

# 콘텐츠 마케팅 올인원패키지 Online 상세 커리큘럼

---

## 목차

1. 브랜딩
2. 콘텐츠 마케팅 전략
3. 콘텐츠 기획
4. 동영상 콘텐츠 제작(Adobe Premiere)
5. 콘텐츠 디자인(Adobe Photoshop)
6. 카피라이팅
7. 브랜드 저널리즘
8. 채널 운영 가이드

\*최종 업데이트 날짜 : 2019년 1월 17일

# 1. 브랜딩

본격적으로 콘텐츠 마케팅을 배우기 앞서 그 기반인 브랜드에 대한 이해를 바탕으로 브랜딩과 브랜드 커뮤니케이션의 정의와 사례. 그리고 브랜딩을 위한 콘텐츠 마케팅 방법론과 사례에 대해서 알아봅니다. 또한, 예산에 맞는 각각의 브랜드 전략은 어떻게 설계해야하는지 전반적인 이해를 다질 수 있는 기초 과정입니다.

## (1) 브랜딩과 브랜드 커뮤니케이션의 정의

---

- 브랜딩이 왜 중요한가?
  - 브랜드의 정의 및 내게 필요한 브랜딩
  - 브랜드 페르소나
  - 커뮤니케이션 구성요소
  - 브랜드 컨셉팅
  - 브랜드 프로모션
  - 네이밍 및 비주얼 브랜딩
  - 브랜드 아이덴티티 관리
- 

## (2) 브랜드 전략과 케이스 스터디

---

- 콘텐츠 리서치
  - 공감할수 있는 메시지
  - 적합한 콘텐츠디자인
  - 상품/서비스 마케팅 포인트
  - 기업들은 브랜딩에 왜 집착하는가?
  - 들러리가 아닌 팔리는 브랜드
  - 퍼스널 브랜딩의 힘
  - 가치있는 소비의 시대
  - 열심히가 아닌 잘하는 기업브랜딩 분석
  - 누구나 브랜드 전략가
  - 고급전략 vs B급전략
  - 지속가능한 브랜드 전략
-

## 2. 콘텐츠 마케팅 전략

효율적으로 설계된 콘텐츠 마케팅 전략이 진행된다면 브랜드 인지도를 높이고, 새로운 고객을 확보할 수 있습니다. 또한, 브랜드 충성도를 높임과 동시에 전환율의 상승하면 비즈니스의 성장과 연결되기도 하겠죠. 본 과목에서는 전략을 구상하기에 앞서 콘텐츠에 대한 이해와 구성요소, 콘텐츠를 전달하는 다양한 디지털 채널에서의 전략과 유통 기획 방법에 대해 배울 수 있습니다.

### (1) 콘텐츠 마케팅 전략

---

- 마케팅 환경의 변화와 미래
  - 브랜드 자산의 개발과 정리
  - 라이프스타일의 변화
  - 소비자와 디지털 콘텐츠
  - 디지털 콘텐츠의 이해
  - 콘텐츠와 콘텐츠
  - 콘텐츠의 구성 요소
  - 콘텐츠를 규정하는 마케팅 전략
  - 콘텐츠 마케팅의 타임라인
  - 콘텐츠 마케팅 케이스 분석
- 

### (2) 채널 전략

---

- 디지털 플랫폼과 변화
  - 페이스북의 이해
  - 인스타그램의 이해(채널 및 사용자 특성)
  - 인스타그램의 세일즈 채널로의 변화(신규 기능 및 변화 방향)
  - 인스타그램 채널 활용 예시
  - 유튜브에 대한 이해 및 변화 방향
  - 유튜브의 활용 방안(동영상 콘텐츠의 특성 및 제작, 유튜브 특성을 살린 콘텐츠)
  - 네이버의 변화(검색과 네이버 블로그)
  - 신규 채널(핀터레스트, 스노우, 카카오톡 등)
-

## 2. 콘텐츠 마케팅 전략

### (3) 콘텐츠 유통

---

- 콘텐츠 유통 기획 및 개론
  - 콜라보레이션(기획 및 주의사항, 타 브랜드/아티스트 등)
  - 인플루언서 활용 전략
  - 인플루언서 활용 사례 분석
  - 오프라인 연계(오프라인을 디지털로, 팝업)
-

### 3. 콘텐츠 기획

브랜드가 일방적으로 소비자에게 메시지를 전달만 하던 기존의 4대 광고 매체(TV, 신문, 잡지, 라디오)를 벗어나 현재 유저들은 자신의 원하는 정보를 빠르게 얻고 다른 사람들과 소통할 수 있는 디지털 채널(검색, SNS, 영상 플랫폼 등)을 더 신뢰합니다. 우연하게 만든 콘텐츠가 땀 뚝 뚝 매출을 상승시키기도 유통되는 채널 특성을 이해하고 타겟 페르소나를 고려한 잘 만든 콘텐츠가 불러오는 영향력이 더 크죠. 본 과목에서는 디지털 콘텐츠에 대한 기본적인 이해를 바탕으로 콘텐츠 유형 및 유통 채널에 따른 이해, 현 시점의 콘텐츠 트렌드 파악 및 기획 프로세스와 콘텐츠 제작의 기초를 배워봅니다.

#### (1) 디지털 미디어에서의 콘텐츠

---

- 디지털 미디어 콘텐츠의 정의
  - 디지털 미디어 콘텐츠의 특징
  - 디지털 콘텐츠가 중요한 이유
  - 미디어 3요소(contents, context, container)
  - 콘텐츠 분류법 (Triple Media)
  - 콘텐츠 분류법 (Organic&Paid)
  - 성공적인 디지털 콘텐츠의 기준
  - 실패하는 디지털 콘텐츠의 유형
- 

#### (2) 디지털 콘텐츠 유통의 이해

---

- 국내 디지털 콘텐츠 유통 채널 파악
  - 디지털 콘텐츠 유통 프로세스
  - Paid Media의 활용 및 역할
  - Owned Media의 활용 및 역할
  - Earned Media의 활용 및 역할
  - 성공적인 디지털 콘텐츠 유통의 기준
  - 실패하는 디지털 콘텐츠 유통의 유형
-

## 3. 콘텐츠 기획

### (3) 콘텐츠 유형 및 배포 채널의 이해

---

- 비디오 퍼스트 시대
  - 디지털 콘텐츠 유형(영상)
  - 디지털 콘텐츠 유형(이미지&텍스트)
  - 페이스북 채널에 대한 이해(이미지)
  - 페이스북 채널에 대한 이해(영상)
  - 인스타그램 채널에 대한 이해
  - 유튜브 채널에 대한 이해
  - 블로그/포스트/브런치 채널에 대한 이해
- 

### (4) 콘텐츠 트렌드 파악 및 기획 프로세스

---

- 콘텐츠 트렌드 파악 노하우
  - 레퍼런스 추적 및 활용하기
  - "기획 1단계 - 목적 및 목표 설정- 콘텐츠 기획"
  - "기획 2단계- 크리에이티브 개발- 제작"
  - "기획 3단계- 제작 검수 - 테스트 & 발행"
  - 스토리보드 작성법
  - 콘텐츠 발행 후 발생 가능한 위기상황 및 대처법
- 

### (5) 콘텐츠 제작 기초

---

- 퍼스널 채널 운영하기
  - 콘텐츠 소재 및 자료 찾기
  - 컨셉 잡고 내용 쓰기
  - 콘텐츠 비주얼 구성하기
  - 페이스북 콘텐츠 레퍼런스
  - 인스타그램 콘텐츠 레퍼런스
  - 통련하는 콘텐츠 마케터 되기
-

## 4. 동영상 콘텐츠 제작

현재 가장 주목받는 콘텐츠가 있다면 단연 '동영상 콘텐츠'일 것입니다. 영상 유통 플랫폼인 Youtube는 2018년 상반기에 월간 순사용자수(MAU) 2,924명으로 1인당 월 882분을 사용한다고 하는만큼 전 연령에서 가장 오래 사용하는 앱이라고 하네요. 이에 맞서기 위해 페이스북, 인스타그램도 일제히 영상 콘텐츠 플랫폼을 구축하여 소리없는 영상 전쟁이 일어나고 있습니다. 본 과목에서는 영상 제작 프로세스 및 기본적인 영상 기초 이론을 기반으로 Adobe Premiere를 활용하여 디지털 채널에서 유통되는 영상 콘텐츠를 편집하는 방법을 배우게 됩니다.

### (1) 영상 제작 및 편집의 기초

---

- Intro
  - 영상 제작 프로세스에 대해
  - 영상 기초 이론 - 프레임, 픽셀, 프로그레시브와 인터레이스드
  - 영상 기초 이론 - 앵글, 촬영
  - 편집의 기본 원리
- 

### (2) 프리미어를 활용한 영상 편집

---

- (편집 준비 과정) 소스 및 파일 정리, 프리미어 UI 소개
  - 파일 불러오기, SNS용 시퀀스 세팅, 가편집
  - 정밀하게 편집 수정하기, 렌더링, 동영상파일 출력하기
  - 영상 사이즈, 위치 조정하기
  - 영상 속도 조절, 되감기, 정지 화면 만들기
  - 효과(effect), 화면전환(transition)
  - 자막 만들기
  - 컬러 매트를 이용한 자막 배경 만들기, 도형 만들기
  - 색 보정하기
  - 키프레임을 이용하여 화면에 움직임 주기
  - adjust layer를 이용하여 한번에 효과 주기
  - 오디오 볼륨 조절
  - 음악에 맞춰 편집하기
  - 블렌드 모드를 이용한 색다른 효과 주기
  - 필름 번(film burn)을 이용해 영화같은 느낌 주기
  - 트랙 매트를 이용한 글씨에 사진 넣기, 동그란 화면 만들기
  - 프리미어가 왜 안되는걸까요? - 실시간 플레이가 안될 때, 스피커나 이어폰으로 소리가 안들릴 때, 미디어 오프 라인 경고 화면
-

## 4. 동영상 콘텐츠 제작

### (3) 영상 제작 팁

---

- BGM, 효과음 다운로드
  - 상업용 가능한 폰트 다운로드
  - 사진/영상 소스 다운로드
  - 컬러조합 참고 사이트
  - 편집 초보들이 겪는 실수/해결 방법
-



## 5. 콘텐츠 디자인

마케팅을 하는데 왜 디자인을 알아야 할까요? 마케터는 왜 디자인을 알아야 할까요.

대규모 회사의 경우 디자이너가 직접 작업을 해주지만 소규모 회사나 스스로 직접 디자인 작업물을 만들어야 하는 경우 난감하기도하고, 외주로 디자인 작업을 맡기는 경우 항상 소통에 문제를 겪진 않으셨나요?

본 과목에서는 디자인에 필요한 요소는 무엇이고 디자인 컴포넌트에 대한 이해 컨셉 및 광고 매체 가이드와 제안서를 디자인하는 방법을 Adobe Photoshop 툴을 통해 알아봅니다.

### (1) 마케터가 디자인을 왜 알아야할까

---

- 프롤로그 - 강의 시작에 앞서 전달할 내용. 강의 콘텐츠 설명.
  - 마케터가 디자인을 알아야하는 이유, 디자인 마케팅의 이해(개념 및 의미)
  - 마케터와 디자이너의 차이 - 마케터의 특징과 디자이너의 특징
  - 디자이너와 소통하는 방법
  - 마케팅과 디자인이 공유될 수 있는 틀 만들기
  - 디자인에 대한 이해 - 디자인 기본 요소와 원리
  - 콘텐츠 디자인 예시와 종류
  - 디자인적 사고 - 디자인 사고란 무엇인가
  - 디자인 사고의 방법, 디자인 사고의 마케팅적 응용
- 

### (2) 디자인 컴포넌트에 대한 이해

---

- 폰트- 폰트에 대한 이해
  - 자주 사용하는 폰트 종류, 트렌드, 무료서체
  - 레이아웃- 레이아웃의 종류(잡지, 신문, 광고, 온라인 등)
  - 컬러- 컬러 구성 및 트렌드 (cmyk와 rgb, 컬러 트렌드 등)
  - 이미지- 이미지의 종류 및 파일의 확장자의 차이
-

## 5. 콘텐츠 디자인

### (3) 디자인 용어

---

- 디자인 전반 용어 정리
  - 매체별 디자인 용어 정리 1 - 인쇄용 콘텐츠
  - 매체별 디자인 용어 정리 2 - 온라인 콘텐츠
- 

### (4) 디자인 컨셉

---

- 디자인 방법론이란?
  - 디자인의 단계 및 다양한 시각화 방법
  - 단계별 시각화 방법1 - 기획, 조사, 정의의 단계
  - 단계별 시각화 방법2 - 탐색, 통합, 논리의 단계
  - 단계별 시각화 방법3 - 컨셉 개발, 초기 시안의 단계
  - 단계별 시각화 방법4 - 평가, 개선, 제작의 단계
  - 단계별 시각화 방법5 - 완성, 반응 관찰, 평가 분석의 단계
  - 레퍼런스 검색 및 활용
  - 5단계의 방법 따라 디자인 적용해보기
- 

### (5) 광고 매체 별 디자인 가이드

---

- 매체의 종류와 디자인 가이드의 필요성
  - 네이버DA- 기획 및 디자인 가이드
  - 이벤트 페이지- 기획 및 디자인 가이드
  - 인스타그램 광고- 기획 및 디자인 가이드
  - 페이스북 광고- 기획 및 디자인 가이드
  - 지면 광고- 기획 및 디자인 가이드
-

## 5. 콘텐츠 디자인

### (6) 제안서 디자인

---

- 포토샵 이것만 알고가자(핵심기능)
  - 일러스트레이터 이것만 알고가자(핵심기능)
  - 인디자인 이것만 알고가자(핵심기능)
  - 각종 디자인 템플릿 활용방법
  - 에필로그
-

## 6. 카피라이팅

SNS의 파급력이 더욱 높아짐에 따라, 다양한 콘텐츠들이 소비자들의 눈길을 끌기위해 경쟁 할 때 여러 분들은 '단 하나의 카피'로 잠재 고객들의 시선을 사로잡을 수 있어야 합니다. 본 과목에서는 카피쓰기의 기본과 마케팅에 활용할 수 있는 카피라이팅에 대해 자세히 배워봅니다.

### (1) 카피라이터의 일

---

- Intro/강사 소개 및 온라인 편집숍 카피라이터가 하는 일
  - 스토리텔링의 중요성
- .....

### (2) 동기부여하는 카피를 쓰자

---

- 고객에게 계기가 되는 카피
  - 공감하여 읽게 되는 카피
  - 무엇을 이야기하는 카피여야 하나
- .....

### (3) 같은 제품도 다르게 보이는 방식

---

- 1+1, 할인, 특가 대신 무엇을 써야할까?
  - 고객의 일을 덜어주는 구체적인 카피
  - 29CM 카피의 과거와 현재 기획전 타이틀 사례
- .....

## 6. 카피라이팅

### (4) 카피쓰기의 기본

---

- 단어와 단어의 불편한 조합
  - 모든 것이 카피의 재료
  - 쉬운 카피가 좋은 카피
  - 사용 자체 표현 및 급할 때 응용할 팁
- 

### (5) 마케팅의 시작, 제목에 대하여

---

- 제목에 어떤 걸 쓸까?
  - 제목은 긍정적으로 쓸까, 부정적으로 쓸까?
- 

### (6) 관찰의 중요성

---

- 사물이 아닌 사람을 관찰하자
  - 신뢰도가 높아지는 다양한 문제 제시
  - 관찰력을 키우는 방법과 메모의 중요성
- 

### (7) 문장 수집으로 다르게 쓰는 카피

---

- 내가 읽은 책에서 어떤 문장을 수집해야 할까?
  - 다양한 일상의 상황을 모아라
  - 소설의 문장을 응용한 카피 쓰기 사례 1
  - 소설의 문장을 응용한 카피 쓰기 사례 2
-

## 7. 브랜드저널리즘

브랜드 저널리즘이라는 단어 들어보셨나요? 브랜드 스토리텔링(Brand Storytelling)과 저널리즘(Journalism)이라는 두 개념이 합쳐진 말인데요, 쉽게 생각해서 기업이 운영하는 SNS나 블로그, 웹사이트 등에 올라간 콘텐츠를 고객이 정보로 인식하여 브랜드를 자연스럽게 알리는 것을 뜻합니다. 본 과목에서는 브랜드 저널리즘을 위한 스토리텔링, 특히 긴 글 쓰기에 초점을 맞춰 글감을 찾고, 타겟을 설정하여 긴 글을 쉽게 잘 쓸 수 있는 방법에 대해 배울 수 있습니다.

### (1) 이야기의 힘

---

- 브랜드 저널리즘 결국은 이야기
  - 누군가에게 도움을 준다고 생각하고 쓰자
- .....

### (2) 글쓰기의 시작

---

- 누구나 처음에는 막막하다 / 글쓰기 루틴
  - 내가 아는 것부터 쓰자
  - 매일 쓰는 글 리뷰 (영화, 책, 물건 등)
- .....

### (3) 글감이 전부다

---

- 글감 찾기 / 문장 실력보다 내용이 우선
  - 상대가 좋아할 글을 쓰자 / 독자 타겟 설정
  - 읽는만큼 써진다 / 독서에 관하여
- .....

## 7. 브랜드저널리즘

### 4) 더 나아갈 수 있는 힘, 구체성

---

- 구체적으로 쓰기 (관찰과 메모)
  - 뇌가 좋아하는 단어 쓰기
  - 묘사력 키우기 / 소설에서 찾은 묘사력
- .....

### (6) 퇴고하기

---

- 어색한 지점을 찾아라
  - 많이 쓰는 것만큼 중요한 줄이기
- .....

### (5) 에세이 쓰기

---

- 에세이 전성시대, 나도 에세이를 쓸 수 있을까?
  - 일기와 에세이의 차이점과 공통점
  - 에세이, 어떻게 쓸까?
- .....

## 8. 채널 운영 가이드

우리 브랜드를 잠재 고객에게 알리기 위해 sns계정을 활용하려고 하시나요? 도대체 우리 비즈니스에 맞는 채널은 어떤 채널이고 어떤 톤&매너로 콘텐츠를 발행해야 할 지 난감하시죠? 본 과목에서는 브랜딩을 위해 네이버 블로그, 페이스북, 인스타그램, 유튜브와 같은 각각의 디지털 채널을 어떻게 셋업하고 활용할 수 있는지 알아보겠습니다.

### (1) SNS 채널에 대한 이해

---

- 어떤 채널을 운영해야할까? (블로그vs페이스북vs인스타그램vs유튜브)
  - 선택과 집중 : 중심 채널과 서브 채널 설정
  - 기타 SNS채널 (트위터, 틱톡 등)
- 

### (2) 주요 미디어 채널에 대한 기본 운영 가이드

---

- SNS채널 가이드라인이란? (콘텐츠 기획안 작성 / 포맷 / 업로드 일정 등)
  - 네이버 블로그 운영 가이드라인
  - 페이스북 운영 가이드라인
  - 인스타그램 운영 가이드라인
  - 유튜브 운영 가이드라인
- 

### (3) 채널 별 계정 운영 톤&매너 설정 프로세스

---

- 채널의 콘텐츠 톤&매너 설정이란?
  - 채널 / 콘텐츠 컨셉 찾기
  - 공통적으로 적용되는 컨셉 프로세스 4단계
  - 1단계 : 운영 목표/타겟 설정 및 확인
  - 2단계 : 키워드 발굴(제품/서비스와 어울리는 키워드 찾기)
  - 3단계 : 페르소나 설정(목적/타겟/키워드에 맞는 SNS화자 설정)
  - 4단계 : 나만의 컨셉 설정 및 계정 반영
-



## 8. 채널 운영 가이드

### 4) 브랜드의 온드미디어(Owned media) 운영 케이스 스터디

---

- 온드 미디어를 잘 활용하는 브랜드 채널 Best5
  - 채널 별 케이스 스터디\_블로그
  - 채널 별 케이스 스터디\_페이스북
  - 채널 별 케이스 스터디\_인스타그램(2)
  - 채널 별 케이스 스터디\_유튜브
-