

한양대학교X나이키 운동화 협업 프로젝트

**UNIKE**

강혜경 구자현 김대영 김우성  
김인근 안소연 이연제 이충영





# Table of Contents

**01** 제안배경

---

**02** 타당성 검토

---

**03** 프로젝트 현장

---

**04** 범위기술서

---

**05** WBS

---

**06** OBS

---

**07** 일정관리

---

**08** 원가산정

---

**09** 리스크 관리

---

**10** 조달 관리

---

**11** 품질 관리

---

**12** 의사소통 관리

---

**13** 윤리강령

---

**14** 디자인 시안

---

[인터뷰 영상]

Q1. 과잠의 단점은 무엇일까요?

패션 아이템



소속감



학번, 큰 마크



무거움



겨울 용품



| MZ 세대 신발 열풍 |

MZ세대 개성 표출 필수템

한정판 상품 열광하는 MZ세대

계절, 학번에 상관없는 아이템



Belong + Unique



515컬레 2,000만원



UNIKE



### [NABC 접근법]

#### Needs (요구/필요성)

- NIKE** • 가수, 운동선수, 패션 브랜드를 넘어 대학교와의 콜라보로 새로운 시장 개척
- HYU** • 학교 학생간 소속감을 위한 패션 아이템의 실용성 및 퀄리티 향상 요구

#### Approach (실행방안)

- 나이키 디자인팀이 시안 제작 → 학생투표를 통해 최종 디자인 선정 후 제작
- 디자인 시안으로 제조업체 선정 및 계약

#### Benefit (편익)

- NIKE** • 전세계 대학교로 확장가능한 사업모델의 프로테스트  
• 브랜드홍보 & 20대 코어 고객층 강화 및 추가 확보
- HYU** • 실용성·퀄리티 높은 학교 상징 패션 제품  
→ 학생들의 만족도 증가  
• 대학교 광고효과  
• 애교심 증가

#### Competition (경쟁력)

- 타브랜드** • 나이키 대비 소비자 선호도·협력 경험 ↓
- 타패션제품** • 범용성 & 실용성 : 의류 ↓ vs 신발 ↑
- 타대학** • 급경사 & 높은 고도에 위치 → 운동화 必

### [NABC 접근법]

#### Needs (요구/필요성)

- NIKE** • 가수, 운동선수, 패션 브랜드를 넘어 대학교와의 콜라보로 새로운 시장 개척
- HYU** • 학교 학생간 소속감을 위한 패션 아이템의 실용성 및 퀄리티 향상 요구

#### Approach (실행방안)

- 나이키 디자인팀이 시안 제작 → 학생투표를 통해 최종 디자인 선정 후 제작
- 디자인 시안으로 제조업체 선정 및 계약

#### Benefit (편익)

- NIKE** • 전세계 대학교로 확장가능한 사업모델의 프로테스트  
• 브랜드홍보 & 20대 코어 고객층 강화 및 추가 확보
- HYU** • 실용성·퀄리티 높은 학교 상징 패션 제품  
→ 학생들의 만족도 증가  
• 대학교 광고효과  
• 애교심 증가

#### Competition (경쟁력)

- 타브랜드** • 나이키 대비 소비자 선호도·협력 경험 ↓
- 타패션제품** • 범용성 & 실용성 : 의류 ↓ vs 신발 ↑
- 타대학** • 급경사 & 높은 고도에 위치 → 운동화 必

### [NABC 접근법]

#### Needs (요구/필요성)

- NIKE** • 가수, 운동선수, 패션 브랜드를 넘어 대학교와의 콜라보로 새로운 시장 개척
- HYU** • 학교 학생간 소속감을 위한 패션 아이템의 실용성 및 퀄리티 향상 요구

#### Approach (실행방안)

- 나이키 디자인팀이 시안 제작 → 학생투표를 통해 최종 디자인 선정 후 제작
- 디자인 시안으로 제조업체 선정 및 계약

#### Benefit (편익)

- NIKE** • 전세계 대학교로 확장가능한 사업모델의 프로테스트  
• 브랜드홍보 & 20대 코어 고객층 강화 및 추가 확보
- HYU** • 실용성·퀄리티 높은 학교 상징 패션 제품  
→ 학생들의 만족도 증가  
• 대학교 광고효과  
• 애교심 증가

#### Competition (경쟁력)

- 타브랜드** • 나이키 대비 소비자 선호도·협력 경험 ↓
- 타패션제품** • 범용성 & 실용성 : 의류 ↓ vs 신발 ↑
- 타대학** • 급경사 & 높은 고도에 위치 → 운동화 必



### [NABC 접근법]

#### Needs (요구/필요성)

- NIKE** • 가수, 운동선수, 패션 브랜드를 넘어 대학교와의 콜라보로 새로운 시장 개척
- HYU** • 학교 학생간 소속감을 위한 패션 아이템의 실용성 및 퀄리티 향상 요구

#### Approach (실행방안)

- 나이키 디자인팀이 시안 제작 → 학생투표를 통해 최종 디자인 선정 후 제작
- 디자인 시안으로 제조업체 선정 및 계약

#### Benefit (편익)

- NIKE** • 전세계 대학교로 확장가능한 사업모델의 프로테스트  
• 브랜드홍보 & 20대 코어 고객층 강화 및 추가 확보
- HYU** • 실용성·퀄리티 높은 학교 상징 패션 제품  
→ 학생들의 만족도 증가  
• 대학교 광고효과  
• 애교심 증가

#### Competition (경쟁력)

- 타브랜드** • 나이키 대비 소비자 선호도·협력 경험↓
- 타패션제품** • 범용성 & 실용성 : 의류 ↓ vs 신발 ↑
- 타대학** • 급경사 & 높은 고도에 위치 → 운동화 必

### [NABC 접근법]

Needs (요구/필요성)	Approach (실행방안)
<div data-bbox="257 515 379 569">NIKE</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>가수, 운동선수, 패션 브랜드를 넘어 대학교와의 콜라보로 새로운 시장 개척</li> </ul> <div data-bbox="257 655 379 709">HYU</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>학교 학생간 소속감을 위한 패션 아이템의 실용성 및 퀄리티 향상 요구</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>나이키 디자인팀이 시안 제작 → 학생투표를 통해 최종 디자인 선정 후 제작</li> <li>디자인 시안으로 제조업체 선정 및 계약</li> </ul>
Benefit (편익)	Competition (경쟁력)
<div data-bbox="257 971 379 1025">NIKE</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>전세계 대학교로 확장가능한 사업모델의 프로테스트</li> <li>브랜드홍보 &amp; 20대 코어 고객층 강화 및 추가 확보</li> </ul> <div data-bbox="257 1103 379 1158">HYU</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>실용성·퀄리티 높은 학교 상징 패션 제품 → 학생들의 만족도 증가</li> <li>대학교 광고효과</li> <li>애교심 증가</li> </ul>	<div data-bbox="1330 978 1526 1032">타브랜드</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>나이키 대비 소비자 선호도·협력 경험 ↓</li> </ul> <div data-bbox="1330 1089 1526 1143">타패션제품</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>범용성 &amp; 실용성 : 의류 ↓ vs 신발 ↑</li> </ul> <div data-bbox="1330 1200 1526 1255">타대학</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>급경사 &amp; 높은 고도에 위치 → 운동화 必</li> </ul>

## 프로젝트 헌장

프로젝트 헌장				
프로젝트명	한양대학교X나이키 운동화 협업 프로젝트		프로젝트 스폰서	한양대학교 대외협력처
고객명	나이키 CEO		프로젝트 관리자	이충영
프로젝트 배경	프로젝트를 통해 한양대학교 학생들에게 소속감을 주고 유니크한 패션 아이템이 될 수 있는 신발을 제작한다.		이해관계자 (프로젝트 팀 외)	나이키 CEO, 한양대학교 학생, 신발 생산 협력 업체
요구사항	<ul style="list-style-type: none"><li>한양대학교의 이미지가 잘 반영된 실용성 높고 좋은 품질의 신발 제작</li><li>한양대학교 학생들이 디자인 시안을 직접 투표</li></ul>		예상 기간	2022.11.01 ~ 2022. 12.31 (2달)
가정 및 제약	가정(아직 파악되지 않은 전제사항)		프로젝트 예산	
	<ul style="list-style-type: none"><li>생산 업체의 납기 지연</li><li>생산 업체의 낮은 품질</li><li>프로젝트 고객의 변심</li><li>디자인 시안의 낮은 만족도</li></ul>		성공 기준	범위
				일정
	제약(이미 파악된 제약사항)			원가
	<ul style="list-style-type: none"><li>생산 업체 선정의 어려움</li><li>한양대학교 학생들의 니즈 파악의 어려움</li><li>일정 변경의 어려움</li></ul>			품질

### 1. 프로젝트 목적

- 목적 : 대학 운동화 Collection 첫 번째 학교
- 결과 : 운동화 515 켄레

### 2. 프로젝트 목표

- 기간 : 60일(2달)
- 예산 : 2,000만원
- 품질기준 : 착화감, 내구성, 경량성, 통기성, 기능성

### 3. 허용편차

- 기간 :  $\pm 7$ 일
- 예산 :  $\pm 200$

### 4. 프로젝트 최종 인도물

- 최종 인도물 : 운동화 515켄레
- 인수방법 : 나이키 물류 창고 배송
- 품질요구사항 : 켄레 당 200g 이하, 제품에 한양대 이미지 반영



### 5. 범위포함 및 제외사항

- 중간단계

중간 단계	시장 조사 의뢰	디자인 피드백	Prototype 제작
산출물	시장 조사 분석 자료	디자인	prototype

- 승인책임자

마케팅 매니저

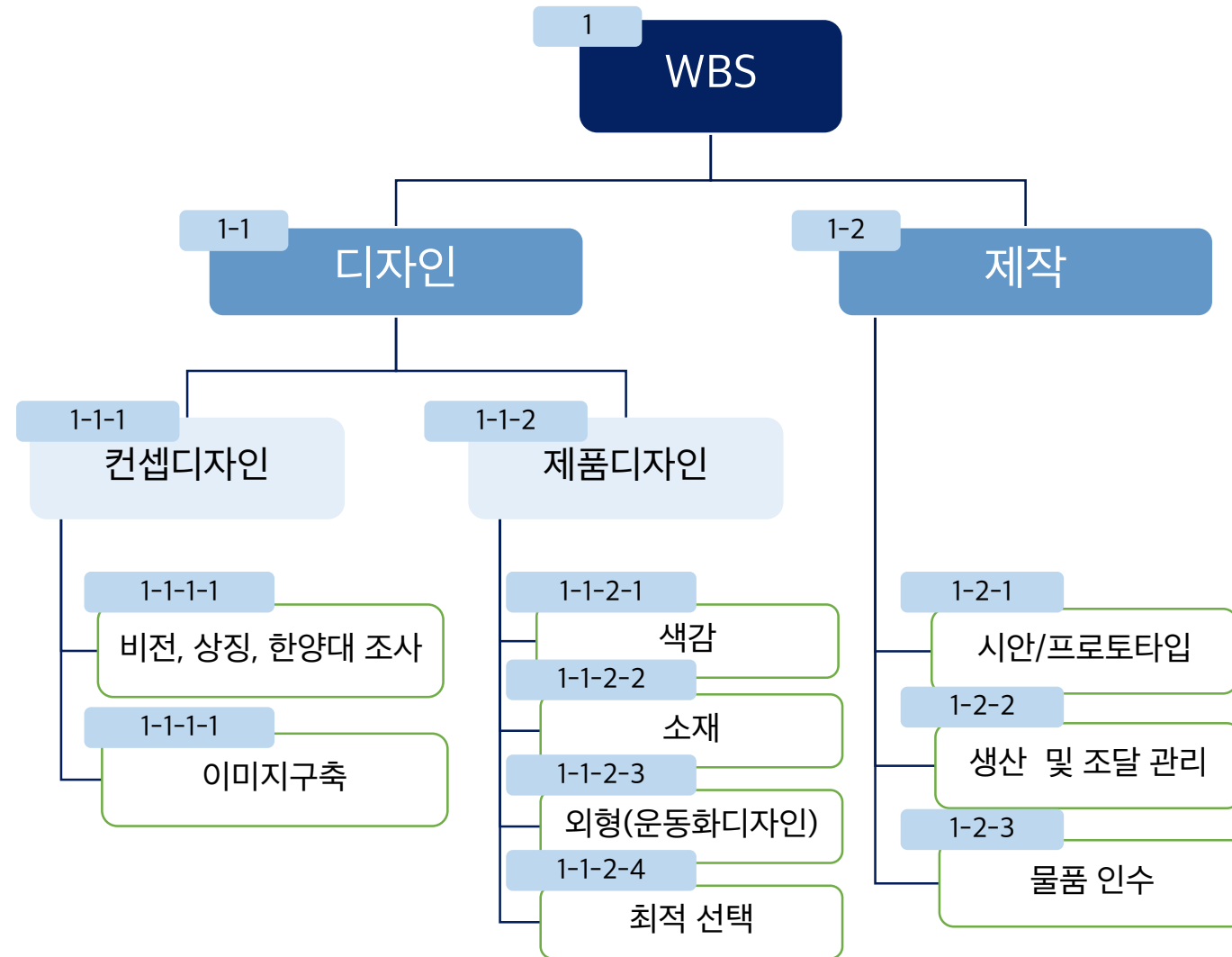
디자인 매니저

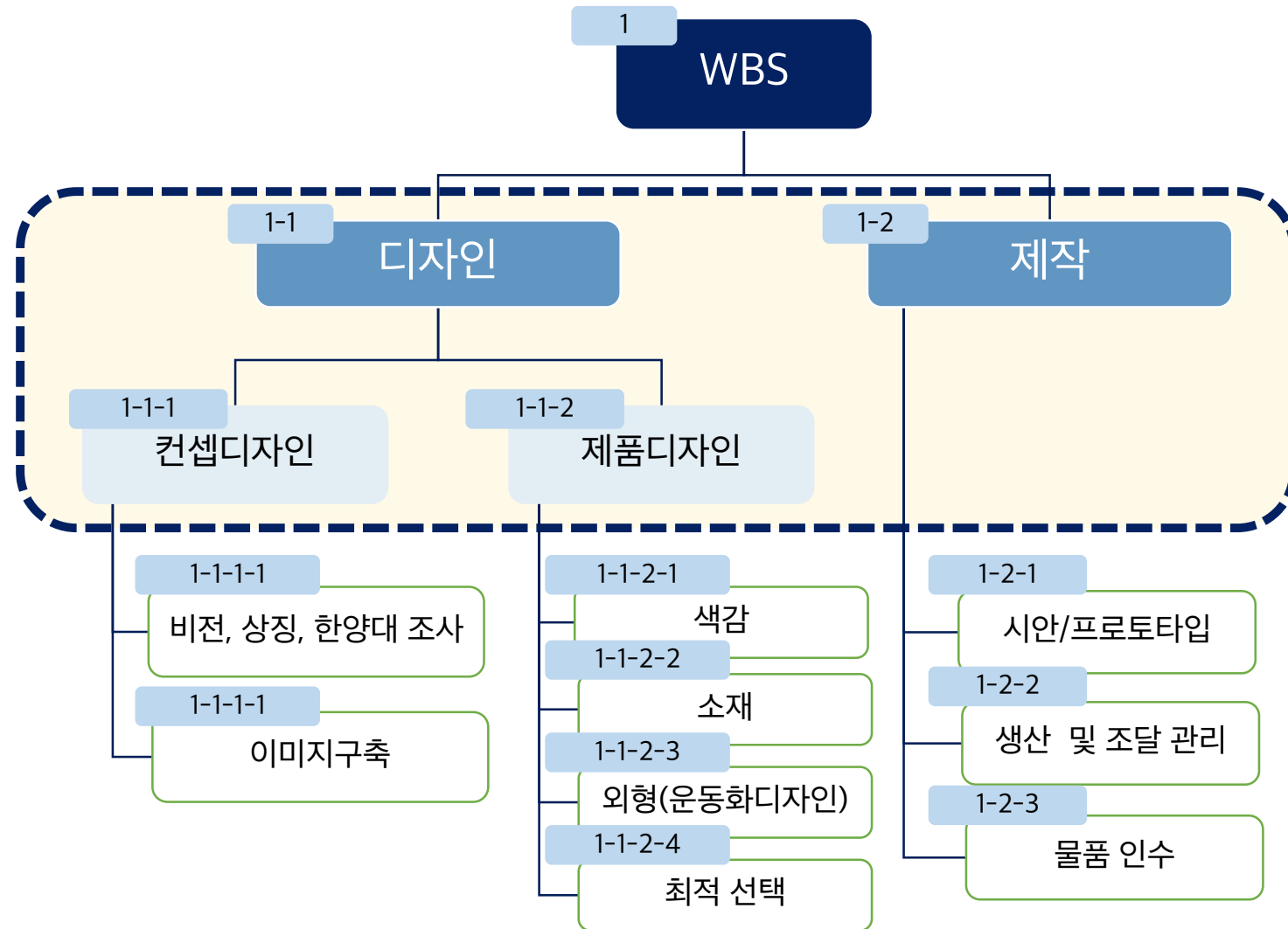
프로젝트 매니저(PM)

### 6. 가정 및 제약사항

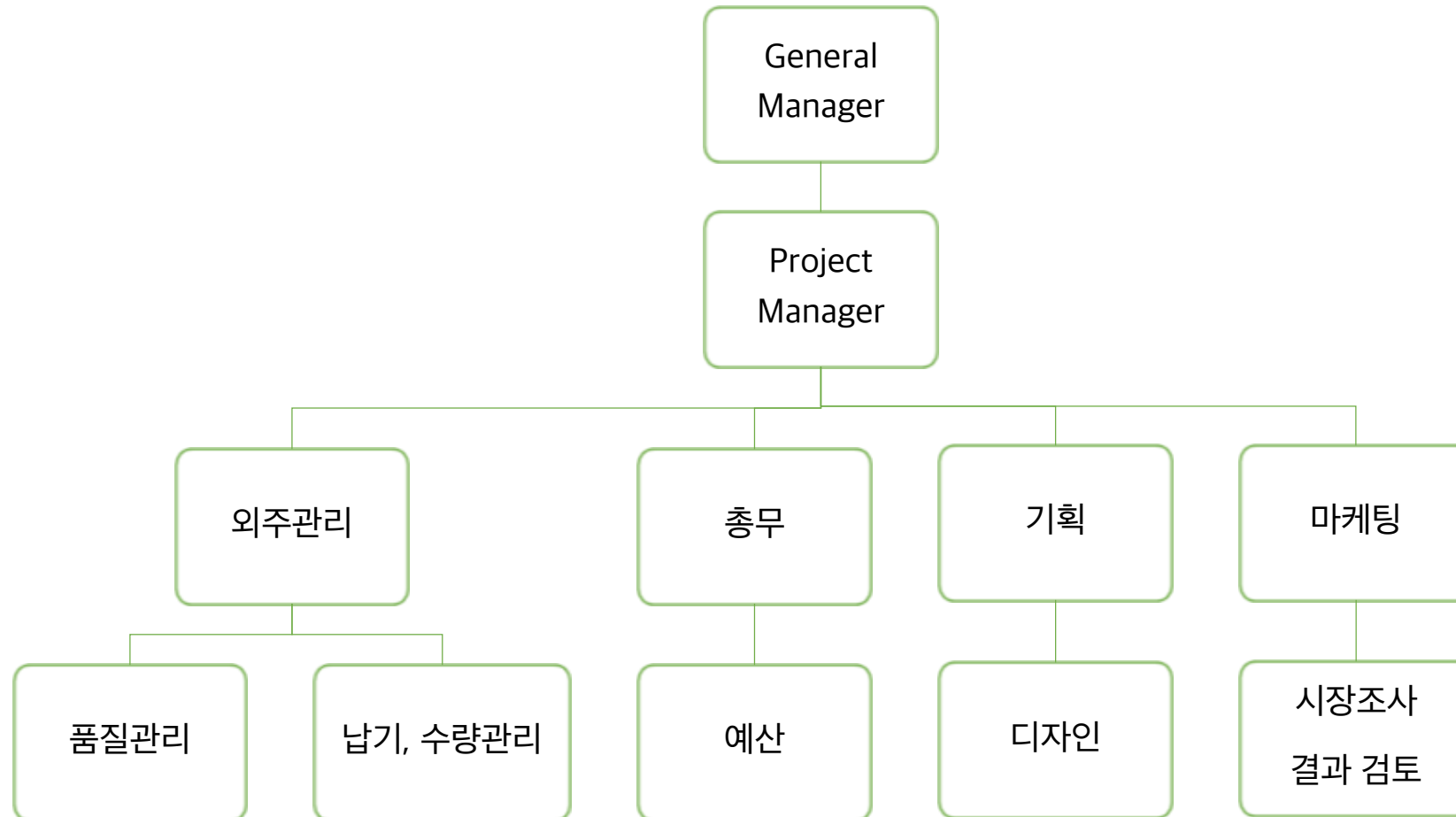
- 시장 조사 분석 결과의 정확성
- 경쟁사에서 유사한 프로젝트 진행 여부

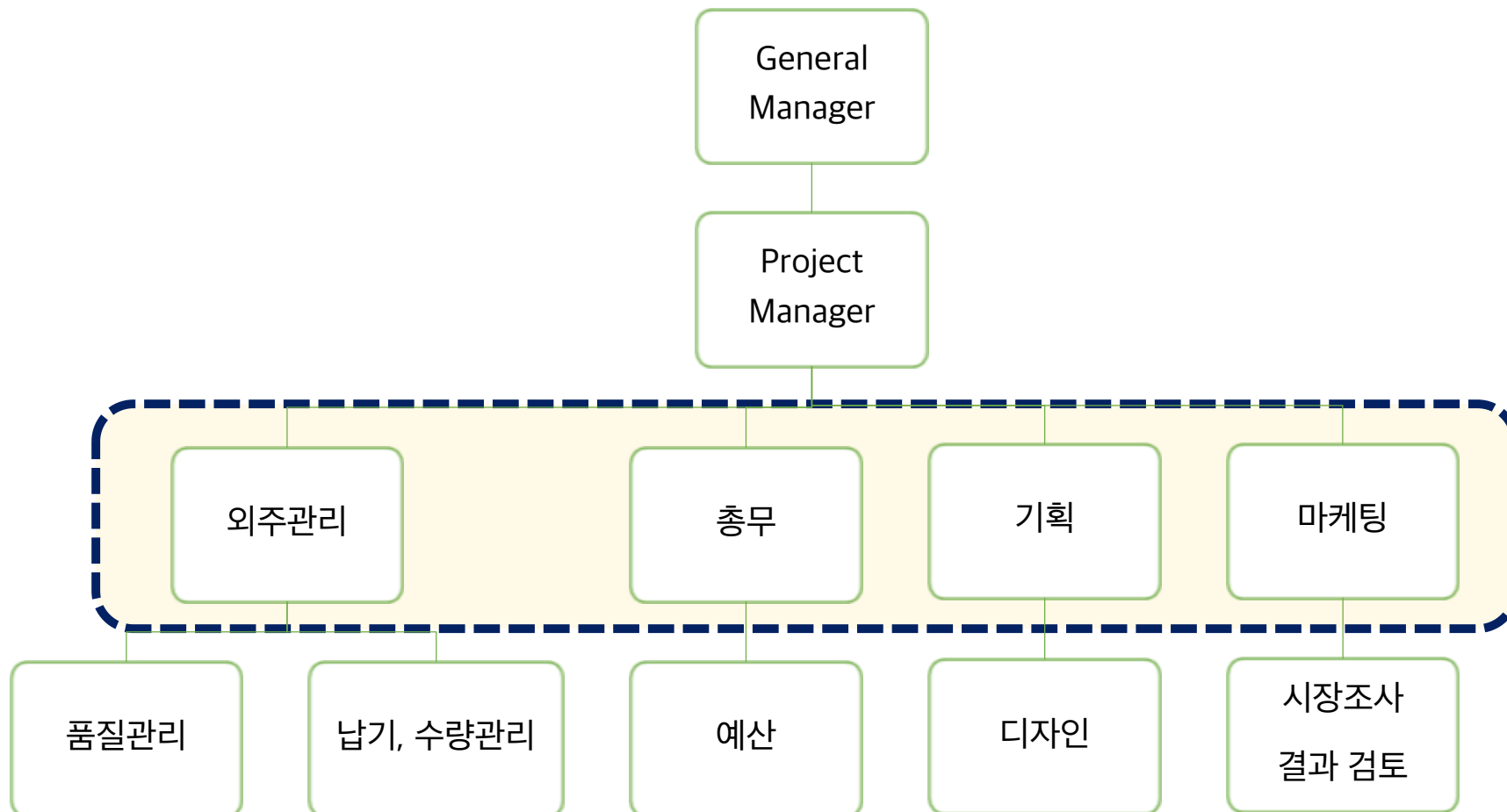




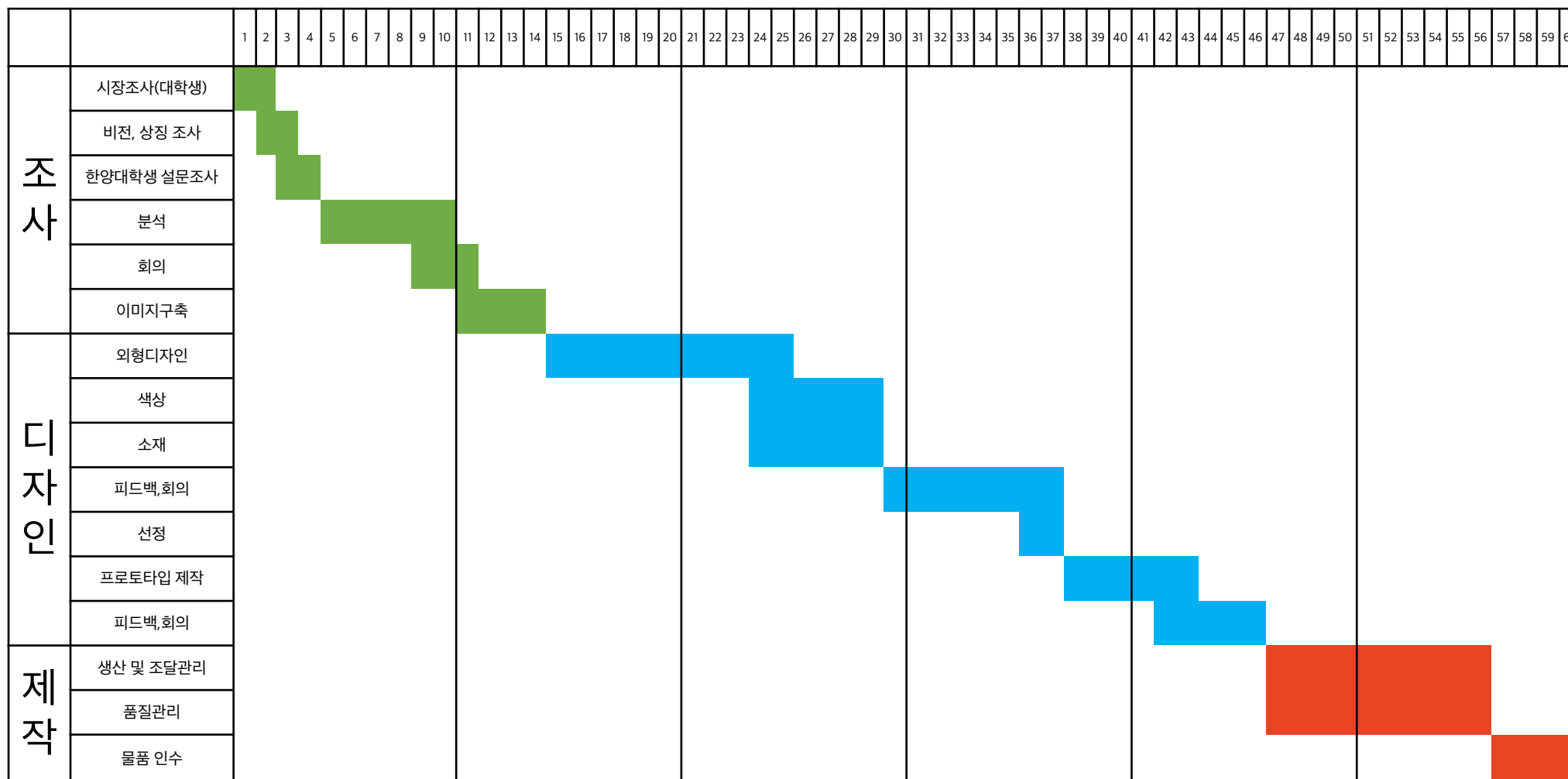




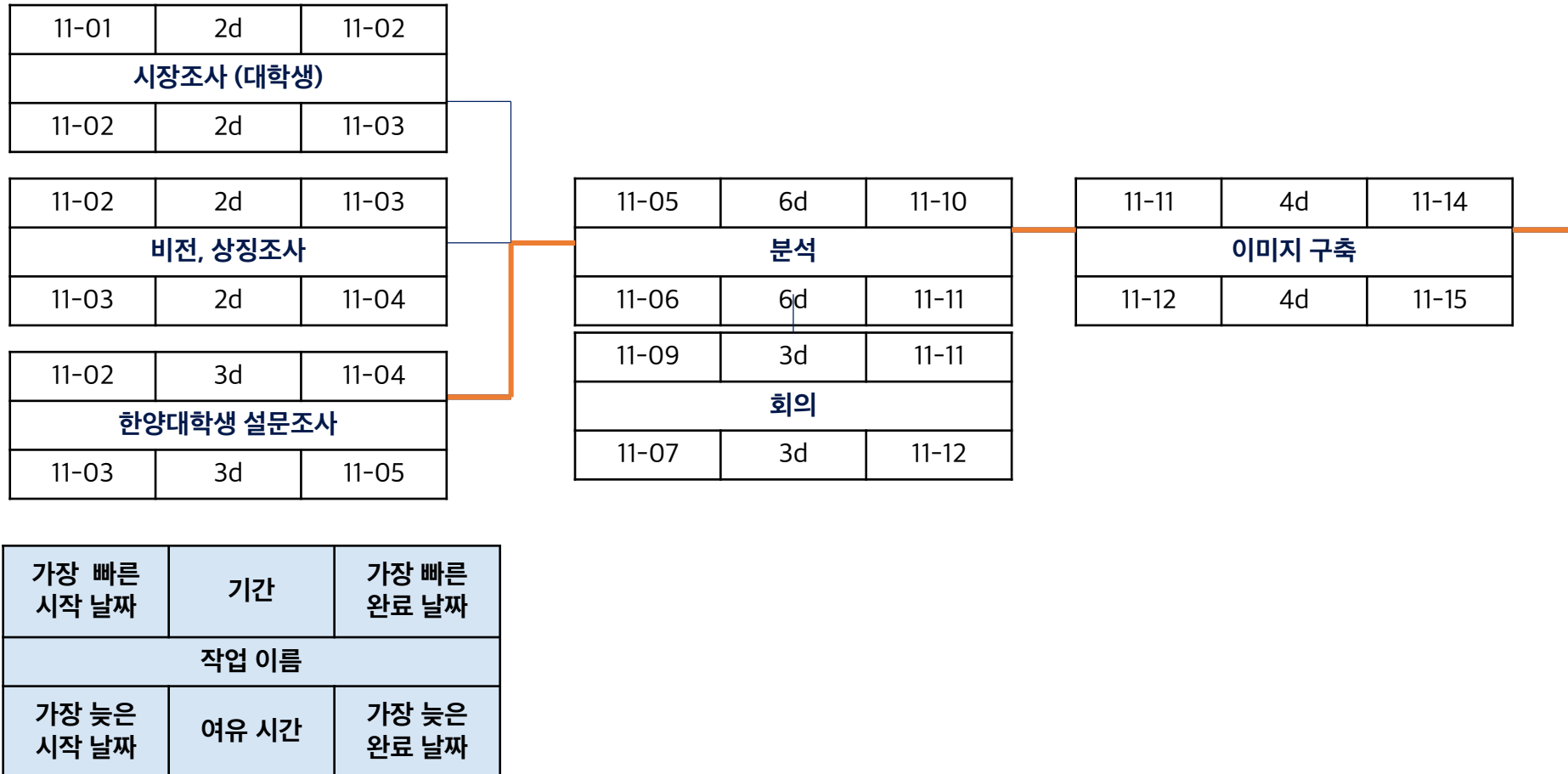




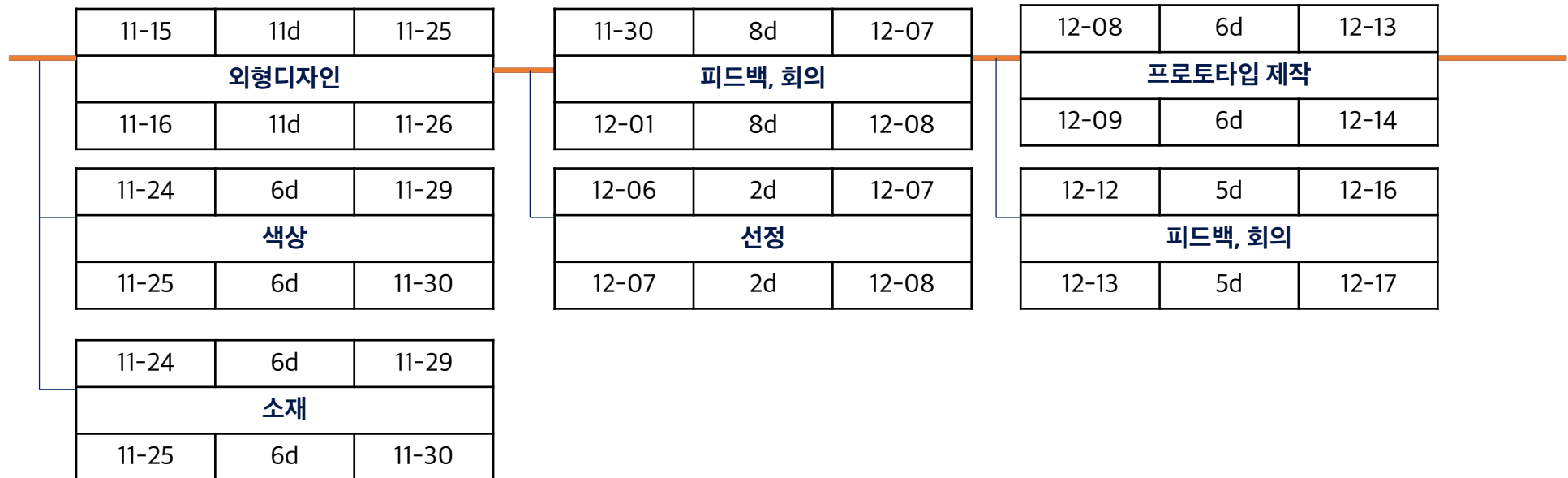
## 07 일정관리(Gantt chart)



## 07 일정관리(Pert chart)



## 07 일정관리(Pert chart)



## 07 일정관리(Pert chart)

12-17	10d	12-26
생산 및 조달 관리		
12-18	10d	12-27

12-17	10d	12-26
품질관리		
12-19	10d	12-27

12-27	4d	12-30
물품 인수		
12-28	4d	12-31

## 08 원가산정

	항목	세부내용	수량(개)	단가(원)	합계(원)
마케팅 (외주)	시장조사	대학생(한양대 외)	-	3,000,000	-
		한양대학생	-	4,000,000	7,000,000
디자인	한양대 로고	저작권료	-	5,000,000	5,000,000
	소모품	제도 샤프	10	9,700	97,000
		색연필	3	8,800	26,400
		지우개	10	600	6,000
		제도 칼	3	3,500	10,500
		마카 60색	1	15,500	15,500
	prototype	샘플천	-	100,000	100,000
		신발끈	1	1,000	1,000
		시침핀	50	100	5,000
제작 (외주)	재료비	갑피	515	2,000	1,030,000
		밑창	515	1,100	566,500
		설편	515	800	412,000
		신끈	515	100	51,500
		구멍쇠보강	515	500	257,500
		선포	515	700	360,500
		앞보강	515	500	257,500
		안창	515	1,500	772,500
		중창	515	2,500	1,287,500
		겉창	515	2,200	1,133,000
		뒷보강	515	800	412,000
	인도	배송	-	300,000	300,000
비고	예비비	예비비	-	800,000	800,000
총 합 계					<b>19,901,900</b>



	항목	세부내용	수량(개)	단가(원)	합계(원)
마케팅 (외주)	시장조사	대학생(한양대 외)	-	3,000,000	-
		한양대학생	-	4,000,000	7,000,000
디자인	한양대 로고	저작권료	-	5,000,000	5,000,000
	소모품	제도 샤프	10	9,700	97,000
		색연필	3	8,800	26,400
		지우개	10	600	6,000
		제도 칼	3	3,500	10,500
		마카 60색	1	15,500	15,500
	prototype	샘플천	-	100,000	100,000
		신발끈	1	1,000	1,000
		시침핀	50	100	5,000
제작 (외주)	재료비	갑피	515	2,000	1,030,000
		밑창	515	1,100	566,500
		설편	515	800	412,000
		신끈	515	100	51,500
		구멍쇠보강	515	500	257,500
		선포	515	700	360,500
		앞보강	515	500	257,500
		안창	515	1,500	772,500
		중창	515	2,500	1,287,500
		겉창	515	2,200	1,133,000
		뒷보강	515	800	412,000
	인도	배송			
비고	예비비	예비비			
총 합 계					

총합계 : 19,901,900(원)

## 1. 확률-영향 리스크 매트릭스

발생 확률	5	매우 높음	5	10	15	20	25
	4	높음	4	8	12	16	20
	3	보통	3	6	9	12	15
	2	낮음	2	4	6	8	10
	1	매우 낮음	1	2	3	4	5

범위	위험요인	기회요인
21 ~ 25	회피	이용
11 ~ 20	전가	증대
6 ~ 10	완화	
1 ~ 5	수용	거절

매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음
1	2	3	4	5
영향력				

## 2. 리스크 관리 대장 Risk Register

No.1	리스크 (위협) 항목	확률	영향	점수	대응방안
1	한양대학교의 변심	1	1	1	(수용) 다른 대학교와의 재계약
2	프로젝트 발주 고객의 변심	1	5	5	(수용) 프로젝트 파기
3	설문대상자의 불성실한 답변	3	4	12	(전가) 리서치 회사에 손해배상청구
4	디자인 기간 엄수 실패	3	3	9	(완화) 조기 마감 시 인센티브 제공 또는 재촉 진행
5	경쟁사에 아이디어 유출	3	3	9	(완화) 신중한 리서치 대상 선정
6	디자인 및 품질 요구사항 정확한 의미 반영	2	3	6	(완화) 디자인 팀과 제작 팀 간의 의사소통 창구 마련
No.2	리스크 (기회) 항목	확률	영향	점수	대응방안
1	한양대학교 대외 이미지 상승	2	3	6	(증대) 디자인에 이미지 반영 용이
2	타 대학교의 제안	2	5	10	(거절) 추후 논의

## 10 조달 관리

### 1. 조달 관리 주체

| 발주자 |

(Owner, Customer, Client)



나이키 CEO

| 주계약자 |

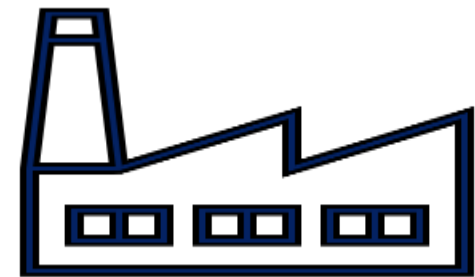
(Prime contractor)



UNIKE 프로젝트팀

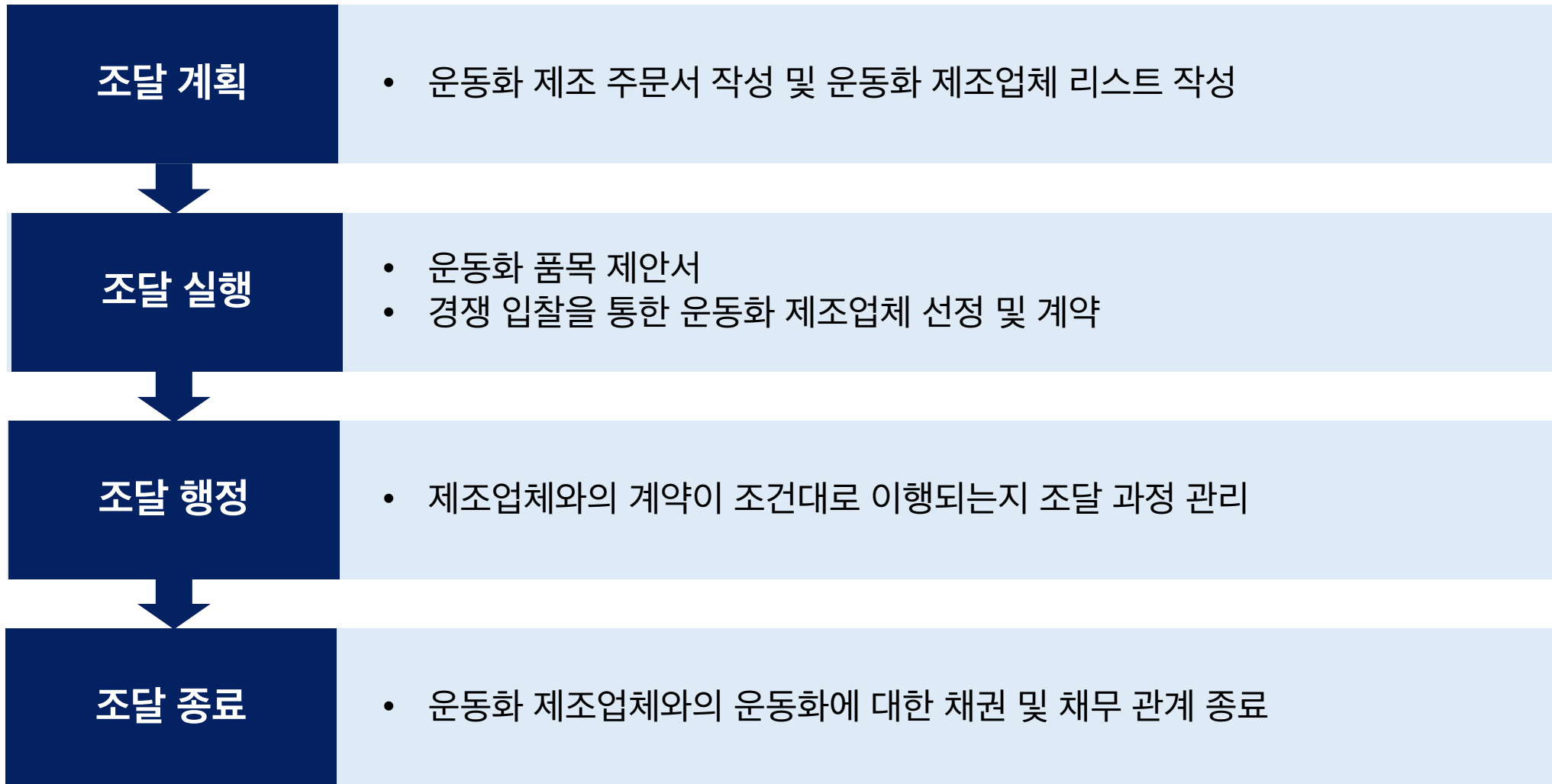
| 하도급 업체 |

(Subcontractor)



신발 생산 업체

### 2. 조달 관리 프로세스



### | 품질 계획 |

- 프로젝트 명칭: 유니크 
- 고객품질 기대사항 (품질 요구사항): **한양대의 이미지**를 살릴 수 있는 운동화

### | 품질 보증 |

- 운동화 디자인 및 제작 과정에서 품질관리 프로세스가 적절하게 적용되었는지 등 **전반적인 프로세스** 검토
- 품질관리 과정을 숙달 시키기 위해 **직원들에 대한 교육** 실시

### | 품질 통제 |

- **파레토 차트를 이용**하여, 자주 발생하는 품질 문제의 주요 원인을 파악한 후 대처 방안 수립 및 실행

이해관계자	의사소통 방향	제공 정보	기대사항	의사소통 전략	영향력 평가
고객 (CEO)	상향적	<ul style="list-style-type: none"> <li>프로젝트 진행 현황</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>적극적인 후원</li> <li>피드백 및 중요사항 결정</li> </ul>	명확한 요구사항 제시	5
각 부서장	수평적, 하향적	<ul style="list-style-type: none"> <li>프로젝트 지침</li> <li>기획 조정 사항</li> <li>프로젝트 진행 현황</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기술적 지원</li> <li>각 부서 간의 상호의견 교환</li> </ul>	협상, 지시, 소통	3
각 부서 멤버 외주 협력 업체	수평적, 하향적	<ul style="list-style-type: none"> <li>프로젝트 방향</li> <li>리더십</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>프로젝트에 대한 비전 확립</li> <li>사기 증진</li> </ul>	지시, 소통	2





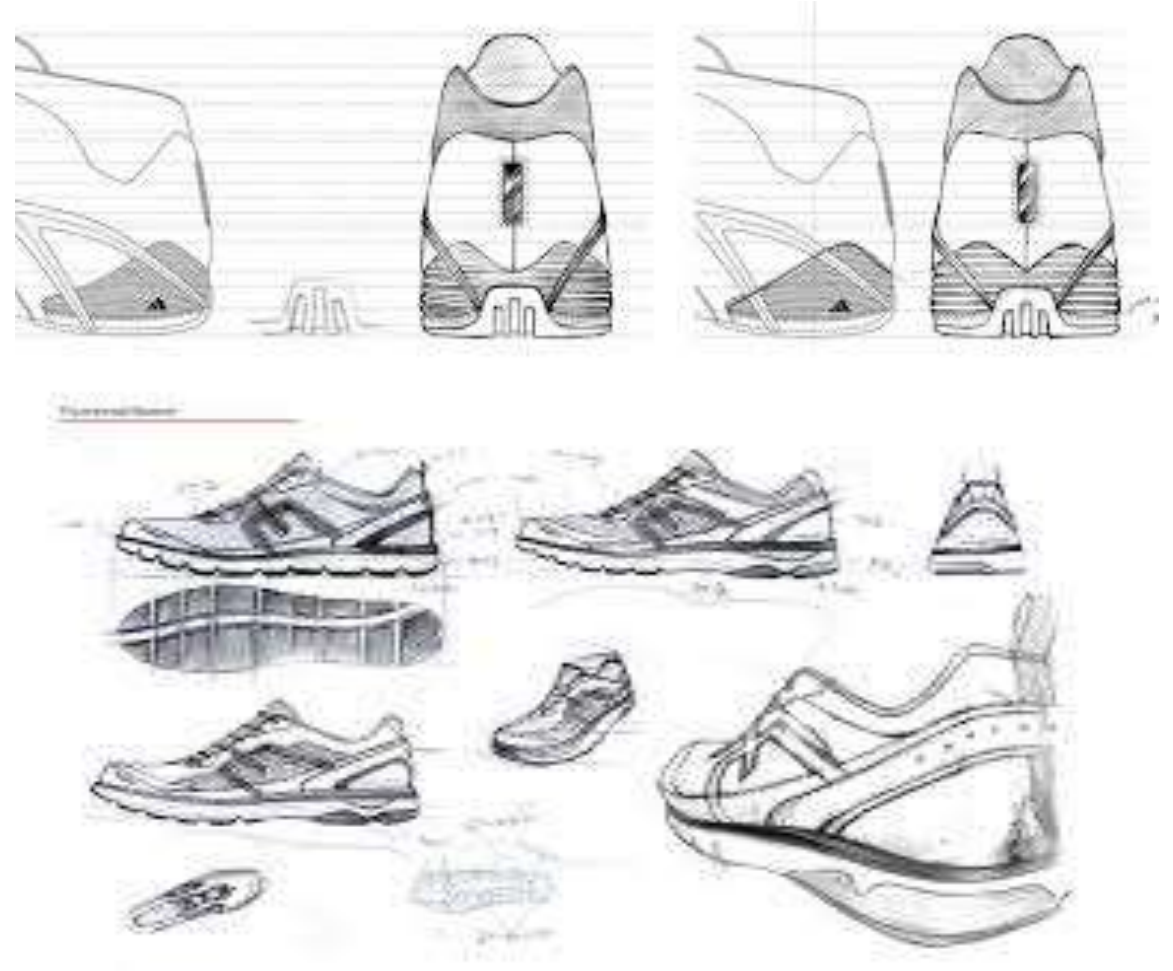
### 프로젝트의 윤리 강령



1. **프로젝트의 품질과 고객의 만족을 보장**하기 위하여 전문가를 엄선해 고용하겠습니다.
2. 외부업체에 외주를 맡길 때, 업체를 **공정하게 선별**하고 **정당한 대가**를 지불하겠습니다.
3. 프로젝트 시간을 과대 계산하지 않겠습니다.
4. 프로젝트에 관련된 비용을 과다 청구하지 않겠습니다.

# 14 디자인 시안

## 1. 스케치



## 14 디자인 시안

UNIKE

### 2. 실물 이미지



한양대학교의 로고와 상징색인 남색으로  
한양대학교의 이미지를 표현하여  
학생들의 소속감 증대




심플하고 깔끔한  
디자인으로 착용 시  
부담감과 한정성을 낮춰  
실용성 증대

나이키의 우수한 품질과  
유니크함





A photograph of two young women standing on a rooftop or balcony at sunset. They are both wearing black leather jackets and light blue jeans. The woman on the left is smiling and looking towards the camera, while the woman on the right is looking slightly away. The background shows a cityscape with buildings and a warm, golden light from the setting sun.

연예인 위주의 광고에서  
일반인이 모델이 되는 시대로

**대학생이 직접 광고의 주체가 되어,  
학교와 브랜드를 동시에 홍보**

End of Document

