

스마트 시대의 광고 마케팅

- 수강 차시 : 총 16차시
- 학습기간 : 30일
- 재생시간 : 7시간

○ 재생시간은 퀴즈와 summary를 제외한 영상시간입니다. 하루8차시를 초과하여 수강할 수 없습니다.

인사이트는 애써 찾는 자에게만 속삭인다! 한눈에 뛰어는 디지털 광고의 개념과 생태계 트렌드 제시! “태풍이 불면 어떤 이는 담을 쌓고, 어떤 이는 풍차를 단다.” 이는 태풍을 위기로 여길 것인지, 에너지를 얻는 기회로 여길 것인지에 대한 태도에 따라 다른 결과를 가져온다는 네덜란드 속담입니다. 우리 디지털 시대의 광고 마케팅도 마찬가지입니다. 어떤 이는 소비자의 변화를 기회로 인식해 스마트 시대에 편승하겠지만, 어떤 이는 담 뒤에 숨어 있을 것입니다. 본 과정은 디지털 미디어 시대에 필요한 광고와 마케팅 관련 최신 트렌드와 새로운 흐름을 담아 스마트 시대에 편승하는 인사이트를 담고 있습니다.

학습 목표

01

광고 기술과 경험의 확장, 인공지능이 바꾼 광고, 개인 맞춤형 광고의 진화, 프로그래매틱 광고 기술 등에 대해 이해할 수 있다.

02

제4차 산업혁명 시대에 혁신 기업들이 플랫폼 비즈니스에 집중하는 방법과 미디어환경에서의 공유경제 및 구용경제의 가능성을 파악할 수 있다.

03

온라인 광고와 온라인 동영상 광고를 통한 디지털 광고의 중요성을 파악하고 업무에 응용할 수 있다.

학습 대상

01

광고 마케팅의 트렌드를 파악하여 적용하고자 하는 제품, 서비스 마케팅 담당자 혹은 브랜드 관리자

02

스마트시대의 마케팅 트렌드를 파악하고 업무에 반영하고자 하는 마케팅 관련 담당자 혹은 실무자

03

다양한 디지털 마케팅을 실제 활용하는 방법에 대해 배우고 싶은 직장인

| 차시 | 차시명 | 러닝타임 |
|----|----------------|----------|
| 1 | 광고의 새로운 정의와 유형 | 00:28:08 |
| 2 | 광고 기술(Ad Tech) | 00:26:53 |
| 3 | 인공지능과 광고 | 00:30:38 |
| 4 | 개인 맞춤형 광고 | 00:28:38 |
| 5 | 프로그래매틱 광고 | 00:30:22 |
| 6 | O2O와 공유경제 | 00:30:02 |
| 7 | OTT와 구용경제 | 00:30:22 |
| 8 | 옴니채널 마케팅 | 00:29:56 |
| 9 | 광고 콘텐츠와 커머스 | 00:29:09 |
| 10 | 다중채널 네트워크(MCN) | 00:28:13 |
| 11 | 온라인 광고 | 00:30:39 |
| 12 | 온라인 동영상 광고 | 00:28:02 |
| 13 | 유튜브 광고의 유형 | 00:30:07 |
| 14 | 유튜브 광고 전략 | 00:28:17 |
| 15 | 디지털 사이니지 | 00:31:33 |
| 16 | 미디어 사파드 | 00:31:05 |