

수업계획서

1. 교과목

교과목 주수강대상	과목명	광고PR개론						
	영문명	Introduction to Advertising and PR						
	교재명	광고관리(2010), 안광호, 유창조, 학현사						
	과목번호	036002-01	교과구분	전공선택	학점	3	시수	3
	주수강대상	1학년			평가구분	상대평가		
	강의시간강의실	종합강의동 106호						
담당교수	성명	장택원	영문명	Chang, Taeg Won				
	소속	사회과학대학 언론광고학부						
	비고							

2. 교과목개요

본 과목은 광고의 역사, 광고업의 현황, 광고 이론, 광고 제작, 매체 기획 및 PR의 이해, PR의 수행과정, PR관리, PR실제 등의 내용들에 대해서 개론 수준의 소개를 통해 이 과목을 수강하는 학생들이 향후에 이 분야에 대한 이해와 이론적인 기초들을 습득하는 것이 본 과목의 내용이다.

3. 교수 목표

본 과목을 통해 학생들은 광고와 PR의 세계와 이론 그리고 다양한 응용사례에 대한 전반적인 학습을 하여 광고와 PR세계에 대한 기본적인 소양을 갖추고 향후 학생들의 진로 설정에 도움이 될 수 있도록 하는 것이 본 과목의 목표이다.

4. 수업방법

1	강의
2	발표
3	시청각
4	과제
5	

5. 사용기자재

1	PC
2	빔프로젝터
3	비디오 및 오디오
4	그림 및 사진
5	

6. 학습평가방법

1	중간(20%)
2	기말(30%)
3	출석(10%)
4	과제(20%)
5	발표(20%)

7. 대가 참인재 세부역량

인성	
창의성	전공전문성(70%), 융합적문제해결력(30%)
공동체성	

8. Book Review

NO	도서명	저자명	출판사	출판년도	비고(ISBN)
1					

9. 참고도서

NO	도서명	저자명	출판사	출판년도	비고(ISBN)
1	광고학	김광수 등	한나래	2010	9788955660982
2	광고론	이두희	박영사	1997	8910303271
3	현대PR론	최윤희	나남출판	1998	8930032133

10. 주별수업계획서

주차	내용
제1주	광고PR수업 진행 방법과 소개 광고론 1부 예습 성적, 학습 진행방법, 수업 태도 등 전반에 대한 강의
제2주	1장. 광고란 무엇인가? 마케팅 커뮤니케이션의 이해 IMC 개념의 이해 등
제3주	2장 광고의 역사 고대 광고현상과 현대까지의 광고의 역사
제4주	3. 광고산업은 어떻게 이루어져있나? 3장 마케팅전략과 광고
제5주	4장. IMC와 광고 IMC목표 : 브랜드 자산의 구축 IMC전략의 수립과정
제6주	5장. IMC를 위한 도구들 판매촉진, 소비자/중간상 판매촉진, PR, 인적판매
제7주	6장. 명확한 광고컨셉 단순하고 뜻이 명료한 광고컨셉 8장. 광고컨셉결정 광고컨셉의 결정방법들 소개
제8주	시험기간

주 차	내 용
제9주	9장. 크리에이티브 표현방식 결정 10장. 크리에이티브 요소, 제작 실무 등 소개
제10주	11장. 매체전략I(매체유형별 특징 및 현황) 12장. 매체전략II(전략적 매체 계획 수립)
제11주	14장. 소비자 반응모형 1 관여도, 노출, 주의, 이해 등
제12주	15장. 소비자 반응모형 2 태도형성, 변화
제13주	조별 과제 발표1
제14주	조별 과제 발표2
제15주	보강주간
제16주	기말시험