

## 소감문

교과목명	스타트업초청강연	담당교수명	박종용	강연일자	2018.11.06.화
강연제목	창업과 브랜드 네이밍			강연자	권미경
학과 및 학년	일본학과 1학년	학번	2018049807	성명	심유빈

마케팅과 브랜딩의 차이는 마케팅은 시장을 만들고 넓히고 향상을 꾀하는 것이고, 브랜딩은 그것의 이미지업을 도모하는 것이다. 브랜드와 판매량은 서로 관계된다. 필립 코틀러의 실험에 따르면 같은 여배우를 두고 이름을 서로 달리했을 때 더 이쁜 이름을 붙인 쪽이 더 예뻐보인다는 것이다. 이처럼 브랜드는 같은 상품이라도 서로 달리 느끼게 만들어주는 효과가 있다. 브랜드의 목적은 영업이 필요없게 함에 있다. 브랜드 가치가 높으면 사람들이 굳이 광고를 보지않더라도 그 회사의 신작이 나오면 그 제품을 사는것을 유도하는것처럼. Brand는 통합적으로 인식되는 정서적 기업이미지 이고 Identity는 하나의 브랜드를 형성하는 시각적 측면, Logo는 마크나 아이콘을 사용하여 비즈니스를 가장 간단하게 정의한 것이고 상표는 사업자가 자기 상품에 대하여 경쟁 업체의 것과 구별하기 위하여 사용하는 기호, 문자, 도형 따위의 일정한 표지이다. 브랜드라는 큰 요소안에 이름과 상표와 로고와 아이덴티티가 모두 들어가있다. 좋은 브랜드 네이밍을 위해서는 여러 조건이 있다. 발음하기도 좋고 듣기도 좋아야하고, 써 놓았을 때도 보기 좋아야 하고(VISA) 연상고리가 많아 기억되기 쉬워야하고(CU) 상품의 특성을 잘 전달해야한다(새우깡)등 여러조건이 있지만 이 여러 조건들 중에서도 법적보호를 받을 수 있어야 한다는것이 가장 큰 조건이라고 한다. 상표는 아까도 설명되어있지만 우리가 흔히 볼 수 있는 애플, JTBC, 뽀빠이, 소니 등의 회사에서 쓰이는 기호, 문자 등이라고 할 수 있다. 상표는 그 안에서도 상표와 서비스표로 나뉘는데 유형의 상품에 부착하는것이고(자동차, 과자, 핸드폰, 보조배터리) 서비스표는 무형의 용역업에 사용된다(광고, 어플)는 차이가 있다. 상표와 상호의 차이로는 상표는 문자, 도형, 기호 등으로 이루어져있고 상호는 문자로만 구성되어있다. 상표는 10년동안 보호받을 수 있지만, 상호는 무기한으로 보호 받을 수 있다. 상품류는 1류부터 시작해 45류까지 분야별로 구분되어있다. 내가 창업을 하고자 상표를 만든다면, 그 분야에 맞는 상품류에 맞추어 상표를 출원해놓아야 한다. 이번 강의를 통해 마케팅의 분류와 상표, 상호의 기능 등을 알 수 있어 좋았고, 내가 창업을

하게되면 어떻게 상표, 상호문제를 해결해야하는지 까지 알게 되었다.