

강 의 계 획 서

1. 교과목 정보

교과목명		학점	권장 학과	권장학년	이수구분
광고홍보기획 및 실행전략		2학점 (○) 3학점 ()	전학과	전학년	교양
작성 교수	대학 및 부서	학과(학부)		성명	
	미디어대학	광고PR학과		구자휘	
학습목표	광고홍보 기획의 전반적인 개념을 배우고, 기획서 작성, 마케팅 전략 등 광고홍보 실행에 관한 세부 전략 전술에 관한 지식을 배운다				
강의교재	강의PPT				
교육 목적 및 필요성	<p>본 강좌는 광고 및 마케팅에 대한 기본지식을 배우는 것을 목적으로 한다. 본 강좌는 전공에 대한 개념 보다 비전공자들이 광고 및 마케팅에 대한 교양과정의 성격으로, 기초만 익혀도 자신의 전공과 접목해서 응용할 수 있도록 콘텐츠를 선별하였다. 일반적인 광고기획의 콘텐츠와는 다른 구성이 필요한 까닭이다. 광고마케팅 뿐 아니라 다양한 전공의 수강생, 일반인 수강생들에게도 광고, 마케팅, 소비자에 대한 지식을 쌓는데 큰 도움이 될 것이라 믿는다.</p> <p>본 강좌를 통해 비전공자 수강생, 일반인 수강생들이 광고 및 마케팅에 대한 기초이해를 하고, 이를 자신의 전공과 직업에 응용할 수 있다면 큰 의미가 있을 것이다.</p>				

e-Learning 콘텐츠 주별 강의내용

주	차시	주 제	세부 내용
1	1	광고기획 구성1	광고목표, 목표고객, 광고컨셉
	2	광고기획 구성2	상황분석, 광고전략, 크리에이티브전략, 매체전략
	3		
2	1	포지셔닝의 이해	포지셔닝맵, 탄생배경,
	2	포지셔닝의 방법1	속성, 혜택, 사용상황, 용도, 제품 사용자 포지셔닝
	3		
3	1	포지셔닝의 방법2	경쟁상대, 범주, 감각적상징, 문화트렌드, 가격
	2	5W1H	who, when, where, why, how 분석
	3		
4	1	마케팅의 이해 1	Product, Price, Place, Promotion
	2	마케팅의 이해2	Place, Promotion의 방법
	3		
5	1	시장세분화	데모그래픽 방법, 욕구에 의한 방법
	2	타겟팅1	자사고객, 경쟁사고객, 잠재고객
	3		
6	1	타겟팅2	시장진입점, 제품군 성장전략
	2	제품특성에 의한 컨셉추출	제품특징분석, 혜택 정리
	3		
7	1	소비자특성에 의한 컨셉추출	동기와 욕구에 의한 컨셉추출
	2	인사이트	인사이트 추출방법과 사례
	3		
8		중간고사	
9	1	선발주자	지배전략 공격전략, 샌드위치전략, 철수전략
	2	후발주자	직접대응, 차별화, Me too, 틈새전략
	3		
10	1	IMC	IMC이해, 매체활용과 통일성 메시지
	2	루카기획서	루카 광고기획서 사례 분석
	3		
11	1	부산관광촉진기획	부산관광 캠페인기획서 사례분석
	2	광고메시지	광고메시지 아이디어 추출
	3		
12	1	카피라이팅	카피라이팅의 방법 및 사례 분석
	2	브랜드의 이해	브랜드의 의미 및 종류, 될 수 있는 것,
	3		
13	1	브랜드 구축	브랜드 구축의 순서
	2	브랜드 확장	라인확장, 수직적확장, 카테고리 확장
	3		
14	1	매체스케줄링	연속형, 집중형, 혼합형
	2	매체전략	매체의 종류, 매체관리, 매체기획
	3		
15		기말고사	