

# 중소기업에서도 적용 가능한 「브랜드 創發型 기업」을 창출하기 위한 인터널 브랜딩 & 팀 브랜딩의 중요성과 그 전략적 대응 사례

—기술과 감성을 융합한 가치 창조형 기업, 혼다(本多) 플러스 주식회사의 사례를 중심으로—



上記와 같은 테마에 관한 강연회 세미나 자료에  
흥미와 관심이 있으신 분은 下記에 연락처로  
문의해 주시기 바랍니다.^^

[ssmkorjp@gmail.com](mailto:ssmkorjp@gmail.com)  
[www.ssm-gcbm.com/](http://www.ssm-gcbm.com/)

일본 추오대학 상학부 겸임강사 兼  
기업 브랜드 매니지먼트 전략 연구실 대표

徐 誠敏  
서 성민



1. 인터널(내부) 브랜딩과 팀 브랜딩의 정의



2. 인터널 (내부) 브랜딩과 익스터널(외부) 브랜딩의 **整合性**

3. 인터널(내부) 브랜딩과 팀 브랜딩의 중요성



4. 인터널(내부) 브랜딩과 팀 브랜딩의 전략적 대응 사례



5. 결론과 금후의 연구 과제