

강의계획서

1. 교과목 정보

교과목명	학점	권장 학과	권장학년	이수구분		
우리동네문화유산창업하기	2학점 (✓) 3학점 ()		1,2,3,4	교양		
작성 교수	대학 및 부서	학과(학부)		성명		
	미디어대학	광고홍보학과		구자휘		
학습목표	우리 동네 문화유산의 숨겨진 가치를 찾아내고, 이를 매력적인 창업 아이템으로 연결하는 통찰력을 기른다.					
강의교재	참고자료: 브랜드 창업마스터, 이종구 저, 마스터클래스, 2025					
교육 목적 및 필요성	우리동네문화유산창업하기는 수강생들이 지역 문화유산의 숨겨진 가치를 재발견하고, 이를 토대로 실용적이고 창의적인 창업 아이템을 개발하는 능력을 키우는 데 목적이 있다. 특히, BMC(비즈니스 모델 캔버스) 등 체계적인 도구를 활용하여 구체적인 사업 모델을 설계하고, 실제 창업으로 이어질 수 있는 현실적인 사업계획서 작성과 실행 준비 과정을 교육하여, 단순한 아이디어를 넘어 지역 상생에 기여하는 지속 가능한 창업가를 육성하는 데 중점을 둔다..					
	이러한 교육 과정은 지금 우리 사회에 절실히 필요한 부분인데, 그 이유는 기존 산업의 한계와 지역 소멸 위기 속에서, 지역 고유의 문화유산은 새로운 성장 동력이자 지역에 활력을 불어넣을 핵심 자원으로 강력히 부상하고 있기 때문이다. 더불어 문화유산을 단순히 보존하는 것을 넘어, 현대인의 삶 속에 의미 있게 활용되고 재창조될 때 그 가치가 극대화될 수 있다. 특히 '경험 경제' 시대에 소비자들이 추구하는 독특하고 깊이 있는 경험을 제공함으로써, 지역 문화유산의 가치를 효과적으로 확산하고 지역 경제 활성화에 기여할 수 있다는 점에서 이 교육은 현재 지역이 당면한 문제에 능동적으로 대응하고 새로운 가치를 창출하는 데 필수적이라고 할 수 있다.					

e-Learning 콘텐츠 주별 강의내용

주	차시	주 제	세부 내용
1	1	문화란 무엇인가?	문화의 개념, 한국의 문화유산, 문화의 이동
	2	문화유산과 스토리텔링	문화유산의 가치, 스토리텔링의 마법
2	1	문화를 상품으로 만드는 노하우	예술성, 실용성, 스토리텔링, 체험참여유도
	2	문화유산창업이 필요한 이유	콘텐츠, 관광, 교육, 상품분야
3	1	마케팅의 기본 이해1	Product, Price, Place, Promotion
	2	마케팅의 기본 이해2	Product, Price, Place, Promotion
4	1	프로모션의 개요	소비자프로모션, 중간유통업체 프로모션
	2	마케팅 전략의 기본	시장세분화, 타겟팅, 포지셔닝
5	1	문화유산 창업아이디어 발상	문제상황탐색, 솔루션 도출, 5W1H
	2	아이디어발상법	브레인스토밍, 마인드맵, 디자인씽킹
6	1	페르소나의 이해	페르소나 프로필, 페르소나 데이터 수집
	2	고객의 숨겨진 니즈	Pain Point, Gain Point 설문조사, 심층인터뷰
7	1	린캔버스의 이해	문제, 고객세분화, 가치제안, 해결책, 핵심지표 등
	2	비즈니스 모델 캔버스의 이해	고객세그먼트, 가치제안, 채널, 수익원, 핵심자원 등
8			중간고사
9	1	가치제안의 이해	고객의 문제해결, 혜택 제공
	2	수익모델의 이해	직接판매, 구독/멤버십, 광고수수료, 서비스이용료
10	1	문화유산 브랜딩	브랜드미션, 비전, 가치, 로고, 슬로건
	2	문화유산 홍보전략	숏폼 콘텐츠, 블로그, 유튜브, 축제, 이벤트
11	1	MVP란 무엇인가?	최소기능제품, 핵심가치, MVP의 형태
	2	MVP테스트를 통한 고객반응	직접관찰, 데이터분석, FGI, 사용성 테스트
12	1	사업계획서 작성노하우	요약, 문제정의와 해결책, 타깃시장분석 등
	2	사업계획서 사례	문화유산 AR/VR앱, 시간여행자K
13	1	문화유산 창업사례1	경복궁 AR 투어
	2	문화유산 창업사례2	전주 한옥마을
14	1	문화유산 창업사례3	생활한복 리슬
	2	문화유산 창업전략 10	테크놀러지, 참여, 맞춤경험, 스토리텔링 등
15			기말고사