

[마케팅전문가] 마케팅 트렌드 및 전략수립

○ 수강 차시 : 총 24차시

○ 학습기간 : 30일

○ 재생시간 : 13시간

○ 재생시간은 퀴즈와
summary를 제외한 영상시간
입니다. 하루8차시를 초과하여
수강할 수 없습니다.

본 과정은 빅데이터 비즈니스의 핵심을 이해하고, 데이터를 기반으로 마케팅·광고·브랜드 전략을 수립하는 방법을 체계적으로 학습하도록 구성되었습니다. 브랜딩의 필요성과 원리를 쉽게 이해할 수 있도록 설명하며, 디지털 시대에 변화한 광고·마케팅 방식과 실무 적용 전략을 제공합니다. 또한 차별화된 고객가치를 개발하고 이를 효과적 으로 전달하기 위한 마케팅 믹스(4P) 전략을 익혀 실무 전반에 활용할 수 있는 인사이트를 강화합니다.

학습 목표

01

빅데이터에 대한 마케팅적 가치를 이해할 수 있다.

02

빅데이터 분석 기반의 마케팅 인사이트 탐색방법을 숙지할 수 있다.

03

마케팅 데이터 분석 및 해석을 위한 효과적인 방법을 이해할 수 있다.

학습 대상

01

마케팅, 브랜딩, 홍보, 커뮤니케이션 부서 담당자(BM, PM, 마케팅팀, 홍보팀)

02

광고대행사, 디지털/소셜 대행사 AE, 플래너, 크리에이터

03

브랜드 커뮤니케이션 전략수립에 관심있는 마케팅, 전략, 기획분야 사원

차시	차시명	러닝타임
1	빅데이터 마케팅의 이해	00:35:44
2	데이터 분석 설계	00:32:08
3	트렌드 분석과 인사이트 도출	00:36:41
4	데이터 수집전략	00:29:22
5	고객 의견 분석전략	00:34:51
6	광고 성과 데이터 분석과 해석	00:37:12
7	데이터 해석 접근법	00:32:57
8	데이터 시각화전략	00:33:35
9	브랜딩의 중요성과 핵심개념	00:34:49
10	광고, 브랜딩, 마케팅 에센스	00:40:46
11	소비자 조사의 모든 것	00:36:26
12	한 장으로 끝내는 마케팅 커뮤니케이션	00:26:32
13	설득 커뮤니케이션의 3대 요소	00:30:35
14	브랜드 만들기 및 브랜드 네이밍	00:35:12
15	디지털 시대의 마케팅과 브랜딩(1) 마케팅의 흐름 및 3P (Participation)	00:38:09
16	디지털 시대의 마케팅과 브랜딩(2) 3P (Proceed, Put Down)	00:32:53
17	가치중심 마케팅전략 수립 및 4P와 4C	00:33:31
18	제품전략 및 핵심가치요소 개발	00:32:13
19	제품전략의 개발방법 및 활용	00:36:52
20	가격전략 및 가격결정 전략	00:30:56
21	가격전략의 결정방법 및 활용	00:37:53
22	유통전략 및 유통채널 운영방법	00:40:15
23	판촉전략 및 판촉수단	00:34:36
24	마케팅믹스 사례와 종합	00:36:51