강 의 계 획 서

1. 강의개요

학습과목명	광고학	학 점 (시수)	3(3)	강사명	이*진, 박*춘

2. 교과목 학습목표

1) 광고의 기능, 역사, 광고 기획 및 제작 과정, 광고 관리의 효과 등 광고와 관련된 전반적인 지식을 알아본다.

2) 광고와 관련된 전반적인 현상을 이론과 실무적인 관점에서 포괄적으로 고찰한다.

3) 국내외 광고 산업의 현황을 비교 고찰하며, 광고 기획 및 제작에 필요한 이론적, 실무적인 지식 및 절차들을 학습한다.

4) 과거 지상파 TV 광고의 현황과 디지털광고의 효과를 현재의 시각에서 변화하는 기획 제작의 프로세스의 트랜드를 학습한다.

3. 교재 및 참고문헌

이노베이티브 광고/박승배 외 3명/도서출판 대가/ 2016

4. 주차별 강의(실습·실기·실험) 내용

주별	강의(실습·실기·실험) 내용	비고
제 1 주	오리엔테이션, 광고의 기능 및 역사에 대한 프로세스	
제 2 주	광고 기획 및 제작 마케팅 과정의 전반에 대한 프로세스	
제 3 주	유튜브 광고 효과에 대한 분석 1,2,3 (10,20,30대)	
제 4 주	미디어파사드 광고 효과에 대한 분석, 미디어 파사드 제작방식에 대한 프로세스	
제 5 주	플랫폼 광고 효과 (DAUM, 네이버, 카카오톡)	
제 6 주	광고기획 1,2,3	
제 7 주	광고 기획 발표 및 토론 1,2,3	
제 8 주	중간고사	
제 9 주	구글/ 인스타그램 광고 매체 전략	
제 10 주	애플 광고 매체전략, 크리에이티브 전략	
제 11 주	코카콜라 광고 매체 및 마케팅 전략	
제 12 주	태국 광고 매체 및 마케팅 크리에이티브전략 1,2,3	
제 13 주	인공지능 광고 1,2,3	
제 14 주	인공지능 광고 기획 및 제작 워크숍 1,2,3	
제 15 주	기말고사	

5. 성적평가 방법

중간시험	기말시험	과 제 물	출 결	기 타	합 계	비 고
30 %	30 %	15 %	20 %	5 %	100 %	