

1. 강의계획서

강의 계획서

교과목명	국문	디지털 시대와 미디어 홍보
	영문	Digital Age and Media Promotion
범주-영역	<input type="checkbox"/> 기초교양 (소통, 창의, 섬김, 글로컬) <input checked="" type="checkbox"/> 자유교양 (인간, 문화, 자연, 사회, 글로컬, 융합)	
학점(시간)	2학점 2시간	
작성교수명	이 영 호	
수강 희망대상학년	전학년	

성 적 평 가	평가방법	<input type="checkbox"/> 상대평가 <input checked="" type="checkbox"/> P/NP
	<input checked="" type="checkbox"/> 출석 (20 %) <input checked="" type="checkbox"/> 학생포트폴리오 (20 %) <input type="checkbox"/> 참여도 (10 %) <input type="checkbox"/> 수시과제 (%) <input type="checkbox"/> 수시시험 (%) <input checked="" type="checkbox"/> 중간과제 (15%) <input checked="" type="checkbox"/> 중간시험 (10 %) <input checked="" type="checkbox"/> 기말과제 (15 %) <input checked="" type="checkbox"/> 기말시험 (10 %) <input type="checkbox"/> 기타 (%)	
과 목 유 형	<input type="checkbox"/> 이론 <input checked="" type="checkbox"/> 이론+실습 <input type="checkbox"/> 실습	
교 수 방 법	<input checked="" type="checkbox"/> PBL <input type="checkbox"/> Action Learning <input checked="" type="checkbox"/> 융복합 <input type="checkbox"/> 온라인 <input checked="" type="checkbox"/> 온라인활용(수업보조) <input type="checkbox"/> 원어수업(외국어교과목 제외) <input type="checkbox"/> 팀티칭 <input type="checkbox"/> 팀프로젝트	
학 습 방 법	<input checked="" type="checkbox"/> 강의 <input checked="" type="checkbox"/> 발표 <input checked="" type="checkbox"/> 토론 <input type="checkbox"/> 실험 <input checked="" type="checkbox"/> 실습 <input type="checkbox"/> 실기 <input type="checkbox"/> 설계 <input type="checkbox"/> 견학 <input type="checkbox"/> 프로젝트 <input type="checkbox"/> 이러닝(e-learning)	

교과목 개요(※ 상세하게 기술)	교과목 핵심역량											
	구분	해당역량										
<p>(국문) 이 과목은 광고학을 통한 사회봉사교과목이다. 수강생들은 이 과목을 수강하면서 지역사회의 소상공인의 기업을 선정하여 홍보에 관한 사회 봉사를 하게 될 것이다. 이 교과목은 서비스러닝 교과목으로서 강의와 사회봉사가 동시에 진행된다.</p> <p>(영문) This course is a social service subject through advertising. As students take this course, they will select small businesses in the local community and provide social services for public relations. This course is a service learning course, and lectures and social services are conducted simultaneously.</p>	대학목표 부합도	<table border="1"> <tr> <td>섬김</td> <td>소통</td> <td>창의</td> <td>글로컬</td> </tr> <tr> <td>상</td> <td>중</td> <td>상</td> <td>하</td> </tr> </table>			섬김	소통	창의	글로컬	상	중	상	하
섬김		소통	창의	글로컬								
상	중	상	하									
-상, 중, 하로 작성하시면 됩니다.												
NCS 직무기초역량												
의사소통능력	수리능력	문제해결능력	자기개발능력	자원관리능력								
상	하	상	중	하								
대인관계능력	정보능력	기술능력	조직이해능력	직업윤리능력								
상	상	중	하	하								
-상, 중, 하로 작성하시면 됩니다.												
학습목표		수업방법										
1. 광고학에 대한 기본적인 지식을 습득한다. 2. 강의를 통해 배운 지식을 실생활에 응용한다.		이 교과목은 강의실 수업과 동시에 지역 소상공인과의 협업을 통한 사회봉사를 진행한다.										

3. 습득한 지식과 재능을 통하여 지역사회에 봉사한다.		장애학생 지원사항
4. 현대사회에서 PR의 중요성을 인식한다.		
5. 광고와 마케팅에 대한 전문 지식을 습득한다.		
강의동영상 및 강의 PPT 및 노트 제공, 사회봉사과정을 온라인으로 수행할 수 있음		
기대효과		
이 수업을 통하여 수강생들은 광고에 대한 기본적인 지식을 습득하고 현대사회에서 광고와 마케팅에 대한 중요성을 인식하게 될 것이다. 무엇보다 이 교과목은 서비스러닝(사회봉사) 수업이다. 배운 지식을 지역사회를 위해서 적극 활용하게 될 것이다. 15주 동안의 사회봉사를 통하여 수강생들은 대학에서 습득한 지식의 현실적 사회 응용에 대해서 공부하게 될 것이고 지역사회와 대학 간의 협업의 중요성을 깨닫게 될 것이다.		
교과목 교재, 참고문헌(교재명/저자/출판사/출판년도)		
1	주교재	현대사회와 광고 이경자 저, 한경사, 2006
2	부교재	광고 크리에이티브 전략, 톰 엘스틸, 진그로 지금, 김병희 외 4인 역, 2008, 커뮤니케이션북스
3	참고문헌	현대사회와 매스커뮤니케이션, 한국언론정보학회, 한울 아카데미, 2006 광고 크리에이티브의 원리와 공식, 천현숙, 커뮤니케이션 북스, 2009

주차별 수업계획서				
주	주차별 교육내용	교육방법	교재	준비물, 과제, 기타
1	<ul style="list-style-type: none"> 과목 오리엔테이션 강의실에서 교수자와 학습자 간의 강의 <ol style="list-style-type: none"> 1. 광고의 정의를 이해한다. 2. 광고의 정의가 내포하는 의미를 이해한다. 3. 광고의 성공 삼각형의 의미를 이해한다. 4. 광고의 종류를 이해한다. 	강의실 강의 팀구성 포트폴리오 작성 요령	PPT와 프린트 주교재 포트폴리오 결과보고서	서비스러닝 수업에 대한 이해. 사회봉사 계획 및 팀구성 논의
2	<ol style="list-style-type: none"> 1. 우리나라 광고의 규모를 이해한다. 2. 우리나라 광고의 매체 별 구성을 이해한다. 3. 우리나라 광고산업계의 구조를 이해한다. 	강의실 강의 팀별 토의 결과보고서 사회봉사확인 서 작성 요령	PPT와 프린트 주교재 결과보고서 사회봉사확인 서	포트폴리오 결과보고서 사회봉사확인서
3	<ul style="list-style-type: none"> 강의실에서 교수자와 학습자 간의 강의 [학습목표] <ol style="list-style-type: none"> 1. 우리나라 광고의 역사를 이해한다 [학습내용] <ol style="list-style-type: none"> 1. 근대 광고 2. 광고의 현대화기 	강의실 강의 사회봉사계획	PPT와 프린트 주교재 사회봉사계획 서	사회봉사계획서 포트폴리오
4	<ul style="list-style-type: none"> 강의실에서 교수자와 학습자 간의 강의 [학습목표] <ol style="list-style-type: none"> 1. 광고의 기본 기능과 이를 수행하는 과정에서 마케팅적, 사회적, 문화적 경제적 마케팅의 기능을 이해한다. [학습내용] <ol style="list-style-type: none"> 1. 마케팅 측면에서의 광고의 기능 2. 사회적 측면에서의 광고의 기능 3. 문화적 측면에서의 광고의 기능 4. 경제적 측면에서의 광고의 기능 	강의실 강의 사회봉사계획 서 발표	PPT와 프린트 주교재	사회봉사계획서 포트폴리오
5	<ul style="list-style-type: none"> 강의실에서 교수자와 학습자 간의 강의 [학습목표] <ol style="list-style-type: none"> 1. 경제학에서 본 광고의 의미를 이해한다. 2. 광고의 경제적 효과분석 체계를 이해한다. [학습내용] <ol style="list-style-type: none"> 1. 경제학에서 본 광고의 의미 2. 광고의 경제적 효과분석 체계 	이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론	PPT와 프린트 주교재	지역사회 사회 봉사 시작
6	[학습목표] <ol style="list-style-type: none"> 1. 광고를 규제하는 의미를 이해한다. 		PPT와 프린트 주교재	

	<p>2. 우리나라 광고의 심의제도를 이해한다. 3. 규제대상 광고의 유형을 이해한다.</p> <p>[학습내용] 1. 광고대상의 규제 2. 우리나라 광고의 심의제도 3. 규제대상 광고의 유형</p>			
7	<p>[학습목표] 1. IMC 전략의 의미를 이해한다. 2. IMC 전략을 위한 상황분석의 방법을 습득한다.</p> <p>[학습내용] 1. IMC 전략 2. 상황분석(Situational analysis)</p>	이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론	PPT와 프린트 주교재	지역사회 봉사 활동 진행
8	<p>중간 결과 보고회 봉사활동 진행에 대한 보고와 토론</p>	진행되고 있는 사회봉사활동에 대한 중간 보고	중간보고서	중간보고서 및 포트폴리오
9	<p>[학습목표] 1. STP전략의 의미를 이해한다. 2. 시장세분화, 표적시장 선정, 포지셔닝을 이해한다.</p> <p>[학습내용] 1. STP전략</p>	이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론	PPT와 프린트 주교재	지역사회 봉사 활동 진행 사회봉사확인서
10	<p>[학습목표] 1. 마케팅 목표와 광고 목표의 차이를 이해한다. 2. 계층효과 모형을 이해한다.</p> <p>[학습내용] 1. 마케팅 목표 2. 계층효과모형 3. DAGMAR의 체크리스트</p>	이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론	PPT와 프린트 주교재	지역사회 봉사 활동 진행 사회봉사확인서
11	<p>[학습목표] 1. IMC의 정의를 이해한다. 2. CI의 개념을 이해한다. 3. CI의 유형을 이해한다.</p> <p>[학습내용] 1. IMC 2. CI</p>	이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론	PPT와 프린트 주교재	지역사회 봉사 활동 진행 사회봉사확인서
12	<p>[학습목표] 1. 브랜드와 브랜드 자산을 이해한다. 2. 포장의 기능과 커뮤니케이션 개념을 이해한다.</p> <p>[학습내용] 1. 브랜드 커뮤니케이션 2. 포장의 커뮤니케이션</p>	이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론	PPT와 프린트 주교재	지역사회 봉사 활동 진행 사회봉사확인서
13	<p>[학습목표] 1. PPL의 개념을 이해한다. 2. PPL광고의 장단점을 이해한다. 3. 스포츠 마케팅의 개념을 이해한다.</p> <p>[학습내용] 1. 영화삽입 마케팅(PPL) 2. 스포츠 마케팅</p>	이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론	PPT와 프린트 주교재	지역사회 봉사 활동 진행 사회봉사확인서
14	<p>1. 체험 마케팅의 개념 및 등장 배경을 이해한다. 2. 슈미트의 체험 마케팅의 체계적 틀을 이용한 응용방법을 습득한다. 3. CEM의 개념과 그 단계를 이해한다.</p> <p>[학습내용] 1. 체험 마케팅의 개요 및 등장 배경 2. 슈미트의 체험 마케팅 3. CEM</p>	이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론	PPT와 프린트 주교재	지역사회 봉사 활동 진행 사회봉사확인서
15	<p>결과 보고회 결과보고서 발표와 토론</p>	봉사활동을 통해 느낀 점과 개선 과제 제시	결과보고서 포트폴리오 사회봉사확인서	결과보고서 포트폴리오 사회봉사확인서

과제물 계획서

제 1과제	과제명	봉사 기획 및 시행 중간보고서	제 출 일	5주차									
	목표	사회봉사활동 진행을 위한 계획 및 시작 보고서											
	진행방법 및 유의사항	<p>팀별로 지역사회 봉사 소상공인을 찾고 섭외한 후, 10주 동안의 봉사활동을 계획하고 중간보고한다.</p> <table border="1" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">평가방법</th> <th style="width: 40%;">배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>기획의 참신성</td> <td style="text-align: center;">30</td> </tr> <tr> <td>봉사의 성실성</td> <td style="text-align: center;">40</td> </tr> <tr> <td>봉사 준비도</td> <td style="text-align: center;">30</td> </tr> </tbody> </table>				평가방법	배점	기획의 참신성	30	봉사의 성실성	40	봉사 준비도	30
	평가방법	배점											
기획의 참신성	30												
봉사의 성실성	40												
봉사 준비도	30												
참고자료													
제 2과제	과제명	프로그램 결과 보고서	제 출 일	15주차									
	목표	사회봉사활동의 결과보고											
	진행방법 및 유의사항	<table border="1" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">평가방법</th> <th style="width: 40%;">배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>작성 방법과 절차</td> <td style="text-align: center;">30</td> </tr> <tr> <td>완성도</td> <td style="text-align: center;">40</td> </tr> <tr> <td>성실성</td> <td style="text-align: center;">30</td> </tr> </tbody> </table>				평가방법	배점	작성 방법과 절차	30	완성도	40	성실성	30
	평가방법	배점											
작성 방법과 절차	30												
완성도	40												
성실성	30												
참고자료													

수행평가 기준표

구 분				2023 학년도 1학기 (■ 교양 / □ 전공)							
교과목명				디지털 시대와 미디어 홍보							
학년				전학년							
담당교수				이영호							
평가 반영 비율(전체 100%)				수행평가 영역별 반영비율 (※ 예시)							수행평가 합 계
출석	중간 고사	기말 고사	수행 평가	발표	토의	프로젝트	조별과제 조별점수	조별과제 개인점수	결과 보고서	기획	
20			80			30			30	20	

가.평가세부기준

평가내용 및 주제	평가기준	배점	시기
프로젝트 실행	주어진 프로젝트를 성실하고 완벽하게 잘 수행하고 제출함	30	기말
	주어진 프로젝트를 2/3이상 수행했고 비교적 충실하게 정리함	28	
	주어진 프로젝트를 2/3~1/3정도만 수행함	25	
	주어진 프로젝트를 1/3이하만 수행함	20	
	아예 제출하지 않음	0	
결과 보고서	주어진 과제를 성실하고 완벽하게 잘 수행하고 제출함	30	기말
	주어진 과제를 2/3이상 수행했고 비교적 충실하게 정리함	28	
	주어진 과제를 2/3~1/3정도만 수행함	25	
	주어진 과제를 1/3이하만 수행함	20	
	아예 제출하지 않음	0	
프로젝트 기획	주어진 과제를 성실하고 완벽하게 잘 수행하고 제출함	20	5주차
	주어진 과제를 2/3이상 수행했고 비교적 충실하게 정리함	18	
	주어진 과제를 2/3~1/3정도만 수행함	15	
	주어진 과제를 1/3이하만 수행함	10	
	아예 제출하지 않음	0	

나. 주차별 세부 강의계획서

주차별 세부 수업계획서				
주	주차별 교육내용	교육방법	교재	준비물 과제 기타
1	<ul style="list-style-type: none"> 과목 오리엔테이션 강의실에서 교수자와 학습자 간의 강의 <ol style="list-style-type: none"> 1. 광고의 정의를 이해한다. 2. 광고의 정의가 내포하는 의미를 이해한다. 3. 광고의 성공 삼각형의 의미를 이해한다. 4. 광고의 종류를 이해한다. <ol style="list-style-type: none"> 1. ATL (Above the Line) : 전통적인 4대 매체 (TV, 라디오, 신문, 잡지) 2. BTL (Below the Line) : SP, PR, PPL, 이벤트, 스폰서십 등 3. IMC (Integrated Marketing Communication) : 다양한 커뮤니케이션의 전략적인 역할을 비교 검토하고, 명료성과 일관성을 높여 최대의 커뮤니케이션 효과를 제공하기 위해 이들 다양한 수단들을 통합하는 총괄적 계획의 부가적 가치를 인식하는 마케팅 커뮤니케이션의 개념 	<p>강의실 강의 팀구성</p> <p>포트폴리오 작성 요령</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 광고의 의미, 광고란 무엇인가 2. 광고와 사회와의 관계, 광고는 사회현상을 반영하는가 3. 광고 매체란 4. 광고의 종류에는 어떠한 것이 있는가 	PPT와 프린트 주교재 포트폴리오 결과보고서	서비스러닝 수업에 대한 이해. 사회봉사 계획 및 팀구성 논의
2	<p>[학습목표]</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 우리나라 광고의 규모를 이해한다. 2. 우리나라 광고의 매체 별 구성을 이해한다. 3. 우리나라 광고산업계의 구조를 이해한다. <p>[학습내용]</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 우리나라 광고의 현황 2. 우리나라 광고산업계의 구조 <ol style="list-style-type: none"> 1. 매체 : 광고주와 청중을 연결하여 보다 효율적인 커뮤니케이션을 가능하게 하는 TV나 신문과 같은 수단 2. KOBACO (한국방송광고공사) : 1981년 설립된 정부투자기업으로 방송국 방송광고 영업대행, 공익자금의 조성, 관리, 운영, 방송광고에 관한 조사, 연구 교육, 출판 등의 업무수행 3. 한국 ABC협회 : 우리나라 인쇄매체의 공식적인 판매부수를 객관적으로 조사 발표하기 위하여 1989년 설립된 조직 *ABC (Audit Bureau of Circulations) 	<p>강의실 강의 팀별 토의 결과보고서 사회봉사확인서 작성 요령</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 우리나라 광고의 규모는 어떠한가 2. 사회의 변화에 따라 매체가 달라지는가 3. 우리나라 광고산업계의 구조는 어떠한가 	PPT와 프린트 주교재 결과보고서 사회봉사확인서	포트폴리오 결과보고서 사회봉사확인서
3	<ul style="list-style-type: none"> 강의실에서 교수자와 학습자 간의 강의 <p>[학습목표]</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 우리나라 광고의 역사를 이해한다 <p>[학습내용]</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 근대광고 2. 광고의 현대화기 <ol style="list-style-type: none"> 1. 인터넷광고: 인터넷을 매체로 수행되는 광고로 영상효과 고객과의 상호작용능력 표적의 선택성 신속성 반응의 측정가능성 관심있는 고객의 능동적 참여등의 장점을 지니고 있다 	<p>강의실 강의 사회봉사계획</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 우리나라 최초의 광고는 무엇일까 2. 근대광고가 나타난 시기는 언제일까 3. 우리나라 광고 산업의 급신장기는 언제일까 	PPT와 프린트 주교재 사회봉사계획서	사회봉사계획서 포트폴리오
4	<ul style="list-style-type: none"> 강의실에서 교수자와 학습자 간의 강의 <p>[학습목표]</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 광고의 기본 기능과 이를 수행하는 과정에서 마케팅적, 사회적, 문화적 경제적 마케팅의 기능을 이해한다. 	<p>강의실 강의 사회봉사계획서 발표</p>	PPT와 프린트 주교재	사회봉사계획서 포트폴리오

	<p>[학습내용]</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 마케팅 측면에서의 광고의 기능 2. 사회적 측면에서의 광고의 기능 3. 문화적 측면에서의 광고의 기능 4. 경제적 측면에서의 광고의 기능 <p>1. 브랜드 : 다른 상품과 식별을 가능하게 하는 이름으로 심볼, 디자인 등 전반적인 사항</p> <p>2. 내부마케팅 : 사내 직원 및 계열사 종사자를 대상으로 하는 마케팅</p> <p>3. 풀러 당기기 전략 (pull 전략) : 광고주가 먼저 소비자에게 브랜드를 알려서 소비자가 유통중간상에게 상품을 요구하는 전략</p> <p>4. 사회마케팅 (social marketing) : 환경오염 방지처럼 사회 전체의 공익을 고려한 마케팅 개념</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 광고의 기능은 무엇일까 2. 광고가 갖는 마케팅적, 사회적, 문화적, 경제적 기능은 무엇일까 		
5	<p>• 강의실에서 교수자와 학습자 간의 강의</p> <p>[학습목표]</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 경제학에서 본 광고의 의미를 이해한다. 2. 광고의 경제적 효과분석 체계를 이해한다. <p>[학습내용]</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 경제학에서 본 광고의 의미 2. 광고의 경제적 효과분석 체계 <p>1. 선발업체 : 선점효과를 누리기 위해 위험을 감수하면서도 잠재적 가능성이 큰 시장에 초기에 진출한 기업</p> <p>2. 후발업체 : 특정업체나 시장의 가능성이 어느 정도 검증되고 난 후 나중에 참여하는 기업</p> <p>3. 가속점 : 광고효과가 본격적으로 나타나는 분기점</p>	<p>이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 경제학에서 본 광고의 의미는 무엇인가 2. 광고의 경제적 효과분석은 어떻게 진행할까 	PPT와 프린트 주교재	지역사회 봉사 시작
6	<p>[학습목표]</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 광고를 규제하는 의미를 이해한다. 2. 우리나라 광고의 심의제도를 이해한다. 3. 규제대상 광고의 유형을 이해한다. <p>[학습내용]</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 광고대상의 규제 2. 우리나라 광고의 심의제도 3. 규제대상 광고의 유형 <p>1. 자율규제 : 광고업 종사자들이 스스로 규제하는 제도</p> <p>2. 사전심의 : 광고가 제작된 후, 방송이나 인쇄매체 등에서 집행되기 전에 심의, 평가를 받는 제도</p> <p>3. 사후심의 : 광고가 매체에 기 집행된 후 규제하는 제도</p> <p>4. 허위 기만광고: 사실과 다른 정보를 전달하거나 사실 중 일부를 누락하여, 소비자를 오도하고, 소비자가 불이익을 당할 가능성이 있는 광고</p> <p>5. 비교광고: 자사의 기존 상품 또는 타사의 브랜드와 비교하여 상품의 특징을 주장하는 광고</p> <p>6. 중요정보공개제도: 소비자에게 제공되어야 할 필요가 있는 중요한 정보를 의무적으로 표시 광고하는 제도</p>	<p>이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 광고를 규제하는 이유는 무엇인가 2. 우리나라 광고의 심의 제도는 어떻게 변화해 왔나 3. 규제대상 광고의 유형에는 어떠한 것들이 있는가 	PPT와 프린트 주교재	
7	<p>[학습목표]</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. IMC 전략의 의미를 이해한다. 2. IMC 전략을 위한 상황분석의 방법을 습득한다. <p>[학습내용]</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. IMC 전략 2. 상황분석(Situational analysis) <p>1. 전략 : 특정 조직체가 환경의 여러 변화에 대해 적응하는 방법</p> <p>2. 캠페인 : 여러 편의 광고를 장기적으로 관리하는 것</p> <p>3. 상황분석 : 전략기획의 기초작업으로서 조직이 처해있는 여러 여건을 상세히 분석하는 것</p>	<p>이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. IMC 전략이란 무엇인가 2. IMC 전략의 계획 절차는 어떠한가 3. 	PPT와 프린트 주교재	지역사회 봉사 활동 진행

	4. SWOT 분석 : 상황분석을 위한 구체적 분석틀로서 내적 요인은 기업의 강점(strengths)과 약점(weaknesses), 외적 요인은 기회(opportunities)와 위협(threats)이 네 가지 요인으로 분석하는 분석 방법	상황분석이란 무엇인가		
8	중간 결과 보고회 봉사활동 진행에 대한 보고와 토론	진행되고 있는 사회봉사활동에 대한 중간 보고	중간보고서	중간보고서 및 포트폴리오
9	[학습목표] 1. STP전략의 의미를 이해한다. 2. 시장세분화, 표적시장 선정, 포지셔닝을 이해한다. [학습내용] 1. STP전략 1. 대중마케팅 : 고객이 주로 가격에만 의존하여 상품을 선택하는 시장에서 가장 대중적인 상품을 대량으로 생산·판매하면서 가격으로 경쟁우위를 유지하려는 마케팅 2. 시장세분화 : 고객의 이질성을 분석하여 동질적 세분시장을 파악하고, 상품의 이질성을 분석하여 동질적 상품군을 파악하는 활동 3. 표적마케팅 : 기업이 고객의 다양성을 분석하고 가장 적절한 세분시장을 한 개 또는 여러 개를 선정하여 차별화된 특성을 지닌 상품으로 차별적인 마케팅을 수행하는 것 4. AIO 분석 : 고객들의 주요 Activities, Interests, Opinion을 조사하여 라이프스타일을 분석하는 것 5. 표적시장 : 세분화한 시장 중에서 기업이 목표달성을 가장 잘 할 수 있다고 평가하는 하나 또는 여러 개의 세분시장을 선정하는 것 6. 포지셔닝 : 상품이나 브랜드의 차별적 경쟁우위 특징을 선택하여 표적고객의 마음속으로 경쟁대안과 비교하여 분명하게 인식할 수 있도록 하는 것	<i>이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론</i> 1. STP 전략이란 무엇인가 2. 시장세분화, 표적시장 선정, 포지셔닝이란	PPT와 프린트 주교재	지역사회 봉사 활동 진행 사회봉사확인서
10	[학습목표] 1. 마케팅 목표와 광고 목표의 차이를 이해한다. 2. 계층효과 모형을 이해한다. [학습내용] 1. 마케팅 목표 2. 계층효과모형 3. DAGMAR의 체크리스트 1. 계층효과모형 : 소비자가 광고에 노출될 때 생각반응, 감성반응, 행동의도반응을 거쳐서 행동반응이 나타나는 모형	<i>이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론</i> 1. 마케팅 목표란 무엇인가 2. 광고 목표란 무엇인가	PPT와 프린트 주교재	지역사회 봉사 활동 진행 사회봉사확인서
11	[학습목표] 1. IMC의 정의를 이해한다. 2. CI의 개념을 이해한다. 3. CI의 유형을 이해한다. [학습내용] 1. IMC 2. CI 1. IMC(Integrated Marketing Communication): 최대의 커뮤니케이션 효과를 제공하기 위해 광고, DM, SP와 PR 등 다양한 커뮤니케이션 수단들의 전략적인 역할을 비교, 검토하고, 명료성과 일관성을 높여, 이들 다양한 수단들을 통합하는 총괄적 계획의 부가가치를 인식하는 마케팅 커뮤니케이션의 개념 2. CI(corporate identity): 한 기업이 가지고 있는	<i>이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론</i> 1. IMC(Integrated Marketing Communication)란 무엇인가 2. CI(Corporate Identity)무엇	PPT와 프린트 주교재	지역사회 봉사 활동 진행 사회봉사확인서

	<p>개성으로 이름, 로고, 심볼, 관례, 기업 문화까지 포함</p> <p>3. BI(Brand Identity): CI의 하부개념으로서 특정 브랜드가 가지고 있는 개성</p> <p>4. 공동CI: 기업이 전 사업부에 공통의 CI를 사용하는 것</p> <p>5. 개별 CI: 기업이 개별 브랜드에게 독립적인 아이덴티티를 부여하고 모회사의 연관을 단절시킨 것</p> <p>6. 혼합 CI: 기업이 공동 CI와 개별 CI의 전략을 동시에 사용하는 것</p>	인가		
12	<p>[학습목표]</p> <p>1. 브랜드와 브랜드 자산을 이해한다.</p> <p>2. 포장의 기능과 커뮤니케이션 개념을 이해한다.</p> <p>[학습내용]</p> <p>1. 브랜드 커뮤니케이션</p> <p>2. 포장의 커뮤니케이션</p> <p>1. 브랜드 자산: 브랜드가 자산으로 환산될 수 있는 그 값어치</p> <p>2. 브랜드 확장: 잘 알려진 브랜드를 다른 상품군에 사용하는 전략</p> <p>3. co-브랜딩: 잘 알려진 두 가지의 브랜드를 한 상품에 사용하는 경우</p> <p>4. POP(Point of Purchase)진열: 구매시점에서 눈길을 쉽게 끌 수 있도록 상품을 진열하는 것</p>	<p><i>이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론</i></p> <p>1. 브랜드란 무엇인가</p> <p>2. 포장은 어떠한 기능을 하는가</p>	PPT와 프린트 주교재	지역사회 봉사 활동 진행 사회봉사확인서
13	<p>[학습목표]</p> <p>1. PPL의 개념을 이해한다.</p> <p>2. PPL광고의 장단점을 이해한다.</p> <p>3. 스포츠 마케팅의 개념을 이해한다.</p> <p>[학습내용]</p> <p>1. 영화삽입 마케팅(PPL)</p> <p>2. 스포츠 마케팅</p> <p>1. PPL(Product Placement): 전통광고가 아닌 광고로써 영화나 TV 프로그램에 한 브랜드를 끼워 넣는 형태</p> <p>2. 스포츠 마케팅: 스포츠의 배경을 이용한 IMC 및 마케팅</p>	<p><i>이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론</i></p> <p>1. PPL이란 무엇인가</p> <p>2. 스포츠 마케팅은 무엇인가</p>	PPT와 프린트 주교재	지역사회 봉사 활동 진행 사회봉사확인서
14	<p>1. 체험 마케팅의 개념 및 등장 배경을 이해한다.</p> <p>2. 슈미트의 체험 마케팅의 체계적 틀을 이용한 응용방법을 습득한다.</p> <p>3. CEM의 개념과 그 단계를 이해한다.</p> <p>[학습내용]</p> <p>1. 체험 마케팅의 개요 및 등장 배경</p> <p>2. 슈미트의 체험 마케팅</p> <p>3. CEM</p> <p>1. 체험 마케팅: 상품과 서비스의 소비 시 발생하는 소비자의 체험에 초점을 맞춘 마케팅, 체험 마케팅은 체험 경제의 개념에서 비롯됨</p> <p>2. 체험 경제: 재화, 제품 서비스에 역점을 두는 기존 경제의 기반을 다 포괄하고 있으면서 추가적인 부가가치를 창출시키는 경제 개념</p> <p>3. ExPros: 소비자를 상대할 수 있는 여러 접점의 집합</p> <p>4. SEMs: 체험 마케팅에서 기업들이 얻고자 하는 소비자의 여러 반응</p> <p>5. Flagship store: 한 기업이 만든 여러 개의 상품과 브랜드를 한 곳에 모아 판매 하는 매장으로 브랜드 이미지를 홍보하는 것을 목적으로 함</p> <p>6. 티저광고: 광고를 보여주지 않은 채 상품에 대하여 흥미와 흥분을 구축하고 호기심을 야기하기 위하여 디자인된 광고</p> <p>7. CEM(Customer Experience Management): 고객경험관리로 고객의 경험 세계 분석을 바탕으로 하는 전략적</p>	<p><i>이론, 실습, 사회봉사 활동 진행에 대한 토론</i></p> <p>1. 체험마케팅이란 무엇인가</p> <p>2. 체험마케팅은 왜 등장하였을까</p>	PPT와 프린트 주교재	지역사회 봉사 활동 진행 사회봉사확인서

	단계와 실질적인 고객 관계(체험) 형성을 위한 실행 단계를 하나의 이론 구조 내에 모두 포함하고 있으며, 체험 마케팅의 관리를 실무 쪽에서 더 체계적으로 이용할 수 있는 분석절차			
15	결과 보고회 결과보고서 발표와 토론	봉사활동을 통해 느낀 점과 개선 과제 제시	결과보고서 포트폴리오 사회봉사확인서	결과보고서 포트폴리오 사회봉사확인서