

<표 IV-3> 학습과정의 수업계획서

1. 강의개요							
학습과목명	방송영상광고	학점	3	교·강사명		교·강사 전화번호	
강의시간	3	강 의 실	-	수강대상	방송영상학 전공	E-mail	
2. 교과목 학습목표							
<p>조별 활동을 통해 TV CM 광고기획안을 직접 기획, 제작하는 과정에서 환경의 분석, 표적고객에 대한 분석 및 설정, 컨셉트의 설정, 크리에이티브 전략의 수립, 방송영상광고의 예산의 수립과 집행 단계까지 방송영상광고의 기획, 제작 과정을 전반을 이론적으로 숙지하게끔 하는 것 뿐 아니라 실전에 적용하는 다양한 전략적 접근 방법을 습득하게끔 한다.</p>							
3. 교재 및 참고문헌							
<p>1) 주교재 : 텔레비전 광고제작, 윤석태/정상수 저, 커뮤니케이션북스 2) 부교재1 : 광고학, 김광수/우성택/권은아 저, 한나래아카데미 3) 부교재2 : 광고학개론, 이명천/김요한 저, 커뮤니케이션북스</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 : 광고의 정의와 역사 ◦강의목표 : 광고의 특징과 역사적 발전 과정을 알아본다. ◦강의세부내용 : 마케팅과 커뮤니케이션 시각에서 바라본 광고의 차이점을 살펴보고 비대면적 유료형식의 설득커뮤니케이션인 광고의 특징에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 				텔레비전 광고제작 (P3~41) 광고학 (P16~71) 빔 프로젝터, 노트북	
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 자연발생적으로 인류 역사와 공존해 왔던 광고가 시대의 변화에 따라 어떻게 발전되어 왔는지 설명한다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 					
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 우리나라와 미국의 광고 역사에 대해 알아보고 미래 광고의 큰 흐름에 대해 설명한다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 					
제 2 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : 광고의 주체 ◦강의목표 : 광고를 만드는 사람들에 대해 알아본다. ◦강의세부내용 : 광고주와 광고대행사, 미디어 앱 간의 관계를 설명하고 광고대행사의 조직 구조와 형태 및 특성에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 				텔레비전 광고제작 (P42~95) 광고학 (P72~99) 빔 프로젝터, 노트북	
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 광고대행사의 기획과 제작 등 직능별 업무 내용과 절차에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 					
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : TV광고를 제작하는 사람들에 					

		<p>대해 알아본다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 강의, 질의응답 ◦강의주제 : 광고의 역할과 광고규제 ◦강의목표 : 광고의 기능과 종류 및 광고 규제에 대해 알아본다. ◦강의세부내용 : 광고의 사회, 경제적 순기능과 역기능이 무엇인지 알아보고 광고의 주요 전략이 될 수 있는 마케팅 기능에 대해 다루어본다. 	
제 3 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 강의, 질의응답 ◦강의세부내용 : 하드셀과 소프트셀을 비롯 광고 소구에 따른 광고의 유형들에 대해 알아보고 최근 광고 동영상을 보여주어 학생들이 광고의 유형 및 특징을 쉽게 이해 할 수 있도록 한다. 	<p>광고학 (P130~174)</p> <p>빔 프로젝트, 노트북</p>
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 강의, 질의응답 ◦강의세부내용 : 광고 규제기관과 주된 업무에 대해 알아본다. 기만광고, 불공정광고, 비교광고, 저작권 등 광고규제를 예를 들어 설명한다. 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 강의, 질의응답 ◦강의주제 : 마케팅 커뮤니케이션 전략 ◦강의목표 : 마케팅 개념 정리와 광고기획의 의미를 알아본다. ◦강의세부내용 : 마케팅 촉진 수단으로써의 광고의 위치를 설명하고 마케팅의 의미와 마케팅 시대에 전략의 핵심은 소비자에 있음을 설명한다. 	
제 4 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 강의, 질의응답 ◦강의세부내용 : IMC(통합적 마케팅 커뮤니케이션)에 대한 개념 정리를 실례를 들어 알아보고 IMC 마케팅의 필요성에 대해 설명한다. 	<p>광고학개론 (P81~165)</p> <p>빔 프로젝트, 노트북</p>
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 강의, 질의응답 ◦강의세부내용 : 마케팅의 촉진 수단인 홍보, 인적판매, 판매촉진, 광고에 대한 개념 정리 및 역할에 대해 설명한다. 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 강의, 질의응답 ◦강의주제 : 광고기획 ◦강의목표 : 광고기획의 의미와 상황분석 ◦강의세부내용 : 광고기획의 의미와 순서, 그리고 기본적 고려사항 등에 대해 알아본다. 	
제 5 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 강의, 질의응답 ◦강의세부내용 : 상황분석 중 자사와 경쟁사 분석에 대한 방법에 대해 알아본다. 	<p>광고학 (P180~255)</p> <p>빔 프로젝트, 노트북</p>
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 강의, 질의응답 ◦강의세부내용 : 상황분석 중 소비자 분석에 대해 알아보고 나아가 소비자 행동론에 대해 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 강의, 질의응답 ◦강의세부내용 : 상황분석 중 소비자 분석에 대해 알아보고 나아가 소비자 행동론에 대해 	

		<p>설명한다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦수업방법 : 강의, 질의응답 ◦강의주제 : SWOT분석 ◦강의목표 : SWOT, 그리고 문제점과 기회요인에 대해 알아본다. 	
제 6 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 상황분석의 정리 틀로 SWOT에 대해 알아보고 전략의 방향을 실례를 들어 설명한다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 	<p>텔레비전 광고제작 (P97~147)</p> <p>빔 프로젝터, 노트북</p>
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 마케팅목표와 광고목표의 차이점을 명확히 이해시키고 기술방법에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 분석 틀을 토대로 커뮤니케이션상의 문제점과 기회요인을 찾고 광고목표를 수립하는 과정을 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 	
제 7 주	1	<p>중간고사</p>	
	2		
	3		
제 8 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : 시장 세분화 전략 ◦강의목표 : 시장 세분화 란 무엇인지 알아본다. ◦강의세부내용 : 시장을 세분화하는 목적과 인구 통계적, 지리적, 심리적, 행동적 세분화 방법에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 	<p>광고학개론 (P110~131)</p> <p>빔 프로젝터, 노트북</p>
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 표적시장 선정의 방법과 목표소비자 기술 법에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 포지셔닝의 방법과 대표적 포지셔닝 유형에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 	
제 9 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : 광고 크리에이티브 전략 ◦강의목표 : 광고 크리에이티브 전략과 포지셔닝에 대해 알아본다. ◦강의세부내용 : 제품, 상품, 광고, 표현의 단계별 컨셉의 개념에 대해 설명하고 아이디어 발상을 통한 컨셉 도출 법을 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 	<p>광고학개론 (P229~265)</p> <p>광고학 (P344~375)</p> <p>빔 프로젝터, 노트북</p>
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : USP, 이미지, 포지셔닝 등의 대표적 광고 전략에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 브랜드 포지션(시장 리더인지 도전자인지)에 따른 포지셔닝 전략 방법에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 	

제 10 주	<p>1</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : TV CM 아이디어 발상과 미디어 이해 ◦강의목표 : V CM 아이디어 발상 과정과 성공한 광고 사례 연구 그리고 미디어 이해 ◦강의세부내용 : TV CM 아이디어 발상 과정에 대한 이해와 독특한 아이디어로 성공한 광고 사례를 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 <p>2</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지)와 뉴미디어(인터넷, 케이블 등)의 특징과 요금체계에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 <p>3</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : TV-CM 아이디어를 스토리보드로 표현. ◦수업방법 : 실습 	<p>빔 프로젝터, 노트북</p> <p>*레포트 : 수업시간에 낸 아이디어를 카메라로 찍어 머릿속의 아이디어가 어떻게 영상으로 표현되는지 알아본다.</p>
제 11 주	<p>1</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : TV CM 제작 ◦강의목표 : TV CM 프로세스와 제작 주체들의 역할 ◦강의세부내용 : TV CM 기획과 제작 프로세스에 대해 설명하고 글로벌 스탠다드와 우리나라의 프로세스 상의 차이점에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 <p>2</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 광고대행사와 광고주의 합의 과정인 PPM(Pre-Production Meeting)에 대한 이해도를 높이고 TV CM에 참여하는 담당자들 각각의 역할에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 <p>3</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 본인의 스토리보드를 발표 ◦수업방법 : 발표 	<p>텔레비전 광고제작 (P148~219)</p> <p>빔 프로젝터, 노트북</p>
제 12 주	<p>1</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : 영상매체의 특성과 이해 ◦강의목표 : TV만이 갖는 영상문법을 이해하고 활용한다. ◦강의세부내용 : 같은 시각매체인 영화와 광고의 차이점을 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 <p>2</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 동적 화면의 구성원칙에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 <p>3</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : TV광고 영상의 4대요소에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의, 질의응답 	<p>텔레비전 광고제작 (P241~259)</p> <p>빔 프로젝터, 노트북</p>
제 13 주	<p>1</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : 미디어 플래닝 ◦강의목표 : 매체계획과 매체믹스, 그리고 매체 스케줄 ◦강의세부내용 : 매체계획의 수립과정과 도달률, 빈도, GRP에 대한 이해, 그리고 매체스케줄에 대해 알아본다. 	<p>광고학 (P454~517) 광고학개론 (P302~331)</p> <p>빔 프로젝터,</p>

	2	◦수업방법 : 강의, 질의응답 ◦강의세부내용 : TV,신문, 라디오, 잡지, 인터넷 등 매체별 특성을 알아본다.					노트북
	3	◦수업방법 : 강의, 질의응답 ◦강의주제 : 광고효과 ◦강의목표 : 광고목표와 광고효과에 대해 알아본다.					
제 14 주	1	◦강의세부내용 : 광고목표와 광고효과의 관계에 대해 설명하고 사전효과, 사후효과, 진행 중 효과 방법에 대해 알아본다.					광고학 (P292~343)
	2	◦수업방법 : 강의, 질의응답 ◦강의세부내용 : 한 학기 동안 배운 내용을 중심으로 학생들의 질문을 받고 토론 하는 시간을 갖는다.					빔 프로젝터, 노트북
	3	◦수업방법 : 강의, 질의응답					
제 15 주	1						
	2		기말고사				
	3						
5. 성적평가 방법							
	중간고사	기말고사	과제물	출결	기타	합계	비고
	30 %	30 %	20 %	20 %	%	100 %	
6. 수업 진행 방법							
이론을 중심으로 하고 광고영상을 보며 같이 분석해 본다.							
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()							