



“세상을 마케팅 하라”



KT&G 상상univ.  
상상마케팅스쿨

# / Contents

## Introduction

1. 소개
2. 히스토리
3. 대외평가
4. 참여자 반응(대학생, 강사)
5. 8기 운영계획
6. 참여혜택
7. 요청사항

## Appendix

1. KT&G 기업 소개
2. KT&G 상상univ. 소개

LOVE BRAND



## KT&G 상상마케팅스쿨

상상의 힘은 문화, 예술을 기반으로 더해지고,  
상상을 실현시키는 힘은 마케팅을 통해 완성됩니다.

상상마케팅스쿨은  
KT&G 그룹 내 전사적으로 공유되고 있는 상상철학과  
2010년 문을 연 대학생 커뮤니티 “상상univ.” 라는 인프라를 바탕으로

대학생들에게 실현하는 상상력을 키워주기 위해  
KT&G가 개설한  
KT&G만의 대학생 마케팅 강의 프로그램입니다 .

\* 상상마케팅스쿨은  
지난 2003년,  
국내 최초의 기업주도형으로 시작된 대학생 마케팅 프로그램으로서 그 정통성을 가지고 있습니다.



/ **히스토리** // 연혁

- 2014 상상마케팅스쿨 2차 리뉴얼 진행 / 8기 운영 예정
- 2010~2013 상상마케팅스쿨 1~7기 운영
- 2010 상상마케팅스쿨 1차 리뉴얼 진행
- 2006~2007 상상마케팅리그 / 광고공모전
- 2005 매직 / 루키 / 스토브리그
- 2004 상상마당 마케팅리그
- 2003 KT&G 마케팅리그

2010

2011

2012

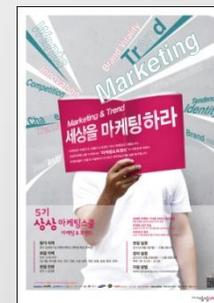
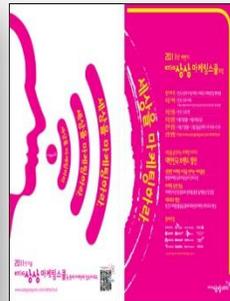
2013

1기

2~3기

4~5기

6~7기



/ **히스토리** // 숫자로 보는 상상마케팅스쿨(2010~2013)

전국 **13**개 도시 진행



누적 **9,506**명 참여



강의 **616**강 진행



현업 마케터 **126**명 출강



대학생이 뽑은 대외활동 **1**위 선정  
(2013 캠퍼스잡앤조이 선정 / 마케터분야 1위)

COVER STORY

2013 대학생·취준생이 뽑은 최고의 대외활동



◎ 마케터(모니터단)

24.1%

1위 KT&G- 상상마케팅스쿨

19.0%

2위 삼성전자- 삼성 모바일러스(Mobilers)

19.0%

2위 한국마이크로소프트- 마이크로소프트 스튜던트 파트너(MSP)

17.2%

4위 삼성증권- 삼성증권 대학생 멤버십 영 크리에이터(Young Creator)

15.5%

5위 삼성전자- 삼성전자 아이 크리에이터 (I-Creator)

COVER STORY  
BEST OF BEST

마케터 부문

KT&G 상상마케팅스쿨

국내외 대기업 마케팅 실무자의 소중한 멘토링

글 박해나 기자

구분	내용
조사명	2013 대학생·취준생이 뽑은 '최고의 대외활동'
조사기관	캠퍼스 잡앤조이(기획) / 잡코리아, 알바몬 (조사)
조사대상	20대 대학생·취업준비생 718명
조사기간	2013년 10월 15일 ~ 22일
조사방법	모바일 + 웹 설문조사

마케팅은 학생들이 희망하는 직무 중 하나인 마케팅을 미리 경험해 볼 수 있는 대학생 마케터 대외활동 부문의 1위로 KT&G 상상univ. 상상마케팅스쿨이 뽑혔다. KT&G는 매년 매출액의 약 2%(2012년 기준 551억 원)를 다양한 사회공헌활동을 통해 환원하고 있다. 상상univ.는 이러한 사회공헌활동의 일환으로 진행되는 대학생 대외활동 커뮤니티이다. 이곳에서는 다양한 프로그램을 제공해 대학생들이 자신의 상상을 자유롭게 표현하면서 새로운 가능성을 발굴할 수 있도록 적극 지원한다.

'상상마케팅스쿨'은 상상univ.를 대표하는 대학생 마케팅 프로그램이다. 2003년 KT&G 상상마케팅리그로 시작해 2010년 리뉴얼을 통해 현재의 프로그램 포맷을 갖추었다. 2010년 1기부터 현재 6기까지 운영되는 동안 총 7,820명의 수료생을 배출했다.

상상마케팅스쿨은 크게 대기업 마케팅 실무자의 강의(상상마케팅스쿨)와 마케팅 프레젠테이션 공모전(상상마케팅리그)이 결합된 형태를 지니고



지역별 우승 팀으로 선발되면 마케팅리그 본선에 진출할 기회를 얻게 된다. 본선에서는 각 지역 대표 팀들이 최종 프로젝트를 프리젠테이션 하는 시간을 갖는다. 현업 마케터들의 날카로운 피드백과 타 지역 수강생과의

## 대학내일 20대 연구소 출간 〈20대가 당신의 브랜드를 외면하는 이유〉

문화예술 커뮤니티에서 '마케팅을 꺼안다' 본문 중

상상univ.의 프로그램을 알찬 콘텐츠로 채우는 건 바로 상상마케팅스쿨이 담당한다.

상상마케팅스쿨은 일반 마케팅 홍보대사와 다르고 일반 마케팅 교육과도 운영 면에서 차이가 크다.

**특히, 교육과 경쟁을 통합하였다는 점에서 그 차이를 알 수 있다.**

일반적으로 마케팅스쿨이라 함은 비교적 단순한 교육과 과제를 진행하는데 비해 상상마케팅스쿨은 일정 교육을 진행하고 나면 미션을 수행해야 하고, 각 지역별로 예선을 치러 예선을 통과한 팀끼리 본선 경쟁을 한다.

**대학생들만의 '상상마케팅리그'가 진행되는 것이다.**

이러한 체계는 프로그램에 참여하는 학생들에게 자율성과 책임감을 불어넣고, 진행 중 발생할 수 있는 중도 포기자를 최소화시키는 역할을 담당한다...

# 20대가 당신의 브랜드를 외면하는 이유

2014년을 지배할 20대 트렌드 F-A-C-E-T



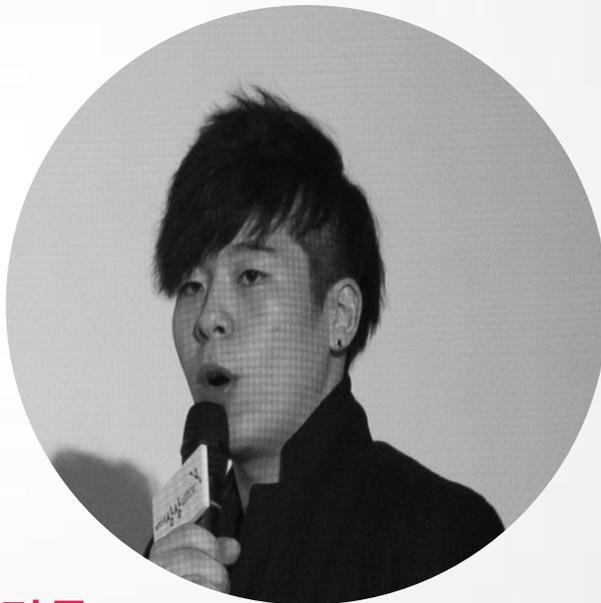
## / 참여자반응 // 수강생



### 김보미

#### 상상마케팅스쿨 충북

상상마케팅스쿨은 마케팅에 관심은 있지만, 공부할 수 있는 기회나 접해볼 기회가 없었던 이들에게 추천하고 싶습니다. 물론 중간중간 준비해야 하는 프로젝트, 미션 들도 많았지만, 빚어진 갈등을 극복하며 팀워크를 다진 경험은 좋은 추억으로 남을 것 같습니다.



### 박명국

#### 상상마케팅스쿨 부산

현업 마케터 분들의 강의였기에, 전공 교수님의 강의보다 더 트렌디하고 날선 최신 마케팅 이슈를 접할 수 있었습니다. 동시에 참여 기업과 브랜드에 대한 관심도 높아졌습니다. 대학교에서처럼 학점으로 남는 프로그램이 아니기에 순수한 자기 계발의 기회가 된 것 같습니다.



### 방미선

#### 상상마케팅스쿨 서울

마케팅 관련 지식뿐만 아니라 다양한 분야의 사람들과 함께 호흡하며 성장할 수 있었습니다. 전국 리그에 출전해 최고의 마케터가 되면 더할 나위 없이 좋겠지만, 수상하지 못해도, '수상' 이상의 '보상'을 받을 수 있는 곳이 상상마케팅스쿨이라고 생각합니다.



## 아디다스 박중근 부장

강의가 끝난 뒤,  
많은 학생들과  
더 깊은 이야기를 나누었습니다.

대학생들과 공유의 장을 만들 수 있을까?  
고민만하다가  
상상마케팅스쿨을 통해  
기회를 잡게 되었습니다.

저보다 뜨거운 열정을 가진  
대학생들이 존경스럽네요.



## 위메프 박유진 실장

마케팅에 열정을 가진 친구들과  
위메프의 현안을 논의하며  
20대의 트렌드와 니즈를 알 수 있었습니다.

2012 위메프 인터뷰에 상상마케팅스쿨  
출신을 등용하여, 검증된 젊은 예비 마케터의  
싱싱한 아이디어를 얻을 수 있어서  
고맙습니다.

상상마케팅스쿨에서 20대와 만나는 시간은  
무엇과도 바꿀 수 없는 기회입니다.

## 대학생 선호 기업의 최신 마케팅 실무/케이스스터디 중심의 커리큘럼 구성

구 분	내용
컨 셉	대학생 선호 기업, 현업 마케팅 실무자의 마케팅 실무 강의
기 간	2014. 9. 1~ 10. 17 (6주 11강)
지 역	13개 지역 (남서울, 북서울, 부산, 대구, 인천, 수원, 광주, 대전, 진주, 춘천, 청주, 전주, 안동) •KT&G 상상아틀리에 혹은 주요 대학교 캠퍼스 내에서 진행
대 상	전국 2~4년제 대학교 재학생 및 휴학생
선발인원	약 1,300명 (지역별 약 100명 규모)
강의시간	O/T 19:00-19:30 (30min) / 1교시 19:30-20:40 (70min) / 2교시 20:50-22:00 (70min)

**KT&G 상상마케팅스쿨 7기 모집**

상상마케팅스쿨은 KT&G 상상아틀리에 캠퍼스 내에서 진행되는 마케팅 실무/케이스스터디 중심의 교육 프로그램입니다. 현업 마케팅 실무자의 실무 강의를 통해 마케팅 실무 역량을 강화할 수 있습니다.

**모집 지역:** 남서울, 북서울, 부산, 대구, 인천, 수원, 광주, 대전, 진주, 춘천, 청주, 전주, 안동

**모집 대상:** 전국 2~4년제 대학교 재학생 및 휴학생

**선발인원:** 약 1,300명 (지역별 약 100명 규모)

**강의 시간:** O/T 19:00-19:30 (30min) / 1교시 19:30-20:40 (70min) / 2교시 20:50-22:00 (70min)

**문의처:** KT&G 상상마케팅스쿨 7기 모집팀 (02-12-1100-1111)

**신청 방법:** KT&G 상상univ. 홈페이지 (www.ktandg.com)에서 신청

**신청 기간:** 2014. 8. 20(수) ~ 9. 1(수) 오후 5시

**선발 방법:** 서류 전형 및 면접

**교육 내용:** 마케팅 실무/케이스스터디 중심의 교육 프로그램

**교육 장소:** KT&G 상상아틀리에 캠퍼스

**문의처:** KT&G 상상univ. (02-12-1100-1111)

# / 8기 운영계획 // 커리큘럼 예시

주차 및 구분			주제	기업/강사
1주	전체O/T	O/T	오리엔테이션 / 선배가 들려주는 상마스 100배 즐기기 TIP	상상팀 / 스쿨OB
	1교시	멘토링 ①	이것이 마케팅의 기본이다!	상상멘토
	2교시	마케팅강의 ①	쇼핑의 새로운 패러다임'쿠팡'	쿠팡
2주	O/T		상상팀 미션 진행	상상팀
	1교시	마케팅강의 ②	여가시간을 독점하는 컬처플렉스'CGV'	CJ CGV
	2교시	마케팅강의 ③	경기만큼 치열한 스포츠 마케팅의 강자, '두산베어스'	두산베어스
상상애프터스쿨 ①			듣는 이도 즐거운 '파워포인트 만들기'	전문강사(Microsoft MVP)
3주	O/T		상상팀 미션 진행	상상팀
	1교시	마케팅강의 ④	명품 화장품도 이기는 '미샤'	에이블씨앤씨
	2교시	마케팅강의 ⑤	마케팅 직무를 말하다	KT&G
4주	O/T		상상팀 미션 진행	상상팀
	1교시	마케팅강의 ⑥	스타마케팅의 리더 '롯데면세점'	롯데면세점
	2교시	마케팅강의 ⑦	글로벌 종합건강 기업 도약을 위한 한국인삼공사 전략 제안	KGC
상상애프터스쿨 ②			모두의 마음을 사는 '프레젠테이션 스피치'	전문강사(앵커.기자)
5주	O/T		상상팀 미션 진행	상상팀
	1교시	셀럽강의 ①	인문학으로 광고하라!	박응현
	2교시	멘토링 ②	진행 중인 프로젝트 모든 것을 리뷰한다!	상상멘토
6주	O/T		상상팀 미션 진행	상상팀
	1교시	상상세미나	뉴 커뮤니케이션 비즈니스 모델을 모색하는 '카카오톡'	카카오
	2교시			
7주	-		지역예선 / 수료식	상상팀
-	-		본선(상상마케팅캠프)	마케팅실

# / 참여혜택

1 참여 브랜드 간접 홍보 및 기업 이미지 제고의 場

2 젊은 고객 V.O.C 수렴 의 場

3 참여기업 CSR 이행의 場

## 참여기업

삼성전자, LG전자, nhn, 포스코, 현대자동차, 기아자동차, 대한항공

Google, NAVER, G마켓, Wemakeprice, 넥슨, 4:33, kakao

TBWA Korea, INNOCEAN, 제일기획, 신세계, 롯데백화점, 현대백화점, 대흥기획, 크레마월드와이드, 오버추어 코리아, 하나은행, 신한은행

kt, sk텔레콤, LG U+, 코오롱스포츠, 아디다스, 하이트진로, SK네트웍스, 대상, CJ푸드빌, CJ제일제당, CJ CGV

한화, 한화에너지, 포스코, 오리온, 국순당, 이마트, 유한킴벌리, ING생명, 풀무원, GS칼텍스, 외 다수.



## / 요청사항 // 기업강사

요청 사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 섭외 확정 후 강의계획서를 반드시 운영사무국 측에 제출해주시기 바랍니다</li> <li>- 강의 당일, 시작 시각 30분 전 도착하셔서 강의를 준비해주시기 바랍니다.</li> <li>- KT&amp;G,상상univ. , 상상마케팅스쿨 용어는 반드시 사전 숙지 부탁드립니다 * 상상마케팅스쿨은 KT&amp;G 상상univ. 의 대표 프로그램입니다.</li> <li>- 정확한 현재 소속(기업/부서명)을 공유 해주시기 바랍니다. * 허위 소속으로 인해 발생하는 분쟁의 책임은 강사에게 있습니다.)</li> <li>- 프로그램 외 사적인 수강생 미팅은 가급적 자제 부탁드립니다.</li> </ul>
강의 구성 TIP	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기본 마케팅 이론 중심의 강의 구성은 지양해주시기 바랍니다.</li> <li>- 소속 기업에서 직접 담당할 마케팅 실무사례 및 관련 트렌드 중심으로 구성해주시기 바랍니다.</li> <li>- 대학생의 관심을 끌 수 있는 주제 및 이슈로 접근 부탁드립니다.</li> <li>- 비전공자의 이해를 돕기 위해, 전문 용어는 풀어서 설명해주시기 바랍니다.</li> </ul>
강의 주의 사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 담배 산업 및 KT&amp;G 경쟁사 관련 사례 도입 및 비방은 금지합니다.</li> <li>- 성적 위화감을 줄 수 있는 농담은 지양해주시기 바랍니다.</li> <li>- 정치, 논쟁여지가 있는 내용의 강의 자제해주시기 바랍니다.</li> <li>- 수강생을 존중하는 호칭 및 표현을 사용해주시기 바랍니다.</li> </ul>

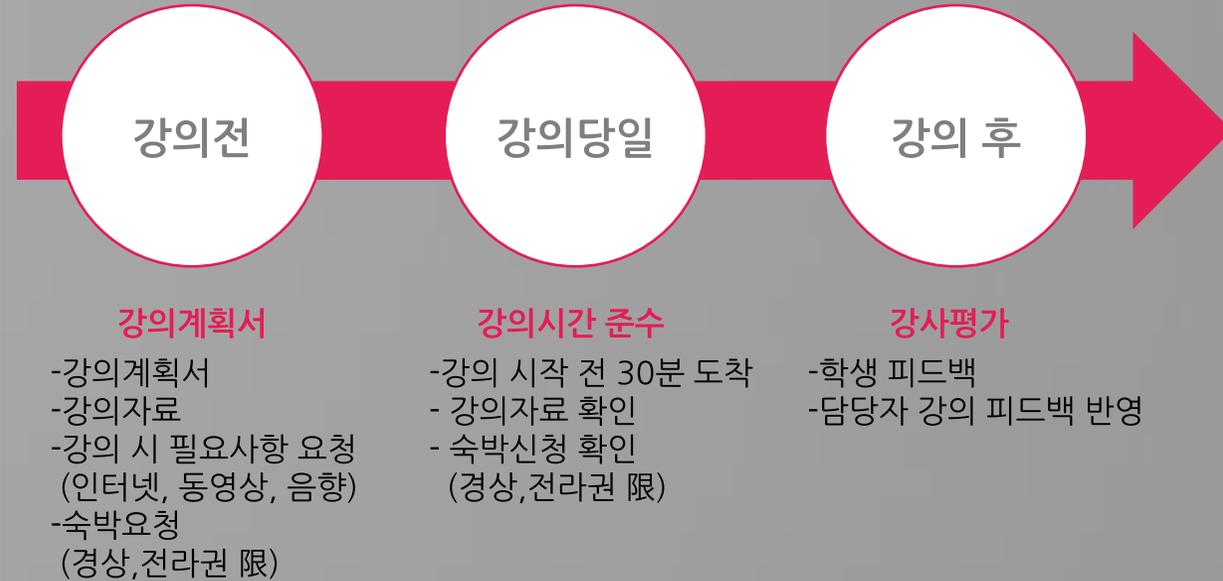
## 강의준비 과정



## / 요청사항 // 전문강사(PPT, 디자인, 컨설팅)

<p>요청 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 섭외 확정 후 강의계획서를 반드시 운영사무국 측에 제출해주시기 바랍니다</li> <li>- 강의 당일, 시작 시각 30분 전 도착하셔서 강의를 준비해주시기 바랍니다.</li> <li>- KT&amp;G, 상상univ. , 상상마케팅스쿨 용어는 반드시 사전 숙지 부탁드립니다 * 상상마케팅스쿨은 KT&amp;G 상상univ. 의 대표 프로그램입니다.</li> <li>- 정확한 현재 소속(기업/부서명)을 공유 해주시기 바랍니다. * 허위 소속으로 인해 발생하는 분쟁의 책임은 강사에게 있습니다.)</li> <li>- 프로그램 외 사적인 수강생 미팅은 가급적 자제 부탁드립니다.</li> </ul>
<p>강의 구성 TIP</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 실제 마케팅 제안/기획 사례 중심으로 구성해주시기 바랍니다.</li> <li>- PPT강의의 경우, Microsoft社의 파워포인트를 기준으로 구성 부탁드립니다.</li> <li>- 대학생들이 실제로 응용할 수 있는 팁을 많이 제시해주시기 바랍니다.</li> <li>- 대학생의 관심을 끌 수 있는 주제 및 이슈로 접근 부탁드립니다.</li> <li>- 비전공자의 이해를 돕기 위해, 전문 용어는 풀어서 설명해주시기 바랍니다.</li> </ul>
<p>강의 주의 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 담배 산업 및 KT&amp;G 경쟁사 관련 사례 도입 및 비방은 금지합니다.</li> <li>- 성적 위화감을 줄 수 있는 농담은 지양해주시기 바랍니다.</li> <li>- 정치, 논쟁여지가 있는 내용의 강의 자제해주시기 바랍니다.</li> <li>- 수강생을 존중하는 호칭 및 표현을 사용해주시기 바랍니다.</li> </ul>

## 강의준비 과정



## / 요청사항 // 기업강사 \_ 강의계획서 (예시)

강의 제목	한국 온라인 쇼핑에서 소셜커머스의 경쟁력은 무엇입니까?
강의 주제	온라인 쇼핑 시장의 역사와 방향을 살펴보고 소셜커머스가 갖고 있는 경쟁력이 어떤 관점에서 평가 받을 수 있는지 토론해 본다.
목차	<p>&lt;토론&gt;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 공부가 뭐니까?</li> <li>2. 우리는 왜 공부해야 합니까?</li> <li>3. 마케팅 공부의 시작</li> </ol> <p>&lt;분석과 사례&gt;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. 한국 온라인 쇼핑의 이해</li> <li>5. 한국 소셜커머스의 탄생</li> <li>6. 무엇이 온라인 쇼핑의 미래인가?</li> <li>7. 무엇이 경쟁력인가?</li> <li>8. ‘고객의 돈과 시간</li> <li>9. 30년 목표.</li> </ol>

강의 제목	바이럴 광고사례를 통한 크리에이티브 아이디어 발상법
강의 주제	최근 전세계적인 화제가 되고 있는 LG전자글로벌 사업부문의 해외 바이럴 유튜브 광고 사례4종 중 자사가 직접 기획 제작한 2종의 집중 케이스 분석을 통해 광고크리에이티브 아이디어 개발 프로세스와 발상법에 대한 소개
목차	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 왜 전세계가 바이럴광고에 열광하는가?       <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국제광고제가 인정한 다양한 바이럴 광고의 위닝포인트</li> </ul> </li> <li>2. 히트작은 어디서 어떻게 만들어지는가?       <ul style="list-style-type: none"> <li>- 바이럴의 메카 암스테르담의 바이럴광고회사 이야기 및 자사사례 소개 (LG전자 G2 휴대폰, 울트라HD TV)</li> </ul> </li> <li>3. 바이럴광고 크리에이티브의 기획과 확산은 어떻게 이루어지는가?       <ul style="list-style-type: none"> <li>- G2 휴대폰과 미니프로젝터의 개발 프로세스 소개</li> <li>- 컨셉, 스토리텔링, Seeding, 사후관리</li> </ul> </li> <li>4. 디지털광고의 미래는 어떠한가?       <ul style="list-style-type: none"> <li>기존의 광고 미디어의 변화에 따른 광고회사의 미래를 중심으로</li> </ul> </li> </ol>

## / 요청사항 // 기업강사 \_ 강의계획서 (예시)

강의 제목	브랜드의 진화와 확장을 위한 리포지셔닝 마케팅 전략
강의 주제	No 2 브랜드 000 스포츠의 케이스 스터디를 통한 브랜드 아이덴티티 개념, 브랜드 리포지셔닝 전략, 라인확장 전략, 이를 실행하기 위한 다양한 마케팅 방법론에 대한 성공과 실패 사례를 통해 기업에서의 실전 마케팅이란 무엇인지 포괄적으로 체험하도록 한다.
목차	<ol style="list-style-type: none"> <li>아웃도어 산업의 역사와 발전 방향 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아웃도어 및 패션산업에 대한 이해</li> </ul> </li> <li>브랜드의 이슈 및 리포지셔닝 전략 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시장 및 고객의 변화와 브랜드 이슈</li> <li>- 차별화 전략을 위한 브랜드 아이덴티티 재정립 방법.</li> </ul> </li> <li>브랜드의 트렌드 활용을 통한 차별적 진화와 혁신 사례 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 라이프스타일 확장 전략 (제품, 서비스 차별화 전략)</li> <li>- 브랜드 이미지 재구축 전략 (마케팅 전략)</li> <li>- 유통 및 Store Identity 전략</li> <li>- 미래에 대한 준비 (브랜드 자산과 글로벌 브랜딩 전략)</li> </ul> </li> </ol>

강의 제목	NO1. 생과일주스 000 아임리얼(I'm Real) 신상품 개발 사례
강의 주제	지난 10년간 정체되었던 주스 시장에 생과일주스 라는 새로운 New Category를 개척하여 성공시킨 I'm Real(아임리얼)의 신제품 개발 사례를 케이스 스터디 한다.
목차	<ol style="list-style-type: none"> <li>신상품 아이디어션 단계 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 새롭게 진입하고자 하는 시장의 정의 및 Market Potential을 구체화하는 과정</li> </ul> </li> <li>신제품 컨셉화 단계 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 고객의 Unmet Needs 발굴을 통한 컨셉 후보 도출 및 검증을 통한 컨셉 개발 단계</li> </ul> </li> <li>신상품 상품화 단계 <ul style="list-style-type: none"> <li>- STP 전략 및 출시할 컨셉 &amp; 상품 확정 단계</li> </ul> </li> <li>출시 단계 <ul style="list-style-type: none"> <li>- test Market을 통한 검증 및 4P 전략 구체화</li> </ul> </li> <li>출시 성과 및 향후 전략 방향 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 출시 성과 및 Key Learning 단계</li> </ul> </li> </ol>

## / 요청사항 // 대관

확인  
요청사항

강의장 냉난방 가동 여부

프로젝터, PC 이용 가능 여부

강의 시 인터넷 접속 가능 여부

마이크 2대 이상 이용 가능 여부

위험/문제상황(화재, 정전 등) 발생 시, 커뮤니케이션 채널

강사, 담당자 용 무료 주차권 발급 여부



## / KT&G 기업 소개

**Korea Tomorrow & Global이라는 의미를 가진 KT&G는,  
한국의 미래를 짊어지고 글로벌 기업으로 도약하고자 합니다**

KT&G는 202년 새로운 사명과 함께 담배, 건강기능식품, 제약 및 화장품의 균형 있는 사업구조를 구축하여 성장성, 수익성, 안정성, 지속성을 모두 갖추고 글로벌 전략을 추진함으로써 글로벌 초우량 기업으로 도약했습니다.

이와 더불어 더 좋은 내일을 함께 하기 위한 노력을 아끼지 않고 있습니다.

KT&G 임직원들은 자발적인 기부활동 '상상펀드', 봉사활동 '상상together'를 통해 독창적인 사회공헌활동을 전개하고 있습니다.

또한, KT&G 는 '상상마당', '상상아트홀', '상상univ.'를 통한 문화예술 사회공헌 활동을 펼치고 있을 뿐만 아니라, '복지재단' 및 '장학재단'을 통해 나눔 문화를 확산하고 기업의 상생을 도모하며 사회에 필요한 인재양성에 기여하고 있습니다.



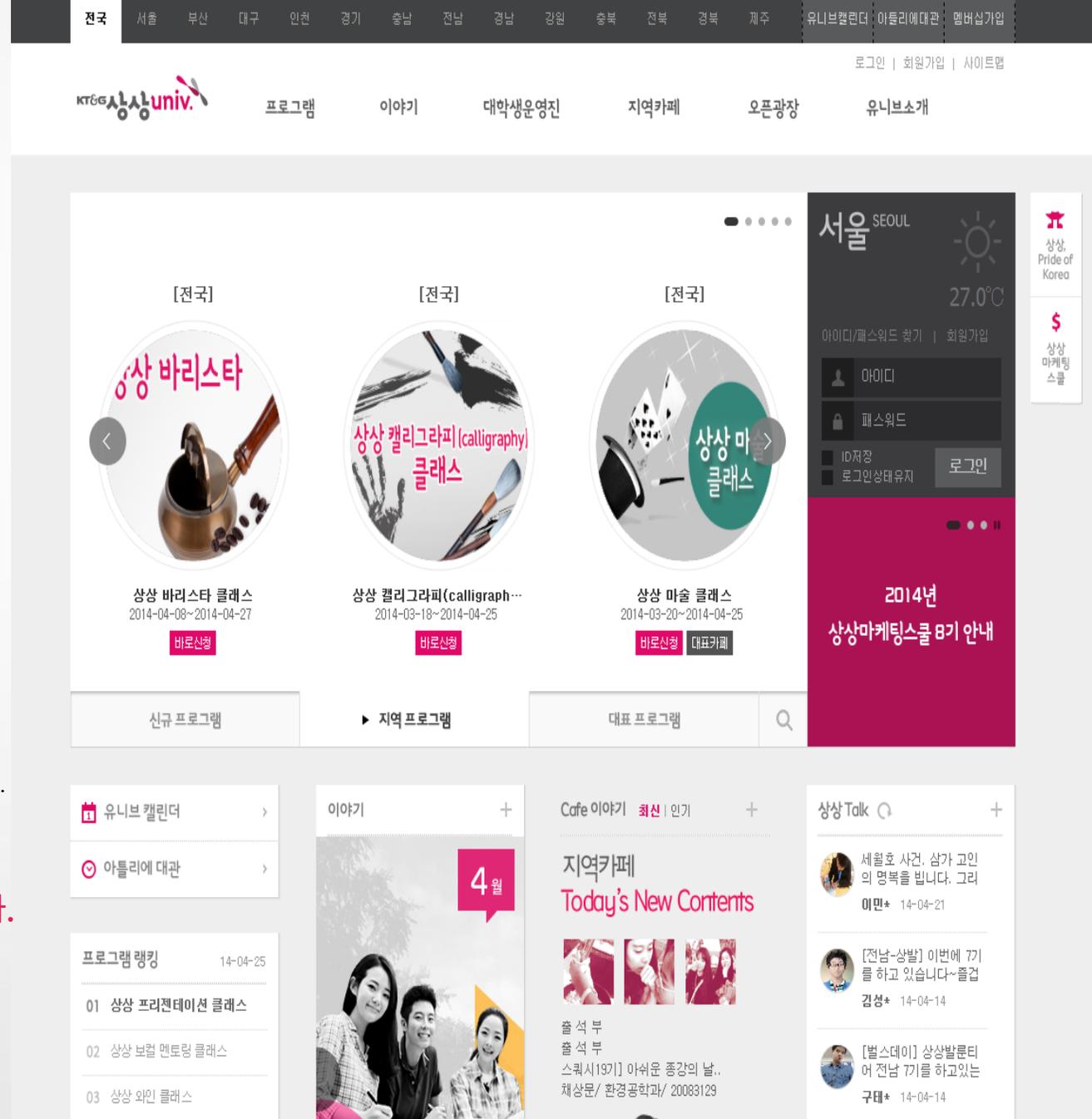
# / KT&G 상상univ. 소개

KT&G는 매년 매출액의 약 2%(2013년 기준 527억원)를 다양한 사회공헌 활동을 통해 환원하고 있습니다.

상상univ.는 이러한 사회공헌 활동의 일환으로 2010년 봄에 시작된 KT&G의 대학생 대외활동 커뮤니티입니다.

상상univ.에서는 전국 14개 지역에서의 프로그램(클래스/액티비티)진행을 통해, 아래와 같이 대학생들이 상상을 표현하며 새로운 가능성을 발굴하는 동시에 교류할 수 있도록 지원하고 있습니다.

- KT&G 상상univ.에서는 프로그램을 통해 대학생이 성장할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.**
- 다양한 콘텐츠를 아우르는 프로그램을 통해 캠퍼스에서 쉽게 접하기 어려운 자기계발 기회를 전국에서 연중 상시 제공하고 있습니다.
- 상상univ.에서는 네트워크를 통해 대학생들이 서로 교류할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.**
- 단순한 프로그램 참여뿐만 아니라, 자기계발의 결과 혹은 새로운 추억을 다른 대학생들과 공유할 수 있는 교류의 장을 제공하고 있습니다.



# / KT&G 상상univ. 소개

“다양한 콘텐츠를 아우르는 전국/연중상시 프로그램을 통해  
대학생 자기계발 및 상호교류 기회 제공”





KT&G 상상univ. 운영본부

오희승 대리

TEL : 02-3404-4342

Mobile : 010-3889-9176

E-mail : [superwoman@ktng.com](mailto:superwoman@ktng.com) / [espoir05310531@gmail.com](mailto:espoir05310531@gmail.com)

KT&G 상상univ. 운영사무국

김원구 차장

TEL : 02-3484-6722

Mobile : 010-5248-7550

E-mail : [kwmg@innodis.co.kr](mailto:kwmg@innodis.co.kr) / [kwmg7550@naver.com](mailto:kwmg7550@naver.com)