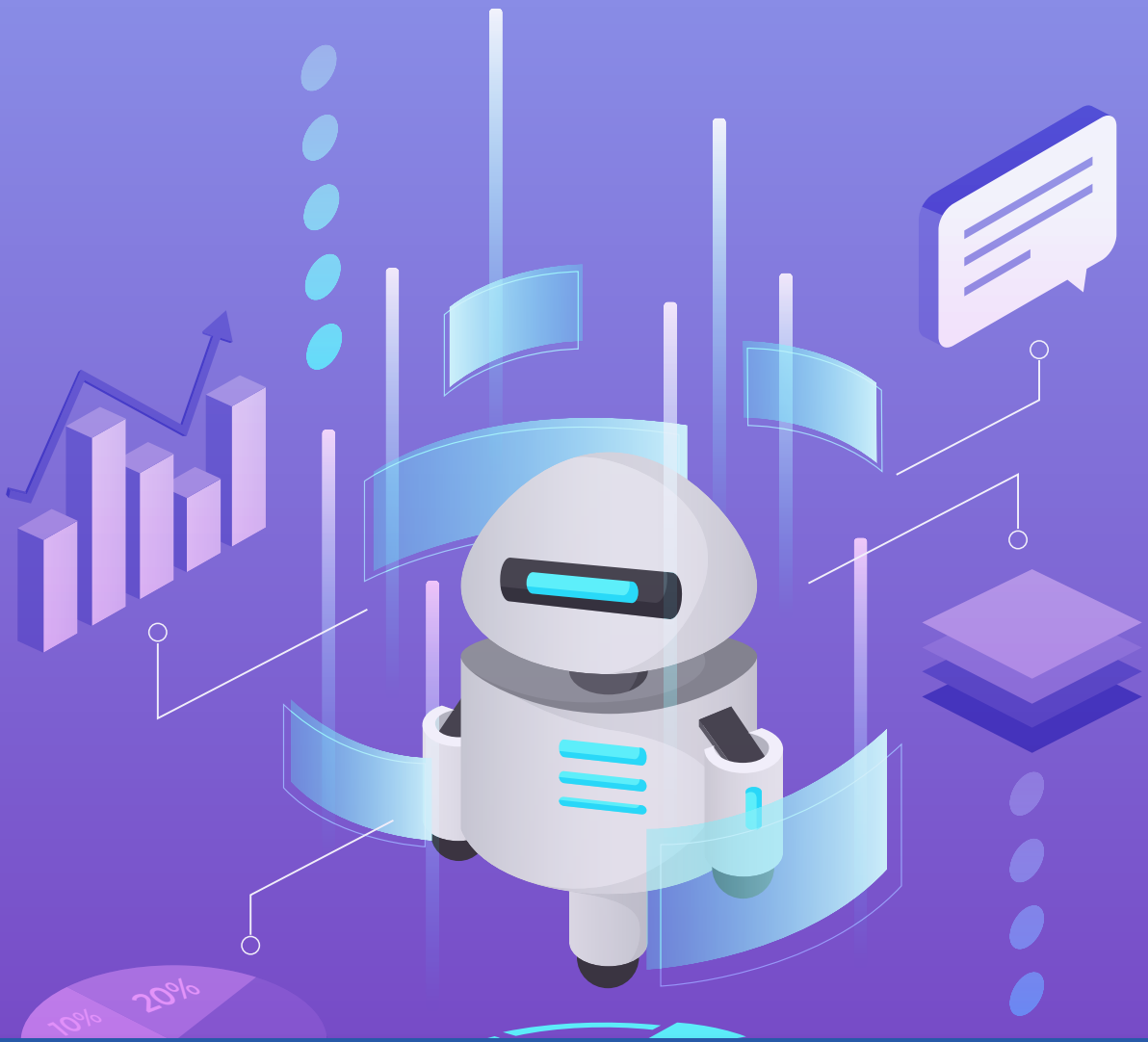


IT 마케팅에서의

챗GPT 활용

전략 개발부터 실무 적용까지



학습자용 학습자료

| 종합평가

학습자용 학습자료

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

1차시

학습자료

디지털 시대에 요구되는 역량

디지털 시대에 요구되는 역량

디지털 시대가 도래하면서 직장인들에게 요구되는 역량도 크게 변화하고 있는데요. 예전에는 한 분야에 깊게 몰두하여 전문가가 되는 것이 중요했고 가치 있는 일로 여겨졌습니다. 하지만 현재는 다양한 분야의 지식과 기술이 교차하는 지점에서 새로운 가치가 창출되고 또 그러한 것들이 인정받고 있죠. 음악과 IT가 만나 스트리밍 서비스가 탄생하거나, 의학과 로봇 기술이 만나 수술로봇이 개발되는 것처럼 말입니다.

패션 디자이너가 되려면 옷을 잘 만드는 것도 중요하지만, 3D 프린팅이나 가상현실(VR) 같은 최신 기술에 익숙해져야 새로운 디자인을 창출할 수 있습니다. 또 기존에는 숫자만 다루던 회계사도 클라우드나 빅데이터와 같은 디지털 도구를 활용해 효율적인 업무를 진행할 수 있어야 합니다. 이러한 융합의 중심에는 디지털 기술이 있죠.

바꾸어 말하면 디지털 시대의 직장인은 단순히 한 분야의 전문성만을 갖추는 것이 아닌, 디지털 기술을 관련 직무와 융합할 수 있는 역량을 절대적으로 키워야 하는 상황에 놓이게 된 것입니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

1차시

학습자료

디지털 리터러시의 부족으로 인한 문제점

디지털 리터러시의 부족으로 인한 문제점

1. 온라인에서 제공되는 정보의 진위를 판별하는 능력이 떨어져 잘못된 정보에 속아 행동하게 될 가능성이 높아집니다.
2. 직무 수행에 대한 자신감이 감소할 수 있으며, 이는 직무 효능감을 저하시킬 수 있습니다.
3. 온라인 서비스를 이용하는 데에도 어려움을 겪을 수 있으며, 이는 일상생활에서 불편을 초래할 수 있습니다.
4. 개인 정보 보호 및 사이버 보안과 관련된 위험을 인식하지 못할 수 있으며, 이로 인해 사이버 공격 및 사기 등에 노출될 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

1차시

학습자료

디지털 전문 인력

디지털 전문 인력

1. 디지털 마케팅 전문가

온라인 마케팅, 소셜 미디어 광고, 검색 엔진 최적화(SEO) 등의 디지털 마케팅 기법은 현대 기업의 마케팅 전략에서 중심적인 역할을 합니다. 디지털 마케팅 전문가는 이러한 기법들을 활용하여 브랜드 인지도를 높이고, 타겟 고객에게 효과적으로 도달할 수 있는 전략을 세우는 중요한 역할을 하게 됩니다.

2. 데이터 과학자

데이터 과학자는 이런 대량의 데이터를 분석하고, 유용한 인사이트를 도출하여 비즈니스 전략 개발이나 제품 개선에 활용합니다.

3. 인공지능(AI) 엔지니어

AI 엔지니어는 머신러닝 모델을 구축하고 최적화하여 다양한 문제 해결에 도움을 줄 수 있는데요.

예를들어, 온라인 서점에서 AI 엔지니어는 고객의 구매 기록, 검색 기록, 페이지 뷰 등의 데이터를 활용하여 머신러닝 모델을 학습시킵니다. 이 모델은 고객이 관심을 가질만한 책을 예측하고, 그 결과를 기반으로 고객에게 개인화된 책 목록을 추천합니다. 이렇게 AI 엔지니어의 능력을 활용하면 고객 만족도는 물론, 매출도 증가시킬 수 있습니다.

4. UX/UI 디자이너

사용자 경험(UX)과 사용자 인터페이스(UI) 디자인은 디지털 제품이나 서비스의 성공에 결정적인 역할을 하죠. UX/UI 디자이너는 사용자의 필요와 행동을 이해하고, 그에 맞는 디자인을 제작하여 사용자의 만족도를 높입니다.

5. 사이버 보안 전문가

디지털 환경의 확장은 사이버 공격의 위험도 증가시켰는데요. 사이버 보안 전문가는 기업의 정보와 자산을 보호하기 위한 전략을 세우고, 다양한 보안 위협으로부터 기업을 보호합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

2차시

학습자료

챗GPT의 주요 특징

챗GPT의 주요 특징

1. 자연어 이해 및 처리

챗GPT는 다양한 언어의 자연어를 이해하고 처리할 수 있으므로 사용자의 질문 또는 입력 문장을 이해하고, 그에 따라 적절한 대화 또는 응답을 생성할 수 있습니다.

2. 대화 생성

챗GPT는 사용자와 자연스러운 대화를 수행할 수 있으며, 다양한 주제에 관한 질문에 답하거나, 이야기를 만들거나, 지식을 공유하는 데 사용될 수 있습니다.

3. 사전 훈련 및 미세 조정

챗GPT는 대규모 데이터셋에서 사전 훈련되고, 일반적인 자연어 이해 및 생성 능력을 보유하며, 미세 조정을 통해 특정 작업 또는 도메인에 맞게 모델을 조정할 수 있습니다.

4. 다양한 응용 분야에서 활용

챗GPT는 다양한 응용 분야에서 활용될 수 있는데, 예를 들어, 고객 서비스 대화, 가상 비서, 콘텐츠 생성, 텍스트 생성, 자동 응답 시스템, 문서 요약 등의 분야에서 사용될 수 있습니다.

5. 개선된 문맥 파악 능력

챗GPT는 이전 대화 내용을 파악하고 이전 대화와 관련된 응답을 생성할 수 있는 능력을 갖추고 있어, 더 자연스러운 대화를 지원할 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

2차시

학습자료

챗GPT 구현 기술

챗GPT 구현 기술

1. Transformer 아키텍처: Transformer는 자연어 처리 작업에 사용되는 딥러닝 아키텍처로, 셀프 어텐션 메커니즘을 기반으로 합니다. 이 아키텍처는 문장의 길이에 관계없이 문맥을 잘 이해할 수 있어 대화형 모델에 적합합니다.
2. 대규모 데이터셋: 대화형 모델을 훈련시키려면 대량의 대화 데이터가 필요한데, 이 데이터는 실제 대화를 포함하며, 훈련 과정에서 모델의 언어 이해력을 향상시키는 데 중요한 기술입니다.
3. 트랜스퍼 러닝: 트랜스퍼 러닝은 대규모 프리트레이닝된 모델을 기반으로 사용하여 챗GPT와 유사한 모델을 만들게 되는데, 이러한 모델은 미리 훈련된 언어 모델을 적용하여 특정 대화 데이터에 맞게 정밀하게 조정됩니다.
4. 토큰화: 토큰화는 텍스트를 모델이 이해할 수 있는 작은 단위로 분할하는 작업을 말하는데, 이러한 토큰화는 문장을 단어 또는 서브워드 분할하는 과정을 포함합니다.
5. 배치 처리와 병렬화: 대규모 모델을 훈련하고 실행하기 위해서는 배치 처리와 병렬 처리가 필요한데, 이것은 GPU 또는 TPU와 같은 고성능 하드웨어를 사용하여 효율적으로 수행됩니다.
6. 생성 모델: 챗GPT와 같은 대화형 인공지능 모델은 텍스트를 생성하기 위한 생성 모델로서 사용되어야 하기 때문에, 대화형 인공지능 모델이 적절한 텍스트를 생성하도록 훈련되어야 합니다.
7. 사용자 인터페이스: 챗GPT와 유사한 대화형 인공지능 모델을 사용하기 위해서는 사용자 인터페이스 및 API가 필요한데, 이 사용자 인터페이스 및 API가 있어야 사용자가 대화형 인공지능 모델과 상호 작용할 수 있게 됩니다.
8. 자동 평가 및 품질 향상 기술: 대화형 인공지능 모델의 품질을 향상시키기 위해 자동 평가 및 피드백 루프가 구현되어야 하며, 이를 통해 모델의 성능을 지속적으로 개선할 수 있습니다.
9. 보안 및 개인정보 보호 기술: 대화형 인공지능 모델은 개인 정보를 다룰 수 있으므로 보안 및 개인정보 보호에 대한 고려가 필요합니다.
10. 데이터 필터링 및 부적절한 콘텐츠 방지기술: 대화형 인공지능 모델이 생성하는 콘텐츠가 부적절하지 않도록 데이터 필터링 및 적절한 콘텐츠 생성을 위한 메커니즘을 구현해야 합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

2차시

학습자료

대화형 인공지능의 진화 과정

대화형 인공지능의 진화 과정

1. 규칙 기반 대화 시스템

이 시스템은 간단한 규칙 기반 시스템을 사용했으므로 입력된 질문 또는 명령에 대한 사전 정의된 규칙을 기반으로 미리 작성된 답변만을 생성했습니다. 이러한 시스템은 대화의 제한된 범위에서만 작동했으며, 복잡한 대화를 다루기에는 한계가 있었습니다.

2. 통계 기반 대화 시스템

이 시스템은 대화의 패턴을 학습하고 통계적 모델을 사용하여 응답을 생성했습니다. 이러한 모델은 n-gram 모델, 히든 마르코프 모델, 및 최대 엔트로피 모델과 같은 통계적 기술을 활용했지만, 이 모델은 문맥을 충분히 이해하지 못하고 자연스러운 대화를 생성하는 데 한계가 있었습니다.

3. 인공 신경망 기반 모델

2010년대 중반 이후, 딥 러닝 기술과 인공 신경망의 발전으로 대화형 모델의 진화가 가속화 되었는데 순환 신경망 및 장단기 메모리와 같은 인공 신경망 기반 모델이 대화형 시스템에 도입되었습니다. 인공 신경망 모델은 시퀀스 데이터 처리에 우수하며, 더 복잡한 문맥을 이해하고 보다 자연스러운 대화를 생성할 수 있었습니다.

4. 프리트레인 모델과 트랜스포머 아키텍처

2017년에 발표된 트랜스포머 아키텍처는 대화형 모델의 발전을 급속하게 추진하게 되었고 자연어 처리 작업에서 이전의 모델보다 우수한 성능을 제공하며, GPT 및 BERT와 같은 대규모 프리트레인 모델이 등장하게 되었습니다. 이러한 모델의 등장으로 대규모 데이터셋에서 사전 훈련되어 다양한 자연어 이해 및 생성 작업에 재사용이 가능하게 되었고, 미세 조정을 통해 특정 작업에 맞게 대화를 조정할 수 있게 되었습니다.

5. 현재 진행형인 대화형 인공지능 모델 발전과 응용 분야 확장

현재의 대화형 모델은 대규모 데이터와 더욱 강력한 아키텍처를 사용하고, 자연어 이해 능력을 더욱 향상시키고 있으며, 특정 작업에 특화된 모델과 다국어 언어를 지원하는 모델도 개발되고 있어 자동 응답 시스템, 가상 비서, 자연어 이해 및 생성 작업, 음성 인식, 기계 번역, 감정 분석, 정보 검색 및 추천 시스템 등 다양한 분야에서 사용되고 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

3차시

학습자료

거대언어모델의 작동 원리

거대언어모델의 작동 원리

거대 언어 모델이 언어를 학습하는 과정에는 딥 러닝의 원리가 활용되는데, 거대 언어 모델은 딥 러닝의 방식으로 방대한 양을 사전 학습한 것이 학습 모델이라고 할 수 있습니다. 거대 언어 모델은 문장에서 가장 자연스러운 단어 시퀀스를 찾아내는 딥 러닝 모델로, 딥 러닝 기술을 사용하여, 문장에서 단어와 구문을 인식하고 이를 연관시켜 언어적 의미를 파악할 수 있죠. 이러한 과정에서, 거대 언어 모델은 문법 규칙이나 단어의 사전적 의미와 같은 구체적인 규칙은 따르지 않고, 빈도수나 문법적인 특성 등을 학습하여, 문맥상 올바르게 문장을 생성할 수 있습니다. 즉, 문장 속에서 이전 단어들이 주어지면 다음 단어를 예측하거나 주어진 단어들 사이에서 가운데 단어를 예측하는 방식으로 작동합니다. 이러한 인공 신경망 기반의 언어 모델들은 방대한 양의 데이터를 학습하여, 마치 인간처럼 자연스러운 문장을 생성할 수 있게 되는 것입니다. 거대 언어 모델을 학습시키는 방법은 대부분 대규모의 텍스트 데이터를 기계학습 알고리즘에 입력하는 방법을 사용하는데, 이때 일반적으로, 텍스트를 의미를 가지는 최소 단위, 즉 단어나 문자 등의 형태소로 분리하는 토큰화와 같은 전처리 과정을 거쳐 문자열 데이터를 분리한 다음, BERT, GPT, GPT-2, GPT-3, T5 등 언어 모델을 사용하여 학습합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

3차시

학습자료

자연어 처리(NLP)

자연어 처리(NLP)

NLP는 인간의 언어를 이해하고 처리하는데 초점을 맞춘 인공지능 분야로, 컴퓨터가 자연어 텍스트를 이해하고 분석하는 기술을 개발하는 것을 목표로 합니다. NLP는 문장 구문 분석, 텍스트 분류, 기계 번역, 질의 응답 시스템, 감정 분석 등과 같은 다양한 작업에 활용됩니다.

반면, 거대 언어 모델은 큰 데이터셋을 사용하여 훈련된 대용량의 언어 모델을 가리킵니다. 딥 러닝 기술과 통계 모델링을 사용하여 자연어 처리 작업을 수행할 수 있죠.

즉, NLP는 자연어 처리 분야 전반을 아우르는 개념이며, 텍스트를 이해하고 처리하는 기술에 초점을 둡니다. LLM은 NLP의 한 부분으로, 대량의 언어 데이터를 바탕으로 학습된 언어 모델을 사용하여 특정 NLP 작업을 수행하는데 초점을 둡니다. NLP는 더 넓은 의미의 개념이며, LLM은 그 안에서 특정한 접근 방식과 모델을 가리키는 한 가지 형태입니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

3차시

챗GPT의 학습 방법

챗GPT의 학습 방법

1. 사전지식학습(Pre-Training)

챗GPT는 대규모 텍스트 데이터 셋을 활용하여 사전에 언어 모델을 학습시키는데요. 이를 사전 지식 학습이라고 합니다. 사전 지식 학습은 비지도 학습을 통해 이루어지게 되는데, 비지도 학습의 개념은 사람이 직접 데이터에 대해 레이블을 지정하지 않고, 레이블이 없는 데이터 셋을 사용해 학습한다. 사람이 직접 데이터에 대한 구조나 패턴, 특징을 알려주는 것이 아니라, 입력된 데이터의 구조나 패턴을 AI가 직접 스스로 찾는 것으로부터 학습이 시작된다는 것입니다. 챗GPT는 이러한 사전 지식 학습을 통해 단어 이해와 생성에 필요한 지식을 습득하고, 문장을 예측하는 데에 필요한 언어적인 패턴과 통계까지 학습을 하게 됩니다.

2. 질문-답 형식의 학습(Fine-Tuning)

챗GPT는 대화형 인터페이스를 위해 학습되기 때문에 모든 언어 모델을 대화 데이터로 세부 조정을 하는데요, 사전지식학습 단계에서 대규모 텍스트 데이터 셋을 통해 학습한 단어나 문장을 질문과 답의 형식으로 학습을 하는 것입니다.

챗GPT에게 '질문'이 담긴 글을 주면 챗GPT는 적절한 응답 생성을 위해 사용자가 입력한 질문 정보를 분석하고, 그 중 출력할 단어와 관련이 높은 특정 단어에 초점을 맞추어 가중치를 부여합니다. 이 가중치를 반영하여 출력할 다음 단어를 선택하는 것이죠. 좀 더 쉽게 설명하면 챗GPT는 질문이 부여되면, 질문에 입력된 문장의 의도에 집중하여 대규모 텍스트 데이터 셋을 통해 수많은 질문과 답에 대한 대화 목록들을 학습하면서 질문에 대해 어떻게 답할지를 예측하고 질문에 맞춘 자연스러운 답을 생성할 수 있도록 세부 조정하는 것이죠.

3. 인간의 피드백을 받는 강화 학습

챗GPT는 기존의 대화형 인공지능과 달리 실수를 반복적으로 학습하는 '강화 학습'을 진행합니다. 실수를 반복적으로 학습하는 강화 학습이란 사용자와 대화하면서 실시간으로 잘못된 답을 수정해 최적의 답을 찾는 학습 방법을 말합니다. 좀 더 이해하기 쉽게 설명을 드리면, 인공지능이 개와 고양이를 구분 짓는 특징을 내놓았을 때, 인간 트레이너가 인공지능이 내놓은 개와 고양이를 구분 짓는 특징 중 오류가 있는 부분들을 수정하여 다시 입력해 줌으로써 인공지능은 개와 고양이를 구분 짓는 특징에 대한 데이터를 수정하고, 다시 학습하는 과정을 반복하게 되는데, 이러한 경험을 통해 어떤 특징이 개와 고양이를 구분하는데 중요한지를 파악하고 인공지능 스스로 개와 고양이를 명확하게 구분 짓는 기준을 학습하게 되는 것입니다. 이렇게 인간이 인공지능의 학습에 직접 개입해 피드백을 주며 인공지능이 답변의 선호도 순위를 예측하도록 하는 훈련을 통해 챗GPT는 질문자의 의도 파악을 더욱 잘 할 수 있게 되었고, 자연어의 문맥을 유연하게 읽을 수 있게 되는 것입니다.

학습자료

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

4차시

챗 GPT를 비즈니스에 활용하는 방법

챗 GPT를 비즈니스에 활용하는 방법

1. 정보 요약에 활용할 수 있습니다.

비즈니스 운영에는 다양한 정보와 자료들이 필요합니다. 그것들을 모두 꼼꼼히 살펴볼 수 있다면 가장 좋겠지만, 그렇게 많은 시간을 할애할 수 없는 때가 대부분입니다. 따라서 필요한 자료를 챗 GPT에 입력한 후 요약을 명령할 수 있으며, 마케팅 관련 글을 홈페이지에 업로드할 때도 활용할 수 있고, 보다 명료한 버전으로 문장을 압축하는 데 도움을 받을 수도 있습니다.

2. 고객 서비스에 활용할 수 있습니다.

고객들의 질문과 피드백을 수용하기 위한 ‘챗봇’은 비즈니스에 필수입니다. 챗GPT를 활용하면 보다 효율적으로 이러한 고객 서비스 챗봇을 만드는 것이 가능합니다. 이를 통해 고객 서비스에 필요한 인력과 비용을 절약할 수 있고, 고객들도 더욱 편리하게 서비스를 이용할 수 있습니다.

3. 정보 조사 및 정리에 활용할 수 있습니다.

챗봇GPT의 최고 전문 영역은 역시 자료 조사 영역이라고 할 수 있습니다. 100% 신뢰할 수 있는 정보만을 제공하는 것은 아니므로 사용에 매우 신중해야 하지만, 자료 조사에 있어 시간을 절약할 수 있는 것은 확실합니다. 해당 분야에 대해 잘 알고 있는 친구에게 편하게 질문을 하듯이 정제되지 않은 구어체의 채팅으로 질문을 할 수 있다는 것이 장점이며, 그것을 사용하기 좋게 정리해달라는 요구를 할 수도 있습니다.

4. 마케팅의 개인화에 활용할 수 있습니다.

소비자가 브랜드에 대한 좋은 이미지를 갖도록 하기 위해서는 소비자 개개인의 특성과 환경이 모두 특별하게 존중받는 느낌을 주어야 하므로 비즈니스의 규모와 상관 없이 마케팅은 ‘개인화’되어 있을수록 좋습니다. 가령 마케팅 메시지를 전송할 때 모두 똑같은 멘트를 일괄적으로 발송하는 것보다는, 챗봇GPT를 활용해 고객의 성향에 따라 조금씩 다른 문장들을 생성하여 발송함으로써 보다 효과적인 마케팅을 할 수 있습니다.

5. 소셜 미디어 관리에 활용할 수 있습니다.

많은 브랜드들이 SNS 계정을 관리하는 데 큰 시간과 에너지를 쏟고 있습니다. 그만큼 소셜 미디어가 마케팅에서 차지하는 중요도가 갈수록 높아지기 때문입니다. 여기서도 챗GPT를 통해 적절한 캡션이나 댓글을 생성하고 계정 관리 팁을 얻어, 보다 효율적으로 소셜 미디어를 관리할 수 있습니다.

6. 판매 콘텐츠 향상에 활용할 수 있습니다.

SNS 등에 게시되는 마케팅 콘텐츠는 물론, 홈페이지에 업로드된 제품 항목들의 퀄리티를 향상하는 데도 챗 GPT를 활용할 수 있습니다. 챗 GPT를 이용하면 이미 완성된 문장을, 그 내용은 유지하면서도 다른 톤이나 말투로 바꾸는 것이 가능합니다. 따라서 제품 설명이나 사용법 등의 내용을 좀 더 가독성이 높고 매력적인 콘텐츠로 다듬어 소비자에게 어필할 수 있습니다.

7. 비즈니스 아이디어를 생성하는 데 활용할 수 있습니다.

챗GPT에게는 ‘아이디어를 달라’는 질문을 하는 것이 가능하며, 챗GPT는 실제로 활용할 만한 여러 아이디어들을 제공해 줍니다. 따라서 비즈니스와 관련해 새롭고 창의적인 아이디어가 필요할 때, 원하는 결과와 효과가 무엇인지만을 명확히 하면서 챗GPT에게 새로운 관점을 제시해달라고 부탁하면 요청한 내용에 대한 답 또는 아이디어를 제공 받을 수 있으며, 답 또는 아이디어를 제공받은 것에서 그치지 않고, 관련 내용에 대해 계속해서 파생 질문을 주고받을 수 있습니다.

학습자료

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

4차시

학습자료

비즈니스에서의 GPT 활용 분야

비즈니스에서의 GPT 활용 분야

1. 고객 서비스와 지원 분야

챗GPT를 활용하여 구축한 챗봇을 이용하여 고객이 자주 묻는 질문에 답변하거나 문제를 해결해주는 시스템을 구현할 수 있으며, 이메일 또는 메시지에 자동으로 응답하여 고객 지원 팀의 부담을 줄이고, 고객이 필요로 하는 정보를 빠르게 제공할 수 있습니다.

2. 콘텐츠 생성과 관리 분야

챗GPT는 블로그 글, 광고 문구, 소셜 미디어 포스트 등 다양한 콘텐츠를 자동으로 생성하는데 활용할 수 있으며, 생성된 콘텐츠의 문법이나 스타일을 검토하고 피드백을 제공할 수 있습니다.

3. 마케팅 및 광고 분야

챗GPT를 활용하여 고객 의견, 피드백, 리뷰 등을 분석하고, 이를 토대로 마케팅 전략을 개발하거나 제품을 개선할 수 있으며, 개인화된 이메일 마케팅 캠페인을 생성하거나, 사용자의 행동 패턴에 기반한 맞춤형 광고를 만드는 데 활용할 수도 있습니다.

4. 인사 및 채용 분야

지원자의 이력서와 자기소개서를 분석하여, 해당 포지션의 적합도를 평가하는 데 사용될 수 있으며, 기본적인 질문들로 이루어진 인터뷰 프로세스를 자동화하여, 인사 담당자의 부담을 줄여 줄 수 있습니다.

5. 전자상거래 분야

챗GPT를 활용하여 고객의 쇼핑 패턴과 행동을 분석하여 개인화된 상품 추천을 제공하며, 배송 상태, 재고 확인, 상품 정보 제공 등의 질문에 즉각적으로 답변할 수 있는 챗봇 서비스를 제공할 수 있습니다.

6. 개발 및 IT관리 분야

챗GPT를 활용하여 기초적인 코드 리뷰를 자동화하여, 개발자들이 더 복잡한 문제 해결에 집중할 수 있도록 지원하며, 개발 문서, API 설명서, 사용자 매뉴얼 등을 자동으로 생성할 수 있습니다.

7. 금융서비스 분야

고객의 투자 목표와 리스크 허용도를 고려하여, 맞춤형 투자 전략을 제안하는 데 챗GPT를 활용할 수 있으며, 시장 데이터를 분석하여 거래 신호를 생성하고, 자동 거래 전략을 개발하는 데 활용할 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

4차시

학습자료

인공지능 기술의 발전으로 인한 일자리 변화 전망

인공지능 기술의 발전으로 인한 일자리 변화 전망

1. 경제협력개발기구 OECD

2023년 7월 11일에 공개한 '2023년 고용 전망' 보고서를 통해 “38개 회원국 전체 고용의 약 27%를 차지하는 숙련된 직종이 인공지능 기반 자동화로 가장 큰 위험에 처해 있다”고 전망했습니다.

2. 세계경제포럼 WEF

45개국 800여개 기업을 대상으로 설문조사를 진행해 발표한 '미래 직업보고서'에 따르면 2027년까지 6,900만개의 일자리가 새롭게 창출되는 반면 8,300만개의 일자리가 사라질 것으로 전망했는데, 사라질 것으로 전망한 일자리는 전체 고용의 2퍼센트 가량입니다.

3. 골드만 삭스

2023년 3월 골드만삭스는 인공지능이 전세계적으로 3억개에 달하는 정규직 일자리를 대체할 것이라고 전망하면서도 인공지능 기술의 발전으로 인해 새로운 일자리가 더 많이 늘어날 것이라고 전망했습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

5차시

학습자료

프롬프트

프롬프트

프롬프트는 사전적으로 '자극'이나 '신호'라는 뜻을 가지고 있습니다. 여기서 우리가 말하는 '프롬프트'는 AI나 컴퓨터에게 주어지는 입력값, 즉 명령어나 요청을 의미하죠. 다시 말해, 우리가 AI에게 원하는 정보나 답변을 얻기 위해 제시하는 '질문' 또는 '요청'을 의미합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

5차시

학습자료

프롬프트 작성의 기본 원칙(GOLDEN RULE)

프롬프트 작성의 기본 원칙(GOLDEN RULE)

1. 프롬프트는 직접적이고 명확해야 합니다.

모호한 질문은 모호한 답변을 초래할 수 있으므로 직접적이고 명확해야 합니다. 예를 들어, 챗GPT에게 음악을 추천 받기를 원하는 경우 “음악 추천해줘.”와 같은 모호한 프롬프트 보다는 “재즈 음악 중 휴식할 때 듣기 좋은 곡 추천해줘.”와 같이 직접적이고 명확한 프롬프트를 제시해야 필요로 하는 명확한 답변을 제공 받을 수 있습니다.

2. 프롬프트는 구체적인 정보를 포함해야 합니다.

프롬프트는 디테일이 중요한데, 구체적인 정보가 포함된 프롬프트가 더 정확한 답변을 제공 받을 수 있기 때문입니다. 예를 들어, 챗GPT에게 음식 추천을 받고 싶은 경우, “맛있는 음식을 추천해 줘.”와 같이 구체적이 않은 프롬프트 보다는 “OO 레스토랑에서 가장 인기 있는 스테이크 메뉴를 추천해줘.”와 같이 구체적인 프롬프트를 제시해야 구체적인 정보를 제공 받을 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

5차시

학습자료

최적의 프롬프트 작성 방법

최적의 프롬프트 작성 방법

1. 질문 형식의 활용

질문을 구성할 때 사용되는 시작 단어나 문장 형식은 챗GPT의 답변 품질에 큰 영향을 주는데, 특히 '무엇', '어떻게', '왜'를 묻는 문장 형식은 답변의 깊이와 품질을 높일 수 있습니다.

2. 정보 제공하기

사용자의 질문이나 요청이 더 정확하고 명확한 응답을 받기 위해서는 적절한 배경 정보를 제공하는 것이 중요한데요. 배경 정보 제공은 AI에게 문맥을 이해하게 도와주며, 더 적합한 답변을 하게 합니다.

3. 문맥 제공

복잡한 주제나 상황에 대한 질문을 할 때, 그 질문의 배경이나 문맥을 알려주면 AI는 그 정보를 기반으로 보다 깊고 정확한 답변을 할 수 있습니다.

4. 예상 답변 범위 지정

원하는 답변의 범위나 형태를 미리 지정해 줌으로써, 챗GPT가 그 방향에 맞춰 답변을 할 수 있게 합니다.

5. 특정 주제나 기준 명시

답변의 주제나 기준을 미리 명시하면, 챗GPT는 그 기준에 따라 특정 정보를 필터링하거나 강조하여 답변할 수 있습니다.

6. 답변의 형태 결정

프롬프트를 작성할 때, 원하는 답변의 형태나 내용을 미리 생각하면 더욱 효과적인 질문을 할 수 있는데요. 이 방법은 챗GPT가 원하는 방향으로 답변하도록 유도할 수 있습니다.

7. 구체적인 정보 요구

원하는 답변이 구체적인 정보를 포함하도록 특정 항목이나 키워드를 명시해야 합니다.

8. 비교나 대조 요구

두 개 이상의 항목을 비교하거나 대조하길 원한다면 "뉴턴의 중력법칙과 아인슈타인의 상대성이론 중 중력에 대한 설명은 어떻게 다른가요?"와 같이 그 요구사항을 명확히 나타내는 것이 좋습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

6차시

사무 업무에서의 챗GPT 활용 방법

학습자료

사무 업무에서의 챗GPT 활용 방법

1. 문서 작성 및 편집에 챗GPT를 활용하기

챗GPT를 사용하여 보고서, 문서, 이메일 등의 텍스트를 작성하거나 편집할 수 있으며, 특히 글의 구조, 문장 흐름, 문법 검사, 맞춤법 검사 등을 개선하는 데 도움이 됩니다.

2. 업무 스케줄 관리에 챗GPT 활용하기

챗GPT를 활용하여 회의 일정을 조정하거나 업무 일정을 계획하는 데 도움을 줄 수 있습니다.

챗GPT를 통해 회의 일정이나 업무 일정을 생성하고 관리하는 자동화된 시스템을 구축할 수도 있습니다.

3. 업무 지원 및 F&Q에 활용하기

챗GPT를 사용하여 일반적인 질문에 대한 답변을 제공하는 FAQ 챗봇을 구축할 수 있으며, 이를 통해 업무자의 질문에 빠르게 응답할 수 있습니다.

4. 데이터 분석 및 보고서 생성에 활용하기

챗GPT를 사용하여 데이터를 분석하고 결과를 요약하는 도구로 활용할 수 있으며, 업무 보고서를 자동으로 생성하거나 데이터 시각화를 도와줄 수 있습니다.

5. 업무 프로세스 자동화에 활용하기

챗GPT를 사용하여 업무 프로세스를 자동화하는 봇을 개발할 수 있는데, 예를 들어, 결재 프로세스, 문서 검색 및 분류, 업무 흐름 관리 등을 자동화할 수 있습니다.

6. 커뮤니케이션 지원에 활용하기

업무 내에서 직원들과의 커뮤니케이션을 더 효과적으로 관리하기 위해 챗GPT를 활용할 수 있는데, 예를 들어, 회의 일정을 조정하거나 공지사항을 작성하는 데 도움을 줄 수 있습니다.

7. 문서 번역 및 다국어 커뮤니케이션에 활용하기

다국어 업무 환경에서 근무하는 경우, 챗GPT를 사용하여 문서 번역이나 다국어 커뮤니케이션을 지원할 수 있습니다.

8. 업무 교육과 학습 지원에 활용하기

챗GPT를 사용하여 업무 교육 자료나 학습 리소스를 생성하고 부서 또는 직원들에게 교육 지원을 제공할 수 있습니다.

9. 프로젝트 관리에 활용하기

프로젝트 관리를 위해 챗GPT를 사용하여 업무 일정, 할 일 목록, 프로젝트 업데이트 등을 관리하는 데 도움을 줄 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

6차시

학습자료

대화형 인공지능을 활용할 때의 중요 사항

대화형 인공지능을 활용할 때의 중요 사항

챗GPT와 같은 대화형 인공지능을 활용할 때 중요한 점은 사용 사례와 환경에 맞게 맞춤 설정을 하고, 데이터 보안을 고려하여 안전하게 활용해야 한다는 것입니다. 또한 업무 프로세스를 자동화하고 효율화하기 위해 챗GPT와 같은 대화형 인공지능을 사용하는 데 있어서 부서원들 또는 팀원들에게 교육 및 지원을 제공하는 것이 중요합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

6차시

학습자료

챗GPT 활용 시 주의사항

챗GPT 활용 시 주의사항

- 챗GPT 활용 시 의사결정이 완료되지 않은 사항이나, 공표되지 않은 정보, 외부 반출이 허용되지 않는 회사 기밀 사항 등 비공개 정보를 입력하지 않도록 주의해야 하고,
- 행사를 주최하는 경우, 참석자 정보, 관계자 정보 등 업무처리 과정에서 수집·처리하는 개인정보를 입력하지 않도록 주의해야 하며,
- 챗GPT는 인터넷 상의 다양한 자료를 기반으로 대화를 '생성'하기 때문에 그 특성상 정확한 정보가 아닐 가능성이 있으므로 항상 검증과 확인이 필요합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

7차시

학습자료

챗GPT를 활용하여 포인트 파악 및 요약 도움 받기

챗GPT를 활용하여 포인트 파악 및 요약 도움 받기

긴 이메일의 주요 내용을 빠르게 파악하고 싶다면 어떻게 해야 할까요? 바로 챗GPT에 이메일의 내용을 입력하면 됩니다. 챗GPT는 이메일에서 중요한 질문들을 추출하고 요약해줍니다.

예를 들어 고객인 이민영 씨가 제품에 대해 여러 가지 질문과 사용 중 겪은 어려움에 대한 내용을 포함한 긴 이메일을 보내왔는데 이 이메일에는 제품 사용 방법, 배송과 관련된 질문, 그리고 환불 절차에 대한 질문까지 포함되어 있습니다.

이런 경우, 챗GPT에 이메일 내용 전체를 입력한 후 이메일의 주요 내용을 추출해 달라고 요청하게 되면, 챗GPT는 제품 사용 방법에 대한 안내 요청 배송 일정과 추적 방법 질문 환불 절차에 대한 정보 요청에 대한 내용을 요약해서 제공해 주게 되는데, 이를 통해 기업은 이민영 씨의 질문에 효과적으로 대응할 수 있고, 바쁜 일상 속에서도 고객의 요청을 빠르게 파악하고 처리하는 데 큰 도움을 받게 됩니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

7차시

학습자료

대화형 인공지능 활용 시 실수와 오류를 방지하기 위한 방법

대화형 인공지능 활용 시 실수와 오류를 방지하기 위한 방법

1. 전적인 의존 대신 인간의 지식과 경험 활용

대화형 인공지능은 우리의 업무를 지원하는 탁월한 파트너지만, 그것만을 전적으로 의존하는 것은 지양해야 합니다. 왜냐하면 대화형 인공지능은 전체 맥락이나 회사의 독특한 문화, 전략을 완전히 파악하지 못하기 때문입니다.

여러 출처의 정보와 대화형 인공지능의 답변을 조합하여 사용하는 것이 좋습니다. 예를 들어, 리서치나 과제를 수행할 때, 챗GPT와 같은 대화형 인공지능의 답변만 사용하기보다는 다른 자료와 비교, 대조하여 활용하는 것이 더 정확하고 신뢰할 수 있는 결과를 가져올 것입니다.

2. 대화형 인공지능의 응답을 바탕으로 작성 시 신중한 접근

챗GPT와 같은 대화형 인공지능의 능력은 많은 상황에서 우리에게 도움을 주지만, 그것이 항상 100% 정확하거나 완벽한 것은 아닙니다. 때문에 챗GPT와 같은 대화형 인공지능의 답변을 바탕으로 작업할 때에는 신중한 접근이 필요합니다. 따라서 항상 챗GPT와 같은 대화형 인공지능의 답변을 그대로 사용하기보다는 내용을 재검토하는 습관을 가져야 하며, 특히 중요한 문서나 이메일 작성 시, 챗GPT와 같은 대화형 인공지능의 제안 내용을 꼼꼼히 확인하고 필요한 경우 수정하여 활용하는 것이 바람직합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

8차시

학습자료

업무 일정을 관리해야 하는 이유

업무 일정을 관리해야 하는 이유

1. 효율성이 증대 되기 때문입니다.

업무 일정 관리를 통해서 업무 시간과 업무에 소요되는 다양한 자료나 기술적 요소들을 적절하게 배분하고 장애 요소들을 제거함으로써 업무를 더 효과적으로 수행할 수 있게 됩니다.

2. 우선 순위를 설정할 수 있기 때문입니다.

업무 일정 관리를 통해 중요한 업무와 긴급한 업무를 구분하고, 이를 기반으로 업무의 우선순위를 결정하고 중요 업무 순서에 따라 업무 담당자를 재배치 할 수 있습니다.

3. 시간 낭비를 방지할 수 있기 때문입니다.

무계획적으로 업무를 수행할 경우, 중복되는 작업이나 불필요한 작업에 시간을 허비할 수 있는데, 업무 일정 관리를 통해 이러한 시간 낭비를 최소화하여 효율적으로 업무 시간을 활용할 수 있게 됩니다.

4. 목표 달성률을 높일 수 있기 때문입니다.

명확한 업무 일정 관리를 통해 단기적, 중기적, 장기적 목표를 설정하고 이를 체계적으로 추적함으로써 목표 달성률을 높일 수 있습니다.

5. 부서 구성원들의 스트레스가 감소하기 때문입니다.

계획된 일정에 따라 업무를 진행할 경우, 예기치 않은 문제나 긴급한 일이 발생했을 때 대응하기가 수월하며, 이로 인해 업무에 대한 부서 구성원들의 스트레스를 줄일 수 있습니다.

6. 명확한 커뮤니케이션이 가능해 지기 때문입니다.

부서원 간 또는 이해관계자들과 커뮤니케이션을 하는 경우, 일정 정보를 공유함으로써 모든 사람들이 같은 방향으로 움직일 수 있게 되므로, 명확한 커뮤니케이션이 이루어져 업무 효율성이 높아집니다.

7. 자원을 최적화 할 수 있기 때문입니다.

업무 일정을 관리함으로써 인력과 장비, 재료 등 필요한 자원을 적시에 확보하고 효율적으로 활용할 수 있습니다.

8. 결과를 예측 할 수 있기 때문입니다.

업무 일정 관리를 통해 업무의 진행 상황을 정확히 파악하고, 미래의 업무 흐름이나 결과를 예측하는 데 도움을 줍니다.

9. 신뢰성이 향상되기 때문입니다.

업무 일정을 준수하고 계획대로 업무를 완료할 경우, 고객, 팀원, 이해관계자들에게 신뢰를 얻을 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

8차시

학습자료

회의가 필요한 이유

회의가 필요한 이유

1. 정보를 공유하기 위해서입니다.
회의를 통해 프로젝트와 관련하여 새로운 아이디어를 제시하고 팀원 간의 정보를 공유하며, 각자의 진행 상황이나 업무의 변화 사항을 모두에게 알릴 수 있습니다.
2. 의사결정을 하기 위해서입니다.
팀원들의 의견을 수렴하고, 토론을 통해 최적의 결정을 내리기 위한 토의를 진행함으로써 더 효과적이고 합리적인 결정을 내릴 수 있게 됩니다.
3. 업무를 조정하기 위해서입니다.
현재의 업무 진행 상황을 확인하고, 팀원들 간의 협의를 통해 필요한 경우 업무의 우선순위나 방향을 조정할 수 있습니다.
4. 문제를 해결하기 위해서입니다.
담당 업무를 진행하는데 있어서의 문제 상황이나 고민 사항을 제시하고, 함께 토론함으로써 해결책을 찾아낼 수 있습니다.
5. 팀워크를 강화하기 위해서입니다.
정기적인 회의를 통해 팀원 간의 소통이 활발해지며, 서로의 의견을 존중하게 되어 팀워크가 강화됩니다.
6. 일관성을 유지하기 위해서입니다.
프로젝트나 업무의 방향성을 일관되게 유지하고, 미스 커뮤니케이션을 최소화하기 위해서는 회의가 필요합니다.
7. 목표를 설정하고 검토하기 위해서입니다.
회의를 통해 팀원이 함께 수행해야 하는 업무의 목표를 설정하거나 이미 설정된 목표를 검토하며, 필요한 경우 목표를 수정하거나 새로운 목표를 설정할 수 있습니다.
8. 자원을 최적화하기 위해서입니다.
회의를 통해 업무 진행 과정에서 필요한 자원의 배분과 조정을 함으로써 팀의 효율성과 생산성을 높일 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

9차시

학습자료

챗GPT를 활용한 데이터 분석

챗GPT를 활용한 데이터 분석

챗GPT 시대가 도래하면서 기업들의 데이터 분석 방식에 혁신이 일어나고 있습니다. 데이터 파일을 직접 입력 받은 후 해당 데이터를 데이터 분석용으로 가공하고, 시각화와 모델링을 포함해 다양하고 깊이 있게 분석한 후 그 결과에 대한 해석까지 제공하는 것이 가능하기 때문입니다.

챗GPT는 특정 주제에 대해 빠르게 데이터를 수집하고 분석하는 능력을 갖추고 있으므로 이를 활용해 기업들은 시장 조사나 제품 아이디어를 빠르게 도출할 수 있으며, 특히 마케팅, 광고, 고객 지원 및 인사 관리 분야에서는 중소기업들도 새로운 사업 기회를 발견해가고 있습니다. 데이터 분석에서 가장 큰 부담 요소인 코딩 효율성 면에서는 데이터 분석 전문 인력들이 머신 러닝 모델 개발이나 데이터 클렌징을 포함해 파이썬 코딩 작업을 단순화하고 스스로 작성한 코드를 점검 받거나 개선하는 용도로 챗GPT를 활용하고 있으며 이를 통해 데이터 분석 작업의 효율성이 크게 향상됐습니다.

데이터 분석에 있어서 대량의 데이터 처리와 인간처럼 자연어로 응답하는 챗GPT의 능력을 활용해, 데이터 분석 과정이 보다 효율적으로 변화하고 있으며, 데이터 분석가에게 매우 큰 부담 요소인 분석결과와 과정에 대한 문서화가 쉬워지면서 동료 데이터 분석가와 더불어 데이터 분석 결과를 사용해야 하는 현업 직원들과도 효과적인 커뮤니케이션이 가능해졌습니다.

데이터 분석에서 챗GPT의 다양한 기능을 활용하기 위해서는 활용 방법을 고도화하기 위한 지속적인 연구와 개선이 필요하며, 기업들은 챗GPT의 다양한 활용 방법을 탐구하며, 활용 측면에서 임직원들에 대한 교육이 필요합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

9차시

학습자료

마케팅에 최적화된 챗GPT의 기능

마케팅에 최적화된 챗GPT의 기능

1. 시장 상황 파악 및 전략 수립 기능입니다.

챗GPT를 활용하면 제품 리뷰, 뉴스 기사, SNS 등 인터넷상에서 소비자들이 언급하는 키워드나 토픽을 수집하여 시장 동향을 파악하고, 문장 분석을 거쳐 특정 상품이나 브랜드에 대한 인식을 파악할 수 있습니다. 이를 통해 마케터는 업계의 경쟁 상황을 손쉽게 파악 및 예측 가능하고, 챗GPT에 온오프라인 마케팅 전략을 수립해달라고 요청할 수도 있습니다.

2. 다양한 콘텐츠 제작 지원

콘텐츠를 제작할 때, 브랜드 키워드를 입력하면 챗GPT가 관련 문장을 자동으로 생성해 주는 기능을 활용할 수 있으며, 마케터가 설정한 컨셉이나 검색어를 바탕으로 이미지를 추천받고, 창의적인 광고 카피도 제안받을 수 있습니다. 특히, 챗GPT는 뛰어난 작문 능력을 갖추고 있고 자연스럽게 대화가 가능하기 때문에 보도자료나 블로그 게시글을 작성할 때도 유용하게 활용할 수 있습니다.

3. 고객 감정 분석 및 상담 지원

챗GPT에는 고객의 감정을 분석하고, 상담을 지원하는 기능도 있는데, 예를 들어, 고객이 서비스나 제품에 대해 불만을 표현했을 때, 챗GPT를 통해 해당 내용을 파악하여 적절한 대응 방법을 고안해 낼 수 있으며, 고객이 상담 창에 문의한 내용에 대해서도 자동으로 답변을 생성할 수 있는 챗봇 시스템을 만들면, 이를 기반으로 더욱 신속하고 정확한 답변 제공할 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

10차시

학습자료

디지털 트랜스포메이션의 의미

디지털 트랜스포메이션의 의미

비즈니스 환경에서의 디지털 트랜스포메이션은 기업들이 경쟁력을 유지하고 향상시키기 위한 필수적인 요소가 되었는데요. 디지털 트랜스포메이션이란 기업, 조직 또는 사회 전체에서 기존의 사업 방식, 문화, 사용자 경험을 디지털 기술을 활용하여 혁신하고 변화시키는 과정을 의미합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

10차시

학습자료

보고서 작성이 필요한 이유

보고서 작성이 필요한 이유

1. 의사결정을 위한 근거를 제시합니다.

보고서 작성은 특정 주제에 대한 정보를 제공함으로써 의사결정을 위한 근거를 제공합니다.

예를 들어, 마케팅 보고서는 제품의 시장성이나 판매 전략을 결정하는 데 도움이 됩니다.

2. 업무의 효율성을 높이는 데 도움이 됩니다.

보고서를 작성하는 것은 업무의 진행 상황을 보고하고, 문제점이나 개선 사항을 파악하여 업무의

효율성을 높이는 데 도움이 됩니다. 예를 들어, 프로젝트 보고서는 프로젝트의 목표 달성 여부와 향후

계획을 보고합니다.

3. 향후 업무 계획을 수립하는 데 도움이 됩니다.

보고서 작성은 업무의 성과를 평가하고, 향후 업무 계획을 수립하는 데 도움이 되는데요. 예를 들어,

연간 업무 평가 보고서는 한 해 동안의 업무 성과를 평가하고, 다음 해의 업무 계획을 수립하는 데

도움이 됩니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

10차시

학습자료

보고서 작성 시 고려 사항

보고서 작성 시 고려 사항

1. 보고서의 목적과 대상을 명확히 해야 합니다.

보고서의 목적이 명확히 해야 보고서의 내용과 형식이 적절하게 구성될 수 있기 때문입니다.

2. 객관적이고 정확한 정보를 제공해야 합니다.

주관적인 의견이나 추측은 보고서의 신뢰도를 떨어뜨릴 수 있기 때문입니다. 주관적인 의견이나 추측을

기재하는 것이 아니라, 사실을 기반으로 한 데이터와 그 분석 결과를 정확하게 제시해야 합니다.

3. 보고서는 명확하고 간결한 문장을 사용해야 합니다.

어려운 용어나 전문적인 용어를 사용할 경우 설명을 첨부해야 하며, 보고 내용을 장황하게 설명하듯

작성하는 것보다는 필요한 내용만 명확하고 간결하게 작성하여 보고 받는 사람이 쉽게 이해할 수 있도록

해야 합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

10차시

학습자료

보고서의 목적과 기능

보고서의 목적과 기능

회사나 기관에서는 보고서를 제출함으로써 업무의 진행상황을 파악할 수 있고, 이를 통해 상사는 보고자에게 적절한 지시나 조언을 해줄 수 있게 됩니다. 또한 문서화된 보고서는 업무 진행에 있어 지속적인 자료로 활용할 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

10차시

학습자료

챗GPT 활용하여 보고서 작성 시 주의 사항

챗GPT 활용하여 보고서 작성 시 주의 사항

1. 원문 인용

챗GPT가 생성한 자료를 그대로 사용할 경우, 저작권 이슈가 발생할 수 있으므로 원문 출처를 함께 표기하는 것이 좋습니다. 단, 챗GPT가 직접적으로 출처를 알려주지 않을 수 있으므로, 중요한 내용은 항상 원본과 대조하여 확인해야 하고, 항상 그 내용의 출처와 정확성을 확인하는 습관을 가져야 합니다. 특히 중요한 문서나 공식적인 발표 자료를 작성할 때는 더욱 주의해야 합니다.

2. 자체 리라이팅

챗GPT의 응답을 기반으로 내용을 재구성하여 작성하는 것은 저작권 이슈를 피할 수 있는 방법 중 하나입니다. 이를 통해 내용을 개인화하고, 원하는 포맷으로 조정할 수 있습니다.

3. 상용화 시 주의

챗GPT로 생성된 내용을 상업적으로 활용할 경우, 출판, 음악, 영화 등 저작권에 민감한 영역에서는 해당 분야의 전문가나 법률가의 조언을 구하는 것이 좋습니다.

4. 답변의 품질 향상을 위한 프롬프트 최적화

챗GPT를 활용하여 보고서를 작성할 경우, 구체적인 질문을 제시하는 것이 더 정확한 답변을 얻을 수 있으며, 동일한 질문을 다르게 표현하여 여러 번 시도해보는 것도 효과적입니다. 또한 복잡한 주제나 질문은 여러 하위 질문으로 나누어 접근하는 것이 좋습니다. 이렇게 하면 주제를 깊게 파고들면서, 챗GPT의 답변도 더 구체적이고 유용하게 얻을 수 있습니다.

5. 내용의 정확성·일관성 확인

챗GPT는 때때로 부정확하거나 오해의 소지가 있는 내용을 생성할 수 있으므로 챗GPT로 생성된 보고서는 반드시 주의 깊게 검토하여 내용의 정확성과 일관성을 확인해야 합니다.

6. 문법·맞춤법 확인

문법과 맞춤법이 맞지 않는 문장을 생성할 수 있으므로 챗GPT로 생성된 보고서는 반드시 주의 깊게 검토하여 문법과 맞춤법을 확인해야 합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

11차시

학습자료

인공지능 챗봇을 활용하는 기업의 이점

인공지능 챗봇을 활용하는 기업의 이점

인공지능 챗봇을 활용하는 기업은 고객 응대 담당 직원의 필요성을 줄이면서 다양한 유형의 고객 문의 및 문제를 쉽게 해결할 수 있는데, 비즈니스 규모를 확장하거나, 맞춤형 서비스를 제공하고, 선제적인 대응을 동시다발적으로 수행할 수 있게 됨으로써 시장 경쟁력을 높일 수 있습니다. 예를들어, 고객 응대 근로자의 경우, 상담할 수 있는 고객의 수에 제한이 생길 수밖에 없지만, 챗봇을 사용하게 되면, 무제한의 고객과 개인화된 교류를 할 수 있게 되고, 고객 수요 및 비즈니스 니즈에 따라 자유롭게 챗봇 기능을 확장 및 축소할 수 있으므로 기업은 챗봇을 사용해 동시에 수백만 명의 사람들에게 인간적이며, 개인화된 서비스를 선제적으로 제공할 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

11차시

학습자료

인공지능 챗봇 시스템의 종류

인공지능 챗봇 시스템의 종류

1. 작업 지향적 챗봇(선언적 챗봇)

작업 지향적 챗봇은 선언적 챗봇이라고도 불리는데, 하나의 기능을 수행하는 데 초점을 맞춘 단일 목적 프로그램으로, 규칙과 자연어처리를 사용하고 머신러닝은 거의 사용하지 않는 이 챗봇은 사용자 문의에 대해 자동화된 대화형 응답을 생성합니다. 작업 지향적 챗봇과의 상호작용은 매우 특징적이고 구조화되어 있어 강력한 대화형 FAQ와 같은 지원 및 서비스 기능에 가장 적합합니다. 즉, 변수가 많지 않은 간단한 트랜잭션이나 영업 시간 문의 등과 같은 일반적인 질문을 처리할 수 있는데, 자연어 처리를 사용하기 때문에 최종 사용자가 대화형 경험을 할 수 있지만, 이 챗봇의 기능은 상당히 기본적인 것에 그칩니다.

2. 데이터 기반의 예측형 챗봇(대화형 챗봇)

데이터 기반의 예측형 챗봇은 대화형 챗봇이라고도 불리며, 종종 가상 비서 또는 디지털 어시스턴트라고 불리기도 합니다. 데이터 기반의 예측형 챗봇은 작업 지향적 챗봇보다 훨씬 더 개인화된 경험과, 정교한 상호 작용을 제공하는데, 대화의 맥락을 인지하고 자연어 이해와, 자연어 처리 및 머신러닝을 활용해 매 순간 학습이 진행되며, 예측 인텔리전스 및 분석을 적용해 사용자의 프로필 및 과거 행동을 기반으로 개인화된 서비스를 제공합니다. 디지털 어시스턴트는 사용자의 선호도를 지속적으로 학습해 이를 기반으로 추천 서비스를 제공하며, 향후 수요까지 예측할 수 있고, 데이터 및 의도 모니터링 외에도, 직접 대화를 시작하기도 하는데, 이러한 소비자 지향적인 데이터 기반 예측형 챗봇의 대표적인 예로 구글의 구글어시스턴트와 애플의 시리, 아마존의 알렉사, 삼성의 빅스비가 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

11차시

학습자료

챗GPT를 활용한 고객 서비스 개선 방법

챗GPT를 활용한 고객 서비스 개선 방법

1. 자동 응답 시스템 구축

챗GPT를 사용하여 자동 응답 시스템을 구축할 수 있으며, 이를 통해 고객의 문의에 빠르게 대응할 수 있고, 고객 응대에 투입되던 인력을 필요한 분야에 활용할 수 있습니다. 또한, 챗GPT를 이용하면 자동 응답 시스템이 더욱 자연스러운 대화를 제공할 수 있어 고객 만족도를 높일 수 있습니다.

2. 대화 기록 분석

챗GPT를 사용하여 고객과의 대화 기록을 분석할 수 있으며, 이를 통해 고객이 가장 많이 묻는 질문이나 불만사항 등을 파악할 수 있으므로 이를 기반으로 고객 서비스를 개선할 수 있습니다.

3. 맞춤형 서비스 제공

챗GPT를 사용하여 고객의 요구사항을 파악하고, 이에 맞춰 맞춤형 서비스를 제공할 수 있습니다. 예를 들어, 고객이 특정 상품에 대한 문의를 하면 챗GPT를 이용하여 해당 상품에 대한 정보를 제공하거나, 유사한 상품을 추천할 수 있습니다.

4. 실시간 대화 지원

ChatGPT를 사용한 자동 응답 시스템을 통하여 실시간 대화를 지원할 수 있으며 이를 통해 고객과의 소통을 더욱 원활하게 할 수 있고, 고객이 문의사항이나 불만사항이 있을 경우, 이를 실시간으로 전달할 수 있으므로 서비스를 제공하는 기업에서는 실시간으로 파악된 고객의 문의사항이나 불만사항에 빠르게 대응할 수 있게 됩니다.

5. 자동 번역 기능 제공

챗GPT를 사용하여 자동 번역 기능을 제공할 수 있는데, 이를 통해 다국어를 지원하는 서비스를 제공할 수 있으며, 이는 해외 고객을 대상으로 하는 기업에서 매우 유용하게 활용될 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

11차시

학습자료

챗GPT를 활용한 온라인 상담 서비스 구축

챗GPT를 활용한 온라인 상담 서비스 구축

1. 챗GPT 모델의 학습

챗GPT를 활용한 온라인 상담 서비스를 구축하기 위해서는 먼저 챗GPT 모델을 학습시켜야 하는데, 이를 위해서는 고객들과의 대화 데이터를 수집하고 분석한 후 그 내용을 학습시켜야 합니다. 이러한 학습을 통해 챗GPT 모델은 고객의 질문에 대한 답변을 제공할 수 있습니다.

2. 적절한 플랫폼 선택

챗GPT를 활용한 온라인 상담 서비스를 구축하기 위해서는 적절한 플랫폼을 선택해야 합니다. 대표적인 플랫폼으로는 페이스북 메신저, 카카오톡, 라인 등이 있으며, 이러한 플랫폼을 활용하여 챗GPT를 구현하면, 고객들은 쉽게 상담을 받을 수 있습니다.

3. 개인정보 보호

챗GPT를 활용한 온라인 상담 서비스를 구축할 때는, 고객의 개인정보 보호에 대한 문제도 고려해야 하는데, 이를 위해서는 적절한 보안 시스템을 구축하고, 개인정보 처리 방침을 명확하게 고지해야 합니다.

4. 지속적 개선

또한, 챗GPT를 활용한 온라인 상담 서비스를 구축할 때는, 고객의 만족도를 높이기 위해 적극적인 대응이 필요한데, 이를 위해서는 챗GPT 모델을 지속적으로 개선하고, 고객의 피드백을 수집하여 개선점을 파악해야 합니다.

5. 마케팅 전략 수립

챗GPT를 활용한 온라인 상담 서비스를 구축할 때는, 기업의 목적에 맞게 적절한 마케팅 전략을 수립해야 하며, 이를 위해서는 고객의 요구를 파악하고, 적절한 마케팅 채널을 선택해야 합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

11차시

학습자료

챗GPT를 활용한 자동 응답 시스템의 활용

챗GPT를 활용한 자동 응답 시스템의 활용

챗GPT를 활용한 자동 응답 시스템이 개발되어 구축되면 다양한 분야에서 활용될 수 있습니다. 예를 들어, 고객 서비스 분야에서는 고객의 문의나 요청에 대해 빠르고 정확한 응답을 제공하여 고객 만족도를 높일 수 있으며, 마케팅 분야에서는 고객의 관심사나 선호도를 파악하여 맞춤형 상품 추천을 제공할 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

11차시

학습자료

챗GPT를 활용한 FAQ 생성 및 관리

챗GPT를 활용한 FAQ 생성 및 관리

챗GPT를 고객 서비스에 활용하는 또 다른 방법으로 고객들이 자주 묻는 질문에 대해 FAQ를 생성하고 관리할 수 있습니다. FAQ를 생성하게 되면, 고객들의 반복되는 문의를 줄일 수 있어 고객 서비스에 소요되는 인력과 비용을 절감할 수 있고, 고객 입장에서 신속하게 필요로 하는 답을 얻을 있으므로 FAQ는 매우 유용하게 사용될 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

11차시

챗GPT를 활용한 FAQ 생성 및 관리 과정

챗GPT를 활용한 FAQ 생성 및 관리 과정

1. FAQ 생성 목적과 범위 정의

FAQ를 생성하기 전에 FAQ의 목적과 범위를 명확히 정의하고, FAQ가 어떤 제품이나 주제, 서비스에 관한 것인지, 어떤 종류의 질문에 대답할 것인지 등을 결정해야 합니다.

2. FAQ에 포함할 질문과 답변 수집

이전의 고객 문의 기록, 웹사이트 또는 앱 사용자 피드백, 제품 설명서, 또는 관련 자료를 검토하여 주요 질문과 그에 대한 답변을 추출합니다.

3. FAQ 구조 설계

FAQ에 포함할 질문과 답변을 수집한 후에는 FAQ 구조를 설계해야 하는데, FAQ를 구조화하여 어떻게 정리할 것인지를 결정합니다. 일반적으로 질문과 대응하는 답변을 순서대로 나열하거나, 주제별로 분류하고 하위 섹션을 만들어 조직화합니다.

4. 기본적인 FAQ 작성

기업의 제품이나 주요 서비스, 또는 주제에 대하여 기본적으로 고객들이 자주 묻는 질문과 그에 대한 답변을 작성해야 하고, 작성된 질문과 답변을 챗GPT의 학습을 위한 학습 데이터로 변환시켜 챗GPT를 학습시켜야 합니다.

5. 챗GPT를 활용한 FAQ 추가 생성

챗GPT는 자연어 처리 능력을 활용하여 풍부한 답변을 생성해줄 수 있으므로 기본적으로 작성한 FAQ의 내용을 기반으로 챗GPT를 활용하여 추가적인 질문과 답변을 생성합니다.

6. 챗GPT가 작성한 내용 검토 및 수정

챗GPT는 대규모 데이터 셋을 학습한 거대언어모델을 기반으로 필요한 정보를 제공하고 글을 작성해 줄 수 있는 훌륭한 도구이지만 챗GPT가 가지고 있는 한각 문제로 인하여 생성물 중에는 정확하지 않거나 부적절한 것이 있을 수 있습니다. 따라서 챗GPT가 작성한 내용에 대한 검토가 반드시 필요하며, 수정 또는 보완을 통해 고객들에게 제공되는 답변이 정확하고 도움이 되는 내용으로 만들어 질 수 있도록 해야 합니다.

7. FAQ의 지속적 업데이트와 관리

지속적으로 고객들의 상담내용을 수집하고 분석하며, 고객들의 질문이나 문의사항에 대한 지속적인 모니터링을 통해 고객의 새로운 질문이나 고객 피드백 내용을 FAQ 형식에 맞게 생성하고 필요시 또는 주기적으로 업데이트 함으로써 FAQ를 최신 상태로 유지해야 합니다.

8. FAQ 접근성을 위한 연동

FAQ를 사용자가 쉽게 찾을 수 있도록 웹사이트, 앱 또는 고객 서비스 챗봇과 연동시키고, 검색 엔진 최적화를 고려하여 FAQ를 구성하고 검색 결과에 표시되도록 해야 합니다.

9. FAQ 개선을 위한 사용자 피드백 수집

FAQ를 사용하는 사용자들로부터 피드백을 받고, 그것을 기반으로 FAQ를 지속적으로 개선해야 하며, 사용자의 요구사항과 질문을 수용하고 적절하게 대응할 수 있어야 합니다.

10. FAQ 분석 및 성과 평가

FAQ의 성과를 모니터링하고 분석하여 어떤 질문이 가장 자주 나오는지, 사용자 만족도는 어떤지 등을 측정하고, 이를 반영하여 FAQ를 개선함으로써 사용자 경험을 향상시킬 수 있습니다.

학습자료

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

12차시

학습자료

온라인 커뮤니케이션의 장점 및 필요성

온라인 커뮤니케이션의 장점 및 필요성

먼저, 지리적 제약 없이 전 세계 어디서나 소통이 가능하기 때문입니다. 예를 들어, 글로벌 기업인 Apple은 미국 캘리포니아에 본사를 두고 있지만, 아시아, 유럽, 아프리카의 다양한 지역에 파트너사와 협력하여 일하고 있는데요. 이들은 온라인 플랫폼을 통해 실시간으로 회의를 진행하며 정보를 공유합니다. 다음으로, 효율적인 정보 전달과 저장에 가능하며, 기록이 남아 후에 다시 확인할 수 있다는 장점 때문인데요. Google Drive나 Dropbox와 같은 다양한 클라우드 서비스를 생각해 보시면 이해하기 쉬우실 겁니다. 이 서비스들은 중요한 문서나 자료를 안전하게 보관하고, 필요할 때 언제든지 접근하여 공유할 수 있게 해주며, 온라인 플랫폼에서의 대화는 기록이 남기 때문에, 나중에 무엇이 언제 어떻게 논의되었는지 확인할 수 있다는 장점도 있습니다.

또한, 현대 사회에서는 많은 업무와 생활 활동이 온라인 환경에서 이루어지기 때문에, 온라인에서의 효과적인 커뮤니케이션 스킬은 필수적입니다. 최근에는 온라인 플랫폼을 활용한 원격 교육이나 텔레워크가 보편화되고 있죠. 이렇게 변화하는 환경 속에서 온라인 커뮤니케이션 능력은 이제 우리 삶의 중요한 역량으로 간주되며, 이를 향상시키는 것은 개인적, 직업적 성공을 위해 필요한 조건이기도 합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

12차시

학습자료

이메일 및 메신저에서의 의사소통 전략

이메일 및 메신저에서의 의사소통 전략

1. 명확한 제목 작성하기

이메일의 첫 인상은 '제목'에서 시작됩니다. 제목은 이메일의 내용을 간략하게 요약하여 수신자에게 중요한 정보를 빠르게 전달하는 역할을 합니다. 그렇기에 명확하고 구체적인 제목 작성은 온라인 커뮤니케이션에서 무엇보다 중요합니다.

2. 핵심만 전달하기

본문의 내용은 구체적이면서도 불필요한 정보 없이 핵심만을 전달하는 것이 좋습니다. 본문의 내용을 세부 내용까지 포함하여 장황하게 설명할 경우, 핵심 내용의 파악에 오히려 방해가 될 수도 있습니다.

3. 이모티콘 등 비언어적 요소 활용하기

온라인 커뮤니케이션에서는 말로 하는 것만큼, 어떻게 말하는지도 중요합니다. 특히 텍스트 기반의 커뮤니케이션에서는 비언어적 요소가 상대방에게 전달하는 의미나 느낌에 큰 차이를 만듭니다.

예를 들어 팀 프로젝트를 완료한 후, 팀원에게 감사의 메시지를 전달하고자 할 때 이모티콘을 활용하지 않은 메시지보다 이모티콘을 활용한 메시지가 더 따뜻하고 친근하게 느껴집니다.

4. 적절한 피드백과 확인 메시지 활용하기

온라인 커뮤니케이션에서는 단순히 정보를 전달하는 것보다 상대방이 그 정보를 제대로 이해하고 받아들였는지 확인하는 것이 핵심이므로 피드백과 확인 메시지의 활용은 매우 중요한 전략이 될 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

12차시

학습자료

미래의 온라인 커뮤니케이션 트렌드 및 전망

미래의 온라인 커뮤니케이션 트렌드 및 전망

1. 챗GPT와 같은 AI 챗봇이 고객 서비스 분야에서 더욱 활발하게 활용될 것입니다. 기업들은 24시간 동안 고객의 질문에 실시간으로 응답할 수 있는 서비스를 제공하면서, 인력과 시간을 절약할 수 있기 때문입니다.
2. 사용자의 관심사나 선호에 따라 챗GPT가 개인화된 정보나 뉴스, 추천을 제공하는 시스템이 더욱 확산될 것입니다. 이를 통해 사용자는 더욱 관련성 높은 정보를 효율적으로 얻을 수 있게 될 것입니다.
3. 챗GPT와 같은 생성형 AI를 활용한 언어 학습 플랫폼이 더욱 발전할 것입니다. 사용자는 실시간 피드백을 받으며, 자연스러운 대화 환경에서 언어 능력을 향상시킬 수 있을 것입니다.
4. 다양한 언어로의 번역 기능을 통해, 생성형 AI는 전 세계 사람들과의 문화적 교류를 촉진할 것입니다. 사용자는 자신의 모국어로 대화를 시작하고, 다른 언어로 응답을 받는 등의 경험을 통해 다양한 문화와 언어에 노출될 기회가 늘어날 것입니다.
5. 생성형 AI는 직업 훈련이나 직업 관련 조언을 제공하는 플랫폼에서 활용될 것입니다. 사용자는 특정 직업 분야에 대한 질문이나 조언을 AI에게 요청하고, 실시간으로 피드백을 받을 수 있을 것입니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

13차시

학습자료

검색 엔진을 통한 정보 검색의 장점

검색 엔진을 통한 정보 검색의 장점

1. 방대한 양의 정보를 빠르게 찾을 수 있습니다.

검색엔진은 인터넷에 존재하는 수많은 웹 페이지를 색인화하여 저장하고 있기 때문에 사용자가 원하는 정보를 빠르게 찾을 수 있습니다.

2. 사용자가 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있습니다.

검색엔진은 검색어와 관련된 웹 페이지의 순위를 정하여 가장 관련성이 높은 웹 페이지를 먼저 반환하기 때문에 사용자가 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있습니다.

3. 다양한 정보를 찾을 수 있습니다.

검색엔진은 다양한 종류의 정보를 제공합니다. 뉴스, 스포츠, 날씨, 음식, 여행 등 다양한 주제에 대한 정보를 찾을 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

13차시

학습자료

검색 엔진의 한계점

검색 엔진의 한계점

1. 정보의 양과 질에 있어서의 한계입니다.

검색 엔진은 인터넷에 존재하는 모든 정보를 수집할 수 없으며 수집된 정보의 질이 항상 일정하지 않는데, 이러한 정보의 양과 질의 한계는 검색 결과의 정확성과 신뢰성에 영향을 미칠 수 있습니다.

2. 검색어의 한계입니다.

검색어는 사용자가 원하는 정보를 찾기 위한 중요한 도구이지만, 사용자가 정확한 검색어를 입력하지 못하면 원하는 정보를 찾지 못할 수도 있으며, 검색어를 다양한 방법으로 입력해야 하기 때문에 사용자의 시간과 노력이 필요할 수 있습니다.

3. 검색 결과의 한계입니다.

검색엔진은 검색어와 관련된 웹 페이지의 순위를 정하여 가장 관련성이 높은 웹 페이지를 먼저 반환하는데, 검색 결과의 순위는 검색엔진의 알고리즘에 따라 결정되기 때문에 항상 정확하지는 않으며, 검색 결과는 사용자가 원하는 정보를 모두 포함하지 않을 수도 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

13차시

챗GPT와 검색 엔진의 정보 검색 차이점

챗GPT와 검색 엔진의 정보 검색 차이점

1. 자연어 처리 기반의 대화형 인터페이스의 제공 여부

챗GPT는 새로운 아이디어나 영감을 얻기 위해 정보 검색을 하는 경우, 원하는 자료를 얻기 위해 대화하듯이 문장으로 입력해도 필요로 하는 자료를 제공해 주지만 검색 엔진은 원하는 자료를 얻기 위해 문장으로 정보 검색을 할 경우, 입력된 문장 중 연관지을 수 있는 키워드와 관련한 문서나 웹사이트를 열거합니다.

2. 검색어에 들어있는 사용자 의도를 파악하여 답변을 제공하는지 여부

챗GPT는 필요한 정보를 얻기 위해 검색을 요청하면 사용자가 요청한 질문의 의도를 파악하여 사용자가 원하는 답변을 제공해 주지만, 검색 엔진은 검색어와 관련있는 영상이나 웹사이트, 문서 등을 열거해 줍니다.

3. 이전의 검색 결과에 연동되는 정보를 제공하는지의 여부

챗GPT의 경우, 이전 검색 결과를 바탕으로 검색 결과에 대한 세부 정보나 추가 정보를 요청할 경우, 사용자의 요청에 따라 이전 검색 결과와 연동하여 세부 정보 또는 추가 정보를 제공하지만, 검색 엔진의 경우에는 이전 검색 결과와 연동된 세부 정보나 추가 정보는 검색할 수가 없습니다.

4. 이전 정보 검색 결과에 대한 다국어 번역 여부

챗GPT의 경우 이전에 검색된 결과와 연동하여 다국어로 번역을 요청하면 이전의 검색 결과 전체 내용을 다른 언어로 번역할 수 있지만, 검색 엔진의 경우에는, 이전 검색 결과를 다른 언어로 번역해 주는 서비스를 제공하지 않습니다.

5. 사용자가 요청한 정보에 대한 상세 정보를 탐색할 수 있는 관련 웹사이트들을 제공하는지의 여부

챗GPT는 사용자가 정보 검색을 요청하면 요청받은 정보에 대한 답변을 제공하면서 동시에 제공된 답변과 관련하여 보다 상세한 내용을 탐색할 수 있도록 관련 웹사이트 링크를 함께 제공해 주는데, 이 링크는 모두 다 사용자가 필요로 하는 정보를 가지고 있는 링크이므로 사용자는 보다 쉽게 자세한 내용을 파악할 수 있게 됩니다. 검색 엔진에서도 검색을 요청한 검색어를 기반으로 관련된 문서나, 기사, 웹사이트의 링크를 열거해 줍니다. 하지만 열거된 문서나 기사, 웹사이트가 모두 필요한 정보를 담고 있는 것은 아니므로, 사용자는 열거된 링크들을 하나하나 열어서 자신이 필요로 하는 정보가 있는지를 확인해 보아야 합니다.

6. 요약정보의 제공 여부

챗GPT는 사용자가 알고 싶은 정보에 대해 요약된 자료가 필요할 경우, 요약 자료를 요청하면, 요약 정리된 자료를 제공해 주지만, 검색 엔진의 경우에는 검색어와 관련된 문서나 웹사이트 링크만 제공될 뿐, 요약된 자료는 제공되지 않습니다.

7. 제공된 정보가 최신 정보를 반영하고 있는지 여부

챗GPT의 경우, 유료 버전인 GPT-4 기반의 챗GPT가 제공하는 정보에는 2023년 11월 초를 기준으로 2022년 1월까지의 데이터만 포함되어 있고, 그 이후의 데이터는 반영되지 않기 때문에, 오늘의 날씨나 최근 발생한 뉴스나 현상에 대한 검색을 하는 경우, 필요한 정보를 검색할 수 없습니다. 하지만 검색 엔진의 경우에는, 불과 1시간 이내에 생성된 최신 정보까지도 검색이 가능하므로 만일 최근 생성된 정보를 검색하는 경우에는 챗GPT 보다는 검색 엔진을 활용하는 것이 현명한 선택입니다.

학습자료

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

14차시

학습자료

챗GPT를 활용한 다양한 방식의 문서 생성 활용 방법

챗GPT를 활용한 다양한 방식의 문서 생성 활용 방법

1. 글의 개요 만드는 데 활용

이는 글의 흐름을 조직하고 중요한 포인트를 명확하게 하는 데 유용합니다

2. 초안 작성하는데 활용

글의 초안을 작성하는 것은 시간이 많이 소요되는 작업일 수 있습니다. 챗GPT는 주어진 주제에 대한 초안을

작성하거나, 특정 섹션에 대한 내용을 생성하는 데 사용될 수 있습니다.

3. 편집 및 교정에 활용

작성한 글을 검토하고 수정하는 과정에서 챗GPT는 문법적 오류를 지적하거나 더 나은 문장 구성을 제안하는 데 사용될 수 있습니다.

4. 스타일 및 톤 조정에 활용

글의 목적과 독자층에 맞게 글의 스타일과 톤을 조정하는 데 챗GPT를 활용할 수 있습니다. 예를 들어, 더 공식적이거나 친근한 톤으로 글을 다시 작성해 달라고 요청할 수 있습니다.

5. 기술적 글쓰기에 활용

사용자 매뉴얼, FAQ, 기술 문서 등을 작성할 때 챗GPT는 복잡한 기술적 내용을 쉽게 이해할 수 있는 언어로 전달하는 데 도움을 줄 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

14차시

학습자료

챗GPT를 활용한 아이디어 도출 방법

챗GPT를 활용한 아이디어 도출 방법

1. 브레인 스토밍에 활용

챗GPT에게 특정 주제나 문제에 대해 가능한 모든 아이디어를 나열하도록 요청할 수 있습니다.
이 과정에서 챗GPT는 다양한 관점에서 아이디어를 제시할 것입니다.

2. 질문 생성에 활용

챗GPT에게 주제와 관련된 질문을 생성하도록 요청하여, 다른 각도에서 생각해볼 수 있는 기회를 제공합니다. 이 질문들은 아이디어를 확장하고 깊이 있는 분석을 유도하는 데 유용합니다.

3. 연관성 매핑에 활용

주어진 주제나 개념과 관련된 단어나 아이디어를 연결하여 맵을 생성하도록 요청할 수 있습니다.
이는 관련 아이디어 사이의 연결고리를 찾는 데 도움이 됩니다.

4. 시나리오 플레이아웃에 활용

챗GPT에게 특정 상황이나 조건에서 발생할 수 있는 시나리오를 설명하도록 요청하여,
예상치 못한 아이디어나 해결책을 도출할 수 있습니다.

5. 역발상에 활용

챗GPT에게 주어진 문제에 대해 반대의 관점에서 접근하도록 요청하여, 전통적인 사고방식을 벗어난
아이디어를 찾을 수 있습니다.

6. 애널로지 사용에 활용

다른 분야나 상황에서 사용되는 해결책을 현재의 문제에 적용해보도록 챗GPT에게 요청합니다.
이는 창의적인 아이디어를 촉진할 수 있습니다.

7. 트렌드 분석에 활용

현재의 트렌드나 미래 예측에 대해 챗GPT에게 질문하여, 이를 바탕으로 새로운 아이디어를 도출할 수
있습니다.

8. SWOT 분석에 활용

특정 아이디어나 프로젝트에 대한 강점, 약점, 기회, 위협을 분석하도록 요청하여, 전략적인 아이디어를
도출할 수 있습니다.

9. 제한 조건 설정을 통한 아이디어 도출에 활용

챗GPT에게 특정 제한 조건을 설정하고 그 안에서 아이디어를 도출하도록 요청하여, 창의성을 자극할 수
있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

14차시

챗GPT의 데이터 분석 활용 단계

학습자료

챗GPT의 데이터 분석 활용 단계

1. 데이터 이해 단계 : 데이터 분석을 시작하기 전에, 데이터의 출처, 구조, 그리고 포함된 정보의 종류를 이해하는 것이 중요합니다. 챗GPT는 데이터에 대한 개요를 제공하고, 데이터의 특성과 잠재적인 가치를 설명하는 데 도움을 줄 수 있습니다.
2. 데이터 정제 단계 : 데이터 분석에 앞서 데이터를 정제하는 과정이 필요합니다. 챗GPT는 결측치 처리, 이상치 탐지, 데이터 형식 변환 등의 데이터 정제 작업에 대한 지침을 제공할 수 있습니다.
3. 탐색적 데이터 분석 단계 : 챗GPT는 탐색적 데이터 분석을 수행하는 방법에 대해 조언할 수 있습니다. 이는 데이터의 분포, 상관 관계, 패턴 등을 시각화하고 분석하는 과정을 포함합니다.
4. 통계적 분석 단계 : 데이터에 대한 통계적 분석을 수행할 때, 챗GPT는 다양한 통계적 방법론과 이를 적용하는 방법에 대해 설명할 수 있습니다. 예를 들어, 평균, 중앙값, 표준편차, 회귀 분석, 가설 검정 등이 있습니다.
5. 데이터 시각화 단계 : 데이터를 시각화하는 것은 분석 결과를 이해하고 전달하는 데 매우 중요합니다. 챗GPT는 다양한 데이터 시각화 기법과 도구에 대해 조언하고, 어떤 유형의 시각화가 특정 데이터 유형에 가장 적합한지 안내할 수 있습니다.
6. 모델링 및 예측 단계 : 데이터를 기반으로 예측 모델을 만들고자 할 때, 챗GPT는 머신 러닝 알고리즘의 선택, 모델 훈련 방법, 그리고 성능 평가 지표에 대해 설명할 수 있습니다.
7. 인사이트 도출 단계 : 데이터 분석의 최종 목표는 종종 유용한 인사이트를 도출하는 것입니다. 챗GPT는 분석 결과를 해석하고, 이를 바탕으로 비즈니스 결정, 전략 수립, 또는 추가 연구 방향에 대한 권장 사항을 제공할 수 있습니다.
8. 보고서 작성 단계 : 분석 결과를 문서화하는 것은 과정의 중요한 부분입니다. 챗GPT는 분석 보고서를 작성하는 방법, 중요한 포인트를 강조하는 방법, 그리고 결과를 명확하고 설득력 있게 전달하는 방법에 대해 조언할 수 있습니다.
9. 자동화 및 통합 단계 : 챗GPT는 데이터 분석 프로세스를 자동화하고, 다른 시스템이나 애플리케이션과 통합하는 방법에 대해 조언할 수 있습니다. 예를 들어, Zapier와 같은 도구를 사용하여 데이터 분석 워크플로우를 자동화하는 방법에 대해 설명할 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

14차시

학습자료

챗GPT를 활용한 창작 활동 예시

챗GPT를 활용한 창작 활동 예시

1. 스토리텔링 및 문학 창작에 활용될 수 있습니다.

소설을 쓰는 경우, 플롯 아이디어, 캐릭터 개발, 대화 작성 등을 도와달라고 요청할 수 있으며, 영화, 연극, 웹 시리즈 등의 시나리오 개요를 만들거나 대사를 다듬는 데 도움을 받을 수 있고, 주제나 감정에 맞는 시를 작성하거나, 시의 형식을 만드는 데 도움을 요청할 수도 있습니다.

2. 음악 창작에 활용될 수 있습니다.

노래를 창작하는 경우, 특정 주제나 감정에 맞는 가사를 작성하도록 요청할 수 있으며, 작곡을 하는 경우, 기본적인 멜로디나 화음 진행에 대한 아이디어를 얻을 수 있습니다.

3. 예술 및 디자인 창작에 활용될 수 있습니다.

캐릭터 디자인을 하는 경우, 캐릭터에 대한 설명을 바탕으로 캐릭터 스케치 아이디어를 제공받을 수 있으며, 영상이나 애니메이션의 스토리보드 초안을 만드는 데도 도움을 받을 수 있습니다.

4. 게임 개발에 활용될 수 있습니다.

게임의 세계관, 메커니즘, 스토리라인에 대한 아이디어를 구상하여 게임 디자인을 할 수 있고, 게임 내 레벨이나 챌린지 디자인을 구상하는 데도 도움을 받을 수 있습니다.

5. 교육 자료 및 튜토리얼 제작에 활용될 수 있습니다.

특정 주제에 대한 교육 자료나 튜토리얼을 만드는 데 도움을 받을 수 있으며, 학습 주제에 맞는 퀴즈나 시험 문제를 만드는 데 도움을 받을 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

15차시

학습자료

일부 기업에서 챗GPT 사용을 금지하는 이유

일부 기업에서 챗GPT 사용을 금지하는 이유

챗GPT의 사용을 금지하는 기업들도 있는데 그 이유는 챗GPT를 회사 업무 시스템과 연동하여 사용할 경우, 챗GPT가 회사의 중요 업무 내용까지도 학습을 하게 되므로, 회사의 업무 기밀이 외부에 유출될 수 있기 때문입니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

15차시

학습자료

프라이빗 챗GPT의 개념

프라이빗 챗GPT의 개념

프라이빗 챗GPT란 제한된 환경이나 비공개 환경에서 배포 운영하는 언어 모델을 말하는 것으로 특정 기업이나 조직에서만 사용하는 기업용 챗GPT입니다. 기업에서 정한 보안 규정과 규제를 준수하기 때문에 정보 유출에 대해 안심하고 사용할 수 있으며, 표면상으로는 일반적인 ChatGPT와 유사해 보이지만 이를 운영하는 기업이나 플랫폼에 따라 검색 결과가 달라집니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

15차시

학습자료

프라이빗 챗GPT의 장점

프라이빗 챗GPT의 장점

1. 기업에서 보유하고 있는 막대한 데이터와 외부 데이터를 병행하여 사전 학습하기 때문에 챗GPT에 비해 기업에 특화된 정보를 추출할 수 있습니다.
2. 특정 기업 또는 플랫폼 내에서만 접근할 수 있으므로 공개적으로 사용되지 않고 제한된 사용자에게만 제공하도록 설계합니다
3. 기업에서 정의한 요구사항에 충족하는 사용자를 지정할 수 있어, 특정 도메인이나 작업을 할 수 있도록 사용자를 지정하거나 조정할 수 있습니다.
4. 기업 내 민감한 정보와 통신을 보호하기 위해 최적의 보안을 적용할 수 있는데, 이를 위해 암호화 접근 제어 메커니즘, 데이터 보호 프로토콜 등을 활용합니다.
5. 기업의 내부 시스템 데이터베이스 API 등과 통합할 수 있어 ERP CRM HR 등 다양한 정보에 접근할 수 있고,
6. 기업이 속해 있는 산업과 규제 환경에 적용하는 규정 준수 표준 및 거버넌스 프레임워크를 준수합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

16차시

학습자료

하이퍼클로바X

하이퍼클로바X

하이퍼클로바X의 학습 데이터는 네이버 뉴스, 카페, 블로그, 지식인 등에서 축적된 50년 분량의 텍스트 데이터를 기반으로 하고 있는데, 특히 주목할 점은 학습한 데이터의 대부분이 한국어라는 것입니다. 이는 GPT-3와의 결정적인 차별점으로, 하이퍼클로바X는 GPT-3보다 약 6,500배 이상의 한국어 데이터를 학습함으로써 한국어의 미묘한 표현과 뉘앙스를 탁월하게 이해하고 생성할 수 있게 되었습니다. 또한 그 성능을 확인할 수 있는 매개 변수에서도 뛰어납니다. 2,040억 개 이상의 파라미터를 보유하고 있어, 1750억 개인 GPT-3보다도 많은 수치를 자랑합니다. 이러한 방대한 파라미터 덕분에 하이퍼클로바X는 더욱 정교하고 다양한 한국어 서비스를 가능하게 합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

17차시

학습자료

기업(조직) 내 챗GPT 도입 시 고려사항

기업(조직) 내 챗GPT 도입 시 고려사항

1. 보안 강화

우선, 챗GPT와 같은 AI 기술을 사용할 때 기업의 기밀 정보 보호는 필수적인데요. 정보 유출은 기업의 명성, 고객 신뢰, 그리고 재정적 손실로 이어질 수 있으므로, 강력한 보안 조치는 비즈니스를 보호하는 데 결정적인 역할을 합니다. 보안 강화는 단순히 기술적 조치만을 의미하지 않습니다. 기업 문화, 직원 교육, 정책 개발, 그리고 위기 관리 계획까지 포괄적인 접근이 필요합니다.

2. 용도 및 분야

어떤 분야나 용도에서 챗GPT를 활용할 것인지 결정해야 합니다. 의료, 금융, 교육 등 다양한 분야에서 활용 가능하므로, 기업의 요구사항과 목적에 맞춰 적절한 모델을 선택해야 하고, 해당 기술이 사용될 구체적인 분야와 용도를 면밀히 분석하여, 가장 적합한 형태로 구성하는 것이 중요합니다.

3. 기업의 요구사항·우려사항 파악

챗GPT 도입 전, 기업의 요구사항과 우려사항을 고려해야 합니다. 이를 통해 적합한 모델과 전략을 개발하고, 기업의 성장과 혁신을 촉진하는 데 도움이 됩니다.

4. 저작권 및 개인정보 보호

챗GPT를 활용할 때 저작권 및 개인정보 보호에 주의해야 합니다. 무단으로 인터넷 기사나 웹사이트 게시글을 사용하지 않도록 주의해야 합니다. 챗GPT를 고객 서비스에 활용하는 경우, 고객의 문의에 답변을 제공할 때 인터넷에서 발췌한 기사의 내용을 그대로 사용하는 것은 저작권 침해가 될 수 있습니다. 이를 방지하기 위해서는, 챗GPT가 제공하는 정보가 원래 출처에서 허가를 받았거나, 공공 도메인에 속하는 자료를 기반으로 하거나, 혹은 기업이 저작권을 가진 자료를 활용해야 합니다. 또한, 챗GPT를 통해 고객의 개인정보를 수집하거나 처리할 때는 개인정보 보호법을 엄격히 준수해야 합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

17차시

학습자료

기업에서 AI기술 사용 시 보안 조치 위한 고려 사항

기업에서 AI기술 사용 시 보안 조치 위한 고려 사항

1. 데이터를 전송 또는 저장 시 암호화해야 한다.
내부 네트워크와 클라우드 서비스에서 데이터를 전송하거나 저장할 때 암호화하여 데이터의 안전을 보장해야 합니다. 이는 데이터가 외부로 노출되더라도 내용이 읽히지 않도록 보호하는 중요한 수단입니다.
2. 특정 데이터에 대한 접근 엄격하게 제한해야 한다.
필요한 직원에게만 최소한의 접근 권한을 부여하고, 사용자 인증 및 권한 관리 시스템을 통해 이를 관리해야 합니다.
3. 모든 데이터 접근은 로그에 기록되어야 한다.
모든 데이터 접근은 로그에 기록되어야 하며 비정상적인 활동을 감지하고 문제가 발생했을 때 추적이 가능해야 합니다.
4. 보안 교육을 시행하고 보안 계획을 수립해야 한다.
직원들은 정기적으로 보안 교육을 받아야 하며, 특히 새로운 기술을 도입할 때는 해당 기술의 보안 위험에 대해 숙지해야 하고 만약의 데이터 유출 사건에 대비하여, 기업은 즉각적으로 대응할 수 있는 계획을 수립해야 합니다. 이는 유출의 규모를 최소화하고, 신속하게 문제를 해결할 수 있는 능력을 포함합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

17차시

학습자료

금융기관에서 챗GPT 모델 도입 시 고려 사항

금융기관에서 챗GPT 모델 도입 시 고려 사항

금융기관의 주된 목표는 고객의 계좌 관리, 거래 상담, 그리고 일반적인 금융 문의에 대한 자동화된 응답을 제공하는 것입니다. 이러한 경우, 챗GPT 모델은 금융 용어와 거래 프로세스에 특화되어야 하며, 금융 규제 준수를 위해 특별히 조정되어야 합니다. 또한, 고객 데이터 보호를 위한 강력한 보안 조치가 필요하며, 고객의 개인정보와 재산을 보호하기 위해 모든 상호작용이 암호화되어야 합니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

17차시

학습자료

저작권 및 개인정보 보호

저작권 및 개인정보 보호

챗GPT를 활용할 때 저작권 및 개인정보 보호에 주의해야 하며, 무단으로 인터넷 기사나 웹사이트 게시글을 사용하지 않도록 주의해야 합니다. 챗GPT를 고객 서비스에 활용하는 경우, 고객의 문의에 답변을 제공할 때 인터넷에서 발췌한 기사의 내용을 그대로 사용하는 것은 저작권 침해가 될 수 있습니다.

이를 방지하기 위해서는, 챗GPT가 제공하는 정보가 원래 출처에서 허가를 받았거나, 공공 도메인에 속하는 자료를 기반으로 하거나, 혹은 기업이 저작권을 가진 자료를 활용해야 합니다.

또한, 챗GPT를 통해 고객의 개인정보를 수집하거나 처리할 때는 개인정보 보호법을 엄격히 준수해야 합니다. 예를 들어, 고객이 챗봇에게 개인 이메일 주소나 전화번호와 같은 개인정보를 제공했을 때, 이 정보는 기업의 개인정보 처리방침에 따라 안전하게 관리되어야 하며, 무단으로 공개되거나 다른 목적으로 사용되어서는 안 됩니다. 챗GPT가 이러한 정보를 수집할 가능성이 있다면, 이를 안전하게 처리하고 보호하는 절차를 마련하는 것이 필수적입니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

18차시

학습자료

프롬프트 지니

프롬프트 지니

프롬프트 지니는 ChatGPT를 보다 효과적으로 활용할 수 있도록 도와주는 유용한 도구로, 번역 및 질문 작성 과정을 간편하게 만들어 줍니다. 챗GPT는 영어 텍스트 위주로 훈련되었기 때문에 한글을 사용하여 질문할 경우 엉뚱한 답변을 내놓거나 영어 답변과 비교해 답변의 질이 떨어지는 경우가 종종 발생합니다. 그래서 사용자는 파파고나 구글번역을 통해서 영어로 번역 후에 복사와 붙여넣기의 단계를 거쳐서 챗GPT를 사용해야 하죠. 프롬프트 지니를 사용하면 한글로 쓰면서도 ChatGPT의 성능을 최대한 활용할 수 있습니다. 프롬프트 지니는 크롬 웹 스토어에서 무료로 간단하게 설치할 수 있습니다. 프롬프트 지니를 통해 챗GPT를 사용하면 한국어로 직접 입력할 때보다 2~3배 응답 시간이 빠르며, 2~5배 긴 문자수 출력 가능하고, 출력 중간에 문자가 잘리는 현상을 최소화할 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

18차시

학습자료

챗GPT 라이터(ChatGPT Writer)

챗GPT 라이터(ChatGPT Writer)

챗GPT 라이터만큼 구글 서비스에서 챗GPT 기능을 많이 제공하는 확장 프로그램은 없을 텐데요. 챗GPT 라이터는 구글 서비스에 특화된 챗GPT 기능을 제공하는 강력한 도구로, 이 확장 프로그램을 설치하고 나면 구글 이메일에서 메일을 작성하거나 받은 메일에 답변 메일을 쓸 때 유용합니다.

챗GPT 라이터에 요청사항을 작성하면 챗GPT가 대신 답변 메일을 작성해 줍니다. 수신자에 따라 형식이나 내용을 적절하게 구성해준다는 장점이 있어서 업무상 메일을 주고받을 때 도움이 됩니다. 또한 매끄럽지 못하거나 적절하지 않은 내용이 있을 때는 직접 수정을 한 후에 보낼 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

18차시

학습자료

챗GPT 플러그인의 개념

챗GPT 플러그인의 개념

챗GPT 플러그인이란, 기본적인 챗GPT 모델의 기능을 확장하고 고도화하기 위해 설계된 추가 도구입니다. 이 플러그인들은 텍스트 기반의 대화 외에도 챗GPT의 기능을 더욱 다양한 영역으로 확장할 수 있도록 돕는데요. 플러그인은 다양한 형태와 기능을 가지고 있으며, 각각의 플러그인은 특정한 작업을 돕기 위해 설계되었습니다. 예를 들어, 일부 플러그인은 사용자가 웹사이트를 쉽게 탐색 하도록 하거나, 복잡한 데이터를 분석하고, 또 실시간 정보를 제공하거나 특정 애플리케이션과 연동하는 등의 작업을 수행할 수 있도록 돕습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

19차시

학습자료

생성형AI

생성형AI

생성형 AI란 이용자의 특정 요구에 따라 능동적으로 결과를 생성해 내는 인공지능 기술을 의미하는데, 그림 그리기, 음악, 코딩, 글쓰기 등 새롭고 독창적인 콘텐츠를 만들 수 있는 기술을 말합니다.

생성형 AI는 대규모 언어 모델, 신경망 및 머신 러닝의 힘을 활용하여 인간의 창의성을 모방한 새로운 콘텐츠를 생산할 수 있으며, 이러한 모델은 데이터에 존재하는 기본 구조, 관계 및 패턴을 학습하는 대규모 데이터 세트 및 딥 러닝 알고리즘을 사용하여 훈련됩니다.

이렇게 훈련된 생성형AI는 이용자가 요구한 질문이나 과제를 해결하기 위해 스스로 데이터를 찾아서 학습하여 이를 토대로 능동적으로 데이터나 콘텐츠 등 결과물을 제시하는 한 단계 더 진화한 AI 기술이며, AI 개발사들은 개발하고자 하는 서비스의 목적에 따라 다양한 생성형 AI 모델을 개발하여 적용하고 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

19차시

학습자료

생성형 AI의 이점

생성형 AI의 이점

1. 효율성 향상과 워크플로우 간소화

작업을 자동화하는 능력은 사람과 기업 모두의 귀중한 시간, 에너지 및 자원을 절약하도록 하며, 이메일 초안 작성부터 예약까지, 생성형 AI를 활용하면 효율성과 생산성을 높일 수 있습니다.

2. 맞춤형 콘텐츠를 제작

자동화된 콘텐츠 제작을 통해 고품질의 맞춤형 콘텐츠를 규모에 맞게 제작할 수 있으며, 이는 광고, 마케팅, 엔터테인먼트 및 미디어 제작 분야에 영향을 미치고 있습니다.

3. 새로운 아이디어 창출

생성형 AI는 예술가, 디자이너, 작가, 건축가 및 기타 창작자에게 영감을 주는 도구 역할을 하여, 그들이 새로운 가능성을 탐색하고, 새로운 아이디어를 창출하며, 창작 작업의 경계를 넓힐 수 있도록 해줍니다. 창작자는 생성형 AI와 협력하여 한때는 상상할 수 없었던 수준의 생산성을 달성할 수 있으며, 더 많은 예술 작품, 문학, 저널리즘, 건축, 비디오, 음악 및 패션을 위한 새로운 창작의 길을 열어갈 수 있습니다.

4. 의사 결정 개선에 활용

생성형 AI 모델은 새로운 솔루션이나 아이디어가 필요한 문제 해결 작업은 물론 데이터 분석을 통해 의사 결정을 개선하는 데 활용될 수 있습니다. 예를 들어, 제품 설계에서 AI 기반 시스템은 특정 제약 조건과 요구 사항에 따라 새로운 프로토타입을 생성하거나 기존 설계를 최적화할 수 있고, 연구 개발을 위한 실제 적용은 잠재적으로 혁명적이며, 복잡한 정보를 몇 초 만에 요약하는 능력은 광범위한 문제 해결 이점을 제공합니다.

5. 코딩의 간소화

개발자의 경우, 생성형 AI는 코드 작성, 확인, 구현 및 최적화 프로세스를 간소화할 수 있습니다.

6. 향상된 고객 지원

소비자 대면 비즈니스의 경우, 생성형 AI 기반 챗봇과 가상 비서가 향상된 고객 지원을 제공하여 응답 시간과 리소스 부담을 줄일 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

19차시

학습자료

생성형AI 서비스 유형

생성형AI 서비스 유형

1. 텍스트 생성 서비스

텍스트 생성에는 유기적이고 문맥상 관련성이 높은 문장이나 단락을 생성하는 훈련 모델이 활용되는데, 이 유형은 AI가 마치 전용 서비스 에이전트인 것처럼 자연스럽게 상호작용해야 하는 자연어 처리, 콘텐츠 생성, 챗봇 개발에 주로 적용됩니다. 챗GPT의 경우, 인간과 유사한 텍스트를 생성할 수 있는 능력을 입증했고, 글쓰기 지원, 스토리텔링 및 언어 번역에 적용되었습니다.

2. 이미지 생성 서비스

이미지 생성을 위한 생성형 AI는 일반적으로 텍스트를 이미지로 변환해 주는데, 사용자가 원하는 이미지를 설명하는 텍스트를 입력하면 AI가 이미지를 생성해 주거나 기존 이미지를 다른 형태로 변환해 줄 수도 있습니다.

3. 음성 및 음악 생성 서비스

생성형 AI를 활용하면 텍스트를 통해 사실적인 음성 오디오를 생성할 수 있고 생성된 음성 특성을 추가할 수도 있으며 기존 오디오 파일을 사용하여 새로운 음성을 생성할 수 있는데, 게임 및 영화 산업에서 이 음성과 음성을 변환하는 기능을 활용하여 쉽고 빠르게 다양한 음성을 생성해 낼 수 있습니다. 또한 생성형 AI를 활용하면 새로운 음악을 창작할 수도 있는데, 음악 패턴과 스타일을 학습하여 새로운 음악을 생성해 낼 수 있지만, 이에 대한 저작권 침해 문제라는 넘어야 할 장벽이 있습니다.

4. 동영상 생성 서비스

생성형 AI를 활용하면 효율적이고 유연하게 동영상을 생성하여 동영상 제작 프로세스를 단순화할 수 있으며, 이를 통해 동영상 구성, 특수 효과 추가, 애니메이션 등과 같은 작업을 자동화할 수 있습니다. 그리고 처음부터 동영상을 제작하거나, 동영상 수정, 해상도 및 완성도 향상에도 활용할 수 있습니다.

5. 코딩 생성 서비스

생성형 AI를 활용하면 자동으로 프로그램 코드를 생성할 수 있어 소프트웨어 개발에 활용할 수 있습니다. 물론 아직은 완전한 프로그램을 만들 수는 없지만, 그래도 업무 효율에 도움을 줄 수 있으며, 음성으로 결합한다면 음성으로 프로그램을 만들 수도 있습니다.

6. 3D 생성 서비스

생성형 AI를 사용하여 3D 이미지를 만들 수 있습니다. 수동으로는 불가능할 수 있는 상세한 모양을 만드는 데 활용하거나, 3D 프린팅, 3D 스캐닝, 가상 현실 등과 같은 3D 기반 작업의 효율을 향상시킬 수도 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

4차시

챗 GPT를 비즈니스에 활용하는 방법

챗 GPT를 비즈니스에 활용하는 방법

1. 정보 요약에 활용할 수 있습니다.

비즈니스 운영에는 다양한 정보와 자료들이 필요합니다. 그것들을 모두 꼼꼼히 살펴볼 수 있다면 가장 좋겠지만, 그렇게 많은 시간을 할애할 수 없는 때가 대부분입니다. 따라서 필요한 자료를 챗 GPT에 입력한 후 요약을 명령할 수 있으며, 마케팅 관련 글을 홈페이지에 업로드할 때도 활용할 수 있고, 보다 명료한 버전으로 문장을 압축하는 데 도움을 받을 수도 있습니다.

2. 고객 서비스에 활용할 수 있습니다.

고객들의 질문과 피드백을 수용하기 위한 '챗봇'은 비즈니스에 필수입니다. 챗GPT를 활용하면 보다 효율적으로 이러한 고객 서비스 챗봇을 만드는 것이 가능합니다. 이를 통해 고객 서비스에 필요한 인력과 비용을 절약할 수 있고, 고객들도 더욱 편리하게 서비스를 이용할 수 있습니다.

3. 정보 조사 및 정리에 활용할 수 있습니다.

챗봇GPT의 최고 전문 영역은 역시 자료 조사 영역이라고 할 수 있습니다. 100% 신뢰할 수 있는 정보만을 제공하는 것은 아니므로 사용에 매우 신중해야 하지만, 자료 조사에 있어 시간을 절약할 수 있는 것은 확실합니다. 해당 분야에 대해 잘 알고 있는 친구에게 편하게 질문을 하듯이 정제되지 않은 구어체의 채팅으로 질문을 할 수 있다는 것이 장점이며, 그것을 사용하기 좋게 정리해달라는 요구를 할 수도 있습니다.

4. 마케팅의 개인화에 활용할 수 있습니다.

소비자가 브랜드에 대한 좋은 이미지를 갖도록 하기 위해서는 소비자 개개인의 특성과 환경이 모두 특별하게 존중받는 느낌을 주어야 하므로 비즈니스의 규모와 상관 없이 마케팅은 '개인화'되어 있을수록 좋습니다. 가령 마케팅 메시지를 전송할 때 모두 똑같은 멘트를 일괄적으로 발송하는 것보다는, 챗GPT를 활용해 고객의 성향에 따라 조금씩 다른 문장들을 생성하여 발송함으로써 보다 효과적인 마케팅을 할 수 있습니다.

5. 소셜 미디어 관리에 활용할 수 있습니다.

많은 브랜드들이 SNS 계정을 관리하는 데 큰 시간과 에너지를 쏟고 있습니다. 그만큼 소셜 미디어가 마케팅에서 차지하는 중요도가 갈수록 높아지기 때문입니다. 여기서도 챗GPT를 통해 적절한 캡션이나 댓글을 생성하고 계정 관리 팁을 얻어, 보다 효율적으로 소셜 미디어를 관리할 수 있습니다.

6. 판매 콘텐츠 향상에 활용할 수 있습니다.

SNS 등에 게시되는 마케팅 콘텐츠는 물론, 홈페이지에 업로드된 제품 항목들의 퀄리티를 향상하는 데도 챗 GPT를 활용할 수 있습니다. 챗 GPT를 이용하면 이미 완성된 문장을, 그 내용은 유지하면서도 다른 톤이나 말투로 바꾸는 것이 가능합니다. 따라서 제품 설명이나 사용법 등의 내용을 좀 더 가독성이 높고 매력적인 콘텐츠로 다듬어 소비자에게 어필할 수 있습니다.

7. 비즈니스 아이디어를 생성하는 데 활용할 수 있습니다.

챗GPT에게는 '아이디어를 달라'는 질문을 하는 것이 가능하며, 챗GPT는 실제로 활용할 만한 여러 아이디어들을 제공해 줍니다. 따라서 비즈니스와 관련해 새롭고 창의적인 아이디어가 필요할 때, 원하는 결과와 효과가 무엇인지만을 명확히 하면서 챗GPT에게 새로운 관점을 제시해달라고 부탁하면 요청한 내용에 대한 답 또는 아이디어를 제공 받을 수 있으며, 답 또는 아이디어를 제공받은 것에서 그치지 않고, 관련 내용에 대해 계속해서 파생 질문을 주고받을 수 있습니다.

학습자료

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

14차시

학습자료

챗GPT를 활용한 마케팅 방법

챗GPT를 활용한 마케팅 방법

1. 콘텐츠 생성 및 소셜 미디어 관리를 통한 마케팅

블로그 글, 소셜 미디어 포스트, 광고 카피 등 다양한 마케팅 콘텐츠를 생성하는 데 ChatGPT를 사용할 수 있으며, 검색엔진에 최적화된 콘텐츠를 생성하여 웹사이트의 검색 엔진 순위를 높일 수 있습니다. 특히 소셜 미디어 계정을 관리하고, 관련 콘텐츠를 정기적으로 게시하는 데 챗GPT를 활용할 수 있으며, 트렌드에 맞는 해시태그를 생성하거나, 팔로워들의 댓글에 자동으로 응답하는 데 사용할 수 있습니다.

2. 고객 서비스를 통한 마케팅

챗GPT를 통해 자동화된 고객 서비스를 제공할 수 있으며, 이는 고객의 질문에 실시간으로 대응하는 챗봇을 구현하는 데 사용될 수 있고, FAQ 섹션을 자동화하여 고객이 자주 묻는 질문에 대한 즉각적인 답변을 받을 수 있도록 할 수 있습니다.

3. 개인화된 마케팅

챗GPT를 활용하여 고객의 이전 상호작용, 구매 이력, 선호도 등을 분석하여 개인화된 마케팅 메시지를 생성할 수 있으며, 이메일 마케팅 캠페인에서 개인화된 추천 제품이나 서비스를 제안하는 데 사용할 수 있습니다.

4. 시장 조사 및 트렌드 분석을 통한 마케팅

챗GPT를 사용하여 시장 조사를 수행하고, 관련 데이터를 수집하여 분석할 수 있으며, 경쟁사 분석, 고객 선호도 조사, 새로운 시장 기회 발굴 등에 활용할 수 있고, 소셜 미디어 피드, 뉴스 기사, 포럼 등에서 트렌드를 분석하여 마케팅 전략에 반영할 수 있습니다.

IT 마케팅에서의 챗GPT 활용_전략 개발부터 실무 적용까지

15차시

프라이빗 챗 GPT의 기능

프라이빗 챗 GPT의 기능

1. 정보 검색 및 지식 관리를 할 수 있습니다.

프라이빗 챗GPT는 인터넷뿐만 아니라 기업 내 데이터베이스 문서 웹사이트 등과 같은 기업에서 운영하는 다양한 저장소에 보관된 정보를 빠르게 검색하고 수초 내에 요약해 주므로 임직원들이 손쉽게 접근할 수 있습니다.

2. 콘텐츠 생성 및 편집을 할 수 있습니다.

주어진 프롬프트와 지침에 따라 기사 보고서, 소셜 미디어 게시물과 같은 콘텐츠를 생성하며, 교정 및 편집을 지원하여 문서의 문법적 정확성과 일관성을 보장할 수 있습니다.

3. 언어 번역 및 다국어를 지원합니다.

언어 번역 및 다국어 지원을 통해 다른 언어를 사용하는 개인 간의 의사소통을 용이하게 합니다.

4. 의사 결정을 지원하고 분석할 수 있습니다.

대량의 데이터를 처리함으로써 패턴 추세 및 상관 관계를 식별하여 조직이 정보에 입각한 선택을 하고 전략을 최적화할 수 있도록 데이터를 분석하고 의사 결정 프로세스를 지원하는 통찰력을 제공할 수 있습니다.

5. 교육 및 온보딩을 지원할 수 있습니다.

온보딩 프로세스가 진행되는 동안 신입 직원에게 프라이빗 챗GPT를 사용하게 함으로써 질문에 답하고 교육 자료를 제공하며 회사 생활과 관련된 단계별 지침과 지원을 제공하여 조직으로의 원활한 전환을 보장할 수 있습니다.

6. 고객 지원 및 서비스에 활용할 수 있습니다.

가상 고객서비스 담당자 역할을 하여 고객 문의를 즉각적으로 처리하고 제품 또는 서비스에 대한 정확한 정보를 제공하며 문제 해결을 지원할 수 있는데, 고객 서비스 과정에서도 개인화된 응답을 제공하고 관련 데이터베이스에 액세스하며 일관되고 시기 적절한 지원을 보장할 수 있습니다.

7. 업무 자동화 및 워크플로를 최적화할 수 있습니다.

일상적인 작업과 워크플로 자동화를 통해 데이터 입력 보고서 생성 등 반복적인 작업을 처리하게 하여 업무 효율성과 생산성을 높일 수 있으므로 임직원은 보다 복잡하고 전략적인 활동에 집중할 수 있습니다.

8. 개인 비서 역할 수행 및 생산성을 향상시킬 수 있습니다.

프라이빗 챗GPT는 가상 개인비서 역할을 할 수 있기 때문에 작업을 관리하고 약속을 예약하며 알림을 설정하고 작업의 우선순위를 지정할 수 있도록 직원을 도울 수 있으며 이를 통해 개인의 생산성을 향상시킬 수 있습니다.

학습자료