

강의계획서(KOCW)

강좌명	(한글) 광고와 브랜드 전략		학점	3
	(영문) Advertising and Brand Management			
이수구분	전공 선택			
교수정보	성명	장택원	직위	교수
	소속	대구가톨릭대학교		
강의목표	본 과목은 학생들에게 브랜드에 대한 기본적인 개념을 알려주고 브랜드를 어떻게 관리하는가를 고객에 기초한 브랜드 자산이라는 개념으로 접근하고자 하는 목적으로 개설하였다.			
개발형식	동영상 강의			
평가방법	중간시험 30%, 기말시험 40%, 출석 10%, 과제(CBBE 설문 및 보고서) 10%, 과제2(기말 개인 프로젝트) 10%			
주 별 계 획(강의내용)				
1주	교과목 소개 교과목 소개 및 성적, 그리고 향후 수업 방향에 대한 전반적인 설명 및 교재 소개			
2주	1장 브랜드와 브랜드 관리-브랜드 자산 정의, 요약 2장 소비자에 기초한 브랜드 순자본 - 연결고리로서 브랜드 순자본			
3주	제2장 고객에 기초한 브랜드 에쿼티			
4주	2장 소비자에 기초한 브랜드 순자본 - 브랜드 만트라 3장 브랜드 공명, 브랜드 가치 사슬			
5주	CBBE 설문지 작성 방법 4장 BE 구축을 위한 브랜드 요소 선택(~브랜드 네임)			
6주	4장 BE 구축을 위한 브랜드 요소 선택			
7주	5장 BE 구축을 위한 마케팅프로그램설계 6장 BE 구축을 위한 IMC(~IMC대안들)			
8주	중간시험			
9주	6장 BE 구축을 위한 IMC 7장 BE 구축을 위한 2차적 브랜드 연상 레버리지			
10주	7장 BE 구축을 위한 2차적 브랜드 연상 레버리지			
11주	8장 BE 측정 및 관리 시스템의 구축 9장 BE의원천 측정			
12주	9장 BE의원천 측정 10장 BE의 성과 측정 11장 브랜드 아키텍처 전략의 설계와 실행			

13주	11장 브랜드아키텍처전략의 설계와실행(~기업브랜딩) 12장 신제품의 도입 및 네이밍과 브랜드확장 13장 장기적인 브랜드관리
14주	14장 지리적 경계와 세분시장을 넘어선 브랜드관리 15장 결론
15주	기말시험