



사무실
주식회사 밸류바인
(08504) 서울시 금천구
서부샐길 606,
B동 1601호 밸류바인
(가산동, 대성D폴리스)

전화
010-4146-7841
02-3775-3991

이메일
koo@valuevine.kr
choobo9@gmail.com

SNS
facebook.com/KooJaRyong
instagram.com/koojaryong
brunch.co.kr/@choobo
blog.naver.com/marketing_study

웹
www.valuevine.kr

본질을 꿰뚫는 마케팅 컨설턴트 & 어널리스트

구 자 룡 대표컨설턴트(Ph.D.)

학력

경영학 박사 (상명대학교 대학원 경영학과 마케팅전공/졸업)

학위논문 : “소비자-브랜드 관계 유형별 브랜드 인지, 지각된 품질 및 브랜드 이미지가
브랜드 태도 및 브랜드 로열티에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구”

경력

현) 밸류바인 대표컨설턴트(2004~)

현) 사단법인 글로벌경영협회 이사(2013~)

현) 서울특별시, 서울브랜드위원회 위원(2016~)

현) PMS(생산경영시스템) 인증심사원(산업자원부/2011~)

현) 멀티캠퍼스/KPC/KSA/상명대 마케팅/브랜드 강사(2000~)

전) 상명대학교 경영학부 겸임교수(2004~2008)

전) 경희대학교 경영대학원 강사(2004-2006)

전) Carlson Marketing Group Korea 마케팅전략실장(2002~2003)

전) (사)한국능률협회 상임전문위원(1994~1999)

전) 하이테크컨설팅(주) 선임컨설턴트(1992~1994)

주요 연구(저서/논문)

- 지금 당장 마케팅 공부하라(개정판), 한빛비즈, 2019.
- 마케터, 마케팅을 말하다(공저), 이노다임북스, 2019.
- 마케팅 리서치 개정판(공저), 형설출판사, 2017.
- 공공브랜드의 전략적관리(공저/2015 우수학술도서 선정), 한경사, 2014.
- 마케팅 통찰력을 키워주는 시장조사의 기술(편역), 리더스북, 2006.
- 한국형 포지셔닝 : 한국 소비자 마음에 브랜드 심는 법, 원앤원북스, 2003.
- 도시브랜드 자산의 평가와 지수화 방법에 관한 연구, 생산성논집, 22(3), 2008.
- 소비자-브랜드 관계 유형에 따른 브랜드 자산 구성 요소들 간의 상호작용에
관한 연구, 소비문화연구(한국소비문화학회), 6(3), 2003. [우수논문상 수상]

주요 코칭 및 강의 주제

- 마케팅 리서치와 데이터 분석
- 데이터 해석역량(리터러시) 강화
- 마켓4.0, 비즈니스 혁신 전략
- 마켓 센싱 역량과 마케팅 통찰력 강화
- 고객 니즈 분석과 고객 가치 창출 전략
- 마케팅 전략 기획, 브랜드 마케팅 전략

주요 컨설팅 경력(최근)

- 경기연구원, DMZ 이미지 및 브랜드 가치 평가 연구용역
- 안성시, 안성로컬푸드 직매장 활성화 방안 수립 용역
- JDC, 공방면세점 마케팅 전략 수립 컨설팅
- 서울특별시, 서울브랜드 개발 컨설팅 및 확산전략 수립 연구용역
- 삼성전자, 제품 선도력 확보를 위한 Strategic Customer Satisfaction 컨설팅
- 화성시, 화성시 비전 및 도시브랜딩 전략
- 한일시멘트, 레미탈 브랜드 전개 전략 컨설팅
- 한샘, 브랜드 체계 정립을 위한 브랜드 진단 및 전략 수립 컨설팅
- KT&G, ESSE Brand의 Line Extension 전략 및 신제품 개발 컨설팅
- 현대자동차, 기업브랜드 아이덴티티 정립 컨설팅 등

주요 강의 경력(최근)

- 국가공무원인재개발원, 데이터 리터러시 역량 특강(2020.06)
- 농협, 온-오프 융합 마케팅 전략(2020.06)
- 고창농업기술센터, 소비자 분석과 소비 트렌드(2020.06)
- 한국통계진흥원, 데이터 이면의 현실을 통찰하기(2020.05)
- 한국산업기술진흥협회, 시장조시 분석 및 마케팅 활용(2020.02)
- 농협, 의사결정을 위한 마케팅 데이터 분석(2019.11)
- 연세KMA마켓최고위과정, 데이터 기반 마케팅(2019.11)
- 한국항공우주산업(KAI), 시장조사 기획 및 분석실무(2019.11)
- 삼성금융연수원, 마케팅 패러다임의 변화(2019.06)
- 한국야쿠르트, 시장조사 및 데이터 해석방법(2019.06)
- 서울시인재개발원, 도시브랜딩 전략(2019.04)
- 워커힐, 4차산업혁명 마케팅 대응전략(2019.03)
- 코스콤, 마케팅 통찰력 개발(2018.10)
- 삼성전자, HRD 업무에 필요한 데이터 수집 및 분석방법(2018.09)
- 현대중공업, 마케팅 전략 기획 및 역량 강화(2018.08)
- 중소기업연수원(SBC), 스타트업 비즈니스 모델 개발(2018.03)
- 현대자동차, 기아자동차, 현대건설, LG전자, 인화원, 삼성SDS, KT, 동부화재 등



“강의는 지식의 전달이 아니라 생각을 고취하고 뇌를 자극해야 한다. 마켓 센싱을 통해 본질을 꿰뚫는 통찰을 할 수 있도록 마케팅 네티지(부드러운 개입)를 일으키는 트리거 역할이 나의 미션이다.”