

교육 과정 소개서.

디지털 마케팅 MAX 올인원 패키지 Online



강의정보

- 강의장 : 온라인 | 데스크탑, 노트북, 모바일 등
- 기간 : 평생 소장
- 담당 : 패스트캠퍼스 온라인팀
- 문의 : 02- 501-9396

학습목표

- 디지털 마케팅을 진행할 때 마케팅의 목적(=KPI)이 무엇인지를 설정하고, 그 목적을 달성하기 위한 세부 플랜, 예를 들면 매체 운영 및 광고 집행을 진행할 수 있습니다.
- 실무에서 많이 쓰이는 채널들에 대한 운영 방법, 광고 집행 방법을 익히고 실습하며 본인의 포트폴리오를 만들 수 있습니다.
- 구글 애널리틱스, 구글 태그 매니저와 같은 툴의 활용을 통해 매체 광고 성과 및 내부 Funnel의 개선이 가능해집니다.

한줄요약

- 디지털 마케팅 MAX는 마케팅 채널 운영부터 성과 측정, 분석을 통한 성장까지 디지털 마케팅의 기초부터 학습할 수 있는 강의입니다.

강의특징

나만의
속도로

낮이나 새벽이나
내가 원하는 시간대에 나의 스케줄대로 수강

원하는 곳
어디서나

시간을 쪼개 먼 거리를 오가며
오프라인 강의장을 찾을 필요 없이 어디서든 수강

무제한
복습

무엇이든 반복적으로 학습해야
내것이 되기에 이해가 안가는 구간 몇번이고 재생



강사	안효은	과목	- 디지털/브랜드 마케팅 fundamental
		약력	- 현) 디지털마케팅회사 투비위어드(tobeweird) 대표 - 전) 애드쿠아 전략팀 AE - P&G SK-II, 이니스프리, 제네시스, 언더아머, 마세라티, 교보생명 등 다수의 디지털캠페인 총괄 및 운영 - LG생활건강 '빌려쓰는 지구스쿨' 대학생 기자단 강의 및 운영진행 (15년 ~ 현재)
	송재욱	과목	- 페이스북 마케팅
		약력	- 현) 노아노마드 대표 - 현) 경기콘텐츠진흥원 마케팅 컨설턴트 - 현) 북부경기문화창조허브 마케팅 교육강사 - 현) 부천시 청년일자리사업 마케팅 위촉강사 - 현) 소상공인진흥공단 퍼포먼스마케팅 초빙강사 - 전) 퍼플랩, 야보스, 조은장터 등 50개 이상 마케팅컨설팅 및 기업교육 - 전) 온라인 영어교육 M사 기업운영
	오민지	과목	- 인스타그램 마케팅
		약력	- 현) 광고홍보대행사 '셜록컴퍼니' 팀장 - 전) 한국과학재단 디지털 마케팅 - 전) 아모레퍼시픽 MASS 브랜드 온라인 마케팅
	이재철	과목	- 카카오 마케팅
		약력	- 현) 매드잇 퍼포먼스 마케팅 에이전시 매니저 - 주요 경력 사항) SKT, NS홈쇼핑, 직방, 호갱노노 등 다양한 웹&앱 퍼포먼스 캠페인 운영



강사	이혜원	과목	- 구글 애즈
		약력	- 현) Google Marketing Solutions Account Strategist 과장 - 전) 차이커뮤니케이션 통합 퍼포먼스 본부 퍼포먼스 마케터 & AE - 연간 10억원 이상의 대기업 금융사 페이스북, 애드워즈, 유튜브 퍼포먼스 마케팅 담당 - 금융, 커머스, 게임 등 분야의 DA & 영상 퍼포먼스 마케팅 캠페인 운영 전략 수립 경험 다수
	이재문	과목	- 구글 애널리틱스
		약력	- 현) AB180 마케터 - 페이스북 페이지 '마케팅 노트' 운영
	서승환	과목	- 모바일/앱 마케팅
		약력	- 현) 버즈빌 글로벌 사업개발 매니저 - 전) 모바일 앱 마케팅 컴퍼니 모비데이즈 글로벌 파트너십 팀장 - 전) 모바일 앱 마케팅 컴퍼니 모비데이즈 광고 운영 팀장



강사

안현철

과목

- 검색엔진(SEM) 마케팅

약력

- 현) 제이브릿지 마케팅 컴퍼니 SEM 팀장
- 호텔스컴바인, 에어비앤비 등 다수 글로벌 검색엔진 캠페인 참여
- 전) 디지털 마케팅 올인원 패키지 검색엔진 마케팅(SEM) 강사
- 현) 디지털 마케팅 스쿨 검색엔진 마케팅(SEM) 강사

정현

과목

- 디지털 마케팅 캠페인 CASE STUDY

약력

- 현) 패스트캠퍼스 시니어 퍼포먼스 마케터
- 주요 경력 사항) 패스트캠퍼스 온라인 사업본부 퍼포먼스 마케팅 총괄
- 날카로운 통찰과 섬세한 데이터 분석을 겸비한 퍼포먼스 계의 만능해결사



Curriculum

01. 디지털/브랜드 마케팅 fundamental

1	Chapter 01. 마케팅 기초 - 01. 마케팅 기본 개념 (6:24)
2	Chapter 01. 마케팅 기초 - 02. 마케팅 관련 회사와 직업들 (9:07)
3	Chapter 01. 마케팅 기초 - 03. 전통적 마케팅 믹스의 변화흐름 (8:50)
4	Chapter 01. 마케팅 기초 - 04. 마케팅 4.0시대 마케팅 믹스 (7:59)
5	Chapter 01. 마케팅 기초 - 05. ATL과 BTL의 경계가 무너진다(이론) (5:42)
6	Chapter 01. 마케팅 기초 - 06. ATL과 BTL의 경계가 무너진다(사례) (9:57)
7	Chapter 02. 디지털 마케팅의 이해 - 01. 디지털 마케팅이란 (8:00)
8	Chapter 02. 디지털 마케팅의 이해 - 02. 디지털 마케팅 발전 배경 - 1 - 디지털 기술의 발전 (7:28)
9	Chapter 02. 디지털 마케팅의 이해 - 03. 디지털 마케팅 발전 배경 - 2 - 소비자 이용행태의 변화 (6:09)
10	Chapter 02. 디지털 마케팅의 이해 - 04. 디지털 마케팅 발전 배경 - 3 - 디지털 시대별 변화의 흐름 (8:10)
11	Chapter 02. 디지털 마케팅의 이해 - 05. 디지털 마케팅 발전 배경 - 4 - 디지털 관점 별 흐름 (9:42)
12	Chapter 02. 디지털 마케팅의 이해 - 06. 디지털 채널 별 특징 (14:46)
13	Chapter 02. 디지털 마케팅의 이해 - 07. 디지털 미디어플래닝 - 1 (10:39)
14	Chapter 02. 디지털 마케팅의 이해 - 08. 디지털 미디어플래닝 - 2 (12:03)
15	Chapter 02. 디지털 마케팅의 이해 - 09. 디지털 콘텐츠 형태 (10:04)
16	Chapter 02. 디지털 마케팅의 이해 - 10. 디지털마케팅 믹스 (15:16)
17	Chapter 02. 디지털 마케팅의 이해 - 11. 디지털마케팅 모델 (12:31)
18	Chapter 03. 마케터의 타입 - 01. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 1 - Overall (7:15)
19	Chapter 03. 마케터의 타입 - 02. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 2 - 브랜드 (8:40)
20	Chapter 03. 마케터의 타입 - 03. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 3 - 바이럴 (9:52)
21	Chapter 03. 마케터의 타입 - 04. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 4 - 콘텐츠 (12:05)
22	Chapter 03. 마케터의 타입 - 05. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 5 - 퍼포먼스 (11:08)
23	Chapter 04. 마케터의 프레임워크 - 01. 브랜드마케팅 - 1 (8:07)
24	Chapter 04. 마케터의 프레임워크 - 02. 브랜드마케팅 - 2 (7:50)
25	Chapter 04. 마케터의 프레임워크 - 03. 통합바이럴마케팅 - 1 (9:21)
26	Chapter 04. 마케터의 프레임워크 - 04. 통합바이럴마케팅 - 2 (12:22)
27	Chapter 04. 마케터의 프레임워크 - 05. 통합바이럴마케팅 - 3 (10:54)
28	Chapter 04. 마케터의 프레임워크 - 06. 콘텐츠마케팅 - 1 (7:59)



Curriculum

**01.
디지털/브랜드
마케팅
fundamental**

29	Chapter 04. 마케터의 프레임워크 - 07. 콘텐츠 마케팅 - 2 (15:27)
30	Chapter 04. 마케터의 프레임워크 - 08. 퍼포먼스마케팅 - 1 (11:54)
31	Chapter 04. 마케터의 프레임워크 - 09. 퍼포먼스마케팅 - 2 (11:05)
32	Chapter 04. 마케터의 프레임워크 - 10. 퍼포먼스마케팅 - 3 (8:32)
33	Chapter 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 01. 디지털 마케팅 커뮤니케이션의 가치부여 (7:29)
34	Chapter 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 02. 통합 마케팅 커뮤니케이션 계획과정 (14:42)
35	Chapter 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 03. 새로운 매체 환경과 소비자 사고방식 이해하기 (16:26)
36	Chapter 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 04. 실전 계획서 작성 A - 소비자 인사이트 도출 (16:00)
37	Chapter 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 05. 실전 계획서 작성 B - 캠페인 메시지 개발 (12:43)
38	Chapter 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 06. 실전 계획서 작성 C - 캠페인 접근법 검토 (13:36)
39	Chapter 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 07. 실전 계획서 작성 D - 채널 선택 및 콘텐츠 기획 (15:05)
40	Chapter 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 08. 실전 계획서 작성 E - 효과 측정 (15:28)
41	Chapter 06. 디지털 비즈니스 사고방식 - 01. 디지털 마케터의 일상 (16:23)



Curriculum

02. 페이스북 마케팅

1	Chapter 01. 페이스북 소개 - 01. 디지털 마케팅 속 페이스북 (15:09)
2	Chapter 01. 페이스북 소개 - 02. 페이스북 매체의 이해 (11:17)
3	Chapter 01. 페이스북 소개 - 03. 사용자 측면에서의 페이스북 (10:39)
4	Chapter 01. 페이스북 소개 - 04. 광고주 측면에서의 페이스북 (16:02)
5	Chapter 01. 페이스북 소개 - 05. 페이스북 광고 이해를 위한 지표 용어 설명 (11:33)
6	Chapter 02. 페이스북 계정설정 - 01. 페이스북 계정 생성하기 (9:41)
7	Chapter 02. 페이스북 계정설정 - 02. 페이스북 계정 단위 설명 (15:52)
8	Chapter 02. 페이스북 계정설정 - 03. 비즈니스 계정 설정 및 계정 운영 주의사항 (11:54)
9	Chapter 02. 페이스북 계정설정 - 04. 페이스북 페이지 생성 및 설정 (10:58)
10	Chapter 02. 페이스북 계정설정 - 05. 페이스북 광고 계정 생성 및 설정 (5:30)
11	Chapter 03. 페이스북 픽셀의 이해 및 설정 - 01. 디지털 마케팅에서 스크립트의 이해와 용도 (8:26)
12	Chapter 03. 페이스북 픽셀의 이해 및 설정 - 02. 페이스북 픽셀 - 전체 웹사이트 스크립트 (17:32)
13	Chapter 03. 페이스북 픽셀의 이해 및 설정 - 03. 페이스북 픽셀 - 이벤트 스크립트 (13:42)
14	Chapter 03. 페이스북 픽셀의 이해 및 설정 - 04. 자사몰을 이용한 픽셀 설치 실습 (5:56)
15	Chapter 03. 페이스북 픽셀의 이해 및 설정 - 05. 구글태그매니저를 이용한 픽셀 설치 실습 (23:53)
16	Chapter 03. 페이스북 픽셀의 이해 및 설정 - 06. 솔루션사를 이용한 픽셀 설치 실습 (카페24, 메이크샵, 아임웹, 워드프레스 기준) (9:48)
17	Chapter 04. 페이스북 신규 유입 광고 운영 - 01. 페이스북 광고 알고리즘의 이해 (9:17)
18	Chapter 04. 페이스북 신규 유입 광고 운영 - 02. 광고 캠페인 설정 및 핵심 5가지 캠페인 설명 (11:25)
19	Chapter 04. 페이스북 신규 유입 광고 운영 - 03. 광고 그룹 설정 및 타겟팅 - 1 (13:49)
20	Chapter 04. 페이스북 신규 유입 광고 운영 - 04. 광고 그룹 설정 및 타겟팅 - 1 (실습) (15:49)
21	Chapter 04. 페이스북 신규 유입 광고 운영 - 05. 광고 소재 설정 (4:50)
22	Chapter 04. 페이스북 신규 유입 광고 운영 - 06. 콘텐츠 기획 및 카피라이팅 (9:38)
23	Chapter 05. 페이스북 재유입 광고 유형 - 01. 리타겟팅의 개념과 필요성 (8:03)
24	Chapter 05. 페이스북 재유입 광고 유형 - 02. 맞춤형타겟 설명과 타겟 그룹핑 (이론+실습) (16:49)
25	Chapter 05. 페이스북 재유입 광고 유형 - 03. 맞춤형타겟을 활용한 리타겟팅 광고 (10:11)
26	Chapter 05. 페이스북 재유입 광고 유형 - 04. 동적 리타겟팅을 위한 카탈로그 등록 (이론+실습) (17:50)



Curriculum

02. 페이스북 마케팅

27	Chapter 05. 페이스북 재유입 광고 유형 - 05. 동적 리타겟팅 광고 세팅 (이론+실습) (12:43)
28	Chapter 06. 페이스북 Data 기반광고운영 - 01. 픽셀의 용도와 Data 활용 (7:14)
29	Chapter 06. 페이스북 Data 기반광고운영 - 02. 유사타겟의 이해와 타겟생성 (이론+실습) (12:54)
30	Chapter 06. 페이스북 Data 기반광고운영 - 03. 유사타겟을 활용한 전환광고캠페인 (1) (이론+실습) (9:43)
31	Chapter 06. 페이스북 Data 기반광고운영 - 04. 유사타겟을 활용한 전환광고캠페인 (2) (이론+실습) (12:58)
32	Chapter 07. 페이스북 광고보고 분석 - 01. Data분석의 필요와 이해 (11:11)
33	Chapter 07. 페이스북 광고보고 분석 - 02. 트러블슈팅을 위한 변수 2가지 - 1 (10:32)
34	Chapter 07. 페이스북 광고보고 분석 - 03. 트러블슈팅을 위한 변수 2가지 - 2 (8:09)
35	Chapter 07. 페이스북 광고보고 분석 - 04. 광고그룹 트러블 슈팅- 경우의 수 - 1 (4:03)
36	Chapter 07. 페이스북 광고보고 분석 - 05. 광고그룹 트러블 슈팅- 경우의 수 - 2 (6:40)
37	Chapter 07. 페이스북 광고보고 분석 - 06. 광고보고서 분석 및 차후전략 수립 (이론+실습) (12:21)
38	Chapter 08. 페이스북 광고 총정리 - 01. 온라인광고 속 페이스북광고 매체Mix전략 (10:09)
39	Chapter 08. 페이스북 광고 총정리 - 02. 페이스북 광고 흐름 및 단계별 전략 (이론+실습) (11:34)
40	Chapter 08. 페이스북 광고 총정리 - 04. 페이스북 광고 총정리 (12:00)



Curriculum

**03.
인스타그램
마케팅**

1	Chapter 01. 인스타그램 소개 - 01. SNS 트렌드의 흐름 (9:55)
2	Chapter 01. 인스타그램 소개 - 02. 플랫폼의 특성 (10:16)
3	Chapter 01. 인스타그램 소개 - 03. 기본 기능의 이해 (13:03)
4	Chapter 01. 인스타그램 소개 - 04. 개인/비즈니스 계정의 차이 및 설정 방법 (12:44)
5	Chapter 01. 인스타그램 소개 - 05. 계정 운영 사례 (11:51)
6	Chapter 02. 채널 운영 기본 가이드라인 - 01. 채널 가이드라인이란? (10:29)
7	Chapter 02. 채널 운영 기본 가이드라인 - 02. 톤&매너 설정이란? (10:12)
8	Chapter 02. 채널 운영 기본 가이드라인 - 03. 톤&매너(컨셉) 찾기 (15:13)
9	Chapter 02. 채널 운영 기본 가이드라인 - 04. 컨셉 찾기1_운영 목적과 타겟 (10:15)
10	Chapter 02. 채널 운영 기본 가이드라인 - 05. 컨셉 찾기2_대표 키워드 (9:07)
11	Chapter 02. 채널 운영 기본 가이드라인 - 06. 컨셉 찾기3_페르소나 설정 (8:13)
12	Chapter 02. 채널 운영 기본 가이드라인 - 07. 컨셉 찾기4_컨셉 정의 (3:09)
13	Chapter 02. 채널 운영 기본 가이드라인 - 08. 컨셉 프로세스 4단계 활용 (10:13)
14	Chapter 02. 채널 운영 기본 가이드라인 - 09. 콘텐츠 카테고리 설정 (6:35)
15	Chapter 02. 채널 운영 기본 가이드라인 - 10. 콘텐츠 종류와 규격 (7:10)
16	Chapter 02. 채널 운영 기본 가이드라인 - 11. 콘텐츠 제작 트렌드 (5:44)
17	Chapter 02. 채널 운영 기본 가이드라인 - 12. 해시태그 전략 (14:36)
18	Chapter 02. 채널 운영 기본 가이드라인 - 13. 계정 인사이트 지표 (7:30)
19	Chapter 03. 커머스 활용 - 01. 쇼핑태그와 카탈로그 (5:10)
20	Chapter 03. 커머스 활용 - 02. 커머스 활용 사례 (3:05)
21	Chapter 04. 계정 활성화 전략 - 01. 계정 운영 체크리스트 (4:08)
22	Chapter 04. 계정 활성화 전략 - 02. 이벤트 콘텐츠 (4:54)
23	Chapter 04. 계정 활성화 전략 - 03. 광고 집행 콘텐츠 (5:29)
24	Chapter 04. 계정 활성화 전략 - 04. 계정 운영 총정리 (6:49)



Curriculum

04. 카카오페이 마케팅

1	Chapter 01. 카카오페이 시작하기 - 01. 카카오페이 살펴보기 (6:10)
2	Chapter 01. 카카오페이 시작하기 - 02. 카카오페이 특징 (9:58)
3	Chapter 02. 카카오페이 광고계정 - 01. 계정 만들기 (8:24)
4	Chapter 02. 카카오페이 광고계정 - 02. 기본계정구조 (4:05)
5	Chapter 02. 카카오페이 광고계정 - 03. 대시보드 기본구조 (11:19)
6	Chapter 02. 카카오페이 광고계정 - 04. 대시보드_광고관리 및 보고서 (6:45)
7	Chapter 02. 카카오페이 광고계정 - 05. 대시보드_타겟관리(광고반응타겟, 고객파일) (7:10)
8	Chapter 02. 카카오페이 광고계정 - 06. 대시보드_타겟관리(친구그룹관리, MAT연동관리, 유사타겟관리) (7:49)
9	Chapter 02. 카카오페이 광고계정 - 07. 대시보드_픽셀 및 SDK (9:24)
10	Chapter 02. 카카오페이 광고계정 - 08. 결제 방법 및 종류 (6:31)
11	Chapter 03. 카카오페이 광고하기_디스플레이광고 - 01. 캠페인 광고 목적설정 (8:32)
12	Chapter 03. 카카오페이 광고하기_디스플레이광고 - 02. 광고그룹 전략설정 (7:59)
13	Chapter 03. 카카오페이 광고하기_디스플레이광고 - 03. 광고그룹 전략설정_오디언스 타겟 설정 (8:23)
14	Chapter 03. 카카오페이 광고하기_디스플레이광고 - 04. 소재등록_소재 유형 (8:46)
15	Chapter 03. 카카오페이 광고하기_디스플레이광고 - 05. 소재등록_노출지면 확인 (6:16)
16	Chapter 03. 카카오페이 광고하기_메시지광고 - 06. 메시지광고 전략설정 (4:38)
17	Chapter 03. 카카오페이 광고하기_메시지광고 - 07. 다이렉트메세지 (9:14)
18	Chapter 03. 카카오페이 광고하기_메시지광고 - 08. 온타임메세지 (6:35)
19	Chapter 04. 카카오페이 심화 - 01. 광고성과 분석 (17:28)
20	Chapter 04. 카카오페이 심화 - 02. 타겟팅설정 실습 (5:37)
21	Chapter 04. 카카오페이 심화 - 03. 리타겟팅 비교 분석 (5:31)
22	Chapter 05. 카카오페이 총정리 - 01. 카카오페이 광고 총정리 (5:28)



Curriculum

**05.
구글 애즈**

1	Chapter 01. Google Marketing Overview - 01. 구글 마케팅 시작하기 (6:11)
2	Chapter 01. Google Marketing Overview - 02. 디지털마케팅 생태계에서의 Google (10:01)
3	Chapter 01. Google Marketing Overview - 03. 구글의 광고 솔루션 (4:57)
4	Chapter 01. Google Marketing Overview - 04. 구글 광고 네트워크 (5:46)
5	Chapter 01. Google Marketing Overview - 05. 구글 광고의 특성 - 1 (9:02)
6	Chapter 01. Google Marketing Overview - 06. 구글 광고의 특성 - 2 (7:44)
7	Chapter 01. Google Marketing Overview - 07. 실습을 위한 블로그 만들기 (1:57)
8	Chapter 01. Google Marketing Overview - 08. 구글 광고 계정 만들기 (5:31)
9	Chapter 01. Google Marketing Overview - 09. 구글 마케팅의 원리 - 1 (8:43)
10	Chapter 01. Google Marketing Overview - 10. 구글 마케팅의 원리 - 2 (10:25)
11	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 01. Google Ads 살펴보기 (7:23)
12	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 02. Google Ads UI 실습 (9:20)
13	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 03. 리마케팅 목록 및 태그 (7:34)
14	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 04. 전환 액션 및 태그 (10:53)
15	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 05. 구글 태그 어시스턴스 (3:40)
16	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 06. 리마케팅 태그 실습 (4:56)
17	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 07. 전환 태그 실습 (8:02)
18	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 08. 잠재고객 만들기 실습 (4:46)
19	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 09. 검색 광고 Overview (12:57)
20	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 10. 검색 광고 만들기 (8:34)
21	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 11. 검색 광고 운영하기 - 1 (15:29)
22	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 12. 검색 광고 운영하기 - 2 (13:13)
23	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 13. 검색광고 실습 (15:57)
24	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 14. 디스플레이 광고 Overview (11:56)
25	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 15. 디스플레이 광고 만들기 (5:33)
26	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 16. 디스플레이 광고의 유형 (5:34)
27	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 17. 디스플레이 광고 운영하기 - 1 (10:09)
28	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 18. 디스플레이 광고 운영하기 - 2 (6:35)
29	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 19. 디스플레이 광고 실습 (5:38)
30	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 20. Youtube 광고 Overview (15:25)



Curriculum

**05.
구글 애즈**

31	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 21. Youtube 채널 Overview (7:26)
32	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 22. Youtube 광고 만들기 (10:18)
33	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 23. Youtube 광고 운영하기 - 1 (10:37)
34	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 24. Youtube 광고 운영하기 - 2 (13:10)
35	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 25. Youtube 광고 실습 (14:47)
36	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 26. APP 광고 Overview (11:15)
37	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 27. 쇼핑 광고 Overview (4:58)
38	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 28. Full Funnel 마케팅 설계하기 (7:03)
39	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 29. 구글 마케팅 트러블슈팅 (8:29)
40	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 30. 구글 마케팅 성과 리포트 (4:31)
41	Chapter 02. Google Ads의 이해 - 31. Google Ads 인증시험 준비하기 (5:21)
42	Chapter 03. Google 마케팅 실전 - 01. Full Funnel 마케팅 설계하기 (7:04)
43	Chapter 03. Google 마케팅 실전 - 02. 구글 마케팅 트러블슈팅 (8:29)
44	Chapter 03. Google 마케팅 실전 - 03. 구글 마케팅 성과 리포트 (4:32)
45	Chapter 03. Google 마케팅 실전 - 04. Google Ads 인증시험 준비하기 (5:20)
46	Chapter 03. Google 마케팅 실전 - 05. 구글 마케팅 총 정리 (10:11)



Curriculum

06. 구글 애널리틱스

1	Chapter 00. Intro - 01. Intro (5:32)
2	Chapter 01. 디지털 마케팅과 구글 애널리틱스 - 01. 디지털 마케팅과 GA의 등장 (12:31)
3	Chapter 02. 구글 애널리틱스 시작하기 - 01. 추적 코드 설치하기 (15:27)
4	Chapter 02. 구글 애널리틱스 시작하기 - 02. 계정 구조 (17:22)
5	Chapter 02. 구글 애널리틱스 시작하기 - 03. 구글 애널리틱스 활용 전략 (9:09)
6	Chapter 02. 구글 애널리틱스 시작하기 - 04. 대시보드 구성 이해 (13:02)
7	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 01. 구글 애널리틱스 보고서 소개 (10:50)
8	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 02. 측정기준과 측정항목 (6:05)
9	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 03. 데이터 적재 원리(사용자, 세션, 히트, 이탈) - 1 (11:18)
10	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 04. 데이터 적재 원리(사용자, 세션, 히트, 이탈) - 2 (10:27)
11	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 05. 잠재고객 보고서 (16:22)
12	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 06. 획득 보고서(기본 - 캠페인 파라미터) (22:14)
13	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 07. 획득 보고서(심화) (18:06)
14	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 08. 웹사이트 내 유저 행동과 주요 지표 (15:48)
15	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 09. 행동 보고서(기본) (20:47)
16	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 10. 행동 보고서(심화 - 이벤트) (12:46)
17	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 11. 전환에 대한 이해와 GA 목표 셋팅 - 1 (14:52)
18	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 12. 전환에 대한 이해와 GA 목표 셋팅 - 2 (12:51)
19	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 13. 전환 보고서 (기본) (17:32)
20	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 14. 전환 보고서 (전자상거래) (11:32)
21	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 15. 전환 보고서 (심화 - 다채널과 기여모델) -1 (12:35)
22	Chapter 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 16. 전환 보고서 (심화 - 다채널과 기여모델) - 2 (9:27)
23	Chapter 04. 심화 기능 - 01. 세그먼트의 이해와 활용 - 1 (10:28)
24	Chapter 04. 심화 기능 - 02. 세그먼트의 이해와 활용 - 2 (10:55)
25	Chapter 04. 심화 기능 - 03. 구글 애즈 연동 및 잠재고객 구축(리마케팅) (10:02)
26	Chapter 04. 심화 기능 - 04. 맞춤 측정 기준, 맞춤 측정 항목, 맞춤 보고서 - 1 (13:35)
27	Chapter 04. 심화 기능 - 05. 맞춤 측정 기준, 맞춤 측정 항목, 맞춤 보고서 - 2 (13:00)
28	Chapter 04. 심화 기능 - 06. 콘텐츠 분류 (7:55)
29	Chapter 05. 문제 풀이 - 01. GAIQ 문제 실습 (10:57)



Curriculum

1	추후 공개됩니다. (5월 말 영상 공개 예정입니다.)
---	-------------------------------

07. 구글 태그 매니저



Curriculum

08. 모바일/앱 마케팅

1	Chapter 00. Intro - 01. Intro (3:19)
2	Chapter 01. 모바일 앱 마케팅의 개념 그리고 특징 - 01. 모바일 앱 마케팅이란 (8:59)
3	Chapter 01. 모바일 앱 마케팅의 개념 그리고 특징 - 02. 다른 마케팅과의 차이점 (17:27)
4	Chapter 01. 모바일 앱 마케팅의 개념 그리고 특징 - 03. 본 강의의 목적 (8:39)
5	Chapter 02. 성공적인 모바일 앱 마케팅이란 - 01. 주요 마케팅 지표 - 1 (16:03)
6	Chapter 02. 성공적인 모바일 앱 마케팅이란 - 02. 주요 마케팅 지표 - 2 (21:03)
7	Chapter 02. 성공적인 모바일 앱 마케팅이란 - 03. 마케팅 지표의 최적화 (20:59)
8	QUIZ!
9	Chapter 03. 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 01. 모바일 광고 생태계 개괄 - 1 (10:21)
10	Chapter 03. 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 02. 모바일 광고 생태계 개괄 - 2 (20:12)
11	Chapter 03. 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 03. 어떤 매체가 좋은 매체인가 (9:13)
12	Chapter 03. 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 04. 광고 목적에 따른 매체 구분 - 1 브랜딩 (15:25)
13	Chapter 03. 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 05. 광고 목적에 따른 매체 구분 - 1 브랜딩 - 2 (15:36)
14	Chapter 03. 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 06. 광고 목적에 따른 매체 구분 - 2-1 퍼포먼스 (NCPE, ADN) (18:25)
15	Chapter 03. 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 07. 광고 목적에 따른 매체 구분 - 2-2 퍼포먼스 (UAC) - 1 (11:32)
16	Chapter 03. 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 08. 광고 목적에 따른 매체 구분 - 2-2 퍼포먼스 (UAC) - 2 (11:44)
17	Chapter 03. 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 09. 광고 목적에 따른 매체 구분 - 2-3 퍼포먼스 (FB).mp (17:21)
18	Chapter 03. 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 10. 광고 목적에 따른 매체 구분 - 3 퍼포먼스 (Store, Pre-registration) (12:17)
19	Chapter 03. 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 11. 생애 주기에 따른 매체 구분 (7:29)
20	Chapter 04. 모바일 앱 트래킹 툴에 대한 이해 - 01. 마켓 애널리틱스의 개념 (13:05)
21	Chapter 04. 모바일 앱 트래킹 툴에 대한 이해 - 02. 어트리뷰션 트래킹 툴의 개념 - 1 (13:05)
22	Chapter 04. 모바일 앱 트래킹 툴에 대한 이해 - 03. 어트리뷰션 트래킹 툴의 개념 - 2 (11:58)
23	Chapter 04. 모바일 앱 트래킹 툴에 대한 이해 - 04.. 어트리뷰션 트래킹 툴의 개념 (16:36)
24	Chapter 04. 모바일 앱 트래킹 툴에 대한 이해 - 05. 어트리뷰션 트래킹 툴 살펴보기 - 플로우 (14:35)
25	Chapter 04. 모바일 앱 트래킹 툴에 대한 이해 - 06. 어트리뷰션 트래킹 툴 직접 만져보기 - adbrix (12:17)
26	Chapter 05. 총정리 - 01. 총정리 (12:19)



Curriculum

09. 검색엔진마케팅 (SEM)

1	Chapter 01. Intro - 01. Intro (6:55)
2	Chapter 02. 검색광고 전략_101 - 01. 국내 매체별 특징 이해_네이버, 구글 (10:05)
3	Chapter 02. 검색광고 전략_101 - 02. 매체별 검색광고 노출 위치 & 네트워크 (11:30)
4	Chapter 02. 검색광고 전략_101 - 03. 소비자 구매 여정을 통한 SEM 기본, 과금 모델 이해 (14:05)
5	Chapter 02. 검색광고 전략_101 - 04. 매체별 부가세 계산 방법 (9:18)
6	Chapter 02. 검색광고 전략_101 - 05. 트래킹 솔루션이란 (7:31)
7	Chapter 02. 검색광고 전략_101 - 06. 트래킹 솔루션 종류 안내 (9:39)
8	Chapter 02. 검색광고 전략_101 - 07. 키워드 속성 안내 (21:34)
9	Chapter 02. 검색광고 전략_101 - 08. 미디어믹스 내 검색광고 우선순위 (12:55)
10	Chapter 02. 검색광고 전략_101 - 09. 검색광고에 대한 부정적인 인식들 (5:59)
11	Chapter 03. 검색광고 전략_네이버 - 01. 네이버 계정 생성 & UI 체크 (24:41)
12	Chapter 03. 검색광고 전략_네이버 - 02. 네이버 검색광고 계정 구조 및 제한 사항 - 1 (13:56)
13	Chapter 03. 검색광고 전략_네이버 - 02. 네이버 검색광고 계정 구조 및 제한 사항 - 2 (16:53)
14	Chapter 03. 검색광고 전략_네이버 - 03. 키워드 트래킹 URL 및 네이버 추적 URL 안내 (7:20)
15	Chapter 03. 검색광고 전략_네이버 - 04. 효과적인 키워드 확장 방법 2가지 비교 (14:07)
16	Chapter 03. 검색광고 전략_네이버 - 05. 품질지수를 높이는 문안 전략_기본 문안 (16:04)
17	Chapter 03. 검색광고 전략_네이버 - 06. 품질지수를 높이는 문안 전략_확장 소재 (18:10)
18	Chapter 04. 검색광고 전략_공통 - 01. 엑셀을 통한 키워드 확장 전략 실습 (17:42)
19	Chapter 04. 검색광고 전략_공통 - 02. 엑셀을 통한 고연관성 키워드 확장 전략 실습 (7:41)
20	Chapter 05. 검색광고 입찰전략 - 01. 효율적인 그룹핑 전략_케이스 스터디 (11:00)
21	Chapter 05. 검색광고 입찰전략 - 02. 입찰을 하는 이유 (7:47)
22	Chapter 05. 검색광고 입찰전략 - 03. 입찰 구성 요소 & 원리 (4:02)
23	Chapter 05. 검색광고 입찰전략 - 04. 제품 가치에 의한 입찰가 산정 (6:33)
24	Chapter 05. 검색광고 입찰전략 - 05. 객단가 역산의 함정_제품 속성 기반 입찰 전략_01_BGPI (5:54)
25	Chapter 05. 검색광고 입찰전략 - 06. 제품 속성에 따른 입찰 전략_02_매출 비중 (8:10)
26	Chapter 05. 검색광고 입찰전략 - 07. 제품 속성에 따른 입찰 전략_03_고관여 vs. 저관여 (7:41)



Curriculum

09. 검색엔진마케팅 (SEM)

27	Chapter 05. 검색광고 입찰전략 - 08. 제품 속성에 따른 입찰 전략_04_특이 업종(ex. 앱다운로드 캠페인) (4:46)
28	Chapter 05. 검색광고 입찰전략 - 09. HOW TO BID (9:44)
29	Chapter 05. 검색광고 입찰전략 - 10. 검색광고 입찰 케이스 스터디 (6:07)
30	Chapter 05. 검색광고 입찰전략 - 11. 노출순위 계산법(검색 vs. 콘텐츠) (4:56)
31	Chapter 05. 검색광고 입찰전략 - 12. 실습: 엑셀을 활용한 입찰가 계산 (12:30)
32	Chapter 06. 검색광고 전략_브랜드 검색 - 01. 네이버 브랜드 검색이란 (8:01)
33	Chapter 06. 검색광고 전략_브랜드 검색 - 02. 브랜드 검색의 종류 및 활용법 (5:51)
34	Chapter 06. 검색광고 전략_브랜드 검색 - 03. SERP 순위 이슈 및 소재 최적화 팁 (6:53)
35	Chapter 06. 검색광고 전략_브랜드 검색 - 04. 구간 단가형 상품 및 시즌별 트렌드 최적화 전략 (6:49)
36	Chapter 06. 검색광고 전략_브랜드 검색 - 05. 실습: 네이버 광고주센터 UI를 활용한 브랜드 검색 DIY (10:25)
37	Chapter 06. 검색광고 전략_파워 콘텐츠 - 06. 네이버 파워콘텐츠란 (10:54)
38	Chapter 06. 검색광고 전략_상품정리 - 07. 네이버 웹마스터 툴이란 (6:20)
39	Chapter 06. 검색광고 전략_상품정리 - 08. Daum Clix(검색광고) 소개 (5:12)
40	Chapter 06. 검색광고 전략_상품정리 - 09. Daum Clix(검색광고) 계정 생성 & UI 체크_01 (8:52)
41	Chapter 06. 검색광고 전략_상품정리 - 10. Daum Clix(검색광고) 계정 생성 & UI 체크_02 (5:26)
42	Chapter 07. 총정리 & 핀포인트 팁 - 01. 품질지수 최적화를 위한 랜딩 페이지 전략 (5:57)
43	Chapter 07. 총정리 & 핀포인트 팁 - 02. 노출, 클릭은 아는 분께, 리포트 생성 실습 (4:33)
44	Chapter 07. 총정리 & 핀포인트 팁 - 03. 리포트는 생성해보신 분께, 인사이트 도출을 통한 SEM 최적화 실습 (8:59)



Curriculum

10. 디지털 캠페인 CASE STUDY

1	Chapter 01. 디지털 마케팅 시작하기 - 01. 케이스 스터디 소개 (4:38)
2	Chapter 01. 디지털 마케팅 시작하기 - 02. 목표 수립하기 - 마케팅 목표 수립 (8:47)
3	Chapter 01. 디지털 마케팅 시작하기 - 03. 목표 수립하기 - 광고 구조, 매체별 KPI 설정 (15:38)
4	Chapter 02. 채널별 광고 세팅 및 운영 - 01. 페이스북 인스타그램 실습 - 트래픽, 전환 최적화 광고 세팅 (20:38)
5	Chapter 02. 채널별 광고 세팅 및 운영 - 02. 구글 애즈 실습 - 디스플레이, 검색 광고 세팅 (14:47)
6	Chapter 02. 채널별 광고 세팅 및 운영 - 03. 네이버 광고 실습 - 검색 광고 세팅 (9:18)
7	Chapter 02. 채널별 광고 세팅 및 운영 - 04. 카카오모먼트 광고 실습 - 디스플레이 광고 세팅 (7:20)
8	Chapter 03. 마케팅 성과 분석 - 01. 마케팅 대시보드 구축-1 (14:39)
9	Chapter 03. 마케팅 성과 분석 - 01. 마케팅 대시보드 구축-2 (14:05)
10	Chapter 03. 마케팅 성과 분석 - 02. 마케팅 대시보드 해석 (24:13)
11	Chapter 03. 마케팅 성과 분석 - 03. 페이스북 광고 성과 분석 - 1 (16:09)
12	Chapter 03. 마케팅 성과 분석 - 04. 페이스북 광고 성과 분석 - 2 (14:46)
13	Chapter 03. 마케팅 성과 분석 - 05. 배너 광고 성과 분석 (16:49)
14	Chapter 03. 마케팅 성과 분석 - 06. 검색 광고 성과 분석 (24:24)
15	Chapter 04. 트러블슈팅 - 01. 트러블슈팅 전략 수립 (21:43)
16	Chapter 04. 트러블슈팅 - 02. 트러블슈팅 액션 - 페이스북 다이내믹 크리에이티브, 카카오모먼트 유사타게팅, 구글 배너 노출최대화 (7:45)
17	Chapter 04. 트러블슈팅 - 03. 케이스 스터디 마무리 (4:44)