**문항1. 브랜드를 포지셔닝하는 방법 5가지에 대해 작성하고 각 방법에 대한 설명을 구체화 하시오. (60점)**

브랜드 포지셔닝 방법은 제품 속성에 의한 포지셔닝, 이미지에 의한 포지셔닝, 사용상황에 따른 포지셔닝, 제품사용자에 의한 포지셔닝, 재포지셔닝이 있다.

제품속성에 의한 포지셔닝은 자사 브랜드, 제품의 중요한 속성을 소비자가 원하는 욕구, 편익과 연결시키는 것으로 제품의 여러가지 속성들 중 핵심적인 속성으로 타켓에게 포지셔닝을 한다. 이미지에 의한 포지셔닝은 추상적인 편익을 소구하는 포지셔닝으로, 제품 속성과는 직접 연관이 없지만, 그 제품만의 이미지를 만들어 포지셔닝을 할 수 있다. 제품 사용자에 의한 포지셔닝은 사용하는 집단이나 계층과 관련시켜 포지셔닝 하는 전략으로 유명인을 연결하여 포지셔닝을 한다.

재포지셔닝은 트랜드의 변화 및 소비자의 인식변화, 경쟁제품의 진입으로 기존 포지셔닝이 경쟁우위를 잃었을 때, 다시 포지션을 바꾸는 것이 재포지셔닝이다. **문항2. 브랜드 디자인 안의 평가 방법 3가지를 기술하고 각 방법에 대한 설명을 서술하시오. (40점)**

정량적 조사는 제시된 몇가지 안을 다수에게 제시한 뒤 마음에 드는 안에 스티커를 붙여 순위를 선정하는 방법이다. 정성적 조사는 몇 가지 안을 다수에게 제시하고 연상되는 단어, 이미지를 기록하게 해 브랜드가 추구하는 목표 이미지와 연관성을 측정한다. 지표 점수 조사는 적합성과 차별성, 독창성, 적용성, 내구성, 확장성, 국제성, 법적 보호성을 지표 삼은 상대적 평가로 주로 디자인 전문 회사 내부에서 실시 한다.