

[한양대학교 지식서비스연구소] 제 5회 IC-PBL 경진대회 설명회

한양대학교 지식서비스연구소
김철민



I. 개요

1. 진행 배경 및 일정
2. 유형별 문제
3. 심사기준

한양대학교 지식서비스연구소는 2020년부터 IC-PBL을 활용한 연구를 촉진하고 성과 확산을 위해 ERICA 경상대학 학생을 대상으로 매년 1회, IC-PBL 경진대회를 개최해 오고 있습니다.



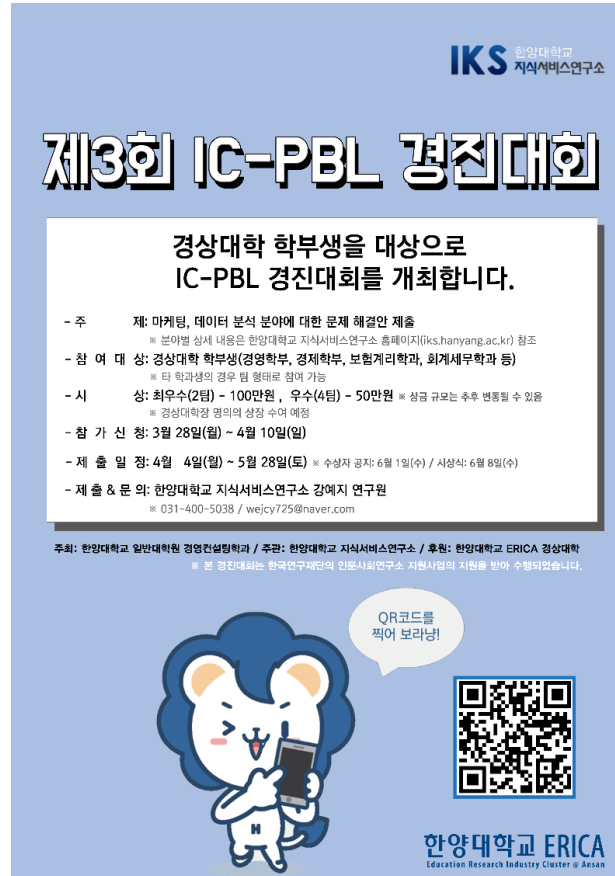
심심한 너를 위해 준비한 IC-PBL 경진대회

총상금 300만원
Be Challenge

한양대학교 지식서비스연구소는 경상대학 학부생을 대상으로 IC-PBL 경진대회를 개최합니다.

- 참 여 대 상 : 경상대학 학부생(경영학부, 경제학부, 보험계리학과, 회계세무학과 등)
※ 타 학과생의 경우 팀 형태로 참여 가능
- 시 상 : 최우수(2팀) - 100만원, 우수(4팀) - 50만원 ※ 상금 규모는 추후 변동될 수 있음
- 참 가 신 청 : 3월 28일(월) ~ 4월 10일(일)
- 제 출 일 정 : 4월 4일(월) ~ 5월 28일(토) ※ 수상자 공지: 6월 1일(수) / 시상식: 6월 8일(수)
- 제 출 & 문 의 : 한양대학교 지식서비스연구소 강예지 연구원
※ 031-400-5038 / wejcy725@naver.com

주최: 한양대학교 일반대학원 경영컨설팅학과 / 주관: 한양대학교 지식서비스연구소 / 후원: 한양대학교 ERICA 경상대학
※ 본 경진대회는 한국연구재단의 인문사회연구소 지원사업의 지원을 받아 수행되었습니다.



제3회 IC-PBL 경진대회

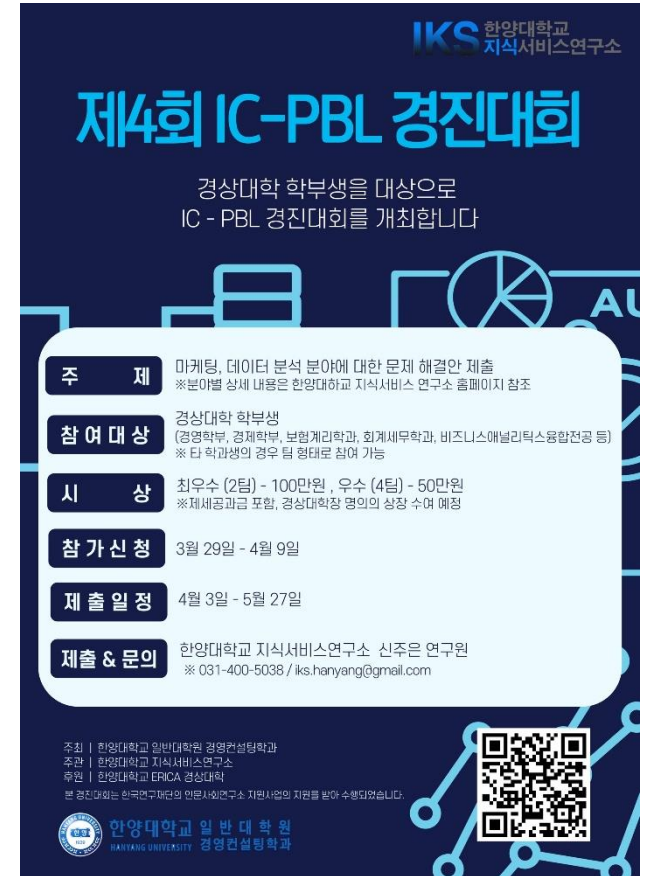
경상대학 학부생을 대상으로 IC-PBL 경진대회를 개최합니다.

- 주 제 : 마케팅, 데이터 분석 분야에 대한 문제 해결안 제출
※ 분야별 상세 내용은 한양대학교 지식서비스연구소 홈페이지(iks.hanyang.ac.kr) 참조
- 참 여 대 상 : 경상대학 학부생(경영학부, 경제학부, 보험계리학과, 회계세무학과 등)
※ 타 학과생의 경우 팀 형태로 참여 가능
- 시 상 : 최우수(2팀) - 100만원, 우수(4팀) - 50만원 ※ 상금 규모는 추후 변동될 수 있음
- 참 가 신 청 : 3월 28일(월) ~ 4월 10일(일)
- 제 출 일 정 : 4월 4일(월) ~ 5월 28일(토) ※ 수상자 공지: 6월 1일(수) / 시상식: 6월 8일(수)
- 제 출 & 문 의 : 한양대학교 지식서비스연구소 강예지 연구원
※ 031-400-5038 / wejcy725@naver.com

주최: 한양대학교 일반대학원 경영컨설팅학과 / 주관: 한양대학교 지식서비스연구소 / 후원: 한양대학교 ERICA 경상대학
※ 본 경진대회는 한국연구재단의 인문사회연구소 지원사업의 지원을 받아 수행되었습니다.

QR코드를 찍어 보라!

한양대학교 ERICA
Education Research Industry Cluster @ Ansan



제4회 IC-PBL 경진대회

경상대학 학부생을 대상으로 IC-PBL 경진대회를 개최합니다

주 제	마케팅, 데이터 분석 분야에 대한 문제 해결안 제출 ※ 분야별 상세 내용은 한양대학교 지식서비스연구소 홈페이지 참조
참 여 대 상	경상대학 학부생 (경영학부, 경제학부, 보험계리학과, 회계세무학과, 비즈니스매널리틱스융합전공 등) ※ 타 학과생의 경우 팀 형태로 참여 가능
시 상	최우수 (2팀) - 100만원, 우수 (4팀) - 50만원 ※ 제세공과금 포함, 경상대학장 명의의 상장 수여 예정
참 가 신 청	3월 29일 - 4월 9일
제 출 일 정	4월 3일 - 5월 27일
제 출 & 문 의	한양대학교 지식서비스연구소 신주은 연구원 ※ 031-400-5038 / iks.hanyang@gmail.com

주최 | 한양대학교 일반대학원 경영컨설팅학과
주관 | 한양대학교 지식서비스연구소
후원 | 한양대학교 ERICA 경상대학
본 경진대회는 한국연구재단의 인문사회연구소 지원사업의 지원을 받아 수행되었습니다.

한양대학교 일반대학원 경영컨설팅학과
HANYANG UNIVERSITY

[제 4회 IC-PBL 경진대회 문제 예시] OTT 고객님들 어서오세요. 떠나지 말아요.

상황 : 넷플릭스, 왓챠 등으로 대표되는 OTT 서비스 산업은 코로나19와 같은 환경/사회적 변동에 따라 급격한 수요의 증가를 경험한 가장 대표적인 산업이자 소비자의 서비스 수요가 가장 빠르고 강하게 나타난 산업에 해당합니다. 그러나 팬데믹 완화, OTT 서비스의 종류의 증가, 게임 및 음악 등 다양한 형태의 디지털 콘텐츠와의 경쟁에 노출되는 등의 이유로 소비자들이 OTT 플랫폼에서 콘텐츠를 소비하는 시간이 줄어들고 있습니다. 이에 OTT 기업들은 지속적인 성장을 위한 서비스 활성화 및 개선 방안을 마련하고자 합니다.

의뢰 문제

- 적절한 데이터 분석 방법을 활용하여 국내외 OTT 서비스의 리뷰 데이터로부터 고객이 서비스를 이용할 때 발생하는 요구사항을 파악해 주세요.
- 또한 주요 요구사항에 따라 OTT 서비스의 실질적인 서비스 활성화 및 개선 방안을 마련해 주세요.