

**수업계획서**  
**(2020학년도 1학기)**

과목명	광고와 뇌과학	학수번호	156930-01
학점/시간	3/4	이수학년	3
수업시간 /강의실			
외국어강의		평가유형	절대평가
선수과목	N/A	강좌홈페이지	N/A
면담시간			

**담당교수**

성명	지준형	전화	
연구실		E-mail	
		홈페이지	

**대상계층 및 공적과제**

대상계층	공적과제
노인	
장애인	
청소년	
어린이/유아	
여성	
관리자	[의사결정][효율성][성과역량][분석역량]
대중/시민/고객	[경제적 가치][경험적 가치]

**기술구분(6T)**

[IT_정보기술][CT_문화기술]
<b>경제사회목적별 구분</b>
[문화, 휴양, 종교 및 매스미디어][전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비][전기장비 및 기계장비][지식의 일반적 진보]
<b>1. 교과목개요</b>
바야흐로 4자산업혁명의 시대다. 다양한 학문 빗 산업 분야에서 관련 기술을 도입하기 위한 시도가 이루어지고 있다. 광고도 예외가 아니다. 첨단 IT기술을 활용하여 광고효과를 높이기 위한 시도가 활발하게 이루어지고 있다. 이러한 시도의 일환으로 본 수업에서는 뇌과학 및 표정인식 기술을 활용하여 광고효과를 제고할 수 있는 방안을 모색해 보고자 한다.

**2. 수업목표**

본 수업을 통하여 학생들은 1) 광고가 소비자의 감정에 미지는 영향에 대한 이론, 2) EEG를 사용한 뇌파 즉정방법, 3) 표정인식을 통한 감정 파악방법 등을 학습할 예정이다. 이를 통하여 첨단 IT기술에 대한 이해도를 높일 뿐만 아니라 이러한 방법들을 결합하여 광고효과를 제고할 수 있는 방안을 제시함으로써 첨단 IT기술이 새로운 부가가치 창출에 어떻게 기여할 수 있는지 이해하게 될 것이다.
<b>3. 국민핵심역량</b>
<b>인문역량</b>

인문역량	소통역량	글로벌역량	창의역량	전문역량
	40			60

**4. 선수학습내용**

N/A

### 5. 수업방법

강의	토의/토론	실험/실습	현장학습	발표	창작	기타
∨	∨	∨		∨	∨	

### 6. 평가방법

시험			수행과제			참여		기타
중간고사	기말고사	퀴즈	프로젝트	과제물	발표	출석	수업 참여도	
40%	%	%	40%	%	%	%	20%	%

### 7. 수행과제

과제유형	과제명	제출기한
발표	카메라 및 EEG 센서를 활용하여 쌍고 시정 시 사용자의 감정 변화를 인지할 수 있는 프로그램을 구현함과 동시에 다양한 분야에 활용 가능한 아이디어 도출	수업시간에 공지

### 8. 교재

구분	도서명	저자	출판사	출판년도	ISBN
주교재	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

### 9. 수업규정 또는 안내사항


주차별 수업계획서

01주차	03/16	수업내용	오리엔테이션	비고	
02주차	03/23	수업내용	광고와 감정1: 광고가 소비자의 감정에 미치는 영향	비고	
03주차	03/30	수업내용	광고와 감정2: 소비자의 감정이 광고에 미치는 영향	비고	
04주차	04/06	수업내용	뇌과학1: 뇌의 구조 및 역할	비고	
05주차	04/13	수업내용	뇌과학2: 뇌과학의 역사 및 주요 연구결과	비고	
06주차	04/20	수업내용	뇌과학3: 뇌파 측정 및 주요 연구결과	비고	
07주차	04/27	수업내용	광고와 뇌과학: 뇌과학을 활용한 광고 관련 연구결과	비고	
08주차	05/04	수업내용	중간고사	비고	
09주차	05/11	수업내용	프로젝트 오리엔테이션 및 팀 구성 (가안) 대면수업 - 과제발표	비고	
10주차	05/18	수업내용	프로젝트 가이드라인 설명 & 팀별 토론	비고	

주차별 수업계획서

11주차	05/25	수업내용	노파와 감정의 관계 &#8211; 연구결과 및 쟁점	비고	
12주차	06/01	수업내용	표정과 감정의 관계 &#8211; 연구결과 및 쟁점	비고	
13주차	06/08	수업내용	노파와 표정의 관계 &#8211; 연구결과 및 쟁점	비고	
14주차	06/15	수업내용	노파, 표정, 감정의 종합적 이해 &#8211; 연구결과 및 쟁점	비고	
15주차	06/22	수업내용	프로젝트 결과 발표	비고	