

붙임2.

# 강 의 계 획 서

전공	제목	부제목
전선	매체 기획	매체 기획의 이론과 실제
교재	매체 기획 강의록	
부교재	켈리 & 유겐하이머 (2006). 광고 미디어 플래닝, 한국 방송공사	

## 1. 교과목 개요

광고를 합리적으로 하려면 저비용 고효율의 원칙을 준수해야 한다. 그런데 광고비의 80% 이상이 광고매체의 구입으로 사용된다는 것이다. 이러한 사실은 광고매체의 특성을 이해하고 매체 구입의 합리적인 프로세스에 대한 이해를 필요로 한다. 본 강좌는 바로 이러한 필요성에 부응하여 수강생들에게 합리적 광고를 하기 위한 광고매체에 대한 지식과 방법을 제공한다. 수강생들은 이 과목을 통하여 매체의 유형과 특성을 이해하고, 매체비용을 최소화하여 광고효과를 극대화하기 위한 매체기획의 방법을 터득하게 된다.

## 2. 주별 내용

주차	강의 주제	파일 유형/번호
1	-오리엔테이션	
2	-매체기획의 개념 및 용어 이해	PDF파일1
3	-광고 매체의 이해하기	PDF파일2
4	-총 노출량이란 무엇인가?	PDF파일3
5	-유효, 빈도, 도달률 이해하기	PDF파일4
6	-매체의 정성적 경제적 분석 방법	PDF파일5
7	-매체목표, 표적 수용자, 노출지역 분석하기	PDF파일6
8	-중간고사	
9	-매체 노출량과 광고 점유율의 결정	PDF파일7
10	-매체 선택 방법	PDF파일8
11	-매체 예산 결정	PDF파일9
12	-스케줄링과 플로우차트 작성	PDF파일10
13	-매체 기획서의 구조와 체크리스트	PDF파일11
14	-사례 분석	
15	-기말고사	