

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

브랜딩이란 무엇일까? 브랜딩의 기초에 대한 개념부터 확실하게 잡고 시작하세요.



황부영 대표

현) (주)브랜드임엔파트너즈 대표
 전) 넷벨류코리아 한국 지사장
 전) 제일기획 마케팅 연구소 브랜드 컨설팅 팀장

한국 생산성 본부 마케팅 전문 교수, 한신대학교 외래교수
 국가미래연구원 전문위원, 문화 관광 체육부 등 정부기관의 브랜드 담당

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 재할성화
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

브랜드와 브랜드 전략에는 어떠한 관계가 있을까? 성공하는 브랜드 전략을 만들기 위한 시작



최용석 대표

현) 아이디어 플랩 대표
전) 현대카드 브랜드실

드림웍스 채널 마케팅 Localization 전략 및 실행
월트디즈니 브랜드 마케팅 기획 및 실행 : Star Wars Day, 미키 캠페인
서울시 도시 정원 박람회 브랜딩, 서울시-한화 72시간 도시 생생 프로젝트

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	브랜드 전략 실행하기	브랜드와 포지셔닝
12		브랜드 전략 실행하기
13		브랜드 코어를 안으로
14		대체 불가능한 브랜드

Course 3: 버벌 브랜딩

소비자들과 가장 근접해 있는 브랜드 네이밍은 어떠한 과정으로 진행될까? 전문가의 예시를 통해 학습하세요.



김동찬 대표

현) 페노메논 대표
 현) 브랜드앤컴퍼니 이사(파트너)
 현) 서울문화재단 예술 축제 지원 사업 자문 위원

신세계 그룹, 스타트업캠퍼스, 한국농어촌공사, 서울 창업 허브
 서울 시립대, 전남대, 광주 광역시청 등 강의 및 심사
 LG Puricare, LG Signature, 현대자동차차 Aslan, GENESIS 네임체계 등

회차	주제	세부내용
1	버벌 브랜딩	버벌 브랜딩이란?
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

비즈니스와 소비자 경험의 접점을 이해하고 고민하여 이유있는 가치를 창출하는 브랜드 디자인 방법



최원석 대표

현) 필라멘트엔코 대표
 전) 브릭커머스 Founder
 전) 현대카드 브랜드 디자인
 전) LG전자 모바일 디자인 기획, 개발

코오롱 제약(아프니벤큐, READY-Q 브랜드 개발)
 골프존, 대명 리조트 (신사업 개발) / 메드포 갈릭 (브랜드 개발)

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

앞선 단계로 인해 잘 만들어진 브랜드, 소비자들과 어떤 방식으로 소통할까? 소비자와 소통하는 다양한 이론과 실 사례를 통해 학습하세요.



황부영 대표

현) (주)브랜드임엔파트너즈 대표
 전) 넷벨류코리아 한국 지사장
 전) 제일기획 마케팅 연구소 브랜드 컨설팅 팀장

한국 생산성 본부 마케팅 전문 교수, 한신대학교 외래교수
 국가미래연구원 전문위원, 문화 관광 체육부 등 정부기관의 브랜드 담당

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

케이스 스터디를 통한 마무리 학습



김대영 이사

현) (주)브랜드임엔파트너즈 이사
 전) JWT(제이월터톰슨)코리아 기획 본부장
 전) 제일기획 마케팅팀 팀장

하이트맥주('MAX'광고 캠페인) / 매일유업(우유, 발효유, 유아식 캠페인)
 애경산업(케라시스, 에스따르, 2080 캠페인) / AIA/AIG생명(기업 PR 캠페인)

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