

# 강의계획서

개설학년도	2024		개설학기		1
이수구분	전공선택		과목명	(국문)	광고로 배우는 심리
학점	3			(영문)	Psychology learned through advertising
교과목번호	637009-11분반		요일/시간		월6 수4,5
담당교수명	김운한(주)		상담가능시간		수 1,2,3
강의실	본관 320				
담당교수 (연락처)	전화번호		연구실NO		
	H.P		E-Mail		
강의개요	광고와 소비자행동을 심리학적 관점에서 분석하고 공부하는 과목으로, 다양한 심리학적 이론을 배우고 이를 광고 표현과 전략 수립, 사례 분석에 적용해봄으로써 광고 기획과 제작을 위한 기초 소양을 키울 수 있다.				
강의목표	1. 소비자 행동을 심리학적 관점에서 설명할 수 있다. 2. 주요 심리학 이론을 이용하여 광고 표현 사례를 설명할 수 있다.				
강의진행방법	교수강의 2시간, 학생(팀별) 사례 발표 및 토론 1시간으로 운영한다.				
평가방법	중간시험 40%+ 기말시험 40%+ 과제(발표) 10% + 출석 10% 출석점수는 1시간 결석시 1점 감점하며, 지각은 출석시간 5분후 적용되며 3회 지각시 1회결석				
평가구분	상대평가 : A학점 이상 35% 이내, B학점 이상 70% 이내				
구분	저자	도서명	출판사	년도	
교재	교수 강의자료				
부교재	1)이학식 외 2)김재휘 외	1)소비자행동 2)광고심리학	1)집현재 2)커뮤니케이션북스		
참고문헌					
필요 기자재명 (수량)					

역량 연관성												
전문 핵심역량								전공 특성화 역량				
S1	S2	T1	T2	A1	A2	R1	R2	M1	M2	M3	M4	M5
0	0	0	0	0	0	20	30	30	20	0	0	0
S2 자기개발												
T1 자원,정보,기술활용												
T2 문제해결												
R2 팀워크												
M1 디지털 저널리즘 실무역량												
M2 방송역량 콘텐츠 제작역량												
학습지원								평가지원				
시각장애학생				- 강의파일제공 - 대필 도우미 및 속기 지원 허락 - 강의 녹음 허락 - 과제 제출 기간 연장 (시각, 손사용 불편 학생)				- 영어교과 듣기 시험 대체 (청각장애 학생) - 장애종류 및 정도에 따라 * 시험시간 1.5배 ~ 1.7배 연장 * 별도 시험장소 및 시험지 제공 * 필요한 경우 학습기 자재 사용을 허용해야 한다.				
청각장애학생												
지체, 뇌병변 장애학생												
기타 필요하다고 인정되는 사항												

\* 장애학생 학습 및 평가지원관련 문의 장애지원센터( 02-2610-2111 )로 연락

진도표(실험실습세부내용)

주차	월/일	온라인 여부	강의주제 (실험실습목표)	세부내용 (실험실습 진행방법/ 사용기기 및 재료)	과제물 및 기타
1	03/04, 06	N	광고와 심리, 소비자행동 개 요	오리엔테이션-강의개요, 평가, 수업진행방 식	
2	03/11,13	N	기초개념	-관여 -문제인식의 심리(태도, 동기) -정보 탐색(기억)	
3	03/18,2 0	N	광고정보의 지각1	-소비자정보처리과정에 대한 이해 -광고에 대한 노출, 감지, 주의, 지각 과정의 선택성	
4	03/25,2 7	N	광고정보의 지각2	-지각, 지각적조직화 -Framing -개인 특 성과 광고 정보 지각 -브랜드 인식 -브랜드 포지셔닝과 광고	지각1 사 례발표 - 노출,감 지,주의
5	04/01,0 3	N	동기와 욕구	-동기 이론 -Maslow 욕구위계이론과 광 고 -갈등이론과 소비행동	지각2 사 례발표 - 지각, Framin g, 개인 특성
6	04/08,1 0(휴강)	N	성격, 라이프스타일 읽기	-광고 표현 속의 1)심리분석 개념, 2)사회 심리이론, 3)특성이론, 4)자아개념 -광고 속의 라이프스타일 찾기	동기와 욕구 사 례발표 보강-녹 화영상 (4.10)
7	04/15,1 7	N	광고와 감정반응	-감정의 종류 -광고소구와 감정	성격,라 이프스타 일 사례 발표
8	04/22,2 4	N	중간시험		
9	04/29,0 5/01(휴 강)	N	학습하게 하는 광고	1)행동주의적 심리학(고전적 조건화, 수단 적 조건화(보상 등)의 적용 2)인지적 학습 심리학 -광고모델과 대리학습	광고와 감정반응 사례발표 학습하게 하는 광 고1 사례 발표 (보 강-녹화 영상(5.1 ))
10	05/06( 휴	N	기억하게 하는 광고	-기억이론 -다중기억이론을 이용한 광고 표현 -기억을 높이는 광고 표현 기술과 실 제생활 적용	보강-녹 화영상 (05/06)

	강),05/08				
11	05/13,15(휴강)	N	태도를 만드는 광고1	-광고에 나타난 태도 기능(Katz) -다속성 태도모델의 이해 및 실생활 적용 -감정과 인지	05/13- 학습 사례발표 보강_녹화영상 (5.15) 기억 사례 발표
12	05/20,22	N	태도를 바꾸는 광고2	-균형이론 -일치성이론 -인지부조화이론 - 자기지각이론 -확장된 피시바인 모델	태도1 사례발표 - 태도형성 -감정
13	05/27,29	N	광고에 나타난 문화	-광고속의 문화(호스테드 개념) -광고와 가치 표현 -준거집단과 광고표현	태도2 사례발표 - 태도변화
14	06/03,05	N	광고와 집단커뮤니케이션	-글로벌 브랜드 속의 문화 -광고 속의 집단 내커뮤니케이션(구전, 바이럴 광고) -광고 속의 집단간 커뮤니케이션(혁신의 수용)	문화 사례발표 - 가치
15	06/10,12	N	기말시험		
16		N	보강_녹화영상 대체		