

Job Times

잡코리아가 만드는 직무가이드 북

기획^편



Job Times



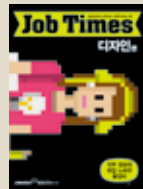
마케팅 편



인사(HR) 편



영업 편



디자인 편



광고·홍보 편

Job Times를 PDF로
보실 수 있습니다.
(<http://cafe.naver.com/goodlab>)



2013년 8월 26일 1판 1쇄 발행

자문이 잡코리아 좋은일 연구소
(나광철, 박재은, 박현민, 변지성,
정주희, 천재니, 현영은)
발행인 김화수
편집장 최창호
편집디자인 디자인 규
주소 서울시 강남구 삼성2동
144-24번지 송암빌딩 8~15층
전화 02-3466-5207
전자우편 good@jobkorea.co.kr
카페 [검색창에 좋은일 연구소](#)

Prologue

인포그래픽으로 보는 기획 직무의 세계 • 04

기획 직무 설명 및 요구 자격 • 06

Part 1. 기획직 선배들과의 생생 인터뷰

모바일 콘텐츠기획 | 다음커뮤니케이션 | 민금채 • 10

경영기획 | 오리온 | 우윤기 • 13

출판기획 | 쌤앤파커스 | 정현미 • 16

게임기획 | 네오위즈인터넷 | 남중훈 • 19

상품기획 | GS SHOP | 조용훈 • 22

Part 2. 궁금한 업계 이야기

공연기획 대학생 탐방기 • 26

기획자들의 직장생활 엿보기 • 30

‘쓰면서 뒤끝해제’ 기획직 뒷이야기 • 36

기획자에게 던진 돌직구 질문 • 38



Part 3. 생생한 취업정보

뽑고 싶은 기획직 신입사원 유형 • 40

전문가 원고 | 기획 고수는 ‘비주얼 씹킹’을 한다! • 42

기획직 취업시장 전격 분석 • 46

예비 기획자를 위한 취업전략 • 49

Part 4. 재미로 보는 기획

분야별 기획직 직업어 • 56

기획, 아는 만큼 잘한다! • 58

기획력이 금이다! • 60

기획자가 즐겨 찾는 웹사이트 • 62

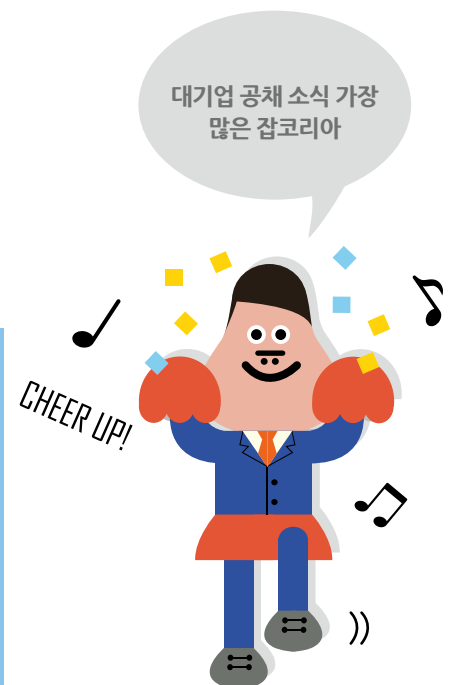
Epilogue

대학생 해외 탐방 프로젝트·잡코리아 글로벌 프런티어 • 64

예비 기획자, 잡코리아U로 공부하라! • 66

당신을 기획자로 만들어줄 효과빠른 잡코리아! • 68

Job Times ‘기획 편’ 발행 후기 • 69



PLANNING

기획자는 트렌드를 읽고
고객이 원하는 그 이상의
것들을 만들어낸다.

기획자는 박학다식해야 한다. 정보를 수집하는 데 누구보다 정확하고 빨라야 한다. 정보는 인사이트가 되어 고객을 위한 결과물로 나타난다. 그의 주변에는 늘 개발자와 디자이너, 협력사, 예산과 일정 등이 함께한다.



필요한 자질

꼼꼼함

결과물에 대한 검수는 기본이다.

전문 지식

제품과 서비스 등 관련 전문 지식을 가장 먼저 알아야 한다.

글쓰기

네이밍을 비롯해 글쓰기 능력이 필요하다.

추진력

프로젝트가 주어진다면 끝까지 끌고 나가야 한다.

커뮤니케이션 스킬

협력사 또는 관련 부서와의 커뮤니케이션이 원활해야 한다.

스케줄링

업무효율성을 최대한 고려해 스케줄을 잡아야 한다.

PPT 스킬

기획안은 PPT로 작업된다.

PLANNING

기획 직군 리스트
및
요구 자격

★★★★★

기획(Planning)이란 조직 가치의 증대를 위해 아이디어를 제안하고 실제로 그것을 실현해내는 과정이다. 상품기획 부터 경영기획까지 그 영역이 무척 방대하다. 기획자는 ① 시장 상황과 소비자의 성향을 파악해 기업의 사업성을 극대화할 수 있는 상품과 서비스, 콘텐츠 등이 무엇인지 고민한다. ② 상품과 서비스 등을 만들어내기 위한 구체적인 기획안을 작성한다. ③ 론칭 일자에 맞춰 상품과 서비스 등이 기획안대로 만들어질 수 있도록 개발, 디자인, 마케팅 등의 부서와 협업해 일을 진행시킨다. ④ 기업이 목표하고 기획한 방향으로 제도, 사업계획, 매출 향상 등이 실현될 수 있도록 정책을 제안하고 이를 지속적으로 수정 및 운영, 관리해나간다.

기획직 분류

트렌드

소비자
요구

상품기획

상품기획

MD(Merchandise)라고도 불린다. 시장조사를 통해 소비자 요구를 파악한 후 그에 맞는 상품을 기획한다. 소비자 요구와 트렌드를 빠르게 읽을 수 있는 센스가 필요하며, 시장에서 각광받을 수 있는 제품을 기획하는 것 외에도 개발, 디자인, 유통 등의 업무까지 관장한다.

경영기획/전략기획

전사 관점에서 기업의 가치를 최대한 창출할 수 있도록 각 사업 부문 운영 파트너와 함께 사업기획, 전략 수립, 실행 유무 등을 점검하고 검토하는 업무를 수행한다. 또한 회사 전반에 필요한 프로세스를 기획, 운영하며 경영목표 수립, 전사 예산계획 편성 등 기업 운영의 총체적인 업무를 관장한다. 회사가 가지고 있는 인적, 물적 자원을 어느 부문에 얼마나 투입할 것인가를 결정한다. 신규 사업 검토 및 M&A 등의 업무를 분석해 추진한다.

구체화

경영기획
전략기획

시각화

콘텐츠기획

영화, 음악, 출판 등에 담을 콘텐츠를 발굴하고 이를 상품화할 수 있도록 기획한다. 시장에 없는 새로운 콘텐츠를 만들어내기 때문에 아이디어는 물론 트렌드와 소비자의 요구를 정확히 읽어낼 줄 아는 능력이 필요하다. 콘텐츠를 기획하는 것 외에도 기획한 콘텐츠가 시장에서 고객들의 시선을 사로잡을 수 있도록 디자인과 마케팅 부분까지 깊게 관여한다.

웹기획

웹사이트를 구축하기 위한 설계와 방식, 디자인 등을 기획하고 구상한다. 인터넷 웹페이지에서 보이는 웹서비스를 만들고 그에 필요한 콘텐츠 등을 만들어내는 역할이다. 건축과 비교하자면 고객의 요구를 반영해 집을 짓는 데 필요한 기초 도안을 그리고, 실제 그 도안대로 집이 지어지는지 관리·감독하는 건축설계사와 같은 역할을 한다.

웹기획

기획직 필요 능력

기획력



스토리보드 또는 기획안을 작성하는 업무가 전체 업무 중 큰 비중을 차지한다. 때문에 기획자의 머리에 담긴, 눈에 보이지 않는 아이디어를 구체화, 시각화, 사업화시킬 수 있는 능력이 필요하다. 특히 기업 CEO와 임원진은 물론, 각 팀의 실무자들이 기획안을 이해하고 그에 따라 업무를 수행할 수 있어야 하므로, 기획자는 문서를 간결하면서도 구체적으로 작성할 줄 알아야 한다.

정보수집 능력

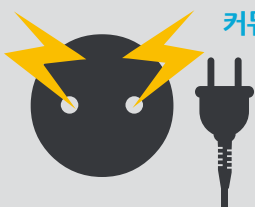


시장 구조와 소비자 취향을 빠르게 파악할 수 있는 센스가 필요하다. 특히 시장은 하나의 사건 또는 특정 사람과 기업에 의해 움직이는 것이 아닌, 무수히 많은 일들이 영향을 주고받는 공간이므로 기획자는 세계적인 경제 흐름과 문화, 환경 등 다방면의 소식에 관심을 가지고 사업에 필요한 데이터를 수집해야 한다.

분석력

획득한 데이터와 정보 등을 분석하고 활용할 줄 알아야 한다. 매출액, 영업이익률, 방문자 수 등 다양한 지표와 숫자를 정확하게 이해하고 분석해야 고객의 니즈에 맞는 상품과 콘텐츠를 기획할 수 있다. 특히 기획자는 전체적으로 사업을 이해하고 수익성을 제고할 수 있는 비즈니스 마인드를 가져야 한다.

커뮤니케이션 능력



기획자는 개발·디자인·마케팅·영업 등 각 부서와 유기적으로 협업해 일을 추진해야 하기 때문에 커뮤니케이션 능력과 사교성이 필요하다. 또한 패션과 코스메틱 분야의 상품기획자인 경우, 외국 바이어와 의사소통을 할 일이 종종 있으므로 영어회화 및 제2외국어 구사 능력을 갖추고 있으면 좋다. ①

▶ 기획 직군 SWOT 분석

S

Strength

기획직 종사자들은 마케팅과 영업, 개발, 디자인 등 기업 내 다양한 유관부서들과 협업하여 일을 진행하므로 기업 경영에 대한 전반적인 이해를 높일 수 있다. 특히 항상 시장 상황에 주목하고 새로운 트렌드를 접하기 때문에 이러한 정보력을 바탕으로 추후 자신의 사업을 창업할 수도 있다.

W

Weakness

다양한 데이터와 정보를 분석하고 짧은 시간 안에 기획서를 만들어내야 하기 때문에 야근이 많은 편이다. 또한 기획팀에서 주도해 론칭한 제품이나 서비스 또는 신사업 등이 시장에서 큰 호응을 얻지 못할 경우 이에 대한 책임이 기획팀으로 돌아가기 때문에 업무에 대한 부담감이 큰 편이다.

O

Opportunity

전략기획, 제품기획, 서비스기획, 신규사업기획 등 다양한 분야로 기획 직무 영역이 세분화되고 있어 취업문이 넓은 편이다. 특히 전략기획을 제외한 다른 분야의 기획직은 지원자의 전공과 영어점수에 제한이 없어 인문사회계열 및 예체능계열들도 진출이 활발하다.

T

Threat

기업의 신사업 및 서비스의 기획과 문서를 책임지고 있는 기획팀이 시장의 변화와 소비자 트렌드를 빠르게 읽지 못할 경우 기업 내 존재 가치가 낮아져 전문 기획실무자로 성장하지 못하고 도태될 수 있다. 최근 시장 상황과 사업 환경이 무척 빠르게 변하고 있으므로 기획자는 이에 적응하려는 노력을 게을리해서는 안 된다.

PART 1

Power Interview

기획직 선배들과의 생생 인터뷰



모바일 콘텐츠기획 | 다음커뮤니케이션 | 민금채 ··10 경영기획 | 오리온 | 우윤기 ··13

출판기획 | 쌤앤파커스 | 정현미 ··16 게임기획 | 네오위즈인터넷 | 남중훈 ··19 상품기획 | GS SHOP | 조용훈 ··22

Daum bringing joyful changes to the world.



By pursuing creativity with our enthusiasm for advanced technology and innovation, Daum will keep bringing exciting changes to the world.

Daum is your place explore new cultures and have meaningful communication with others. We will always listen to your voice and do our best to make positive changes to the world with you.

다음커뮤니케이션 민금채

여성지 연예부 기자, 단행본 기획 등 다양한 분야에서 오프라인 콘텐츠를 제작하던 그녀는, 보다 빠른 콘텐츠를 제공할 수 있는 모바일 플랫폼에 이끌려 모바일 콘텐츠 기획자로 전직했다. 전체 업무 경력은 약 10년 차, 모바일 콘텐츠 기획자로는 올해 2년차에 접어들었다.

빠르게 변하는 트렌드를 파악해라

다음커뮤니케이션 스토리 Project 민금채

대한민국 최초로 무료 웹메일 서비스와 모바일 서비스를 선보인 다음커뮤니케이션. 수평적이고 젊은 기업문화를 지닌 '열린 기업'으로 알려지면서 많은 젊은이들이 '일하고 싶은 기업'으로 손꼽는다. 현재 다음커뮤니케이션에서 모바일 콘텐츠 기획자로 근무 중인 민금채 님을 만나 자세한 업무 이야기와 그녀의 취업 스토리를 인터뷰했다.

다음커뮤니케이션에 입사할 수 있었던 노하우를 알려 달라.

다음커뮤니케이션에 입사하기 전 8년 동안 잡지사사 출판사 등에서 오프라인 콘텐츠를 제작했다. 실생활에 필요한 실용적인 콘텐츠를 기획하고 제작하는 것은 온라인과 오프라인이 크게 다르지 않지만, 모바일이라는 플랫폼을 효과적으로 활용하기 위해서는 IT 서비스와 개발 프로세스에 대한 지식이 필요했다. 이 같은 능력을 쌓기 위해 입사하기 1년 전부터 매거진 홈페이지 운영, 단행본 출간 후 SNS 마케팅 활동 등 온라인에서 제공되는 콘텐츠 노출 환경을 두루 경험했고, 이러한 경험이 입사하는 데 큰 도움이 되었다.

다음커뮤니케이션에 입사하기 위해 갖춰야 하는 역량은 직군마다 조금씩 차이가 있다. 내 경험에 비춰보면, 다음커뮤니케이션은 창의적 인재에게 열려 있는 기업이다. 따라서 긍정적인 생각과 변화를 두려워하지 않는 도전정신이 있는 사람이라면 분명 기회가 있을 거라 생각한다. 모바일 콘텐츠 기획의 경우 콘텐츠를 기획해본 경험이 있다면 아무래도 플러스 요인으로 작용할 수 있다.

오프라인 콘텐츠를 제작하다 온라인 콘텐츠로 전향한 계기가 있다면?

잡지나 출판사의 경우 기획 및 제작 기간이 길지만, 다음과 같은 포털 사이트의 콘텐츠는 데일리 서비스다. 오프라인 콘텐츠를 기획하다 보니 좀 더 빠른 템포로 콘텐츠를 제작 및 서비스하고 싶은 욕심이 생겼다. 또한 포털의 플랫폼을 통해 모바일에 최적화된 콘텐츠를 만든다면 좀 더 영향력 있는 콘텐츠를 브랜딩할 수 있을 거라는 기대를 가지고 도전하게 되었다.

오프라인과 온라인 콘텐츠는 아무래도 차이가 있게 마련이다. 힘든 점은 없었나?

오프라인과 온라인 콘텐츠의 경계는 다소 불분명하기도 하지만, 한편으로 둘 사이에는 분명한 차이가 있다. 잡지나 단행본 등 오프라인 콘텐츠는 타겟이 정확한 편이다. 반면 온라인 콘텐츠는 불특정 다수에게 노출되기 때문에 오프라인 콘텐츠에 비해 타겟이 명확하지 않다. 콘텐츠를 만드는 저자의 성격도 다르다. 온라인에서는 누구나 저자가 될 수 있고 보다 가볍고 재미있는 콘텐츠가 적합하다. 웹툰이 대표적인 예다. 특히 모바일은 흐름이 굉장히 빠르다. 매일 쏟아지는 모바일 신규 서비스 속에서 살아남기 위해서는 기존의 콘텐츠가 아닌 한발 앞선 서비스와 콘텐츠를 제시해야 한다. 또한 업계의 흐름뿐 아니라 유저들이 즐기는 모바일 콘텐츠의 트렌드를 실시간으로 파악해야 한다. 이러한 부분을 매일 염두에 두고 미래 시장에 맞는 콘텐츠를 준비하는 것이 쉽지는 않다. 하지만 호기심이 많고 새로운 것을 탐닉하는 사람이라면 이러한 업무가 매일매일 새로운 도전이 될 수 있을 거라 생각한다.

모바일 콘텐츠 기획자가 하는 구체적인 업무가 궁금하다.

다음에서 모바일 기획은 크게 서비스 기획과 콘텐츠 기획 두 가지로 나눌 수 있다. 서비스 기획은 플랫폼의 방향을 정하고 개발과 디자인 등을 감안해 서비스의 구체적인 동선을 기획하는 일이다. 콘텐츠 기획은 플랫폼이라는 그릇 안에 담을 것을 만드는 행위라 말할 수 있겠다. 나는 모바일 콘텐츠 기획자로서 '스토리볼'이라는 다음의 신규 서비스에 들어가는 실용적인 정보 콘텐츠를 기획하고 있다.

하루 일정은 어떻게 진행되나?

내가 담당하고 있는 '스토리볼'은 모바일 맞춤형 콘텐츠를 요일별로 서비스하는 모바일 웹으로, 현재 서비스 준비 막바지 단계에 있다. 요즘 하루 일과는 매일 아침 수급되는 콘텐츠를 확인하고 CP(Contents Producer) 쪽과 콘텐츠 제작을 긴밀하게 협의해 정리하는 것에서부터 시작된다. 모바일 콘텐츠 서비스인 만큼 마케팅 역시 콘텐츠를 활용해야 한다. 때문에 마케팅팀, 기업커뮤니케이션팀, 디자인팀, 개발팀 등 다양한 부서와 회의를 하며 콘텐츠를 효과적으로 보여줄 방법과 이를 활용한 효율적인 마케팅 방법을 논의한다.

모바일 기획자에게 반드시 필요한 역량은 무엇인가?

소셜커머스의 성공 비결이 무엇인지, 실패한 어플리케이션의 요인은 무엇인지 등 트렌드를 분석하고, 실패를 답습하지 않기 위해 새로운 대안과 대책을 마련할 줄 알아야 한다. 또한 모바일은 흐름이 빠르기 때문에 트렌드를 읽을 줄 아는 '인사이트(Insight)'가 필요하다. 그렇기에 사람들의 마음을 읽고, 그들이 무엇에 관심을 갖는지를 꾸준히 관찰하는 능력이 요구된다.

다음커뮤니케이션만의 독특한 기업문화가 있다고 들었다.

다음커뮤니케이션은 수평적인 조직문화를 가지고 있다. 특히 일반 사원부터 기업 CEO까지 모든 직원이 '님'으로 불린다. 일반 사원부터 최고 경영자까지 모두가 평등하게 불리는 것이다. 이러한 수평적인 조직문화는 직원들의 창의성과 독창성을 키우는 데 상당히 많은 도움이 된다. 또한 제주 본사와의 효율적인 커뮤니케이션을 위해 화상 회의를 하는데, 이 역시 다음만이 가진 독특한 기업문화라 할 수 있겠다.

팀의 신입사원을 직접 선발한다면 어떤 후배를 뽑고 싶나?

새로운 것에 호기심이 많은 사람, 그리고 조직에 잘 어우러질 수 있는 사람이면 좋겠다. 모바일 서비스 및 콘텐츠 기획자는 개발자, 디자이너, 저자 등 다양한 사람과 협업을 해야 하며 그들의 연결고리 역할을 해야 한다. 그렇기

때문에 늘 새로운 아이디어를 제시하는 능력과 그것을 실현하기 위한 협업 능력을 갖춘 사람이면 좋을 것 같다.

모바일 기획자를 꿈꾼다면 어떤 서비스를 기획하고 싶은지 계획서를 써보는 것도 도움이 될 듯하다. 이러한 연습을 통해 친구들과 재능 기부 형식으로 하나의 서비스를 만들어보거나 공모전에 참여하는 것도 좋은 경험이 될 것이다.

면접을 볼 때 자주 묻는 질문 중 하나가 '입사하면 어떤 서비스를 만들고 싶은가?'와 '회사에서 당신을 뽑아야 하는 이유는 무엇인가?'이다. 하지만 요즘 친구들은 자신이 하고 싶은 일이나 취업하고 싶은 분야를 애매모호하게 정하는 경우가 많은 것 같다. 이처럼 정확한 계획이 없다면 '내가 무엇을 해야 하는지', '어떤 것을 하고 싶은지'에 대한 기준 역시 애매해지기 쉽다. 그러니 무엇을, 왜 하고 싶은지부터 치열하게 고민했으면 한다.

취업난을 겪고 있는 대학생과 구직자를 위한 조언 부탁한다.

나의 첫 직업은 여성지 연예부 기자였다. 기사를 하면서도 콘텐츠 기획에 관심이 많았다. 그래서 매달 마감해야 하는 연예인의 인터뷰를 진행하면서 친해진 스타들의 콘텐츠 기획을 도왔다. 그렇게 일을 하다 보니 콘텐츠를 만들기 위해선 다양한 능력을 키워야겠다는 생각이 들었다. 그래서 27살에 뉴욕으로 떠나 1년 동안 영어 공부를 했고 틈틈이 FIT에서 사진을 공부했다. 또 여행 작가로 글을 쓰기도 하고 MKTV(KBS America)에서 방송 기사를 하기도 했다. 대학생 때는 세상에 이렇게 다양한 직업이 있는지 몰랐다. 또 나의 관심사를 어떤 방향으로 발전시켜야 할지도 막막했던 것 같다. 감히 조언을 한마디 하자면, 직군과 관련된 다양한 경험을 해보길 바란다. 물론 대학생 때 직업과 입사하고 싶은 회사를 미리부터 정해 관련된 스펙을 쌓아가는 것은 쉽지 않다. 하지만 결국 '나의 관심사'는 일관되게 마련이다. 관심 있는 분야에서 여러 가지 경험을 해보면 내가 잘하는 것이 무엇인지 파악하기가 더 쉬워질 것이다. 또한 그 꿈을 펼치기 위해 어떤 회사가 적합할지 고민한다면 후회하지 않는 결과를 얻을 수 있을 것이라 생각한다. ❶

경영기획자, 나무보다는 숲을 볼 줄 알아야

오리온 경영전략부문 전략기획팀 우윤기 사원

ORION

情

Touching the heart of the World

맛 · 멋 · 만

오리온 우윤기 사원

경영학과 회계학을 전공하고 오리온 경영전략부문 전략기획팀에 입사했다. 업무 경력 3년차로 현재 회사 내의 전반적인 예산 관리를 하며 추가적으로 M&A, 회사 전략수립, 손익관리, 사업 분석 등의 업무를 맡고 있다.

오리온을 국내 대표 제과회사 정도로만 알고 있는 사람이 많다. 하지만 현재 해외 생산기지 9곳을 운영하고 해외 연 매출이 약 9천억 원에 이르는 글로벌 기업으로 급성장하는 중이다. 특히 오리온은 영화와 스포츠 분야를 아우르는 엔터테인먼트 사업과 중국 시장을 기반으로 한 해외 진출에 주력하고 있다. 이에 오리온 경영전략부문 전략기획팀에서 근무하고 있는 우윤기 사원을 만나 기업 경영기획 실무자가 갖춰야 할 역량 및 취업 노하우에 대해 자세히 들어봤다.

재직 중인 오리온은 어떤 회사인지, 그리고 현재 맡고 있는 직무는 무엇인지 설명해 달라.

오리온은 국내에서 '초코파이'로 잘 알려진 제과회사다. 하지만 마켓오 레스토랑뿐 아니라 영화배급사 쇼박스, 그리고 스포츠토토와 같은 엔터테인먼트 사업에도 박차를 가하고 있는 기업이다. 그중 제과 사업은 대중적인 과자 브랜드를 비롯해 고급 시장을 타깃으로 한 마켓오, 닥터유와 같은 프리미엄 브랜드에도 주력하고 있다. 또 국내에서의 성공을 바탕으로 해외 사업을 확장하여 글로벌 기업으로 나아가기 위해 노력하고 있다.

경영기획 직무는 각 회사마다 차이가 있지만, 오리온 전략기획팀에서는 회사 전략수립, 손익관리, 예산운영, IR, M&A, 사업 분석 등의 다양한 업무를 다루고 있다. 이 중에서 나는 회사의 전반적인 예산운영을 주 업무로 맡고

있다. 예산운영은 회사의 각 부문에 해당하는 예산을 계획하고 관리하는 일이다. 세부적으로 보면, 기업의 예산이 적절한 곳에 쓰이고 있는지, 무분별하게 지출되는 비용은 없는지를 평가하고 꾸준히 관리한다. 또 예산을 계획할 때에는 회사 운영에 어려움이 없도록 모든 팀에 예산을 적절히 배분하는 일을 담당하기도 한다. 추가적으로는 사업 분석 및 M&A 관련 일에도 참여하고 있다.

오리온 경영기획팀에 입사하기 위해 어떤 준비를 했는가?

입사하기 위해 노력했던 점을 몇 가지 꼽자면, 직무와 관련한 전공을 공부한 점, 그리고 다양한 분야에서의 아르바이트 경험, 외국어 공부에 주력한 것 등이다. 나는 대학에서 경영학을 전공했는데, 3학년 때부터 진지하게 진로를 고민하게 됐다. 특히 졸업이 가까워지자 졸업 후 바로 취업을 하기보다는 더 많은 경험을 쌓은 후 회사에 들어가는 것이 좋겠다고 판단해 미국에 있는 대학원에 진학했다. 대학원 진학 시 경영학을 좀 더 심도 있게 공부하고자 전공으로 회계를 선택했다. 이후 미국에서 대학원 공부를 하면서 한국에서 경험할 수 없는 것들을 시도해보고자 노력했다. 이를테면 관광가이드 같은 아르바이트를 하기도 했고, 다양한 국적의 외국인 친구들과 만나며 언어는 물론 그들의 문화를 이해하기 위한 시간을 가졌다. 이처럼 해외에서 겪고 느낀 다양한 경험들, 그리고 경영학과 회계학을 공부한 점 등이 경영기획팀으로 입사할 수 있는 토대가 된 것 같다.

기업의 예산 관리뿐 아니라 M&A 등을 추진해야 하기 때문에 실무자로서 책임감과 부담도 있을 것 같다. 이 일을 하면서 가장 힘든 점은 무엇인가?

경영기획 실무를 해보기 전에는 해당 직무가 단순히 경영 관리만 하는 것이라고 생각했다. 하지만 현업에서 일을

해보니 대학에서 배운 지식만으로는 해결할 수 없는 것들이 무척 많은 직무를 알게 됐다.

경영기획이라는 것 자체가 상당히 많은 부문을 포괄적으로 묶는 개념이기 때문에 회계, 재무를 기본으로 마케팅, 생산, 영업 등에 대한 다양한 분야의 실무를 경험한다. 따라서 이런 분야들을 아우를 수 있는 지식과 경험이 필요하다. 결국, 한 분야에 집중해서 업무를 처리하기보다는 다양한 분야들을 총체적으로 볼 수 있어야 자신이 다니는 회사의 경영에 대해 쉽게 이해할 수 있다.

하지만 그렇다고 해서 항상 부담만 있는 것은 아니다. 경영기획팀에서 일하면서 평소에는 다루지 못하는 부분의 일을 경험하며 느끼는 보람도 상당하다. 이를테면 최근 M&A 프로젝트에 참여했는데 이번 프로젝트를 통해 제과 사업 이외에 다른 분야로 수익구조를 가지고 있는 기업들을 분석해볼 수 있었고, 또한 기업 외부의 사항들에 대해서도 깊게 고민해볼 수 있는 기회가 됐다.

경영기획 직무를 통해 이루고 싶은 꿈은 무엇인가?

오리온은 과거부터 현재까지 식품사업을 통해 꾸준히 성장했다. 더군다나 미래의 식량문제가 이슈가 되는 만큼 식품사업은 더욱 중요해질 것이라고 생각한다. 따라서 경영기획팀에서의 다양한 경험을 기반으로 하여 오리온이 글로벌 제과회사에서 더 나아가 글로벌 식품회사로 성장하는 그 중심에 있었으면 한다.

경영기획팀에 입사해 일을 배우는 것은 다양한 지식과 경험을 쌓는 것과 같다고 본다. 하지만 단순히 경험을 쌓는 것만으로는 꿈을 이룰 수 없다고 생각한다. 그렇기에 끊임없이 다른 기회를 맞이할 수 있도록 평소에 자기계발을 하면서 꿈을 이루고 싶다.

경영기획자에게 필요한 역량은 무엇이라고 생각하는가?

경영에 대한 총체적인 지식과 안목이다. 회계 및 재무 지식을 기본으로 하되 다양한 사업 경험과 지식을 쌓는 것이 중요하다. 경영기획은 회사의 리스크를 관리하고 미래의 리스크를 감지하는 것이 주 역할이기 때문에 회계상의 숫자 이면에 숨어 있는 내용을 볼 수 있는 눈을 길러

야 한다. 더불어 회사가 나타내는 다양한 지표들을 분석하고, 이를 읽으려면 재무적 지식뿐 아니라 사회의 흐름에도 관심이 많아야 한다. 이를 위해 매일 뉴스를 보며 세상을 이해하려는 노력이 필요하고, 경영 이외의 여러 전공 지식들을 틈틈이 공부해야 한다. 또한 다양한 분야의 사람들과의 교류를 통해 다른 시각에서의 경험을 쌓는 것도 도움이 된다. 즉 한 분야의 전문가가 아니라 모든 분야를 균형 있게 볼 수 있는 팔방미인이 되어야 총체적인 업무를 훌륭히 해나갈 수 있다고 생각한다.

경영기획은 회사의 수익모델을 창출하는 중요한 부서이기 때문에 앞으로의 중요성은 더 확대될 것이라는 예측이 있는데, 이에 대한 자신의 의견을 말해 달라.

경영기획 직무는 회사 수익창출의 중심에 있는 부서이고, 기업의 매출과 이익에 관여하는 직무이다. 이러한 이유로 경영기획의 역할은 앞으로 더욱 커질 것이라 예상된다. 게다가 지금의 전 세계적인 경제위기는 어떠한 사업도 안정적이지 못하다는 것을 대변하고 있다. 이렇게 경제상황이 불안하고 악화될수록 기업이 현재 상황에서의 탈출구를 찾아나가는 것이 무척 중요하다. 따라서 현재를 분석하고 기업이 앞으로 나아가야 할 방향을 제시할 수 있는 기획팀의 역할이 더욱 확대될 것이라 생각한다.

경영기획 직무로 취업하고 싶은 후배들을 위한 조언을 해달라.

경영 관련 전공자라면 실무를 진행하는 데 한결 유리하다. 하지만 반드시 경영학 전공이 아니더라도 회계, 재무의 기본적인 지식이 있다면 지원 자격이 충분하고, 입사 후 실무를 진행함에 있어 전혀 지장이 없다. 이 외에 경영기획 실무자가 갖춰야 할 능력으로는 꼼꼼함과 정확성이다. 경영기획은 기본적으로 분석한 숫자를 토대로 빠른 의사 결정을 내려야 하는 역할을 담당하기 때문이다. 또한 내외부적으로 사람들과의 교류가 많은 직무이므로 친화력과 커뮤니케이션 능력을 갖추고 있다면 더욱 도움이 된다. ❶





샘앤파크스 정현미 팀장

문예창작과를 졸업했다. 가장 좋아하고 잘할 수 있는 일을 하기 위해 출판기획자가 된 지 10년째다. 샘앤파크스 창립 초기 멤버이기도 한 정현미 팀장은 그간 수많은 책을 기획했다. 대표작으로는 누적 판매 부수 10만 부를 넘기고 경제경영 부문 베스트셀러에 오른 『장사의 신』을 꼽을 수 있다.

출판기획, '무에서 유를 창조'하는 매력적인 직무

샘앤파크스 출판기획팀 정현미 팀장

서점에 가면 하루에도 수백 권의 신간을 볼 수 있다. 그 많은 책들은 누가 어떻게 만드는 것일까? 출판기획에 관한 대학생 및 취업준비생들의 궁금증을 해소해주기 위해 『아프니까 청춘이다』, 『멈추면, 비로소 보이는 것들』, 『혼창통』 등 수많은 베스트셀러를 출간한 샘앤파크스의 출판기획팀 정현미 팀장을 만나 인터뷰했다.

출판기획자란 무슨 일을 하는 사람인가?

한마디로 책을 기획하고 만드는 일을 하는 사람이다. 좋은 주제를 놓고 저자를 발굴하기도 하고, 반대로 좋은 저자에게서 새로운 주제를 끌어내기도 한다. 외서의 경우 수많은 에이전시(국내 도서와 해외 도서를 중개하는 회사)에서

보내오는 도서 소개서를 보고 시장성, 대중성, 유익성 등을 판단해 국내 출판을 진행한다. 일단 출판할 책의 주제와 컨셉을 정하고 나면 저자 섭외부터 책의 디자인과 마케팅, 홍보 전략 수립 등 다양한 일을 담당하게 된다. 사실 이러한 일련의 과정이 '달걀로 바위 치기' 또는 '무에서 유

를 창조하기'에 비유될 만큼 무척 힘들고 오랜 시간을 요하는 작업이다. 하지만 여러 어려움에도 불구하고 좋은 책을 만들어낸다는 보람이 훨씬 더 큰, 매력적인 직무다.

출판사들의 채용 절차는 어떤 편인가?

2004년 한언출판사에 신입사원으로 지원했는데, 현재 샘앤파크스 박시형 대표님이 그곳에 이사로 계셨고 면접관으로도 참석했었다. 지금은 선발 기준이나 절차가 조금 다르겠지만, 그때 나는 출판기획자가 되기 위해 4차 관문으로 이루어진 까다로운 채용 절차를 통과해야 했다. 1차 서류전형, 2차 서면 테스트, 3차 프레젠테이션, 4차 전체 면접이었다. 서류전형은 주제를 주고 그 주제로 책을 내면 어떻게 할 것인지 기획안을 써내라고 하는 것이었다. 학교에 다닐 때 문집을 편집하던 느낌을 살려 나름대로 표지 그림도 넣어 보냈는데 정성이 보였는지 합격했다. 2차 서면 테스트는 기본적인 집필력과 창의력에 대한 테스트였고, 3차 프레젠테이션은 새벽에 노랑진 수산시장을 둘러보고 느낀 점에 관해 PPT 파일을 만들어 전체 직원 앞에서 발표하는 것이었다. 당시 나는 '잘되는 가게'와 '안되는 가게'를 비교해서 적어냈다. 마지막 관문인 전체 면접은 최종 몇 명만을 두고 가리는 자리여서 더욱 긴장했는데, 부족한 점 보다 좋은 점을 많이 봐주신 덕분에 합격할 수 있었다. 그때부터 출판기획자의 삶이 시작된 셈이다.

좋은 책을 기획하려면 연륜과 경험이 중요할 것 같다. 대학을 갓 졸업한 구직자가 신입으로 입사하기 어렵진 않은가? 우리나라에는 수많은 출판사가 존재한다. 신입사원이라도 출판기획에 대한 열정과 꿈이 있다면 취업이 그리 어렵지 않다고 생각한다. 특히 출판사들은 기획자를 뽑을 때 전공이나 학점, 자격증 등 기본적인 스펙에만 중점을 두지 않는다. 오히려 책에 대한 관심과 열정이 얼마나 깊은지 서류전형과 면접을 통해 중점적으로 살핀다. 샘앤파크스의 경우 채용 시 일반적인 기준과는 다른 관점에서 평가가 들어간다. "어떤 분야에서든지 한 번은 1등을 해본 사람"이 우리 회사 채용 조건의 기본이라고 말할 정도다. 신입사원이나 경력사원에 대한 제한도 크지 않고, 공

채를 진행하긴 하지만 좋은 인재를 발견하면 수시로 채용을 진행해 인력을 뽑는다. 흔히 출판기획자들은 국문과 출신이 많을 것이라 생각하지만 이는 편견이다. 샘앤파크스 기획자들 중에는 카이스트 수학과를 나온 동료도 있고, 외국어나 체육을 전공한 사람, 컴퓨터공학을 나와 교사를 하다 입사한 사람도 있다. 책에 대한 열정, 글을 만지고 사람을 만나며 새롭게 진취적인 사고방식으로 좋은 콘텐츠를 만들어내고자 하는 비전이 있다면 얼마든지 출판기획자로 일할 수 있다고 생각한다. 영어나 기타 외국어는 잘할수록 유리하다. 영미서 검토는 기본이고 일서, 독일 도서, 중국 도서까지 검토하는 범위가 확장되었기 때문에 출판기획자가 다양한 언어를 구사할 수 있다면 그만큼 좋은 책을 발굴할 기회도 많아진다.

어떤 사람이 출판기획자로 적합한가?

무엇보다 책을 좋아해야 하고 글에 친숙한 사람이어야 한다. 매일 글을 읽고, 쓰고, 만지야(출판기획자들은 원고 수정을 '만진다'고 표현한다) 하기 때문에 글과 친숙하지 않으면 일의 재미를 모를뿐더러 당연히 좋은 책을 기획할 수 없다. 출판이란, 트렌드에 민감하면서도 계속해서 새로운 아이디어를 창출해내야 하는 문화콘텐츠 관련 업종이다. 특히 출판기획자는 광고뿐 아니라 책의 제목이나 카피 등에 있어서 늘 참신한 아이디어를 내놓아야 하기 때문에 기획자에게 있어 창의력이란 장사 밀천과도 같은 것이다. 그 외에도 저자들과 원활한 소통을 위한 커뮤니케이션 능력을 갖추고 있다면 출판기획자가 갖춰야 할 기본 자질은 모두 갖췄다고 볼 수 있겠다.

출판기획자의 일과가 궁금하다.

출근하면 동료들과 함께 커피나 과일을 먹으며 아침 인사를 나눈다. 어제 있었던 일, 저자들과의 에피소드, 요즘 진행하고 있는 원고, 혹은 그 외의 재미난 잡담들을 나누는데 이 시간이 서로 정보를 공유하는 자리이자 인간적인 교제의 시간이기도 하다. 오전에는 주로 중요한 메일이라든지 빨리 끝내야 할 일들을 처리하고 스케줄 노트를 정리하며 일주일 동안 할 일들과 오늘 반드시 해야 할 일들

의 리스트를 점검하는 시간을 갖는다. 오후에는 현재 작업 중인 원고에 대한 진행 상황을 체크하고, 교보문고나 예스24 등 각종 도서 사이트에 들어가 베스트셀러 현황과 새로 나온 책들을 확인하며 비교·분석하는 시간을 갖는다. 이 외에도 진행 중인 원고를 편집하고, 새로운 기획안 작성을 준비한다. 저자로부터 집필된 원고가 입수되면 팀원들과 그것을 공유하고 검토한 후 토론하는 시간을 갖기도 하는데, 출판기획자에게 있어 이 시간이 무척 중요하다. 책이 어떤 꼴로 출간될 것인지에 대한 방향이 정해지는 시간이기 때문이다.

출판기획자로서 보람을 느낄 때와 힘들 때는 언제인가?

“책에는 생명이 있다”고 주장하면서 살아왔는데, 그만큼 책이 한 명의 인간에게 미치는 영향이 크기 때문이다. 가장 보람을 느낄 때는 내가 만든 책으로 독자들이 감동을 받아 그들의 삶이 좋은 방향으로 변화될 때다. 우울한 사람에게는 즐거움을, 고민이 많은 사람에게는 해결책을, 게으른 사람에게는 부지런해질 수 있는 동기부여를, 실패한 사람에게는 희망을 줄 수 있다고 여겨질 때 출판기획자로서 가장 행복하다. 많은 사람을 만날 수 있다는 것도 출판기획자가 누릴 수 있는 큰 혜택이다. 이 일을 하면서 다양한 사람들을 만나는데, 그중에서도 유명한 작가나 셀러블리티들을 만나 그들로부터 삶의 통찰과 귀한 조언을 듣고 함께 프로젝트를 할 수 있다는 것은 참 기쁜 일이다. 반면 출판기획자로서 다양한 분야에서 매번 뛰어난 역량을 발휘해야 할 때는 큰 부담을 느끼기도 한다. 출판기획자는 책상에 앉아 글을 읽고 고치는 작업뿐 아니라 저자를 만나 조율하고, 마케팅에 직접 관여할 때도 많으며 디자인에 대한 안목도 길러야 하니 그야말로 멀티가 돼야 한다. 특히 트렌드에 뒤처지지 않고 소비자의 마음을 읽어내기 위해 TV 프로그램이나 새로운 영화를 항상 모니터링해야 하는데, 한 명의 시청자로서 편안하게 즐기지 못하고 항상 긴장해야 하기 때문에 이도 쉬운 일은 아니다.

지금까지 기획한 도서 중 가장 기억에 남는 것은 무엇인가?
지금까지 꽤 많은 책을 만들었는데 그중 작년에 진행했던

『장사의 신』이라는 책이 가장 기억에 남는다. 일본의 외식 잡지 <닛케이 레스토랑>에 연재되었던 ‘이자카야의 신’ 우노 다카시의 칼럼을 모은 책인데, 원제가 ‘토마토를 자를 수 있다면 밥집을 할 수 있고, 병뚜껑을 딸 수 있다면 술집을 할 수 있다’였다. 일본에서 큰 인기를 끌었던 책은 아니었고 당시 국내의 다른 출판사나 기획자들도 큰 관심을 두지 않던 책이었다. 하지만 저자의 경영철학이 무척 마음에 들었고 문투라든가 그가 사람들을 대하는 방식 등이 마음에 와 닿아 이 책을 하자고 우기게 됐다. 그렇게 계약한 책이 작년 9월에 출간되어 경제경영 1위에 올랐고, 지금까지도 베스트셀러 순위에서 벗어나지 않고 잘 팔리고 있다. 이 책이 기억에 남는 이유는 무엇보다도 출판기획자로서의 새로운 아이디어를 계속 접목했으며(이를테면 사진을 삽입하고 주요 문구를 따로 뽑아내는 등) 제목을 정하고 디자인을 해나가는 과정이 무척 흥미로웠기 때문이다. 편집자의 힘, 디자이너의 힘이 느껴지는 작업이었다.

출판기획자를 꿈꾸는 후배들을 위한 조언 부탁한다.

개인적으로 회사를 선택할 때 가장 중요한 것을 꼽자면, 첫째는 조직의 문화가 나와 맞아야 한다는 점이다. 출판사라도 회사마다 분위기나 문화가 천차만별이다. 어떤 출판사는 디자이너 중심으로 회사가 돌아가고, 또 어떤 곳은 기획자보다 오너의 입김이 더 크게 작용하기도 한다. 이처럼 다양한 문화 중에서 나와 맞는 곳이 어딘지 잘 파악해야 한다. 두 번째 조건은, 내가 정말 만들고 싶은 책이 무엇인지 고민해보는 것이다. 판타지 소설, 자기계발서, 학습지 등 수많은 종류의 책이 있는데, 그중 나는 어떠한 책을 좋아하며 또 어떤 책을 직접 만들어보고 싶은가 고민한 후 해당 분야의 서적을 중점적으로 출판하는 곳을 찾아보면 된다. ‘기획자’란 어떤 분야에서든지 조직의 브레인 역할을 하며, 날마다 자신을 갱신해나가야 하는 중요한 사람이라고 생각한다. 출판기획자가 되고자 한다면 눈앞에 보이는 스펙 쌓기에 급급하지 말고, ‘진짜 내가 갖추어야 할 역량’이 무엇인지 스스로를 잘 들여다보고, 어디에서든 ‘꼭 필요한 사람’이 되기 위해 노력했으면 좋겠다. ❶

게임에 대한 열정 있다면 누구나 게임기획 할 수 있어

네오위즈인터넷 게임개발 2실 남중훈 주임

과거 게임 산업은 게임의 과몰입과 폭력성 등을 이유로 저평가되곤 했다. 하지만 최근 스마트폰과 더불어 성장하는 모바일 게임업계는 새로운 문화를 창출하며 여가 리스트에 빠질 수 없는 분야가 되었다. 이러한 게임을 만들기 위해 노력하는 게임기획자는 어떤 일을 하는지 네오위즈인터넷의 남중훈 주임을 만나 자세한 이야기를 나눴다.

게임기획자가 된 계기와 준비과정을 설명해 달라.

‘게임기획자’라는 목표를 가지고 체계적으로 준비한 적은 없다. 단지, 어릴 때부터 유독 음악게임을 즐기다 보니 자연스럽게 게임 분야에서 일할 기회를 잡게 된 것 같다. 나는 대학에 진학하지 않았고, 특히 게임기획에 대해 체계적으로 공부한 적도 없다. 하지만 수년간 유저로서 게임을 즐기다 보니 게임에 대한 이해도뿐 아니라 열정이 커졌다. 그러던 중 군 제대 후 지인의 추천을 받아 이 일을 시작하게 됐다.

게임기획자의 업무와 진행 방법에 대해 설명해 달라.

게임기획자는 아이디어를 내고 기획하는 초기 단계부터 출시와 수정 작업에 이르기까지 게임 제작의 전반적인 부분에 모두 참여한다. 게임 제작 과정을 순서대로 설명한다면, 처음에는 아이디어를 바탕으로 제안서나 사업계획서를 작성하는 것으로

프로젝트가 시작된다. 사업계획서가 받아들여지면 그것을 토대로 프로젝트의 계획과 일정을 잡는다. 게임의 특성에 따라 기간은 각기 다른 편이지만, 대체로 6개월 정도가 걸리는 것이 일반적이다. 모바일 게임의 경우 짧게는 3~4개월, 길게는 1년 정도를 진행하기도 한다. 이후 프로젝트를 본격적으로 시작하면 세부 계획을 세우고 각 분야에 맞는 일을 진행한다. 이를테면 그래픽, 프로그램 등 게임에 필요한 다양한 과정을 거치면서 내·외적인 부분을 구체적으로 만들어가게 된다. 이 과정에서 ‘프로토타입’이라고 하는 게임 자체의 구성을 가시화하는 작업을 하게 된다. 프로토타입이란 완성작을 만들기 전에 기초적인 캐릭터와 기본 게임 조작을 만들어 시현해보는 것을 말한다. 이 작업을 거치는 이유는, 아이디어로 시작한 게임을 가시화하여 ‘게임성’의 유무를 테스트하거나 추가할 부분에 관한 아이디어를 얻기 위해서다. 그다음 본격적인 게임을 개발하는 과정이 진행되며, 각 분야의 담당자들과 끊임없이 상의하여 그래픽과 프로그램을 완성시켜가면서 게임을 만들게 된다. 마지막으로 게임이 완성돼 출시되면 소비자들의 반응을 살펴보고, 게임의 오류를 수정하는 과정을 거치게 된다.

평소 좋아했던 일을 하니 재밌을 것 같다. 게임기획과 관련해 어려운 점은 무엇인가?

게임기획을 하다보면 처음 아이디어를 내는 것에서부터 마지막 완성 이후에도 많은 문제가 생긴다. 우선 아이디어를 내는 과정이 쉽지 않다. 게임기획을 하다 보면 끊임 없는 아이디어가 필요하다. 기존의 게임들과 동일해서는 안 되기 때문에 좀 더 신선하고 새로운 기획을 하기 위해



늘 구상에 매진해야 한다. 또한 기획자는 다양한 분야의 사람들과 끊임없이 소통해야 한다. 기획자가 기획한 것을 현실로 구현하기 위해서 단순 문서로는 설명할 수 없는 부분들이 너무 많다. 따라서 그래픽디자이너나 프로그래머들과 같은 다양한 직무의 사람들과 끊임없이 대화하며 문제를 풀어가야 한다. 이러한 점들이 게임기획의 대표적인 어려움 같다.

앞으로 만들어보고 싶은 게임이 있다면 무엇인가? 또한 게임 아이디어를 내는 방법도 알려 달라.

기회가 온다면, 지금까지 만들어왔던 음악게임과는 장르가 다른 게임을 만들어보고 싶다. 보통 게임기획을 하는 사람들은 대체로 캐주얼한 게임보다는 RPG 장르의 대작 게임을 만들어보고자 하는 욕심이 있다. 늘 하는 생각이지만, 다음번에는 액션이나 슈팅 장르 혹은 RPG 대작 게임처럼 기존에 기획해보지 않은 게임들을 만들어보고 싶다. 그리고 아이디어를 내기 위해 가장 중요하게 생각하는 것은, 시장 동향과 소비자들의 관심사를 파악하는 일이다. 이 과정을 위해 평소에 인기 있는 게임들을 꾸준히 플레이해보는 편이다. 이렇게 관심을 가지다 보면 소비자의 입장에서 생각하게 되면서 새로운 아이디어도 떠오르기 때문이다. 한편으로는 매출 순위표와 같은 객관적인 지표들을 활용하여 소비자의 욕구나 동향을 반영해 아이디어를 구상하기도 한다.

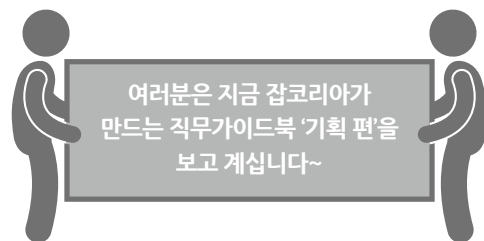
지금까지 다양한 게임을 기획해왔는데, 그중 기억에 남는 프로젝트가 있다면 무엇인가?

맨 처음에 작업했던 아케이드 게임인 디제이맥스 테크니카가 가장 기억에 남는다. 메인 기획자는 아니었지만, 게임을 개발하면서 많은 고생을 했기 때문이다. 해당 작업이 게임기획자로서 나의 첫 프로젝트였던 만큼, 일을 배우면서 진행하느라 개인적으로 고생을 많이 했다. 특히나 당시 경영진분들이 디제이맥스 테크니카 게임에 대한 기대가 컸기 때문에 잘 만들어야 한다는 부담감도 컸다. 또한 네오위즈인터넷에 와서는 디제이맥스 레이를 만들었던 때가 기억에 남는다. 다른 분야의 게임기획에 대한

경험은 있었지만, 모바일 쪽으로는 처음 제작해보는 것이라 모바일 생태계에 대한 이해가 쉽지 않았다. 그 결과, 전반적인 부분에서 시행착오가 많았다. 예를 들어 게임은 출시 이후에도 오류를 잡아야 하는 경우가 자주 생기는데, PC 게임과 달리 모바일 게임은 즉시 오류를 수정하기 힘든 부분이 있어서 애를 먹었던 기억이 난다. 이처럼 게임기획은 어떠한 플랫폼으로 게임을 만드느냐에 따라 과정이 많이 달라지기도 한다.

게임기획자를 준비하는 대학생들에게 조언을 해준다면?

일단 게임을 좋아하는 사람이 게임기획을 더 능숙하게 할 수 있으리라 생각한다. 게임기획자라는 직업은 기본적으로 스스로 게임을 즐길 줄 알아야 게임의 장단점을 파악하고 개선해야 할 부분을 잘 찾을 수 있다. 일단 게임을 좋아해야 새로운 게임도 기획할 수 있다. 더불어 원만한 대인관계를 유지할 수 있고 사교성 있는 사람들이 게임기획자로 적합하다고 생각한다. 현업에서 업무를 이끌다 보면, 여러 팀원들과 의사소통하며 일을 진행해야 하는데 이러한 능력은 더 좋은 게임을 만들 수 있는 기반이 되기 때문이다. ❶



네오위즈인터넷 남중훈 주임

게임기획 경력 5년차로, 현재 네오위즈인터넷에서 모바일 게임기획자로 활동 중이다. 과거 펜타비전에서 오락실 게임인 디제이맥스 테크니카 기획업무를 시작으로 현재는 디제이맥스 레이 등 주로 모바일 음악 게임기획에 매진하고 있다.

홈쇼핑 MD, 상품의 시작과 끝을 함께하는 역할이다

GS SHOP Beauty Care팀 조용훈 MD



GS SHOP 조용훈 MD

GS SHOP 공채로 입사했다. 전체 업무 경력은 6년차지만, MD로서의 경력은 이제 막 2년차에 접어들었다. 입사 당시 MD로 지원했지만 대외협력팀으로 발령받은 그는 해당 부서에서 근무하면서도 끝까지 MD에 대한 관심을 놓지 않았고, 마침내 우연히 다가온 기회를 잡을 수 있었다.

국내 최초 TV 쇼핑을 선보인 GS SHOP. ‘최초’란 명성에 맞게 현재 국내 매출 1위를 달리고 있는 것은 물론 베트남, 중국, 태국, 인도네시아 등의 홈쇼핑 시장에 진출하며 글로벌 홈쇼핑 채널로서의 면모를 갖추어나가고 있다. 홈쇼핑 MD를 꿈꾸는 이라면 GS SHOP 조용훈 MD의 인터뷰를 눈여겨보자.

언제부터 MD를 꿈꿨나?

고등학교 시절, 막연하게 유통업 MD라는 직업에 매력을 느꼈다. 상품을 기획·제조하고 판매하기 위해 이루어지는 마케팅 및 판촉 업무 등의 적성에 잘 맞을 것 같다는 생각이 들었다. 그래서 대학에 진학할 때도 관련 공부를 할 수 있는 경영학을 선택했다. 실제로 업무를 해보니 내가 고등학교 때 생각했던 것과 매우 비슷하고 적성에도 잘 맞는 편이다.

GS SHOP에 입사하기 위해 갖춰야 하는 스펙이 있다면?

소위 말하는 ‘스펙’은 가장 기본적인 것만 갖추고 있으면 되는 것 같다. 실제로 최근 GS SHOP에 입사한 신입사원 중에는 토익 점수가 없는 친구들도 있다. 즉, 스펙이 입사하는 데 가장 중요한 요소는 아니라는 얘기다. 스펙보다는 어떤 분야에 관심과 열정을 가지고 활동했는지가 더 중요하게 작용하는 것 같다. 내가 관심 있어 하는 분야에 대해 얼마만큼 관심이 있는지를 대외활동이나 다양한 프로그램 등을 통해 보여주는 것이다.

나의 경우 사회에서는 배우지 못하는 부분에 대해 집중하려고 노력했다. 그중 하나가 바로 봉사활동이다. 독거노인을 돕는 활동이나 무료로 아이들을 가르치는 공부방 선생님 등 다양한 봉사활동을 하며 인성적인 부분을 다듬으려 노력했는데, 이 같은 부분이 플러스 요인으로 작용한 것 같다.

홈쇼핑 MD의 구체적인 업무가 궁금하다.

시장 및 트렌드 조사, 경쟁사 동향 분석 등을 통해 소비자의 니즈를 파악하고, 쇼핑호스트, PD, 협력사 등 다양한 부서와 함께 상품을 기획한다. 또한 기획한 상품을 어떤 방향으로 방송할지 논의하고 오프라인 마케팅 활동 및 인서트 영상 등 방송에 활용할 콘텐츠를 확인한다. 방송 후에는 고객의 불만사항 등을 확인하고 다음 판매될 상품에는 고객의 목소리를 반영할 수 있도록 한다. 제품 판매가를 결정하는 것도 MD의 몫이다.

협력사로부터 ‘이런 제품이 있는데, 홈쇼핑에서 판매하고 싶다’는 제안을 받기도 하지만, MD가 직접 제품의 컨셉,

디자인 용기 등을 기획해 ‘이런 제품을 제조해 판매하고 싶다’라고 협력사에 제안을 하기도 한다.

하루 스케줄은 방송에 맞춰 진행된다. GS SHOP의 경우 아침 6시부터 새벽 2시까지 진행되는데, 내가 기획한 상품이 아침 6시에 방송된다면 그에 맞춰 출근해야 하고, 새벽 1~2시에 방송된다면 그만큼 퇴근이 늦어진다.

소비자의 니즈에 맞는 상품을 기획하기 위해선 트렌드를 파악하는 게 무척 중요할 것 같다.

맞는 얘기다. 최근 홈쇼핑은 트렌드를 만드는 채널로 변모하고 있다. 따라서 빠르게 변하는 트렌드를 파악하고, 남들이 발견하지 못한 새로운 무언가를 찾아 제품을 기획하기 위해 부지런히 움직여야 한다. 또한 홈쇼핑 MD는 멀리서 1~2년 후에 방송될 상품을 먼저 기획하기 때문에 미래의 트렌드를 파악하는 눈도 필요하다. GS SHOP MD들의 경우 국내 시장 조사는 물론 해외 트렌드를 파악하기 위해 1년에 1회 이상 일본, 미국, 홍콩, 유럽 등의 지역으로 출장을 다녀온다. 경쟁사 동향을 살펴보고 각종 뷰티 프로그램, 잡지 등을 챙겨보는 것도 잊지 않는다.

뷰티 MD는 제품 특성상 여성이 많을 것 같다. 팀에 성비는 어떻게 구성되어 있나? 또 남자이기 때문에 어려운 점은 없나?

뷰티 제품의 특성상 아무래도 여성 MD가 많은 것이 사실이다. 현재 근무하는 팀 내에서도 여성의 비율이 높다. 9명의 팀원 중 남성 뷰티 MD는 나를 포함해 딱 2명이다. 뷰티 제품은 대부분 여성을 타겟으로 한 제품이 많기 때문에 제품을 직접 사용하는 데 한계가 있다. 또한 직접 제품을 사용한다고 해도 남성 피부와 여성 피부는 차이가 있기 때문에 제품을 정확히 파악하는 데 어려움이 있다. 따라서 직접 사용해본 여성들의 이야기를 통해 제품을 간접적으로 파악해야 하는 경우가 많다. 시장 조사를 나갈 때도 매장 직원에게 구체적인 질문을 하기 어려울 때가 있다. 하지만 이러한 단점을 역으로 생각하면 오히려 장점이 되기도 한다. 제품을 직접적으로 느끼기 힘들기 때문에 보다 많은 사람들에게 제품에 대한 평가를 들으려고 노력

하는데, 이 같은 부분은 제품을 객관적으로 파악하는 데 도움이 된다.

MD가 반드시 갖춰야 하는 역량은 무엇인가.

MD는 협력사, 방송 PD, 쇼핑호스트 등 다양한 사람과 업무를 진행해야 하기 때문에 커뮤니케이션 능력, 즉 설득과 협상 능력이 가장 중요하다. 또한 내가 기획한 상품에 대해 자신이 있어야 하고 그 중심을 잘 잡아야 한다. 앞서 언급한 것처럼 MD는 여러 부서나 업체들과 협업을 해야 하는데, 다양한 팀들과 함께 일하다 보면 제품에 대한 의견도 그만큼 많아진다. 제품에 대한 확신이 없다면 여기저기서 들려오는 의견 사이에서 중심을 잡지 못하기 쉽고, 그렇게 되면 처음 기획했던 방향과 다르게 흘러갈 가능성이 높다.

MD로서 가장 기억에 남았던 순간이 있다면 언제였나.

나는 LG생활건강의 뷰티 제품을 담당하고 있는데, 그중 냉장 화장품인 '프로스틴'이라는 브랜드 제품을 기획한 적이 있다. 처음 이 제품을 론칭하려고 했을 때 주변에선 우려의 목소리가 아주 높았다. 냉장 화장품인 데다 6주의 사용기간, 48시간 이내 배송 가능한 지역 등 제약이 많았기 때문이다. 또한 용량 대비 가격이 저렴한 편이 아니어서 이에 대한 염려도 있었다. 하지만 나는 제품에 대한 확신이 있었기 때문에 론칭을 고집했다. 주변의 우려와 달리 결과는 무척 성공적이었다. 방송 후 25분 만에 준비된 물량이 모두 팔렸고, 3억이라는 매출을 올릴 수 있었다. 그 순간 말로 표현할 수 없는 뿌듯함을 느꼈다.

업무에 임할 때 반드시 지켜야겠다는 본인만의 기준이 있나?

GS SHOP은 '리얼 딜 (real deal)', 즉 진정성을 강조한다. 나 역시 제품을 기획할 때 이를 가장 염두해 둔다. 나의 어머니, 여동생, 지인 등 가족이나 나와 가까운 사람에게 추천할 수 있는 제품인지를 먼저 생각하는 것이다. 내가 기획한 제품의 소비자가 나의 가족이나 지인이 될 수도 있지 않나. 그렇기 때문에 만약 조금이라도 확신이 서지 않

는다면 제품에 대해 한 번 더 생각하고 기획을 결정한다.

MD가 가진 직업적 매력은 무엇인가.

주인의식을 가지고 업무에 임할 수 있는 것이 가장 좋은 것 같다. 홈쇼핑 MD는 웬만한 중소기업의 매출과 맞먹는 매출을 이끄는 사람이다. 따라서 내가 운영하고 있는 상품의 주인은 회사가 아닌 MD 자신이기때, GS SHOP 직원이기때 앞서 사내 벤처 CEO 같은 느낌을 가질 수 있다. 또한 홈쇼핑 MD의 경우 방송 특성상 리얼 타임으로 업무가 진행되기 때문에, 내가 기획해 판매한 상품에 대한 피드백도 바로바로 볼 수 있다.

상품기획자, 홈쇼핑 MD를 꿈꾸는 후배들에게 따끔한 조언을 부탁한다.

MD는 협상과 설득 능력이 무척 필요한 직업이다. 그러니 대·내외활동을 통해 다양한 사람과 생각을 공유해 보고 토론을 해보는 등 논리적인 커뮤니케이션 스킬과 협상 능력을 키우려는 노력을 많이 했으면 좋겠다. 졸업하기 전 여행을 많이 해보는 것도 추천한다. 회사에 입사하게 되면 자유롭게 여행하기 힘들기도 하지만, 여행은 사고의 폭을 넓히고 나 자신을 돌아 볼 수 있는 좋은 방법이다. 만약 내가 팀내 후배를 직접 뽑게 된다면 긍정적인 사람을 선호할 것 같다. 업무를 하면서 내가 기획한 상품이 성공하지 못할 때가 많다. 그럴 때 자괴감에 빠지지 않고 소비자가 원하는 또 다른 상품을 기획하기 위해서는 긍정적인 마인드가 매우 중요하다. 또한 MD라는 직무에 열정을 가지고 도전하는 자세를 갖춘 사람이라면 망설임 없이 뽑을 것 같다. ❶

PART 2

How to Work

궁금한 업계 이야기



공연기획 대학생 탐방기...26 기획자들의 직장생활 엿보기...30 '쓰면서 뒤끝해제' 기획직 뒷이야기...36
기획자에게 던진 돌직구 질문...38

화려한 무대를 만드는 공연 기획자

무대 위, 오케스트라에 맞춰 완벽한 노래와 연기로 관객의 시선을 사로잡는 뮤지컬. 그 화려한 이면에는 극을 완성하는 기획자가 있다. 잡코리아 좋은일 연구소는 대학생 끝장단 1기와 함께 뮤지컬 <두 도시 이야기>, <헤이, 자나!>로 유명한 공연기획사 '비오엠코리아'를 탐방하고, 담당 공연기획자를 직접 만났다.

비오엠코리아

<두 도시 이야기>, <헤이, 자나!> 등 뮤지컬 마니아들 사이에서 인지도 높은 공연을 선보이고 있는 비오엠코리아는 미국 뉴욕의 브로드웨이 오버시스 매니지먼트로부터 시작된 공연기획사다. 비오엠코리아의 뿌리로 볼 수 있는 브로드웨이 오버시스 매니지먼트는 한국을 비롯한 아시아 각국에 브로드웨이 뮤지컬 저작권을 제공하는 에이전시 서비스와 연출, 안무, 디자이너 등 인력을 연결하는 매니지먼트 서비스 등을 주 업무로 하고 있다. 비오엠코리아는 브로드웨이에서의 노하우를 바탕으로 2011년, 뮤지컬 <폴링 포 이브>를 시작으로 한국에서의 본격적인 사업을 시작했다.

비오엠코리아의 두 대표작에 관한 업무 뒷이야기① 뮤지컬 <두 도시 이야기>

영국의 대표 소설가 찰스 디킨스(Charles Dickens)의 『두 도시 이야기』를 원작으로 한 뮤지컬이다. 프랑스 대혁명을 배경으로 한 이 뮤지컬은 사랑하는 여자를 위해 모든 것을 바친 한 남자의 헌신적인 사랑을 다뤘다. 18세기 유럽의 대표적인 두 도시, 런던과 파리를 입체적으로 표현한 웅장한 무대와 200여 벌의 무대 의상 등 풍성한 볼거리로 가득하다.

기획자가 들려주는 Behind Story



<두 도시 이야기>는 2008년 브로드웨이에서 공연됐던 오리지널 팀의 느낌을 그대로 살리기 위해 원작·음악·무대 의상 등을 고스란히 가져왔다. <두 도시 이야기>는 2012년 초연에 이어 올해 재공연하고 있지만, 실제 업무 시에는 초연과 동일한 노력과 시간이 들었다.

<두 도시 이야기>는 『크리스마스 캐럴』, 『위대한 유산』 등으로 유명한 영국의 대표 소설가 찰스 디킨스의 『두 도시 이야기』를 원작으로 한 뮤지컬이다. 해외에서는 매우 유명한 소설임에도 불구하고 2012년, 초연을 올릴 때만 해도 국내에선 거의 알려지지 않은 작품이었다. 때문에 공연을 론칭할 때는 한국 관객들에게 이를 알리는 것이 쉽지 않았다. 그래서 초연 때는 관객들에게 원작을 인식시켜주기 위

해 주된 배경인 두 도시에 초점을 맞춰 공연을 홍보했다. 재연 때는 초연과 달리 원작의 내용에 좀 더 포커스를 맞춘 컨셉으로 바꿔 기획했다. 그러다 보니 재연임에도 불구하고 초연과 업무의 양에 있어 거의 차이가 나지 않았다.



비오엠코리아의 두 대표작에 관한 업무 뒷이야기② 뮤지컬 <헤이, 자나!>

유쾌함의 끝을 보여주는 신나는 뮤지컬. 이상하고 신비한 도시 '하트빌'에서 펼쳐지는 대학생들의 좌충우돌 러브스캔들을 다뤘다. 미식축구에 빠진 여자, 네일아트를 주기적으로 받는 남자, 동성 간의 사랑이 당연하다고 받아들여지는 등 관객들이 갖고 있던 모든 고정관념을 깨버리며, 우리가 한 번도 생각해보지 않았던 다른 세상을 보여주는 즐거움을 선사한다.

기획자가 들려주는 Behind Story



<두 도시 이야기>가 웅장하고 무게감 있는 뮤지컬이라면, <헤이, 자나!>는 가볍고 신나게 즐길 수 있는 뮤지컬이다. <헤이, 자나!>의 관객 타겟은 10~20대의 젊은 여성이다. 그렇기 때문에 관객들이 재밌고 신나는 공연을 기획하려 노력했다. <헤이, 자나!>의 경우 2009년 타 기획사에서 초연을 올린 공연으로, 올해 비오엠코리아가 제목을 바꿔 재공연한 작품이다. 기존에는 <자나, 돈트>라는 제목으로 공연했는데, '돈트'라는 어휘가 부정적이라고 판단해 원작자를 설득하여 <헤이, 자나!>로 제목을 바꿨다. 제목은 관객에게 쉽게 인지되고 회자될 수 있어야 하기 때문이다.



공연기획자의 하루 엿보기!

오전(9:00~12:00)

하루 일과의 시작은 메일 체크! 수십 개의 메일이 메일함에 가득 차 있다.



오후(1:00~5:00)

오후 업무는 주로 회의와 미팅의 연속이다. 공연기획자는 제작팀, 마케팅팀, 홍보팀, 티켓 매니지먼트팀 등 다양한 부서와의 협력이 굉장히 중요하기 때문. 업체와의 미팅도 빼먹지 않는다.



늦은 오후와 저녁(5:00~7:00)

저녁에는 주로 공연장에 나가는 일이 많다. 기획한 공연의 관객 체크는 물론 모니터링을 해야 한다.





뜨거운 눈매와 무게감 있는 목소리, 빠르지만 전달력 있는 화법이 돋보이는 안소영 실장. 공연 홍보마케팅으로 공연계에 뛰어들어 그녀는, 2년 전 비오엠코리아에 오면서 공연 기획 업무를 맡게 되었다.

Q 공연 홍보마케팅에서 공연기획 쪽으로 오게 된 계기가 있나?

사실 특별한 계기가 있는 것은 아니다. 공연 홍보마케팅과 기획 업무는 상호보완적이다. 공연기획을 하기 위해서는 관객의 연령대나 성별 등 타겟의 범위까지 고려해야 하는데, 이 능력은 홍보나 마케팅 업무를 하면서 직접 쌓을 수 있다. 즉, 공연기획은 홍보마케팅보다 좀 더 큰 그림을 그릴 수 있는 업무라고 볼 수 있다. 나의 경우 공연 홍보마케팅 업무 경력을 살려 공연기획 업무로 전환하게 되었다.

Q 브라운관 속에서 공연기획자는 상당히 화려하게 그려진다. 실제 업무는 어떤가?

실제로는 쉴 틈 없이 업무가 진행된다. 공연기획자는 주말, 공휴일 등 흔히 '남들 쉴 때' 일해야 하는 경우가 많다. 야근도 잦은 편이다. 그렇기 때문에 웬만한 열정과 체력 없이는 일하기 힘들다.

Q 공연기획자가 되려면 반드시 관련 전공을 공부해야 하나?

전공은 중요하지 않다. 함께 일했던 동료들 역시 건축설계학과, 컴퓨터공학과, 회계학과 등 다양한 전공을 가지고 있었다. 그러나 공연에 대한 지식은 어느 정도 갖추고 있는 게 좋다. 공연에 관한 지식이 있는 사람과 없는 사람과의 차이는 분명히 있기 때문이다. 따라서 공연기획자를 꿈꾼다면 공연제작사의 인턴십 프로그램에 도전해보거나 방학을 이용해 공연과 관련한 아카데미 수업을 수강해보는 것이 도움이 될 것이다. 공연과 관련된 아르바이트를 하는 것도 현장을 익힐 수 있는 좋은 방법이다.

Q 배우 캐스팅은 어떤 방식으로 하나?

캐스팅은 기획자 혼자서 결정할 수 있는 일이 아니다. 공연에 출연하는 배우는 내부적인 회의를 통해 결정된다. 배역에 적합한 배우를 직접 캐스팅하기도 하고, 오디션을 통해 신인 배우를 선발하기도 한다.

Q 공연기획은 보통 1년 주기의 업무로 꾸려진다고 들었다. 사실인가?

맞는 말이다. 보통 2013년에 무대에 올라가는 작품은 2012년에 공연을 선정하고 기획한다. 많게는 1년에 6~7개의 공연을, 적게는 2~3개의 공연을 기획한다. 공연 홍보 마케팅의 경우 늦어도 공연개막 6개월 전부터 진행된다.

Q 업무를 하면서 힘든 적은 없었나?

20대에는 매우 치열하고 뜨거운 열정을 가지고 업무에 임했던 것 같다. 일에 대해 힘든 점이나 위기감 등이 딱히 들지 않았다. 그런데 30대에 접어들고 어느 정도 경력이 쌓이다 보니 두세 번의 위기가 찾아오더라. 이 길이 정말 나의 길인지 깊이 생각하게 되었다. 하지만 그럴 때마다 첫 공연을 무대에 올렸을 때의 기쁨을 떠올리면 힘든 일도 잊게 되고 다시금 일에 몰두하게 된다. 공연기획의 가장 큰 매력이 바로 이 점인 것 같다.



Q 공연기획자를 꿈꾸는 친구들을 위한 현실적인 조언을 부탁한다.

하고 싶은 일이 있다면 두려워하지 말고 먼저 행동으로 실천해라. 나의 경우 우리 회사의 신입사원을 뽑을 때, 무엇보다 간절함이 보이는 친구를 우선 채용한다. 오래 일하다 보니 일에 대한 간절함이 있는지 없는지가 눈에 보이더라. 특히 공연 업무에 대한 관심을 증명할 만한 경험도 없이 무작정 '하고 싶어요'를 외치는 친구들이 많은데, 진짜 공연에 관심이 있다면 공연과 관련된 경험을 쌓고 이러한 경험을 통해 일에 대한 '간절함'을 보여줬으면 좋겠다. 또한 화려한 공연의 단면만 보고 도전하지는 않았으면 좋겠다. 앞서 언급한 것처럼, 공연기획은 남들이 쉬는 날이나 남들이 퇴근한 후에도 업무가 지속된다. 그렇기 때문에 공연의 화려함에 이끌려 입사를 하게 되면 결국 일에 만족을 느끼기 힘들다. ①

끝장단의
탐방 후기!



김아영(잡코리아 좋은일 연구소 끝장단 1기, 가톨릭대학교 3학년)

개인적으로 뮤지컬을 좋아하는데, 이번 기회에 뮤지컬 관람뿐 아니라 기업 탐방, 실무자와의 만남 등 다양한 경험을 할 수 있어서 무척 영광이었다. 뮤지컬 기획이 힘들다는 것은 익히 들어 알고 있었지만, 이렇게나 많은 노력이 따르는 직무인지는 미처 몰랐다. 직접 뮤지컬을 관람하고 취재해보니 뮤지컬 기획은 뜨거운 열정이 아니면 하기 힘든 일이라는 걸 느꼈다. 물론 그만큼 매력 있는 직무라는 것 또한 깨달았다. 이번 탐방을 통해 위대한 작품 뒤에는 뮤지컬 기획자들의 엄청난 노력이 담겨 있음을 실감할 수 있었다.

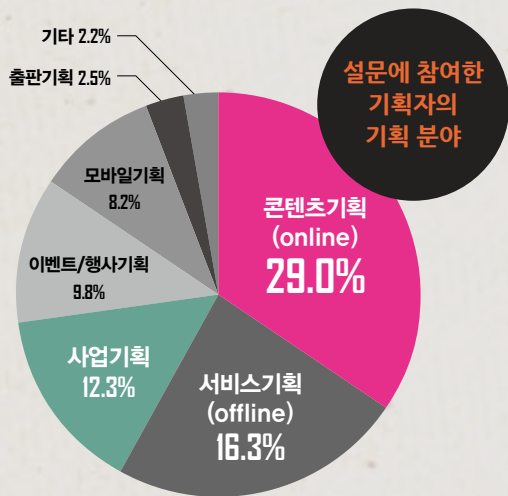
이현진(잡코리아 좋은일 연구소 끝장단 1기, 아주대학교 3학년)

'기업 탐방'은 처음 해보는 터라 많은 부담이 되었던 게 사실이다. 그런데 평소 나와 멀게만 느껴지던 공연기획사를 직접 탐방하고 실무자를 인터뷰한 이 경험이 나에게 큰 동기부여가 되었다. 자기 일에 대한 '열정'과 '애정'을 보여준 안소영 실장님 덕분에 아직 확실히 정하지 못한 미래의 내 일에 대한 막중한 책임감도 가지게 되었다. 무엇보다 '간절함'과 '절실함'이 부재한 나 자신을 돌아볼 수 있었다. 요즘 심각한 취업난 때문에 실패가 두렵다는 내 고백에 "아직 한참 젊은데 왜"라고 답해준 실장님의 모습을 보면서, 어디선가 들었던 이 한마디가 문득 떠올랐다. '평온한 바다는 결코 유능한 배사람을 만들 수 없다.'

조사 개요
기간: 2013년 7월 22~31일
대상: 현직 기획자 644명
방법: 웹+모바일 설문조사
내용: 기획자의 직장생활

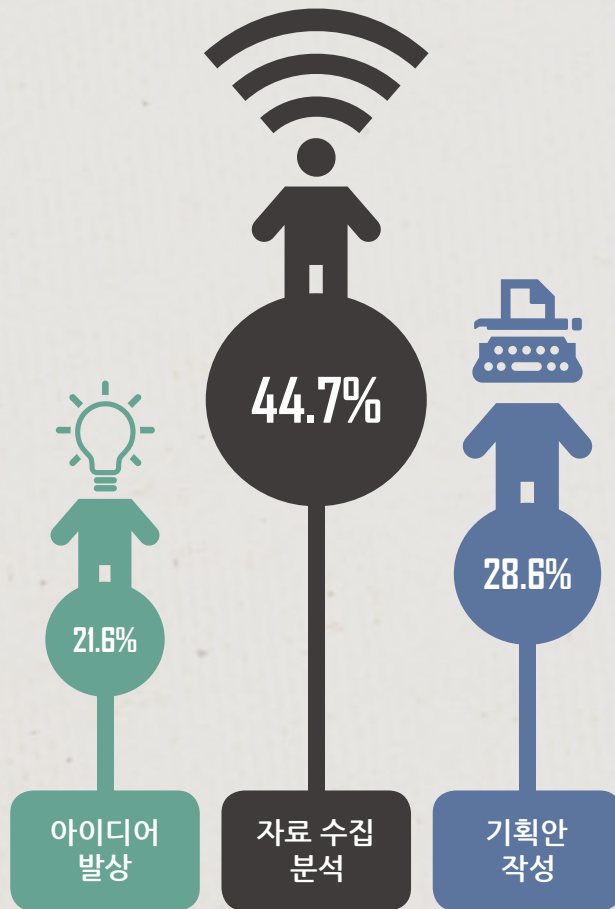
기획자인가 창조자인가?

무에서 유를 만들어내는 다양한 직업이 있다. 사무직 중에는 '기획자'가 대표적이다. **Job Times**가 다양한 분야에서 기획 일을 하는 남녀 직장인을 대상으로 '기획자의 직장생활'에 대해 설문조사를 진행했다. 이번 조사에는 사업기획, 상품기획, 콘텐츠기획, 서비스기획, 출판기획, 행사기획 등 다양한 분야에서 기획 일을 하는 직장인 644명이 참여했다.



기획자는 매일 기획서만 쓰나?

기획자가 가장 많이 하는 일은 자료수집과 분석(44.7%)이다. 인터넷의 확산으로 유사한 자료들, 전문적/비전문적 자료들이 차고 넘치는 시대다. 기획자는 무수히 많은 자료들 중에서 정보를 선별하고 목적에 적합하게 활용해 분석하는 일을 가장 많이 한다. 기획서 작성(28.6%)과 아이디어 발상(21.6%)은 그다음이다.



아이디어 발상 어떻게 하나?

성공 사례

53.7%

관련 분야의 성공 사례 등을 찾아 벤치마킹한다

38.8%

인터넷 서칭을 한다

32.5%

관련자들이 모여 브레인스토밍을 한다

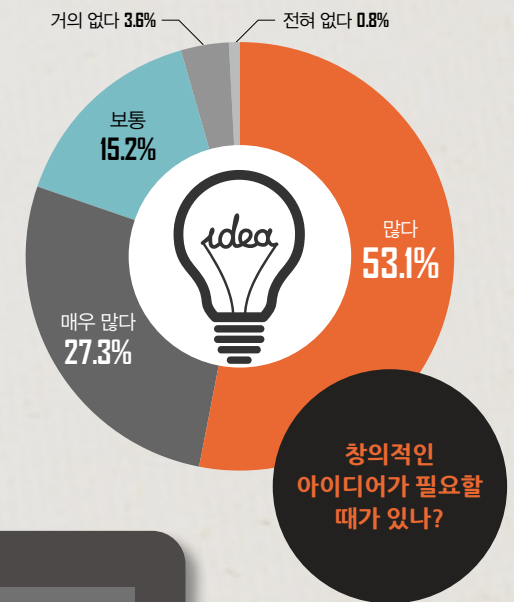
32.0%

생각나는 대로 포스트잇에 써놓고 이리저리 조합해본다

자료 수집과 분석을 토대로 목표에 맞게 '기획'하기 위해서는 창의적인 아이디어가 필요하다. 조사에 참여한 기획자 대부분은 일하면서 창의적인 아이디어가 필요한 때가 많다(80.4%)고 답했다. '매우 많다'고 답한 기획자도 27.3%로 10명 중 3명 정도로 많았다.

기획자들은 아이디어 발상을 어떻게 할까? '모방은 창조의 어머니'라는 말이 있다. '하늘 아래 새로운 것은 없다'라는 말도 있다. 모방에 그치지 않고 이를 통해 더 나은 것을 창조해내는 방법을 선택한 기획자들이 많았다. 기획자들의 아이디어 발상법에 대해 조사한 결과, 성공 사례 등을 찾아 벤치마킹한다는 답변이 53.7%로 가장 많았다.

그 외에는 인터넷 서칭(38.8%)을 하거나 관련자들이 모여 브레인스토밍을 한다(32.5%)는 답변이 높았다. 포스트잇을 활용해 생각나는 대로 아이디어들을 써놓고 이리저리 조합해본다(32.0%)거나 새로운 생각이 날 때까지 몇 날 며칠이고 계속 생각한다(31.1%)는 답변도 있었다. 기획자 중 절반 정도(46.3%)는 아이디어 발상을 위해 주로 방문하는 웹사이트 있다고 답했다. 이들 중 대부분(38.4%)은 국내 사이트나, 일부(7.9%)는 해외 사이트를 통해 아이디어를 얻는다고 답했다.



아이디어 발상을 위해 방문하는 웹사이트는?

없다 53.7%

있다 46.3%

■ 국내 사이트 38.4%
■ 해외 사이트 7.9%

기획자들은 평균 오전 8시 42분에 출근해 오후 7시 18분에 퇴근한다. 회의는 하루 평균 1시간 42분 정도로 많은 편이다. 야근은 일주일 평균 2회 정도이며, 외근은 거의 안 하거나 (24.6%) 할 경우 일주일 평균 2회 정도이다.

기획자로 일하는 것은...
“좋은 편이다” 57.0%

출근 시간
평균 오전 8시 42분
퇴근 시간
평균 오후 7시 18분

외근 횟수
일주일 평균 2회
(거의 안 한다 24.6%)

회의 시간
하루 평균
1시간 42분

야근 횟수
일주일 평균
2회

기획자에 대한 오해

창의성만
있으면 된다
51.9%

기획자들이 흔히 받는 오해 중 대표적인 것이 기획자가 되기 위해서는 창의성만 있으면 된다(51.9%)는 것이다. 그러나 창의적인 아이디어가 인정받아 빛을 발하기 위해서는 이를 뒷받침할 논리적이고 전문적인 자료를 갖출 수 있어야 한다. 따라서 전문 지식과 자료 분석력, 논리력 등 업무 역량을 갖추는 것이 중요하다.

기획자들이 받는 오해 중 두 번째는, 기획자가 되기 위해서는 학벌이 높아야 한다(22.5%)는 것이다. 실제 기획자들에게 ‘기획 분야에 고학력자들이 많은가?’라는 질문을 던진 결과 과반수(62.0%)가 ‘많다’고 답했다. 즉, 기획자가 되기 위해 학벌이 높아야 한다는 일간의 오해는 ‘오해’가 아니었다.

학벌이
높아야 한다
22.5%

모범생 타입이다
8.7%

외국어를 잘해야 한다
7.5%

낙하산이 많다 5.4%
외모가 출중해야 한다 3.3%
기타 0.8%

겪어본 바에 의하면 기획 분야에 고학력자들이 많은가?

거의 없다
3.7%

적다
34.3%

많다
62.0%

신입 기획자가 되려면 뭘 준비해야 할까?

기획자들의 전공 분야를 조사(*복수전공 포함)한 결과, 경영학(35.4%) 전공자가 가장 많았다. 그다음으로 경제학(19.3%), 컴퓨터공학(15.7%), 국어국문학(8.4%) 순으로 전공자가 많았다. 특히 경영/경제학 전공자가 54.7%로 절반 이상에 달하는 것이 눈에 띄었다.

토익 점수는 평균 728점, 졸업 학점은 평균 3.8점(4.5점 만점), 이색 경력 보유자는 30.9% 정도에 그쳐 일반적인 스펙이 크게 높지는 않았다. 그렇다면 기획자가 되기 위해 무엇을 준비해야 할까?

TOEIC

평균 728점

졸업 학점
평균 3.8점
(4.5점 만점)

이색 경력 보유자
30.9%



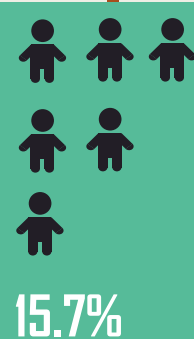
경영학과



경제학과



컴퓨터공학과



기획자를 채용할 때 가장 중요한 선발 기준은 '인·적성이 직무에 적합한가'이다(49P '뽑고 싶은 기획직 신입사원 유형' 참고). 그리고 기획자를 채용할 때의 또 다른 중요 선발 기준은 '창의성'과 '실행력', '예지력'이다.

기획자들에게 '기획자로 일하기 위해 가장 필요한 역량'을 조사한 결과 '창조성'이 1위(43.8%)에 랭크됐다. 뒤이어 적극성과 추진력(실행력, 28.1%), 다양한 자료 수집 능력(25.0%), 업계의 발전 방향을 예측하는 능력(예지력, 22.7%) 순으로 필요하다는 답변이 높았다.

기획자들은 대학 시절 '특정 과목'을 수강했던 것이 기획자로서 실무를 하는 데 도움이 된다고 답했다. 가장 도움이 되는 수업은 경영/경제 분야의 전공 강의로, 응답률 50.2%로 가장 높았다. 전문 지식의 중요성이 드러나는 대목이다. 다음으로 사회과학/심리 분야의 심리학이나 통계학 강의가 도움이 됐다(25.2%)는 답변이 높았고, 인문학 글쓰기 등 작문 강의(24.7%), 컴퓨터 활용 능력 등 실용 강의(21.6%) 순으로 조사됐다. 기획자를 꿈꾸는 대학생들이라면 이들 과목을 수강해두는 것이 미래 기획자로서 직장생활에 도움이 될 수 있겠다.

또 기획자들은 다시 '대학생 시절로 돌아간다면' 외국어 실력 향상에 집중하겠다고 답했다. 기업의 활동 무대가 글로벌화됨에 따라 기획자들에게도 다양한 언어 능력이 요구되는 것으로 추정된다. 기업의 다른 어떤 직무보다 먼저 새로운 시장을 탐구하고 분석하는 역할을 하는 기획자로서 다양한 언어 구사 능력은 다른 기획자들과 차별화된 강점으로 작용할 것으로 보인다. ①

창의적인 아이디어

43.8%

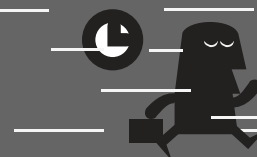
(창조성)



적극성과 추진력

28.1%

(실행력)



다양한 국내외 정보를 수집하는 능력

25.0%



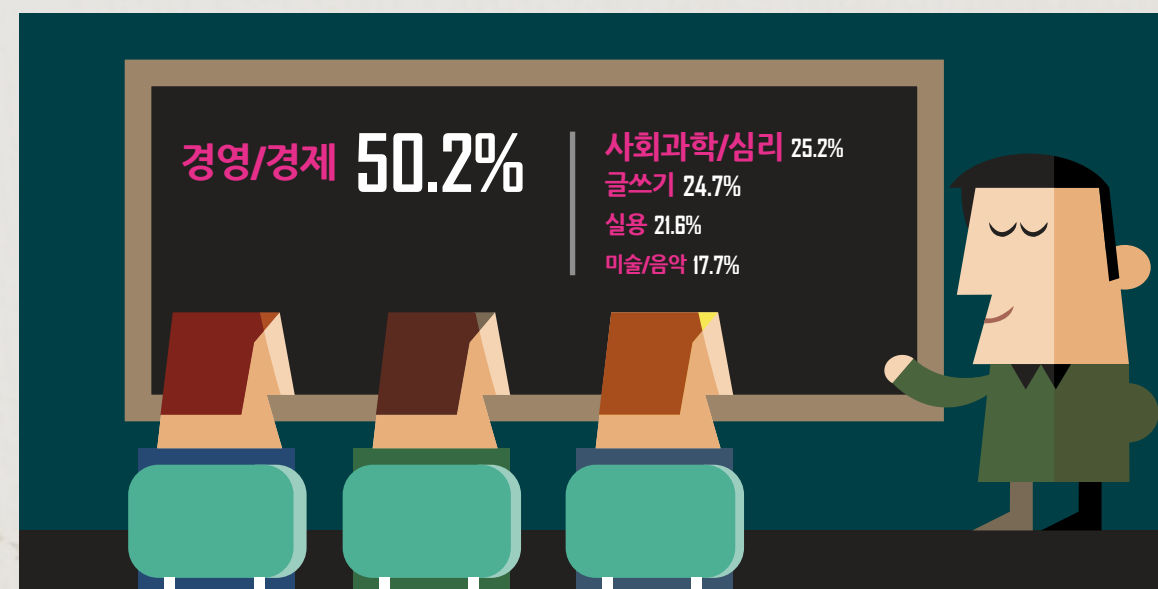
업계의 발전 방향을 예측하는 능력

22.7%(예지력)



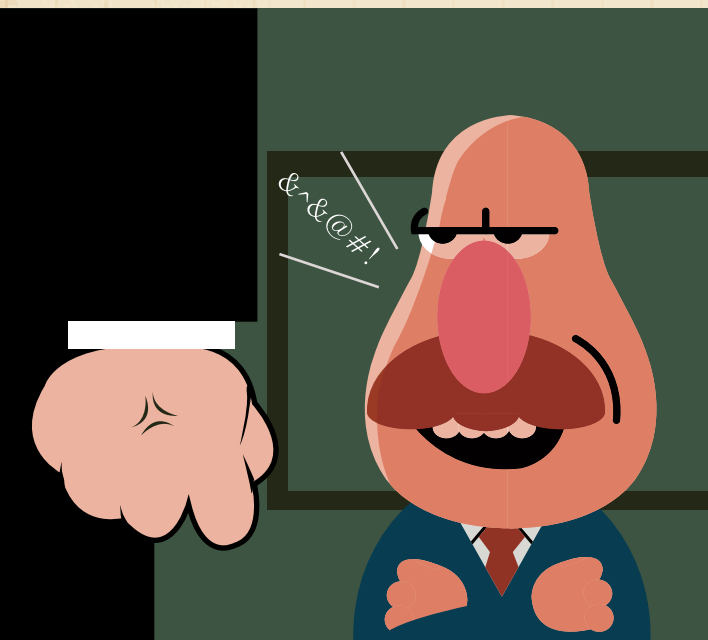
경영/경제 50.2%

사회과학/심리 25.2%
글쓰기 24.7%
실용 21.6%
미술/음악 17.7%



‘쓰면서 뒤끝해제’ 기획직 뒷이야기

여기, 기획직에 종사하며 느꼈던 보람과 고충을 털어놓은 기획자들이 있다. 투덜대는 것처럼 보이지만 불만도 애정에서 출발하는 법. 잡코리아 좋은일 연구소 카페(<http://cafe.naver.com/goodlab>)를 통해 공모한 기획자들의 사연들 중 Best 5를 뽑았다.



고객님, 많이 당황하셨어요?

ID: 사장님미워요

기획하기 전에 고객사 담당자와 회의를 몇 시간이나 하고 돌아왔다. 회의 내용을 가지고 열심히 밤새가며 기획안을 완성하던 도중 걸려온 전화. 사장님이 방향을 다르게 잡아보라고 했으며 다시 회의하자더라. ‘을’의 서러움을 안고 다시 회의하면서, 사장님께서 직접 들어보시고 결정하는 건 어떨겠느냐는 내 제안에 담당자 왈. “사장님의 의중을 파악했으니 문제없습니다.” 그런데 사장님 앞에서 진행한 최종 PT 날, 급격히 어두워지는 사장님의 표정. “회의 안 하셨습니까? 제가 했던 이야기들은 다 빠져 있는데?” 담당자에게 전달받은 대로 진행했다는 내 말에 사장님의 얼굴이 붉으락푸르락, 내가 있던 말건 담당자에게 쏟아지는 욕, 욕, 욕... 결국 담당자는 교체되고 기획안은 원점으로 돌아갔다. 중간에서 이러지도 저러지도 못하고 스트레스만 받던 나는 신우신염에 걸려 일주일간 병원 신세를 졌다는 슬픈 이야기.

니 곁에 서면 난 분위기 메이커♪

ID: 좋은게좋은거지

기획자의 가장 중요한 일은 개발자, 디자이너에게 기획 의도를 잘 설명해 내가 기획한 뼈대에 살을 붙여 완성시키는 것이다. 그러기 위해서는 개발자, 디자이너와 자주 어울리며 좋은 유대관계를 다져야 한다. 그래서 남자들이 대부분인 개발팀과는 술자리를 자주 가지며 과음을 하기도 하고, 대부분이 여자인 디자인팀에게는 과자나 음료 등 간식을 챙겨가며 화기애애한 분위기를 만들려고 노력하고 있다. 상대방을 설득해서 합의점을 이끌어내는 일이 힘들지만, 같이 노력하여 만들어낸 서비스를 볼 때면 그간의 모든 고생이 한 방에 보상받는 기분!



누구를 위한 기획인가?

ID: 저는단호박이싫어요

웹기획자로 살아가면서 좋은 기획이란 기발하고 창의적인 아이디어로 사용자에게 좋은 경험을 제공하는 것이라 생각했다. 물론 틀린 말은 아니지만 회사생활을 하면 할수록 ‘좋은 기획은 상사의 입맛에 맞는 기획이겠구나’라는 생각이 든다. 내가 만든 기획을 실행하기 위해서는 상사의 컨펌이 필수고, 아무리 좋은 기획이어도 윗분 마음에 안 들면 진행되지 못한다. 그럼 결국 상사 취향에 맞추기 위해 어쩔 수 없이 기획을 수정하거나 컨셉을 변경하기도 한다. 멋진 기획이 아닌 컨펌받기 위한 기획, 최대한 지적받지 않을 기획을 하고 있는 나 자신을 발견하면서 매너리즘에 빠질 때도 있지만, 실력을 더 키워 진정 내가 하고 싶은 기획을 꼭 이루고 말겠다는 오기도 생긴다. 나만의 기획을 하게 될 그 날까지, 파이팅!



발빠르게, 흥미롭게

ID: 꽃보다 기획자

새로운 스마트폰 단말기, 새로운 모바일 서비스, 그리고 새로운 라이프스타일 트렌드까지. 기획자는 다양한 현상과 트렌드에 관심을 가져야 한다. 하지만 너무 빠른 속도로 변화하는 시대를 쫓아가자니 멀미가 날 정도. 특히 해외 트렌드도 알아야 하는데 영어 독해 능력이 부족하면 더욱 힘들다. 그래서 같은 직종의 기획자들끼리 SNS를 통해 좋은 정보들을 공유하거나 습득하곤 한다. 새로운 기술 변화를 부담스러워하지 말고 흥미롭게 받아들이면 기획자로 일하는 맛이 배가 될 듯!

너의 불만 소리가 들려

ID: 왜 때문이죠?

기획자는 고객의 문의사항과 이슈들을 처리해야 하는 창구 역할도 해야 하는데, 종종 마음에 상처가 되는 말을 듣기도 한다. 서비스에 문제가 생기면 야근을 감수하며 회사에서 철야하는 일도 부지기수. 하지만 일하면서 뿌듯할 때도 분명 많다. 서비스를 성공적으로 론칭하고 나면 가장 빛을 받는 사람은 기획자다. 나 역시 한두 번 방송 인터뷰도 해보고 신문 지면에 기사가 실리기도 했는데, 유명하지 않은 프로그램이었음에도 지인들이 방송을 보고서 연락해오기도 했다. 어깨가 으쓱하고 목에 힘이 들어가는 순간이었다. ①



기획자에게 던진 돌직구 질문

기획직 지원 희망자들이 궁금해하는 대표 질문들을 모았다. 각 질문에 대해서는 업계 실무자들이 직접 답변했다.

기획자들은 서비스 또는 상품이 론칭되기까지 매일 야근해야 한다던데요?

회사마다 조금씩 다르긴 하겠지만 제 주변 지인들을 보면 상품기획이건 웹기획이건 대부분 기획자들은 야근을 많이 해요. 기획서나 스토리보드 만드는 작업에 꽤 오랜 시간을 할애해야 하고, 또 그걸 바탕으로 개발과 디자인, 마케팅 등 유관 부서들과 협업하고 일을 진행하는 데 있어 부수적으로 해야 할 것들이 많이 생기니까요. 특히 상품이나 서비스 론칭 일자를 미리 정하고 기획을 시작하는 경우가 많기 때문에 해당 일자를 맞추다 보면 일정에 쫓겨 야근을 많이 하죠.



박자를 거스르는 자(제품기획, 39세 남성)



등촌동 패남(웹기획, 33세 남성)

웹기획 또는 모바일 기획자들은 프로그래밍까지 할 줄 알아야 하나요?

기술에 대한 방법이나 실제 프로그래밍까지는 모르더라도 어떤 방식인지는 알아야 해요. 특히 개발자나 디자이너들은 기획자가 작성한 기획안에 따라 실제 업무를 진행하기 때문에 그들이 이해하기 쉽게 기획서를 작성해야 하거든요. 그러려면 관련 지식은 어느 정도 숙지하고 있어야 하죠. 특히 게임기획의 경우 기획자 스스로 게임을 좋아하지 않고 그 분야에 대해 잘 모르면 시장에서 좋은 반응을 얻을 새로운 게임을 기획하지 못한답니다.

출판 기획의 경우 베스트셀러가 되면 대박 보너스를 받는단데 정말 그런가요?

물론이예요. 열심히 노력해서 좋은 결과가 나오면 그에 합당한 대가를 받는 편이죠. 출판사마다 액수와 보너스를 지급하는 방식은 다르지만 베스트셀러를 만들어낸 기획자는 물론이고 그 일에 참여한 디자이너와 마케터에게도 보상이 돌아가요. 때론 책을 집필한 저자가 자신의 책을 베스트셀러로 만들어준 것에 대한 고마움의 표시로 사례를 하기도 하죠.



술 권하는 회사(출판기획, 29세 여성)



목직한 30대(경영기획, 34세 여성)

경영기획 또는 사업기획은 기업의 핵심 브레인들만 모인다고 하는데 사실인가요?

경영기획은 다양한 분야를 아울러야 하기 때문에 무역, 회계, 영업, 마케팅 등 여러 분야의 전문 지식을 갖추고 있어야 해요. 그렇다 보니 외부에서 보기에는 핵심 브레인들로 구성된 팀으로 인식되기 쉬워요. 사실 신입사원이 이러한 자질을 다 갖추고 입사하기란 거의 불가능하고요. 대신 입사 후에 차근차근 경력을 쌓고 스스로도 자기계발을 하면서 경영기획 부서에 맞는 인재로 성장하는 거죠. ①

PART 3

Good Information



생생한 취업정보

뽑고 싶은 기획직 신입사원 유형 ··40 전문가 원고 | 기획 고수는 '비주얼 씹킹'을 한다! ··42

기획직 취업시장 전격 분석 ··46 예비 기획자를 위한 취업전략 ··49

신입 기획자로 '창조형' 선호

조사 개요 기간: 2013년 7월 23~31일 대상: 면접관으로 채용에 참여하는 기획자 487명 방법: 웹+모바일 설문조사 내용: 뽑고 싶은 기획직 신입사원 유형



기획직 신입사원 채용 시 실무진 면접의 면접관으로 참여하는 기획자 487명을 대상으로 '뽑고 싶은 기획직 신입사원 유형'에 대해 조사한 결과, '창조형'과 '전문가형' 신입사원을 뽑고 싶다는 답변이 가장 높았다.

기획직 신입사원을 채용할 때 높이 평가하는 요인으로는, 창의적인 아이디어(창조성)가 있는가(33.4%)와 탄탄한 전문 지식을 갖추고 있는가(32.1%)를 살펴본다는 답변이 가장 높았다. 이어 적극적인 실행력과 추진력이 있는가(30.8%)와 다양한 국내외 정보를 수집하는 능력(24.6%), 이를 분석할 수 있는 논리적인 사고력과 추리력이 있는가(21.0%) 순으로 살펴본다는 답변이 높았다.

기업의 기획부서는 경력사원만 채용하고 신입사원은 채용하지 않는다는 소문이 있다. 그러나 실제 '기획부서에서 신입사원을 채용하는지' 조사한 결과, 채용한다는 기업이 79.2%로 압도적으로 많아 뜬

소문에 불과한 것으로 드러났다.

반면 기획자가 되려면 학벌이 높아야 하는지에 관한 소문은 어느 정도 사실인 것으로 확인됐다. 신입기획자의 채용 기준에 대해 조사한 결과, '학벌'을 높이 평가한다는 답변이 25.9%로 4곳 중 1곳 정도인 것으로 조사됐다. 또 해외 학위자를 우대하는지 조사한 결과에서는 우대한다는 기업이 58%로 과반수에 달했다.

한편 신입 기획자 채용 시 가장 중요한 채용 기준은 직무에 적합한 인·적성(44.6%)과 외국어 실력(43.3%)으로 나타나, 기획자 채용 시 외국어 실력을 높이 평가하는 기업도 상당히 많은 것으로 나타났다.

경영학 전공이 아닌데 기획자가 될 수 있을까? 신입 기획자 채용 시 지원자의 전공 분야는 경영학(32.1%)과 경제학(22.3%) 전공자를 우대하는 기업이 가장 많았지만, 전공은 관계없다(30.6%)는 기업도 상대적으로 많았다. ①

기획부서 신입사원 채용하나?

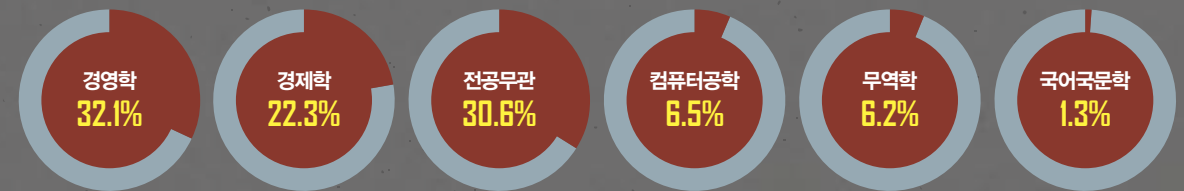
전체 100%

채용한다
79%

채용하지 않는다
21%

신입 기획자 채용할 때 '경영학', '경제학' 전공자 우대

전체 100%



기획직 신입사원을 뽑을 때 높이 평가하는 요인 1위 '창조성'

전체 응답률 268.9%



해외 학위자

우대한다
58%



우대하지 않는다
42%

신입 기획자 채용할 때 '인·적성'과 '외국어 실력' 높이 평가

44.6%	직무에 적합한 인·적성
43.3%	외국어 실력
30.8%	인턴 경험
29.5%	직무 아르바이트 경험
25.9%	학벌
21.0%	출업 학점
19.7%	공모전 수상 경험
13.5%	해외 어학연수 경험
8.0%	창업 경험
5.7%	보유한 자격증
0.5%	기타

전체 응답률 242.5%

기획 고수는 '비주얼 씽킹'을 한다!



김은주 / (주)소셜프로그 대표 / oneunju@socialfrog.co.kr

천재들의 기획 사고법, 비주얼 씽킹



아인슈타인, 레오나르도 다빈치, 베토벤 등 역사상 최고의 천재들에게는 공통점이 있다. 음악·미술·과학·수학·문학 등 분야는 완전히 다르지만 공통의 발상법을 이용해 창조성을 극대화했다는 점이다. 그들은 비주얼 씽킹, 즉 시각적 사고의 대가들이었다. 아인슈타인은 '이미지를 가지고 장난치며 노는 것'을 좋아했고, '이미지는 자신의 아이디어의 원천'이라고 말했다. 『생각의 탄생』 서문에서 이어령 교수는 창조성을 발휘한다는 것은 '무엇'이 아니라 '어떻게'의 문제라고 짚었다. 창조적 발상의 근원은 '무엇을 끄집어낼 것인가'가 아니라 '어떻게 끄집어낼 것인가'에 달려 있다는 뜻이다.

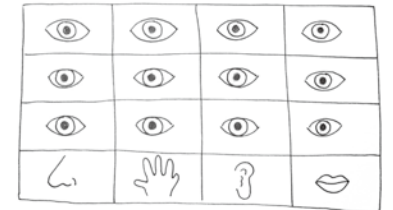


〈화가와 모델〉이라는 제목의 파블로 피카소 작품을 하나 소개한다. 1927년에 연인이 뜨개질하는 모습을 스케치한 그림이다. 작품에서 볼 수 있듯이 피카소가 그린 캔버스에는 연인의 모습은 없고 온통 직선과 원과 같은 낙서만 가득하다. 연인을 앞에 두고 피카소는 도대체 무엇을 그렸을까? 피카소는 보이는 것이 아니라 보이지 않는 것을 시각화한 것이다. 피카소가 보기에 뜨개질하는 연인의 손놀림은 무척 사랑스럽고 아름답게 느껴졌을 것이다. 이에 피카소는 연인이 뜨개질을 하는 동안 뜨개바늘이 앞뒤로 움직이며 직선을 그리기도 하고 원을 그리기도 하는 모습을 캔버스에 옮긴 것이다. 연인의 겉모습이 아니라 뜨개질하는 연인의 마음을 읽었던 게 아닐까.

피카소는 보이는 것이 아닌, 보이지 않는 생각을 그리는 시대를 열었다고 평가받고 있다. 이처럼 비주얼 씽킹 훈련은 보이는 것이 아니라 보이지 않는 생각을 그리는 훈련이다. 그림을 잘 그리는 건 중요하지 않다. 연인의 뜨개질하는 모습을 그린 피카소처럼 간단한 원과 선만으로도 생각을 시각화할 수 있다.

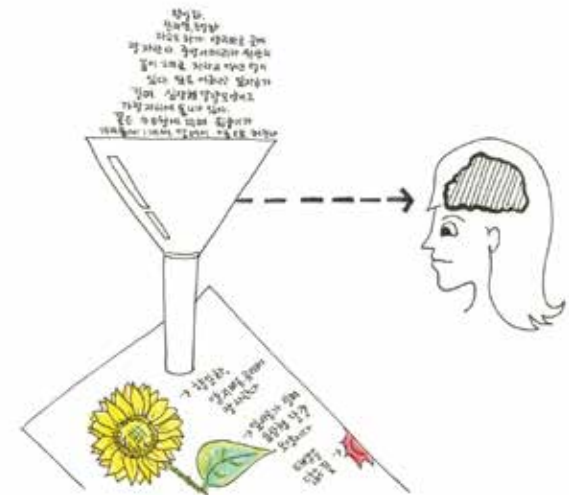
뇌는 이미지를 좋아한다

뇌는 글자보다 이미지를 더 좋아하고 빠르게 반응하며 기본적으로 이미지 중심으로 사고처리를 한다. 『마법의 냅킨』에서 댄 로암은 '사람의 감각기관이 정보를 저장하고 처리하는 과정에서 시각이 75%를 담당하고 있다'고 주장한다. 보고, 듣고, 맛보고, 만지고, 냄새 맡는 다섯 가지 감각 중에서 시각이 75%를 차지하고 있음을 시각화하면 아래 그림처럼 된다. '눈 모양 그림'이 정말 많다. 그만큼 시각은 정보 저장과 기억에서 많은 역할을 맡고 있다.

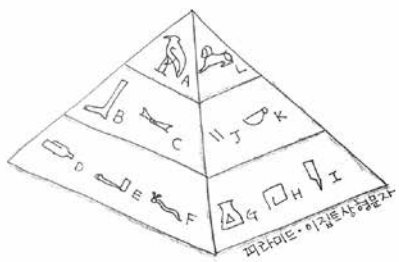


기획 실무자에게 비주얼 씽킹이 필요한 이유

비주얼 씽킹이란 복잡한 생각을 간단한 그림으로 표현하여 전체를 통합적으로 해석할 수 있도록 돕는 사고법을 말한다. 한마디로 설명하면 '생각을 시각화하기', '이미지로 생각하기'이다.



기획을 담당하는 사람은 수많은 사람들과 대화를 하고, 의견을 통합하며, 또한 사람들을 설득해야 한다. 이때 비주얼을 활용하여 생각을 표현하고 전달하면 빠르고 명확하게 의사소통을 할 수 있다. 한 가지 예를 들어보자. 수천 년 전, 거대한 피라미드를 짓는 데 무수히 많은 사람들이 동원됐다. 언어가 다르고 글자가 없던 그 시절, 그 많은 사람들은 어떻게 의사소통을 하여 위대한 피라미드를 만들 수 있었을까? 그것은 바로 이미지로 만들어진 글자, 이집트 상형문자가 있었기에 가능했다.



기획 실무자들은 디자이너·개발자·기획자 그리고 마케터 등 서로 다른 생각 언어를 가진 사람들을 통합하면서 일을 해나가야 한다. 기획자에게 모든 프로젝트는 위대한 피라미드를 만드는 일과 비슷하다. 기획 실무자에게 비주얼 씬킹은 자신의 생각을 정리하고 다른 사람들과 의사소통을 하는 데도 매우 유용한 도구로 이용될 수 있다.

비주얼 씬킹을 잘하려면

비주얼 씬킹을 잘 하려면 평소에 간단한 '손그림'이나 '낙서'가 도움이 된다.

구글의 로고 디자이너로 유명한 한국인 구글 웹마스터, 황정목 씨는 “어릴 때 낙서를 많이 해서 선생님께 꾸중을 자주 들곤 했는데, 그때의 낙서가 지금에 와서는 많은 도움이 되고 있어요.”라고 말했다. 구글은 각국 기념일이나 유명 인사 생일 등 특별한 날이 되면 이를 기념하는 의미로 로고 디자인을 교체한다. 'SEK 2007'의 특별 강연에서 황정목 씨는 자신이 직접 그린 '구글 로고 스케치'를 공개했는데, 그는 작업을 시작하기 전에 스케치 형태의 로고 디자인을 CEO에게 보여주고 승인을 받는다고 한다. 스케치로 아이디어를 보여주면 어떤 내용인지 쉽게 알 수 있고, 서로 의논해가며 발전시킬 수 있다. 직장생활에서도 아이디어가 필요한 순간, 간단한 스케치를 해보면 좋을 것이다.

이 그림은 아인슈타인을 기념한 로고를 만들기 위해 황정목 씨가 스케치한 것이다. 한 스탠퍼드 대학 교수를 모델로 삼아 'O'에 아인슈타인을 상징하는 흰머리와 흰 수염을 넣었고, 상대성 이론을 구글 로고와 결합해서 'Google=mc²'라는 모델방정식을 만들었다. 이 스케치만으로도 우리는 어떤 구글 로고 디자인이 나올지 예측이 가능하다.



비주얼 씬킹을 하려면 그림을 잘 그려야 할까?

비주얼 씬킹 수업에서 학생들이 가장 많이 하는 질문 중 하나는 “그림을 잘 그리지 못하는데 비주얼 씬킹을 할 수 있나요?”다. 그들의 우려와는 달리 비주얼 씬킹을 하기 위해 그림을 잘 그릴 필요는 없다. 초등학교 정도의 그림 실력만 있으면 된다. 기본 도형과 사물을 단순한 선으로 표현하고, 무엇을 그렸는지 알아볼 수 있는 그림 실력이면 된다.

어린이들은 그림 그리는 데 두려움이 없는데, 어른이 되면 그림 그리는 데 두려움이 생긴다. 생각을 정리하는 것보다 그림을 그리는 두려움이 더 크다 보니 시도조차 하지 않는 사람들이 많다. 미술이나 디자인 전공이 아닌 사람들은 그림을 잘 못 그리는 게 당연하다. 보통사람들은 중고등학교를 졸업하고 그림을 거의 그리지 않기 때문에 실력이 초등학교 또는 중학교 수준에 머물러 있는 것이 자연스러운 것이다. 하지만 초등학교 수준의 실력이라도 충분히 비주얼 씬킹을 할 수 있다.



대학생들이 실천할 만한 비주얼 씬킹 기본 도구



- 모닝 노트, 뇌가 불러주는 대로 받아쓰라
아침에 일어나자마자 떠오른 생각을 두서없이 노트에 적는다.
- 데일리 드로잉, 매일 5분씩 그려라
매일매일 5분씩 눈에 보이는 것을 가볍게 스케치한다.
- 아티스트 놀이, 내 안의 아티스트를 깨워라
일주일에 2시간, 나만을 위해 내가 하고 싶은 것을 혼자서 한다.

비주얼 씬킹을 위한 기본 도구 3가지는 비주얼 씬킹 습관을 만드는 것을 돕는다. '모닝 노트'는 생각을 꺼내기 위한 도구다. '데일리 드로잉'은 그리며 생각하는 걸 돕고, '아티스트 놀이'는 내 안의 창조성을 깨우는 걸 도와준다.

기획 고수가 되고 싶은 대학생들을 위한 조언

미래의 문맹자는
글자를 모르는 사람이 아니라
이미지를 모르는 사람이 될 것이다.

—라즐로 모홀리 나기 Laszlo Moholy Nagy, 1895-1946, 그래픽디자이너·사진작가

시대마다 그 시대를 관통하는 메가 트렌드가 있다. 2013년은 비주얼 마케팅의 한해이다. 비주얼이 중요해진 이유는 스마트폰과 인터넷 때문이다. 인터넷이 등장하면서 정보는 많아졌고, 스마트폰이 등장하면서 세상은 점점 빨라지고 있다. 그리고 이 빠르고 바쁜 세상 속에서 생각하지 않는 사람도 늘고 있다. 스마트폰으로 정보를 검색할 때 '손가락'으로 확확 넘기다가 눈에 띄는 부분만 읽는다. 이러한 시대에 이미지와 영상은 '생각하지 않는 사람들'이 주목하는 콘텐츠다. 그리고 지금 직장에서도 필요한 인재는 글이 아닌 비주얼로 생각하고, 비주얼로 표현할 수 있는 사람이다. 똑같은 아이디어 기획안이라 하더라도 비주얼로 표현하고 구성하면 임팩트가 있다. 현재 기획 고수가 되기 위해 준비하는 사람이라면 비주얼 씬킹을 시작해라. 비주얼 씬킹은 연필과 종이만 있으면 누구나 쉽게 시작할 수 있다. 비주얼 씬킹을 통해 남들과 다른 생각을 할 수 있다. 비주얼로 표현할 수 있는 기획자가 되길 바란다. ①

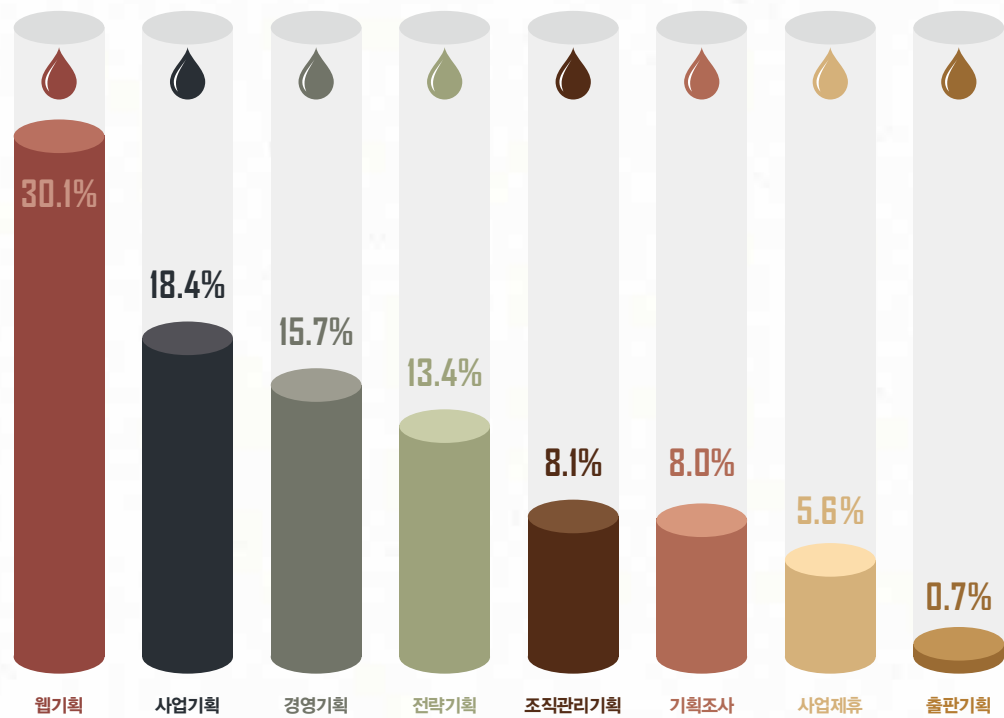
기획직 취업시장 트렌드는?

기획이란 양질의 지식과 정보를 경쟁자보다 한발 앞서 확보하여, 이를 가치 있는 결과물로 바꾸는 과정이다. 즉 지식과 정보로 부가가치를 창출하는 핵심 기제가 바로 기획이라는 것. 국내에서 최고의 성공사례를 거둔 기획자들을 보면 공통적으로 통찰력, 기획력, 커뮤니케이션 능력을 이야기하고 있다. 날마다 수없이 쏟아지는 지식과 정보를 어떻게 읽고 해석하느냐에 따라서 기획의 성패가 좌우된다 해도 과언이 아니다.

과거에는 회사의 경영 방침과 전략 목표를 세워서 전사적인 실천과제 및 지침을 만드는 전략기획이 대부분이었지만, 지금은 웹사이트 기획자, 나아가 모바일 기획자에 대한 수요도 크게 늘고 있다. 실제

잡코리아가 지난 3년간 기업들의 기획직 채용공고 건수를 분석한 결과, 2011년 기획직 채용 비중이 전체 직무의 6.4%였던 것이 2012년에는 6.8%, 올 상반기에는 7.1%로 점차 증가하고 있는 모습을 볼 수 있다. 특히 올 상반기 동안 자사 사이트에 등록된 기획직 채용정보 71,564건을 분석한 결과, 신입보다는 경력직 채용 비중이 높았으며 ▲웹기획직 분야의 채용이 전체 기획직 채용 비중의 30.1%로 가장 많았다. 다음으로 ▲사업기획 18.4% ▲경영기획 15.7% ▲전략기획 13.4% ▲조직관리기획 8.1% ▲기획조사 8.0% ▲사업제휴 5.6% ▲출판기획 0.7% 등의 순이었다.

세부 기획 직무 채용공고 비율



자료출처: JOBKOREA 2013년 1월~6월 데이터

웹기획자 취업시장 들여다보기

웹기획자는 대학에서 공학 중심의 관련 전공을 공부하면 진출이 용이하지만, 디자인 관련 기술과 매니지먼트 등에 대한 지식도 지속적으로 습득해야 한다. 또한 웹기획자는 웹사이트의 구축에 있어서 기획과 업무의 진행 및 마케팅 등을 총괄하는 전문가로 웹디자이너, 웹개발자 및 웹프로그래머 등의 전 단계에 해당하는 업무를 수행하므로 이들과의 의사소통도 중요하다. 요즘은 스마트폰의 보급과 관련해 모바일과 앱의 영역까지 공부하고 담당해야 한다.

선호하는 학과는 소프트웨어공학과, 인터넷(정보)공학과, 컴퓨터정보통신공학과, 전산공학과, 멀티미디어학과, 전산정보과 등이 있으며, 경영학과 등 타 전공자의 경우 자격증과 함께 기획 업무 등의 경험 있으면 진출이 가능하다.

관련 분야 자격증으로는 국가기술 자격으로 정보처리기사, 정보처리산업기사, 정보처리기능사, 전자상거래관리사, 전자상거래운용

사, 웹디자인기능사 등이 있고 외국 자격으로는 국제웹마스터협회(IWA)에서 주관하는 공인웹전문가(CWP), 국제웹마스터협회와 국제인터넷전문가협회(AIP)가 인증하는 미국 프로소프트(ProSoft)사의 공인인터넷웹마스터(CIW) 등이 있다.

특히 웹 기획과 개발을 위해서는 웹언어뿐만 아니라 SQL을 다루는 데이터베이스, 웹에디터(나모웹에디터, 드림위버), 그래픽소프트웨어(포토샵, 일러스트레이터, 플래시, 플렉스) 등의 지식과 능력을 갖추고 있으면 취업에 유리하다. 다만, 웹사이트 전문업체 등에서는 웹서비스 기획만을 전담하는 경우 경영이나 마케팅 전공자도 진출이 가능하다. 프리랜서로 활동하는 경우도 있는데, 이때는 프로젝트 업무가 발생할 때마다 웹에이전시나 네트워킹을 통해 일을 알선받는다. 또한 웹사이트 구축을 위해서는 웹을 통한 비즈니스에 관심이 있어야 하며 고객과의 의사소통 능력과 분석적 사고력이 필요하다.

웹 기획자 채용 시 요구하는 능력

지식	성격	흥미	업무 수행 능력
디자인	분석적 사고	진취형	듣고 이해하기
국어	혁신	탐구형	읽고 이해하기
컴퓨터와 전자공학	협조	사회형	선택적 집중력
영업과 마케팅	인재		창의력
예술	독립성		문제해결

전략 기획자 채용 시 요구하는 능력

			
지식	선호 전공	기술	기능역량
기업 재무	경영학	범주화	분석적 사고
회계 지식	회계학	전산능력	협조
기업경영 관련 지식	상경 계열 전공자 유리	수리력	혁신
경영분석 실무 지식		협상	추진력
		분석능력	신뢰성
		프레젠테이션 스킬	
		커뮤니케이션 스킬	

전략기획자 취업시장 들여다보기

전략기획은 회사에서 브레인파와 같은 역할로서, 여러 지표들의 목표치를 세우고 성과를 평가하며 경영진이 의사결정을 할 수 있도록 보고서를 만드는 임무도 있다. 하는 일이 중요한 만큼 스트레스를 많이 받고 업무 강도도 높은 편이다.

전략기획을 하기 위해 특별한 자격증을 가지거나 특정 학과를 전공해야만 하는 것은 아니지만, 기업 경영의 지식 및 재무/회계에 대한 이해는 지니고 있어야 한다. 사업부별, 팀별 회계 항목과 각 항목의 손익을 보고 읽어낼 수 있는 능력, 그리고 관련 사항에 대한 해석이 가능하도록 재무제표 등에 관한 이해를 가지고 있어야 한다. 또한 전략기획의 가장 중요한 요소는 해당 업종, 즉 해당 산업에 대한 이해가 높아야 한다는 것이다. 꾸준한 사업군에 대한 정보를 습득하고 관리할 수 있는 능력과 눈을 키워야 한다.

업무의 특성에 있어서 처음부터 기획팀으로 오는 경우도 있지만 보통 다른 부서에서 근무하다가 필요에 의해 발탁되거나 인사팀 상담을 통해 옮기는 경우가 대다수기에, 기획 업무를 원하는 취업준비생은 일단 원하는 회사에 취직하는 것이 중요하겠다. 특히 기획부서로 입사에 성공하려면 전공보다는 업무와 관련한 직무능력을 향상시키고 준비하는 것이 더 유리하다. 또한 국내외 경제경영 이슈를 살펴보고 관심 있는 포럼에 참가해서 재직자들과의 관계를 유지하며 기업의 경영 이슈나 관심 있는 업종 동향을 살피고 분석하는 노력이 필요하다. ⑦

기획직 직급별 연봉 현황

사원	주임·계장	대리	과장	차장	부장
2,521만 원	3,001만 원	3,795만 원	4,589만 원	5,370만 원	6,086만 원

자료출처: JOBKOREA 연봉통계서비스

예비 기획자를 위한 취업전략

자기소개서를 어떻게 써야 할지, 면접은 어떻게 봐야 하는지, 기획자가 되기 위해서 무엇을 준비해야 할지 막막한가? 그렇다면 주목할 것! 자소서 작성 요령부터 분야별 기획자의 필요 능력까지, 예비 기획자를 위한 취업전략을 모두 모았다.

눈에 띄는 ‘자소서’ 작성하기

01 ‘자소서’에도 사전준비가 필요하다
자기소개서를 어떻게 써야 하는지 고민하는 이들이 많다. 이럴 땐 사전준비를 해보자. 먼저 지원하고자 하는 기업의 인재상, 이념, 목표 등을 파악해 이를 표현할 수 있는 키워드를 선정할 것. 성장 과정, 지원 동기, 입사 후 포부 등 항목별로 키워드를 뽑아두는 것도 요령이다. 키워드를 선정한 다음에는 해당 키워드에 맞는 에피소드를 풀어나가자. 단, 각 에피소드들은 직무와 연결돼야 한다는 점을 잊지 말자!

02 각 항목에 맞는 스토리텔링
최근 자기소개서에도 스토리텔링의 중요성이 부각되고 있다. ‘198X년에 태어나 ~ 00에서 자랐으며~’ 식의 딱딱하고 재미없는 자기소개서는 외면받게 마련. 성장 과정, 지원 동기, 성격상의 장단점 등 항목별 특징을 알면 훨씬 수월하게 스토리텔링을 할 수 있다. 성장 과정은 진부한 표현을 제외하고 자신만이 가지고 있는 특징을 핵심적으로 작성할 것. 성장 과정에는 ‘1남 1녀로 태어나~’라는 식의 전형적인 시작을 피하고, 본인이 성장하며 겪었던 에피소드를 통해 얻은 장점이나 능력 등을 기술하는 게 적당하다. 학창시절은 지원 분야에 대한 관련 경험을 부각하는 것이 좋다.

BC카드 경영기획 합격 자소서 > 지원 동기

유년시절부터 부모님께서 저에게 항상 계획성 있는 생활을 강조하셨습니다. 그래서 계획표를 만들어 그에 맞게 생활하는 습관을 가지게 되었고, 그러한 유년시절의 습관으로 인해 성인이 된 지금도 자연스럽게 계획을 세워 차근차근 실천하는 생활을 하게 되었습니다. 이러한 생활습관 덕에 매사에 신중한 사고력을 바탕으로 주어진 일을 처리하게 되었으며, 사람들의 신뢰를 얻게 된 밑거름이 되었습니다. 또한 건강한 신체에 건강한 정신이 깃든다는 말을 실천하여 조깅과 헬스 등의 운동으로 건강을 관리하며 몸과 마음이 건전한 사람으로 성장하게 되었다고 자부합니다. 또한 이러한 건전한 생활을 바탕으로 어떠한 일이 주어져도 성실하게 책임지고 완수할 수 있다는 자신감도 생겼습니다.

03 장점은 직무와 연결하기

자신이 가진 장점을 해당 직무와 연결해 작성할 것. 모든 기획자에게 공통적으로 요구되는 능력은 바로 '기획력'이다. 또한 기획자는 PM(Project Manager)의 역할을 자주 맡기 때문에 해당 프로젝트에 대한 책임감 역시 요구된다. 따라서 자기소개서를 작성할 때 어려서부터 연간 계획을 세웠든지, 일의 실천 능력이나 책임감이 뛰어났다는 등 자신이 가진 장점을 업무에 필요한 능력과 연관 지어 작성하는 것이 좋다.

KT&G 합격 자소서 > 장점과 단점

저의 최대 장점은 "해야 할 일은 반드시 하며, 할 수 있는 일은 찾아서 한다"는 자세이며, 맡은 일에 대해 책임을 다하는 것입니다. 또한 사람 만나는 것을 좋아하여 원만한 대인관계를 형성하고 있으며, 이는 KT&G에 입사 후 조직생활에 쉽게 적응할 수 있는 원동력이 되리라 생각합니다. 하지만 승부욕이 지나쳐 때로는 불필요한 경쟁을 하는 경향이 있어 여유 있는 마음을 갖고 승부에 대한 집착을 조금씩 버리려 노력하고 있습니다. 그러나 한편으로는 다른 사람들과의 선의의 경쟁을 통해 서로의 발전을 도모할 수 있었다고 생각합니다.

04 지원 동기가 중요하다

기업 인사담당자가 되어 지원자의 자기소개서나 면접을 본다고 가정해보자. 지원자의 어떤 부분이 가장 궁금할까? 많은 인사담당자들은 지원자가 '왜 우리 회사를 선택했는지'에 관한 지원 동기를 유심히 살핀다. 하지만 적지 않은 대학생 및 신입 구직자들이 자기소개서를 작성할 때 가장 막막해하는 부분이 바로 지원 동기 항목이다. 지원 동기를 작성할 땐 해당 기업 또는 직무를 위해 어떤 준비를 했으며 입사 후 어떤 노력을 할 것인지를 설명하자. 이때 지원 기업의 업종이나 특성에 맞게 작성해야 하며 기업이념이나 업종과 연결하면 플러스 요인을 받을 수 있다.

삼성전자 합격 자소서 > 지원 동기

21세기를 살아가는 사람들은 '디지털 혁명'이라는 큰 변화를 겪고 있습니다. 이 변화는 우리가 경험해보지 못한 속도와 파급효과를 가지고 있고, 변화의 중심에는 삼성전자가 있습니다. 그래서 저는 그 혁명의 핵으로 뛰어들고 싶습니다. 그동안 삼성전자의 인재경영, 연구 내용들과 이에 대한 평가, 실적을 여러 매체를 통해 관심 있게 접해왔으며, 삼성전자라면 제가 조금 더 큰 꿈을 펼치고 글로벌한 사람이 될 수 있는 곳이라고 생각하였습니다.

제가 삼성전자에 입사하면, 그동안 학교에서 배운 이론적 지식과 경험의 총체를, 특히 군 복무를 통해 경험한 문제해결능력 및 팀워크를 살려 팀과 회사의 발전을 위해 항상 노력할 것입니다. 또한 제 개인의 발전도 게을리하지 않고 항상 배우고자 하는 마음가짐으로 일에 임할 것이며, 제가 속해 있는 분야에서 능력을 인정받는 최고의 인재가 되고 싶습니다. 삼성전자에서 제 가치를 높이고 회사의 발전에도 기여할 수 있는 기회가 주어지기를 희망합니다.



유형별 면접 방법

01 개별 면접

다수의 면접관과 면접자 1명, 혹은 면접관 1명과 면접자 1명으로 진행되는 방식이다. 다른 면접자들 없이 혼자 답변할 수 있기 때문에 자신을 어필할 시간적 여유가 넉넉한 편이다. 하지만 긴 시간 동안 자연스럽게 답변을 이어갈 수 없다면 오히려 부족한 부분이 더 자세히 드러나 마이너스로 작용될 수도 있다. 때문에 개별 면접에 들어가서는 최대한 긴장을 풀고 면접관의 답변에 성심껏 대답하려는 자세를 보여야 하며, 모르는 부분이 있다면 과장하거나 부풀려 말하지 않도록 한다.

02 집단 면접

여러 명의 지원자가 함께 면접에 참여하는 방식이다. 상대 평가로 진행되기 때문에 지원자 입장에서는 긴장감이 고조되는 방식이기도 하다. 집단 면접에서는 면접관의 질문을 잘 듣고 대답하는 것도 중요하지만, 다른 지원자의 답변을 경청하는 자세도 필요하다. 또한 면접관 한 명만 보고 대답하는 것은 좋지 않은 자세다. 다수의 면접관과 적당한 간격으로 시선을 마주치며 말할 것. 다수의 면접관 중 가장 영향력 있는 면접관은 면접 시 가장 처음 질문을 던지는 사람이니 참고하자.

03 PT(발표) 면접

발표를 할 때는 어려운 단어나 영어 표현보다는 듣는 사람이 쉽게 이해할 수 있도록 하는 것이 좋다. 말하는 속도 역시 조절할 것. 듣는 사람이 내용을 잘 이해할 수 있도록 적당한 속도로 이야기하고, 말의 높낮이를 조절해 면접관의 이해를 도울 것. 또한 발표를 할 때는 단순히 현상을 분석한 사실만 이야기하기보다는 자신의 신념이나 의견을 함께 전달하는 것도 플러스 요인이 된다.



서류전형은 백발백중 합격인데, 면접에서만 유독 탈락의 고배를 마신다면? 면접에 임하는 자신의 태도에 문제가 없는지 체크해보자. 잡코리아에서 기업 면접관 223명을 대상으로 '면접에서 떨어지는 지원자의 유형'에 대한 설문조사를 실시했다. 그 결과, '태도나 말투 등 기본소양이 갖춰지지 않은 지원자를 탈락시킨다'는 면접관이 56.3%나 됐다. 이어 36.7%의 인사담당자는 '지원하는 회사와 직무에 대해 잘 모르는 지원자를 탈락시킨다'는 의견을 보였다. 이 외에도 '면접시간에 지각한 지원자', '경험을 지나치게 과장하는 사람이나 기본상식이 많이 부족해 보이는 지원자'를 탈락시킨다는 의견이 있었다.

각 분야별 기획자 들여다보기

웹기획자

인터넷 사이트 및 콘텐츠 구성 등의 업무를 진행한다. 쉽게 말해 인터넷 사이트를 구성하고 설계하는 자를 말한다. 사이트의 컨셉과 방향을 잡을 뿐 아니라 마케팅 영역에도 관여하기 때문에 웹프로듀서라고도 불린다. 사이트에 필요한 콘텐츠를 체계적으로 구성하는 능력이 요구된다.

기획이라는 큰 틀 아래에는 공연기획, 게임기획 등과 같이 수많은 직무가 포함되어 있다. 분야별 기획자가 맡는 업무와 요구 능력을 꼼꼼하게 분석했다.

관련 학과 전기전자공학과, 전산과, 컴퓨터공학과, 컴퓨터설계과, 컴퓨터프로그래밍학과 등

필요 능력

- ① **커뮤니케이션 능력** 웹기획은 해당 기획과 관련된 디자인, 마케팅 등 다양한 부서와 유기적인 관계에 있다. 이들에게 기획 의도를 잘 설명하고 협업관계를 이루기 위해서는 커뮤니케이션 능력이 반드시 필요하다.
- ② **책임감** 웹기획은 한 프로젝트를 맡아 기획하는 경우가 많다. 그렇기 때문에 프로젝트에 대한 강한 책임감이 요구된다.
- ③ **정보 수집 능력** 기획을 하기 위해선 다양한 정보가 기반이 되어야 한다. 일반적인 정보를 얻는 루트가 아닌 본인만의 루트가 있으면 유리하다. 국내뿐 아니라 해외 사이트나 뉴스를 통해 정보를 수집해야 한다.
- ④ **문제의식** 상황에 대한 문제의식이 요구된다. 항상 접하는 상황에 대해 '왜?', '어떻게' 식의 질문을 던져보고 다르게 생각할 줄 아는 자세를 가질 필요가 있다.

취업 플러스 요인+ 정보처리산업기사, 정보관리기술사, 정보처리기사, 웹디자인기능사 등 관련 자격증이 있다. 포토샵, 일러스트레이터, 플렉스 등 그래픽소프트웨어의 지식을 갖추고 있다면 플러스 요인으로 작용할 수 있다.

관련 학과 게임공학과, 전산과 등

필요 능력

- ① **마케팅과 홍보 지식** 게임기획자는 게임 산업 전반에 대한 지식은 물론 마케팅과 홍보에 관여하기 때문에 이에 대한 기본적인 지식을 갖추고 있어야 한다.
- ② **다양한 문화 경험** 소비자가 원하는 게임을 기획하기 위해선 남들보다 빠르게 트렌드를 파악할 줄 알아야 한다. 이를 위해서는 게임을 비롯해 영화, 만화, 소설 등 다양한 문화 경험이 요구된다.
- ③ **창의력** 기존에 이미 나왔던 소재 외에 참신하고 새로운 게임 소재를 발굴해야 한다.

취업 플러스 요인+ 워드와 엑셀, 파워포인트 등 문서 작업을 능숙하게 할 줄 알아야 한다. 엑셀을 사용하는 경우가 많은데, 컴퓨터 게임은 대개 수많은 데이터들로 이루어져 있어 이를 관리해야 하기 때문이다. MS 자격증을 취득해두는 것도 도움이 된다. 이 외에 포토샵이나 일러스트레이터 등의 그래픽 툴도 다룰 줄 알면 좋다.

공연기획자

뮤지컬·오페라·콘서트·연극 등 다양한 작품을 선정해 무대에 올린다. 해외 작품의 라이선스 계약을 통해 공연을 국내에 들여오거나, 국내 창작 작품을 기획하기도 한다. 또한 공연에 출연하는 배우를 캐스팅하고 제작 인력을 확정하는 일도 처리한다. 공연기획자 역시 제작팀·홍보팀·마케팅팀 등 다양한 부서와 유기적인 관계를 이루고 있다.

관련 학과 공연기획과, 극작과, 문화콘텐츠학과, 공연제작예술학부, 예술경영학과, 연극영화학부 등

필요 능력

- ① **추진력** 수많은 사람들과 의견을 조율해야 하고, 기획한 공연을 총괄하기 위해 반드시 필요하다.
- ② **공연 지식** 공연기획의 경우 반드시 관련 학과를 전공해야 하는 것은 아니다. 그러나 뮤지컬·연극·오페라 등 다양한 공연 지식을 가지고 있어야 효율적인 업무를 진행할 수 있다.
- ③ **체력** 몸 쓰는 일도 아닌데 왜 체력이 필요냐고? 공연기획의 경우 주말, 공휴일 없이 업무가 진행되기 때문에 튼튼한 체력은 필수다. 또한 국내 공연기획자의 대부분이 여성이다. 그렇기에 무거운 것도 번쩍번쩍 들 줄 아는 체력이 요구된다.
- ④ **위기 대처능력** 언제 발생할지 모르는 위기상황이나 긴급 상황에 빠르게 대처할 줄 아는 자세와 기술이 필요하다.

취업 플러스 요인+ 공연과 관련된 인턴이나 아르바이트를 해볼 것. 공연기획자에게 어떤 신입사원을 뽑고 싶은지 물으니, 관련 아르바이트나 인턴을 통해 공연에 대한 열정을 보여주는 사람을 선호한다고 답했다. 다양한 공연 관람을 통해 얻은 점을 자기소개서에 기술하는 것도 플러스 요인으로 작용할 수 있다.

게임기획자

게임용 소프트웨어 제작과 관련된 모든 사항을 총괄한다. 최근에는 모바일 게임이 강세를 보이면서 게임기획자의 필드가 넓어지고 있는 추세. 게임기획자는 소비자들이 좋아하고 원하는 게임이 무엇인지를 파악하고 소비자의 욕구에 맞는 새로운 게임을 제작한다. 상품화된 게임이 수익을 올릴 수 있는지 판단하고 게임의 홍보, 마케팅 전략에도 참여한다.

출판기획자

어떤 책을 만들지에 대한 아이템을 잡고 저자를 섭외하는 등 한 권의 책을 기획하는 사람을 말한다. 베스트셀러, 유명한 소설책 등이 모두 이들의 손을 거쳐 세상에 나오게 된다. 출판기획 역시 최근 독자들이 원하는 트렌드에 맞는 내용을 기획하고 그에 맞는 저자를 섭외해야 하기 때문에 시장 조사 및 트렌드 파악을 게을리해서는 안 된다.

관련 학과 국문과, 신문방송학과, 문예창작과, 문화콘텐츠학과 등

필요 능력

- ❶ **독서 경험** 출판기획자에게 독서는 필수 사항이다. 따라서 출판기획자는 시장에 나와 있는 다양한 분야의 도서를 늘 접하고 있어야 한다. 독서 경험이 많을수록 독자가 원하는 아이템을 캐치하기 쉽기 때문이다.
- ❷ **섭외 능력** 좋은 저자를 알고 있다고 해도 섭외가 되지 않는다면 원하는 책을 기획하기 어렵다. 따라서 출판기획자의 경우 저자를 섭외하는 능력이 요구된다. 이를 구축하기 위해 해선 협상 능력, 커뮤니케이션 능력이 갖춰져 있어야 함은 물론, 저자에게 신뢰를 줄 수 있는 태도를 지녀야 한다. 책의 성격에 맞는 적합한 저자를 발굴하는 능력도 필요하다.
- ❸ **끈기** 단 한 번의 작업으로 완성도 높은 책이 나오지 않는다. 출판기획자는 원고부터 디자인까지 하나의 단행본에 관한 모든 것을 체크해야 하는데, 이때 기획한 대로 결과물이 나오지 않을 경우 재작업해야 하는 경우가 많다. 따라서 원하는 단행본을 출간하기 위해서는 재작업이 반복되는 상황을 버틸 수 있는 끈기가 요구된다.

취업 플러스 요인+ 최근 외국어 서적이 번역되어 국내에 출간되는 경우가 많다. 따라서 뛰어난 외국어 능력을 갖추고 있다면 후한 점수를 받을 가능성이 높다. ❶

광고기획자

최근 국내 광고 시장이 커지면서 AE의 역할이 중요해지고 있다. AE라 칭하는 광고기획자는 특정 상품, 서비스에 대한 광고 제작 방향 및 전략을 수립하며, 실제 광고를 제작함에 있어서 감독의 역할을 맡는다. 즉 카피라이터, 마케팅, PR, CF 감독 등 광고에 관한 모든 것을 총괄해야 하기 때문에 관련 업무의 흐름을 파악할 수 있어야 한다.

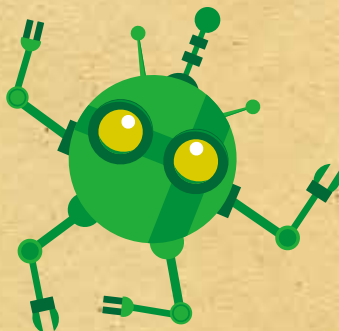
관련 학과 광고홍보학과, 신문방송학과, 광고창작과, 산업광고학과, 광고마케팅학과 등

필요 능력

- ❶ **창의성(아이디어)** 참신한 광고를 제작하기 위해 절대 빠질 수 없는 역량이다.
- ❷ **커뮤니케이션 능력** 마케팅, 홍보, 카피라이터 등 다양한 사람과 협업해야 하고, 자신의 요구를 정확히 전달하기 위해서는 커뮤니케이션 능력이 필수다.
- ❸ **협상 능력** 광고주와의 효율적인 타협을 이끌어내야 한다.
- ❹ **유연성** 돌발 상황에 빠르게 대처할 수 있는 능력과 유연성이 요구된다.

취업 플러스 요인+ 광고 공모전과 대외활동을 통해 다양한 경험을 해볼 것. 기업에서 진행하는 인턴십에 도전하는 것도 업무 경험을 쌓기 위한 좋은 경험이다. 코바코 광고교육원, 광고연구원 등 광고·홍보 관련 교육기관에서 수업을 듣는 것도 도움이 된다.

관련 대외활동 대홍기획 대학생 광고대상(2013년 기준 30회), 제일기획 대학생 광고 공모전(2012년 기준 34회), HS애드 대학생 광고대상(2013년 기준 26회), 대한민국 대학생 광고 경진대회



PART 4

Behind Story

재미로 보는 기획



분야별 기획직 직업어...56 기획, 아는 만큼 잘한다...58 기획력이 금이다...60
기획자가 즐겨 찾는 웹사이트...62

영어가 많은 기획 직무의 용어들

기획 직무에서는 영어 약자로 된 전문 용어가 많이 쓰이는 편이다. 처음 마주하는 용어들이 어색하고 어렵겠지만, 들여다보고 또 들여다보면 익숙해질 것이다. 각 분야별 기획직무 관련 전문 용어들을 살펴보자.

: OFFLINE

오프라인 기획 용어(경영 부문)

- **SG&A**(Selling General & Administrative Expenses) 재무제표상 판매관리비를 통칭하는 용어
- **S&D**(Sales & Distribution Expense) 영업 부문 비용
- **A&M**(Advertising & Marketing Expense) 마케팅 부문 비용
- **OP**(Operating Profit) 법인세 차감 전 영업이익으로, 내부 이익을 파악할 때 주로 사용되는 용어
- **EBITDA**(Earning Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) 비현금적 비용을 제외해 실질적으로 기업이 창출한 가치를 정확히 반영한 이익
- **CAGR**(Compound Annual Growth Rate) 몇 년 치의 평균 성장률로, 매출 등 추이 트렌드 분석에 사용
- **BEP**(Break Even Point) 손익분기점. 손익을 다루는 기획 부서에서 많이 사용되는 용어
- **CAPEX**(Capital Expenditure) 자본적 지출. 회계 용어 중 하나로 회사에서 지출된 비용이 당기의 소모성 비용이 아니라 향후 지속적인 효과를 나타내는 지출을 지칭하고 설비 투자 등 투자를 결정할 때 중요한 지표가 됨
- **ABC**(Activity Based Cost) 원가/관리 회계에 사용되는 용어. 실제 회사에서는 매출부터 시작해서 원가, 비용까지도 실제 관련 활동으로 분류해서 관리
- **AOP**(Annual Operating Plan) 매년 사업계획 시 수립된 지표들을 통칭하는 용어로, 실적과 계획을 비교할 때 주로 사용됨
- **ACT**(Actual) 실제로 발생한 숫자를 지칭하는 용어
- **YAG**(Year ago) 전년도를 지칭하는 용어로 내부 보고서에 사용
- **FCST**(Forecast) 실적이 아닌 향후 추정치를 보고할 때 사용되는 용어
- **BRM**(Business Review Meeting) 매월 실적 보고·회의 시 사용하는 용어

온라인 기획 용어(게임, 웹 부문)

- **RPG**(Role Playing Game) 어떤 목적을 위해 역할을 수행하며 등장인물의 특정한 성격을 이용해 게임을 풀어나가는 방식이다. 체험 위주의 게임으로, 가상공간 내에서 게임을 진행하면서 주인공이 성장해가며 역할 분담 방식으로 일정한 목적을 달성하는 테마 게임
- **MUD**(Multi User Dungeon) Multi User Dungeon, Multi User Dimension, Multi User Dialog의 준말. 주로 텍스트 위주로 게임을 하는 장르
- **MUG**(Multi User Game) Multi User Game 혹은 Multi User Graphic의 준말. 기존의 PC 게임 환경을 온라인상에서 표현한 것
- **RU**(Register User) 해당 기간 동안 캐릭터를 생성한 회원 수
- **MUV**(Multigame Unique Visitor) 해당 기간 동안 게임 클라이언트에 로그인하여 실제 게임을 플레이한 회원 수
- **TS**(Time Spent) 해당 기간 동안의 평균 플레이 타임(분). 로그인에서 로그아웃까지의 시간
- **MTS**(Multigame Time Spent) 해당 기간 동안의 평균 실제 플레이 타임(분)
- **ARPU**(Average Revenue Per User) 해당 기간 동안의 구매 유저 1인당 평균 구매액
- **IA**(Information Architecture) 콘텐츠나 서비스에 직관적으로 접근할 수 있게 정보를 설계하는 것
- **Storyboard**(SB/화면설계서) 프로젝트를 진행할 때 작업자들이 작업 범위 및 요구사항을 쉽게 알 수 있게끔 기획 의도와 구현 화면, 기능을 상세하게 정의한 문서
- **GNB**(Global Navigation Bar) 최상위 메뉴로, 보통 페이지 전체의 사이트 상단에 고정 위치
- **LNB**(Local Navigation Bar) 각 서브페이지의 성격에 따라 구분된 메뉴. 주로 left menu라고 혼용
- **Depth** 메뉴의 단계를 의미하는 용어로, 1depth, 2depth 등으로 불리며 단계가 깊어질수록 세부 카테고리
- **Footer** 페이지 하단에 위치한 공통 노출 요소로, 주로 회사 정보, 약관, 고객센터, 저작권 표시 등이 포함
- **PG**(Payment Gateway) 신용카드, 계좌이체, 핸드폰 결제 등 시스템을 제공하는 결제대행 업체
- **CPC**(Cost Per Click) 광고주가 배너가 클릭된 횟수에 따라 광고비를 지불하는 방식
- **CPM**(Click Per Mille) 배너가 몇 번 노출되는가에 따라 광고비를 지불하는 방식. 대부분 1,000임프레션(impression) 단위로 카운트
- **CTR**(Click Through Ratio) 광고가 노출당 클릭되는 비율 ①

: ONLINE

기획, 아는 만큼 잘한다!

아는 만큼 보이고, 보이는 만큼 구체적으로 기획할 수 있다. 기획과 관련한 다양한 정보들을 살펴보자.

기획과 계획의 차이는 무엇일까?

- **기획(企劃, Planning):** 일을 피하여 계획함.
- **계획(計劃, Plan):** 앞으로 할 일의 절차, 방법, 규모 따위를 미리 헤아려 작정함.

사실 기획과 계획은 한 곳 차다. 일을 잘 처리하기 위해 사전에 준비하는 일련의 과정을 일컫는다. 하지만 좀 더 깊게 들여다보면 기획이 계획보다 더 고차원적이고 높은 수준의 작업임을 알 수 있다. 예를 들어 내년도 회사 임직원 승진을 추진한다고 할 때, 계획은 승진시킬 인원을 추리고 승진 발표일에 맞춰 대상자를 공지하는 일의 순서와 일정을 짜는 것이다. 하지만 기획은 앞으로 회사가 추진해야 할 사업에 집중하기 위해 해당 부서의 직원을 승진시키는 것이 좋을지 또는 승진 없이 신규 인력을 채용할 것인지 등의 손실을 염밀히 따져 일을 계획하고 추진하는 일을 말한다. 즉 기획을 하고 나서 그에 맞춰 계획을 이행하는 것으로 이해하면 되겠다.

영업사원은 기획력이 필요 없을까?

어느 직군에 있든 어떤 직책을 맡든, 일을 효율적으로 처리하기 위해서는 누구나 기획력을 갖추고 있어야 한다. 간혹 단순 작업을 반복하는 생산라인에 근무하는 직장이나 갓 입사한 신입사원의 경우, 위에서 시키는 일만 잘하면 되는데 굳이 기획력이 필요하냐고

반문할 수도 있다. 특히 권위적이며 수직적인 문화를 가진 기업에서 일하는 직장인들은 CEO 또는 상사가 결정한 내용이 명령처럼 내려오면 그에 맞춰 시키는 일만 하게 되기 때문에 기획력이 필요 없다고 생각할 수도 있다. 하지만 최근 많은 기업들이 수평적이고 자유로운 기업문화 만들기 위해 앞장서고 있고, 이처럼 조직이 개방적일수록 직원들은 스스로의 일에 책임과 권한을 갖게 되며 자신이 맡은 일이 크든 작든 기획을 세워 일을 진행해나가야 한다. 결국 기획은 특별한 부서 사람들 혹은 특별한 지위에 있는 사람들만의 고유 업무가 아니다. 기획은 누구나 하는 업무여야 하고 실제로 누구나 하고 있다.

머리가 좋으면 손발이 편하다?

기획을 잘하면 개발자와 디자이너, 마케터들이 편하다. 게임기획을 예로 들어보자. 프로그래머들은 기획자가 작성한 '기획서대로만' 프로그래밍한다. 기획안대로 결과물을 만든다는 것은 좋은 것이지만, 반대로 생각해보면 기획안에서 더 발전된 결과물이 나오기 어렵다는 뜻이기도 하다. 때문에 기획자가 미처 생각지 못한 게임 구현상의 문제가 있다면 이는 고스란히 프로그래밍된 결과물에 나타나기 마련이다(개발자가 창의력 없이 시키는 일만 한다는 뜻은 아니다). 때문에 기획자들은 내가 무엇을 기획하고자 하는지 목표를 명확히 하고, 그것을 이용하는 고객이 누구이며, 고객들이 내가 기획한 상품 또는 서비스를 이용할 때 어떤 반응을 보일지, 최종적으로 어떤 결과

물이 우리 회사에 돌아와야 하는지 등에 대해 충분히 인지하고 있어야 한다. 그리고 그러한 기획 의도에 맞춰 상세한 기획안을 작성해야 협업하는 여타 부서의 동료들이 편하게 작업할 수 있다.

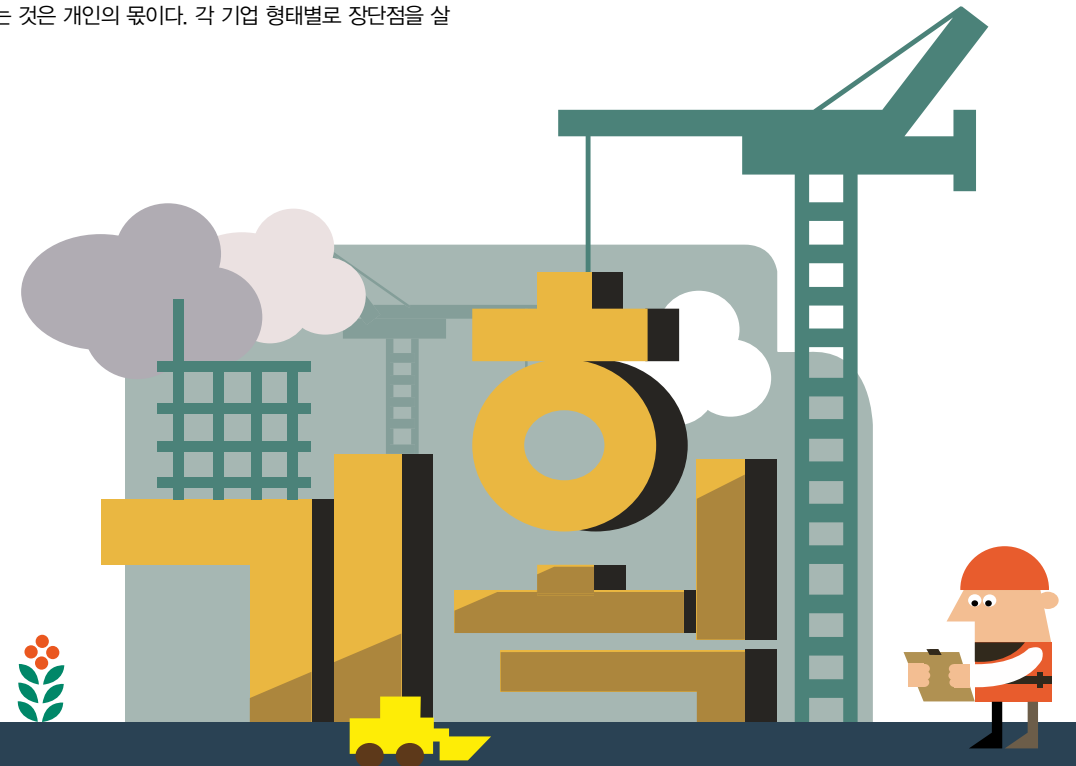
기획을 위해선 벤치마킹을 잘해야 한다?

모든 일의 시작은 기획에서 시작한다. 잘 만든 기획서가 사업의 성패를 좌우한다고 봐도 무방하다. 그렇다면 좋은 기획서란 무엇인가? 간혹 획기적인 아이디어를 반영한 것이라고 생각하기 쉬우나, 결국 좋은 기획서란 고객으로부터 주목받는 것, 사업의 수익성을 극대화시킬 수 있는 것이다. 즉, 시장에서 성공한 사업을 만들어낸 기획서가 좋은 것이라고 볼 수 있다. 그리고 성공하는 기획서의 조건은 우리 회사 또는 기업이 속한 산업에 최적화시키는 것이다. 이는 얼마나 실행 가능하게 구체적으로 작성된 것인지에 따라 판가름난다. 때문에 어느 날 문득 획기적인 아이디어가 떠올라 뚝딱 하고 기획서가 만들어지는 것이 아니라, 평소 관련 산업과 시장의 동향을 분석하고 경쟁사의 서비스나 상품 등을 벤치마킹하며 그것을 우리 것에 맞게 가장 잘 수정하는 것이 좋은 기획서를 만들 수 있는 지름길이다.

기획을 잘하려면 큰 회사에서 배워야 한다?

중소기업과 대기업은 저마다의 장단점이 분명히 있기 때문에 결국 이를 선택하는 것은 개인의 몫이다. 각 기업 형태별로 장단점을 살

펴보자. 대기업 기획팀으로의 입사는 경쟁률이 높아 취업 성공률이 낮다. 대신 일단 입사하고 나면 연봉이 상대적으로 높고 많은 예산과 인력을 투자할 수 있는 대형 프로젝트를 기획할 기회를 얻을 수 있다. 또한 직원 교육 프로그램이 다양해 직무 관련 지식을 체계적으로 배울 수 있다. 반면, 직원 수가 많고 직급 체계가 명확해 그 안에서 개인적인 능력과 개성을 발현할 기회가 적다. 중소기업의 경우 대기업에 비해 지원자 간 경쟁률이 낮아 취업이 용이한 편이며, 대신 초임 연봉은 대기업보다 적게는 몇백만 원, 많게는 천만 원까지도 낮을 수 있다. 하지만 작은 회사일수록 근무 분위기가 자유롭고 직원 복지혜택이 우수한 곳이 많다. 또한 신입사원이라 할지라도 다양한 프로젝트에 바로 투입돼 실무 감각을 빠르게 익힐 수 있고, 프로젝트의 리더로서 주도적으로 일을 처리할 수 있는 권한도 가질 수 있다. 간혹 대기업에 들어갈 스펙이 되지 않아 어쩔 수 없이 중소기업에 입사한다는 사람들도 있다. 하지만 중소기업이라고 해서 단점만 있는 것은 아니므로 본인이 속한 조직에서 얼마나 잘 적응하고 열심히 일하느냐에 따라 5년 후, 10년 후 나의 모습이 달라질 수 있다는 것을 명심해야 한다. ①



예비 기획자, 기획력을 길러라!

기획자에게는 분석력, 창의력, 예측력 등 다양한 역량이 요구된다. 그중 기획력은 기획자가 반드시 갖춰야 하는 기본 중의 기본이다. 예비 기획자를 위한 기획력 향상법을 공개한다.



시간 관리하기

시간 관리가 철저한 사람은 일을 허둥지둥 처리하는 법이 없다. 시간을 적절하게 분배할 줄 알아야 효율적인 기획 스케줄을 잡을 수 있다.



메모하는 습관 기르기

메모하는 습관은 정보를 얻는 데 매우 중요한 역할을 한다. 단, 모든 내용을 기록하려 하기보다는 키워드 중심으로 메모하는 게 좋다. 좋은 생각이 나더라도 그것을 기억하는 데는 한계가 있기 때문이다.



정보는 금이다

기획력은 결코 우연히 얻어지는 게 아니다. 다양한 것을 보고, 듣고, 경험해야 우수한 정보를 갖출 수 있고, 이는 탄탄한 기획력의 기반이 된다. 또한 인사이트를 갖기 위해선 많은 정보가 동반되어야 한다.



SNS 활용하기

탄탄한 기획력을 갖추기 위해선 많은 정보가 필요하다. 그러나 국내 정보로는 한계가 있게 마련. SNS를 활용하면 보다 생생한 국내외 정보를 알 수 있을 뿐 아니라 트렌드를 파악하는 데도 도움이 된다. 트위터, 페이스북, 그리고 'Feedly'와 같은 리더기를 이용해 다양한 정보를 얻을 수 있도록 노력하자. 해외 뉴스를 챙겨보는 것도 좋다.



Tip 영어 공부 필수!

영어 공부는 모두에게 피할 수 없는 숙명이다. 실제 기획자에게 '기획력을 쌓기 위해 어떤 노력을 하느냐'고 물어보니, 저마다 다양한 방법이 있지만 대부분 영어 공부가 중요하다고 답했다. 다채로운 정보를 얻어야 하는 기획자는 국내외 정보를 두루두루 접해야 하기 때문이라고.



예측하는 습관 기르기

평소 예측하는 습관을 길러두면 기획력 향상에 도움이 된다. 주변에서 가장 쉽게 접할 수 있는 영화나 소설을 이용해보자. 영화나 소설을 접할 때 스토리가 어떻게 이어질 것인지, 또 결말이 어떻게 날 것인지 등을 예상하며 상황을 예측하는 습관을 들이는 것. 이와 같은 습관은 예측력과 분석력을 강화할 뿐 아니라 기획력을 향상하는 데도 효과적이며, 미래의 상황을 보는 눈도 키울 수 있다.



문제의식 갖기

같은 상황을 대하더라도 문제의식을 가지고 접근하는 것과 그렇지 않은 것의 차이는 매우 크다. 일상에서 'Why'와 'What if'의 질문을 자주 던지면 주변에 널려 있는 아이디어를 잘 캐치할 수 있다. 단, 질문을 던질 때는 질문의 프레임 잡는 것이 중요하다. 질문의 프레임이 잘 짜여 있어야 좋은 답을 얻을 수 있기 때문이다.



이타적인 자세 갖기

기획자는 PM(Project Manager)의 역할을 자주 맡기 때문에 커뮤니케이션 능력이 필수다. 커뮤니케이션 스킬을 늘리기 위해선 가장 먼저 상대방의 이야기를 경청하는 자세를 갖춰야 하고, 이를 위해서는 평소 타인을 배려할 줄 아는 이타적인 자세가 필요하다.

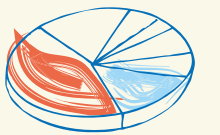


멘토 찾기

높은 기획력을 갖춘 사람을 멘토로 지정해 그 사람의 행동, 특징 등을 분석하고 벤치마킹하는 것도 좋은 방법이다. 처음 멘토를 지정할 땐 학교 선배, 교수님 등 자주 접할 수 있는 사람을 선택하는 게 좋다. 만약 멘토를 찾기 힘들다면 성공적인 기획서나 사례를 찾아 정보를 수집하거나 평소 멘토로 삼고 싶었던 유명인의 책을 찾아 배우는 것도 요령이다.

원칙 세우기

자신만의 기획 원칙을 세워볼 것. 여기서 말하는 기획의 원칙은 단계를 세우는 것을 말한다. 예를 들어 기획을 할 때 처음에는 문제에 대한 질문을 던져본다든지, 정보는 어떤 방법으로 수집할 것인지 등에 대한 기준을 세우는 것이다. 자신만의 기준이 있다면 훨씬 수월하게 기획할 수 있다.



준비는 단단하게

기획은 사후 기획보다 사전 기획이 더 꼼꼼하게 이루어져야 한다. 평소 어떠한 일을 하고자 할 때 사전 준비를 꼼꼼하게 하는 습관을 들일 것. 기초가 단단한 탑은 쉽게 무너지지 않는다. ①

기획력이 중요한 이유

기획의 기초는 기획력(企劃力)이다. 혁신의 아이콘故스티브 잡스(Steve Jobs) 역시 뛰어난 기획력을 통해 세계 트렌드를 뒤바꾼 제품을 선보였다. 이처럼 탄탄한 기획력은 강한 경쟁력이 되고, 자신의 재능을 키우는 데도 중요한 역할을 한다. 또한 이러한 기획력을 지닌 사람은 앞으로 접하게 될 모든 상황에 적극적이고도 당당한 태도를 가질 수 있다. 따라서 예비 기획자를 꿈꾼다면 평소 습관을 통해 탄탄한 기획력을 기를 수 있도록 노력할 것.

PLANNER'S BOOKMARKS

인간의 의식은 고작 뇌 용량의 5%에 불과하다.
 95%는 무의식에서 나오는 '직감'이다.
 관찰하고, 탐구하고, 상상하고, 창조하기 위한
 통찰력은 하루아침에 생기지 않는다.
 평범한 콘텐츠를 빛내는 기획을 할 것인가?
 뛰어난 콘텐츠를 물어버리는 기획을 할 것인가?
 프레젠테이션 빈도가 잦은 기획자들은
 비주얼 임팩트를 살려 발표 자료를 구성해야 한다.
 기획 의도를 설득력 있게 나열하고
 포장해 보여주는 것도 실력이다.
 아래 현직 기획자들이 즐겨 찾는 웹사이트를 소개한다.

INSIGHT

	www.seri.org
	www.lgeri.com
	dl.nanet.go.kr
	www.ted.com
	www.slideshare.net
	www.dbcut.com
	www.quora.com
	www.gapminder.org

VISUAL IMPACT

	www.pinterest.com
	grafi.kr
	www.colourlovers.com
	www.informationisbeautiful.net
	create.visual.ly
	css4free.com
	htmlcss.kr

PART 5

Epilogue

잡코리아 소식

대학생 해외 탐방 프로젝트 · 잡코리아 글로벌 프리랜터 .. 64 예비 기획자, 잡코리아U로 공부하라! .. 66
 당신을 기획자로 만들어줄 효과빠른 잡코리아! .. 68 Job Times '기획 편' 발행 후기 .. 69

Whoever, Whatever, Wherever! 대학생 해외 탐방 프로젝트

잡코리아 글로벌 프런티어 10th

최종 선발 15팀, 해외 탐방금 총 1억 원 수여
접수기간 2013년 9월 2일~11월 6일

참가 대상 국내 2년제 이상 대학(원) 재학 및 휴학 중인 대한민국 국적의 학생
주제 지정 주제 또는 자유 주제 중에서 선택 가능
행사 일정 접수 시작 > 서류 심사 > 지역별 예선 PT > 결선 PT > 합격자 발표 > 탐방 시작

선배들은 어디서 무얼 했나!

잡코리아 글로벌 프런티어가 해외 탐방 공모전인 건 알지만 도대체 어디서, 어떤 탐방을 해야 할지 잘 모르겠다면? 선배 기수의 탐방 내용을 참고하자. 예비 도전자들을 위한 생생한 Tip! 선배들의 탐방 내용을 공개한다.



8기 S사감

글로벌 프런티어 탐방 후 사업화에 성공한 창업의 아이콘



탐방 국가 영국, 프랑스

탐방 기간 2012년 1월 19일~2월 2일

탐방 내용 한국을 방문하는 외국인 관광객이 꾸준히 증가하고 있는 추세. 그에 비해 턱없이 부족한 국내 숙박 시설의 현실을 인지하고, 탐방을 통해 방학 기간 중 대학교 기숙사를 활용한 새로운 숙박 패러다임 제시

탐방 기관 ISH(국제 학생 기숙사) 세계국제기숙사 협회에서 활동하는 민간 자선단체

Dinwiddy House 런던 내 최대 수용 규모의 학생 기숙사
Oxford Wadham College 옥스퍼드의 와드햄 칼리지 기숙사
BIS(영국 고등교육부) 대학 학생 숙박시설 등 기숙사 관련 법안 관리 탐방

Cite Internationale Universitaire 세계 최대 규모를 자랑하는 시메국제대학의 기숙사, 최대 5,700명까지 수용 가능.



9기 로맨틱 드라이빙

한 달간의 장기 탐방 후 최종 우승!

탐방 국가 미국

탐방 기간 2012년 12월 26일~2013년 1월 27일

탐방 내용 고령 운전자를 위한 제도가 우수한 미국에서 면허 갱신제도, 교육프로그램 등을 탐방하고 대한민국 고령 운전자를 위한 안전한 운전환경 모델 제시

탐방 기관 DMW(미국 면허 관리청) 고령 운전자 면허 갱신 시스템과 면허 취득과정 및 교육프로그램 탐방

AARP(미국 은퇴자 비영리 단체) 고령 운전자 교육 프로그램 조사 및 국내에 적합한 모델 방향 설정

AIA(미국 보험 협회) 여러 단체에서 실행되는 고령 운전자 안전교육 프로그램 이수 시 보험 혜택 탐방



예비 기획자, 잡코리아U로 공부하라!

기획자들은 항상 창의적이고 독창적인 아이디어를 고민해야 한다. 더욱 새롭고 획기적인 아이디어를 내는 실력자가 되기 위해 지식을 쌓아야 한다면? 언제 어디서나 틈틈이 잡코리아U로 공부하자!



JOBKOREA U(u.jobkorea.co.kr)란?

9,500여 개의 취업·직무 분야 강의를 스마트폰을 통해 학습할 수 있는 스마트러닝 앱. 다양한 강의를 스마트폰 학습 특성에 적합한 10~20분 단위로 제작해 시간과 장소에 구애받지 않고 원하는 강의를 무제한 학습할 수 있는 게 장점이다. 잡코리아U에 등록된 모든 강의는 서울대 경영학부 교수진을 비롯해 국내 최고의 전문가 그룹이 설계했기 때문에 높은 학습 효과를 기대할 수 있다. 착한 가격도 빼놓을 수 없는 장점! 한 과정당 8~13만 원은 내야 했던 e러닝의 수강비용을 대폭 줄여 한 달에 1만 1천 원이면 9,500여 개의 강좌 중 원하는 강의를 마음껏 들을 수 있을 뿐 아니라 관련 학습교재 다운로드도 가능하다.

(상세 정보는 <http://u.jobkorea.co.kr> 에서 확인 가능)

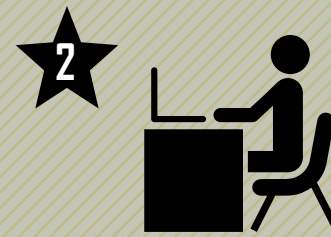


예비 기획자들이 참고하면 좋을 강의



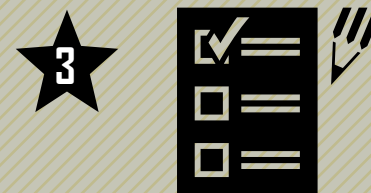
기획의 핵심인 창의력을 키우자!!

- 강의명** 창의적 사고의 기술(Think Wise)
- 강사 프로필** 김창 · 심테크시스템 교육사업부 이사
- 강의 개요** 생각의 도구 '마인드프로세서'를 이용해 창의력을 계발하고 업무 역량을 획기적으로 향상시킬 수 있는 구체적인 실천적 방법을 제시한다.



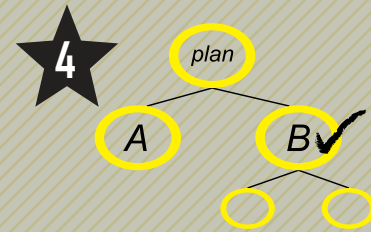
아이디어 발상부터 기획서에 이르는 과정을 알아보자!!

- 강의명** 한 번에 OK 사인 받는 기획서, 제안서 쓰기
- 강사 프로필** 윤영돈 · 윤코치연구소 소장
- 강의 개요** 아이디어 발상법에서부터 기획이 구체화되는 과정에 이르기까지 상세하게 기획서, 제안서 쓰기에 대해 알아본다.



기획의 다양한 과정을 상세히 배워보기!!

- 강의명** 기획력 향상 노하우
- 강사 프로필** 라오니스 기획력 전문 교수진
- 강의 개요** 기획력 있는 부하, 상사가 부러운가? 기획력 향상 노하우를 공개한다.



창조적 리더가 되는 방법을 제시!!

- 강의명** Triz - 창조적 습관이 당신의 미래를 결정한다
- 강사 프로필** 김영한 · (주)창조경영아카데미 대표
- 강의 개요** 창조적 사고와 열정을 가진 인재만이 일류 기업을 이끌어가는 리더가 된다.

더 많은 기획 관련 강의를 맘껏 골라 보고 싶다면~

- STEP 1** 구글 Play 스토어 또는 잡코리아U 사이트에서 어플 다운로드
- STEP 2** 잡코리아U 어플 실행 후, 미리보기 기능으로 관심 강좌 사전 학습
- STEP 3** 9,500여 개 강의를 모두 들을 수 있는 자유이용권 구매
- STEP 4** 원하는 시간과 장소에서 편리하게 학습 (Wi-Fi/3G/LTE 연결 없이 학습하고 싶다면, 강의를 미리 다운받아 실행할 수 있다.)

기획자들이 JOBKOREA U로 공부해야 하는 이유

- ★ 각 강좌가 10~20분 단위로 구성돼 있어 짧은 시간 안에 효율적으로 공부할 수 있다.
- ★ 리포트 제출이 필요한 경우, 강의 관련 자료를 PPT로 다운받아 PT에서 수정 및 활용이 가능하다.
- ★ 이론과 실무경험이 검증된 교수진들이 참여해 강의 퀄리티가 높다.
- ★ 한 달에 1만 1천 원이면 9,500여 개의 강좌 중 원하는 강의를 마음껏 들을 수 있다.



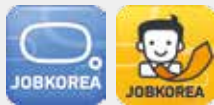
취업, 직무교육, 경력개발,
필요한 건 다 있다!



당신을 기획자로 만들어줄 효과빠른 잡코리아!

JOBKOREA

잡코리아
www.jobkorea.co.kr



잡코리아 앱, 겁나빠른공채 앱
mobile.jobkorea.co.kr

기획직 채용공고가 가장 많은 곳은 어디?

잡코리아에서 '업직종 검색'으로 '기획직' 공고를 찾아보세요. 다른 취업포털 사이트보다 무려 3배나 많은 기획직 채용공고가 올라와 있습니다. (7월 17~26일 채용공고 집계)

잡코리아 와우~ 66,217건 **I사** 겨우 21,672건 **C사** 에게~ 7,991건

바빠도 너무 바빠~~ 채용공고 볼 시간이 없다면?

알바하라, 공부하라, 연애하라. 하루 24시간이 부족하다면? 스마트폰에 '잡코리아'와 '겁나빠른공채' 앱을 깔아두세요. 지하철에서도, 화장실에 앉아서도 채용공고 확인은 물론 이력서 전송까지 가능하답니다.

albamon

알바몬
www.albamon.co.kr

용돈 벌고 직무 관련 아르바이트 경험도 쌓고 싶다면?

요즘은 면접에서 스토리텔링이 대세라죠? 용돈 모아 유럽 배낭여행도 가고, 직무 관련 경험도 쌓고, 이색 알바 경험 쌓아 나만의 스토리도 만들고~ 알바몬을 방문하면 시급 뽕뽕하고 다양한 아르바이트 공고가 무지 많이 올라와 있어요!

대학생 지식포털
CAMPUSmon

캠퍼스몬
www.campusmon.com

공모전 소식, 대외활동 정보가 궁금하다면?

취업으로 가는 지름길, 공모전과 대외활동 경험을 쌓고 싶다면 지금 당장 캠퍼스몬을 클릭하세요. 대기업, 관공서, 외국계 기업 등에서 주최하는 공모전과 대외활동 소식을 가장 먼저 확인할 수 있습니다.



잡코리아 좋은일 연구소
cafe.naver.com/goodlab

나와 같은 취업 고민을 하고 있는 동지들을 만나고 싶다면?

취업 준비, 외롭고 지치시죠? 당신의 마음을 달래줄 동지들이 기다리고 있습니다. 잡코리아 좋은일 연구소 카페에 오셔서 정보 공유뿐 아니라 취업이라는 같은 목표를 가진 친구들과 함께 커뮤니티를 형성해보세요~

약은 약사에게 취업은 효과빠른 잡코리아에서~~~

뮤지컬 <헤이, 자나!>
주인공과 한 컷! 사진의
일등 공신은 바로 끝장단
현진이!



흔쾌히 인터뷰를
도와주신 오리온
전략기획팀 우윤기님.



<잡타임즈> 편집장님께서
예쁜 공주님을 얻으셨어요!!
(귀요미 공돌이는
공주님 선물!)



우리, 뮤지컬 주인공에게
사랑 받았다!!!
(자랑자랑자랑)

포스 작렬! 쌤앤파커스
정현미 팀장님.



발행 후기



나광철

한때 사무실 책상 앞에는 '문화를 이끄는 기획자'라는 글씨가 크게 쓰여 있었다. 내가 기획한 것이 눈앞에 펼쳐졌을 때의 감동, 사람들의 반응, 짜릿했다. 기획 직무에서 일하고 싶은 친구들에게 조언해주고 싶은 말이 있다. 먼저 해당 분야 일을 접해보고 그 뒤에서 준비되고 돌아가는 일들에 대해 생각해보라는 것이다. 예산(단가), 협력사(팀)의 관계, 전문기술용어, 제작과정 및 일정, 마케팅 홍보, 고객의 심리, 트렌드 등등.



박재은

한창 마감 중이지만 지금 내 머릿속에는 온통 여름휴가 생각뿐. 곧 다가오는 휴가를 생각하니 롤루랄라 신이 나고, 저절로 에너지가 충전되는 기분이다. 맛있는 것도 많~~~이 먹고, 신~~나게 놀다 와야지! 께!



박현민

이번 <Job Times>에 처음으로 참여해서 여러모로 쉽지 않았지만, 나중에 받아보면 참 뿌듯할 듯하다. 개인적인 생각이지만, 기획이라는 직무는 매력적인 것 같다. 그러나 그만큼 쉽지 않은 직무인 듯! 창의력, 분석능력, 소통능력 등 다양한 능력을 요구하기 때문인 것 같다. 원래 매력적인 건 그만큼 어려운 법이니, 다들 자신감을 갖고 도전해보시길~



변지성

우리 회사 기획자들만 봐도 종노동과 야근에 시달리고, 가끔 책상에 엎드려 있으면 웬지 한 번 흔들고 지나가야 할 것만 같은... 하지만 그들의 그러한 고뇌와 노력이 새로운 서비스와 판타스틱한 신제품을 만날 수 있도록 하는 것이 아닐까. 대한민국 모든 기획자들의 반짝반짝 '기획 파워'를 응원합니다!



정주희

7월과 8월 무더운 여름을 <Job Times> 만들어 잘 보낸 것 같다. 덕분에 여름휴가는 반납했지만 인터뷰와 멋진 시간도 보냈고, 직무에 관한 다양한 지식도 얻을 수 있었다. <Job Times>가 진로 고민으로 힘들어하는 많은 청춘들에게 좋은 길잡이가 돼 주리라 믿는다!



천재니

네이버 좋은일 연구소 카페에 들어오면 취업과 직무에 관한 알찬 정보가 가득하다. 어떤 정보가 있느냐고? 안알라쥬!! (직접 들어와서 확인해보고!^^~)



현영은

현실적인 상상을 해서 손에 잡히도록 만드는 일을 하는 사람들이 기획자인 것 같다. 생각이 많으나 집중과 선택을 잘하며 논리적으로 나누고 모으는 것에 능숙한 사람에게 '기획직'을 추천한다.

잡코리아 좋은일 연구소(http://cafe.naver.com/goodlab)를 방문하면, Job Times '광고·홍보 편', '디자인 편', '영업 편', '인사(HR) 편', '마케팅 편' PDF를 무료로 다운로드 할 수 있습니다.

