



MCL

Marketing Creative Leaders

35대 MCL 리크루팅 온라인 설명회

35th RECRUITMENT PRESENTATION

<All About MCL>

CONTENTS

◇ MCL Identity

Vision
Diversity
Sessions

◇ MCL Activity

Curriculum
Edu-Session
Main-Session
기업연계
Special Session

◇ 35th Recruiting

MCL Talent
Recruiting Process

Make a **Professional Global Leader** through **Marketing Mindset**



Professional Global Leader

Leadership

Leader

Communication Skill

Fun

Joy in learning

Human network



Marketing Mindset

Logical Thinking

Structural Thinking

Intellectual Thinking

Innovative Thinking

Openness

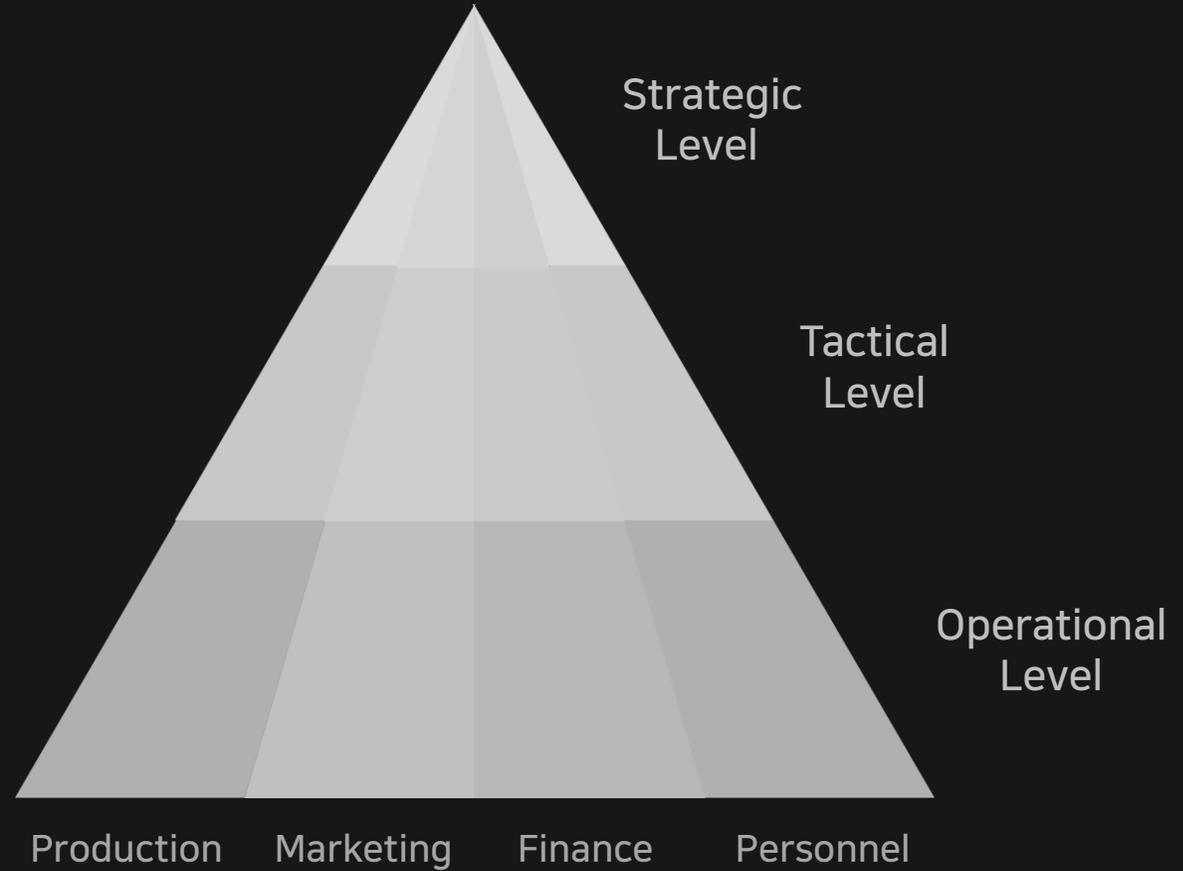
Creativity

What We Study

리브랜딩 전략
Rebranding Strategy

신제품 출시 전략
Product Launch

신시장 진출 전략
Market Entering

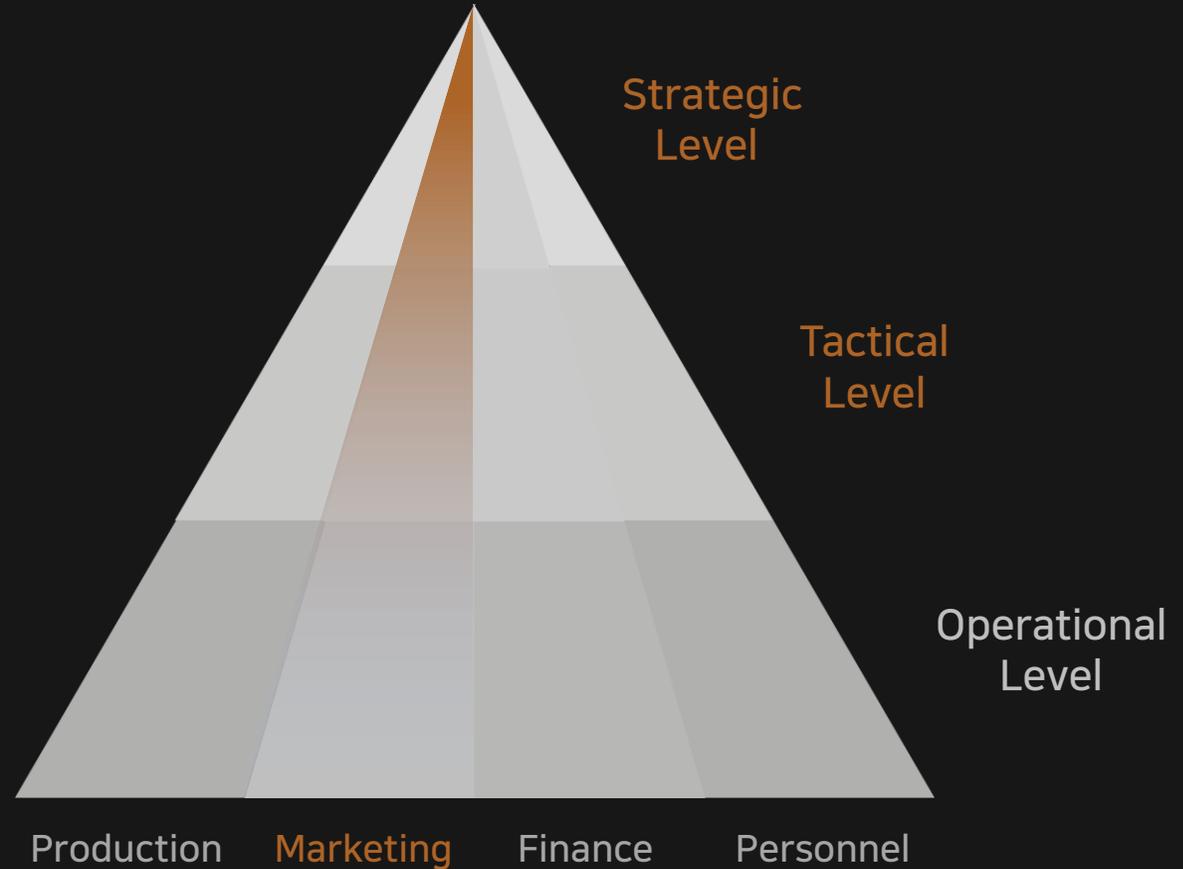


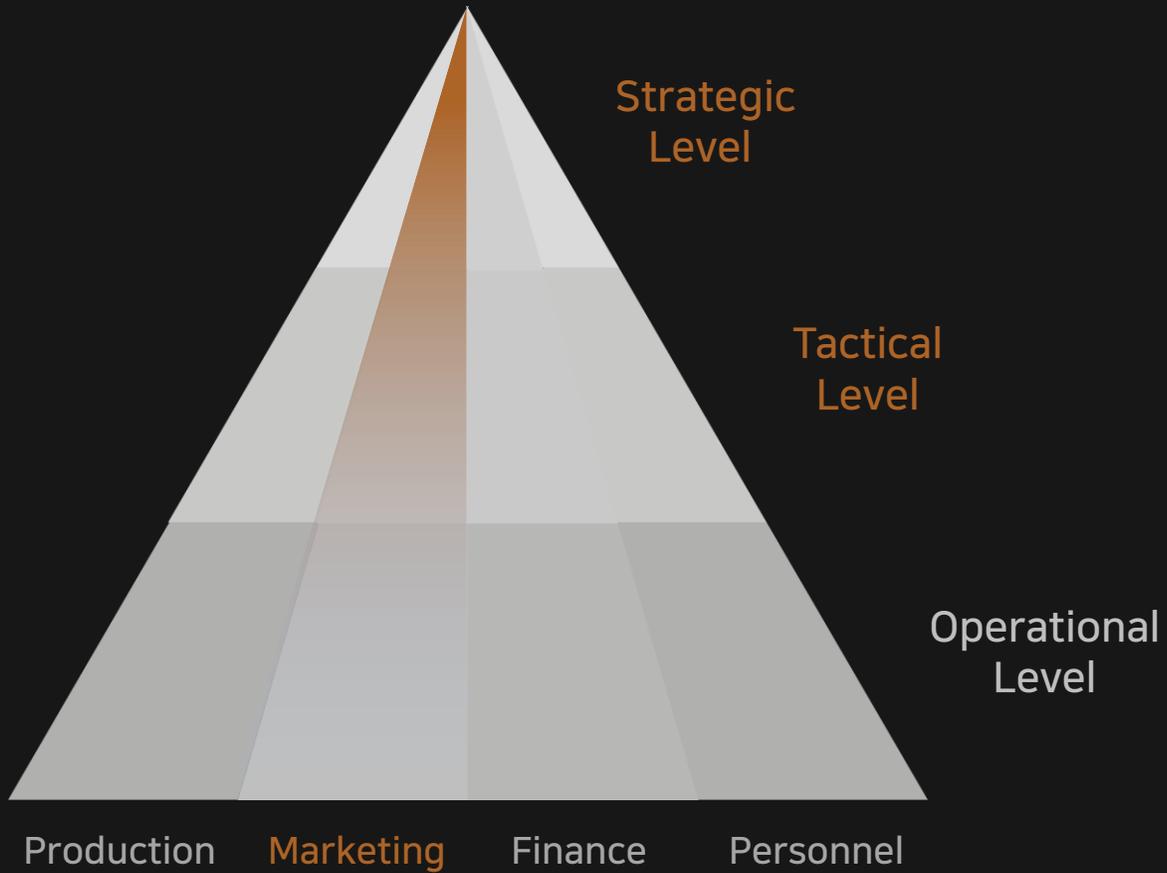
What We Study

리브랜딩 전략
Rebranding Strategy

신제품 출시 전략
Product Launch

신시장 진출 전략
Market Entering





What You'll Get

- 소비자 니즈를 읽어내는 창의성
Marketing Mind

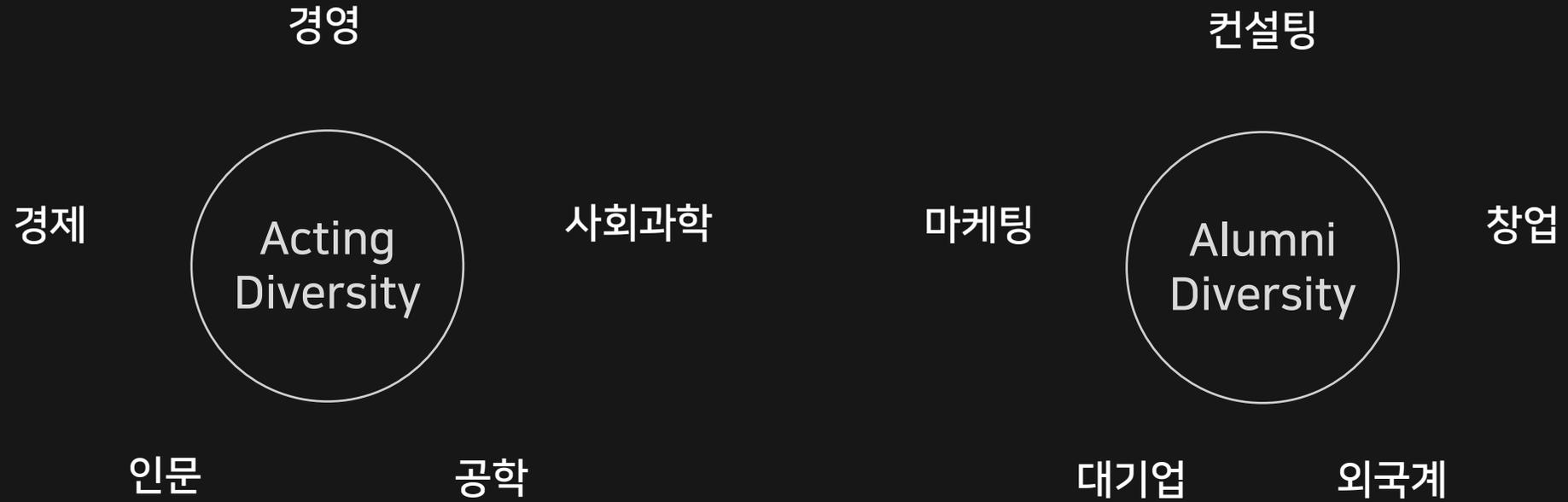
- 전략 도출 과정에서의 철저한 논리적 사고
Logical Thinking



Acting
Diversity

MCL
Diversity

Alumni
Diversity



In Sessions

시의성 있는 주제

알럼 컨택에 기반한 비즈니스 케이스

알럼나이 세션 참여

매주 세션에 현직 알럼 참관 및 피드백 진행

알럼나이 주관 Special Session

알럼 커리어 세션

알럼 에듀 세션



In Events

알럼 인터뷰

액팅과 알럼의 1:1 만남 행사

MCL DAY

액팅과 알럼이 함께 소통하는 MCL 최대 행사

MCL ACTIVITY

Session Design Team 소개

MCL Curriculum 소개

정규학기

방학세션

MCL Session 구성 소개

Edu-Session

Main-Session

기업연계

Special Session

문제 상황

Situation

문제 재정의

Redefine

전략적 방향성

Direction

전략 제시

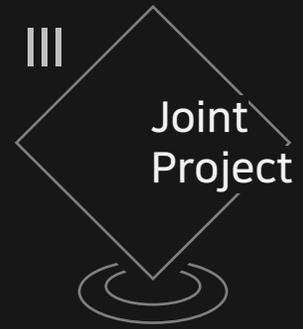
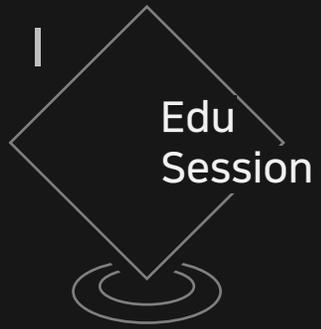
Strategy

설득 및 제안

Suggestion

비즈니스적 의사결정 능력 향상

CURRICULUM





MCL은 커리큘럼 전반에 걸쳐 Alumni와 소통하며,
이를 통해 현업에 종사하는 실무자의 시선에서 더욱 직접적인 비즈니스 경험을 할 수 있습니다.

Edu Session

Purpose 정규 케이스 풀이를 위한 기초 지식 및 가설 사고, 방법론 학습

Subject

Pre-session 1
2. Logical Thinking: 어떻게 해, H2? - 오해를 풀리기 위한 스텝! MECE

MECE란? Mutually Exclusive, Collectively Exhaustive를 의미한다.
(서로 중복되지 않고) (전체적으로 누락이 없는)

MECE는 어떤 현상의 집합을 중복과 누락 없는 부분집합들로 묘사하여 문제를 파악하는 사고 방법

관계를 파악하고 이를 나눔으로써 중복, 누락, 혼란을 방지 가능

MECE 사고 과정

Logical Thinking

02 | 구조화된 사고와 가설 사고

가설 사고란, 핵심 이슈로부터 가설을 List-up 하고, 결정된 가설의 우선순위에 따라 검증하는 일련의 프로세스입니다.

STEP 1 가설 설정 STEP 2 가설 검증 STEP 3 가설 진화

초기 가설 설정 검증된 가설 2차 가설 설정

- ✓ 논의의 바탕이 되는 초기 가설
- ✓ 핵심 수침 및 분석
- ✓ IF TRUE: 결론화
- ✓ Why - How
- ✓ 이를 바탕으로 문제 제기
- ✓ IF FALSE: 가설 변경

Problem Solving

03. How?

그 전에, 비즈니스 케이스 풀이 과정을 익혀봅시다!

[비즈니스 케이스 풀이 과정 Grouping]

문제 정의 → 문제 구조화 → 이슈 우선순위화 → 전략 도출 → 논리 구조화 → 기획서 작성

1. 문제 재정의 단계 2. 전략 도출 단계 3. 선택 단계

Research Design

2. slide writing C. Contents 차트 작성 시의 tip

: 차트 상단에 제목, 하단에 핵심 메시지 표시

good

자트의 제목

자트를 통해 도출한 인사이트 및 해당 자료를 통해 전달하고자 하는 핵심 메시지를 반드시 명시해야 함

Slide Writing

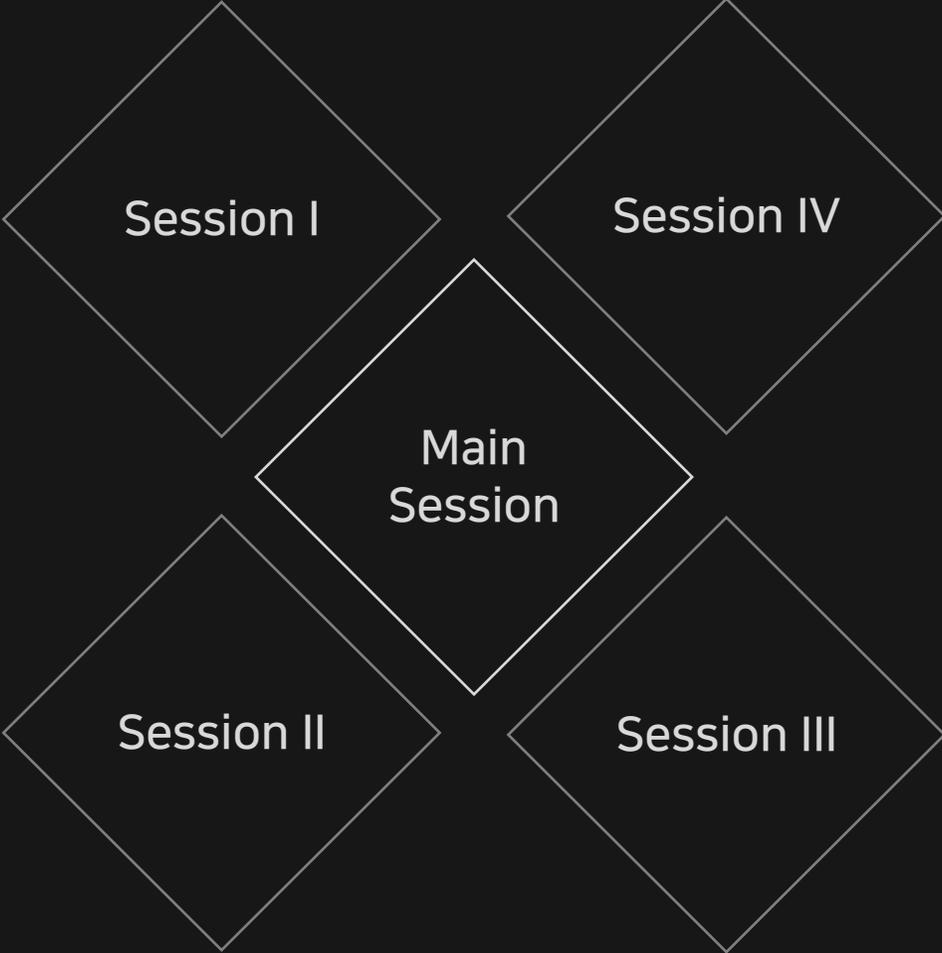
1.3 MCL의 케이스 풀이 과정

Flow sheet : 장표 작성 전, 팀의 논리와 백업을 최종 정리하고 점검하는 설계도

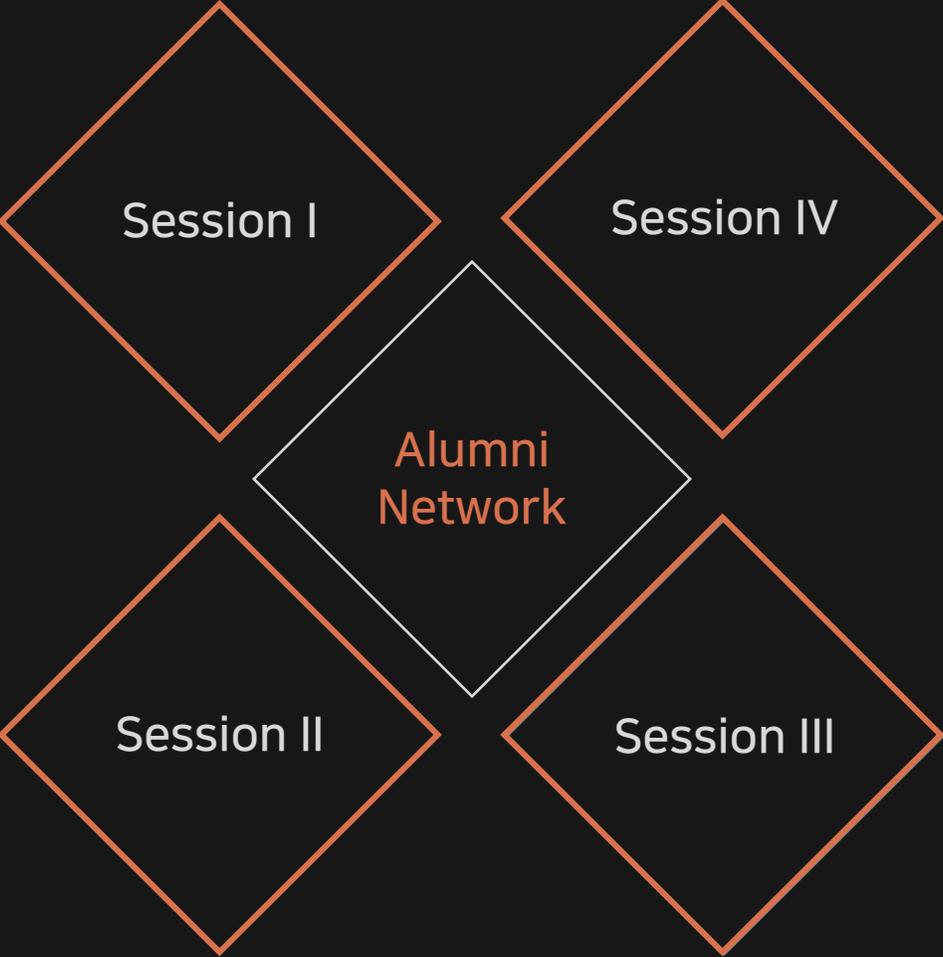
- index : 장표가 논리적 흐름에서 어떤 부분을 맡고 있는지 표시
- head : 장표에서 전달하고자 하는 main idea
- contents : Head를 설명하기 위해 장표에 시키워될 콘텐츠 구성
- back-up : 장표에 삽입될 데이터, 인용, 사진 등 자료

Simulation Edu

Main Session



Main Session



Main Session

Key Question

S.I.VILLAGE
S. I. VILLAGE INFORMATION

이러한 상황에서,
S.I.Village의 **명확한 포지셔닝**을 위한
마케팅 및 커뮤니케이션 전략을 제시하시오.

토 - 케이스 오픈

S.I.VILLAGE

7월 26일 편집 공유

S.I.VILLAGE

회의 안내

- 3/25(월) 온라인 회의 : 리서치 공유 & 플로우 차트 잡기
- 3/27(수) 온라인 회의 : 브리핑용 플로우 정리 & 회장단 및 출제SD원들의 피드백 추가 논의
- 3/28(목) 온라인 회의 : 세부 전략 미포함 플로우 점검 및 확정
- 3/29(금) 오프라인 회의 : 세부 전략 포함 플로우 점검 및 확정 & 장표 찍기
- 3/30(토) 오후 12:50 성균관대학교 : 세션 발표

여러분께 드리고 싶은 말

- 리서치는 **내용 요약문, 내용 전문, 출처**를 모두 담아서 가져와 주세요!
논의와 장표 제작시 효율을 위해 **각 책임별 내용 및 인사이트 요약, 필요한 내용 전문 (중요한 부분은 월드 저리), 출처**는 꼭 정리 부탁드립니다!
▶ 예시
- 제가 내드리는 **요일별 태스크 가이드**는 **어디까지나 참고용일 뿐** 여러분이 추가적으로 리서치한 자료나, 새롭게 도출한 인사이트, 더 논의하고 싶은 내용이 있다면 언제든지 환영합니다! 🍀
- 논의 시에는 의견을 자신감 있게 피력하되, 절대 **언행이 아닌 토론 시간**임을 명심해 주세요. 배려하는 분위기를 부탁드립니다!

일 - 리드 기수 리서치 방향성 제시

SAT



SUN



MON / WED / FRI



SAT



Main Session

현황 분석

소비자 쇼핑 행태 변화에 따른 **D2C**화 흐름을 타고 **패션 대형사들이 자사몰을 강화하면서** 기존 유통 플랫폼 위주의 패션 이커머스 경쟁 양상이 **새로이 재편 및 과열**되고 있다.

※ D2C(Direct-to-Consumer) 기업이 제품을 직접 고객에게 판매하는 비즈니스 모델

패션 업계의 D2C화
/업계의 D2C화에 위험을 느끼는 유통 플랫폼/

그러나 어느 순간 유통 플랫폼 업체를 통한 백화점 카탈로그 식 판매가 주류가 된 것은 기존 자사몰이 소비자들에게 매력적이지 않았을 뿐더러 여러 플랫폼을 비교해서 싸게 사는 것이 고등한 대체였기 때문입니다. 하지만 **이제는 제품이 아닌 브랜드를 구매하는 소비자들이 늘고** 있고 소비자에게 매력적으로 어필할 수 있는 브랜드와 제품을 기반으로 **D2C 전략 도입에 성공하는 기업들이 많아졌습니다.***

/기존에 주류를 이루던 패션 부문 유통 플랫폼 업체/



소비자가 과거와 달리 **제품이 아닌 브랜드를 구매하기 시작하면서** 발생한 니즈를 흡수하기 위해 각 기업은 **D2C화**를 시도하고 있음

대기업 간 경쟁으로의 재편
/대기업 간의 경쟁으로의 변화/

SHINSEGAE INTERNATIONAL
신세계 인터네셔널

우리나라의 명품시장은 주로 **대기업 간의 명품 브랜드유치 및 유통망 확장**을 위한 경쟁이 주를 이룹니다**

/패션 대형사의 자사몰 강화 기조/

삼성물산 패션부문, 코오롱인더스트리 F&C부문, LF 등 **패션 대형사들이 온라인 판매채널의 브랜드와 이커머스 육성(D2C)에** 적극 나서면서 **올해 경쟁이 한층 더 치열해질 전망****

패션 대형사들의 잇따른 자사몰 강화로 인한 **대기업 간의 경쟁으로 시장 내 주 경쟁 양상이 재편됨**

S.I.VILLAGE
A JESSICA RETAIL STORE



월, 수, 금 - 팀 아웃풋 완성을 위한 회의 진행

토 - 발표 및 피드백

SAT

SUN

MON / WED / FRI

SAT



Joint Project



Special Session



With Alumni

MCL
Network

With Advisor

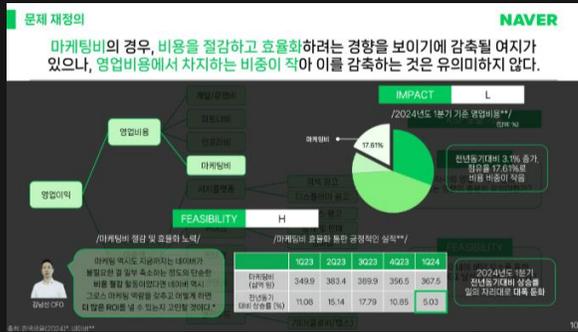


Vacation Session

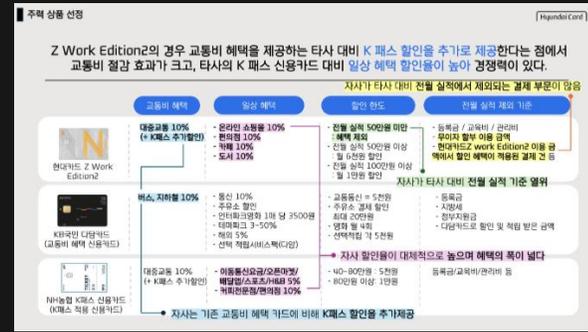
Junior Semester

Vacation Session

Senior Semester



개인 역량 Case



동기 팀플 Case

35th Recruiting

MCL Talent

MCL 인재상

Recruiting Process 안내

1차 면접(Fit Interview & Guesstimation)

2차 면접(Case Interview)

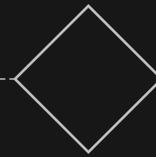
MCL 인재상



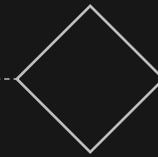
Logical
Thinking



Innovative
Thinking



Leadership



Fun



Responsibility

Ownership

Expanding
Diversity

MCL 활동은 Responsibility와 Ownership을 형성시켜 주며,
이는 사고를 넓히고 가능성을 확장시키는 기회가 될 것 입니다.

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
8/18	8/19	8/20	8/21	8/22 서류 접수 시작	8/23	8/24
8/25	8/26	8/27	8/28	8/29 서류 마감 (PM 11:59)	8/30	8/31 1차 면접
9/1 2차 면접	9/2 활동 시작 (오리엔테이션)	9/3	9/4	9/5	9/6	9/7

Case Interview

실제 MCL에서 진행하는 세션과 유사한 문제 출제

자료 및 데이터 활용 능력

적절한 데이터 분석과 논리적 사고를 통해 설득력있는 결과를 도출하기까지의 과정을 평가

*합격자 발표: 9/1 22시 예정

Guesstimation

문제에 대한 논리적 해석 및 접근 방식 파악

Fit Interview

지원 서류를 토대로 한 지원자 파악

*합격자 발표: 8/31 24시 예정

OFFLINE

OFFLINE



FAQ

리크루팅

FAQ

면접은 다대다 형식인가요?

1차면접, 2차면접은 모두 다대다 형식이 아닌,
개별 면접자 한 분과 MCL 학회원으로 구성된 평가자 다수가 참여하는
일대다 형식으로 진행됩니다.

FAQ

선발 기준은 어떻게 되는지 궁금합니다.

MCL은 단순히 지원자님의 경험과 지식의 양을 중점으로 보는 것이 아니라 다음과 같은 요소를 종합적으로 고려하여 선발합니다.

- 1) 논리적이고 창의적인 사고를 통해 문제를 해결할 수 있는가
- 2) 자신의 사고를 잘 커뮤니케이션할 수 있는가
- 3) MCL 활동과 전략/마케팅에 대한 열정을 가지고 있는가
- 4) MCL과 FIT한 분인가

따라서 관련 경험이나 지식이 많지 않아도, 충분히 MCL 학회원으로 선발될 수 있습니다!

FAQ

면접 꿀팁이 궁금합니다.

1차 면접의 경우, 게스트메이션과 함께 Fit Interview가 진행됩니다.
게스트메이션의 경우, 정답이 따로 존재하지 않으므로 정확한 '수치근접성'보다는
문제 해결 과정에서의 '논리적인 접근'을 중요하게 심사하고 있습니다.
Fit Interview의 경우, 서로를 알아가는 시간이니 부담 갖지 않고
솔직하게 지원자 분에 대해서 알려주시면 됩니다.

2차 케이스 인터뷰의 경우, MCL에서 아웃풋을 만들어 나가는 방식과 매우 흡사한 형태로 진행됩니다.
홈페이지 Join Us 탭에 게시되어 있는 우수 아웃풋 및 MCL의 블로그와 인스타그램을 참고하시면
MCL에서 아웃풋을 만들어 나가는 방식에 대해 파악하실 수 있습니다.

필요 역량

FAQ

경영, 마케팅 지식이 없는 비경영전공자여도 괜찮을까요?

관련 지식이 없어도, 경영 전공자가 아니어도 학회 활동에는 전혀 지장이 없습니다.

MCLer는 5회의 **에듀 세션**을 통해 필요한 관련 지식을 배운 후 본격적인 활동에 참여합니다.

또 **각종 세션**과 **피드백**을 통해 함께 배우고 성장해가는 것을 목표로 하고 있기 때문에 전략마케팅에 대한 관심과 열정, 잠재력을 보여주실 수 있다면, 경영 전공자가 아니어도 망설이지 않고 지원해주시면 되겠습니다.

실제로 모든 학회원이 전공과 관련없이 MCL에서 좋은 아웃풋을 내며 활동하고 있습니다.

FAQ

관련 학과에 재학 중이지 않거나, 전공 지식 및 관련 경험이 없어도 지장이 없을까요?

경영 전공자가 아니어도, 전공 지식 및 관련 경험이 없어도 학회 활동에는 전혀 지장이 없습니다.

MCLer는 5회의 **에듀 세션**을 통해 필요한 관련 지식을 배운 후 본격적인 활동에 참여합니다.

또 **각종 세션**과 **피드백**을 통해 함께 배우고 성장해가는 것을 목표로 하고 있기 때문에 전략마케팅에 대한 관심과 열정, 잠재력을 보여주실 수 있다면, 경영 전공자가 아니어도 망설이지 않고 지원해주시면 되겠습니다.

실제로 모든 학회원이 전공과 관련없이 MCL에서 좋은 아웃풋을 내며 활동하고 있습니다.

영화 내 영

FAQ

기업연계 기업은 어떻게 선정되나요?

기업연계 프로젝트를 진행하게 될 기업은
매 학기 학회 운영진에서 MCL 알럼나이 분들이 근무하고 계시는 기업을 우선적으로 해서,
기업 내부와 직접 컨택하고 조율하는 과정을 통해 선정하고 있습니다.

FAQ

MCL에서는 마케팅에 대해 얼마만큼 배울 수 있나요?

먼저 **정규 세션**에서는 비즈니스 케이스 풀이를 통해 다양한 산업군에 대한 지식을 넓히고, 기업이 당면한 문제상황을 전략마케팅적 관점으로 논리적이고 또 창의적으로 해결하는 법을 배울 수 있습니다.

이후 진행되는 **기업연계 세션**을 통해서는 실제 기업에서 제공한 문제상황을 실무진과 함께 커뮤니케이션하고 해결하며 실무적인 전략마케팅 경험을 쌓을 수 있다고 보시면 되겠습니다.

이외에도 각종 커리큘럼을 통해 **최소 10개 이상의 비즈니스 케이스 풀이, 2회 이상의 기업연계 세션**을 거치며, 깊이 있게 전략마케팅 역량을 기를 수 있습니다.

활동 방식

FAQ

구체적 활동 시간 및 방식이 궁금합니다.

MCL은 매주 월/수/금 팀플과 토요일 정규세션에 참여 가능하신 분을 선발하고 있습니다.

월, 수, 금 회의 시간 및 온,오프라인 회의 여부 및 회의 장소는 팀별로 논의해서 자율적으로 결정합니다.
토요일 세션 같은 경우는 대부분 성균관대학교에서 오후 1시에서 6시 사이에 오프라인으로 진행됩니다.

FAQ

방학세션의 워크로드/일정이 궁금합니다.

방학 기간 중에는 약 3주 간 개인역량과 동기팀플 세션이 진행됩니다.

이 때 역시 회의의 구체적 진행 일정 및 방식은 팀별 논의에 따라 자율적으로 결정하게 되며, 방학 중 진행되는 토요일 세션은 온라인으로 진행되는 점 참고하시면 되겠습니다.

기타

FAQ

4학년 1학기 재학 예정자도 관참을까요?

4학년 1학기 재학 예정자는 물론,
한 학기만 남으신 분과 대학원생도 모두 지원하실 수 있습니다.

두 학기 연속 활동이 가능하면 됩니다.

FAQ

타 동아리 및 인턴, 학업 등 다른 활동과 병행하기 어려운가요?

이는 지원자 본인에게 달려있다고 볼 수 있을 것 같습니다.

개인 리서치 시간을 제외해도 주당 최소 20-25시간 정도를 투자해야 하기 때문에 학회 활동의 워크로드가 분명 적지 않지만, 현재 학회원 중에서도 학업이나 인턴십과 함께 병행하고 있는 학회원들이 많습니다. 충분히 책임감 있게 학회 활동이 가능하다면, 병행 자체에 제한이 있는 것은 아닙니다.

End of Document