

수업 계획서

협성대학교

과목명	매체기획		수업유형	이론중심
학수번호	수강학과, 학년	미디어영상광고학과, 2학년	이수구분	
학점/주당시수	교수명	공병훈	확인	
연락처			최대수강인원	
E-mail			면담가능요일	

교과개요 및 교과특성	<p>광고를 위한 미디어 환경은 기술 혁신에 기반하여 매우ダイ내막하게 변화하고 있습니다. 변화의 물결은 새롭게 출현한 다양한 디바이스에 국한되지 않습니다. 텔레비전, 라디오, 신문, 옥외광고 같은 전통적 광고 미디어도 스마트폰, 사물인터넷, 인공지능, 웹툰과 웹소설, 디지털 사이니지와 스마트폰 같은 새로운 기술과 결합하여 영향력을 유지하고 있습니다. 이 수업은 다양해지고 거듭하여 새롭게 변화하는 미디어 환경에서 어떻게 광고 전략을 펼칠수 있는지에 관한 내용을 공부합니다. 이 수업에서는 광고란 무엇이며, 미디어란 무엇인지, PR이란 무엇인지에 대한 질문에서부터 시작합니다. 텔레비전, 지상파 방송, 라디오, 신문, 옥외광고, 인터넷, 스마트폰, 사물인터넷 광고, 가상현실 광고와 증강현실 광고 등 개별적인 광고 미디어들의 특징과 광고 효과와 가격, 전략 기획을 위해중요하게 이해해야 하는 내용을 재미있고 흥미롭게 배워 나갑니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 이 수업은 전체 수업에 대해 대면 수업으로 진행되며 이클래스의 영상을 예습과 복습을 위해 제공합니다. ▶ 웹엑스 또는 줌 사용 : 수업의 진행을 위해 필요한 경우에는 웹엑스나 줌을 사용한 수업이나 상담이 진행될 수 있습니다. ▶ 조별 토론 : 카카오톡 단톡방을 조별로 만들고 조별 토론과 실습 과제를 수행함
----------------	---

수업목표	평가방법
광고 산업의 구조와 현황에 대한 이해	강의, 과제, 발표, 시험
전통적 광고 미디어의 특징과 변화에 대한 이해	강의, 과제, 발표, 시험
새로운 광고 미디어인 스마트폰, 사물인터넷 광고, 가상현실 광고와 증강현실 광고의 활용과 기획에 대한 이해	강의, 과제, 발표, 시험
광고 미디어 기획을 위한 전략 수립 방법의 이해	강의, 과제, 발표, 시험

핵심역량	W(의사소통)		L(논리적사고)	
	E1(글로벌)	V	E2(협력)	V
	S(자기관리)		Y(창의)	V

전공능력	미디어 기획을 통해 광고와 홍보 캠페인을 기획하고 운영, 관리하는 역량을 성장시킴
	미디어 기획 학습을 통해 미디어 생태계와 콘텐츠 비즈니스에 대한 관점을 심화시킴

수업방법	강의(Lecture)		발표(Presentation)	
	토론(Discussion&Debate)	V	실험·실습·실기(Experiment & Practice)	
	팀 기반 학습(Team-based Learning)		문제 중심 학습(Problem-based Learning)	V
	프로젝트 기반 학습(Project-based Learning)	V	시연·수업실연 (Simulation)	V
	플립 러닝(Flipped Learning)	V	캡스톤 디자인(Capstone Design)	
	팀티칭(Team Teaching)	V	코티칭(Co-teaching)	
	기타			

수업계획 및 내용

주	수업내용		수업방법	교 재	과제 / 준비물
1	주제	광고, 미디어, PR	강의	강의 교안	
	내용	광고란 무엇인가, 미디어란 무엇인가, PR(Public Relations)이란 무엇인가			
2	주제	텔레비전 광고와 뉴미디어	강의	강의 교안	
	내용	텔레비전과 지상파 방송의 이해, 국내 지상파 방송과 케이블 방송, 뉴미디어와 방송의 혁명적 진화			
3	주제	라디오, 신문, 잡지와 광고	강의, 과제 준비 발표	강의 교안	
	내용	라디오 미디어와 라디오 광고, 신문 미디어와 신문 광고, 잡지와 온라인 신문 미디어와 광고			
4	주제	옥외 광고와 디지털 사이니지	강의, 과제 준비 발표	강의 교안	
	내용	엔비언트 미디어와 옥외 광고, 디지털 사이니지 광고와 극장광고와 공항광고			
5	주제	미디어 브리프와 광고 미디어 전략	강의, 과제 준비 발표	강의 교안	
	내용	광고 미디어 기획과 미디어 브리프 작성, 광고 미디어 전략과 미디어 기획 관련 직업			
6	주제	광고 미디어 조사와 평가 지표	강의, 과제 준비 발표	강의 교안	
	내용	광고 미디어 조사란 무엇인가, 광고 미디어 효과 평가 지표 공부하기			
7	주제	텔레비전과 지상파 광고의 판매 방식	강의, 과제 준비 발표	강의 교안	
	내용	텔레비전 방송광고의 특징과 판매 방식, 지상파 방송광고의 유형과 판매 방식, 방송광고 미디어 기획 관련 중요 웹사이트들 살펴보기			
8	주제	중간고사 과제			
	내용	미디어 브리프 레포트. 상품, 또는 서비스는 최근 3년간 출시된 사례			
9	주제	케이블 방송과 IPTV 광고	강의, 과제 준비 발표	강의 교안	
	내용	케이블 TV와 IPTV 방송 광고의 특징과 방법			
10	주제	인터넷 광고	강의, 과제 준비 발표	강의 교안	
	내용	인터넷 광고의 진화와 다양한 인터넷 광고들, 2019년, 사용자들의 인터넷 이용실태 살펴보기			
11	주제	네이버 광고	강의, 과제 준비 발표	강의 교안	
	내용	네이버의 사이트검색광고, 쇼핑검색광고, 콘텐츠검색광고, 브랜드검색광고, 네이버 지역소상공인 광고와 클릭초이스플러스 광고			
12	주제	네이버 디스플레이 광고와 미디어 스케줄링	강의, 과제 준비 발표	강의 교안	
	내용	네이버의 다양한 디스플레이 광고들, 광고 시점의 결정, 미디어 스케줄링			
13	주제	페이스북 광고	강의, 과제 준비 발표	강의 교안	
	내용	10억명 액티브 사용자의 페이스북 광고, 페이스북의 광고 상품들 살펴보기			
14	주제	디지털 라이프의 변화	강의, 과제 준비 발표	강의 교안	
	내용	코로나10 이후, 디지털 라이프의 변화, 20대 2029의 미디어 이용 행태 분석			
15	주제	기말 과제			
	내용	페이스북과 네이버를 활용한 광고의 사례로서 전략에 대한 기말 과제 레포트			