



바이트디그리
디지털 마케팅 LV 1

Syllabus
Fast Campus
2020. 07

00. Byte Degree Description

바이트 디그리란, 직장인 실무 교육을 운영하는 패스트캠퍼스가 산업 전문가들과 협력을 통해 구성한 기술 인증 교육 코스입니다. 디지털 기술의 빠른 변화 속에서 현업 전문가가 설계한 프로젝트를 기반으로 학습하고, 단순히 귀와 눈으로만 익히는 것에서 벗어나 수강생 손으로 직접 구현해보며 해당 기술을 익히고, 프로젝트를 통해 이해한 정도를 검증할 수 있도록 합니다. 수강생이 학습한 내용을 바탕으로 제출하는 프로젝트는 리뷰어에게 1:1 로 피드백을 받으며 일정 수준을 통과해야 바이트 디그리를 받을 수 있습니다. 전통적인 대학 학위보다 적은 시간을 들여 실무에 가장 가까운 기술을 익히고, 프로젝트 결과물을 통해 이해도를 검증하고, 인증받을 수 있습니다.

01. Course Description

디지털 마케팅은 온라인에서 다양한 경로를 노출한 콘텐츠 및 광고를 통해 브랜드 웹사이트와 쇼핑몰 등에 유입된 고객들이 매출로 전환되는 과정을 체크하고 개선하는 일련의 마케팅 과정을 통칭합니다.

본 과정은 [올인원 패키지 : 디지털 마케팅 MAX], [올인원 패키지 : SNS 콘텐츠 기획/제작 MAX] 총 2가지 강의에서 꼭 알아야하는 부분만을 커리큘럼으로 Level 1 과정을 구성하였습니다. (부록으로 포토샵, 프리미어 디자인툴 강의 제공)

Part 1~4 미니프로젝트의 경우, 패스트캠퍼스가 지정한 B2B, B2C 대상의 실제 기업 3곳(외식업/뷰티업/교육업) 중에 수강생이 선호하는 하나의 기업을 선정합니다. 수강생은 자신이 해당 기업의 마케터라고 생각하고, 기업 분석부터 해당 기업의 서비스 및 상품에 적합한 콘텐츠 기획/제작, Facebook & Google Ads를 통한 캠페인 설계 그리고 마케팅 성과 측정을 위한 Google Analytics 기본 세팅 및 활용까지 디지털 마케팅의 일련의 과정을 경험하도록 합니다.

최종적으로 디지털 마케팅의 전반적인 프로세스를 Part1~4의 과정을 거쳐 이해했다면, 마지막 Part 5에서는 수강생이 선호하는 실제 기업 또는 산업군을 선정하여 실제 마케팅 제안서를 작성합니다. 본 제안서는 추후 수강생 포트폴리오로 활용할 수 있습니다.

02. Course Information

1. 모든 과정(강의 수강, 질의 응답, 프로젝트 피드백)은 온라인으로 진행됩니다.
2. 퀴즈 점수(출석 점수), 파트별 미니 프로젝트(4개), 최종 프로젝트 점수(1개)를 종합하여 평가 합니다.
3. 조교를 통한 질의응답과 프로젝트 결과물에 대한 리뷰어의 꼼꼼한 피드백을 진행합니다.

03. Course Objectives

1. 디지털 마케팅에 전반에 대해서 한번에 이해하여 나만의 목표를 설정할 수 있습니다.
2. 디지털 마케팅의 전반적인 프로세스를 이해하고 시장 조사부터 콘텐츠 기획, 광고 집행, 마케팅 성과 분석 등 일련의 마케팅 활동에 대한 경험을 증명할 수 있도록 합니다.
3. 12주 동안 1년 경력의 Skill set을 가진 디지털 마케터로 양성하고자 합니다.

04. Course Task

1. 퀴즈 : 매주(10주) 한번씩 퀴즈를 통해 학습 한 내용을 점검합니다. 퀴즈는 객관식, 단답식, O/X 등 다양한 형태로 출제되며 학습한 내용을 복습하는 정도의 수준이 출제됩니다. 10점 만점으로 출제가 되며 5점 이상 득했을 시, 한 주 출석이 인정됩니다. 10주차에 진행되는 퀴즈는 구글애널리틱스 자격증 'GAIQ' 취득(필수)으로 대체합니다. 총 수업 주차(10주) 중, 2/3(7주) 출석 인증이 되어야 바이트 디그리 수료 조건을 충족합니다.
2. Mini Project : 총 4개의 파트로 구성되어 있는 [바이트 디그리 : 디지털 마케팅] 은 마지막 파트만 제외하고 1~4 파트는 해당 파트에 대한 이해도를 점검하는 수준의 미니 프로젝트가 출제됩니다. 총 출제 되는 Mini Project(4개) 중 2개 이상 제출하여야 바이트 디그리 수료 조건을 충족합니다.
3. Final Project : 마지막 파트의 수업이 끝날 때 출제되는 프로젝트입니다. Mini Project와 동일한 형태로 문제가 출제 되지만, 모든 파트에 대한 종합적 이해가 요구되는 수준으로 Mini Project 보다 난이도 있게 출제됩니다. 제출한 프로젝트에 대하여 리뷰어가 정해진 점검표에 맞추어 평가를 진행하고, 최종적으로 통과 하였을 시, 바이트 디그리가 수여됩니다.

05. What You Will Learn

1. 디지털 마케터로서 알아야 할 마케팅 지표 및 광고 용어의 이해
2. Facebook & Google Ads를 활용한 광고 집행 및 구글애널리틱스를 통한 마케팅 성과 측정
3. 마케팅 전략/콘텐츠 기획/광고 집행/성과 측정 등 디지털 마케팅 프로세스에 기반한 마케팅 제안서 프로젝트 포트폴리오 완성

06. Course Summary

구분	파트	파트 목표	강사	감수자
Part 1	마케팅 기초	디지털 마케팅과 전통적 마케팅의 차이점과 전반적인 마케팅의 흐름을 배우며 마케터라면 반드시 알아야 할 필수 개념 등을 비롯한 마케터의 기본 소양에 대해 학습합니다. 또한, 마케팅 분야의 다양한 직무와 현업에서 실제 마케팅 계획서 작성하는 방법에 대해서 알아봅니다.	안효은	박희영 (엣지랭크 / 전략 기획 실장)
Part 2	콘텐츠 기획	브랜드와 소비자가 소통하는 것은 콘텐츠를 통해서 일어나게 됩니다. 본 파트에서는 어떤 채널에서 어떤 형태의 콘텐츠를 활용하고, 어떤 문구와 어떤 형태의 이미지 / 영상 콘텐츠가 유행하는지 트렌드에 대해 학습하여 그에 걸맞는 콘텐츠 유형과 스토리 기획 방법을 카드뉴스와 영상 콘텐츠 스토리보드 제작을 통해 학습합니다.	김지현 국현준	김지현 (우아한 형제들 / 콘텐츠 파트장)
Part 3	광고 집행 기초	Facebook & Google Ads는 페이지 개설 및 계정을 통한 미디어 운영 및 Paid 광고가 모두 가능한 플랫폼입니다. 본 파트에서는 Facebook & Google Ads 를 통해 목표 설정 및 타겟팅 기능을 활용하여 캠페인 설계 및 광고를 직접 집행할 수 있도록 합니다. 또한, A/B Test의 개념을 이해하고 잠재고객에게 효과적인 크리에이티브를 선별할 수 있습니다.	강한아 이혜원	우성주 (쿠팡 / Media Group Principal Account Executive)
Part 4	마케팅 성과 측정	마케팅 효율 체크 및 데이터 분석은 디지털 마케터에게 필수 역량입니다. 가장 대중적인 마케팅 데이터 분석 플랫폼 'Google Analytics' 계정을 직접 생성해보고, 추적코드 설치 실습을 진행함으로써 마케팅 성과 측정을 위한 준비를 하고자 합니다. 또한, 구글 애널리틱스 자격증 'GAIQ'를 취득하여 웹 데이터 분석의 전문성을 입증합니다.	이재문	홍형표 (구글코리아 / 구글 커스터머 솔루션본부 차장)
Part 5	실전 프로젝트	실제 디지털 마케팅 케이스 스터디와 성과 대시보드 구축, 트러블 슈팅 등에 필요한 이론을 학습합니다. 그리고 앞서 배운 내용을 모두 종합하여, 수강생이 선호하는 실제 기업 또는 산업군을 선정하여 실무에 바로 적용 가능한 수준의 마케팅 제안서를 작성합니다. 본 제안서는 추후 수강생 포트폴리오로 활용할 수 있습니다.	정현	최광식 (NHN AD / 마케팅 팀장)

07. Course Schedule

- 총 수업 주차 : 12주 (수업 10주, 최종 프로젝트 2주)
- 총 수업 시간 : 35시간

주차	기간	수업 시간	특이사항
1	2020. 07. 20 ~ 2020. 07. 26	3.5시간	Quiz
2	2020. 07. 27 ~ 2020. 08. 02	3.5시간	Quiz / mini Project
3	2020. 08. 03 ~ 2020. 08. 09	3시간	Quiz
4	2020. 08. 10 ~ 2020. 08. 16	3시간	Quiz / mini Project
5	2020. 08. 17 ~ 2020. 08. 23	3시간	Quiz
6	2020. 08. 24 ~ 2020. 08. 30	3시간	Quiz
7	2020. 08. 31 ~ 2020. 09. 06	3시간	Quiz
8	2020. 09. 07 ~ 2020. 09. 13	3시간	Quiz / mini Project
9	2020. 09. 14 ~ 2020. 09. 20	3.5시간	Quiz
10	2020. 09. 21 ~ 2020. 09. 27	3시간	GAIQ / mini Project
11	2020. 09. 28 ~ 2020. 10. 04	3.5시간	Final Project 준비
최종 프로젝트	2020. 10. 05 ~ 2020. 10. 11	-	Final Project 제출

-주차별 퀴즈 범위

주차	기간	퀴즈 범위
1	2020. 07. 20 ~ 2020. 07. 26	[01. 마케팅 기초 - 01. 마케팅 기본 개념] ~[03. 마케터의 타입 - 05. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 5 - 퍼포먼스]
2	2020. 07. 27 ~ 2020. 08. 02	04. [마케터의 프레임워크 - 01. 브랜드마케팅 - 1] ~06. [디지털 비즈니스 사고방식 - 01. 디지털 마케터의 일상]
3	2020. 08. 03 ~ 2020. 08. 09	[01. 카드뉴스 기획 - 01. 콘텐츠 마케팅으로서의 카드뉴스] ~[05. 디자인하기 - 01. 디자인하기]
4	2020. 08. 10 ~ 2020. 08. 16	[01. 콘텐츠 시장을 읽어라, 영상 콘텐츠의 트렌드 - 01.] ~[04. 영상 광고 집행을 위한 페이스북 이해 - 02.]
5	2020. 08. 17 ~ 2020. 08. 23	[01. 페이스북 광고 전체 구조 파악하기 - 1] ~[12. 타겟 생성 및 타겟팅 실습]
6	2020. 08. 24 ~ 2020. 08. 30	[13. 다양한 광고 크리에이티브 소재] ~[25. 총정리]
7	2020. 08. 31 ~ 2020. 09. 06	[01. Google Marketing Overview - 01. 구글 마케팅 시작하기] ~[02. Google Ads의 이해 - 13. 검색광고 실습]
8	2020. 09. 07 ~ 2020. 09. 13	[02. Google Ads의 이해 - 14. 디스플레이 광고 Overview] ~[03. Google 마케팅 실전 - 05. 구글 마케팅 총정리]
9	2020. 09. 14 ~ 2020. 09. 20	[00. Intro - 01. Intro] ~[03. 구글 애널리틱스 보고서 - 10. 행동 보고서(심화 - 이벤트)]
10	2020. 09. 21 ~ 2020. 09. 27	[03. 구글 애널리틱스 보고서 - 11. 전환에 대한 이해와 GA 목표 셋팅 - 1] ~[04. 심화 기능 - 06. 콘텐츠 분류]

08. Course Project

- 총 프로젝트 : 5개 (Mini Project 4개 / Final Project 1개)
- 바이트 디그리 수료 기준 : 4개 (Mini Project 2개 제출 / 구글애널리틱스 자격증 GAIQ 취득 / Final Project 통과)

1. Mini Project

a. 마케팅 기초

- 출제자 : 박희영 (엣지랭크 / 전략 기획 실장)
- 기한 : 2020. 08. 10
- 프로젝트 명 : 기업 분석과 마케팅 리서치 Project
- 프로젝트 설명 : 본 파트에서는 디지털마케팅 입문자를 위해 마케팅에 대한 기본 개념과 디지털 마케팅의 전반적인 흐름, 생태계 구성, 플랫폼 분석, 전략수립 과정을 다루고 있습니다. 이론 뿐만 아니라 다양한 사례와 디지털 마케팅 직무 소개, 실전 노하우 등 현업에서 바로 적용 가능한 방법론을 제시합니다. 이후 수강생이 원하는 브랜드를 직접 선택 후 문제정의, 자사 및 경쟁사 분석, 마케팅 사례 분석을 통해 인사이트를 도출하고 마케팅 전략을 수립하는 프로젝트 실습을 진행하게 됩니다.

b. 콘텐츠 기획

- 출제자 : 김지현 (우아한 형제들 / 콘텐츠 파트장)
- 기한 : 2020. 08. 24
- 프로젝트 명 : 브랜드를 알리는 카드뉴스/동영상 기획 및 제작 Project
- 프로젝트 설명 : Part 1 에서 도출한 전략을 통해 카드뉴스 / 동영상 콘텐츠를 직접 기획하고 제작하는 프로젝트를 진행합니다. 브랜드에 대한 신뢰를 높이는 정보성 콘텐츠 일 수도 있고 서비스나 제품의 바이럴을 위한 광고성 콘텐츠 일 수도 있습니다. Part1에서 도출한 전략에 맞춰 채널과 포맷을 선택하는 것이 시작입니다. 그 후 강의에서 학습한 기본기를 토대로 포맷의 장점을 살린 카드뉴스 / 동영상의 크리에이티브를 제출하도록 합니다.

c. 광고 집행 기초

- 출제자 : 우성주 (쿠팡 / Media Group Principal Account Executive)
- 기한 : 2020. 09. 21
- 프로젝트 명 : Facebook & Google Ads 캠페인 설계 Project
- 프로젝트 설명 : Part 2에서 제작한 콘텐츠를 목표하는 고객에게 전달합니다. Facebook과 Google ads를 통해 광고목표 설정, 광고 종류, 광고예산, Targeting 등의 광고 캠페인을 직접 설계하고 세팅하는 일련의 과정을 직접 경험합니다. 학습 내용을 바탕으로 광고의 목적, 타겟/일정/예산 등이 명시된 마케팅 믹스 형태의 보고서를 제출합니다.

d. 마케팅 성과 측정

- 출제자 : 홍형표 (구글코리아 / 구글 커스터머 솔루션본부 차장)
- 기한 : 2020. 10. 05
- 프로젝트 명 : Google Analytics 100% 활용 5 step Project
- 프로젝트 설명 : 'Google Analytics' 계정을 직접 생성해보고, 자신의 블로그(티스토리 활용)를 개설하여 추적코드 설치 / 정확한 데이터 수집을 위한 세팅 / 광고트래픽 추적 및 전환 추적 설정 실습을 진행하여 마케팅 성과 측정을 위한 준비를 합니다. 또한, Google Analytics 자격증 'GAIQ(Google Analytics Individual Qualification)' 를 취득하여 웹 데이터 분석의 전문성을 입증합니다.

2. Final Project

a. 실전 프로젝트

- 출제자 : 최광식 (NHN AD / 마케팅 팀장)
- 기한 : 2020. 10. 19
- 프로젝트 명 : 디지털 마케팅 제안서 Project
- 프로젝트 설명 : Part 1~4까지 배운 내용을 바탕으로 최종 프로젝트를 진행합니다. 앞서 배운 내용을 모두 종합하여, 수강생이 선호하는 실제 기업 또는 산업군을 선정하여 실무에 바로 적용 가능한 수준의 마케팅 제안서를 작성합니다. 본 제안서는 추후 수강생 포트폴리오로 활용할 수 있습니다.

09. Byte Degree | Digital Marketing 수료 기준

1. 7회 이상 출석 체크
 - a. 총 10주 동안 10번의 출석 체크를 진행하고 2/3 이상(7회 이상) 출석 인증을 해야합니다.
(첫 개강일 1주차는 모든 수강생들에게 출석 인증 1회 부여)
 - b. 출석 체크는 퀴즈 통과 여부를 통해 인증합니다.
 - c. 매주 수업이 끝날 때, 10점 만점의 문제가 출제 됩니다.
 - d. 5점 이상 득할 시, 1회 출석이 인정됩니다.
 - e. 10주차에 진행되는 퀴즈는 구글 애널리틱스 자격증 'GAIQ' 취득(필수)으로 대체합니다.
2. 2회 이상 Mini Project 제출
 - a. 마케팅 기초, 콘텐츠 기획, 광고 집행 기초, 마케팅 성과 측정 4개의 파트에서 총 4개의 Mini Project가 출제 됩니다.
 - b. 4개의 프로젝트 중 2개 이상의 Mini Project를 제출 하여야 합니다.
 - c. 제출된 Mini Project는 리뷰어를 통해 피드백을 진행합니다. (리뷰 요청 시 해당)
3. 1회 Final Project 통과
 - a. 실전 프로젝트 파트에서 총 1개의 Final Project가 출제 됩니다.
 - b. 모든 수업이 종료된 이후 약 2주의 Final Project 출제 기간이 주어집니다.
 - c. 리뷰어를 통해 피드백이 진행되고, 리뷰어는 공개된 기준표에 맞추어 Project 통과 여부를 결정하며 피드백을 진행합니다.
※ 리뷰어의 피드백은 프로젝트 제출일부터, 최대 7일 이내에 진행됩니다.
 - d. 리뷰어의 '통과'가 이루어진 수강생 중 출석체크, Mini Project 제출 수료 기준을 만족한 수강생에게 Byte Degree가 발급됩니다.

10. Course Curriculum

파트	주차	상세 클립 명
Part 1 마케팅 기초 (7시간)	1주차	01. 마케팅 기초 - 01. 마케팅 기본 개념 01. 마케팅 기초 - 02. 마케팅 관련 회사와 직업들 01. 마케팅 기초 - 03. 전통적 마케팅 믹스의 변화흐름 01. 마케팅 기초 - 04. 마케팅 4.0시대 마케팅 믹스 01. 마케팅 기초 - 05. ATL과 BTL의 경계가 무너지다(이론) 01. 마케팅 기초 - 06. ATL과 BTL의 경계가 무너지다(사례) 02. 디지털 마케팅의 이해 - 01. 디지털 마케팅이란 02. 디지털 마케팅의 이해 - 02. 디지털 마케팅 발전 배경 - 1 - 디지털 기술의 발전 02. 디지털 마케팅의 이해 - 03. 디지털 마케팅 발전 배경 - 2 - 소비자 이용행태의 변화 02. 디지털 마케팅의 이해 - 04. 디지털 마케팅 발전 배경 - 3 - 디지털 시대별 변화의 흐름 02. 디지털 마케팅의 이해 - 05. 디지털 마케팅 발전 배경 - 4 - 디지털 관점 별 흐름 02. 디지털 마케팅의 이해 - 06. 디지털 채널 별 특징 02. 디지털 마케팅의 이해 - 07. 디지털 미디어플래닝 - 1 02. 디지털 마케팅의 이해 - 08. 디지털 미디어플래닝 - 2 02. 디지털 마케팅의 이해 - 09. 디지털 콘텐츠 형태 02. 디지털 마케팅의 이해 - 10. 디지털마케팅 믹스 02. 디지털 마케팅의 이해 - 11. 디지털마케팅 모델 03. 마케터의 타입 - 01. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 1 - Overall 03. 마케터의 타입 - 02. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 2 - 브랜드 03. 마케터의 타입 - 03. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 3 - 바이럴 03. 마케터의 타입 - 04. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 4 - 콘텐츠 03. 마케터의 타입 - 05. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 5 - 퍼포먼스
	2주차	04. 마케터의 프레임워크 - 01. 브랜드마케팅 - 1 04. 마케터의 프레임워크 - 02. 브랜드마케팅 - 2 04. 마케터의 프레임워크 - 03. 통합바이럴마케팅 - 1 04. 마케터의 프레임워크 - 04. 통합바이럴마케팅 - 2 04. 마케터의 프레임워크 - 05. 통합바이럴마케팅 - 3 04. 마케터의 프레임워크 - 06. 콘텐츠마케팅 - 1

		04. 마케터의 프레임워크 - 07. 콘텐츠 마케팅 - 2 04. 마케터의 프레임워크 - 08. 퍼포먼스마케팅 - 1 04. 마케터의 프레임워크 - 09. 퍼포먼스마케팅 - 2 04. 마케터의 프레임워크 - 10. 퍼포먼스마케팅 - 3 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 01. 디지털 마케팅 커뮤니케이션의 가치부여 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 02. 통합 마케팅 커뮤니케이션 계획과정 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 03. 새로운 매체 환경과 소비자 사고방식 이해하기 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 04. 실전 계획서 작성 A - 소비자 인사이트 도출 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 05. 실전 계획서 작성 B - 캠페인 메시지 개발 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 06. 실전 계획서 작성 C - 캠페인 접근법 검토 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 07. 실전 계획서 작성 D - 채널 선택 및 콘텐츠 기획 05. 통합 디지털마케팅 계획서 - 08. 실전 계획서 작성 E - 효과 측정 06. 디지털 비즈니스 사고방식 - 01. 디지털 마케터의 일상
Part 2 콘텐츠 기획 (6시간)	3주차	01. 카드뉴스 기획 - 01. 콘텐츠 마케팅으로서의 카드뉴스 01. 카드뉴스 기획 - 02. 목표와 타겟에 대해 02. 카드뉴스 기획하기 - 01. 주제 찾기 02. 카드뉴스 기획하기 - 02. 카드뉴스 제작하기 03. 내용 쓰기 - 01. 그리듯이 쓰기 (1) 03. 내용 쓰기 - 02. 그리듯이 쓰기 (2) 03. 내용 쓰기 - 03. 그리듯이 쓰기 (3) 03. 내용 쓰기 - 04. 정리하며 쓰기 (1) 03. 내용 쓰기 - 05. 정리하며 쓰기 (2) 03. 내용 쓰기 - 06. 그리듯이 쓰기 + 정리하며 쓰기 03. 내용 쓰기 - 07. 글에 신뢰를 높이는 방법 (1) 03. 내용 쓰기 - 08. 글에 신뢰를 높이는 방법 (2) 03. 내용 쓰기 - 09. 내부 이야기를 담는 방법 03. 내용 쓰기 - 10. 서비스를 알려야하는 순간에 쓰는 방법 03. 내용 쓰기 - 11. 글에 마지막에 점검해야할 것들 04. 제목 쓰기 - 01. 숫자를 사용하는 방법 04. 제목 쓰기 - 02. 호기심을 자극하는 방법 04. 제목 쓰기 - 03. 질문을 활용하는 방법 04. 제목 쓰기 - 04. 타겟과 시의성을 활용하는 방법 04. 제목 쓰기 - 05. 이득과 불안을 활용하는 방법 05. 디자인하기 - 01. 디자인하기
	4주차	01. 콘텐츠 시장을 읽어라, 영상 콘텐츠의 트렌드 - 01. 영상 콘텐츠 분야의 최신 동향을 파악해보자 01. 콘텐츠 시장을 읽어라, 영상 콘텐츠의 트렌드 - 02. 영상 콘텐츠, 실무에서는 어떻게 제작할까? 01. 콘텐츠 시장을 읽어라, 영상 콘텐츠의 트렌드 - 03. 영상 콘텐츠의 시작, 아이디어선과 스토리 작성법 02. 영상이 넘치는 시대, 스토리도 전략이 필요하다. 영상 스토리 곡선 - 01. 영상 시작 5초를 사로 잡아라 02. 영상이 넘치는 시대, 스토리도 전략이 필요하다. 영상 스토리 곡선 - 02. 스토리 구성시 유의해야할 원칙 및 Do Not guide 03. 목적별 영상 콘텐츠 - 01. 마케팅퍼널을 구성하라 03. 목적별 영상 콘텐츠 - 02. 브랜딩 콘텐츠, 유입콘텐츠, 전환콘텐츠 04. 영상 광고 집행을 위한 페이스북 이해 - 01. 페이스북에서 활용할 수 있는 동영상 광고 상품 가이드 04. 영상 광고 집행을 위한 페이스북 이해 - 02. 페이스북 동상 광고의 효율 극대화를 위한 타겟의 활용
콘텐츠 기획 (부록/선택 학습)		<부록 1 : 포토샵 (입문)> 00. 오리엔테이션 01. 포토샵 기본개념 - 포토샵 기본개념 01. 포토샵 기본개념 - 작업 영역 설정 01. 포토샵 기본개념 - 인터페이스 이해하기 02. 포토샵 시작하기 - 이미지 open/crop/place 02. 포토샵 시작하기 - 레이어란? 02. 포토샵 시작하기 - 카드이미지 제작

02. 포토샵 시작하기 - 저장옵션과 이미지포맷
03. 이미지 추출하기1 - Marquee Tool을 활용한 이미지 추출
03. 이미지 추출하기1 - 레스터라이즈 개념이해
03. 이미지 추출하기1 - 광고배너 제작하기
04. 이미지 추출하기2 - 앨범 자켓 디자인
04. 이미지 추출하기2 - Lasso Tool을 활용한 그래픽 디자인
05. 이미지 추출하기3 - Pentool을 활용한 이미지 소스 분리
06. 빛과 색의 이해 이미지 보정 및 편집1 - Color balance
06. 빛과 색의 이해 이미지 보정 및 편집1 - Hue saturation 살펴보기
06. 빛과 색의 이해 이미지 보정 및 편집1 - Curve와 level
07. 빛과 색의 이해 이미지 보정 및 편집2 - SNS 이미지 제작
07. 빛과 색의 이해 이미지 보정 및 편집2 - Vibrance를 활용한 웹 메인 페이지
07. 빛과 색의 이해 _ 이미지 보정 및 편집2 - 디스플레이 광고 포스터 제작하기
07. 빛과 색의 이해 이미지 보정 및 편집2 - 레이어마스크를 활용한 포인트 색감 추출하기
08. 효과표현과 이미지 제작1 - 네온사인 표현을 활용한 홍보 배너 제작하기
08. 효과표현과 이미지 제작1 - 스토르크 기능 살펴보기
08. 효과표현과 이미지 제작1 - 화장품 광고 배너 제작하기
08. 효과표현과 이미지 제작1 - Gradient overlay를 활용한 로고 이미지 제작
09. 효과표현과 이미지 제작2 - 클리핑 마스크를 활용한 그래픽 디자인
09. 효과표현과 이미지 제작2 - Black & White 메뉴를 활용한 광고 포스터 제작하기
10. 효과표현과 이미지 제작3 - 그라데이션 효과를 활용한 로고 만들기
10. 효과표현과 이미지 제작3 - 브러쉬를 활용한 효과표현
11. 포토샵의 유용한 기능들1 - Patch, Contents Aware-Fill & Move 기능 살펴보기
11. 포토샵의 유용한 기능들1 - 패턴 제작과 정의, 백그라운드 이미지 만들기
11. 포토샵의 유용한 기능들1 - Image Slice와 Save for Web
11. 포토샵의 유용한 기능들1 - 타임라인과 GIF 콘텐츠 제작
12. Graphic artwork 제작하기 - 디자인 트렌드와 포토샵의 활용
12. Graphic artwork 제작하기 - 그래픽 포스터 제작하기1
12. Graphic artwork 제작하기 - 그래픽 포스터 제작하기2
12. Graphic artwork 제작하기 - 스포츠 브랜드 배너 제작하기
13. 포토샵의 유용한 기능들2 - Select and Mask 기능을 활용한 인물 추출하기
13. 포토샵의 유용한 기능들2 - Healing Tool을 활용한 인물 보정 기초
13. 포토샵의 유용한 기능들2 - 디자인 안목 기르기1
13. 포토샵의 유용한 기능들2 - 디자인 안목 기르기2
14. 효과표현과 이미지제작4 - 디테일 이미지 제작하기
14. 효과표현과 이미지제작4 - 온라인 쿠폰 제작하기
15. 강의마무리

<부록 2 : 프리미어 (입문)>

00. 오리엔테이션
01. 무작정 영상 편집 해보기
02. 프리미어프로 인터페이스 소개
03. 컷 편집 시작하기
04. 소스모니터 활용하기 1
05. 소스모니터 활용하기 2
06. 영상의 속도 조절
07. 영상 렌더링 - 출력하기
08. BGM 편집하기
09. 오디오 조절하기 1
10. 오디오 조절하기 2
11. 사진 영상 만들기 1
12. 사진 영상 만들기 2
13. 기초 자막 만들기
14. 반응형 자막 만들기
15. 컬러와 연출 - 이론과 실습
16. 컬러 컬렉션 - 워크플로우와 기초 컬렉션
17. 컬러 그레이딩 - Tone & Manner 만들기
18. 컬러 피니쉬 그레이딩 - 2차 컬러 조절
19. 심화 - 음악에 맞춰 자동 편집

		20. 심화 - 글씨에 사진 넣기 01. 편집 환경 셋팅하기 02. 단축키 설정하기 03. 사운드 크기 조절하기 04. Error 해결 - 자동 Unlink, 영상만 불러와 질 때 05. Error 해결 - 재생화질 문제, 사운드가 안 들릴 때 06. Error 해결 - 소스모니터 타임코드 해결하기
Part 3 광고 집행 기초 (12시간)	5주차	<페이스북 마케팅> 01. 페이스북 광고 전체 구조 파악하기 - 1 01. 페이스북 광고 전체 구조 파악하기 - 2 02. 페이스북 페이지 03. 페이스북 페이지 만들기 실습 04. 비즈니스 관리자와 광고 관리자 05. 4강 관련 실습 06. 캠페인, 세트, 크리에이티브 07. 페이스북 광고 경매 시스템 08. 픽셀 09. 픽셀설치 실습 10. 타겟 part(1) (핵심, 맞춤) 11. 타겟 part(2) (유사) 12. 타겟 생성 및 타겟팅 실습
	6주차	13. 다양한 광고 크리에이티브 소재 14. 광고 크리에이티브 제작 노하우 15. 광고 크리에이티브 제작 실습 - 1 16. 광고 크리에이티브 제작 실습 - 2 17. A/B 테스트의 의미와 원칙 18. A/B 테스트 사례와 실제 세팅 방법 19. A/B 테스트 자동화와 보고서 세팅 20. 주요 광고 성과 지표 21. 마케팅퍼널에 따른 성과지표 선정과 열 맞춤 설정 22. '기여' 산정 방식 이해 및 '기여기간' 설정의 활용 23. 분석 데이터 (Breakdown) 보기 24. 페이스북 광고 성과에 따른 운영 예시 25. 총정리
	7주차	<구글 마케팅> 01. Google Marketing Overview - 01. 구글 마케팅 시작하기 01. Google Marketing Overview - 02. 디지털마케팅 생태계에서의 Google 01. Google Marketing Overview - 03. 구글의 광고 솔루션 01. Google Marketing Overview - 04. 구글 광고 네트워크 01. Google Marketing Overview - 05. 구글 광고의 특성 - 1 01. Google Marketing Overview - 06. 구글 광고의 특성 - 2 01. Google Marketing Overview - 07. 실습을 위한 블로그 만들기 01. Google Marketing Overview - 08. 구글 광고 계정 만들기 01. Google Marketing Overview - 09. 구글 마케팅의 원리 - 1 01. Google Marketing Overview - 10. 구글 마케팅의 원리 - 2 02. Google Ads의 이해 - 01. Google Ads 살펴보기 02. Google Ads의 이해 - 02. Google Ads UI 실습 02. Google Ads의 이해 - 03. 리마케팅 목록 및 태그 02. Google Ads의 이해 - 04. 전환 액션 및 태그 02. Google Ads의 이해 - 05. 구글 태그 어시스턴스 02. Google Ads의 이해 - 06. 리마케팅 태그 실습 02. Google Ads의 이해 - 07. 전환 태그 실습 02. Google Ads의 이해 - 08. 잠재고객 만들기 실습 02. Google Ads의 이해 - 09. 검색 광고 Overview 02. Google Ads의 이해 - 10. 검색 광고 만들기 02. Google Ads의 이해 - 11. 검색 광고 운영하기 - 1 02. Google Ads의 이해 - 12. 검색 광고 운영하기 - 2 02. Google Ads의 이해 - 13. 검색광고 실습

	8주차	02. Google Ads의 이해 - 14. 디스플레이 광고 Overview 02. Google Ads의 이해 - 15. 디스플레이 광고 만들기 02. Google Ads의 이해 - 16. 디스플레이 광고의 유형 02. Google Ads의 이해 - 17. 디스플레이 광고 운영하기 - 1 02. Google Ads의 이해 - 18. 디스플레이 광고 운영하기 - 2 02. Google Ads의 이해 - 19. 디스플레이 광고 실습 02. Google Ads의 이해 - 20. Youtube 광고 Overview 02. Google Ads의 이해 - 21. Youtube 채널 Overview 02. Google Ads의 이해 - 22. Youtube 광고 만들기 02. Google Ads의 이해 - 23. Youtube 광고 운영하기 - 1 02. Google Ads의 이해 - 24. Youtube 광고 운영하기 - 2 02. Google Ads의 이해 - 25. Youtube 광고 실습 02. Google Ads의 이해 - 26. APP 광고 Overview 02. Google Ads의 이해 - 27. 쇼핑 광고 Overview 02. Google Ads의 이해 - 28. Full Funnel 마케팅 설계하기 02. Google Ads의 이해 - 29. 구글 마케팅 트러블슈팅 02. Google Ads의 이해 - 30. 구글 마케팅 성과 리포트 02. Google Ads의 이해 - 31. Google Ads 인증시험 준비하기 03. Google 마케팅 실전 - 01. Full Funnel 마케팅 설계하기 03. Google 마케팅 실전 - 02. 구글 마케팅 트러블슈팅 03. Google 마케팅 실전 - 03. 구글 마케팅 성과 리포트 03. Google 마케팅 실전 - 04. Google Ads 인증시험 준비하기 03. Google 마케팅 실전 - 05. 구글 마케팅 총정리
Part 4 마케팅 성과 측정 (6.5시간)	9주차	00. Intro - 01. Intro 01. 디지털 마케팅과 구글 애널리틱스 - 01. 디지털 마케팅과 GA의 등장 02. 구글 애널리틱스 시작하기 - 01. 추적 코드 설치하기 02. 구글 애널리틱스 시작하기 - 02. 계정 구조 02. 구글 애널리틱스 시작하기 - 03. 구글 애널리틱스 활용 전략 02. 구글 애널리틱스 시작하기 - 04. 대시보드 구성 이해 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 01. 구글 애널리틱스 보고서 소개 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 02. 측정기준과 측정항목 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 03. 데이터 적재 원리(사용자, 세션, 히트, 이탈) - 1 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 04. 데이터 적재 원리(사용자, 세션, 히트, 이탈) - 2 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 05. 잠재고객 보고서 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 06. 획득 보고서(기본 - 캠페인 파라미터) 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 07. 획득 보고서(심화) 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 08. 웹사이트 내 유저 행동과 주요 지표 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 09. 행동 보고서(기본) 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 10. 행동 보고서(심화 - 이벤트)
	10주차	03. 구글 애널리틱스 보고서 - 11. 전환에 대한 이해와 GA 목표 셋팅 - 1 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 12. 전환에 대한 이해와 GA 목표 셋팅 - 2 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 13. 전환 보고서 (기본) 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 14. 전환 보고서 (전자상거래) 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 15. 전환 보고서 (심화 - 다채널과 기여모델) - 1 03. 구글 애널리틱스 보고서 - 16. 전환 보고서 (심화 - 다채널과 기여모델) - 2 04. 심화 기능 - 01. 세그먼트의 이해와 활용 - 1 04. 심화 기능 - 02. 세그먼트의 이해와 활용 - 2 04. 심화 기능 - 03. 구글 애즈 연동 및 잠재고객 구축(리마케팅) 04. 심화 기능 - 04. 맞춤 측정 기준, 맞춤 측정 항목, 맞춤 보고서 - 1 04. 심화 기능 - 05. 맞춤 측정 기준, 맞춤 측정 항목, 맞춤 보고서 - 2 04. 심화 기능 - 06. 콘텐츠 분류 05. GAIQ 문제 풀이 1 05. GAIQ 문제 풀이 2 05. GAIQ 문제 풀이 3 05. GAIQ 문제 풀이 4
Part 5 실전 프로젝트 (3.5시간)	11주차	01. 디지털 마케팅 시작하기 - 01. 케이스 스터디 소개 01. 디지털 마케팅 시작하기 - 02. 목표 수립하기 - 마케팅 목표 수립 01. 디지털 마케팅 시작하기 - 03. 목표 수립하기 - 광고 구조, 매체별 KPI 설정

		02. 채널별 광고 세팅 및 운영 - 01. 페이스북 인스타그램 실습 - 트래픽, 전환 최적화 광고 세팅 02. 채널별 광고 세팅 및 운영 - 02. 구글 애즈 실습 - 디스플레이, 검색 광고 세팅 02. 채널별 광고 세팅 및 운영 - 03. 네이버 광고 실습 - 검색 광고 세팅 02. 채널별 광고 세팅 및 운영 - 04. 카카오모먼트 광고 실습 - 디스플레이 광고 세팅 03. 마케팅 성과 분석 - 01. 마케팅 대시보드 구축-1 03. 마케팅 성과 분석 - 01. 마케팅 대시보드 구축-2 03. 마케팅 성과 분석 - 02. 마케팅 대시보드 해석 03. 마케팅 성과 분석 - 03. 페이스북 광고 성과 분석 - 1 03. 마케팅 성과 분석 - 04. 페이스북 광고 성과 분석 - 2 03. 마케팅 성과 분석 - 05. 배너 광고 성과 분석 03. 마케팅 성과 분석 - 06. 검색 광고 성과 분석 04. 트러블슈팅 - 01. 트러블슈팅 전략 수립 04. 트러블슈팅 - 02. 트러블슈팅 액션 - 페이스북 다이내믹 크리에이티브, 카카오모먼트 유사타게팅, 구글 배너 노출최대화
--	--	---

(끝)