

강의계획서(Syllabus)

2017학년도 제1학기

교과목명 (Course Title)	학수번호 (Course No)	이수구분 (Course Classification)	강의실/수업시간 (Classroom & Time)	학점 (Credit)
마케팅커뮤니케이션(캡스톤디자인)	MGT4072-01	전공	화 10.0-12.5 202-293(사회과학/경영관 208 MBA 202 강의실)	3

담당교수(Instructor)		담당조교(Teaching Assistant)	
이름(Name)		이름(Name)	
연구실 위치 (Office)			
연락처1(연구실) (Office Phone Number)		연락처1(연구실) (Office Phone Number)	
e-메일(E-mail)		e-메일(E-mail)	
연락처2(휴대폰) (Cellular Phone)		연락처2(휴대폰) (Cellular Phone)	
상담시간 (Office Hours)	aby appointment	상담시간 (Office Hours)	aby appointment

강의개요 (Course Description)	<ul style="list-style-type: none"> - 본 강좌는 기업에서 수행하는 광고 및 촉진 활동의 개요를 소개하고 전략적이고 체계적인 광고전략을 수립하는 과정을 소개한다. - 수강생들은 본 과목을 수강하기 위해 마케팅 전략과 소비자행동을 미리 수강하여야 한다. 왜냐하면 광고전략은 마케팅전략을 토대로 수립되어야 하고 효과적인 광고전략을 수립하기 위해선 소비자행동에 대한 이해가 필요하기 때문이다. - 본 과목은 수강생들에게 광고 및 촉진활동과 관련해 실무적인 적용 능력을 제공하기 위해서 광고전략과 관련된 다양한 사례를 소개하고 실전 연습을 위한 프로젝트 과제를 부여한다.
--------------------------------------	---

강의목표 (Course Objectives)	<ul style="list-style-type: none"> - 본 과목은 수강생들에게 창의적인 마케팅 커뮤니케이션 전문가가 되기 위한 자질과 마음가짐을 제공하고 이를 위해 수업전반에 icebreaking시간을 가져 수업내용과 관련된 좋은 글들을 소개한다. - 본 과목은 수강생들에게 기업활동 전반의 관점에서 광고역할을 소개하고 이를 통해 체계적이고 논리적인 광고전략을 수립할 수 있는 기초지식을 제공한다. 이를 위해 본 과목은 광고와 함께 다양한 커뮤니케이션 활동을 통합적인 관점에서 소개한다. 본 강좌를 통해 수강생은 다음과 같은 능력을 배양하여야 한다. - 브랜드에 대한 체계적인 분석을 통해 광고가 담당하여야 할 역할을 발견할 수 있어야 한다. - 실제 브랜드를 위한 창의적인 광고 아이디어를 발견할 수 있는 자세를 갖추어야 한다. - 실제 브랜드에 대한 창의적인 광고전략을 수립할 수 있는 능력을 갖추어야 한다.
-------------------------------------	--

강의구조 (Course Structure)	강의방법(Method)	비율(Percentage)
	강의(Lecture)	80

강의구조 (Course Structure)	강의방법 (Method)	비율 (Percentage)
	토론 발표 (Discussion/Presentation)	20

평가요소 (Category)	비율 (Percentage)	
	변경전	변경후
출석 (Attendance)	20	
중간고사 (Midterm Exams)	35	
기말고사 (Final Exams)	35	
과제 (Homework)	10	

교재 및 참고서적 (Textbooks & Reference books)	구분 (Type)	교재명 (Title)	저자 (Author)	출판사 (Publisher)	출판년도 (Published Date)	지정도서 (Course Reserved books)
	주교재 (Primary Textbook)	광고관리	안광호/이유재/ 유창조 저	(학현사)		
	주교재 (Primary Textbook)	촉진관리	안광호/김동훈/ 유창조 저	(학현사)		

과제 (Assignments)	과제명 (Assignment Title)	제출일자 (Due Date)	제출방법 (Mode of Submission)

수강요건 (선수과목포함) (Course PreRequisites)	
--	--

실험실안전 교육계획	
---------------	--

기타 안내사항 (Other Information)	
E-mail and E-Class	E-mail and E-class will be used as the primary tools of communication with students. Students are responsible for all information sent via their designated e-mail accounts and posted on the e-class by the professor.
Academic HONESTY	This class follows the University's policy of academic integrity that is available in the University course catalog.

Assurance of Learning – Learning Goals & Learning Objectives

Chk	Learning Goals		Learning Objectives		Level of Concentration
	UG1	Global competitiveness	UG1-01	Ability to communicate in English at an acceptable level	
√	UG1	Global competitiveness	UG1-02	Ability to identify and understand global dynamics of business and economic differences	2
√	UG2	Innovative thinking and problem solving ability	UG2-01	Ability to understand a functional interaction of business environment	3
	UG2	Innovative thinking and problem solving ability	UG2-02	Ability to set up strategies to solve business problems	
√	UG3	Business ethics	UG3-01	Ability to understand ethical problems related to business	3
	UG3	Business ethics	UG3-02	Ability to identify corporate social responsibility	
√	UG4	Functional knowledge in management	UG4-01	Ability to adapt to fast changing business environment	3
	UG4	Functional knowledge in management	UG4-02	Ability to recognize and analyze business problems	

Assurance of Learning – Assessment Tools

ID	Tools	Check
TC11	Class Homework	√
TC21	Team Project	
TC22	Individual Term Project	
TC23	Individual Presentation	
TC31	Student Survey Regarding Improvement in English Communication Capability	

ID	Tools	Check
TC32	Business Ethics Short Essay	
TC41	Class Quiz	
TC42	Class Exam	√
TC51	Discussion Evaluation	
TC54	Peer Evaluation	
ETC1		
ETC2		

주별 강의 일정(Class Schedule)

주 (Week)	강의내용 (Class Topic & Contents)	비고 (Remarks)
1	Ice Breaking 1: 사무엘 울만의 청춘 햄번과 테레사의 조언 과목소개(Orientation) 광고에 대한 이해 - 광고에 대한 관점과 광고의 역할 - 광고제작과정에 대한 개요	교재 1장
2	Ice Breaking 2: 성공하는 사람들의 7가지 습관 광고산업의 개요 - 광고 산업의 구성원 - 광고회사의 업무와 현황 - 광고주와 광고회사의 관계	교재 2장
3	Ice Breaking 3: 나의 비전 세우기 마케팅 전략의 개요 - 기초분석 - 전략적 framework의 개발 - 전략의 구체화	교재 3장
4	Ice Breaking 4: 90-10 principle 커뮤니케이션 개념과 IMC: - 커뮤니케이션 모형 - IMC의 개념과 특징 - IMC의 목표 - IMC 전략수립과정	교재 4장
5	Ice Breaking 5: Seven Sins 광고전략의 수립과 실행 1: - 광고목표의 설정방식 - 광고예산의 책정방식	교재 6장, 7장
6	Ice Breaking 6: Warren Buffet의 CNBC 인터뷰 광고전략의 수립과 실행 2: - 광고 컨셉트의 선정 - 크리에이티브 아이디어의 선정 - 크리에이티브 아이디어의 개발	교재 8장, 9장, 10장
7	중간시험	교재 11장, 12장
8	Ice Breaking 7: Grit 광고전략의 수립과 실행 3: - 매체유형별 특징	

주 (Week)	강의내용 (Class Topic & Contents)	비고 (Remarks)
	- 매체계획의 수립	
9	Ice Breaking 8: 법정 스님의 무소유철학 기타 마케팅 커뮤니케이션 도구 소개 1: - PR의 특징 - PR의 종류 및 사례 - PR의 도구 및 전략수립과정의 개요	강의자료
10	19대 대통령선거	
11	Ice Breaking 9: 조용필과 시련 기타 마케팅 커뮤니케이션 도구 소개 2: - SP의 정의와 유형 - 유형별 특징 - SP효과와 문제점 - SP 전략수립과정과 기타 사례	강의자료
12	Ice Breaking 10: 리츠칼튼의 와우 스토리 기타 마케팅 커뮤니케이션 도구 소개 3: - 영업과정 및 영업전략 - 기타	강의자료
13	Ice Breaking 11: 누에고치 이야기 사례 소개 및 보충(창의성) 프로젝트 안내	교재 13장
14	공휴일(현충일)	교재 13장
15	기말고사	
16	Ice Breaking 12: Presentation Skill 광고효과 측정: - 광고효과의 특징과 종류 - 광고효과의 특징 Ice Breaking 13: 슬개이야기 뉴미디어시대의 패러다임 변화 - 시장의 진화 - 산업의 재편 - 소비자 및 기업의 변화 - 미래사회와 전략	보충 강의자료
장애학생 지원내용	본 과목을 수강하는 장애학생은 수업에 필요한 별도의 지원이 필요한 경우, 담당 교강사 및 장애학생지원센터(서울 02-2260-3043)로 필요한 사항을 요청하시기 바랍니다.	