

## 대학 마케팅 커뮤니케이션의 산실-대학문화

이 한 복 | (주)대학문화 대표

### 대학홍보의 새로운 틀과 전략 개발

서울에서 가장 역동적인 젊음의 거리 신촌. 이른바 YESH 문화로 통칭되는 연세대, 이화여대, 서강대, 홍익대가 사방에 자리 잡

고 있어 늘 젊은 대학생들의 쾌기와 지성이 넘쳐나는 한국의 대표적 유스 타운이자 대학촌이다. 이 신촌로터리에서 동교동 방향으로 조금 오르다 보면 큰 대로변에 붉은 벽돌 교회가 나타나고 그 뒤편 언덕에 아담하고 단아한 모습으로 자리잡은 건물 하나가 쉽게 눈에 들어온다. 이 건물이 바로 불모지나 다름 없던 국내 대학 홍보시장에 본격적인 마케팅 커뮤니케이션 시대를 연 (주)대학문화의 보금자리. 조금 과장해서 말하면 국내 대학 홍보의 어제와 오늘을 엮어낸 살아 있는 대학 커뮤니케이션 미디어의 현장이다.

살아 있는 대학문화의 모습은 매일 아침 8시면 쉽게 살펴볼 수 있다. 분야별로 10년 이상의 축적된 노하우를 지닌 전문가들이 모여, 창의적인 아이디어 창출을 위해 각종 모색과 열띤 논쟁으로 회사 안팎을 뜨겁게 달구고 있기 때문이다.

이처럼 고여있지 않은 생동감으로 지난 15년간 끊임없이 새로운 틀(tool)을 개발하여 보다 효율적인 대학의 마케팅 커뮤니케이션을 시도해 온 대학문화는 그 창의성과 신뢰의 전통을 바탕으로 오늘날엔 중장기 대학 홍보 기획, 대학경영컨설팅, 출판 그리고 기금조성사업 분야에까지 사업 영역을 넓혀가고 있다.

회사 설립이래 지금까지 대학문화와 인연을 맺었던 대

학들만 해도 금년 3월 현재 4년제 대학과 2년제 대학을 합쳐 모두 315개 대학에 이르고 있는데 이렇게 형성된 대규모 파트너십은 (주)대학문화가 으뜸으로 치는 자부심 목록 1호이기도 하다.

## 대학경영 효율화를 위한 종합 컨설팅 체제 구축

(주)대학문화가 하는 일은 크게 대학 홍보기획 사업과 입시출판 및 관련 인터넷 정보사업, 그리고 대학경영컨설팅, 대학기금조성 사업 등 네 분야로 나누어진다.

### 1) 대학 홍보기획 분야

대학 홍보기획 분야는 홍보사업부와 제작사업부에서 맡고 있는데, 홍보사업부는 우수신입생 유치를 위한 DM, 학교설명회, 견학 행사, 세미나, 연수 프로그램 개발을 비롯 대학의 중장기 종합 홍보계획을 수립·시행하고 있으며, 제작사업부는 대학안내 브로슈어, 뉴스레터, 영상 홍보물 등 각종 시각 제작물을 기획·제작하고 있다.

지금까지 (주)대학문화가 우수 신입생 유치 프로그램을 기획 추진했던 대학은 포항공대를 비롯하여 연세대학교, 이화여자대학교, 성균관대학교, 가톨릭대학교, 한양대학교 등 13개 대학으로 이 분야에 관한 한 국내 최고

의 독자적 경험과 실적을 축적하고 있다. 각종 시각 홍보물 제작 분야에서는 전국 거의 모든 대학들이 한두번쯤 파트너십을 맺었다 해도 과언이 아니다. 지금까지 제작 사업부에서 대행 제작한 간행물은 총 500여 종으로 이 분야 역시 누구보다 대학 특성을 잘 이해하는 전문업체로 인정받고 있다.

### 2) 홍보 및 인터넷 정보사업 분야

출판 및 인터넷 정보사업은 출판정보사업부에서 맡고 있다. 출판팀에서는 회사 설립 초기부터 발간하고 있는 대학종합정보지 『진학연구』를 비롯하여 대학입시정보지 『진학연구입시자료집』, 단행본 『내게 꼭 맞는 학과 찾기』 등을 매년 정기적으로 발간하고 있으며, 지난 '95년부터 발간하고 있는 『월간 전문대학』은 전문대학 입시와 교육 정보를 제공하는 국내 유일의 전문대 입시 진로 정보지이기도 하다. 특히 전국 4년제 대학 및 2년제 대학의 학교 현황을 빠짐없이 수록하여 매년 정기적으로 발간하고 있는 『진학연구』는 국내 유일의 대학백과사전으로 전국 고교와 교육기관, 공공기관 등에 광범위하게 배포되어 대학을 알리는 홍보매체로서 높은 평가를 받고 있다.

한편 정보화 추세에 맞추어 현재 주력 사업의 하나로 추진하고 있는 분야는 대학 입시정보 전문 웹사이트 '캠 퍼스코리아(www.campuskorea.com)'를 통한 인터

넷 정보제공 사업이다. 사이트에는 전국 351개 4년제 및 2년제 대학의 학교 현황이 폭넓게 정리되어 있음은 물론, 대학별 입시정보와 모집 단위, 학과별 수능 커트라인 등이 상세하게 분석되어 있어 입시철이면 하루 5,000회 이상의 접속 실적을 보이고 있다. 이와 함께 사이트에는 『월간 전문대학』, 『진학연구』, 『진학연구자료집』 웹진과 대학·입시 관련 뉴스 등 광범위한 대학정보를 제공하고 있다. 이 밖에도 홈페이지 제작,

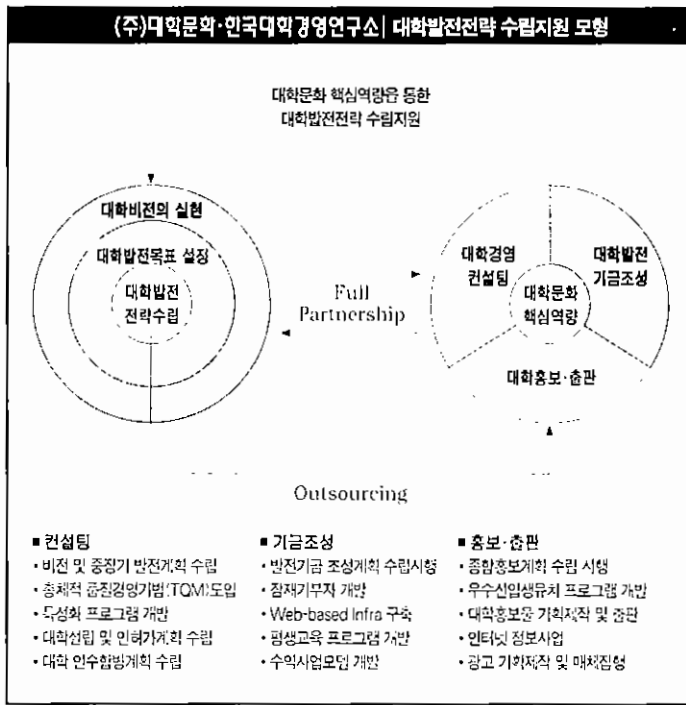


온라인 설문조사, 조기 선발학생 데이터베이스 구축, 신입생 유치 이벤트 등 대학 수요층을 대상으로 한 각종 사이버 사업 전개에도 큰 비중을 두고 있다. 대학정보 전문 사이트 'Campus-korea'는 당초 지난 '98년 12월 대학 문화가 중앙일보와 공동 주최한 국내 최초 최대 규모의 본격적 대학정보 박람회인 '98대학입시박람

회에서 첫선을 보여 대입 수험생층으로부터 폭발적 관심을 끈 '내 점수로 어느 대학 어느 학과 갈 수 있나?'라는 입시 검색 프로그램을 발전적으로 확대 정비한 것으로 대입-대학 관련 인터넷 사이트로는 국내 최대의 컨텐츠를 담고 있다.

### 3) 대학 경영컨설팅 분야

이른바 대학 빙하기, 학생(수요자) 중심의 대학 경쟁시대가 도래하면서 대학이 당면한 최대 현안은 비교우위를 확보할 수 있는 경영 혁신과 함께 경쟁력 확보의 문제. 그러나 철저한 공급자 중심의 시장이 계속된 우리의 대학 상황에서 대학운영 문제를 전문적으로 다룰 컨설팅기관의 출현은 사실상 불가능한 현실이었다. 대학문화는 이 점에 착안, 지난 '96년 대학경영컨설팅 전문기관 '한국대학경영연구소'를 설립하고, 이 분야 전문가 그룹의 네트워크를 구성하는 한편, 미국의 대학 전문컨설팅기관인 Prescott Consulting 등과 제휴, 본격적인 컨설팅 사업을 전개하고 있다. 이를 위해 지난 '97년과 '98년



엔 미국 North-west Missouri 주립대학의 세계적 대학문제전문가 D.허버드 총장과 A.코네스키 박사를 초빙하여 '대학경영과 TQM' 세미나와 순회 강연회 등을 연속적으로 개최, 세계화 시대에 있어 우리 대학의 좌표와 경쟁력 제고를 위한 이해와 경각심을 환기시키기도 했다. 이와 함께 지난 '97년 미국, 일본 등

지의 대학 전문기관과 제휴하여 국내 최초로 발간한 대학경영 전문지 '대학경영정보'지의 빠른 복간도 검토하고 있다. 대학문화가 이 분야에 두각을 나타낼 수 있었던 것은 무엇보다 15년에 걸친 오랜 대학과의 교류로 우리 대학의 현실을 누구보다 잘 이해하고 있었기 때문이다.

### 4) 대학기금 조성사업 분야

대학이 필요로 하는 재원의 확보를 위해 지난 '94년 착수한 '대학 발전기금 조성사업'도 대학문화가 컨설팅 분야와 함께 역점을 기울여 육성하고 있는 분야이다. 이 분야 역시 전례나 기초가 없어 초기엔 해외 대학의 벤치마킹에 주력하였으나 이후 사업 제휴사인 Prescott Consulting의 자문과 지원, 자체 노하우 개발 등으로 독자적 전문 능력을 갖추게 되었다. 그 결과 지금까지 대학문화가 기획 대행한 기금 조성사업은 숙명여대, 서울대 의대, 경희대 등 10여 개 대학에 이르고 있다.

대학문화가 부설 한국대학경영연구소를 통해 추진하고 있는 이들 사업은 급격한 교육환경 변화에 우리 대학

들이 신속적으로 대응, 대내·외 경쟁력을 확보하는데 도움을 주고 나아가 국가 경쟁력 제고에 기여하려는 보다 거시적 기업전략에 기초하고 있다.

## 대학 전문 토탈 커뮤니케이션 미디어 지향

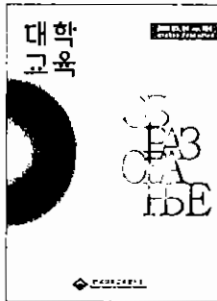
(주)대학문화는 설립 당초부터 대학만을 사업 영역으로, 작게는 대학의 분야별 욕구 충족에서부터 크게는 대학 경영 전반을 일괄 시스템으로 하여 다룰 수 있는 토탈 커뮤니케이션 미디어를 지향해 왔다. 지난 '85년 설립 당시의 창업 아이템인 출판, 홍보 기획 분야가 본래에도 오르자 홍보물, 광고제작 대행과 이벤트 사업에 착수하고, '90년

대 이후 발전기금 조성, 인터넷 CP, 대학경영 컨설팅 등 사업 분야의 다각화를 시도하고 있는 것이 바로 그 때문이다.

대학문화가 대학경영 전문의 차별화된 기업 방향을 추구하는 것은 학문의 국제화와 대학의 세계화 시대 속에서 우리 대학의 상황적 특성을 이해하지 못한 대학 관련 사업은 대학이나 연관 기업 모두에게 비능률과 낭비 요 경우 그 결과는 결코 생산적이 되기 어려운 게 오늘의 우리 대학 현실이기 때문이다. 그러나 대학문화가 대학경영 전문 기업으로의 도약을 추구하는 것은 무엇보다 대학의 동반자로서 우리 대학의 대내·외 경쟁력을 향상시키려는 데 궁극적인 목적이 있다. 그것은 곧 지식 정보화의 물결 속에서 우리의 국가 경쟁력을 높이는 일이기도 하다. **■**

## 입 · 려 · 드 · 립 · 니 · 다

본지를 더욱 알찬 내용으로 꾸며줄 독자 여러분의 글을 기다리고 있습니다.



대학교육 관련 논설, 대학에서의 연구·교수 및 사회봉사 활동 중에서 대학사회에 시사할 수 있는 주제 논의, 본지에 게재된 글에 대한 반론 등

### ■ 해당 칼럼 및 분량

- 논단 (200자 원고지 50장 안팎)
- 대학담론 (25장 안팎, 수필 형식)
- 나의 수업방법 (30장 안팎, 수업관 및 수업방법 소개)
- 밖에서 본 대학 (12장 안팎의 대학 외부인사 수필 형식)

### ■ 참고사항

- 투고를 원하시는 경우, 원고의 내용과 목차 등을 간략히 적어 보내주시면 편집기획에 많은 도움이 되겠습니다.
- 원고는 편집자문위원회의 심의를 거쳐 게재하며, 채택된 원고에 대해서는 소정의 고료를 드립니다.
- 편집 및 기타 사유로 필요한 경우 경미한 사항은 원고를 수정·보완할 수 있습니다.

### 보내실 곳

(우)150-742 서울 영등포구 여의도동 27-2 한국대학교육협의회 「대학교육」 편집실  
전화 : 3776-3181, 780-6338, 팩스 : 783-3645    chal2002@orgio.net, ks4531@channeli.net