

<표 IV-3> 학습과정의 수업계획서

1. 강의개요							
학습과목명	광고창작카피 라이팅	학점	3	교강사명		교·강사 전화번호	
강의시간	4	강 의 실		수강대상	교양	E-mail	
2. 교과목 학습목표							
<p>정보사회에 접어들면서 방송과 통신기술의 급속한 진화와 함께 다양한 새로운 미디어가 등장함으로 인해 다양한 플랫폼의 광고들이 송출되고 있다. 광고는 수요자들이 광고를 인지하고 제품을 구매하는 행동을 유도하는 설득 커뮤니케이션을 목적으로 광고를 제작하는 과정 중 카피 라이팅의 중요성이 증대 되고 있다. 특히 광고 속 언어는 일상적인 언어와는 다른 모습을 지니고 있기 때문에 광고 카피는 글이나 문안이 아닌 광고전체의 근간을 이루는 전체적인 메시지며 아이디어라고 볼 수 있다. 그에 따라 본 교과목은 카피의 정의, 카피라이터의 역할, 아이디어 발상의 기본 원칙, 라이팅의 기본 원칙, 컨셉 메이킹 등을 살펴보고 실제 광고를 직접 창작하여 이론적인 시각뿐만 아니라 실무적인 시각에서 카피를 이해하고 실습한다. 이를 위해 광고메시지 전달에 핵심적 위치를 차지하는 광고 카피를 효과적으로 작성 할 수 있도록 인쇄매체, 전파광고 등 매체의 유형과 광고의 유형별 카피 라이팅 기법을 공부함으로써 실제 카피라이터의 이해를 하도록 한다.</p>							
3. 교재 및 참고문헌							
<p>1) 주교재 : 카피라이팅의 원리와 공식, 천현숙, 커뮤니케이션북스, 2010 2) 부교재 : BTL 광고에 크리에이티브라고?, 천현숙, 나남, 2011</p>							
4. 주차별 강의(실습·실기·실험) 내용							
주별	차시	강의(실습·실기·실험) 내용			과제 및 기타 참고사항		
제 1 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : 카피 라이팅의 이해 ◦강의목표 : 카피와 카피라이터의 정의와 이해 ◦강의세부내용 : 국내 카피의 기원에 대한 실마리를 광고사례를 통해 찾아보고자 한다. 카피의 사전적 정의, 광고를 구성하는 모든 요소, 언어로 표현되는 모든 요소를 살펴본다. ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 			주교재 (P1~13) 부교재 (P11~21) 관련 사진 자료, PPT 빔 프로젝터, 노트북		
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 카피의 일반적인 정의를 비롯한 정보적 요소, 설득 요소, 설득력 있는 편익제안, 임팩트 있는 표현, 물리적 결과물, 사고의 과정을 통해 카피의 중요성을 살펴본다. 카피라이터의 기원과 이해를 통해 카피라이팅 전반적인 제작과정을 이해한다. ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 					
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 최근 본 광고 중 3가지를 택하여 광고헤드라인과 슬로건을 정리하는 실습을 진행한다. ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 					
	4	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 정리한 광고헤드라인, 슬로건을 통해 컨셉트 메이킹, 아이디어 크리에이팅, 카피 라이팅을 분석하여 제작과정을 유추해본다. 					

제 2 주	<p>1</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의주제 : 카피라이터의 조건 ◦강의목표 : 훌륭한 카피라이터의 특징과 조건 ◦강의세부내용 : 초기 카피라이터의 특징을 알아보고 현재 카피라이터의 역할과 기본 조건을 고찰해 본다. 그를 통해 앞으로 카피라이터의 발전방향에 대해 살펴본다. <p>2</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 다양한 광고와 그 광고를 제작한 카피라이터들의 사례를 살펴보며 훌륭한 카피라이터의 17가지 조건과 특징을 확인하고 실제 카피라이터의 역할에 대해 이해한다. <p>3</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 금일 신문의 칼럼 하나를 택 하여 서론, 본론, 결론을 찾아보고 각 부분에서 필자가 말하는 바를 요약하여 정리 해보는 실습을 진행한다. <p>4</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 비누와 전혀 관련이 없는 것을 결합해서 새로운 아이디어를 만들어 보고 그에 따라 광고 헤드라인, 슬로건을 작성해본다. 	<p>주교재 (P14~49) 부교재 (P25~33) 관련 사진 자료, PPT 빔 프로젝터, 노트북</p>
제 3 주	<p>1</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의주제 : 카피 아이디어 발상 ◦강의목표 : 카피 아이디어 발상의 기본 원칙 ◦강의세부내용 : 카피라이터는 카피를 쓰는데 보다 생각하는데 더 많은 시간을 투자해야 한다. 그에 따라 유명 광고학자 블레이크와 블라이의 아이디어 발상의 8원칙, 유명 광고기획자 알렌스의 효과적인 헤드라인작성법을 통해 카피를 쓰기 위해 꼭 거쳐야하는 생각의 단계를 살펴본다. <p>2</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 현재 광고계 현업에서 활약하는 김동규의 헤드라인작성의 10원칙, 천현숙의 카피 아이디어 발상 6원칙을 통해 실제 카피라이터의 카피 작성 시 아이디어 발상과정을 이해한다. <p>3</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 새로운 휴대폰을 노인용으로 광고하려면 어떤 점을 강조해야 하는지 아이디어 발상에 관한 실습을 진행한다. <p>4</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 남성과 다른 여성의 심리 열거지를 생각하여 작성하고, 그 중 1가지를 선택하여 제품을 선택한 후 광고헤드라인, 슬로건을 작성하는 실습한다. 	<p>주교재 (P53~71) 부교재 (P65~76) 관련 사진 자료, PPT 빔 프로젝터, 노트북</p>

제 4 주	<p>1</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의주제 : 카피 라이팅의 원칙 ◦강의목표 : 카피라이팅의 기본 원칙의 이해 ◦강의세부내용 : 카피 라이팅에 있어 가장 중요한 가치는 독창성이다. 독창성이 느껴지게 하기 위해서는 꼭 지켜야할 원칙들이 있다. 그에 따라 미국의 저명한 카피라이터 조지펠턴의 헤드라인에 대한 8가지 조언, 존 케이플스의 광고 헤드라인 작성에 관한 29가지 법칙을 살펴보고 카피의 독창성에 대해 이해하도록 한다. <p>2</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 · 토론 ◦강의세부내용 : 광고대행사 선연의 카피라이터 김병희의 헤드라인 작성 시 고려사항 7가지와 천현숙의 카피라이팅 8원칙을 살펴보고, 현재 카피라이팅 트렌드 및 작성에 대해 이해한다. <p>3</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 · 토론 ◦강의세부내용 : 최근 출간된 책 중에서 '말의 힘' 이 느껴지는 책 제목을 찾아보고 그에 대한 이유를 토론해 본다. <p>4</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 · 토론 ◦강의세부내용 : 직업이란 무엇인가? 에 대한 문장으로 표현해보고 그 이유에 대해 발표 및 토론해본다. 	<p>주교재 (P72~96) 부교재 (P77~84) 관련 사진 자료, PPT 빔 프로젝터, 노트북</p>
제 5 주	<p>1</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 · 토론 ◦강의주제 : 컨셉 메이킹의 이해 ◦강의목표 : 컨셉 메이킹의 이해와 요소 ◦강의세부내용 : 카피라이팅의 출발이자 핵심은 좋은 컨셉을 뽑아 내는 것이다. 좋은 컨셉을 뽑아내기 위해 컨셉 메이킹의 정의와 개념을 이해하고, 사례를 통해 살펴본다. <p>2</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 컨셉의 바탕이 되는 요소들을 살펴보고 제품, 소비자, 포지셔닝, 사회·경제·문화·정치적 환경에 적용시켜봄으로써 컨셉메이킹에 대해 전반적으로 이해하도록 한다. <p>3</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 가벼운 운동화로부터 얻을 수 있는 편익 3가지를 찾아 제시해보고 그에 따라 명확한 컨셉을 도출 해보는 실습을 진행한다. <p>4</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 새로 나온 칫솔이 있다. 칫솔 시장을 세분화하여 어떻게 포지셔닝 하는 지에 대하여 실습을 진행한다. 	<p>주교재 (P99~124) 부교재 (P101~110) 관련 사진 자료, PPT 빔 프로젝터, 노트북</p>

제 6 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의주제 : 컨셉과 광고 목표 ◦강의목표 : 컨셉과 광고 목표의 부합성 ◦강의세부내용 : 광고에서 문제를 해결하는 방법은 좋은 컨셉과 그 컨셉에 부합한 광고목표를 명확히 하는 것이다. 그에 따라 광고 목표와 컨셉과의 관계, 광고목표의 종류를 이해한다. 	<p>주교재 (P125~142) 부교재 (P127~134) 관련 사진 자료, PPT 빔 프로젝터, 노트북</p>
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 광고의 목표에 있어 브랜드와 브랜드 이미지 형성은 소비자의 구매행동에 있어 중요한 영향을 끼친다. 광고목표, 브랜드명, 브랜드 이미지 형성, 브랜드 충성도, 구매행동의 관계를 사례를 통해 살펴본다. 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 최근 본 TV 광고 중에서 기억에 남는 광고 하나를 택해 광고의 컨셉과 광고 목표가 무엇인지를 분석해 보는 실습을 진행한다. 	
	4	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 식기 세척기라는 제품군의 필요성을 인지시키기 위해 광고목표에 대해 부합하는 카피를 써보는 실습을 진행한다. 	
제 7 주	1	중간고사	
	2		
	3		
	4		
제 8 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : 컨셉의 결정 ◦강의목표 : 좋은 컨셉과 컨셉 결정의 도구의 이해 ◦강의세부내용 : 좋은 컨셉은 광고 목표와의 부합 뿐만 아니라 독특하고 임팩트 있는 컨셉이 필요하다. 그에 따라 독특하고 임팩트 있는 컨셉의 도출과정에 대해 살펴본다. 	<p>주교재 (P143~160) 부교재 (P135~143) 관련 사진 자료, PPT 빔 프로젝터, 노트북</p>
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 좋은 컨셉을 뽑을 수 있는 대표적인 컨셉 결정의 도구인 카피플랫폼, 크리에이티브 브리프, 맥켄 에릭슨의 역할 연기법에 대해 살펴봄여 좋은 컨셉의 결정에 대해 이해한다. 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 피로회복 드링크의 심리적 편익 5가지를 작성하고 그에 따라 심리적 편익을 충족시키는 카피 작성에 대한 실습을 진행한다. 	

	4	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 가벼운 점퍼의 물리적 편익 5가지를 작성하고 그에 따라 심리적 편익을 충족시키는 카피 작성에 대한 실습을 진행한다. ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 	
제 9 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : 아이디어 발상 ◦강의목표 : 아이디어의 정의와 좋은 아이디어 발상법의 이해 ◦강의세부내용 : 명확한 컨셉을 카피로 만들어내기 위해서는 그것을 가장 쉽고 명확하게 전달 할 수 있는 방법, 아이디어가 필요하다. 그로 인해 아이디어와 컨셉과의 관계, 아이디어 전략 중 FCB 그리드 모델에 대해 이해한다. ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 	<p>주교재 (P161~188) 부교재 (P144~158) 관련 사진 자료, PPT 빔 프로젝터, 노트북</p>
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 좋은 아이디어를 찾는 방법은 새로운 것을 만들어내는 것이 아니라 기존의 아이디어를 교묘하게 결합시켜 새로운 의미를 만들어내는 것이다. 제임스 웹 영의 5단계 아이디어 발상법, 알렉스 오스본의 브레인스토밍법에 대해 살펴봄과 다양한 광고사례에 적용시켜 본다. ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 박하 맛 사탕 하면 생각나는 것 10가지를 적어보고, 그것을 통해 하나의 명확한 메시지의 컨셉을 도출해보는 실습을 한다. ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 	
	4	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 노트북과 고흐의 관련성 5가지를 찾아보고 노트북에 대한 하나의 명확한 메시지의 컨셉을 도출해보는 실습을 한다. ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 	
제 10 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : 카피수사의 필요성 ◦강의목표 : 카피수사 리듬원리의 이해 ◦강의세부내용 : 카피라이팅의 기본 원칙과 과정 외에 어떤 효과적인 카피표현을 만들어내느냐 하는 것 또한 중요하다. 그에 따라 마지막 라이팅 단계에서 카피표현의 수준을 비약시키기 위해 카피수사의 필요성을 살펴본다. ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 	<p>주교재 (P191~208) 부교재 (P159~166) 관련 사진 자료, PPT 빔 프로젝터, 노트북</p>
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 카피 리듬의 원리 7가지인 각운, 두운, 요운, 율격, 반복, 대구, 대조 요소들을 살펴보고, 광고사례를 적용시킴으로써 카피 리듬의 원리를 이해한다. ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 우리 속담 혹은 외국 속담중에서 리듬의 원리를 이용한 사례를 찾고, 그것을 통해 제품에 적용시켜 카피를 작성하는 실습을 한다. 	

	4	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 두운을 이용해 우리나라의 슬로건을 작성해보는 실습을 한다. 	
제 11 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의주제 : 카피 이미지의 원리 ◦강의목표 : 카피 이미지의 역할과 원리의 이해 ◦강의세부내용 : 광고의 이미지는 직접 눈을 통해 보여 지는 방법도 있지만 카피를 통해 머릿속에 떠오르게 하는 방법도 있다. 오감을 이용하여 특정감각의 경험을 불러일으켜 만드는 이미지 수사에 대해 살펴본다. 	<p>주교재 (P209~222) 부교재 (P167~171) 관련 사진 자료, PPT 빔 프로젝터, 노트북</p>
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 이미지 원리에 대한 8가지 수사인 시각적 이미지, 청각적 이미지, 후각적 이미지, 미각적 이미지, 촉각적 이미지, 기관감각적 이미지, 근감각적 이미지, 공감각적 이미지에 대해 살펴보고 각 원리에 대해 실제 광고사례에 적용시켜 봄으로써 이미지 원리의 전반적인과정을 이해한다. 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 시각적 이미지의 수사를 이용해 해운대 앞바다를 표현해 보는 실습을 진행한다. 	
	4	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 늦잠을 잔 일요일 아침을 감각적 이미지로 표현해보는 실습을 진행한다. 	
제 12 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의주제 : 카피 비유의 원리 ◦강의목표 : 카피 비유의 원리와 이해 ◦강의세부내용 : 비유는 문학이나 예술에서 가장 흔히 상용되는 수사로 광고카피에서도 빈번이 사용된다. 비유의 원리와 효과 발생에 대해 살펴본다. 	<p>주교재 (P223~258) 부교재 (P172~191) 관련 사진 자료, PPT 빔 프로젝터, 노트북</p> <p>*레포트: 주제 - 피로회복 드링크의 편익을 통해 컨셉의 메이킹과 요소들을 작성하고 새로운 컨셉과 목표를 설정하여 헤드라인과 슬로건을 작성하세요.</p>
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 · 토론 ◦강의세부내용 : 비유의 원리에 의한 5가지 기본수사인 직유, 은유, 의인, 상징, 환유에 대해 이해하며 비유를 응용한 광고사례를 살펴본다. 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 · 토론 ◦강의세부내용 : 비유의 원리를 5가지 기본 수사를 응용하여 텔레비전의 별명을 지어보는 실습을 진행한다. 	
	4	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 · 토론 ◦강의세부내용 : 비유의 원리 중 1가지를 택 하여 콜라 인쇄광고의 카피를 새로 작성해보고 토론하는 실습을 진행한다. 	

<p>제 13 주</p>	<p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 · 토론 ◦강의주제 : 카피 강조의 원리 ◦강의목표 : 카피 강조의 원리와 이해 ◦강의세부내용 : 카피에서는 여러 가지 방법을 통해 자신의 말을 강조하려는 시도를 한다. 그로인해 생각을 이용해 강조하는 사고를 통한 강조의 원리에 대해 이해한다. 	<p>주교재 (P259~269) 부교재 (P191~203) 관련 사진 자료, PPT 빔 프로젝터, 노트북</p>
<p>2</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 사고를 통한 강조의 원리를 이용한 3가지 수사인 과장, 반어, 역설에 대해 살펴봄으로써 카피를 강조하는 방법에 대해 이해한다. 		
<p>3</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 도치와 생략의 수사를 사용해 제주 굴의 맛을 표현하는 실습을 진행한다. 		
<p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 돈호의 수사를 사용하여 물 절약 캠페인 카피를 써보는 실습을 진행한다. 		
<p>제 14 주</p>	<p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : 매체별 광고의 유형별 카피라이팅 ◦강의목표 : 매체별 광고의 카피라이팅의 이해 ◦강의세부내용 : 정보통신 기술이 발전함에 따라 다양한 광고의 유형들이 생겨나고 있다. 광고의 유형에는 전파광고, 포스터광고, 옥외광고, 온라인배너, 인터넷 바이럴 광고들이 존재하며 그에 따라 함축적인 카피의 메시지의 전달 방법에 대해 살펴본다. 	<p>부교재 (P37~51) 관련 사진 자료, PPT</p>
<p>2</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 다양한 유형의 광고가 생겨남에 따라 접근성, 미디어, 메시지, 브랜드 충성도, 차별화, 화제성의 요소에 따른 카피라이팅 기법을 이해한다. 		
<p>3</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 최근 본 전파광고에 대해 접근성, 미디어, 메시지, 브랜드 충성도, 차별화, 화제성의 요소에 관해 분석과 토론해보는 실습을 진행한다. 		
<p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 이론 강의 / 실습 ◦강의세부내용 : 지하철 옥외 광고의 매체 특성을 이용하여 세탁기 광고에 대한 카피라이팅 실습을 진행한다. 		
<p>제 15 주</p>	<p>1 2 3</p>	<p>기말고사</p>	

5. 성적평가 방법

중간고사	기말고사	과제물	출결	기타	합계	비고
30 %	30 %	20 %	20 %	%	100 %	

6. 수업 진행 방법

강의, 실습, 토론

7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항

8. 문제해결 방법(실험·실습 등의 학습과정의 경우에 작성)

9. 강의유형

이론중심(), 토론, 세미나 중심(), 실기 중심(), 이론 및 토론, 세미나 병행(),
이론 및 실험, 실습 병행(), 이론 및 실기 병행(✓)