











Digital 유통 mini MBA

Digital Channel mini MBA

-  모집인원 20명
-  지원자격 기업 마케팅 담당 실무자
전략적 디지털 유통 전략을 찾는 실무자 및 대표
다양한 유통 전문가를 만나고 싶은 실무자 및 대표
-  교육기간 2021년 10월 20일(수) ~ 1월 19일(수) 매주 수요일 14:00~17:30
-  등록기간 2021년 10월 8일(금)까지
-  교육장소 한국마케팅협회 마포 연수원
-  등록금 300만원(VAT 별도)
-  전형방법 서류전형 및 합격 통보
-  문의상담 디지털유통 mini MBA과정 운영사무국
T. 02-2057-5678 / kma19450815@gmail.com

4차산업혁명의 시작점은 디지털입니다.

이제 어떤 기업도 디지털 마케팅을 고민하지 않고서는 생존하기 힘든 시대가 되었습니다. 디지털마케팅은 저성장의 시대를 살아가는 모든 기업의 경영자가 진지하게 고민하여야 할 마케팅 과제입니다.

국내 대표 디지털마케팅 전문가와 함께 디지털 마케팅의 본질을 체계적으로 학습한다면 어려워 보이는 마케팅의 고민이 하나씩 해결 될 것입니다.

디지털마켓혁신 mini MBA를 통해 새로운 고객가치의 방향성을 이해하고 어떻게 대처하여야 할지를 고민하는 소중한 시간이 되기를 희망합니다.

한국마케팅협회 회장 이 해 선



Part 1. 교육 프로그램

Part 2. 과정 특징

현업의 문제를 해결하는 디지털유통 심화과정

구성	교육내용	
모듈 1 2022 디지털 유통 트렌드	디지털시대, 시장의 변화와 고객가치의 변화	코로나19 유통채널의 변화와 대응전략
	이커머스 시장에서의 경쟁력	옴니채널과 마케팅
	변하는 소비자와 유통	유통 X 빅데이터
모듈 2 채널별 특성	이커머스 전략	고객경험을 위한 체험마케팅
	홈쇼핑과 편의점의 유통전략	실제 온라인마케팅 실행 전략과 사례
	데이터를 통한 리마케팅/리타겟팅 관리	이커머스와 퍼포먼스 마케팅
모듈 3 디지털 시대의 소비심리 이해	디지털 시대의 소비자 언어	무경계 인간, 호모 옴니쿠스
	온라인에서의 소비자 행동과 개인화 추천	소비자 행동패턴에 따른 마케팅
	DT시대, 소비자코드를 읽어내는 기술	변하는 소비자와 마케팅
모듈 4 고객경험혁신을 위한 디지털 트랜스포메이션	퍼포먼스 마케팅의 이해	비즈니스프로세스와 디지털프로세스의 결합
	디지털마케팅 분석 프레임 워크	디지털시대의 비즈니스 전략
	효과적 메시지 전달을 위한 모바일 플랫폼	2021 디지털마케팅 트렌드
모듈5 신사업 / 브랜드전략	브랜드, 소비자를 움직이는 힘	실체가 있는 브랜드
	이기는 브랜딩	신사업의 시작과 성공조건
	브랜드 유니버스, 라이프스타일 플랫폼 전략	글로벌 플랫폼 전쟁과 시사점
모듈6 채널 특성에 따른 상품 전략	유통채널의 특성에 따른 맞춤상품 기획	온라인마케팅_Secret Recipe
	유통 채널 특성에 따른 차별화 전략	모바일을 통한 고객과의 소통
	스토리텔링에서 스토리두잉으로	공유되는 콘텐츠 마케팅



현직 기업 임원 및 교수로 구성된 최고의 강사진



현업 실무에 적용할 수 있는 실무 중심의 교육



디지털 마케팅을 이해할 수 있는 케이스 스터디



트렌드와 기업 니즈에 맞춘 맞춤형 교육

2021 디지털 유통 트렌드



이베이코리아 **양재도** 부장

- DT와 커머스 변화
- 유통업체의 디지털화
- 플랫폼의 확장과 경쟁
- 가치의 융합과 새로운 경험 창출

주요경력

- 이베이코리아 브랜드 사업기획 팀장
- 전) 홈플러스 전자상거래 본부 오픈TFT리드매니저
- 전) 롯데닷컴 통합마케팅커뮤니케이션 매니저



이마트 **김민** 상무

- 유통X빅데이터
- 소비자변화와 유통의 대응
- 해외 선도 유통기업의 디지털전환
- 유통사 빅데이터 구축 사례

주요경력

- 이마트 CDS-T/F
- SSG 데이터 담당

빅데이터를 활용한 디지털 마케팅 전략



세종대학교 **우종필** 교수

- 4차산업혁명과 '유니콘' 기업의 특징
- 빅데이터를 활용한 마케팅
- 빅데이터 마케팅 사례분석

주요경력

- 세종대학교 경영학과 교수 (마케팅, 유통, 빅데이터 담당)
- 세종대학교 빅데이터 MBA 주임교수 (BIG DATA MBA)
- (주)데이터솔루션 (구 IBM SPSS사) 자문교수
- 사단법인 유통학회 이사
- 사단법인 한국 상품학회 이사
- Michigan State University 박사



건국대학교 **이승운** 교수

- 소비자 디지털 콘텐츠 의사결정단계 진단법 (DCCF)
- 디지털 마케팅 전략 5가지
 - 게이미피케이션 전략
 - 넛지 전략
 - 공동 창조(Co-Creation) 전략
 - UGC (User Generated Content) 전략
 - 진정성 전략

주요경력

- 서울문화재단 축제 브랜드 마케팅 자문위원
- 대한상공회의소 중소기업 지원 자문위원
- 빙그레 디지털 마케팅 부문 자문 교수
- 닐슨코리아 선임연구원

브랜드 전략



서강대학교 전성률 교수

- 브랜드, 소비자를 움직이는 힘
- 브랜드의 실체

- 서강대학교 경영전문대학원 원장
- 한국소비자학회 회장
- 서강대 경영대 교수
- Syracuse University 경영학(마케팅)박사



서울예술대학교 김유나 교수

- 브랜드 유니버스, 라이프스타일 플랫폼 전략
- 빅데이터 기반 디지털트랜스포메이션

- 주요경력**
- 現 서울예술대학교 교수
 - 現 한국마케팅협회 자문위원
 - 前 대흥기획 빅데이터컨설팅팀 팀장

디지털 시대의 소비심리 이해



한국외대 박지혜 교수

- 변하는 소비자와 마케팅
- 맥락으로 접근하는 고객생애가치와 경험
- 마케팅의 핵심; 소비자 인식

- 주요경력**
- 한국외국어대학교 입학처장, 경영대학 교수
 - 삼성전자 반도체부문 브랜드커뮤니케이션 자문교수



동국대학교 노은정 교수

- 마켓 4.0, 고객경험이 답이다
- 소비행태의 경험재 중심 이동
- CX(고객경험)마케팅의 정의와 사례

- 주요경력**
- 동국대학교 산학 교수
 - 전)신세계그룹 유통산업 연구소장
 - 전) 이마트 상품본부 Baby&Toy 총괄 BM
 - 전) 이마트 마케팅본부 CRM/마켓분석팀장

신사업 전략



파워플렉스 박인철 대장

- 신사업 성공조건
- 당신의 WoW 찾아라

주요경력 • 파워플렉스 대표팀장(대장)
• 대학농구연맹 회장



에이블랩 이라경 대표

- 이기는 브랜딩
- 마케팅 환경의 변화 분석

주요경력 • 전) 올리브영
• 에이블랩 대표/경영학 박사

유통 채널별 특성



크리테오 김천석 팀장

- 고객들이 '뛰어놀 수 있는' 플랫폼
- 성공적인 디지털 마케팅을 위한 '3H 전략' (Hero, Hub, Hygiene)

주요경력

- 前 구글코리아 프로젝트 마케팅 매니저, 안드로이드 플랫폼&에코시스템 총괄
- 前 구글코리아 전략광고주 사업본부 통신, 미디어&엔터테인먼트 산업 총괄
- 前 SK플래닛 플랫폼 전략 & HR 매니저
- 前 SK텔레콤 마케팅 부문 마케팅 & 세일즈 매니저



홈플러스 송승선 상무

- 무경계인간 호모 옴니쿠스
- 대형마트의 온라인 전략

주요경력

- 홈플러스 온라인사업 부문장
- 전)SK플래닛 리테일본부 본부장
- 전)롯데쇼핑 롯데마트 온라인사업부문장

채널특성에 따른 상품전략



좋은상품연구소 최낙삼 소장

- 유통채널 특성에 따른 맞춤상품 기획시대
- 상품 기획 트렌드

주요경력 • 좋은상품연구소 소장
• 공주대학교 외식식품학과 외래교수



동서식품 과장

- 맥심모카골드 체험마케팅 사례
- 공간을 활용한 새로운 고객경험

주요경력 • 동서식품 맥심 모카골드 브랜드매니저
• 동서식품 맥심 카누 브랜드매니저

빅데이터기반 소비심리 이해



데일리블록체인 이구환 부사장

- 디지털 전이와 마케팅
- 블록체인이 가져올 마케팅 변화
- 진정성 마케팅의 중요성

주요경력

- 前 퍼플프렌즈 모바일마케팅 연구소 소장
- 前 한국마이크로소프트 상무



LG CNS 황윤희 상무

- 빅데이터로 본 소비 트렌드
- 고객 중심으로 사고할 수 있게 하는 데이터의 힘
- Customer Journey Map

주요경력

- CRM 컨설팅(금융사, 통신사, 온라인 서비스업 대상 고객 분석, 데이터 마이닝, 캠페인 전략 컨설팅)
- 금융사 데이터 분석 및 마케팅(현대카드 CLM실, 하나카드 CRM팀)
- 로열티 멤버십 빅데이터 분석 및 활용 서비스 개발 (SK플래닛 Bi추진단, 롯데 멤버스 빅데이터 부문)

졸업생 추천사

제주항공 장OO 파트장

정말 유익했던 시간이었습니다. 여기서 배운 내용을 회사에 전달해서 업무에 적용하도록 할 예정입니다.

오뚜기 강OO 팀장

마케팅 일하면서 정말 새로운 시대의 마케팅을 해야 한다는 걸 느꼈는데, 이렇게 전문적인 강의를 들으면서 많은 도움이 되었습니다. 실무에서 앞으로 쓸모가 많을 것 같습니다.

제주항공 이OO 팀장

초보 마케터로서 이번 교육에서 많은 인사이트를 얻은 것 같습니다. 반드시 내용을 교육에서 끝나지 않고 실천에 적용해서 최고 매출을 얻을 수 있도록 해보겠습니다. 감사합니다.

한국암웨이 최OO 팀장

최고의 수업을 들은 것 같아 너무 좋았고, 과정을 통해 생각하지 못했던 부분을 알게 되서 유익했습니다.

두두월드 임OO 대리

마케팅에 관심이 정말 없는 상태로 왔는데, 도움이 많이 되었고, 이번에 마케팅 부서로 가게 될 것 같은데, 배운 것을 토대로 다양한 시도를 해보려고 합니다.

매일유업 이OO 차장

제가 정말 아무것도 모르는 백지상태에서 들었는데 매주가 매우 재미있었고 기대가 되었습니다. 이상하게 제 오지랖인지 모르지만 밤에 막 교육 내용이 생각이나더라고요!

공영홈쇼핑 강OO 실장

오랜만에 진짜 공부를 했습니다. 30년 전 대학시절 처럼 집중해서 공부해 본 좋은 경험이었습니다.

코웨이 김OO 대리

생각의 전환이 되었습니다. 진짜 전문가들을 한번에 만날 수 있고, 많이 배워서 좋았습니다.

유한킴벌리 박OO 수석부장

러니드 말고 러닝하는 사람이 되어야겠다고 느꼈습니다. 감사말씀 전합니다.

아모레퍼시픽 지OO 팀장

항상 교육을 하고 나면 내가 살아있다는 느낌을 받아 왔습니다.

역대 수강 기업



『디지털유통 mini MBA과정』 입학지원서

지원자

(사진)	성 명	(한글)	생년월일	
		(영문)		
	휴 대 폰		E-mail	
	지원동기	<input type="checkbox"/> 신문광고 <input type="checkbox"/> 브로셔 <input type="checkbox"/> 웹메일 <input type="checkbox"/> 홈페이지 <input type="checkbox"/> 추천 <input type="checkbox"/> 기타()		
관심분야	<input type="checkbox"/> 디지털유통 <input type="checkbox"/> 소비자 <input type="checkbox"/> 신사업/브랜딩 <input type="checkbox"/> 디지털마케팅 <input type="checkbox"/> 상품전략 <input type="checkbox"/> 네트워킹 <input type="checkbox"/> 기타() *중복 체크 가능			

경력 및 학력사항

내 용	기 간	비 고

근무지

회 사 명		대 표 자	
직 위		주요업종	
회사주소			
전 화		연간 매출/직원 수	

자기소개 회사소개 지원목적

추천인

관 계	성 명	직 장 명	직 위	연 락 처

* 본 입학지원서의 개인정보와 기업정보의 수집 및 이용에 동의하며, 위와 같이 디지털유통 miniMBA과정에 지원합니다. *
본 입학지원서를 작성 후 사업자등록증과 함께 아래 이메일(팩스 가능)로 보내주시기 바랍니다.

- 디지털유통 miniMBA과정 운영사무국 - Tel. 02-2057-5678 E-mail. choli7272@prideofkorea.com Fax. 02-6280-7239