

1. 품질관리 실무자 양성과정 (3일, 21시간)

관련 NCS > 0204020114 지속적개선활동

교육대상 > 제조업 품질관리 분야 취업을 예정중인 전북대학교 재.휴학생 및 졸업생

- 교육목표 >
- ▶ 품질 기본 마인드 함양 및 현장의 품질관련 실무 추진 방법을 학습
 - ▶ 데이터를 바탕으로 통계적 관점에서 객관적인 품질개선활동 추진 능력을 함양

프로그램 특징 >



참여형 강의를 통한 **몰입도** ↑



실습 및 발표를 통한 **내재화** ↑



※취득조건: 80% 이상 출석 및 평가 70점 이상

수료증 취득을 통한 **전문성** ↑

1. 품질관리 실무자 양성과정 (3일, 21시간)

		Day 1	Day 2	Day 3
NCS 시간		0204020110 품질경영/품질보증	0204020108 품질관리(QC)	0204020114 품질개선(QI)
10:00	Theme 1. 품질경영개요 1. 고객만족 품질경영의 개요 2. 품질의 이해와 품질조직의 역할		Theme 3. 현장품질관리 1. 현장품질관리의 중요성 - 현장 품질관리를 위한 4대요건 2. 품질관리를 위한 기초통계 3. 기업의 현장 품질관리 사례연구	Theme 6. 현장개선 QC기법 1. 현장개선의 방법과 절차 - 현장개선을 위한 문제해결 개념도 2. QC 7가지 도구의 작성과 활용 - 실습을 통한 QC기법 활용 연습
11:00				
12:00				
13:00	중 식			
14:00	Theme 2. 품질보증 1. 품질시스템(Quality System)과 품질보증체계 2. 품질경영시스템(ISO) 인증		Theme 4. 품질검사 1. 검사의 유형과 검사원의 역할 2. 샘플링검사와 검사효율화 3. 기업 품질검사 운영 사례 Theme 5. 통계적공정관리 1. 통계적 공정관리(SPC) 2. 공정 모니터링을 위한 관리도 활용 3. 공정능력 평가 및 개선	Theme 7. 문제해결과 개선제안 1. 창의적 문제해결 - 창의적 문제해결 절차, 아이디어 발상, 평가, 기법 2. 분임조활동 단계별 추진 - 분임조 활동의 요령과 현장개선 방법 ※ 시험평가
15:00				
16:00				
17:00				

2. 마케팅 실무자 양성과정 (3일, 21시간)

관련 NCS > 02010301 마케팅전략기획

교육대상 > 마케팅 분야 직무 취업을 희망하는 전북대학교 재·휴학생 및 졸업생

- 교육목표 >
- 시장과 소비자의 요구를 분석하고 이에 적합한 컨셉개발 방법과 개발 프로세스 습득
 - 마케팅 기획 프로세스에 따라 각 단계별로 필요한 전략을 구체적인 분석
 - 통합적/전략적 마케팅 믹스 설계법을 배우고 이를 실무에 적용하는 기법 습득

프로그램 특징 >



워크숍, 토론을 통한 실무역량 강화



※취득조건: 80% 이상 출석 및 평가 70점 이상

수료증 취득을 통한 전문성

Selling vs. Sales vs. Marketing		4P Mix 관점에서의 B2C와 B2B 마케팅의 구분		
구분	Selling	구분	B2C	B2B
Selling		Product		
Sales		Price		
Marketing		Place		
		Promotion		

Worksheet 활용 이해도 제고

2. 마케팅 실무자 양성과정 (3일, 21시간)

		Day 1	Day 2	Day 3
NCS 시간		0201030108 마케팅전략 계획수립	0201030110 STP전략 수립	0201030112 마케팅믹스전략 수립
10:00	1. 마케팅전략 Overview - 마케팅 담당자의 역할과 비전 - 마케팅 전략의 개념과 문제인식의 논리적 사고 - 마케팅 전략 수립의 중요성 및 프로세스 이해	4. 고객가치의 발견 - 비즈니스 세분화 및 전략적 환경분석 - 경쟁자 및 자사 강약점 분석 / 시장의 기회, 위협요인 분석	7. 4P Mix (1) : 제품과 가격 - 파괴적 혁신을 통해 고객이 원하는 제품 만들기 - 전략적인 가격 책정 기법 이해	
11:00				
12:00				
13:00	중 식			
14:00	2. 2020년 마케팅 트렌드의 이해 - 2020년 마케팅과 소비자의 트렌드 - 주요 마케팅 트렌드 이해를 통한 마케터로서의 마인드 배양	5. 고객 발굴을 위한 STP 전략 (1) : Segmentation and Targeting - 시장세분화 및 세분시장 분석 및 평가 - Targeting과 고객 profiling	8. 4P Mix (2) : 유통과 촉진 - 변화하는 유통환경과 이에 대한 대응전략 - 고객 중심의 효과적인 마케팅 커뮤니케이션	
15:00				
16:00	3. 전략적 마케팅 계획수립 과정의 이해 - 전략의 개념과 문제인식의 논리적 사고 - 마케팅 전략기획의 프로세스 이해 및 주요 활용 Tool의 이해 - 마케팅전략의 핵심요소 - STP 전략의 이해 및 활용	6. 고객 발굴을 위한 STP 전략 (2) : Positioning - 소비자 심리와 고객가치의 정교화 - 소비자 구매결정 프로세스의 이해 - 세분화/타겟팅을 활용한 자사 및 상품에 맞는 포지셔닝 구축	9. 마케팅 실행 성공/실패 사례 분석 - 전략적 마케팅 실행 사례 분석과 실무 적용 - New Media 최신 마케팅 적용 사례의 이해 ※ 시험평가	
17:00				