



광고 심리학 일반대학원 세미나 '2019년도 봄학기'

(Advertising Psychology Graduate Seminar, SP2019)

과목명/과목코드	광고 심리학 일반대학원 세미나 (Advertising Psychology Seminar) (3 credits) & 2019년 봄학기
기간/시간	Mar 1. 2019 ~ June 21. 2019 / 금 2~3 (9:30-12:15)
강의언어	한국어 [교재 및 Reading은 영문/한글 혼용]
강의실	Ewha-POSCO 강의동#355
담당교수	유승철 [Seung Yoo]
교수약력	
전화번호 [사무실]	
e-mail [학교]	
강좌 blog	
방문 상담시간/오피스	FRI (12:00~17:00) / OFFICE: EWHA POSCO 연구동#301

1. 교과목 개요 Course Description

본 강좌는 커뮤니케이션-미디어학부 또는 타 학부의 타 전공 재학 중인 대학원생의 '석사/박사학위 논문작성'에 도움이 될 수 있는 '소비자 및 광고 심리학 및 소비자 행동론의 주요 개념'들을 배울 수 있는 세미나 수업입니다. 학부과정에서 소비자/광고 심리학을 배우지 않은 타전공 학생들도 충분히 소화할 수 있도록 수업이 진행될 예정입니다. 본 수업은 시장에서 벌어지는 소비자 관련 현상을 연구자의 입장에서 과학적으로 분석하고 관련된 이론적 원리(Theoretical Principles)를 논문(보고서)형식으로 제안할 수 있는 소비자/광고 심리학 실무 전문가/학자 양성을 목표로 합니다.

2. 선수학습사항 Prerequisites

N/A [단 학부 과정의 '심리학 개론' 수강을 권장합니다.]

3. 강의방식 Course Format / 수업철학 Teaching Philosophy

강의 Lecture	발표/토론 Discussion/Presentation	실험/실습 Experiment/Practicum	현장실습 Field Study	기타 Other
50%	30%	10%	10%	0%

(위 항목은 실제 강의방식에 맞추어 변경 가능합니다.)

강의 진행 방식 설명 (explanation of course format):

본 강좌에서 학생들은 강의/실습/특별 초청 강의/온라인 토론/회사 현장방문 등 다면적인 접근을 통해 비판적인 사고와 실용적인 기술을 동시에 배울 수 있을 것입니다. 본 수업은 대학원 세미나 수업으로 교수자 강의와 집단/개인 토론이 동시에 진행되며 학기말에는 학생 개인별로 관심 연구에 대한 연구 제안서(Research



Proposal)를 제출하고 관련 프레젠테이션을 진행 합니다.

4. 교과목표 Course Objectives

- 광고/소비자 심리학에 대한 전반적인 이해 및 관련 이론 숙지
- 광고/소비자 심리 '이론'들이 적용될 수 있는 소비자 사례(Case Study) 연구
- 광고/소비자 심리학 분야의 유명 학술 논문 리뷰 및 최신 논문 리뷰
- 대학원 석사/박사과정 학위논문 작성 능력 배양

5. 학습평가방식 Evaluation System

과제 #1 (소비자/광고 심리연구)	10%
리더쉽 프레젠테이션 (개인/그룹 발표)	10%
최종 리서치 제안서 PT & 페이퍼 제출 (개인연구)	30%
출석 및 참여	20%
기말고사 (중간고사 없음)	30%

(위 항목은 실제 학습평가방식에 맞추어 변경 가능합니다.)

*그룹 프로젝트 수행 시 팀원평가(PEER EVALUATION)이 평가항목에 포함됨. Evaluation of group projects may include peer evaluations.
평가방식 설명 (explanation of evaluation system):

I. 교과목 정보 Course Overview

참조 문헌인용 규정 (Citation)

과제 제출시 참조한 자료에 대한 영문 문헌 인용은 [APA6(미국심리학회) 문헌인용 가이드라인]을 따라야 합니다. (참조: <http://owl.english.purdue.edu/owl/resource/560/01>).
한글 문헌을 과제에 인용할 경우에는 [한국광고학회 논문투고 규정] [http://www.koads.or.kr/new/sub03/sub03_03.asp] 을 참조하세요

인용 규정에 맞지 않는 인용에는 합당한 '벌점(Penalty Score)'이 주어집니다.

과제 (Homework, 10%)

논문 작성과 관련된 총 [1개]의 과제가 주어질 예정이며 각 과제는 사이버 캠퍼스 온라인 시스템을 통해 제출해야 합니다 [교수는 수업 시간에 **하드카피 제출**을 요청할 수 있습니다]. 마감일을 넘어서 제출된 과제는 무효처리[0점] 또는 감점처리 됩니다 (예: 마감일 마감시간 이후 제출: 10%, 그 다음날 제출: 20% 감점). 과제 내용에 대해서는 수업시간에 별도 안내될 예정입니다.

제출된 과제 파일은 아래 양식에 따라 [영문]으로 저장/제출해야 합니다.
[LastName _ FirstName_ HW# .doc, docx, pdf, or ppt, pptx] (예: Yoo_Seung_HW1.pdf)

제출된 과제는 아래 형식에 따라 채점될 예정입니다:



Quality	매우 부족	부족	평범	우수	매우 우수
Points	0-60	60-70	80	80-90	90-100

리더십 프레젠테이션 (Leadership Presentation, 10%)

학기 중 학생들은 2-4명 단위의 팀을 이뤄서(또는 개인 단위로) 광고/소비자 심리학 관련 특정 주제(관련 논문들)에 대한 연구 프레젠테이션(Research Presentation)을 진행하게 됩니다. 각 팀은 특정 주제에 대한 전문가로서 약 30분간 학급 토론을 주도하게 됩니다. 연구 주제들에 대해서는 학기 초 공지될 예정입니다.

최종 리서치 프레젠테이션 / 파이널 리서치 페이퍼 (Final Presentation/Final Paper, 30%)

학기말 모든 학생들은 주어진 특정 주제에 대해서 개별적으로 광고/소비자 심리학 관련 [리서치] 프레젠테이션을 진행하게 됩니다. 형식에 대해서는 학기 초 공지될 예정입니다. 발표자는 논리적이고 창의적인 방법을 동원해서 청중에게 호응을 이끌어야 합니다. 발표와는 별도로 학생들은 한 학기동안 연구한 특정 주제에 대한 학술논문을 제출해야 합니다(상세한 프레젠테이션 및 페이퍼 작성 가이드는 학기 중 별도로 주어집니다).

출석 및 참여(Attendance & Participation, 20%)

본 강좌는 다양한 수업토론, 수업 중 연습, 초빙 강의 등 다양한 수업 내 상호작용을 통해 이뤄집니다. 따라서 수업출석은 매우 중요합니다. 수업 불참에 대해서는 상응하는 별점이 주어지며 6세션 이상(3주) 불참에 대해서는 'F'학점이 주어지게 됩니다. 불가피한 사고(결혼, 응급상황, 친족의 사망, 교통사고 등)로 인한 불참의 경우 학생은 교수에게 이메일/전화를 통해 사전/사후에 연락하고 불참에 대한 이유를 공식문서로 밝힐 의무가 있습니다. 단순 병원 방문에 따른 결석은 인정하지 않습니다.

지각 3회는 결석 1회와 동일하게 간주됩니다.
[적극적인 수업 및 토론참여에 대해서는 BONUS점수가 부여됩니다.]

본 강좌는 SNS를 통한 커뮤니케이션을 활성화하기 위해 **페이스북 페이지**(<https://www.facebook.com/ewhabrandcommunication>)를 별도로 운영하고 있습니다. 학생들은 페이스북 페이지를 Like[Follow]해서 수업 및 광고/마케팅/심리학에 대한 정보를 습득하길 권장합니다. 수업에 대한 특별 공지는 사이버캠퍼스와 페이스북을 통해 이뤄집니다. 또 학생들의 우수 블로그 포스트는 페이스북을 통해 일반인들에게 널리 공유될 예정입니다.



II. 교재 및 참고문헌 Course Materials and Additional Readings

1. 주교재 Required Materials

1. 광고 심리학(김재휘 등 저), 커뮤니케이션북스 (2009년)
2. 광고 심리학(양윤 등 저), 학지사 (2011년)
3. 네이티브광고(유승철 저), 커뮤니케이션북스 (2016)

2. 부교재 Supplementary Materials

- 소비자 심리학(양윤 저), 학지사 (2014년)

기타 참고문헌(학술논문 포함)은 PDF문서 형식으로 이화여자대학교 온라인 사이버 캠퍼스에 게재될 것입니다. 학생들은 수업시간에 종이 출력물을 준비하거나 노트북이나 스마트 기기를 활용해서 준비하셔도 좋습니다.

3. 참고문헌 Optional Additional Readings

참고문헌은 OR(Optional Readings)로 별도 표기될 예정입니다 (예: OR(1,2,3)).

참고 교재문헌 리스트는 수업시간에 별도로 제공될 예정입니다.

III. 수업운영규정 Course Policies

과제 제출 원칙 (Turning in Assignments)

마감일 이전에 과제제출을 마치는 것을 원칙으로 합니다. 늦은 제출은 [0점] 처리되거나 50%이상 벌점 처리가 됩니다. 모든 과제는 사이버 캠퍼스를 통해 제출되어야 합니다. 제출된 모든 과제(블로그 에세이 포함)에 대해서는 적절한 표절 심사가 이뤄질 예정이며 표절 사례가 있을 경우 **자동적으로 'F학점'이 주어집니다.** MS WORD/PPT 프로그램 제출을 원칙으로 하며 한글(HWP)파일의 경우 **PDF로 변환 후 제출해야 합니다.** 제출한 문서가 열리지 않는 등 문서 내 에러가 있을 경우 [0점]처리가 됨으로 학생들은 여러 번 확인 후 제출할 것을 권장합니다.

점수 (Grading Scale)

본 강좌는 교수자가 절대평가 방식으로 성적을 결정합니다.

개인/팀 면담 (Consulting/Meeting)

강좌 관련된 면담 또는 진로/학업 등에 대한 면담은 언제든지 환영합니다. 프로젝트 또는 프레젠테이션에 대한 팀 단위의 면담도 적극 권장합니다. 면담을 요청하는 학생은 e-Mail 또는 전화로 담당 교수와 면담시간을 사전에 조율할 수 있습니다.



IV. 주차별 강의계획 Course Schedule (최소 15주차 이상 강의)

#	week	subjects	text readings	video	due	memo	
1	W1	Welcome and Introduction: The Frist Day	NA				
2		ADV and Consumer PSY_ the Overview	1장				
3	W2	광고정보와 지각 [EXPOSURE AND ATTENTION] #1	2장			Signup_LR_PTs	
4		광고정보와 지각 [EXPOSURE AND ATTENTION] #2	2-3장			HW#1 announcement	
5	W3	광고정보와 소비자의 이해 [COMPREHENSION]	-	1_소비자와 감정			
6		광고와 소비자 동기/학습 / 기억과 광고 정보[MEMORY] #1	-				
7	W4	광고와 소비자 동기/학습 / 기억과 광고 정보[MEMORY] #2	2-3-4장	0_SBS개져서			
8		감정과 광고 [EMOTIONS]	-				
9	W5	소비자 태도 형성 변화 [ATTITUDES 이튼]	6장	2_대중유희_1		Exam Guide	
10		선택 COMPLIANCE and PERSUASION / CONFORMITY #1	5-6장	3_대중유희_2			
13	W6	선택 COMPLIANCE and PERSUASION / CONFORMITY #2	5-6장			Field Trip - Out of Class	
14		선택 COMPLIANCE and PERSUASION / CONFORMITY #3	5-6장		HW#1 due		
11	W7	광고/소비자 심리 특강 #1	과제 발표				
12		Research Leadership Presentation #1					
15	W8	Research Leadership Presentation #2					
16		Research Leadership Presentation #3					
17	W9	광고PR 메시지 전략 [Appeals 소구]	-				
18		Research Leadership Presentation #3	-				
19	W10	광고/소비자 심리 특강 #2	Final Report Guide				
20		Research Leadership Presentation #4	-				
21	W11	광고/소비자 심리 특강 #3	-				
22		혁신의 확산 [D of Innovation Theory: Research Insight] #1	-				
23	W12	혁신의 확산 [D of Innovation Theory: Research Insight] #2	2부1- 2-3장				
24		크리에이티브 / 매체특성 / 매체전략 #1	2부4장/3부1장				
25	W13	크리에이티브 / 매체특성 / 매체전략 #2	2부4장/3부1장				
26		뉴미디어/ 광고효과 측정과 브랜드 구축 #3	2부4장/3부1장				
27	W14	최종 연구 발표회 Final PT					Research Outline
28						PT	직접제출 & 사이버캠퍼스
29	W15	시험준비				15일 최종 페이지 마감일	
30		Final Exam	-			11시-12시 시험 일정	



V. 참고사항 Special Accommodations

* 학칙 제57조에 의거하여 장애학생은 학기 첫 주에 교과목 담당교수와의 면담을 통해 출석, 강의, 과제 및 시험에 관한 교수학습지원 사항을 요청할 수 있으며 요청된 사항에 대해 담당교수 또는 장애학생지원센터를 통해 지원받을 수 있습니다.

According to the University regulation #57, students with disabilities can request special accommodation related to attendance, lectures, assignments, and/or tests by contacting the course professor at the beginning of semester. Based on the nature of the students' requests, students can receive support for such accommodations from the course professor and/or from the Support Center for Students with Disabilities (SCSD).

* 강의계획안의 내용은 추후 변경될 수 있습니다.

* The contents of this syllabus are not final—they may be updated.