교육
과정
소개서.

초격차 패키지 : 퍼포먼스 마케팅 데이터로 완전 정복

안내.

해당 교육 과정 소개서는 모든 강의 영상이 촬영하기 전 작성되었습니다.
* 커리큘럼은 촬영 및 편집을 거치며 일부 변경될 수 있으나, 전반적인 강의 내용에는 변동이 없습니다.
아래 각 오픈 일정에 따라 공개됩니다.

- 1차 : 2021년 11월 30일
- 2차 : 2021년 12월 14일
- 3차 : 2022년 01월 04일
- 4차 : 2022년 01월 25일

최근 수정일자 2021년 10월 13일

Fast campus

강의정보

강의장	온라인 강의	데스크탑, 노트북, 모바일 등
수강 기간	평생 소장
상세페이지	https://fastcampus.co.kr/mktg_online_datamktg
담당	패스트캠퍼스 고객경험혁신팀
강의시간	55시간 예정 (* 사전 판매 중인 강의는 시간이 변경될 수 있습니다.)
문의	고객지원 : 02-501-9396
	강의 관련 문의: help.online@fastcampus.co.kr 수료증 및 행정 문의: help@fastcampus.co.kr

강의특징

나만의 속도로	낮이나 새벽이나 내가 원하는 시간대에 나의 스케쥴대로 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

Copyright ⓒ FAST CAMPUS Corp. All Rights Reserved.

강의목표

- 콘텐츠 발행 후 단순 성과를 확인하는 것을 넘어, 문제 상황과 개선점을 정확히 짚어 내는 성과 분석을 할 수 있습니다.
- 데이터를 기반으로 우리 회사 또는 상품(서비스)의 특성에 맞는 성과 내는 마케팅 전략을 세울 수 있습니다.
- 툴을 적재적소에 활용하는 하드스킬과 데이터를 해석하고 인사이트를 도출하는 소프트 스킬을 모두 향상합니다.

강의요약

- 데이터 해석 역량을 강화할 실무 인사이트 20시간
  〉 유저 데이터를 잘 해석하고, 잘 써먹을 수 있도록. 트러블 슈팅부터 광고 효과/매출 예측하는 방법까지, 데이터를 '보는 것'을 넘어 읽고 활용하는 마케터가 될 수 있도록 실전 데이터 해석&활용 인사이트를 포함합니다.
- 사용법이 아닌 활용법으로 배우는 11개 광고 집행/분석 툴 강의
  〉 GA, SQL 등 퍼포먼스 마케팅에 꼭 필요한 도구의 활용 정석을 마스터하세요.
- 분석 툴 + 데이터 해석 연계 실습 프로젝트 20종
  〉 강사진의 실제 업무 과정을 그대로 녹인 프로젝트형 실습을 강의 전체의 60% 이상 포함합니다.
- 데이터 읽는 눈을 키워 줄 연습용 마케팅 데이터 소스 100종
  〉 아직 마케팅 성과 데이터를 직접 추출할 수 없는 취준생/스타트업을 위한 연습용 데이터 소스를 추가 제공합니다.
- 마케팅 성과를 만들어 낸 유명 IT 기업 출신의 강사진
  〉 평균 이력 8년의 강사진이 터득한 액기스 노하우를 배워 시행착오를 줄일 수 있습니다.
- 더 빠르고 완벽한 협업 적용을 위한 학습 보조 자료 10종과 부록 강의
  〉 강의 교안은 물론, 실습 가이드부터 자주 쓰이는 쿼리문 등을 정리한 핵심 요약집을 함께 제공합니다.

Copyright ⓒ FAST CAMPUS Corp. All Rights Reserved.

강사

이재철	**과목**	• 마케터 필수! 웹로그 분석 툴 구글 애널리틱스 • 구글과 유튜브에 표시되는 모든 광고를 세팅하는 구글 애즈 • GTM, 데이터스튜디오, 옵티마이즈의 연계 방법과 기초
	약력	현) 블랭크코퍼레이션 마케팅 셀장 전) 핏펫 퍼포먼스 마케팅 팀장 전) 매드업 AE
이보현	**과목**	• 데이터로 결정하는 모바일 앱 마케팅 전략과 액션 (페이스북, 오거닉 액션,웹투앱) • A/B테스트 가설 설계와 트러블 슈팅 액션 기획 • 흔한 마케터의 오류 - 케이스 스터디 (앱)
	약력	현) 마이루틴 그로스 마케팅 리드 전) 에이블리 퍼포먼스 파트장 전) 크몽 퍼포먼스/그로스 마케터 전) 당근마켓 마케팅팀 팀장
홍태희	**과목**	• 마케터를 위한 SQL • SQL 을 활용한 데이터 해석
	약력	현) SK 텔레콤 전) 삼성 SDS 선임연구원 전) 한국생명공학연구원 국가유전체정보센터
나호용	**과목**	• 데이터 분석과 해석 케이스 스터디 / 데이터 활용과 해석적 오류(웹 기반) • GA와 데이터스튜디오, 엑셀을 활용한 트러블 슈팅 액션 기획
	약력	현) EXCITING 대표 데이터 분석 컨설턴트 및 퍼포먼스 마케터 전) 비너*, 아토*, 김가*, 유웨* , 브라더 코리*, 비* 학원, 바램* 외 31개 기업 구글 데이터 분석 솔루션 컨설팅 전문가 활동

Copyright ⓒ FAST CAMPUS Corp. All Rights Reserved.

강사

이현채	**과목**	• 데이터 기반 마케팅 개요와 전략 • 트래킹,포스터백, RTB 에 대한 이해와 해결
	약력	현) 몰로코 세일즈 디렉터 전) 페이스북 클라이언트 파트너 전) 구글 시니어 어카운트 매니저
권준형	**과목**	• Ad Fraud 이해와 해결
	약력	현) 몰로코
남진현	**과목**	• 페이스북, 인스타그램 광고 집행
	약력	현) 골드넥스 사업부장 전) 티원엠파트너스 대리
안현철	**과목**	• 검색 엔진 마케팅(네이버, 구글)
	약력	현) 제이브릿지 마케팅 컴퍼니 SEM 팀장 에어비앤비, 호텔스컴바인 등 다수 글로벌 브랜드 검색 엔진 마케팅 캠페인 참여

Copyright ⓒ FAST CAMPUS Corp. All Rights Reserved.

CURRICULUM

01.

데이터 리터러시 강화하기

데이터 기반 웹 마케팅 개요와 미디어 믹스
1.디지털 마케팅 이해 하기
2.디지털 마케팅 광고 타입 이해 하기
3.퍼포먼스 마케팅 이해 하기
4.대세는 모바일 앱 마케팅
데이터 기반 모바일 마케팅 개요
1.AdNetwork, Ad Exchange 그리고 DSP
2.MMP 와 Tracking Link
3.Attribution의 기초
4.Postback 이해 하기
5.모바일 마케팅 주요 용어 이해
1.웹 마케팅 전환 퍼널 이해하기
2.앱 마케팅 전환 퍼널 이해하기
광고 프로드의 유형과 사례, 분석방법
1.마케팅와 AD Fraud(광고 사기)의 진화
2.AD Fraud(광고 사기) 이해하기
3.AD Fraud(광고 사기)의 유형
4.AD Fraud(광고 사기)의 사례
5.AD Fraud(광고 사기) 퀴즈
투명한 성과 기반의 마케팅 하기
1.퍼포먼스 마케터의 자질 갖추기
2.올바른 매체와 대행사 선택 방법

본 과정은 현재 촬영 및 편집이 진행되고 있는 사전 판매 중인 강의입니다.
해당 교육과정 소개서는 변경되거나 추가될 수 있습니다.

CURRICULUM

02.

디지털 마케팅 툴-광고 집행 완전 정복

페이스북&인스타그램 광고 집행
1.페이스북 광고 운영의 이해_01. 페이스북 광고 원리
1.페이스북 광고 운영의 이해_02. 강의 전 반드시 알아야 할 광고 용어
2.페이스북 광고 관리자 실습_01. 페이스북 광고 관리자 만들기
2.페이스북 광고 관리자 실습_02. 페이스북 광고구조 살펴 보기
2.페이스북 광고 관리자 실습_03. 페이스북 광고 유형
2.페이스북 광고 관리자 실습_04. 페이스북 광고 종류
3.페이스북 광고 설정 실습_01. 페이스북 픽셀의 이해와 활용
3.페이스북 광고 설정 실습_01. 페이스북 픽셀 설치하기 및 주요 메뉴 살피기
3.페이스북 광고 설정 실습_02. 광고 세트 타겟팅과 리타겟팅에 대한 이해
3.페이스북 광고 설정 실습_03. 광고 타겟 만들기 / 리타겟 만들기 실습
3.페이스북 광고 설정 실습_04. UTM 매개변수 이해와 활용
3.페이스북 광고 설정 실습_05 UTM 활용 실습
4.페이스북 기반 광고의 최적화_01. 페이스북&인스타그램 광고 최적화 테스트
4.페이스북 기반 광고의 최적화_02.머신러닝의 이해와 최적화
4.페이스북 기반 광고의 최적화_03.타겟 별 광고 및 A/B테스트 실습
4.페이스북 기반 광고의 최적화_04. 광고 트러블 예시 및 개선 솔루션
4.페이스북 기반 광고의 최적화_05. 페이스북 자동 규칙 활용하기
4.페이스북 기반 광고의 최적화_06. 케이스를 통해 알아보는 광고 데이터 분석
5.인스타그램 운영 및 광고 집행_01. 인스타그램 계정 설정 및 톤앤매너
5.인스타그램 운영 및 광고 집행_02. 커머스 활용_쇼핑태그 및 카탈로그
5.인스타그램 운영 및 광고 집행_03. 계정 인사이트 지표
5.인스타그램 운영 및 광고 집행_04. 광고 집행

본 과정은 현재 촬영 및 편집이 진행되고 있는 사전 판매 중인 강의입니다.
해당 교육과정 소개서는 변경되거나 추가될 수 있습니다.

CURRICULUM

02.

디지털 마케팅 툴-광고 집행 완전 정복

검색 엔진 광고 집행하기(전략 및 네이버)
1.검색 광고에 들어가면서_.Intro
1.검색광고 전략_101_1.검색엔진 기본 특성 및 마켓 쉐어
1.검색광고 전략_101_2.매체별 검색광고 기본 특성, 노출 네트워크
1.검색광고 전략_101_3.SEM 소비자의 구매 여정별 SEM 액션 및 사용툴(1. 데이터랩 2. 키워드 광고툴 34 구글 애널리틱스)
1.검색광고 전략_101_4.트랙킹 솔루션 및 종류 안내
1.검색광고 전략_101_5.키워드 속성 안내
1.검색광고 전략_101_6.키워드 전용 미디어 믹스
1.검색광고 전략_101_7.검색광고에 대한 부정적인 인식들
2.검색광고 전략_기초_1.네이버 계정 생성 & UI 체크
2.검색광고 전략_기초_2.네이버 검색광고 계정 구조 및 제한 사항
2.검색광고 전략_기초_3.트랙킹 방법론(키워드 URL vs. 소재 URL // 네이버 추적 URL)
2.검색광고 전략_기초_4.효과적인 키워드 확장 방법 (기초부터 심화)
2.검색광고 전략_기초_5.품질지수를 높이는 문안 전략_기본 문안
2.검색광고 전략_기초_6.품질지수를 높이는 문안 전략_확장 소재
2.검색광고 전략_기초_7.엑셀을 통한 키워드 확장 전략 실습(대량, 고연관성)
2.검색광고 전략_기초_8.효율적인 그룹핑 전략_케이스 스터디
검색 엔진 광고 집행하기(구글)
1.검색광고 전략_구글 검색 광고_1.구글 검색광고 개요
1.검색광고 전략_구글 검색 광고_2.구글 검색광고 운영하기
1.검색광고 전략_구글 검색 광고_3.구글 검색광고 실습

본 과정은 현재 촬영 및 편집이 진행되고 있는 사전 판매 중인 강의입니다.
해당 교육과정 소개서는 변경되거나 추가될 수 있습니다.

CURRICULUM

02.

디지털 마케팅 툴-광고 집행 완전 정복

구글 애널리틱스&태그매니저 완전 정복
1.기초 세팅_1.구글 마케팅 플랫폼의 이해
1.기초 세팅_2.구글 애널리틱스 계정 생성
2.GTM_1.구글 태그 매니저 계정 생성 및 스크립트 설치
2.GTM_2.구글 태그 매니저 overview
2.GTM_3.구글 태그 매니저 실습-웹사이트 스크롤 데이터 측정
2.GTM_4.구글 태그 매니저 실습-웹사이트 클릭 데이터 측정
2.GTM_5.구글 태그 매니저 실습-광고 픽셀 설치
3.구글 플랫폼 연동하기_1.구글 광고 계정 생성 및 연동
3.구글 플랫폼 연동하기_2.구글 옵티마이즈 계정 생성 및 연동
3.구글 애널리틱스의 이해_3.구글 애널리틱스 overview
3.구글 애널리틱스의 이해_4.구글 애널리틱스 필수 설정
3.구글 애널리틱스의 이해_5.구글 애널리틱스 ui 구성
3.구글 애널리틱스의 이해_6.구글 애널리틱스 측정 기준 확인하기
3.구글 애널리틱스의 이해_7.구글 애널리틱스 UTM 확인하기
3.구글 애널리틱스 활용_1.구글 애널리틱스 활용 - 필터 설정
3.구글 애널리틱스 활용_2.구글 애널리틱스 활용 - 맞춤 측정
3.구글 애널리틱스 활용_3.구글 애널리틱스 활용 - 잠재고객 측정
3.구글 애널리틱스 활용_4.구글 애널리틱스 활용 - 세그먼트 활용
3.구글 애널리틱스 활용_5.구글 애널리틱스 활용 - 보고서 주요 지표
3.구글 애널리틱스 활용_6.구글 애널리틱스 활용 - 맞춤 보고서 만들기
3.구글 애널리틱스 활용_7.구글 애널리틱스 활용 - 맞춤 보고서 활용-1
3.구글 애널리틱스 활용_8.구글 애널리틱스 활용 - 맞춤 보고서 활용-2
3.구글 애널리틱스 활용_9.구글 애널리틱스 활용 - 데이터 분석-1
3.구글 애널리틱스 활용_10.구글 애널리틱스 활용 - 데이터 분석-2

본 과정은 현재 촬영 및 편집이 진행되고 있는 사전 판매 중인 강의입니다.
해당 교육과정 소개서는 변경되거나 추가될 수 있습니다.

CURRICULUM

02.

디지털 마케팅 툴-광고 집행 완전 정복

구글 애즈&구글 옵티마이즈&파이어베이스 완전 정복
1.구글 애즈의 이해_1.구글 광고 시작하기
1.구글 애즈의 이해_2.구글 Ads UI 살펴보기-1
1.구글 애즈의 이해_3.구글 Ads UI 살펴보기-2
2.구글 애즈 디스플레이광고_1.구글 디스플레이 광고 개요
2.구글 애즈 디스플레이광고_2.구글 디스플레이 광고 운영하기
2.구글 애즈 디스플레이광고_3.구글 디스플레이 광고 실습
3.구글 애즈 유튜브 광고_1.구글 유투브 광고 개요
3.구글 애즈 유튜브 광고_2.구글 유투브 광고 운영하기
3.구글 애즈 유튜브 광고_3.구글 유투브 광고 실습
4.구글 애즈_1.구글 쇼핑광고 개요
4.구글 애즈 _2.구글 애즈 활용-전환 목적 활용
4.구글 애즈 _3.구글 애즈 활용-잠재고객 활용
4.구글 애즈 _4.구글 애즈 활용-보고서 활용
4.구글 애즈 _5.구글 애즈 활용-구글 애즈 애디터 활용
5.구글 옵티마이즈의 이해_1.옵티마이즈 시작하기
5.구글 옵티마이즈의 이해_2.옵티마이즈 설치하기
앱마케팅 도구-파이어베이스,구글 콘솔,앱스토어 커넥트 기초 활용
1.파이어베이스_1.파이어베이스 시작하기
1.파이어베이스_2.파이어베이스 필수 기능 이해
1.파이어베이스_3.파이어베이스 활용하기
2.기타 앱마케팅 도구_1.구글 플레이 콘솔 기본 사용법
2.기타 앱마케팅 도구_2.구글 플레이 콘솔 실전 활용법
2.기타 앱마케팅 도구_3.앱스토어 커넥트 기본 활용하기

본 과정은 현재 촬영 및 편집이 진행되고 있는 사전 판매 중인 강의입니다.
해당 교육과정 소개서는 변경되거나 추가될 수 있습니다.

CURRICULUM

02.

디지털 마케팅 툴-광고 집행 완전 정복

마케터를 위한 SQL
1.SQL 시작하기_1.강의소개
1.SQL 시작하기_2.기획자와 마케터에게 SQL 이 필요한 이유
1.SQL 시작하기_3.데이터베이스 핵심용어 따라잡기 - Part1
1.SQL 시작하기_4.데이터베이스 핵심용어 따라잡기 - Part2
2.실습환경 이해와 구성_5.SQL 기반의 데이터 분석 환경 및 도구
2.실습환경 이해와 구성_6.SQL 실습환경 구성하기
2.실습환경 이해와 구성_7.실습 데이터 살펴보기
3.조건문과 데이터 다루기_8.데이터 불러오기
3.조건문과 데이터 다루기_9.데이터 정렬하기
3.조건문과 데이터 다루기_10.데이터 중복없이 불러오기
3.조건문과 데이터 다루기_11.조건절을 통한 데이터 불러오기
3.조건문과 데이터 다루기_12.논리연산자 활용 및 NULL 값 처리
3.조건문과 데이터 다루기_13.문자 패턴을 적용하여 데이터 불러오기
4.함수와 데이터 다루기_14.날짜함수 다루기 1편
4.함수와 데이터 다루기_15.날짜함수 다루기 2편
4.함수와 데이터 다루기_16.문자함수 다루기 1편
4.함수와 데이터 다루기_17.문자함수 다루기 2편
4.함수와 데이터 다루기_18.조건문 활용하기
4.함수와 데이터 다루기_19.숫자함수 다루기
5.데이터 집계와 합치기_20.SQL로 피봇 돌리기 개념 이해
5.데이터 집계와 합치기_21.SQL로 피봇 돌리기와 집계함수 사용
5.데이터 집계와 합치기_22.SQL로 피봇 돌리기 문제풀이
5.데이터 집계와 합치기_23.집계 결과의 필터링 방법
5.데이터 집계와 합치기_24.서브쿼리 개념잡기
5.데이터 집계와 합치기_25.테이블 합치기 개념이해
5.데이터 집계와 합치기_26.EQUI-JOIN 과 NON EQUI-JOIN 이해
5.데이터 집계와 합치기_27.JOIN 유형 살펴보기
5.데이터 집계와 합치기_28.JOIN 실습을 위한 테이블 생성하기
5.데이터 집계와 합치기_29.JOIN 작성 방법 응용 및 실습 - 1편
5.데이터 집계와 합치기_30.JOIN 작성 방법 응용 및 실습 - 2편
5.데이터 집계와 합치기_31.행 합치기
6.종합실습_32.SQL 기본기 종합 실습

본 과정은 현재 촬영 및 편집이 진행되고 있는 사전 판매 중인 강의입니다.
해당 교육과정 소개서는 변경되거나 추가될 수 있습니다.

CURRICULUM

03.

데이터 리터러시 강화하기- 실전

데이터 해석, 제대로 시작하기
1.퍼포먼스 마케터가 저지르기 좋은 실수_.
데이터 분석과 해석, 케이스 스터디
2.마케팅에 필요한 데이터 찾기_1.구글 애널리틱스 유익한 대시보드 이해하기
2.마케팅에 필요한 데이터 찾기_2.구글 애널리틱스 필요한 변수 찾아내기
2.마케팅에 필요한 데이터 찾기_3.데이터 시각화 차트 만들기
3.스프레드시트로 마케팅에 데이터 분석 처리_1.스프레드시트 사분위수로 효과적인 광고 파악하기
3.스프레드시트로 마케팅에 데이터 분석 처리_2.스프레드시트 표준편차로 효과적인 광고 파악하기
3.스프레드시트로 마케팅에 데이터 분석 처리_3.스프레드시트 상관관계로 관련있는 변수 파악하기
3.스프레드시트로 마케팅에 데이터 분석 처리_4.스프레드시트 선형회귀로 광고 효과 예측하기
3.스프레드시트로 마케팅에 데이터 분석 처리_5.스프레드시트 군집분석으로 고객 분류하기
웹 마케팅, 트러블 슈팅 액션 기획 및 가설 검정
4.데이터 분석과 최적화 액션_1.사분위수로 광고 액션 생성하기
4.데이터 분석과 최적화 액션_2.표준편차로 광고 액션 생성하기
4.데이터 분석과 최적화 액션_3.상관관계로 광고 액션 생성하기
4.데이터 분석과 최적화 액션_4.선형회귀로 광고 액션 생성하기
4.데이터 분석과 최적화 액션_5.군집분석으로 광고 액션 생성하기

본 과정은 현재 촬영 및 편집이 진행되고 있는 사전 판매 중인 강의입니다.
해당 교육과정 소개서는 변경되거나 추가될 수 있습니다.

CURRICULUM

03.

데이터 리터러시 강화하기- 실전

데이터! 검색 광고 마케팅에 활용하기
5.검색광고 전략_심화_1.그룹, 캠페인별 예산 제어 플랜
5.검색광고 전략_심화_2.입찰을 하는 이유
5.검색광고 전략_심화_3.입찰 구성 요소 & 원리
5.검색광고 전략_심화_4.제품 가치에 의한 입찰가 산정
5.검색광고 전략_심화_5.객단가 역산의 함정_제품 속성 기반 입찰 전략_01_BGPI
5.검색광고 전략_심화_6.제품 속성에 따른 입찰 전략_02_매출 비중
5.검색광고 전략_심화_7.제품 속성에 따른 입찰 전략_03_고관여 vs. 저관여
5.검색광고 전략_심화_8.HOW TO BID
5.검색광고 전략_심화_9.검색광고 입찰 케이스 스터디
5.검색광고 전략_브랜드 검색_1.네이버 브랜드 검색이란
5.검색광고 전략_브랜드 검색_2.브랜드 검색의 종류 및 활용법
5.검색광고 전략_브랜드 검색_3.SERP 순위 이슈 및 소재 최적화 팁
5.검색광고 전략_브랜드 검색_4.실습: 네이버 광고주센터 UI를 활용한 브랜드 검색 DIY
5.검색광고 전략_상품정리_1.네이버 쇼핑검색, 파워 컨텐츠 및 카카오 검색광고 소개 (계정 생성 & UI 체크)
5.총정리 & 핀포인트 팁_2.예산 설정 방법론
5.총정리 & 핀포인트 팁_3.NAVER vs. Daum SEM 비교
5.총정리 & 핀포인트 팁_4.품질지수 최적화를 위한 랜딩 페이지 전략
옵티마이즈와 데이터를 활용한 트러블 슈팅
1.옵티마이즈 실험 - A/B 테스트_.
1.옵티마이즈 실험 - 다변수테스트_.
1.옵티마이즈 실험 - 리디렉션테스트_.
1.옵티마이즈 실험 보고서 활용 및 데이터 해석_.

본 과정은 현재 촬영 및 편집이 진행되고 있는 사전 판매 중인 강의입니다.
해당 교육과정 소개서는 변경되거나 추가될 수 있습니다.

CURRICULUM

03.

데이터 리터러시 강화하기- 실전

데이터, 앱마케팅 실전에 활용과 트러블 슈팅
1.앱 마케팅 전략의 핵심_1.타겟 정의하는 법 - 가설과 페르소나 찾기
1.앱 마케팅 전략의 핵심_2.서비스와 상품의 핵심 Value Prop도출하기
1.앱 마케팅 전략의 핵심_3.UA와 Retention
2.앱 마케팅에서의 주요 핵심 지표(봐야할 데이터)_1.핵심 지표 소개
2.앱 마케팅에서의 주요 핵심 지표(봐야할 데이터)_2.우리 서비스/회사 규모에 맞게 KPI 설정하기
2.앱 마케팅에서의 주요 핵심 지표(봐야할 데이터)_3.오해하기 좋은 지표
3.앱 마케팅에 사용되는 분석 툴 톺아보기_1.분석 툴
3.앱 마케팅에 사용되는 분석 툴 톺아보기_2.3rd party tool
3.앱 마케팅에 사용되는 분석 툴 톺아보기_3.기본 집행 툴
3.앱 마케팅에 사용되는 분석 툴 톺아보기_4.데이터 가공 및 시각화 툴
3.앱 마케팅에 사용되는 분석 툴 톺아보기_5.우리 회사와 나에게 맞는 툴 고민하기
3.앱 마케팅에 사용되는 분석 툴 톺아보기_6.회사에 툴 도입하게 만드는 설득 전략
4.User Acquisition 전략과 트러블 슈팅_1.Paid 채널: 설치 캠페인과 소재/키워드 선정 전략(데이터를 바탕으로)
4.User Acquisition 전략과 트러블 슈팅_2.Paid 채널 : 트러블 슈팅 케이스 - CTR과 CTI, CPI, 가입율의 상관 관계
4.User Acquisition 전략과 트러블 슈팅_3.오가닉채널 : 키워드 선정하는 법
4.User Acquisition 전략과 트러블 슈팅_4.오가닉채널 : 스토어 내 데이터 분석하는 법
4.User Acquisition 전략과 트러블 슈팅_5.오가닉채널 : 바이럴 루프 형성하기
4.User Acquisition 전략과 트러블 슈팅_6.오가닉채널 : 트러블 슈팅 케이스 - 오가닉은 성과측정을 어떻게 할까?
4.User Acquisition 전략과 트러블 슈팅_7.오가닉채널 : 트러블 슈팅 케이스 - 리소스 대비 효율이 날까?
4.User Acquisition 전략과 트러블 슈팅_8.웹페이지 활용 유입 : 랜딩 페이지 활용하기
4.User Acquisition 전략과 트러블 슈팅_9.웹페이지 활용 유입 : 웹투앱 배너 활용하기
4.User Acquisition 전략과 트러블 슈팅_10.상황별 시기별 매체 운영 전략
5.Retention 전략_1.CRM 기초 지식
5.Retention 전략_2.퍼널 별 분석 데이터 활용해보기
6.데이터 대시보드 만들어보기_3.좋은 해석과 판단은 제대로된 대시보드에서

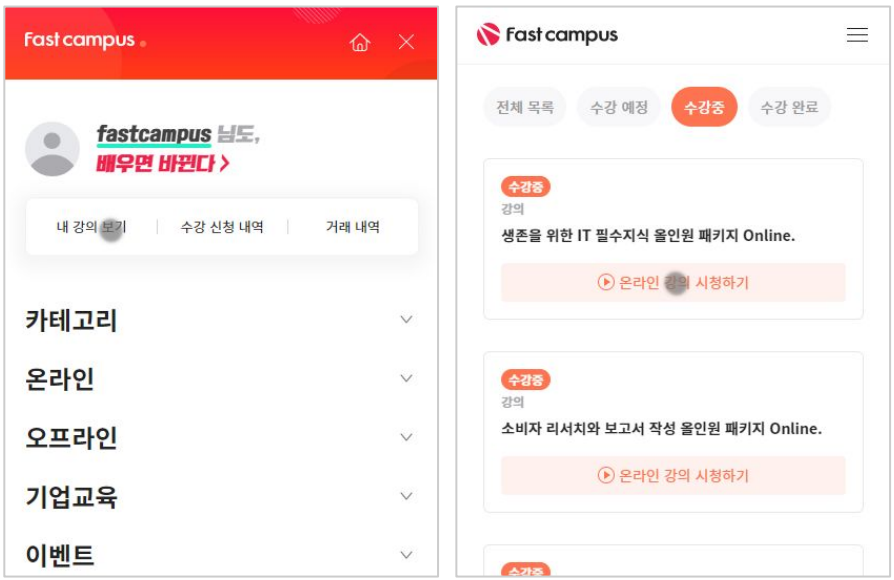
본 과정은 현재 촬영 및 편집이 진행되고 있는 사전 판매 중인 강의입니다.
해당 교육과정 소개서는 변경되거나 추가될 수 있습니다.

주의 사항

- 상황에 따라 사전 공지 없이 할인이 조기 마감되거나 연장될 수 있습니다.
- 패스트캠퍼스의 모든 온라인 강의는 **아이디 공유를 금지**하고 있으며 1개의 아이디로 여러 명이 수강하실 수 없습니다.
- 별도의 주의사항은 각 강의 상세페이지에서 확인하실 수 있습니다.

수강 방법

- 패스트캠퍼스는 크롬 브라우저에 최적화 되어있습니다.
- 사전 예약 판매 중인 강의의 경우 1차 공개일정에 맞춰 '온라인 강의 시청하기'가 활성화됩니다.



환불 규정

- 온라인 강의는 각 과정 별 '정상 수강기간(유료수강기간)'과 정상 수강기간 이후의 '복습 수강기간(무료수강기간)'으로 구성됩니다.
- 환불금액은 실제 결제금액을 기준으로 계산됩니다.

수강 시작 후 7일 이내	100% 환불 가능 (단, 수강하셨다면 수강 분량만큼 차감)
수강 시작 후 7일 경과	정상(유료) 수강기간 대비 잔여일에 대해 학원법 환불규정에 따라 환불 가능

※ 강의별 환불규정이 상이할 수 있으므로 각 강의 상세페이지를 확인해 주세요.

Copyright ⓒ FAST CAMPUS Corp. All Rights Reserved.