



차례

♣ 머리말 _ 3

제1부

문화산업의 구조적 변화

♥ ◉ ↗ ⋮

제1장

문화산업의 특수성 · 11

1. 문화산업의 정의 _ 12
2. 국가별 핵심 문화산업의 분류 _ 19
3. 문화산업의 특수성 _ 22
4. 문화산업은 왜 중요한가 _ 30



제2장

문화산업의 가치사슬 · 37

1. 문화산업의 가치사슬 _ 38
2. 문화산업 가치사슬의 변화 _ 43
3. 소비자 역할의 변화: 수동적 소비자에서 능동적 참여자로 _ 48
4. 글로벌 플랫폼 기업의 영향력 강화 _ 54

제3장

문화소비자의 특수성 · 61

1. 오디언스와 소비자 사이 _ 62
2. 창의적 소비와 상품 가치의 변화 _ 66
3. 소비자 부족 문화와 팬덤의 사회학적 의미 _ 72
4. 사례연구 _ 79

제4장

IP 기반 산업의 구조적 변화 · 87

1. IP 기반 문화산업의 구조적 변화 _ 88
2. 저작권보호를 넘어 적극적 IP 가치 창출로: 세계관 만들기의 중요성 _ 98
3. 사례연구 _ 105

제5장

문화상품의 브랜드화 · 113

1. 상품수명주기 이론과 문화상품 _ 114
2. 문화상품의 브랜드화와 문화산업의 변화 _ 119
3. 사례연구 _ 126

제2부 문화산업 마케팅의 실제

제6장

문화산업 마케팅 이론 · 137

1. 문화산업 마케팅 전략의 특성 _ 138
2. 문화시장과 경영 전략의 이론 _ 140
3. 문화산업 마케팅 믹스의 핵심 _ 154
4. 새로운 문화시장의 마케팅 전략 _ 164

제7장

문화산업 마케팅 전략 · 173

1. 문화산업 마케팅의 STP 전략 _ 174
2. 가치소비 창출하는 가격 전략 _ 191
3. 감동을 유발하는 차별화 전략 _ 198
4. 브랜드 경험의 가치와 중요성 _ 206

제8장

빅데이터와 오디언스 전략 · 215

1. 빅데이터와 시장 세분화 전략 _ 216
2. 움직이는 타깃층 _ 225
3. 알고리즘을 통한 맞춤형 콘텐츠 시장의 실제: 사례 _ 230

제9장

문화생산과 마케팅 · 239

1. 문화생산기술의 발전과 마케팅 변화 _ 240
2. 창의노동과 창의적 소비의 협업 _ 254

제10장

글로벌 마케팅 커뮤니케이션 전략 · 263

1. 문화산업 마케팅 커뮤니케이션 전략 _ 264
2. 글로벌 시장을 위한 마케팅 전략 _ 277

♣ 찾아보기 _ 293