

『통합마케팅전략』

Integrated Marketing Strategy

주관학과
(전공)

미래융합학부1 인텔리전트비즈니스전공

전공소개

본 과정은 시장조사 분석 역량을 기반으로 브랜드 전략 수립, 디지털 마케팅 활용 및 실무 중심 문제해결 능력을 종합적으로 함양하기 위한 교육과정으로 마케팅리서치, 전략적브랜딩, 디지털마케팅, 마케팅프랙티스와 솔루션 교과목을 중심으로 구성되며, 데이터 기반 시장 분석부터 브랜드 전략, 디지털 마케팅 실행 및 실제 사례 중심의 문제해결 학습까지 전 과정을 통합적으로 학습하게 된다.

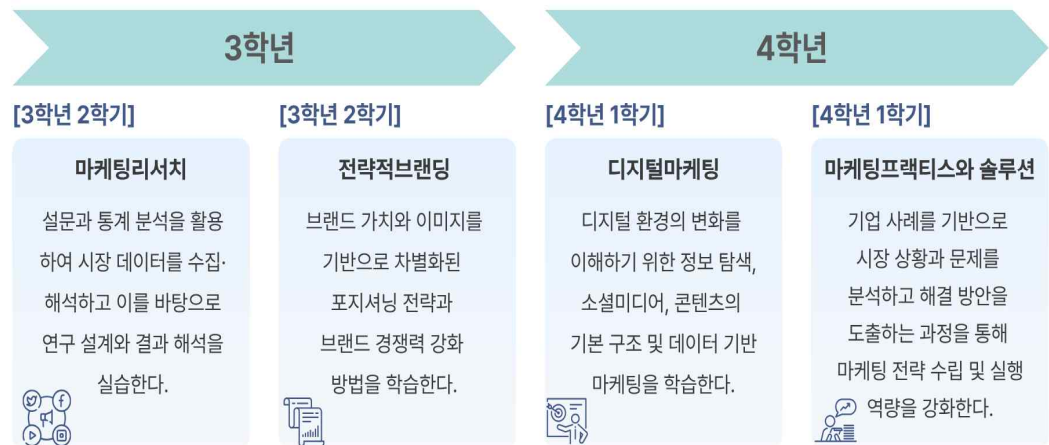
교육목표

데이터 기반으로 시장을 분석하고, 마케팅 환경에서 브랜드와 전략을 설계·실행할 수 있는 실무형 인재를 양성을 목표로 시장과 소비자 환경을 분석하는 리서치 역량을 기르고, 브랜드 차별화와 가치 전달을 설계하는 전략적 브랜딩 역량을 함양한다. 또한 디지털 채널과 데이터 활용을 기반으로 마케팅 전략 수립 역량을 강화하고 실제 사례와 프로젝트를 통해 마케팅 문제를 해결하는 실무 적용 역량을 배양한다.

교육과정

연번	학수번호	이수구분	교과목명	학점	수강대상	개설학기
1	IBM012	전심	마케팅리서치	3	3학년	2학기
2	IBM015	전심	전략적브랜딩	3	3학년	2학기
3	IBM010	전심	디지털마케팅	3	4학년	1학기
4	IBM019	전심	마케팅프랙티스와솔루션	3	4학년	1학기
총 이수학점				12		

통합마케팅전략 (Integrated Marketing Strategy)



통합마케팅전략(Integrated Marketing Strategy) 교과목 이수 체계도

이수 체계도

통합마케팅전략 마이크로디그리는 마케팅리서치를 통해 시장·소비자 분석 역량을 기초적으로 학습한 후 전략적브랜딩에서 브랜드 전략을 익히고, 디지털마케팅을 통해 디지털 환경 기반 마케팅 이해와 실행 역량을 확장하며, 마케팅프랙티스와 솔루션에서 사례 및 프로젝트 중심 학습을 통해 실무 문제해결 역량까지 통합적으로 강화하는 순차적 연계 구조로 운영된다.

이수 후 진로

기업 마케팅 직무를 비롯하여 브랜드 매니저, 마케팅/브랜드 기획자, 광고/캠페인 기획자, 디지털 마케터, 퍼포먼스 마케팅 직무, 경영전략 기획, 마케팅 컨설턴트, 시장분석/리서치 애널리스트 등의 직무로 진출이 가능하다.