

## 강의계획서

### 1. 교과목 정보

교과목명	학점	권장 학과	권장학년	이수구분		
광고홍보기획 및 실행전략	2학점 (●) 3학점 ( )			예술체육 진로		
작성 교수	대학 및 부서	학과(학부)		성명		
	인문사회대학	언론영상광고학부, 광고홍보학과		구자휘		
학습목표	광고홍보기획의 전반적인 개념을 배우고, 기획서 작성을 위한 세부적인 관련 지식을 배운다.					
강의교재	컴퓨터					
교육 목적 및 필요성	광고 홍보 산업의 팽창과 발전으로 인해, 치열한 경쟁 속에 있는 기업들은 올바른 광고 및 홍보기획과 전략을 요구하고 있다. 이에 대한 요구에 대응하기 위해 광고홍보 기획에 대한 이해 및 전략수립방안에 대한 학습 필요성이 제기된다. 전략적인 커뮤니케이션을 통해 일반대중들에게 효율적인 광고 홍보 마케팅 활동을 펼치는 방법을 습득해야 하는 것은 모든 산업분야에서 요구되고 있는 것이다. 본 과목은 기획과 전략에 대한 전반적인 이해와 실행을 통해 학습자의 광고홍보에 대한 현장실무능력을 강화하도록 할 것이다.					

## e-Learning 콘텐츠 주별 강의내용

차 시	주 제	세부 내용
제1차시	- 오리엔테이션 - 광고커뮤니케이션	- 광고기획 - 분석 - 좋은 광고기획 - 기획의 구성원리 - 상황분석
제2차시	- 광고 전략 - 광고 컨셉	- 전략 분석 - 광고 목표 - 메시지 - 매체운용과 컨셉 추출 - USP - 포지셔닝
제3차시	- 광고 컨셉	- 광고 컨셉 추출 방법 - 포지셔닝 - 5w1h - 컨셉문장
제4차시	- 광고 컨셉	- 제품특성을 이용한 컨셉추출 - 소비자특성을 이용한 컨셉추출
제5차시	- 광고 기획서	- 기획서 구성의 원리 - 우수기획서 사례분석
제6차시	- 광고 기획서 - 시각의 중요성	- 우수기획서 사례분석2 - 시각의 창출 및 의미 생성
제7차시	- 아이디어 발상	- 상상, 용도, 공감, 시각 - 매직, IF, 역발상, 고정관념깨기
제8차시	중간고사	중간고사
제9차시	- 크리에이티브 표현유형 - 카피라이팅	- 설명, 실증, 유명인, 증언 - 구체적, 은유, 비쥬얼 묘사, 압축
제10차시	- 선발주자 후발주자 - 마케팅의 이해	- 마케팅 전략 - 4P, 시장 세분화
제11차시	- 타겟팅 전략 - 소비자 인사이트	- 경쟁력과 브랜드 - 인사이트의 이해 및 단계
제12차시	- 성공마케팅의 조건 - 프로모션	- 소비자, 경쟁사, 새로운 기회등 - 개념, 소비자, 중간업체
제13차시	- 브랜드의 이해 - 브랜드 구축과 관리	- 이해, 종류, 자산, 가치 - 구축, 관리, 측정
제14차시	- 광고 매체 - 매체스케줄링	- 광고매체 - 매체스케줄링, 미디어 믹스
제15차시	기말고사	기말고사