

zero-base

제로베이스 콘텐츠 마케팅 스쿨

ZEROBASE SCHOOL



**CONTENTS
MARKETING**

contents

| | |
|---------|----|
| 교육과정 개요 | 03 |
| 교육과정 운영 | 06 |
| 커리큘럼 | 12 |
| 수강료 | 36 |
| 파트너사 | 40 |

해당 문서는 2022년 8월 30일에 작성되었으며, 변경 및 수정사항이 발생할 경우 업데이트 될 수 있습니다.

교육과정 개요

교육과정 개요

| | |
|--------|---|
| 수강 기간 | 2022.10.01(토) ~ 2022.12.30(금) |
| 수강 목표 | 3개월 후 콘텐츠 마케터로 취업 성공하기 |
| 수강대상 | 콘텐츠 마케터로 취업하고 싶은 대한민국 성인 누구나 |
| 주 학습방식 | 100% 온라인 진행 - 데스크탑, 노트북, 태블릿, 스마트폰 등으로 온라인 강의 수강 - 과제 수행 및 프로젝트는 데스크탑 및 노트북으로 진행 |
| 주 수업내용 | 1) 마케팅 기초 이론부터 실무 지식까지 - 약 100시간 분량의 온라인 강의 제공 (수료시 평생 소장 가능) - 녹화 영상으로 언제 어디서든 자율 수강 가능 <i>*3기부터 아티클 에디팅/ 뉴스레터/ 프로모션/ 숏폼 콘텐츠 등 약 15시간 강의를 추가됩니다.</i> 2) 현직 콘텐츠 마케터 멘토님과 실습 과제와 프로젝트 진행 - 20가지 주제로 카피라이팅 4주 실습 훈련 - 콘텐츠 기획 및 제작 (광고 기획 및 제작, 상세페이지 기획, 카드뉴스 등) 3) 4주간 미니 인턴십 (콘텐츠 기획 및 제작하여 광고 집행까지) - 기획안 제출 후 우수팀 최대 100만 원까지 지원금 지급 - 광고 매체 (Facebook & Instagram, 구글 애즈, 카카오&네이버GFA 등) - 데이터 분석 (GA, 모바일 마케팅, Firebase & Appsflyer), 케이스 스터디 |
| 학습 방법 | 13주 Daily 스케줄표 제공 개강 후 모든 수강생에게 Daily로 스케줄표가 제공되어 학습량을 정해주고, 과제/프로젝트 일정과 전체 커리큘럼을 미리 공유드립니다. 콘텐츠 마케팅 실습 및 포트폴리오 구성 매주 학습한 강의 내용에 대해 실무를 경험할 수 있는 실습을 진행하고 결과물을 포트폴리오에 활용할 수 있습니다. 마케터 취업 준비를 도와줄 노션 템플릿 - 콘텐츠 마케터에 최적화된 노션 포트폴리오와 취업 루틴만들기 템플릿을 제공합니다. 진로/포트폴리오 특강 & 현직자 멘토 피드백 - 모든 실습은 현직자 멘토님이 피드백을 제공하며 취업할 수 있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 직접 케어해줍니다. - 이력서/자기소개서까지 1:1 맞춤형으로 도와드립니다. - 마케터 취업을 희망하는 수강생을 위한 특강이 매주 준비되어 있습니다. 슬랙 커뮤니티 이용 수강생과 멘토, 운영 매니저가 서로 소통할 수 있는 슬랙 커뮤니티에 초대합니다. 강의를 수강하거나 과제를 수행하면서 궁금한 점은 커뮤니티를 활용해 질의응답할 수 있습니다. 학습 중 모르는 내용 해결방법 - 스스로 해결책을 찾는 연습을 할 수 있도록 아래 순서를 지킵니다. 1. 검색을 통해 정보를 얻어 해결 2. 강사&멘토님께 문의를 드려 해결 3. 기수별 커뮤니티를 활용하여 해결 |

수강료 안내

| 구분 | 금액 |
|----------|---|
| 선불제 | 1,500,000원 |
| 정액 후불제 | 3,000,000원 |
| 소득공유 후불제 | 취업 후 2년치 연봉의 10%에 해당하는 금액을 수강료로 지불 (최소 연봉 기준 2,800만 원) |

엘리버드 혜택

(선불제 등록 시)

| 구분 | 모집기간 | 혜택 |
|---------|---------------------------|---------------|
| 엘리버드 1차 | 2022/9/1(수) ~ 9/12(월) 자정 | 수강료 15% 추가 할인 |
| 엘리버드 2차 | 2022/9/13(화) ~ 9/18(일) 자정 | 수강료 10% 추가 할인 |
| 엘리버드 3차 | 2022/9/19(월) ~ 9/25(일) 자정 | 수강료 5% 추가 할인 |

교육과정 문의 채널

고객센터
교육과정 문의

help@zero-base.co.kr
school@zero-base.co.kr

대표전화

대표전화 02-518-4812
- 오전 11시~ 저녁6시 운영
- 주말 및 공휴일, 점심시간(12시~13시 제외)

교육과정 운영

교육 과정 한 눈에 보기

| 코스 | 프리스쿨 | PART1 카피라이팅 실습 | |
|-------|---|------------------------|----------------------|
| 기간 | 개강 전 | 5주 | |
| 주요 학습 | 온라인 강의 수강 | 온라인 강의 수강 | 카피라이팅 실습 |
| | 비전공자도 이해하는 마케팅 기초 이론 | 카피라이팅 | 마음에 드는 카피 정리하기 |
| | 디지털/브랜드 마케팅 FUNDAMENTAL | | |
| | 콘텐츠 마케터에게 꼭 필요한 제작/디자인 툴 | 디지털 마케팅 전략 / 기획서 작성 | 힌트 얻어 카피 쓰기 |
| | 포토샵 기초 | 마케팅 제안서 작성법 | 눈길을 사로 잡는 카피 실습 |
| | Figma | | |
| | 일러스트레이터 | 콘텐츠 기획 & 온드미디어 운영 | 눈길을 사로 잡는 카피 실습 (심화) |
| 보충 자료 | 콘텐츠 마케터가 꼭 알아야 할 마케팅 용어집 | 콘텐츠 마케터를 위한 디자인 핵심 요약집 | |
| 운영 사항 | 수강생 슬랙 커뮤니티 초대 1. 기수별 수강생 & 멘토 커뮤니티 운영 2. 개별 STUDY ROOM과 포트폴리오 노션 템플릿 제공 3. 매주 개별/조별 과제 진행 및 현직자 멘토 피드백 | | |

교육 과정 한 눈에 보기

| 코스 | PART2 콘텐츠 제작 실무 | | PART3 미니 인턴십 | |
|--------|---|--|-----------------------------------|------------------------|
| 기간 | 4주 | | 4주 | |
| 주요 학습 | 온라인 강의 수강 | 콘텐츠 제작 실습 | 온라인 강의 수강 | 미니 인턴십 실습 |
| | 콘텐츠 마케터를 위한 광고 디자인 | 뉴스레터 제작 | Facebook / Instagram & 검색 광고 마케팅 | 팀별 과제 진행 (콘텐츠 기획 및 제작) |
| | 상세페이지 기획 | 상세/프로모션 페이지 제작 | 구글 애즈 & 구글 애널리틱스 | 광고 집행 및 성과 분석 |
| | 카드 뉴스 | 카드뉴스 제작 & 숏폼 콘텐츠 기획 | 실전 성과 분석 (케이스 스터디) | 최종 보고서 제출 및 발표 |
| | | 광고 크리에이티브 제작 | | |
| 보충 강의 | 콘텐츠 마케터에게 꼭 필요한 포토샵 기초 / Figma / 일러스트레이터 | | 그 외 광고 매체/데이터 분석 등 퍼포먼스 마케팅 부록 강의 | |
| | 마케터 포트폴리오 작성법 | | | |
| 취업 솔루션 | 커리어 특강 | 전문 커리어 코치님과 현직자 멘토 침착으로 이력서 & 포트폴리오 완성 | | |
| 운영 사항 | <p style="text-align: center;">수강생 슬랙 커뮤니티 초대</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 기수별 수강생 & 멘토 커뮤니티 운영 2. 개별 STUDY ROOM과 포트폴리오 노션 템플릿 제공 3. 매주 개별/조별 과제 진행 및 현직자 멘토 피드백 | | | |

주요 과제별로 살펴보기

| | | |
|--------------------|--|--|
| PART0. 프리스쿨 | 마케팅에 대한 기초 지식을 습득하고 콘텐츠 마케터에게 필요한 기본 스킬을 미리 학습하여 기본기를 갖추습니다. | |
| 주요 학습 | 마케팅 기초 강의 | 비전공자도 쉽게 이해하는 디지털/브랜드 마케팅 FUNDAMENTAL |
| | 디자인 툴 3종 강의 | 콘텐츠 마케터에게 꼭 필요한 포토샵/ Figma/ 일러스트레이터 실습 강의로 미리 익혀두기 |
| | 마케팅 용어집 | 헛갈리고 어려운 마케팅 용어 미리 정복하기 |

*** 프리스쿨이란?**

수강 신청(결제 완료)하신 분들이 정규 과정 개강일까지 미리 듣고 기초를 갖추실 수 있도록 예비 수강생분들에게 무료로 제공해드리는 사전학습 강의입니다. 정규과정에서 제공되는 강의의 일부로 내용은 동일하지만, 개강 후 바로 진행되는 실습 과제/프로젝트를 원활하게 수행하시기 위해서는 프리스쿨로 미리 공부해주시길 권장드립니다. 수강 신청을 일찍하실수록 프리스쿨을 통해 더 많은 기본기를 갖추고 정규과정 개강 후 빠르게 적응하고 수행하실 수 있으니 서두르세요! 😊

| | | |
|-----------------------|--|--|
| PART1 카피라이팅 실습 | 콘텐츠 기획 및 제작 실무에 앞서서 카피라이팅 강의와 29CM 현직 멘토님의 실습 과제(총 20가지 일일미션)로 메시지 뽑아내는 훈련을 합니다. | |
| 주차별 | 실습 내용 | |
| 1주차 | 카피라이팅 강의 수강 및 29CM 현직 멘토님과 실습 OT | 멘토님 실습 OT (라이브 세션) 매주 개별 카피라이팅 피드백 + 조별 스터디 병행 |
| 2주차 | 1차 주제 : 마음에 드는 카피 정리하기 | |
| 3주차 | 2차 주제 : 힌트 얻어 카피 쓰기 | |
| 4주차 | 3차 주제 : 눈길을 사로 잡는 카피 실습 | |
| 5주차 | 4차 주제 : 눈길을 사로 잡는 카피 실습 (심화) | |

주요 과제별로 살펴보기

| PART2 콘텐츠 제작 실무 | 카피라이팅 실력을 바탕으로 현직 콘텐츠 마케터 멘토님들이 준비한 과제에 따라 총 5가지 종류의 콘텐츠 사례를 분석하고 직접 콘텐츠를 제작 해봅니다. | |
|---------------------------|--|--|
| 주차별 | 실습 내용 | |
| 6주차 | 뉴스레터/오가닉 콘텐츠 분석 및 제작하기 | 조별 과제 수행 + 개별 콘텐츠 제작 + 현직자 멘토님의 조별 피드백 (주 2회, 온라인) |
| 7주차 | 상세/프로모션 페이지 분석 및 제작하기 | |
| 8주차 | 카드뉴스 분석 및 제작하기 & 숏폼 영상 분석 및 기획 | |
| 9주차 | 광고 크리에이티브 분석 및 제작 | |

| PART3 미니 인턴십 | 스노우볼 마케팅 인턴십을 통해 콘텐츠 마케터에게 필요한 퍼포먼스 마케팅 실무까지 경험합니다. 실제 상품에 대한 광고 콘텐츠를 기획 및 제작하고 성과 분석 결과까지 포트폴리오에 채우세요. | |
|------------------------|---|--|
| 주차별 | 실습 내용 | |
| 10주차 | 콘텐츠 기획안 제출 | 팀별로 인턴십 과제 수행 - 상품 분석 및 콘텐츠 기획/제작하여 제출 |
| 11주차 | 광고 집행 | 우수팀 선정 후 지원금 받아 광고 집행 - 1등팀 최대 100만 원 지원 |
| 12주차 | 성과 분석 및 최종 보고서 제출 | 광고 집행 성과를 분석하고 최종 보고서 제출 - 우수 수강생은 수료 후 인턴십 인증서 발급 |

탈락제도

| | |
|-------|---|
| 운영 목적 | <p>제로베이스 콘텐츠 마케팅 스쿨은 수강생분들의 취업을 목표로 운영하는 교육과정입니다.</p> <p>개인별 학습진도, 수행과정, 역량 등은 다를 수 있으나, 교육과정을 성실하게 수행하지 않는 수강생이 다른 수강생의 소중한 기회를 뺏는 경우를 방지하기 위해 탈락제도를 운영합니다.</p> <p>아래 기준을 충족하지 못하는 수강생은 교육과정에서 탈락조치를 진행합니다.</p> <p>선불제로 입과하신 수강생의 경우 기본적으로 탈락제도 대상에서 제외됩니다. 단, 해당 수강생 중에도 교육과정 참여가 어렵다고 판단되는 경우 면담이 진행되며, 면담결과에 따라 탈락제도 대상자가 될 수 있습니다.</p> |
| 일정 | <p>1차 탈락 : 강의 5주차 완료 후 (PART1 카피라이팅 실습 진행 후)</p> <p>2차 탈락 : 강의 9주차 완료 후 (PART2 콘텐츠 제작 실무 진행 후)</p> |
| 기준 | <p>탈락 기준 : 주차별 과제를 2회 이상 제출하지 않거나 과제 평가에서 낮은 등급을 받은 경우</p> <p>a. 이 외에 과제가 미흡하여 멘토의 주의를 3회 이상 받은 경우</p> <p>b. 강의 수강률이 현저히 낮은 경우</p> <p>c. 이외 교육과정을 성실히 수행하지 않는다고 판단되는 경우</p> |

학습 시 주의사항

제로베이스 콘텐츠 마케팅 스쿨 교육과정의 모든 콘텐츠는 저작권법의 보호를 받습니다.

무단전재 및 재배포를 금지하며, 저작권법 위반 행위가 확인될 경우 강력하게 법적 대응합니다.

커리큘럼

마케팅 기초

강사
안효은 강사님

경력
현) 투비위어드(tobeweird) 대표
현) 제로베이스 디지털 마케팅
온라인 스쿨 강사
전) 애드쿠아인터랙티브 AE
전) P&G, 이니스프리,
아모레퍼시픽, 허쉬 등 다수의
브랜드 디지털캠페인 진행
전) LG생활건강, 현대경제연구원 등
다수의 디지털마케팅 강의 출강

강의 시수
약 3시간

강의 특징
- 디지털/브랜드 마케팅에 대한
기본적인 개념을 이해하고 전략을
구상할 수 있도록 기본기를
다집니다.

| | |
|--|--|
| 디지털/브랜드 마케팅 FUNDAMENTAL | Intro. OT |
| | 브랜딩과 마케팅 관계 - 01. 개념적 정리 |
| | 브랜딩과 마케팅 관계 - 02. 소비사회의 발전 |
| | 브랜딩과 마케팅 관계 - 03. 브랜드경험 관점 |
| | 브랜딩의 이해 - 01. 브랜딩 개념 |
| | 브랜딩의 이해 - 02. 브랜드 이야기 (1) |
| | 브랜딩의 이해 - 03. 브랜드 이야기 (2) |
| | 브랜딩의 이해 - 04. 브랜드 이야기 (3) |
| | 브랜딩의 이해 - 05. 브랜드 이야기 (4) |
| | 디지털마케팅의 이해 - 01. 마케팅의 개념 |
| | 디지털마케팅의 이해 - 02. 마케팅의 패러다임변화: 마켓 1.0 ~ 5.0 |
| | 디지털마케팅의 이해 - 03. 마케팅믹스 변화흐름: 4P - 4R - 4C |
| | 디지털마케팅의 이해 - 04. 마케팅믹스 5A Model |
| | 디지털마케팅의 이해 - 05. 디지털마케팅의 개념, 대하는 자세 (데이터/인사이트 관계) |
| | 디지털마케팅의 이해 - 06. 고객인사이트 발견 툴(1): Pain Point ① |
| | 디지털마케팅의 이해 - 07. 고객인사이트 발견 툴(2): Pain Point ② |
| | 디지털마케팅의 이해 - 08. 고객인사이트 발견 툴(2): 고객페르소나 구축 ① |
| 디지털마케팅의 이해 - 09. 고객인사이트 발견 툴(3): 고객페르소나 구축 ② | |
| 디지털마케팅의 이해 - 10. 고객인사이트 발견 툴(3): 고객경험여정맵 ① | |
| 디지털마케팅의 이해 - 11. 고객인사이트 발견 툴(3): 고객경험여정맵 ② | |

콘텐츠 마케터의 메시지와 기획

강사

이유미 강사님

경력

현) 밀출서점 운영, 프리랜스
카피라이터 및 집필 활동 중
전) 온라인 편집숍 29CM 헤드
카피라이터 & 에디터

저서:

<카피 쓰는 법(유유)> <편애하는
문장들(넥서스)> <자기만의 책방
(드림큰에디
터)> <일기를 에세이로 바꾸는 법
(위즈덤하우스)> <잊지 않고
남겨두길 잘했어
(북라이프)> <그럼에도, 내키는 대로
산다(MY)> <문장 수집 생활
(21세기북스)>
<사물의 시선(북노마드)>

강의 시수

약 4시간

강의 특징

- 콘텐츠에 대한 이해를 바탕으로
마케팅 콘텐츠 제작에 필요한
글쓰기와 카피라이팅을 직접 배워볼
수 있습니다.

| | |
|----------------------------------|---|
| 카피라이팅 | 카피라이터의 일 - 01. 강의 목적과 개요 |
| | 세일즈 카피 쓰기의 기본 - 02. 멋진 비틀기를 연습하자 |
| | 세일즈 카피 쓰기의 기본 - 03. 재빨리 시선이 가는 제목 짓기 |
| | 세일즈 카피 쓰기의 기본 - 04. 모든 게 재료, 잘 빌려 쓰자 |
| | 세일즈 카피 쓰기의 기본 - 05. 한 문장 속 단어도 위아래가 있다 |
| | 세일즈 카피 쓰기의 기본 - 06. 평소에 쓰는 말을 모으자 |
| | 세일즈 카피 쓰기의 기본 - 07. 쉬운 카피가 좋은 카피다 |
| | 소셜 미디어 글쓰기 - 01. 소셜 콘텐츠의 제목 짓기 |
| | 소셜 미디어 글쓰기 - 02. 알람을 켜고 반드시 보는 애플워치와 SNS 글쓰기 |
| | 소셜 미디어 글쓰기 - 03. 클릭하게 만드는 단어와 표현들 |
| | 소셜 미디어 글쓰기 - 04. 소셜 글쓰기에 필요한 자료 모으는 방법 |
| | 디테일을 심화한 마케팅 글쓰기 - 01. 선명하고 정확하게 쓰자 |
| | 디테일을 심화한 마케팅 글쓰기 - 02. 구체적인 카피가 고객에게 줄 수 있는 것 |
| | 디테일을 심화한 마케팅 글쓰기 - 03. 모두에게 팔고자 하면 모두 사지 않는다 |
| | 디테일을 심화한 마케팅 글쓰기 - 04. 색다르지 않은 색다른, 남다르지 않은 남다른 |
| | 문장 수집이 써준 카피 - 01. 어떤 문장을 수집할까 |
| 문장 수집이 써준 카피 - 02. 소설로 카피 쓰기 사례1 | |
| 문장 수집이 써준 카피 - 03. 소설로 카피 쓰기 사례2 | |

콘텐츠 마케터의 메시지와 기획

강사

안효은 강사님

경력

현) 투비위어드(tobeweird) 대표
현) 제로베이스 디지털 마케팅
온라인 스쿨 강사
전) 애드쿠아인터랙티브 AE
전) P&G, 이니스프리,
아모레퍼시픽, 허쉬 등 다수의
브랜드 디지털캠페인 진행
전) LG생활건강, 현대경제연구원 등
다수의 디지털마케팅 강의 출강

강의 시수

약 3시간

강의 특징

- 디지털/브랜드 마케팅에 대한
기본적인 개념을 이해하고 전략을
구상할 수 있도록 기본기를
다집니다.
- 과제와 프로젝트를 통해 직접
마케팅 제안서를 작성해보고 실무
역량을 얻을 수 있습니다.

| | |
|--|--|
| 디지털 마케팅 전략& 기획서 작성 | 제안서 쓰는 마케터 - 01. 마케터 필요역량 |
| | 제안서 쓰는 마케터 - 02. 큐레이팅 과정 |
| | 제안서 쓰는 마케터 - 03. 스크럼 & 스프린트 |
| | 제안서 프레임워크 - 01. 제안서 원패턴화의 장&단점, 그리고 추천법 |
| | 제안서 프레임워크 - 02. 제안서 프레임 (1): PEST, 4P/4C |
| | 제안서 프레임워크 - 03. 제안서 프레임 (2): 3C/4C, MCE |
| | 제안서 프레임워크 - 04. 제안서 프레임 (3): SWOT&TOWS |
| | 디지털마케팅제안서 쓰기- 01. 과제 분석 - 정확하게 체크하라 |
| | 디지털마케팅제안서 쓰기- 02. 제안 배경 - 깊이있게 체크하라 |
| | 디지털마케팅제안서 쓰기- 03. 상황 분석 - (1) 타겟: ① Pain Points |
| | 디지털마케팅제안서 쓰기- 03. 상황 분석 - (1) 타겟: ② Profile/Persona |
| | 디지털마케팅제안서 쓰기- 03. 상황 분석 - (1) 타겟: ③ Purchase Journey |
| | 디지털마케팅제안서 쓰기- 03. 상황 분석 - (2) 시장현황: 거시적/미시적 |
| | 디지털마케팅제안서 쓰기- 04. 분석 파트 Insight 및 Concept 도출 |
| | 디지털마케팅제안서 쓰기- 05. 제안서 무한 다듬기 |
| | 디지털마케팅제안서 쓰기- 06. 마케팅 트렌드 공부를 위한 팁 (1) |
| 디지털마케팅제안서 쓰기- 06. 마케팅 트렌드 공부를 위한 팁 (2) | |

콘텐츠 마케터의 메시지와 기획

강사

구양일 강사님

경력

현) 그로스 컴퍼니 대표
전) 딜리셔스 마케팅 매니저
전) 바른기획 대표
전) 베이드커뮤니케이션 이사
전) SK 케미칼 주임

강의 시수

약 1시간

강의 특징

- 마케팅 제안서 작성법의 기본을
이해하고 직접 제안서를 구성해볼 수
있습니다.

| | |
|----------------|---------------------------|
| 마케팅 제안서 작성법 | 제안서란? |
| | 제안서의 목적 |
| | 제안서 기본 구성 - 시장 환경 분석 |
| | 제안서 기본 구성 - 타겟 정의하기 |
| | 제안서 기본 구성 - 목표 정의하기 |
| | 제안서 기본 구성 - 채널별 마케팅 전략 수립 |
| | 제안서 기본 구성 - 예산 및 일정 수립 |

콘텐츠 마케터의 메시지와 기획

강사
전영미 강사님

경력
현) 스타일쉐어 콘텐츠 마케터
전) 데일리호텔 콘텐츠 마케터
전) 팀블라인드 마케팅 매니저

강의 시수
약 5시간

강의 특징
- 콘텐츠에 대한 이해를 바탕으로
마케팅 콘텐츠와 광고소재에 대해
이해하고 배울 수 있습니다.
- 과제와 프로젝트를 통해 마케팅
콘텐츠와 광고소재를 직접 제작하고
활용해볼 수 있습니다.

콘텐츠 기획 & 온드
미디어 운영

| |
|---|
| 강사 소개 및 강의 소개 |
| 디지털 콘텐츠 정의 |
| 유통채널 - 유튜브 / 인스타그램 |
| 유통채널 - 페이스북 / 블로그 / 포스트 |
| 유통채널 - 브런치/ 트위터/ 틱톡 |
| 유통 채널 분류와 유통 방법 |
| 트리플 미디어의 이해 |
| 온드미디어 운영 기준 세우기 |
| 온드 미디어 아이덴티티 - 운영 목적과 핵심 가치 |
| 온드 미디어 아이덴티티 - 컨셉 설정과 슬로건 |
| 온드 미디어 아이덴티티 - 페르소나와 페르소나 예시 |
| 온드 미디어 비주얼 아이덴티티 - 톤앤매너와 컬러 |
| 온드 미디어 비주얼 아이덴티티 - 폰트 |
| 온드 미디어 비주얼 아이덴티티 - 키비주얼과 이미지 |
| 온드 미디어 비주얼 아이덴티티 - 다양한 디자인 툴 |
| 온드 미디어 콘텐츠 타겟 & 내용 & 발행 |
| 온드 미디어 레퍼런스 - 브랜드 사이트 레퍼런스 |
| 온드 미디어 레퍼런스 - 인스타그램 레퍼런스 |
| 온드 미디어 레퍼런스 - 페이스북 레퍼런스 |
| 온드 미디어 레퍼런스 - 유튜브 레퍼런스 |
| 페이스북과 구글 광고의 이해 |
| 광고소재 제작 프로세스 - 목표와 타겟 설정 방법 |
| 광고소재 제작 프로세스 - 타겟의 pain-point와 solution |
| 광고소재 제작 프로세스 - A/B 테스트 |
| 광고소재 제작 프로세스 - 카피와 비주얼 |
| 광고소재 제작 프로세스 - 광고 프레임 워크와 검수, 확장영역 |
| 스토리보드 작성 방법 |
| 동영상 광고의 필수조건과 형태 |
| 이미지 광고의 필수조건과 형태 |
| 페이스북 광고 라이브러리와 광고 비승인 사례 |
| 유튜브 동영상 광고 특징 |
| 구글 디스플레이 광고 종류 |
| 구글 광고 비승인 사례 |
| 정리 및 마무리 |

콘텐츠 제작 필수

강사

전영미 강사님

경력

현) 스타일쉐어 콘텐츠 마케터
전) 데일리호텔 콘텐츠 마케터
전) 팀블라인드 마케팅 매니저

강의 시수

약 4시간

강의 특징

- 콘텐츠에 대한 이해를 바탕으로 마케팅 콘텐츠와 광고소재를 만들기 위해 필요한 제작물을 배울 수 있습니다.
- 과제와 프로젝트를 통해 마케팅 콘텐츠와 광고소재를 제작하기 위한 필수 툴을 다루어 보고 필수 스킬을 습득할 수 있습니다.

콘텐츠 마케터에게 꼭 필요한 포토샵 기초

강사 소개 및 강의 소개

포토샵 기본개념 이해하기

Layer 기본개념

포토샵 작업화면 이해하기

포토샵 Tool 이해하기

이미지 Open, Save

이미지&캔버스 사이즈 변경하기

간단한 광고 배너 제작하기

이미지 크기 수정과 정렬

영역 선택의 3가지 방법

그라데이션 효과

흐리게/ 선명하게 이미지 보정하기

밝고/ 어둡게 이미지 보정하기

도장 툴로 복제하기

힐링 브러쉬 사용하기

도형 툴과 클리핑 마스크

레이어 스타일과 스마트 오브젝트

레이어 래스터화와 로고 제작

카드 뉴스 이미지 제작하기

레이어 블렌딩 모드

이미지 보정하는 방법

이미지 명암 보정하기 - 레벨(Level) & 곡선(Curve)

이미지 색상 보정하기 - 색조 & 채도 & 색상균형

흑백 이미지 만들기 - 채도감소 & 흑백

누끼 따는 방법

합성하기

상세페이지 제작하기

피부 표현 보정하기

픽셀 유동화

텍스트에 이미지 넣기

긴 그림자를 통한 로고 제작하기

네온사인 효과와 광고 포스터 제작하기

레퍼런스 사이트 활용하기

이미지 무료 사이트 활용하기

무료 폰트 활용하기

정리 및 마무리

콘텐츠 제작 필수

강사

이영주 강사님

경력

현) 현 청운대학교

멀티미디어학과 교수

현) '툴브레이커' 유튜버

강의 시수

약 8시간

강의 특징

- 콘텐츠 마케터가 실무에서 자주 사용하는 Figma의 사용법을 배우고 실습을 통해 학습합니다.

| | |
|-----------------------|--------------|
| 콘텐츠 마케터에게 꼭 필요한 Figma | Figma 소개와 설치 |
| | 인터페이스 |
| | 형태 만들기 |
| | 그래픽 스타일의 활용 |
| | 정렬과 레이아웃 |
| | 컴포넌트와 베리언트 |
| | 프로토타입 |
| | 공유와 협업 |

콘텐츠 제작 필수

강사

신은파 강사님

경력

현) 에듀디아트 그래픽 디자인 강사
 디노마드 그래픽 디자인 강의
 SBS 아카데미 디자인 웹&편집
 디자인 강의

강의 시수

약 7시간

강의 특징

- 일러스트레이터 기본 툴 강의로 툴
 사용법을 마스터합니다.

| | |
|-----------------------------------|--|
| 콘텐츠 마케터에게 꼭 필요한 일러스트레이터 | 일러스트레이터의 인터페이스 살펴보기 |
| | 내 입맛에 맞춰서 일러스트레이터 환경설정 변경하기 |
| | 일러스트레이터에서 파일열고 저장하기 |
| | 선택 툴로 오브젝트를 선택하고 수정하기 |
| | 선 툴로 선 그리기 |
| | 도형 툴로 면 그리기 |
| | 선 툴과 도형 툴을 이용한 크레용 그리기 |
| | 지우개 툴로 오브젝트를 지우고 수정하기 |
| | 펜 툴로 다양한 모양의 오브젝트를 그리기 |
| | 펜 툴을 이용해서 사진 대고 패스 연습하기 |
| | arrange 메뉴로 오브젝트의 순서를 배열하기 |
| | 그룹 선택 툴&격리모드로 그룹으로 정리된 오브젝트를 수정하기 |
| | 도형 툴과 펜 툴을 이용해서 캐릭터 그리기 |
| | align 패널로 여러 개의 오브젝트를 정렬하기 |
| | pathfinder 패널로 오브젝트를 합치거나 나누기 |
| | align과 pathfinder 패널을 이용한 바리케이드 그리기 |
| | 회전 툴과 반전 툴로 오브젝트를 회전하거나 반전하기 |
| | 크기 조절 툴&기울기 툴&변형 툴을 이용한 오브젝트의 크기와 모양 변형하기 |
| | 안내선과 그리드를 이용한 오브젝트를 정확하게 그리기 |
| | 회전 툴을 이용한 시계 그리기 |
| | 반전 툴을 이용한 헤드폰 그리기 |
| | 채색하는 다양한 패널과 메뉴들 |
| | 채색하는 방법을 응용한 사탕 그리기 |
| | 그라데이션 패널로 변화되는 색상을 채색하기 |
| | 그라데이션 패널을 이용한 립스틱 그리기 |
| | 패턴으로 채색하고 수정하기 |
| | 패턴을 직접 만들고 일러스트레이터에 등록하기 |
| | 패턴을 이용한 노트 그리기 |
| | 문자를 입력하고 수정하기 |
| | 패스 문자를 이용한 리본 문자 만들기 |
| | create outline 메뉴를 이용한 말풍선 문자 만들기 |
| | envelope distort 메뉴와 왜곡 툴을 이용한 오브젝트 변형하기 |
| | 왜곡기능을 이용한 볼록한 패키지 만들기 |
| | 브러시 툴을 이용한 패스를 다양하게 표현하기 |
| | 브러시 툴을 이용한 엠블럼 그리기 |
| | 블렌드 툴로 여러 개의 오브젝트를 한꺼번에 만들기 |
| | 블렌드 툴을 이용한 원근 문자 만들기 |
| | image trace 패널로 사진을 오브젝트로 바꾸기 |
| | 심벌 스프레이 툴로 여러 개의 오브젝트를 훑날리기 |
| | 심벌 스프레이 툴을 이용한 나무 그리기 |
| 원근감 격자 툴로 오브젝트에 원근 적용하기 | |
| 불투명도 마스크로 오브젝트를 서서히 사라지게 하기 | |
| effect 메뉴를 이용한 오브젝트에 다양한 효과를 적용하기 | |
| effect 메뉴를 이용한 날씨 캐릭터 그리기 | |

콘텐츠 제작 필수

강사

조영운 강사님

경력

현) 프리랜서 디자이너

전) 러쉬코리아 콘텐츠 디자이너

강의 시수

약 7시간

강의 특징

- 일러스트레이터 기본 툴 강의로 툴 사용법을 마스터합니다.

| | |
|-----------------------------|---|
| 콘텐츠 제작을 위한 실전 포토샵 5시간만에 배우기 | 웹 작업을 위한 포토샵의 기본적인 세팅 - 픽셀, 해상도(ppi와 dpi) |
| | 이미지 파일 기본적인 변경 방법 |
| | 실무에서 칭찬받는 레이어 정리방법과 웹 파일 저장방법 |
| | 기본적인 포토샵 보정 방법 |
| | 깔끔하게 사진 합성하는 방법 |
| | 누끼따기 (펜툴, 셀렉트앤마스킹) |
| | 제품 누끼컷에 생명 불어 넣기 (그림자 효과) |
| | 이미지를 활용한 sns(인스타그램)광고 |
| | 타이포 인터페이스 설명 - 간편하게 쓸 수 있는 단축키, 섬세한 조절방법 |
| | 실무에서 자주 쓰이는 텍스트 효과 (스트록) |
| | 실무에서 자주 쓰이는 텍스트 효과 (그림자) |
| | 실무에서 자주 쓰이는 텍스트 효과 (도형, 모양변화) |
| | sns 광고에 적용하기 |
| | 포토샵과 같이 사용할 일러스트레이터 설정 (색상모드, 해상도) |
| | 펜툴을 활용한 일러스트 |
| | 도형을 활용한 일러스트 |
| | 일러스트에서 포토샵으로 파일 가져오는 방법 |
| 포토샵에서 펜툴, 브러쉬 사용하기 | |
| 포토샵으로 간단하게 Gif 만드는 방법 | |
| 반복작업할때 좋은 액션 만드는 방법 | |

콘텐츠 마케터가 알아야 할 디자인

강사
여동규 강사님

경력
전) 오투기 디자인팀 디자이너
- 오투기 라면 디자인 기획 및 전략 수립

강의 시수
약 10 시간

강의 특징
- 광고, 썸네일, 프로모션 디자인에 대해 이론과 실습을 모두 학습합니다.

콘텐츠 마케터가 꼭 알아야 할 광고 디자인

| |
|---|
| 01. 인트로 및 강사 소개 |
| 02. 광고디자인이란? : 광고디자인에 대한 폭넓은 시야와 소비자 |
| 03. 광고효과를 향상시킬 수 있는 법칙 : 좋은광고 VS 나쁜광고 |
| 04. 디자인 시 참고사항 : 폰트, 사진, 스톡 사이트 등 |
| 05. 현직자에게 배우는 실무 프로세스 : 기획부터 디자인 집행까지 |
| 기존 프로모션광고, 무작정 따라하기 |
| 01. 그라디언트효과 |
| 02. 쉐도우효과 |
| 03. 리플렉션효과 |
| 04. 텍스트 효과 |
| 05. 프로모션 타이틀 디자인하기 |
| 01. 네온사인효과 |
| 02. 겹쳐지는 텍스트 효과 |
| 03. 글리치효과 |
| 04. 3D효과 |
| 05. 유튜브 썸네일 디자인하기 |
| 01. KEY VISUAL이란? |
| 02. 기획안 파악하기 |
| 03. 컨셉 설정하기 |
| 04. 컨셉에 맞는 무드보드 제작하기 : 참고사이트(핀터레스트, 구글, 눈누 등) |
| 05. 1차 스케치하기 |
| 06. 프로모션 디자인 KEY VISUAL 제작하기 |
| 07. KEY VISUAL 확장하기 |
| 01. 무드보드를 참고하여 디자인 구체화하기 |
| 02. 타이포 퀄리티 높이기 |
| 03. 사진 보정하기 |
| 04. 배경과 제품 합성하기 |
| 스스로 기획안 구성 후 프로모션 디자인 제작해보기 |
| 01. 데코레이션 요소 표현 |
| 02. 타이포 디테일링 작업 |
| 03. 필수요소 삽입하기 |
| 04. 디테일링작업 |
| 05. 프로모션 디자인 완성 |
| 01. 환경에 따른 제작 가이드(WEB&MO) |
| 02. (웹)온라인 공식물 배너 및 팝업창 디자인 |
| 03. (모바일)온라인 공식물 배너 및 팝업창 디자인 |
| 04. (웹)네이버(search-engine) 배너(타임보드, 롤링보드) |
| 05. (모바일)네이버(search-engine) 배너(타임보드, 롤링보드) |
| 01. 환경에 따른 제작 가이드_페이스북 |
| 02. 환경에 따른 제작 가이드 인스타그램 |
| 03. 예시로 배우는 콘텐츠 디자인 |
| 01. 포트폴리오 구성하기 |
| 02. 포트폴리오 썸네일 제작하기 |
| 03. 독업을 활용한 퀄리티 향상시키기 |
| 자신만의 프로모션 디자인 포트폴리오 제작하기 |

콘텐츠 마케터가 알아야 할 디자인

강사

김용희 강사님

경력

현) 매스프레소/관다 브랜드

디자이너

전) 셀프뷰티 마케팅 콘텐츠

디자이너

강의 시수

약 9 시간

강의 특징

- 광고, 썸네일, 프로모션 디자인에

대해 이론과 실습을 모두

학습합니다.

콘텐츠 마케터를 위한 SNS
이미지 광고 디자인

인스타그램/페이스북 광고 파악하기

광고 제작 프로세스

기획서를 파악하는 방법 - 가설, 목표, 결과

어떻게 표현할까? - 중요도 분석 / 타겟 / 무드보드

광고 성과 분석 - 마케터의 언어 이해하기

글자와 CTA만으로 메시지 강조하기

쓸만한 무료폰트와 폰트별 느낌 알아보기

효율적인 글자 사용법

다양한 글자 사용법 - 사용자 후기(인용법)

사진을 쓰는 이유

좋은 사진 소스를 찾을 수 있는 곳

스톡 느낌 No! 기획 의도와 어울리게 사진 다듬기

느낌있게 사진 사용하기 - 누끼따기

느낌있게 사진 사용하기 - 사진 배치 및 크롭하기

목업을 활용해 광고 퀄리티 200% 올리기

광고에서 일러스트를 사용하는 이유

일러스트 제작 전 기획 및 스케치

일러스트 만들기 (선물상자 / 쿠폰 / 각종 상품)

일러스트 만들기 (사람 동작 / 형태)

광고지만 느낌있게! 패턴과 재질감으로 업그레이드하기

연결된 콘텐츠 (ex. 카드뉴스) 기획 및 디자인 프로세스

기획 및 무드보드 / 기초 레이아웃 잡기

필요 리소스 정리 및 세팅하기 (사진, 일러스트 등)

실전 디자인

광고 콘텐츠의 기본

강사

전영미 강사님

경력

현) 스타일쉐어 콘텐츠 마케터
전) 데일리호텔 콘텐츠 마케터
전) 팀블라인드 마케팅 매니저

강의 시수

약 2시간

강의 특징

- 마케팅 콘텐츠 상세 페이지를 기획,
제작 할 때 필요한 필수 요소를
이해하고 개인 과제와 프로젝트를
통해 직접 만들어 볼 수 있습니다.

| | |
|-----------|-----------------------------------|
| 상세 페이지 기획 | 강사 소개 및 강의 소개 |
| | 상세 페이지 기획 중요 요소 |
| | 상세 페이지 기획 프로세스 - 상품 USP 파악하기 |
| | 상세 페이지 기획 프로세스 - 타겟에 대한 구분과 전략 |
| | 상세 페이지 기획 프로세스 - 브랜드 톤앤매너에 맞는 스토리 |
| | 상세 페이지 구성 방법 |
| | 상세 페이지 구성 요소 - USP 효과적으로 노출하기 |
| | 상세 페이지 구성 요소 - 고객의 pain-point |
| | 상세 페이지 구성 요소 - 상품 신뢰성과 고객 후기 |
| | 상세 페이지 구성 요소 - 자주 묻는 질문 |
| | 프로모션 페이지 이해하기 |
| | 프로모션 진행 프로세스 |
| | 프로모션 기획 시 필수요소 |
| | 프로모션 페이지 구성요소 |
| | 프로모션 레퍼런스 탐색 방법 |
| | 프로모션 페이지 레퍼런스 |
| | 페이지 효율 측정 방법 |
| | 정리 및 마무리 |

광고 콘텐츠의 기본

강사

김지현 강사님

경력

현) 우아한 형제들 B2B
커뮤니케이션팀 콘텐츠 파트장
전) 카드뉴스 제작물 Tyle.io 마케팅
팀장

강의 시수

약 4시간

강의 특징

- 디지털 마케팅 콘텐츠에 대한
이해를 바탕으로 마케팅 콘텐츠와
광고소재를 만들기 위해 필요한
제작물을 배울 수 있습니다.
- 개인 과제와 프로젝트를 통해
마케팅 콘텐츠와 광고소재를
제작하기 위한 필수 툴을 다루어
보고 필수 스킬을 습득할 수
있습니다.

| | |
|-------------------|----------------------------------|
| 카드뉴스 | 카드뉴스 기획 - 01. 콘텐츠 마케팅으로서의 카드뉴스 |
| | 카드뉴스 기획 - 02. 목표와 타겟에 대해 |
| | 카드뉴스 기획하기 - 01. 주제 찾기 |
| | 카드뉴스 기획하기 - 02. 카드뉴스 제작하기 |
| | 내용 쓰기 - 01. 그리듯이 쓰기 - 1 |
| | 내용 쓰기 - 02. 그리듯이 쓰기 - 2 |
| | 내용 쓰기 - 03. 그리듯이 쓰기 - 3 |
| | 내용 쓰기 - 04. 정리하며 쓰기 - 1 |
| | 내용 쓰기 - 05. 정리하며 쓰기 - 2 |
| | 내용 쓰기 - 06. 그리듯이 쓰기 정리하며 쓰기 |
| | 내용 쓰기 - 07. 글에 신뢰를 높이는 방법 - 1 |
| | 내용 쓰기 - 08. 글에 신뢰를 높이는 방법 - 2 |
| | 내용 쓰기 - 09. 내부 이야기를 담는 방법 |
| | 내용 쓰기 - 10. 서비스를 알려야하는 순간에 쓰는 방법 |
| | 내용 쓰기 - 11. 글에 마지막에 점검해야할 것들 |
| | 제목 쓰기 - 01. 숫자를 사용하는 방법 |
| | 제목 쓰기 - 02. 호기심을 자극하는 방법 |
| | 제목 쓰기 - 03. 질문을 활용하는 방법 |
| | 제목 쓰기 - 04. 타겟과 시의성을 활용하는 방법 |
| | 제목 쓰기 - 05. 이득과 불안을 활용하는 방법 |
| 디자인하기 - 01. 디자인하기 | |

* 3기부터는 광고 콘텐츠 파트에 아티클 에디팅/ 뉴스레터/ 프로모션/ 숏폼 콘텐츠 등 약 15시간 분량의 강의를 추가됩니다.

마케터 포트폴리오

강사

구양일 강사님

경력

현) 그로스 컴퍼니 대표
 전) 딜리셔스 마케팅 매니저
 전) 바른기획 대표
 전) 베이드커뮤니케이션 이사
 전) SK 케미칼 주임

강의 시수

약 1시간

강의 특징

- 취업에 필요한 마케팅
 포트폴리오를 이해하고 직접
 작성해볼 수 있습니다.

| | |
|------------------|--------------------------|
| 마케터 포트폴리오 작성법 | 디지털 마케터가 되기 위해 꼭 알아야 할 것 |
| | 마케터 포트폴리오의 정의 |
| | 마케터를 위한 포트폴리오 만들기 |
| | 포트폴리오의 기본 구성 |
| | 나는 회사가 원하는 마케터일까? |
| | 직무 기술서 확인하기 |
| | 자주 묻는 질문 |

광고 매체 및 전략

강사

구양일 강사님

경력

현) 그로스 컴퍼니 대표
전) 딜리셔스 마케팅 매니저
전) 바른기획 대표
전) 베이드커뮤니케이션 이사
전) SK 케미칼 주임

강의 시수

약 5시간

강의 특징

- 광고를 집행하는 주요 매체인 페이스북과 전환/카탈로그 광고에 대해 이해하고 직접 기획, 세팅까지 진행해볼 수 있도록 기본기를 다집니다.

| | |
|--------------------------|--------------------------------------|
| Facebook & Instagram 마케팅 | 페이스북 광고 기본_페이스북/인스타그램 광고를 시작해야 하는 이유 |
| | 페이스북 광고 기본_우리 제품에 맞는 광고 콘텐츠 만들기 |
| | 페이스북 광고 기본_광고 유형별 콘텐츠 구성 전략 |
| | 페이스북 광고 기본_좋은 광고 콘텐츠 벤치마킹 하기 |
| | 페이스북 광고 기본_페이스북/인스타그램 광고를 위한 기본 이해 |
| | 페이스북 광고 기본_광고 지표 이해하기 |
| | 페이스북 광고 기본_비즈니스 광고 관리자 세팅하기 |
| | 페이스북 광고의 핵심_페이스북 마케팅의 핵심 : 픽셀 |
| | 페이스북 광고의 핵심_페이스북/인스타그램 광고 타겟의 이해 |
| | 페이스북 광고의 핵심_페이스북/인스타그램 광고 타겟 - 기본 타겟 |
| | 페이스북 광고의 핵심_페이스북/인스타그램 광고 타겟 - 맞춤 타겟 |
| | 페이스북 광고의 핵심_페이스북/인스타그램 광고 타겟 - 유사 타겟 |
| | 페이스북 광고의 핵심_페이스북/인스타그램 광고 목표 |
| | 페이스북 광고의 핵심_페이스북/인스타그램 광고 세팅 - 캠페인 |
| | 페이스북 광고의 핵심_페이스북/인스타그램 광고 세팅 - 광고 세트 |
| | 페이스북 광고의 핵심_페이스북/인스타그램 광고 세팅 - 광고 |
| | 전환/카탈로그 광고_도메인 인증/전환 이벤트 설정 |
| | 전환/카탈로그 광고_전환광고의 기본 이해 |
| | 전환/카탈로그 광고_전환광고 데이터 분석하기 |
| | 전환/카탈로그 광고_전환광고 성과를 높이는 핵심 전략 |
| | 전환/카탈로그 광고_전환 광고 예산 관리하기 |
| | 전환/카탈로그 광고_카탈로그 광고의 기본 이해 |
| | 전환/카탈로그 광고_카탈로그 광고 만들기 |
| | 전환/카탈로그 광고_광고 성과 측정 지표 개선 전략 |
| 전환/카탈로그 광고_광고 캠페인 구성 전략 | |
| 전환/카탈로그 광고_자주 묻는 질문 | |

광고 매체 및 전략

강사
안현철 강사님

경력
현) 제이브릿지 마케팅 컴퍼니 SEM 팀장

airbnb, HotelsCombined, Inditex Group(ex. ZARA), wework 등 다수 글로벌 브랜드 검색광고 마케팅 진행

강의 시수
약 7시간

강의 특징
- 검색광고에 대한 기본 이해를 바탕으로 마케팅 전략을 구상하고 실습을 진행해볼 수 있습니다.

| | |
|---|---|
| 검색광고 마케팅 | 검색광고 전략 Intro |
| | 검색광고 전략(101)_검색엔진 기본 특성 및 마켓 쉐어 |
| | 검색광고 전략(101)_매체별 검색광고 기본 특성, 노출 네트워크 |
| | 검색광고 전략(101)_SEM 소비자의 구매 여정별 SEM 액션 및 사용툴(1. 데이터랩 2. 키워드 광고툴 34 구글 애널리틱스) |
| | 검색광고 전략(101)_부가세 처리 방안(매체별, 톨별) |
| | 검색광고 전략(101)_트래킹 솔루션 및 종류 안내 |
| | 검색광고 전략(101)_키워드 속성 안내 |
| | 검색광고 전략(101)_검색광고에 대한 부정적인 인식들 |
| | 검색광고 전략(실습)_네이버 계정 생성 & UI 체크 |
| | 검색광고 전략(실습)_네이버 검색광고 계정 구조 및 제한 사항 |
| | 검색광고 전략(실습)_네이버 프리미엄 로그 분석 설치 안내 |
| | 검색광고 전략(실습)_트래킹 방법론(키워드 URL vs. 소재 URL // 네이버 추적 URL) |
| | 검색광고 전략(실습)_효과적인 키워드 확장 방법 (기초부터 심화) |
| | 검색광고 전략(실습)_엑셀을 통한 키워드 확장 전략 실습(대량, 고연관성) |
| | 검색광고 전략(실습)_품질지수를 높이는 문안 전략_기본 문안 |
| | 검색광고 전략(실습)_품질지수를 높이는 문안 전략_확장 소재 |
| | 검색광고 전략(실습)_효율적인 그룹핑 전략_케이스 스터디 |
| | 검색광고 전략(실습)_키워드 광고 건적안 제작 실습 |
| | 검색광고 입찰전략_그룹, 캠페인별 예산 제어 플랜 |
| | 검색광고 입찰전략_입찰을 하는 이유 |
| | 검색광고 입찰전략_제품 가치에 의한 입찰가 산정 |
| | 검색광고 입찰전략_객단가 역산의 함정_제품 속성 기반 입찰 전략_01_BGPI |
| | 검색광고 입찰전략_제품 속성에 따른 입찰 전략_02_매출 비중 |
| | 검색광고 입찰전략_제품 속성에 따른 입찰 전략_03_고관여 vs. 저관여 |
| | 검색광고 입찰전략_제품 속성에 따른 입찰 전략_04_특이 업종(ex. 앱다운로드 캠페인) |
| | 검색광고 입찰전략_HOW TO BID |
| | 검색광고 입찰전략_노출순위 종류 및 계산법(검색 vs. 콘텐츠) |
| | 검색광고 입찰전략_검색광고 입찰 케이스 스터디 |
| | 검색광고 입찰전략_실습: 엑셀을 활용한 입찰가 계산 |
| | 검색광고 전략(브랜드 검색)_네이버 브랜드 검색이란 |
| 검색광고 전략(브랜드 검색)_브랜드 검색의 종류 및 활용법 | |
| 검색광고 전략(브랜드 검색)_SERP 순위 이슈 및 소재 최적화 팁 | |
| 검색광고 전략(브랜드 검색)_구간 단가형 상품 및 시즈널 트렌드 최적화 전략 | |
| 검색광고 전략(브랜드 검색)_실습: 네이버 광고주센터 UI를 활용한 브랜드 검색 DIY | |
| 검색광고 전략(상품 정리)_카카오 검색광고 소개 | |
| 검색광고 전략(상품 정리)_Daum Clix(검색광고) 계정 생성 & UI 체크 | |
| 총정리 & 핀포인트 팁_품질지수 최적화를 위한 랜딩 페이지 전략 | |
| 총정리 & 핀포인트 팁_업종별 타겟 KPI 설정(ROI vs. ROAS // B2B vs. B2C // 업종 및 시장진입 상황 등) | |
| 총정리 & 핀포인트 팁_퍼포먼스 지표 종류별 하락에 따른 대응 방안 케이스 스터디(CTR, CPC, CVR, ROAS, 오류) | |

광고 매체 및 전략

강사

이해원 강사님

경력

현) Google Performance Product specialist 차장

강의 시수

약 9시간

강의 특징

- 광고를 집행하는 주요 매체인 구글 애즈를 이해하고 직접 광고 기획, 세팅까지 진행해볼 수 있도록 기본기를 다집니다.
- 개인 과제 및 프로젝트를 통해 광고 매체를 활용하여 광고를 세팅하고 집행해볼 수 있도록 합니다.

| | |
|-------|--|
| 구글 애즈 | Google Marketing Overview - 01. 구글 마케팅 시작하기 |
| | Google Marketing Overview - 02. 디지털마케팅 생태계에서의 Google |
| | Google Marketing Overview - 03. 구글의 광고 솔루션 |
| | Google Marketing Overview - 04. 구글 광고 네트워크 |
| | Google Marketing Overview - 05. 구글 광고의 특성 |
| | Google Marketing Overview - 06. 구글 광고의 특성 |
| | Google Marketing Overview - 07. 구글 광고 실습을 위한 준비 |
| | Google Marketing Overview - 08. 구글 광고 계정 만들기 |
| | Google Marketing Overview - 09. 구글 마케팅의 원리 |
| | Google Marketing Overview - 10. 구글 마케팅의 원리 |
| | Google Ads의 이해 - 11. Google Ads 살펴보기 |
| | Google Ads의 이해 - 12. Google Ads UI 실습 |
| | Google Ads의 이해 - 13. 리마케팅 목록 및 태그 |
| | Google Ads의 이해 - 14. 전환 액션 및 태그 |
| | Google Ads의 이해 - 15. 구글 태그 어시스턴트 |
| | Google Ads의 이해 - 16. 리마케팅을 위한 태그 실습 |
| | Google Ads의 이해 - 17. 전환 태그 실습 |
| | Google Ads의 이해 - 18. 잠재고객 만들기 실습 |
| | Google Ads의 이해 - 19. 검색 광고 Overview |
| | Google Ads의 이해 - 20. 검색 광고 만들기 |
| | Google Ads의 이해 - 21. 검색 광고 운영하기 |
| | Google Ads의 이해 - 22. 검색 광고 운영하기 |
| | Google Ads의 이해 - 23. 검색광고 실습 |
| | Google Ads의 이해 - 24. 디스플레이 광고 Overview |
| | Google Ads의 이해 - 25. 디스플레이 광고 만들기 |
| | Google Ads의 이해 - 26. 디스플레이 광고의 유형 |
| | Google Ads의 이해 - 28. 디스플레이 광고 운영하기 |
| | Google Ads의 이해 - 29. 디스플레이 광고 실습 |
| | Google Ads의 이해 - 30. YouTube 광고 Overview |
| | Google Ads의 이해 - 31. YouTube 채널 Overview |
| | Google Ads의 이해 - 32. YouTube 광고 만들기 |
| | Google Ads의 이해 - 33. YouTube 광고 운영하기 |
| | Google Ads의 이해 - 34. YouTube 광고 운영하기 |
| | Google Ads의 이해 - 35. YouTube 광고 실습 |
| | Google Ads의 이해 - 36. APP 광고 Overview |
| | Google Ads의 이해 - 37. 쇼핑 광고 Overview |
| | Google 마케팅 실전 - 38. Full Funnel 마케팅 설계하기 |
| | Google 마케팅 실전 - 39. 구글 마케팅 트러블슈팅 |
| | Google 마케팅 실전 - 40. 구글 마케팅 성과 리포트 |
| | Google 마케팅 실전 - 41. 구글 마케팅 총정리 |
| | Google Ads의 이해 - 42. Google Ads 인증시험 준비하기 |

데이터 분석

강사

장세이 강사님

경력

현) 매드업(매드잇)
퍼포먼스마케팅팀 팀리드

강의 시수

약 5시간

강의 특징

- 구글 애널리틱스 통한 마케팅 데이터를 이해하고 분석하여 실무에 필요한 전략을 수립하고 세팅할 수 있는 기본기를 다집니다.

| | |
|---------------------|---------------------------------|
| 구글 애널리틱스 | 구글 애널리틱스 시작하기 - 구글 애널리틱스(GA) 개요 |
| | 구글 애널리틱스 시작하기 - GA 계정 생성 (실습) |
| | 구글 애널리틱스 시작하기 - GA 추적 코드 설치하기 |
| | 구글 애널리틱스 시작하기 - GA 속성 |
| | 서치 콘솔 |
| | 인구통계 및 관심분야 |
| | 필요한 데이터 필터 생성 |
| | 목표 설정하기 |
| | 전자상거래 |
| | 전자상거래 활성화 (실습) |
| | 측정 기준과 측정 항목 |
| | 측정 항목 살펴보기 |
| | 측정 기준(실습) |
| | 세그먼트 |
| | 이탈, 종료, 전환 |
| | 유입 분석 (경로, 성과 측정) |
| | 유입 분석 (UTM 설정) |
| | 유입 분석 (구글 애즈 광고) |
| | 보고서 종류 |
| | 잠재고객 보고서 |
| | 획득 보고서 |
| | 행동 보고서 |
| | 전환 보고서 |
| | 맞춤 보고서 |
| | 저장된 보고서 |
| | 보고서 맞춤 알림 |
| | 이벤트 |
| | 구글 태그 관리자 |
| | 구글 태그 관리자 활성화 (실습) |
| | 구글 태그 관리자 사용하기 (실습) |
| | 페이지 분석하기 |
| 사이트 내 검색어 | |
| 행동 흐름 보고서 | |
| 사이트 속도 페이지 시간 | |
| 이벤트 분석하기 | |
| 다채널 유입 경로 분석하기 | |
| 기여 모델을 적용해 다채널 분석하기 | |

데이터 분석

강사
여지운 강사님

경력
현) 매드업(매드잇)

카카오뱅크 퍼포먼스/프로모션
캠페인
카카오 T / 대리 퍼포먼스 캠페인
산타공인중개사 런칭 캠페인
W컨셉 퍼포먼스 캠페인
녹십자웰빙 퍼포먼스 캠페인
이니스프리 퍼포먼스 캠페인
직방 퍼포먼스 캠페인

강의 시수
약 2시간

강의 특징
- 마케팅 데이터를 활용하여 성과를
분석하고 최적화 시킬 수 있는
방법들을 배워볼 수 있습니다.

| | |
|----------------------|---|
| 실전 성과분석 (케이스 스터디) | 케이스 스터디 소개 |
| | 마케팅 대시보드 구축 - 1 리포트의 중요성 |
| | 마케팅 대시보드 구축 - 2 마케팅 테이블 구성 요소 |
| | 마케팅 대시보드 해석 |
| | 예시 대시보드 활용 및 RAW 데이터 구성 - 예시 데이터로 분석 |
| | 페이스북 광고 성과 분석 및 최적화 방안 수립 - 예시 데이터로 분석 |
| | 트러블슈팅 액션 - 페이스북 tCPI / tCPA 관리, 노출지면 분리, Lookalike 재조정 |
| | 구글 AC/ACE 광고 성과 분석 및 최적화 방안 수립 - 예시 데이터로 분석 |
| | 트러블슈팅 액션 - AC, ACe 액션 최적화 조합 및 소재별 성과 파악, 변경 |
| | Apple Search Ads 성과 분석 및 최적화 방안 수립 - 예시 데이터로 분석 |
| | 트러블슈팅 액션 - ASA 키워드 변경 및 CPT 조정 / 제외키워드 등록 등 |
| | 실제 사례 소개 / 마무리 |

부록

강사
구양일 강사님

경력
현) 그로스 컴퍼니 대표
전) 딜리셔스 마케팅 매니저
전) 바른기획 대표
전) 베이드커뮤니케이션 이사
전) SK 케미칼 주임

강의 시수
약 1시간

강의 특징
- 그로스 마케팅을 이해하고 핵심 이론을 배웁니다

| | |
|----------|-------------------------------------|
| 그로스 마인드셋 | 그로스마케팅의 기본_그로스 마케팅의 기본 이해 |
| | 그로스마케팅의 기본_그로스 마케팅의 지표 및 기본 용어 이해하기 |
| | AARRR 퍼널 이해하기 |
| | Acquisition |
| | Activation |
| | Retention |
| | Revenue |
| | Referral |

부록

강사

장세이 강사님

경력

현) 매드업(매드잇)
퍼포먼스마케팅팀 팀리드

강의 시수

약 2시간

강의 특징

- 광고를 집행하는 주요 매체인 카카오 모먼트와 네이버 GFA에 대해 이해하고 직접 광고 기획, 세팅까지 진행해볼 수 있도록 기본기를 다집니다.
- 개인 과제 및 프로젝트를 통해 광고 매체를 활용하여 광고를 세팅하고 집행해볼 수 있도록 합니다.

| | |
|----------------------|-----------------------------|
| 카카오 모먼트 / 네이버 GFA | 카카오모먼트 - 카카오모먼트 개요 |
| | 카카오모먼트 - 카카오모먼트 계정 만들기 (실습) |
| | 카카오모먼트 - 카카오모먼트 대시보드 |
| | 카카오모먼트 - 카카오모먼트 광고 만들기 (실습) |
| | 네이버GFA - 네이버GFA 개요 |
| | 네이버GFA - 네이버GFA 계정 생성 (실습) |
| | 네이버GFA - 네이버GFA 대시보드 |
| | 네이버GFA - 네이버GFA 광고 만들기 (실습) |
| | 카카오모먼트&네이버GFA 운영 TIP |

부록

강사
여지운 강사님

경력
현) 매드업(매드잇)

카카오뱅크 퍼포먼스/프로모션
캠페인
카카오 T / 대리 퍼포먼스 캠페인
산타공인중개사 런칭 캠페인
W컨셉 퍼포먼스 캠페인
녹십자웰빙 퍼포먼스 캠페인
이니스프리 퍼포먼스 캠페인
직방 퍼포먼스 캠페인

강의 시수
약 4시간
(정확한 시간은 다를 수 있음)

강의 특징
- 모바일 마케팅의 개념과 툴에 대해
이해하고 개인 과제와 프로젝트를
통해 직접 집행해볼 수 있습니다.

| | |
|---|--|
| 모바일 앱 마케팅 | Intro |
| | 모바일 앱 마케팅의 개념 그리고 특징 - 01. 모바일 광고 생태계 개괄 |
| | 모바일 앱 마케팅의 개념 그리고 특징 - 02. 모바일 앱 마케팅이란 / 다른 마케팅과의 차이점 |
| | 모바일 앱 트래킹 툴에 대한 이해 - 01. 어트리뷰션 트래킹 툴의 개념 (ADID / IDFA란? / IOS14.5 이야기(SKAN)) |
| | 모바일 앱 트래킹 툴에 대한 이해 - 02. 어트리뷰션 트래킹 툴의 개념 (어트리뷰션 툴의 작동원리) |
| | 모바일 앱 트래킹 툴에 대한 이해 - 03. 어트리뷰션 트래킹 툴의 개념 (중요 역할 및 기능/ 전체 플로우 정리) |
| | 모바일 앱 트래킹 툴에 대한 이해 - 04. 어트리뷰션 트래킹 툴 살펴보기 - Appsflyer |
| | 모바일 앱 트래킹 툴에 대한 이해 - 05. 어트리뷰션 트래킹 툴 살펴보기 - Firebase |
| | 성공적인 모바일 앱 마케팅이란 - 01. 주요 마케팅 지표 |
| | 성공적인 모바일 앱 마케팅이란 - 02. 마케팅 지표의 최적화 |
| | 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 03. 어떤 매체가 좋은 매체인가 - 설명 |
| | 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 06. 광고 목적에 따른 매체 구분 - 2-1 UA퍼포먼스 (AC/Ace) |
| | 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 08. 광고 목적에 따른 매체 구분 - 2-2 UA 퍼포먼스 (FB) |
| | 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 08. 광고 목적에 따른 매체 구분 - 2-4 Re 퍼포먼스 (FB) |
| 모바일 앱 광고 매체에 대한 이해 - 09. 광고 목적에 따른 매체 구분 - 2-3 UA 퍼포먼스 (Apple search Ads) | |

| | |
|-------|------------------------------|
| Fraud | Fraud 발생 배경 Affieate Network |
| | Fraud의 종류 및 대응 방안 |

부록

강사

구양일 강사님

경력

현) 그로스 컴퍼니 대표
 전) 딜리셔스 마케팅 매니저
 전) 바른기획 대표
 전) 베이드커뮤니케이션 이사
 전) SK 케미칼 주임

강의 시수

약 1시간

강의 특징

- GAIQ 자격증을 준비하는 분들을
 위한 강의

| | |
|----------|--------------|
| GAIQ 자격증 | GAIQ 과정 이해하기 |
| | GA 기본 용어 이해 |
| | 문제 분석 |

수강료

수강료 안내

| 구분 | 금액 |
|----------|--|
| 선불제 | 1,500,000원 |
| 정액 후불제 | 3,000,000원 |
| 소득공유 후불제 | 취업 후 2년치 연봉의 10%에 해당하는 금액을 수강료로 지불 (최소 연봉 기준 2,800만 원) |

수강료
지불방식

| | |
|-----------------|---|
| 수강료 지불 방식 안내 | <p>제로베이스 디지털 마케팅 스쿨은 수강생분들에게 합리적이고 다양한 수강료 지불 방식을 제공합니다.</p> <p>수강생분들은 본인의 상황에 가장 알맞은 지불 방식을 선택할 수 있고, 금전적 고민을 최소화하여 교육과정에 몰입할 수 있습니다.</p> <p>크게 3가지 방식으로 납부하실 수 있으며, 선불제와 후불제(정액) 방식의 경우 파트너사 취업 시 수강료 할인 혜택을 제공해드립니다.</p> |
| 선불제 | <p>교육과정 입과 전 수강료를 먼저 지불하는 방식입니다.</p> <p>선불로 수강료를 납부해주신 만큼, 가장 많은 혜택을 제공해드리는 수강료 지불 방식입니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 최대 할인 혜택 : 소득공유 후불제 기준 약 70% 저렴 - 파트너사 할인 혜택 : 파트너사 취업 시 파트너사 등급에 따라 수강료 할인 혜택을 제공 - 탈락제도 미적용 : 학업성취도가 낮거나 교육과정 참여에 어려움이 있으신 경우에도 탈락없이 수강 가능 - 기수 유예 가능 : 건강문제 등으로 교육 참여가 어렵게 되실 경우 개강 후 3주 이내 1기수 유예 가능 차기수 개강 후 차기수로 유예 신청 불가 (차차기수 1회 가능) |
| 후불제 (정액) | <p>교육과정 수료 후 정해진 금액의 수강료를 지불하는 방식입니다.</p> <p>납부 기간은 종강일로부터 3개월 내이며, 취업시 수강료를 할인해드립니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 종강 전 취업시, 수강료로 180만 원 납부 - 수료 후 1개월 내 취업시, 수강료로 200만 원 납부 - 수료 후 2개월 내 취업시, 수강료로 250만 원 납부 <p>기간 내 수강료를 납부하지 않은 경우 연체료가 발생할 수 있습니다.</p> <p>선불제와 마찬가지로 파트너사 취업 시 할인혜택을 제공합니다.</p> <p>후불제는 기수 유예 불가합니다.</p> |

수강료 지불방식

후불제 (소득공유)

취업하기 전에 수강료를 지불하지 않고, 취업 후 2년치 연봉의 10%에 해당하는 금액을 지불하는 방식이며 취업시 수강료를 할인해드립니다.

- 중간 전 취업시, 수강료로 2년치 연봉의 7% 납부
- 수료 후 1개월 내 취업시, 수강료로 2년치 연봉의 8% 납부
- 수료 후 2개월 내 취업시, 수강료로 2년치 연봉의 9% 납부

수강료는 취업 후 24개월 동안 나눠서 납부하시게 됩니다.

취업 후 24개월 내 수강료를 완납하지 않은 경우 연체료가 발생할 수 있습니다.

후불제는 기수 유예 불가합니다.

후불제(정액)와 달리 연봉에 따라 수강료 지불액이 변동될 수 있습니다.

단, 후불제(소득공유)는 파트너사 취업 시 할인혜택은 제공되지 않습니다.

후불제 한정 예외사항

1. 후불제는 계약 연봉 2,800만원 미만으로 취업할 경우 수강료를 받지 않습니다.
2. 과정 수료 후 1년 이내에 취업하지 못할 경우, 수강료를 받지 않습니다.

후불제(정액)으로 이미 수강료를 지불하셨다면 수강료를 되돌려드립니다.

* 선불제는 해당 2가지 예외사항에 적용되지 않습니다.

얼리버드

혜택

(선불제 등록 시)

| 구분 | 모집기간 | 혜택 |
|---------|------------------------|---------------|
| 얼리버드 1차 | 2022/9/1(수) ~ 9/11(일) | 수강료 15% 추가 할인 |
| 얼리버드 2차 | 2022/9/12(월) ~ 9/18(일) | 수강료 10% 추가 할인 |
| 얼리버드 3차 | 2022/9/19(월) ~ 9/25(일) | 수강료 5% 추가 할인 |

추가 안내사항

| | |
|--------|--|
| 환불규정 | 선불 방식으로 지불한 수강생의 경우, 제로베이스 환불규정을 따릅니다. https://zero-base.co.kr/info/policies/refund |
| 연체료 규정 | 후불제 방식으로 지불하는 수강생의 경우, 특정기간 내 수강료를 지불하지 않은 경우 연체료가 발생할 수 있습니다. 연체료에 대한 상세 내용은 입과 후 별도 안내 드립니다. *특정기간 - 후불제(정액)의 경우, 종강일로부터 3개월 이내 - 후불제(소득공유)의 경우, 취업일로부터 24개월 이내 더 자세한 사항은 상담을 통해 안내 받을 수 있습니다. 또한 수강신청 시 작성하게 될 계약서를 통해 확인 가능합니다. |

파트너사





wadiz

MUSINSA

TMON

FASTFIVE



POSTYPE



MUST·IT

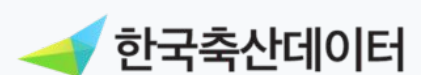
LAWTALK



윙잇

GAUDIO

SWING





8PERCENT

LifeSemantics®

modu.up

웰컴디지털뱅크
웰컴저축은행

파트너사 - VC (Venture Capital)

| | |
|------------|---|
| 에이티넘인베스트먼트 | https://www.atinuminvest.co.kr/ |
| DSC인베스트먼트 | http://dscinvestment.com/ |
| 한국투자파트너스 | http://partners.koreainvestment.com/ |
| IMM인베스트먼트 | http://imm.co.kr/ |
| 뮤렉스파트너스 | http://murexpartners.com/ |
| TBT파트너스 | http://www.tbt.partners/ |
| 프리미어파트너스 | http://premierpartners.co.kr |
| 패스트벤처스 | https://fastventures.co.kr/ |
| KB인베스트먼트 | http://www.kbic.co.kr/ |
| 신한벤처투자 | http://www.shinhanvc.com/ |
| 스톤브릿지 | https://www.stonebridge.co.kr/ |
| 소프트뱅크벤처스 | https://www.softbank.co.kr/ |

파트너사 - 기업

| | |
|------------|---|
| 티몬 | https://www.tmon.co.kr/ |
| 무신사 | https://www.musinsa.com/ |
| 패스트파이브 | https://www.fastfive.co.kr/ |
| 샌드박스 | https://sandbox.co.kr/ |
| 주식회사 에이퍼센트 | https://8percent.kr |
| 한국축산데이터 | https://aidkr.com/ |
| 로톡 | https://www.lawtalk.co.kr/ |
| 라이너 | https://getliner.com/ko |
| 매드업 | https://madup.com/ |
| 윙잇 | https://www.wingeat.com/ |
| 케어마인드 | https://www.icaremind.com/ |
| 하이메디 | https://himedi.notion.site/ |
| (주)더스윙 | https://swingmobility.co/ |
| 와디즈 | https://www.job.wadiz.kr/ |
| 머스트잇 | http://corp.mustit.co.kr/ |
| 크몽 | https://www.kmongcorp.com/ |
| 라이프시맨틱스 | https://lifeseantics.kr/ |
| 웰컴저축은행(주) | www.welcomebank.co.kr |
| 가우디오랩 | https://gaudiolab.com/ |
| 주식회사 포스타입 | https://www.postype.com |
| 주식회사 토스랩 | www.jandi.com |
| 모두업(리틀리) | https://litt.ly/start_now |
| 롯데커머스 | https://lotteon.com |

zero-base

홈페이지 www.zero-base.co.kr
문의처 고객센터 help@zero-base.co.kr
교육과정 문의 school@zero-base.co.kr
연락처 02-517-0647
- 오전 11시~ 저녁6시 운영
- 주말 및 공휴일, 점심시간(12시~13시 제외)

