

## 2016학년도 2학기 수업계획서

과목명	광고의이해
학점(시간)	3(3)
이수구분	교양
수강번호	01
강의시간	
강의실	
교수명	안의진
소속	언론정보학과
면담시간	

※동일과목:

※선수과목:

※선행과제 :

1. 강의소개 : 광고의 기본 개념에 대한 설명
2. 수업목표 : 광고 이론과 제작과정에 대한 개념 이해
3. 수업진행 방법
4. 중요 교재 및 문헌
5. 수업의 효율성 제고를 위한 기타사항(선수과제 제시 권장) :

6. 학습평가 :  
 중간시험30%, 기말시험 30%, 과제 30%, 출석 10%

7. 주별계획

주	학습목표 및 목차	주교재 및 참고자료	퀴즈/과제/토론 유무
1	광고이해를 위한 기초개념 -마케팅 -마케팅4p -마케팅커뮤니케이션(광고)		
2	광고이해를 위한 기초개념 -마케팅커뮤니케이션(홍보개념) -마케팅커뮤니케이션(홍보종류) -마케팅커뮤니케이션(대인판매/판매촉진)		

7. 주별계획

주	학습목표 및 목차	주교재 및 참고자료	퀴즈/과제/토론 유무
3	광고산업 -광고종류 -광고산업 -광고직종		
4	광고 환경 -광고와 경제 -광고와 사회 -광고규제		
5	광고메시지 수용 과정 -지각과정 -기억 -태도		
6	광고이론1 -단순노출 -조건화 이론 -휴리스틱스		
7	광고이론2 -태도모델 -관여도이론, ELM -광고분석		
8	중간시험 실시		
9	캠페인전략 구성 -IMC기획서, 상황분석 -목표타겟 설정 -캠페인 목표 설정(계층이론)		
10	캠페인전략구성 -광고컨셉(what to say/how to say) -컨셉도출을 위한 프레임(PLC/FCB) -컨셉도출을 위한 프레임(포지셔닝)		
11	광고크리에이티브 -창의성과과정 -빅아이디어 내는 법 -스토리보드 작성		
12	소구기법 -음향(징글) -언어기법 -비주얼기법		
13	소구기법 -이성소구(프리젠테이션, 증언) -감성소구(유머, 섹스) -감성소구(공감, 애국심)		
14	매체기획 -기본용어 -매체별 특성		
15	기말시험 실시		