

브랜딩 올인원 패키지 Online. 상세 커리큘럼

Course 1: 브랜딩 개요	01
Course 2: 브랜드 전략	02
Course 3: 버벌 브랜딩	03
Course 4: 브랜드 디자인	04
Course 5: 브랜드 커뮤니케이션	05
Course 6: 브랜드 사례 분석	06

Course 1: 브랜딩 개요

회차	주제	세부내용
1	OT	강의 소개 및 인사
2	브랜딩과 브랜딩	브랜딩은 남기는 것
3		인지와 지각
4		브랜드 요소
5		브랜드의 정의와 브랜드 전략
6		브랜드의 개념과 이해
7		브랜드 자산과 재활성화
8	아이덴티티와 포트폴리오	브랜드 아이덴티티란?
9		브랜드 아이덴티티 시스템
10		브랜드 포트폴리오란?
11		브랜드 포트폴리오 전략 -1
12		브랜드 포트폴리오 전략 -2

Course 2: 브랜드 전략

회차	주제	세부내용
1	브랜드 전략 이해하기	브랜딩이란?
2		브랜딩과 "관계"
3		전략과 브랜딩
4		실패하는 브랜딩 전략 -1
5		실패하는 브랜딩 전략 -2
6	브랜드 전략의 기초 세우기	브랜드 코어 벨류 -1
7		브랜드 코어 벨류 -2
8		브랜드 전략의 틀
9		브랜드와 타게팅
10		STP 전략
11		브랜드와 포지셔닝
12	브랜드 전략 실행하기	브랜드 전략 실행하기
13		브랜드 코어를 안으로
14		대체 불가능한 브랜드

Course 3: 버벌 브랜딩

회차	주제	세부내용
1	버벌 브랜딩	버벌 브랜딩 이란?
2		버벌 브랜딩 전략
3	브랜드 네이밍 전략	브랜드 네이밍 기준 -1
4		브랜드 네이밍 기준 -2
5		브랜드 네이밍 전략 -1
6		브랜드 네이밍 전략 -2
7		구매 의사 결정에 따른 네이밍 전략
8		이미지 전달에 따른 네이밍 전략
9		제품 수명 주기에 따른 네이밍 전략
10		브랜드 위상에 따른 네이밍 전략
11		브랜드 확장에 따른 네이밍 전략
12		브랜드 전략 기반 네이밍 전략 수립
13		브랜드 네이밍 쉽게 하기 -1
14		브랜드 네이밍 쉽게 하기 -2
15		상표 검색 및 평가
16	브랜드 슬로건	브랜드 슬로건의 역할과 기능
17		브랜드 슬로건 잘 만드는 방법
18		4가지 관점의 브랜드 스토리 소재 발굴

Course 4: 브랜드 디자인

회차	주제	세부내용
1	브랜드 디자인이란	브랜드 디자인이란
2		브랜드와 디자인의 정의
3		왜 브랜드 디자인인가
4		비즈니스에서 브랜드는 의미가 있는가
5	차별화 관점의 브랜드 디자인	경쟁우위 전략
6		차별화 전략이란 -1
7		차별화 전략이란 -2
8		차별화 전략이란 -3
9		차별화 디자인 Looks (경쟁사 분석)
10	문제해결 관점의 브랜드 디자인	무엇을 위한 디자인인가
11		소비자 욕구 분석
12		문제 정의
13		브랜드 디자인 프로세스
14		브랜드 디자인 케이스 스터디
15	고객 경험 관점의 브랜드 디자인	고객 경험의 정의
16		고객관점의 서비스 디자인
17		서비스 디자인 관점의 문제 분석 및 정의
18		브랜드 아이덴티티와 고객 경험의 개발 -1
19		브랜드 아이덴티티와 고객 경험의 개발 -2

Course 5: 브랜드 커뮤니케이션

회차	주제	세부내용
1	브랜드 커뮤니케이션 개요	브랜드 커뮤니케이션의 개요 및 정의
2		브랜드 경험 설계 및 내부 브랜딩 -1
3		브랜드 경험 설계 및 내부 브랜딩 -2
4	브랜드 커뮤니케이션 준비	브랜드 커뮤니케이션 준비 - 브랜드 아이덴티티 측면
5		브랜드 커뮤니케이션 준비 - 브랜드 포트폴리오 측면
6		브랜드 커뮤니케이션 준비 -IMC 측면 -1
7		브랜드 커뮤니케이션 준비 -IMC 측면 -2
8	스토리 커뮤니케이션	스토리 커뮤니케이션 - 스토리 텔링의 관점 -1
9		스토리 커뮤니케이션 - 스토리 텔링의 관점 -2

Course 6: 브랜드 사례 분석

회차	주제	세부내용
1	브랜드의 진정한 의미	브랜드의 정의
2		브랜드의 진정한 의미
3	글로벌 브랜드의 성공 사례	브랜딩 성공 사례 - NIKE
4		브랜딩 성공 사례 - Apple
5		브랜딩 성공 사례 - Gopro
6	스타트업의 성공 사례	공유 경제의 브랜드
7		공유 경제 대표 사례 - SOCAR
8		롱테일 법칙
9		롱테일 법칙 대표 사례 - 마켓컬리
10	마무리	시사점 및 교훈