

## DU-도전학기 결과보고서

과제명	kbo의 지속적인 인기 유지 방법 제시		
참여자	성명	소속	학번
	권	미디어커뮤니케이션학부	
	김	미디어커뮤니케이션학부	
	김	미디어커뮤니케이션학부	
지도교수 의견	<p>스포츠 마케터라는 목표를 갖고있는 학생들이 모여 프로야구의 관심도 증대라는 주제로 진행한 도전학기가 굉장히 의미있는 활동이 되었다고 보임. 스스로 상황 분석 및 문제도출 이를 바탕으로 커뮤니케이션 전략을 세워 다양한 활동들을 직접 진행한 점, 앞으로의 진로에 있어 큰 경험이 되었을 것. 특히 배움의 열망이 있는 학생들의 모습, 도전학기 프로그램에 있어 책임감과, 명확한 목표를 바탕으로 성실하게 진행되었다고 판단됨. 앞으로 다른 활동들을 주체적으로 계획하고 진행할 수 있는 능력의 자양분이 되었을 것이라 생각됨. 도전학기 프로그램에 그치지 않고 커뮤니케이션 전략을 바탕으로 다른 활동들을 기획하고 실행해도 좋을 것이라 보임.</p>		
	(소속)	미디어커뮤니케이션학부	(성명) 하진홍 (서명 또는 날인)

### 1. 도전 과제 내용

20,30세대가 야구를 어떤 식으로 접하고 있는지, 어떤 식으로 관심을 가지고 있는지에 대한 실태를 파악, 설문조사 등을 통하여 만족도 및 관심도를 수집, 분석 한 자료를 중간 과정에서 실시한 내용이다. 이를 바탕으로 구체적인 정보를 알기 위해 야구장 탐방을 하기로 했으며, 학교 광장에서 실제적인 KBO 홍보 마케팅을 위한 부스를 설치할 예정이다. 지금까지 조사하고, 찾아낸 경험들과 결합하여 홍보 부스에서 KBO 관심도 증진을 목표로 한 부스 운영을 하여, 실제 야구 인지는 물론이고 야구 관람까지 행동 변화로 이어지게 하는 것이 목표이다.

### 2. 도전 과제 수행 결과 및 성과

kbo의 현재 상황에 대하여 정확한 조사를 통해 문제를 진단하였고, 기존의 kbo에 대한 2030 세대의 관심도가 떨어져 이것을 해결하기 위한 목표가 아닌 현재 최고의 인기를 누리고 있는 kbo의 인기를 지속적으로 유지할 방법들을 모색하였다.

<SNS 숏폼 콘텐츠 활용>

스포츠라이트 팀은 인기를 누리고 있는 kbo의 약점이 어떤 것이 있는지를 파악하였고 이는 지속적 인기를 위한 kbo의 주요 타깃이 될 뉴미디어 세대에게 어필할 수 있는 방법들이 부족하고 위 활동이 부족하다는 것을 파악하고 뉴미디어 세대가 주로 이용하는 sns 숏폼 콘텐츠를 적극 활용하는 방안을 생각했다. 그리고 이것을 수행하기 위해 ‘크보라이트’ 라는 이름의 인스타그램 계정을 개설하여 이것을 이용해서 다양한 숏폼 콘텐츠를 제작하여 게시하였다. 결과는 숏폼 콘텐츠 총 조회수 423183회로 기대 이상의 관심을 받으며 소정의 결과를 얻을 수 있었다.

### <교내 부스 운영>

기존의 타깃이었던 젊은 세대는 교내에서 부스 운영을 통해 야구와 관련된 활동들을 진행하였는데, 구글폼으로 작성한 설문조사에 참여하거나 SNS를 팔로워하는 재학생들에게 야구와 관련된 소정의 상품들을 제공하는 방법을 선택했다. 기존의 기대 이상으로 꽤 많은 인원이 부스 활동에 참여를 했고, 준비한 소정의 상품을 모두 소진하는 결과를 얻었다. 이 활동을 통해 기존의 타깃인 젊은 세대가 어느 정도 수준으로 kbo에 관심이 있는가를 파악할 수 있었고, 이들에게 다양한 kbo와 관련된 정보를 제공하고 홍보 효과를 얻을 수 있었다.

### KBO(한국 프로 야구) 관심도 조사 결과 보고서

#### 1. 설문 개요

조사 목적: 한국 프로 야구 흥행을 위한 기초자료로 사용

설문 기간: 2024. 5. 20. ~ 2024. 5. 31. (11일간)

설문 장소: 인터넷 설문조사(구글 폼)

설문 대상: 20-30세대

참여 인원: 56명

#### 1) 한국 프로 스포츠 중 어떤 경기를 가장 많이 시청하시나요?



- 프로야구 경기 시청 다음으로 가장 많은 부분은 프로 축구, 프로농구 순이다.
- 총 56명 중 프로야구 경기를 시청한다고 한 사람이 절반 이상인 30명 (53.6%)으로 가장 많이 조사되었다.
- 한국 프로 스포츠를 시청하지 않는다고 답한 사람이 16명으로 무려 28.6%를 차지하고 있었다.

한국 프로 스포츠 중 어떤 경기를 가장 많이 시청하시나요?

2) KBO 직관 경험이 있으신가요?



KBO 직관 경험이 있으신가요?

- 한국 프로 스포츠 중 프로야구라고 선택한 사람들을 대상으로 KBO 직관 경험이 있느냐는 질문 항목에 27명인 90%가 예라고 답했다.

2-1) 첫 관람 동기는 무엇인가요?



- 경기장 분위기를 보고 싶어서 (현장감 & 생동감)
- 지역 등 다양한 서비스를 먹으며 즐길 수 있어서 (서비스 만족)
- 음원가를 부르며 응원하는 것이 재밌어 보여서 (음원 문화)
- 친구와 권유, 자인이 같이 가자고 해서 (인적영향)
- 그외

첫 관람 동기는 무엇인가요?

- 한국 프로 스포츠 중 프로야구라고 선택한 사람들을 대상으로 첫 관람 동기가 무엇이나고 질문했을 때 절반 가까이 되어 가는 12명의 사람. 44.4%가 친구의 권유, 지인이 같이 가자고 해석(인적영향)을 답했다.

- 그 뒤로는 경기장 분위기를 보고 싶어서(현장감 & 생동감) 22.2%를 차지했다.

스포츠를 시청하는 사람. 특히 프로야구를 시청하는 사람들은 대부분 직관 경험이 있음을 나타내고 있다.

3) 프로야구를 어떤 방법으로 시청하고 있나요? (중복 가능)



프로야구를 어떤 방법으로 시청하고 있나요? (중복가능)

- 한국 프로 스포츠 중 프로야구라고 선택한 사람들을 대상으로 프로야구를 어떤 방법으로 시청하고 있다고 물었을 때 26명의 사람을 들인 86.7%가 티비, 모바일 생중계로 답했다.

-그다음으로는 직관 21명(70%), 하이라이트 영상 20명(66.7%), 짧은 영상 12명(40%) 순이었다.

5) KBO (구단 포함) 의 어떤 마케팅, 프로모션이 가장 인상 깊게 남았나요?

- 굿즈 판매, 직관 관련 이벤트, 우승 기념 이벤트 등이라 답했다.

다양한 마케팅이 기억 남는 것이 아니라 대부분 직관 경험 당시에 겪은 이벤트를 기억하는 것으로 확인되었다.

6) 한국 프로 스포츠를 시청하지 않는 이유는 무엇인가요?



- 한국 프로 스포츠를 시청하지 않는다고 선택한 사람들을 대상으로 한국 프로 스포츠를 시청하지 않는 이유는 무엇이라고 물었을 때 다양한 의견들이 많았다.
- 그리고 스포츠를 접할 기회가 없어 한국 프로 스포츠를 시청하지 않는다는 것을 알 수 있었다.

한국 프로 스포츠를 시청하지 않는 이유는 무엇인가요?

KBO 리그는 한국 스포츠 산업에서 20대들에게 가장 많은 시청을 하는 것으로 나타났다. 그리고 시청 경험이 있는 대부분의 사람이 직관 경험이 있다고 응답했으며 직관을 처음 가게 된 계기는 주변 지인들의 권유라고 응답했다. 그리고 한국 프로 스포츠를 시청하지 않는 응답자는 접할 기회가 부족했기에 시청하지 않는다는 내용이 많았다.

위 설문조사를 바탕으로 주변 지인과 함께 할 수 있는 직관 이벤트 및 스포츠를 활용해 야구를 SNS로 소비 할 방법들에 대해 고안해 보고자 한다.

<야구장 현장 인터뷰>

어린 뉴미디어 세대를 공략하고 이들과 함께 온 다양한 세대들로 타깃을 넓히라고 조언한 담당 교수의 피드백에 따라 야구장 탐방 활동에서 다양한 세대와 구성원들을 대상으로 인터뷰를 진행했고 이들에게 추억을 선물할 수 있는 사진을 즉석 사진기를 통해 제공했다. 위 활동을 통해 다양한 세대와 구성원들의 kbo의 관심도와 직관을 오게 된 계기를 알 수 있었고, 현재 인기를 누리고 있는 kbo의 지속적인 인기 유지를 할 수 있는 방법에 대한 힌트를 얻을 수 있었다.

<야구장 직관 장려 홍보 영상 제작>

위의 활동들을 바탕으로 얻은 정보들을 토대로 kbo가 나아갈 방향성에 대한 힌트로 다양한 구성원들의 조합으로 함께 직관을 유도하자라는 방법을 생각해낼 수 있었고 그것을 ‘우리 함께 야구장 가자’ 라는 키워드를 이용하여 야구장 직관 장려 홍보 영상을 제작하였다. 위 활동을 통해 다양한 세대들이 야구를 어떻게 생각하고 있고, 또 어떤 계기들로 오는지에 대한 답을 영상 하나로 요약할 수 있었다.

3. 자기 평가

권 - 문제를 탐구하고 개선하기 위한 전략을 구성한다는게 정말 쉽지 않은 일이었다. 상황분석도 탄탄하게 구성되어야 하고 그에 맞는 자료조사도 충분히 이뤄져야 한다. 그리고 이 과정이 충분히 이뤄졌다 하더라도 우리가 실행하는 건 또 다른 일이었다. 미디어, 체험형 부스, 경기장 이벤트, 홍보 영상을 기획하고, 실행하기 위한 방안들을 생각하고 인원들 관리하는 등 모든 과정에 높은 관여를 했고 이를 바탕으로 많은 경험들이 힘들었지만, 그만큼 많은 배움이 있었고, 완벽하게 수행했다고 말하진 못하지만 우리 팀이 할 수 있는 선에서 최선의 결과물이 도출되었다 생각한다.

김 - KBO 인기가 하락되고 있다는 것에 대해 깊이 있게 알아보고 탐구하였다. 하지만 올 시즌이 시작하고 ABS의 도입, 슈퍼스타 류현진 영입 등 엄청난 인기가 상승세를 보인 가운데 모두가 즐기는 야구장을 만들기 위해서 어떤 것이 필요하고 직접 시민들의 의견을 들으며 많은 것들을 깨달을 수 있었고 유익한 경험이 되었다. 사람들이 원하는 게 무엇인지, 어떻게 다가가야 하는지 등 다양한 실습을 통해 괜찮은 결과를 얻은 것 같다.

김 - KBO에 관심이 있고, 어떻게 하면 프로 축구와 같이 성장할 수 있을까 하는 고민과 함께 그 고민을 도전학기를 통하여 풀면 정말 재미있을 거 같다는 생각에 도전하게 되었는데 정말로 한 주 한 주 진행하면서 성취감도 많이 얻을 수 있었고, 직접 SNS와 디자인을 하며 실질적인 작업들을 통해서 한 층 더 성장할 수 있는 기회가 될 수 있었던 경험이었다. 도전학기라는 주체적인 수업을 통하여 실무 경험까지도 얻을 수 있었다는 것이 매우 큰 장점이었으며, 다만 아쉬운 점은 일정 관계로 주차별로 계획한 것이 미뤄지는 것에 대한 스트레스가 있어서 그 부분도 팀 작업에 있어서 보완해야 할 나의 필수 역량이라 생각한다.

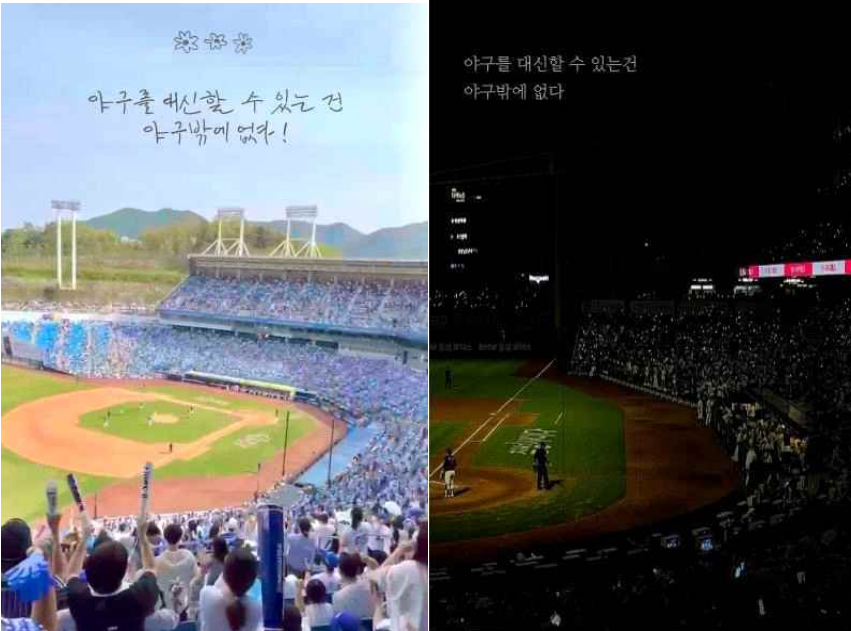
노 - kbo 관심도 증가라는 주제에 대하여 탐구를 진행하면서 이것이 문제가 아니라 지속적인 인기를 유지할 방법을 모색할 것이라는 방향성으로 프로젝트를 진행하면서 다양한 타깃층들의 평균적인 배경과 생각에 대하여 파악할 수 있었고, 스포츠 콘텐츠 제작을 통해서 다양한 트렌드를 파악할 수 있는 계기를 얻을 수 있었다. 또한 평소 본인이 좋아하던 kbo에 관심이 없던 이들에게 kbo를 알릴 수 있는 기회를 얻을 수 있었다. kbo의 실질적인 문제를 파악하기 위해 조사를 진행하면서 다양한 정보를 수집하는 능력을 기를 수 있었고, 이를 활용하는 방법을 배울 수 있는 기회를 받을 수 있었다.

#### 4. 최종 결과물

##### ▶ 팀 공통 결과물

도전학기 전반적인 진행과정을 포함한 최종 보고서, 야구장 홍보 영상

KBO 홍보 영상 제작 / 팬 인터뷰 및 폴라로이드 촬영 / 교내 KBO 관심도 증가를 위한 부스 실시  
SNS 마케팅 실행 (릴스, 게시물 업로드) / 최종 '같이의 가치 함께하는 야구장 보고서' 제작



## 대구대 구속왕

1. 기회는 총 3번!
2. 앞에 보이는 **스트라이크 존에 공을 던져 점수를 획득**
3. 획득 점수 **합산 후 기록**

3	4	3
4	5	4
3	4	3

TEAM	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

*Today's line up*

1		선발투수 VS 투수교체
2		
3		
4		
5		
7		
8		
9		
SP		


MEMO



▶ 개인 결과물

- 권 - 프로야구 관심도 하락 자료 조사, 인스타그램 릴스, 홍보 영상
- 노 - 한국 프로야구의 변화 조사, 인스타그램 릴스 제작, 홍보영상 제작
- 김 - 부스 운영 굿즈 관련 디자인 (엽서, 그립톡, 야구 기록지 등) / SNS 게시물 업로드 및 릴스 제작
- 김 - 타스포츠 사례 분석, 부스 운영 기획(대구대 제구왕), SNS 게시물 기획

## DU-도전학기 결과보고서

과제명	kbo의 지속적인 인기 유지 방법 제시		
참여자	성명	소속	학번
	권 [redacted]	미디어커뮤니케이션학부	[redacted]
	김 [redacted]	미디어커뮤니케이션학부	[redacted]
	김 [redacted]	미디어커뮤니케이션학부	[redacted]
노 [redacted]	미디어커뮤니케이션학부	[redacted]	[redacted]
지도교수 의견	<p>스포츠 마케터라는 목표를 갖고있는 학생들이 모여 프로야구의 관심도 증대라는 주제로 진행한 도전학기가 굉장히 의미있는 활동이 되었다고 보임. 스스로 상황 분석 및 문제도출 이를 바탕으로 커뮤니케이션 전략을 세워 다양한 활동들을 직접 진행한 점, 앞으로의 진로에 있어 큰 경험이 되었을 것. 특히 배움의 열망이 있는 학생들의 모습, 도전학기 프로그램에 있어 책임감과, 명확한 목표를 바탕으로 성실하게 진행되었다고 판단됨. 앞으로 다른 활동들을 주체적으로 계획하고 진행할 수 있는 능력의 자양분이 되었을 것이라 생각됨. 도전학기 프로그램에 그치지 않고 커뮤니케이션 전략을 바탕으로 다른 활동들을 기획하고 실행해도 좋을 것이라 보임.</p> <p style="text-align: right;">(소속) 미디어커뮤니케이션학부 (성명) 하진홍 (서명)  날인)</p>		

### 1. 도전 과제 내용

### 2. 도전 과제 수행 결과 및 성과

kbo의 현재 상황에 대하여 정확한 조사를 통해 문제를 진단하였고, 기존의 kbo에 대한 2030 세대의 관심도가 떨어져 이것을 해결하기 위한 목표가 아닌 현재 최고의 인기를 누리고 있는 kbo의 인기를 지속적으로 유지할 방법들을 모색하였다.

#### <SNS 숏폼 콘텐츠 활용>

스포츠타임 팀은 인기를 누리고 있는 kbo의 약점이 어떤 것이 있는지를 파악하였고 이는 지속적 인기를 위한 kbo의 주요 타겟이 될 뉴미디어 세대에게 어필할 수 있는 방법들이 부족하고 위 활동이 부족하다는 것을 파악하고 뉴미디어 세대가 주로 이용하는 sns 숏폼 콘텐츠를 적극 활용하는 방안을 생각했다. 그리고 이것을 수행하기 위해 '크보라이트' 라는 이름의 인스타그램 계정을 개설하여 이것을 이용해서 다양한 숏폼 콘텐츠를 제작하여 게시하였다. 결과는 숏폼 콘텐츠 총 조회수 423183회로 기대 이상의 관심을 받으며 소정의 결과를 얻을 수 있