

# 소셜미디어 콘텐츠 크리에이션 전략과 비즈니스

[이화여자대학교 정책대학원, 2020년도 1학기]

과목명/과목코드	소셜미디어 콘텐츠 크리에이션 전략과 비즈니스
기간/시간	Mar 16. 2020 ~ June 26. 2020 / 목요일 8~9 교시 (19:00-21:45) 신종코로나 바이러스 확산으로 수업 일정 변경됨
강의언어	한국어 / 교재의 경우 영어 한글 교재 모두 활용함
강의실	이화-포스코관 강의동 458
담당교수	유승철 [Seung Yoo]

## I. 교과목 정보 Course Overview

### 1. 교과목 개요 Course Description

최근 의료/보건, 생산, 공공, IT, 교육을 포함한 수많은 영역에서 유튜브(Youtube)로 대표되는 ‘소셜 미디어 영상 콘텐츠’ 제작에 열안이 되어 있습니다. 아쉽게도, 국내 대학원 과정에서는 콘텐츠 제작과 온라인 유통에 대해 전략적으로 접근하지 못하고 있는 현실입니다. 본 강좌는 ‘창의적 콘텐츠 기획과 제작’을 배우고 싶은 모든 정책대학원 학생들에게 열린 수업입니다. 구체적으로, 본 강좌는 성공적인 기업 또는 비영리조직/개인 브랜드를 만들기 위한 브랜드 콘텐츠(Brand Content) 콘셉트 개발, 아이덴티티 전략, 그리고 세부적인 소셜 메시지를 구체화할 방안을 배울 수 있습니다. 아이디어 발상법, 브랜드 네이밍, 블로그 콘텐츠 제작, 영상 콘텐츠 제작, 네이티브 광고(Native Ad), 유튜브 제작에 이르는 다양한 소셜 콘텐츠를 직접 기획/제작해보고 또 효과적으로 프레젠테이션할 수 있는 역량을 기를 수 있습니다.

### 2. 선수학습사항 Prerequisites

N/A [특별 선수학습은 필요하지 않지만 소셜 콘텐츠 제작/기획에 관한 높은 관심이 필요합니다]

영상촬영 및 편집 기술에 능하다면 도움이 될 수 있습니다. 하지만, 모른다고 해도 강좌 참여에 큰 어려움은 없습니다.

대부분의 촬영은 개인의 핸드폰과 삼각대만으로 촬영하도록 강좌를 구성할 예정입니다.

### 3. 강의방식 Course Format / 수업철학 Teaching Philosophy

강의 Lecture	발표/토론 Discussion/Presentation	실험/실습/과제 Experiment/Practicum	현장실습 Field Study	기타 Other
50%	20%	20%	10%	0%

(위 항목은 실제 강의방식에 맞추어 변경 가능합니다.)

강의 진행 방식 설명 (explanation of course format):



본 강좌를 수강하는 학생들은 강의/실습/특별 초청 강의/온라인 토론/회사 현장방문 등 종합적이고 다면적인 접근을 통해 비판적인 사고와 실용적인 기술을 동시에 배울 수 있을 것입니다. 강좌 특성상 학생들과의 협의에 따라 2-3회는 온라인 수업[플립러닝]으로 대체될 수 있습니다. 또, 실습을 위해 목동에 위치한 KT 방송 스튜디오에 방문해 실습을 진행할 수 있습니다.

#### 4. 교과목표 Course Objectives & 수업철학

본 수업은 비즈니스 커뮤니케이션 기획자로서 기초적인 전략적 커뮤니케이션 소양 및 컨텐츠 기획/제작능력을 기르는데 역점을 둡니다. 수업을 통해 학생들은 기획자로서 컨텐츠 의사결정에 필요한 판단력과 기획력을 기를 수 있습니다.

#### 5. 학습평가방식 Evaluation System

과제	10%
기말시험 [필기/실기시험]	20%
콘텐츠 리더쉽 프레젠테이션 [개인 or 팀]	20%
이화 아이디어 페스티벌	20%
수업출석	30%

(위 항목은 실제 학습평가방식에 맞추어 변경 가능합니다.)

\*그룹 프로젝트 수행 시 팀원평가(PEER EVALUATION)이 평가항목에 포함됨.

Evaluation of group projects may include peer evaluations. / 평가방식 설명 (explanation of evaluation system):

#### 기말시험 (Exam, 20%)

기말시험은 한 학기 동안 배운 모든 지식을 종합적/다면적으로 측정합니다[본 수업은 중간시험이 없습니다]. 학생들은 수업자료/과제/토론을 포함한 모든 자료를 검토해야 합니다. 25-30 객관식 문제들/10-12 TF(정오) 문제들과 에세이 문제가 동시에 주어질 예정입니다. 에세이 문제는 실기형 문제로 배운 지식을 현장에 활용하는데 초점을 맞출 예정입니다. 시험에 대한 구체적인 가이드는 시험 전 강의시간에 별도로 주어질 것입니다. 시험은 OPEN BOOK 방식으로 진행됩니다.

#### 콘텐츠 리더쉽 프레젠테이션 (Content Leadership Presentation, 20%)

학기 중 학생들은 개인 또는 팀을 이뤄서 소셜 커뮤니케이션 크리에이티브 관련 특정 주제에 대한 10-20분 연구 프레젠테이션(Research Presentation)을 진행하게 됩니다. 각 팀은 특정 주제의 전문가로서 발표를 진행하고 발표 후 5-10분간 토론을 주도하게 됩니다. 연구 주제들에 대해서는 학기 초 별도로 공지될 예정입니다. 본 프레젠테이션은 발표의 내용뿐 아니라 발표력을 동시에 평가합니다.

#### 이화 아이디어 페스티벌(Ewha Idea Festival, 20%)

학기말 모든 학생은 주어진 특정 주제에 대해서 개별적/또는 팀으로 [소셜 커뮤니케이션 컨텐츠 창제작] 관련 아이디어 프레젠테이션을 진행하게 됩니다. 주제에 대한 세부 내용은 학기 초 공지될 예정입니다. 페스티벌에서는 모든 창의적인 방법을 동원해서 목표청중과 클라이언트를 설득하게 됩니다.

#### 출석 (Attendance, 30%)

본 강좌는 다양한 수업토론, 수업 중 연습, 초빙 강의 등 다양한 수업 내 상호작용을 통해 이뤄집니다. 따라서 수업출석은 매우 중요합니다. 학생들은 수업 불참에 대해서는 상응하는 별점이 주어지며 '5회 이상 불참'에



대해서는 'F'학점이 주어지게 됩니다. 불가피한 사고(응급, 친족의 사망, 교통사고 등)로 인한 불참의 경우 학생은 교수에게 이메일을 통해 사전/사후에 연락하고 불참에 대한 이유를 문서를 통해 밝힐 의무가 있습니다. '단순한 병원 방문'은 불참 사유가 되지 않습니다. 병원 진단서에 '학업 등 불가함'이 명시되어야 합니다. 지각 3회는 결석 1회와 같이 간주합니다. 수업출석 등록에 문제가 있음을 발견한 경우 최대 1주일 내 교수자와 본인의 출석 기록 상태를 확인하고 정정해야 합니다. 학기말에 변경은 불가합니다.

### 과제 (Homework, 10%)

학기 중 콘텐츠 기획/제작 과제가 주어질 예정이며 과제물은 '사이버 캠퍼스 온라인 시스템'을 통해 제출해야 합니다[교수자는 수업 시간에 하드카피 제출을 요청할 수 있습니다]. 마감일을 넘겨 제출된 과제는 무효처리[0점] 또는 감점처리 됩니다(예 : 마감일 마감 시간 이후 제출: 50% 감점, 다음날 제출: 0점). 과제 내용에 대해서는 수업시간 중에 별도 안내될 일정입니다. 마감 기한 이후에 이메일 제출은 불가합니다.

제출된 과제 파일은 아래 양식에 따라 [영문]으로 저장/제출해야 합니다.  
[LastName\_FirstName\_HW#.doc, docx, or ppt, pptx] (예: Yoo\_Seung\_HW1.doc)  
-파일명이 지나치게 길어지지 않도록 주의해주세요

제출된 과제는 아래 형식에 따라 채점될 예정입니다:

Quality	매우 부족	부족	평범	우수	매우 우수
Points	0	70	80	90	100

본 강좌는 SNS를 통한 커뮤니케이션을 활성화하기 위해 페이스북페이지(<https://www.facebook.com/ewhabrandcommunication>)를 별도로 운영하고 있습니다. 학생들은 페이스북페이지를 Like[Follow]해서 수업 및 광고/마케팅에 대한 정보를 습득하길 권장합니다. 수업에 대한 특별 공지는 사이버캠퍼스와 페이스북을 통해 동시에 이뤄집니다.



## II. 교재 및 참고문헌 Course Materials and Additional Readings

### 1. 주교재 Required Materials

꼭 구매해야 할 교재는 없습니다. 교재문현은 'PDF형식'으로 이화여자대학교 온라인 사이버 캠퍼스에 게재될 것입니다. 학생들은 수업시간에 종이 출력물을 준비하거나 노트북이나 스마트 기기를 활용해서 준비하셔도 좋습니다. PDF참고문현들 중 필수문현은 별도 표기 없이 숫자로 표기됩니다 (예: 1,2,3.).

### 2. 부교재 Supplementary Materials

NA

### 3. 참고문헌 Optional Additional Readings

참고도서:

1. 직업으로서의 소설가 / 무리카미 하루키(2016)
2. 콘텐츠의 미래 / 바라트 아난드(2017)
3. 네이티브광고 / 유승철(2016)

기타 PDF 참고문현은 OR(Optional Readings)로 별도 표기될 예정입니다(예: OR(1,2,3)).

추가 참고도서 및 문헌 리스트는 학기 초 수업시간에 별도로 제공될 예정입니다.

## III. 수업운영규정 Course Policies

### 과제 제출 원칙 (Turning in Assignments)

과제 제출은 마감일 이전에 하는 것을 원칙으로 합니다. 늦은 제출은 [0점] 처리되거나 50%이상 벌점 처리가 됩니다. 모든 과제는 온라인 시스템을 통해 제출되어야 합니다. 제출된 모든 과제(블로그 에세이 포함)에 대해서는 적절한 표절 심사가 이뤄질 예정이며 표절 사례가 있을 경우 자동적으로 'F학점'이 주어집니다. MS WORD/PPT/PDF 프로그램 제출을 원칙으로 하며 한글(HWP)파일의 경우 PDF로 변환 후 제출해야 합니다. 제출한 문서가 열리지 않는 등 문서 내 에러가 있을 경우[0점]처리가 됨으로 학생들은 여러 번 확인 후 제출할 것을 권장합니다.

### 점수 (Grading Scale)

본 강좌는 이화여자대학교 점수 채점 원칙에 따르며 상대평가와 절대평가를 조합해 최종 성적을 결정합니다.

### 개인/팀 면담 (Consulting/Meeting)

강좌 관련된 면담 또는 진로/학업 등에 대한 면담은 언제든지 환영합니다.

프로젝트 또는 프레젠테이션에 대한 팀 단위의 면담도 적극 권장합니다.

면담을 요청하는 학생은 교수에게 e-Mail을 통해 담당 강사와 면담시간을 사전에 조율할 수 있습니다.

\* 실험실 진행 강의의 경우 본교에서 진행되는 '실험실안전교육'을 필수로 이수하여야 함.

\* For laboratory courses, all students are required to complete lab safety training.



#### IV. 주차 별 예상 강의계획 Tentative Course Schedule (최소 15주 이상 강의 진행)

회차	날자	수업주제	메모
#1	03월 19일	Planning for_Strategic Brand Comm _ 기획이란 무엇인가? 기획자로서 소양 기르기	서로 알아가기 스토리 사례리뷰
#2	03월 26일	The Pitch _ 콘텐츠 아이디어 프레젠테이션 그리고 설득	
#3	04월 02일	Creative Content Idea / The BIG IDEA for a Brand	강의 사례 * 실습
#4	04월 09일	Brand Communication & Storytelling Approaches _ 스토리 전략	
#5	04월 16일	Story Analysis & Brand Story Creation Practice	실습
#6	04월 23일	Product/Service Naming _ 브랜드 이름 만들기 그리고 브랜드 아이덴티티 전략	과제안내
		Brand Communication & Media Creative _ 매체전략과 커뮤니케이션	강의 * 실습
#7	04월 30일	Brand Message & Media Effect _ 수용자 효과	강의
		Collaborative Idea Mapping _ 아이디어 구성방법 및 표현	실습
#8	05월 07일	개인/그룹 프레젠테이션 진행	발표/토론 발표/토론
#9	05월 14일	Advertising Creative Strategy & Consumer Psychology <b>특강 #1 - 콘텐츠 크리에이터 초청</b>	
#10	05월 21일	Theoretical Background: 브랜딩 그리고 미디어 기호학 - 메시지는 어떻게 소통되는가?	온라인강좌
#11	05월 28일	Stakeholder & Finding Audience: 스테이크홀더 분석과 오디언스 발굴	강의
#12	06월 04일	<b>특강 #2 - 콘텐츠 크리에이터 초청</b>	특강/또는 강의
#13	06월 11일	Audience Insight: 콘텐츠 기획서 작성 특강 및 사례연구/Selling my Content: 잘 팔리는 콘텐츠 만들기 - 뷰, 클릭, 라이크, 추천, 구매의 사이클	강의
#14	06월 18일	Ewha Content Festival: 작품 전략 및 작품 발표회	강의 * 실습
#15	06월 25일	Final Exam [In-Class] _ [오픈북 객관식+에세이]	강의 과제 마감일

- 본 강의 일정은 예제이며 바이러스 관련 이슈 변화 및 수업 상황에 따라 변경 가능함
- 본 강의에서 일정 부분은 온라인 수업으로 진행 가능함 / 바이러스 관련 이슈가 해결됨에 따라 실습 등 보강 일정임



## V. 참고사항 Special Accommodations

\* 학칙 제57조에 의거하여 장애학생은 학기 첫 주에 교과목 담당교수와의 면담을 통해 출석, 강의, 과제 및 시험에 관한 교수학습지원 사항을 요청할 수 있으며 요청된 사항에 대해 담당교수 또는 장애학생지원센터를 통해 지원받을 수 있습니다.

According to the University regulation #57, students with disabilities can request special accommodation related to attendance, lectures, assignments, and/or tests by contacting the course professor at the beginning of semester. Based on the nature of the students' requests, students can receive support for such accommodations from the course professor and/or from the Support Center for Students with Disabilities (SCSD).

\* 강의계획안의 내용은 추후 변경될 수 있습니다.

\* The contents of this syllabus are not final—they may be updated.