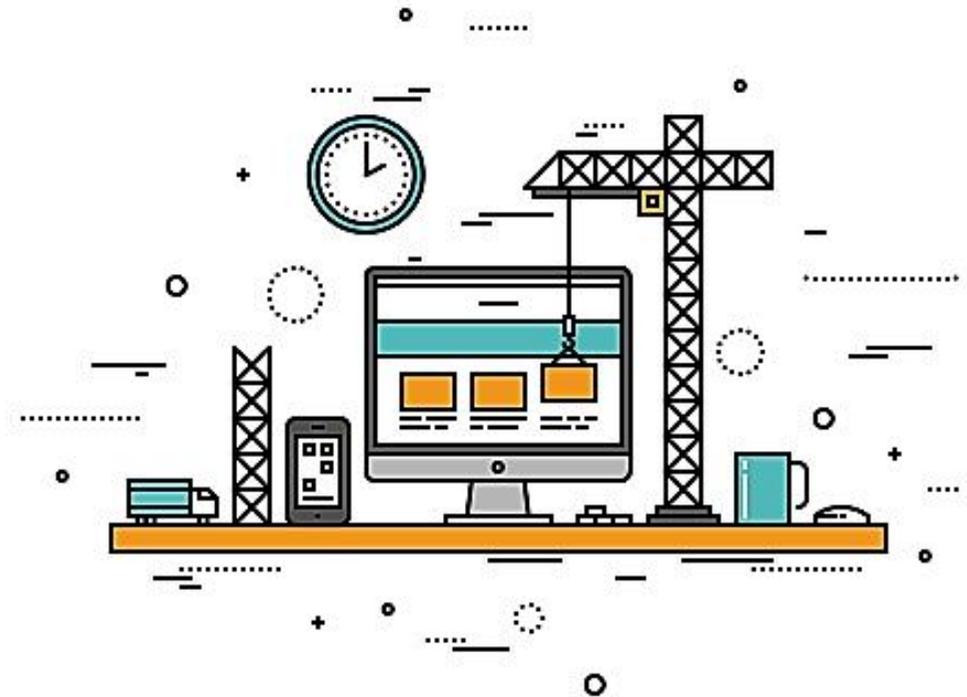


# 대학연계 전공심화 교육과정 현황

2018. 07.

## 목 차

- I. 기관 현황
- II. 운영 배경
- III. 운영 현황
- IV. 운영 및 취업지원
- V. 교육 과정
- VI. 프로젝트 사례(빅데이터)
- VII. 기대 효과



I 기관 현황

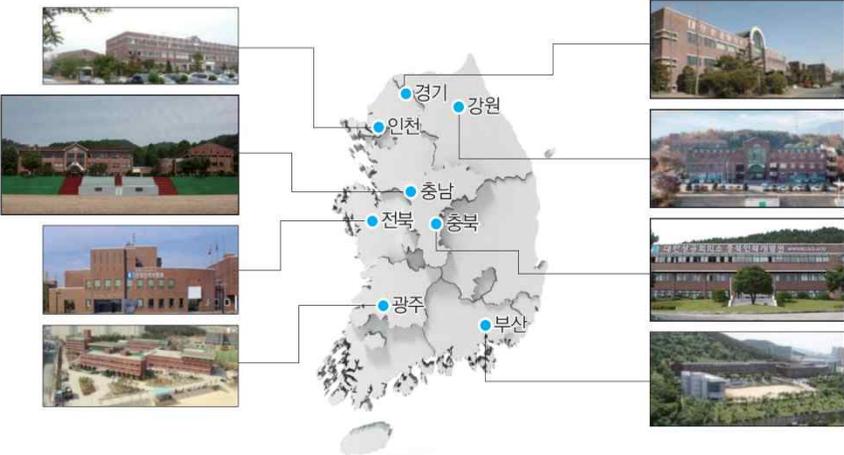
대한상공회의소 충남인력개발원

인력개발사업단

- 정부 직업능력개발 성공수행 역량 보유
- 전국 8개 인력개발원, 서울 1개 훈련센터 운영
- 연 4,500명 규모 훈련 실시
- 전국 73개 지역상의 15만 회원사에 인력공급

충남인력개발원

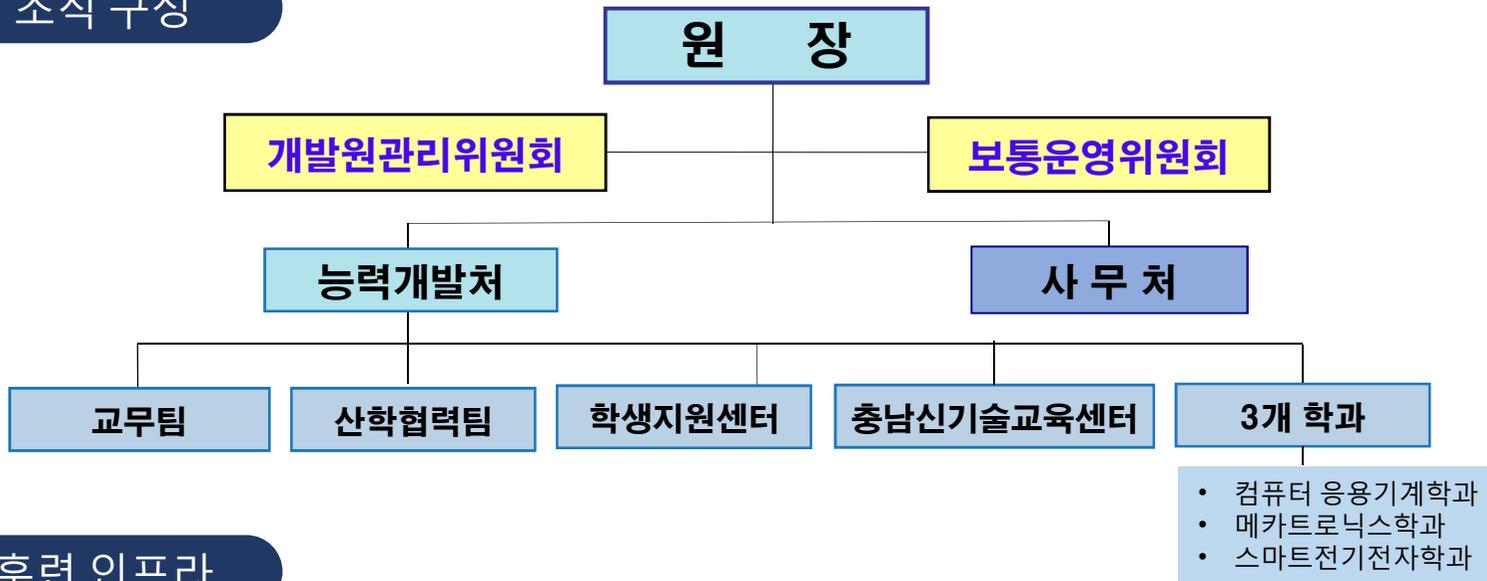
- 1994년부터 직업능력개발 훈련 운영
- 2014년도 지산맞 사업 공동훈련센터 선정
- 2016년도 훈련기관인증평가 3년
- 연 420명 규모 훈련 실시



# I 기관 현황

## 조직 구성 및 훈련 인프라

### 조직 구성



### 훈련 인프라

			<b>자산 규모 : 14,923,871천원</b> <b>장비 총 취득가액 : 6,778,843천원</b>
대지면적 61,409m <sup>2</sup>	건물연면적 14,987m <sup>2</sup>	장비 348종 / 23,335점	

# II 운영 배경

## 대학연계 전공심화 교육과정 운영 배경

### 이공계 취업시장

대기업 공채를 제외하면...

**이공계 취업 시장  
직무능력을 보유한 경력자  
위주의 채용 시장으로 변화**

**중소중견기업과 청년  
취업 시장의 불균형 발생**

유영민 과기정통부 장관 "이공계 일자리 창출  
위해 노력"  
과기정통부는 유 장관이 4일 서울역 인근 식당  
에서 '이공계 취업 및 창업 준비생들과 간담회'  
를 개최했다고 밝혔다.  
이날 간담회에 참석한 이공계 졸업생들은 직무  
능력을 보유한 경력자 위주의 현 취업시장에서  
학생들은 별다른 경력이 없어 더욱 취업하기 어  
려운 현실에 대해 지적했다.  
(2018.5.4 파이낸셜뉴스 기사문 인용)



### 실무중심 교육 개설

현장 실무 중심의  
전공 역량을 갖춘  
인재 육성 필요성 대두

**2016년 실무중심  
전문심화 교육과정 개설**

임베디드 전문가 과정 운영  
**(2016~2017년 평균 91.1% 취업)**

IoT 개발자 과정 운영  
**(2016~2017년 평균 93.9% 취업)**

\* 참여대학 : 청주대, 공주대, 군산대,  
호서대, 충남대, 대구대 등



### 교육대상/분야 확대

4차 산업 시대  
기술 경쟁력을 갖춘  
우수 인재 수요 증가

**2018년 과정 추가 개설  
빅데이터 분석 전문가 과정**

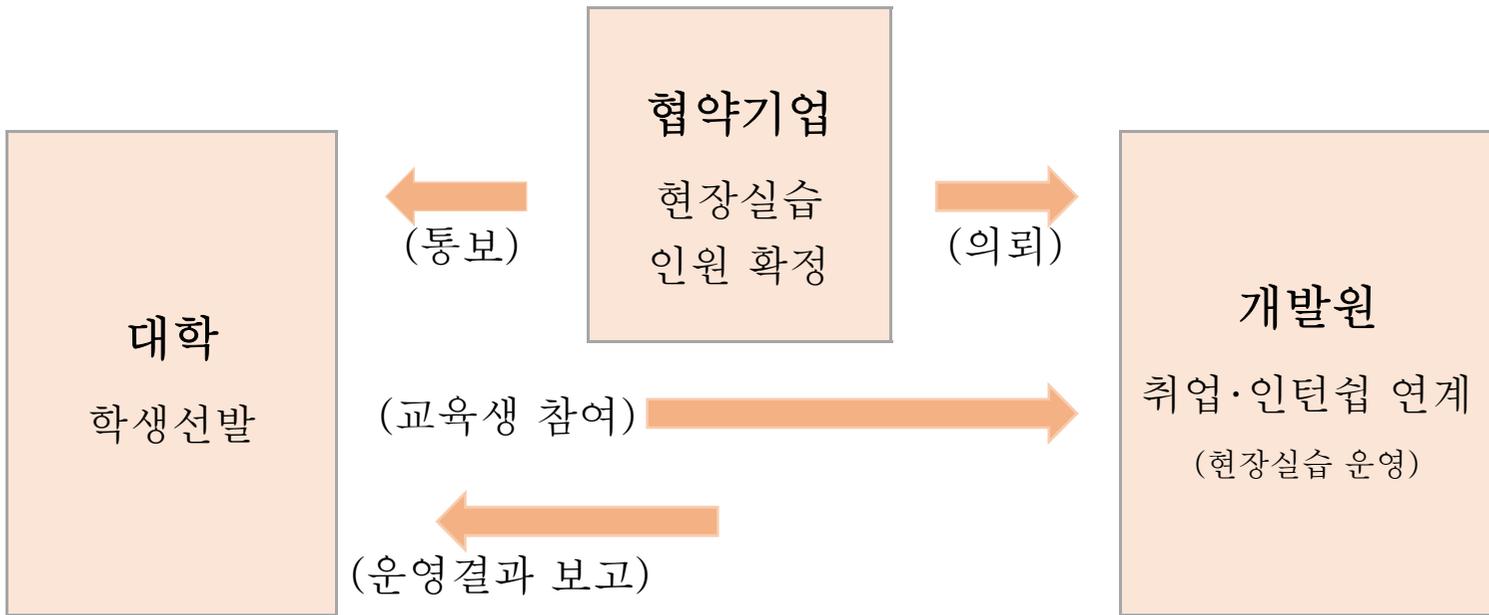
**학점연계 현장실습 도입**  
**4학년 졸업예정자** 전문심화  
교육을 통한 취업 연계 확대

\* 참여대학 : 공주대, 청주대, 군산대,  
한밭대, 호서대 등

# 학점연계 현장실습

## 기관 역할

- 대학교 : 학점인정 현장실습 운영으로 교육생 선발. 4학년 졸업예정자 대상
- 개발원 : 현장실습 참여기업과 연계한 전공심화 교육 개설·운영 및 취업연계



# IV 운영 및 취업 지원

## 교육 운영 및 취업 지원

### 운영 프로세스

**교육**

- 교육과정 이수자 평가로 학습 능력 고취
- 프로젝트 진행으로 실무 능력 향상

**상담**

- 환경 적응 및 학습 능력 파악으로 중도탈락 방지
- 개인별 취업 준비 상황 파악 및 코칭

**취업클리닉**

- 취업특강에 의한 이력서 포트폴리오 작성 준비
- 면접 교육에 의한 직무·인성 면접 스킬 향상

**기업추천**

- 취업희망기업, 협약기업 등 채용기업 발굴
- 취업 추천 및 동행 면접에 의한 합격

### 역량강화 프로그램



< 기업분석 발표회 >



< 팀 프로젝트 발표회 >



< 면접 스킬 클리닉 >

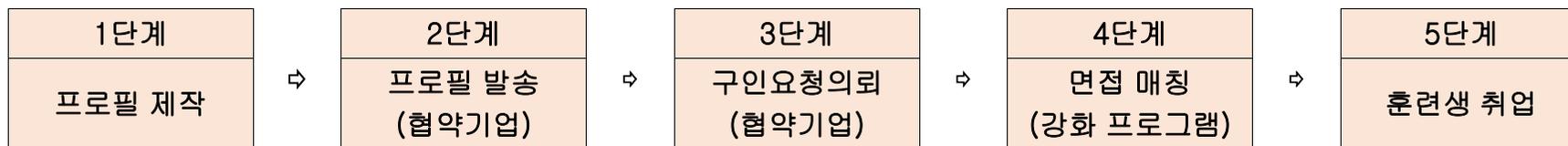


< 가상 면접 발표회 >

# IV 운영 및 취업 지원

## 교육 운영 및 취업 지원

### 취업지원 프로세스



### 주요취업처(2017년)

IoT시스템 개발 전문가 과정				임베디드 시스템기반 통합설계 전문가 과정				
유니셈	(주)태영원	나래나노텍	리스광시스템	이와이엘	유니퀘스트	AP위성(주)	(주)에스에이치텍	로보스타
(주)에스티	삼성전자	선익시스템	신성이엔지	신비앤틱	티에스이	(주)에스티	(주)에스엔텍	메리테크
우진플라임	엑시콘	큐셀네트웍스	페스카로	한길이에스티	필텍	(주)태양전기	(주)다스테크	제이티
한양정공	인터로조	(주)케이엔제이	(주)지오매틱스	크레신	테스	(주)피디티	케이엔제이	(주)피앤이솔루션
이지시스템	마쥬텍	케이피에스		트루엔(2명)	신성이엔지	아이티엠반도체	AP시스템	삼영S&C

V 교육 과정

# “전략경영을 위한 빅데이터 분석 전문가 과정”

## 교육목표

전략보고서 작성을 위한 데이터 수집, 저장, 시각화, 분석을 통해 회사에서 요구하는 상품기획 및 마케팅 전략을 수립할 수 있는 전문인력 양성

## 과정개요

교육기간	2018년 9월 4일 ~ 12월 21일	교육시간	65일 / 520시간
교육대상	상경계 및 자연과학대 졸업(예정)자		
정 원	20명	일일 교육시간	09:00 – 17:50
수 강 료 교 재 비	0원(전액 무료)	교육 장려금	매월 최대 20만원 (기숙사, 식비 전액 지원)
우대사항	전학년 평점 3.0 이상 / 토익 750점 이상 / 워드프로세스 자격증 소지자 우대		

V 교육 과정

# “전략경영을 위한 빅데이터 분석 전문가 과정”

## 커리큘럼

기초	심화		실전 프로젝트
1개월차	2개월차	3개월차	4개월차
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 분석용 데이터 구축</li> <li>- 텍스트 데이터 분석</li> <li>- 통계기반 데이터 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 빅데이터 분석결과 시각화</li> <li>- SQL 연동</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 데이터베이스 관리시스템</li> <li>- 실전 빅데이터 마케팅전략</li> <li>- 파이썬 빅데이터 관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 빅데이터 분석 경영전략 보고서 제작</li> </ul>

\* ‘빅데이터 분석 경영전략 보고서’ → ‘입사지원 포트폴리오’로 완성 (취업경쟁력 고취)

## 취업분야

구분	내용						
업종	통신, 금융, 의료, 기술 중심 제조업 등						
직무	마케팅·영업 분야, 생산관리 분야, 고객센터 분야 등						
기업	누리콘	교보문고,	싸이이비즈	크리젠솔루션	비엔지시스템	위엠비	이든티앤에스
	그린웹서비스	삼성전자판매	삼성SDS	애자일소다	지세븐홀딩스	아임클라우드	에프엑스티지
	바스코퍼레이션	에이원에프에이	평택해운로지스	컴퓨존	베이넥스	바이오에이지	싸이웰시스템
	센티널테크놀로지	부뜰정보시스템	NHN테크놀로지서비스 ...				

# VI 프로젝트 사례

## 수료생 프로젝트 사례 (개요 및 시장분석)

대한상공회의소 충남인력개발원 WISEHUB  
빅데이터소셜마케팅전문인력양성과정  
2017 빅데이터 분석 공모전

영유아 자녀를 둔 2030 젊은 부부 대상  
편의점 마케팅 전략  
17.08.31

충남인력개발원

### 데이터 분석 개요

- 분석 목표**  
이마트24만의 차별화된 마케팅 전략 도출을 위한  
a) 편의점 대표 브랜드 3사 온라인 이슈 분석  
b) 특정 고객군의 니즈 파악 및 시장성 입증
- 주요 분석대상**  
편의점 대표 3사 브랜드의 이미지 측정  
목표고객군의 불충족 니즈 파악
- 데이터 수집 기간 및 채널**  
기간: 2016.07.01 ~ 2017.08.27 (약 12개월)  
채널: 디엠, 뉴스미디어, 소셜미디어(twitter), 포털(카페, 블로그 등)
- 주요 용어 정의 및 의미**  
검색 데이터: 포털에서 이뤄진 검색에 대한 데이터  
게시 데이터: 포털에 게시된 텍스트 등의 데이터
- 수집 키워드 및 수집 문건**  
브랜드 키워드: CU, GS25, 세븐일레븐, 위도미/이마트24  
기타 키워드: 편의점, 신혼부부, 영유아, 이유식, etc  
총 수집문건: 89,441 건  
유효문건 : 73,654 건  
폐기문건 : 14,787 건

### 소비자가 느끼는 편의점은? 도시락과 혼연일체

PART 1 : 시장분석 / 브랜드분석

CU 감성분석      GS25 감성분석      세븐일레븐 감성분석

□ 긍정어 □ 중립어 □ 부정어 □ 기타  
자료 : DMAP, 미디어포털, SNS, 커뮤니티, 기타 채널·원문내용에서 단어 빈도수 추출

### 유동공통들의 마케팅 격전 너도나도 PB상품과 1인 가구 공략

PART 1 : 시장분석 / 브랜드분석

CU 마케팅 케이스      GS25 마케팅 케이스      세븐일레븐 마케팅 케이스

#혼술혼밥 #나야\_나 #우리\_PB 짱 #کم은

자료 : 각 사 웹사이트, 페이스북 페이지

# VI 프로젝트 사례

## 수료생 프로젝트 사례 (문제도출)

**emart24** PART 2 : 문제도출 / 고객군분석

### 1인 가구 시장 성숙기, 시작된 자기 잡식 새로운 시장이 필요할 때

국내 편의점 시장 추이

단위: 개

2017년 6월 기준 총 3만 7,083개  
인구당 편의점 수는 1,395명 당 1개꼴을 보임

자료: 애리치증권증권리 보고서

점포 당 매출액

단위: 만 원

2016년 상반기 2017년 상반기

CU GS25 7ELVEN WEMEDI

자료: 각 사 KB증권 보고서

2017년 편의점 양적성장은 진행 중  
편의점 질적 성장은 뒷걸음질  
2016년 상반기 증가율 40%~50%에 달했으나, 2017년 상반기 증가율은 겨우 10%~20%에 그침

자료: 국가통계포털, 주요 유통업체 매출 동향 조사

**emart24** PART 2 : 문제도출 / 신시장개척

### BIG 3 사의 전략은 전형적으로 이마트24의 전략은 차별적으로

엄마의 관심사

아이 음식, 자녀에 대한 관심 3위

자녀 일상의 전반에 대한 세심한 관심 음식으로 이어져 자녀에 대한 관심 3위

자료: 육아인식보고서, 이노센텔드라이드

엄마 + 고민 연관 키워드

자녀는 영유아 가구 집단의 큰 고민

엄마 + 고민 연관 키워드 검색 실시  
62.9%로 자녀가 가장 큰 고민

자료: EBS 토크쇼 부모, 티마크로스

**emart24** PART 2 : 문제도출 / 신시장개척

### 바쁜 일상 속의 2030 부부 간편 이유식에 눈길

롯데마트 간편 이유식 매출 성장

자료: 분유 안 팔려도 간편 이유식 매출 속속, 한국경제

선호 이유식 방식 언급량 비교

시간/배달 이유식에 관한 비중이 높음

자가생산 이유식보다 간편하고 시간이 절약 되는 시간/배달 이유식 관심이 높음

자료: 네이버 카페, 블로그 36,000 건 자체 분석

시간 이유식의 검색량 증가 추세

자료: 네이버 광고 시스템

**emart24** PART 2 : 문제도출 / 신시장개척

### 소중한 내 아이를 위한 선택, 이유식 이유식에 관한 고민은 무엇일까?

이유식 계시 주요 관심

시간과 브랜드에 대한 고민이 가장 많음

아이 성장단계에 맞는 이유식과 좋은 이유식 브랜드에 대한 고민이 60%

자료: 네이버 카페, 블로그 36,000 건 분석

카테고리 별 단어 언급 수

시각	빈도수	영양	빈도수
개별	5,594	영양	2,874
초기	5,054	철분	764
중기	4,550	밸런스	525
후기	3,588	영양소	511
단계	1,919	합계	4,674
합계	20,705		

재료	빈도수	브랜드	빈도수
재료	5,221	로하스밀	3,164
식단	1,774	풀무원	3,005
유기농	705	베이비밀	2,712
매뉴	581	엘미즈	993
합계	8,281	합계	9,875

# VI 프로젝트 사례

## 수료생 프로젝트 사례 (전략제시)

**emart24** 이마트24가 이기는 제안, 이유식 01  
**Elevation : 프리미엄 이유식 브랜드 배치**

**PART 3 : 전략제시**  
/이마트 24가 이기는 제안



- 국내외 프리미엄 이유식 브랜드를 이마트24에서 배치·판매
- 스푼, 턱받이, 물티슈와 같은 이유식 번들 아이템 제공
- 이마트가 단독판매 프리미엄 이유식을 이마트24로 유통 확대  
폴림베이비, 거버, 엘리스키친
- 아이 식사에 필요한 용품 턱받이, 숟가락, 손수건 제공

**emart24** 이마트24가 이기는 제안, 이유식 02  
**Economical : 이마트24 멤버십 제도**

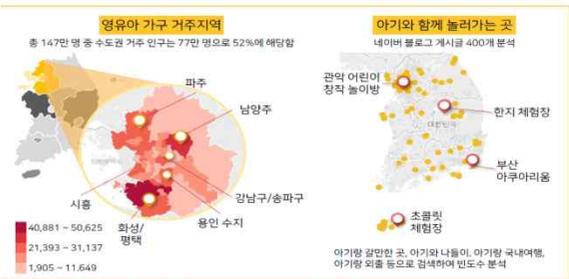
**PART 3 : 전략제시**  
/이마트 24가 이기는 제안



- 기존의 영유아 가정 대상 이마트 멤버십제도 통합·확대
- 매달 초 이마트에서 진행하는 육아 제품 할인 이벤트 확대

**emart24** 이마트24가 이기는 제안, 이유식 03  
**Easy access : 전략적 점포 출점 위치 선정**

**PART 3 : 전략제시**  
/이마트 24가 이기는 제안

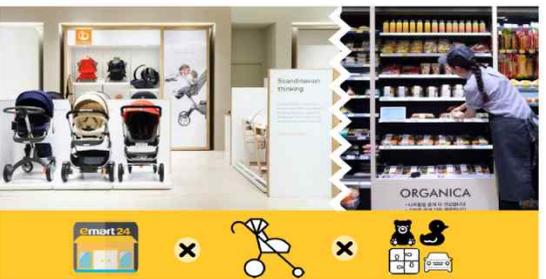


- 영유아 가구 거주지역**  
총 147만 명 중 수도권 거주 인구는 77만 명으로 52%에 해당함
- 아기와 함께 놀러가는 곳**  
네이버 블로그 게시물 400개 분석
- 소비자의 구매 시간과 노력을 최소화하는 근거리 유통채널 이마트24
- 빅데이터에 기반한 영유아 가구 거주지와 인기 여행지에 전략적 점포 출점

자료 : 통계지리정보서비스 5GIS, 대화형통계지도, 유아인구(4세이하), 자체 수집 데이터, TABLEAU

**emart24** 이마트24가 이기는 제안, 이유식 04  
**Experience : 이마트24, 체험형 편의점으로**

**PART 3 : 전략제시**  
/이마트 24가 이기는 제안



- 전문화된 프리미엄 편의점을 지향하는 이마트24의 새로운 목표와 부합
- 아이를 위한 서비스를 제공하는 타 업체와 전략적 제휴
- 유모차·장난감 전문매장과 결합한 삼인삼 이마트24를 운영

수료생 프로젝트 사례 (업무분담)



## 향후계획 및 기대효과

### 향후 계획

- **이공계 전공심화 교육과정 개발 확대**  
4차산업 발전에 따른 인력수요 증가로  
2019년 **가상현실, 증강현실, 지능형로봇, 무인이동체**  
**등으로 확대**
- **인문계 대상 전공융합 교육과정 개발**  
인문계 졸업생들의 취업 지원을 위해  
**전략경영 빅데이터 활용 과정 운영 예정(2018.9월)**  
교육과정 추가 개발 예정
- **교육참여 대학 확대**  
협약기업 확보, **학점연계 현장실습 도입**  
(대학/기업/충남개발원 현장실습 MOU체결)
- **전문가 Pool 운영**  
협약기업 현장 전문가, 대학 교수, 충남개발원 전담자로  
구성된 교육과정 개발 전문가 Pool 구축·운영

### 기대 효과

- 학점인정 현장실습과 연계된 교육과정  
운영으로 **현장실습 참여율 제고**
- 교육이수 후 취업연계로 이공계는 물론  
**인문계 대학 취업률 상승**에 기여
- 개발원에서 교육운영, 취업, 사후관리 등  
단계별 운영결과 보고 및 정보공유로  
취업 이력 관리 등 **졸업생에 대한 관리**  
**효율성 제고**

고학력  
전문인재  
(공급)

대학교

4차 산업  
선도인력양성

대한상공회의소  
충남인력개발원

감 사 합 니 다.