

# 수업계획서

학습과정명	교재명	저자명	출판사	출판연도		
광고디자인스튜디오 II	디지털 시대의 광고 크리에이티브 신론	김병희 외 15인	(주)학지사	2022		
수업기간	주당시수/총시수	교강사명	수강료	학점		
1학기: 3월~6월(15주) 여름학기: 6월~8월(8주) 2학기: 9월~12월(15주) 겨울학기: 12월~2월(8주)	5시간/75시간	박동주 외 5명	720,000원	3		
성적평가(평가요소)						
중간고사	기말고사	과제물	수시평가	출석	수업기여도	합계
30%	30%	10%	10%	10%	10%	100%
학습목표	<p>본 교과목은 광고 창의성의 핵심 개념을 이해하고, 이를 바탕으로 실제 광고 크리에이티브 전략을 체계적으로 수립하는 과정을 심도 있게 다룬다.</p> <p>크리에이티브 브리프 작성, 콘셉트 도출, 광고 전략 수립 등 광고 기획 전반을 익히고, 창의적인 아이디어 발상법과 광고 창작 실습을 통해 카피라이팅과 디자인 표현 원리를 탐구하며 효과적인 광고 메시지 제작 역량을 키운다.</p> <p>인쇄 광고, 디지털 광고, BTL 광고 등 다양한 매체의 특성을 분석하고, 매체별 최적화된 광고 전략을 수립하는 방법을 학습한다.</p> <p>또한 광고 기획에서 제작까지의 전 과정을 마케팅 전략과 연계하여 소비자 심리와 시장 환경을 분석하고, 광고 효과를 극대화할 수 있는 통합적 시각을 배양한다.</p> <p>궁극적으로 광고 기획과 제작, 마케팅 전략까지 아우르는 실무 능력을 갖춘 광고 전문가 양성을 목표로 한다.</p>					

## ■ 주차별 수업(강의·실습·실습 등) 내용

주별	차시	수업(강의·실습·실습 등) 내용	과제 및 기타 참고사항
제 1 주	1차시	<p>※오리엔테이션: 학습과정에 대한 소개, 강의진행방식, 성적평가방식, 과제물, 특강 등 전반적인 강의계획 설명</p> <p>1. 강의주제: 광고 산업과 크리에이티브 기반</p> <p>2. 강의목표:</p> <p>1) 광고 산업의 변화와 크리에이티브의 중요성을 바탕으로 광고 산업의 역사적 변화와 현재 트렌드를 이해할 수 있다.</p> <p>2) 디지털 시대에 크리에이티브가 갖는 중요성을 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:</p> <p>1) 광고 산업의 역사적 변화와 주요 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전통 매체 시대에서 디지털 매체 시대로의 전환</li> <li>- 소비자 행동 변화와 광고 산업의 대응</li> </ul> <p>2) 디지털 시대의 광고 트렌드 분석</p>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 수업계획서, 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치, 빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 개인화 광고, 소셜 미디어 광고, 콘텐츠 마케팅</li> <li>- 데이터 기반 광고와 인공지능의 활용</li> </ul> <p>3) 크리에이티브의 중요성 강조</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 차별화된 광고를 통한 소비자 유치 전략</li> <li>- 브랜드 이미지 구축과 유지에 있어서 크리에이티브의 역할</li> </ul>	
2차시	<p>1. 강의주제: 광고 창의성의 개념과 평가 척도</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 광고 창의성의 다양한 정의와 해석을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 광고 창의성을 평가하는 다양한 척도를 설명할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 광고 창의성의 개념 정의 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 독창성, 유용성, 적합성 등 주요 요소</li> <li>- 창의성에 대한 다양한 관점</li> </ul> </li> <li>2) 광고 창의성 평가 척도 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 평가 모델과 사례 분석</li> </ul> </li> <li>3) 창의성 평가의 중요성과 한계점 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 창의성 평가가 광고 전략에 미치는 영향</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
3차시	<p>1. 강의주제: 광고 크리에이티브 철학</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 광고 크리에이티브 철학의 중요성을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 주요 크리에이티브 철학 사상을 설명할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 크리에이티브 철학의 필요성 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고 제작의 방향성과 가치관</li> <li>- 크리에이터의 창의적 영감 제공</li> </ul> </li> <li>2) 주요 크리에이티브 철학 사상 소개 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국 광고 거장들의 철학 소개</li> <li>- 현대 광고 크리에이티브에 영향을 미친 철학적 개념</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
4차시	<p>1. 강의주제: 디지털 시대의 크리에이티브 철학과 윤리적 고려사항</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 시대의 변화된 크리에이티브 철학을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 광고 크리에이티브의 윤리적 문제와 책임감을 인식할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 시대의 크리에이티브 철학 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자 참여형 광고와 스토리텔링의 중요성</li> <li>- 데이터 기반 크리에이티브와 인공지능의 활용</li> </ul> </li> <li>2) 광고 크리에이티브의 윤리적 문제 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사회적 책임과 윤리적 기준의 중요성 강조</li> </ul> </li> <li>3) 크리에이터의 역할과 책임 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자에게 긍정적인 영향을 주는 광고 제작</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

	5차시	<p>1. 강의주제: 마무리 및 토론, 광고 창의성의 미래와 크리에이티브의 역할</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 광고 창의성의 미래 전망을 예측할 수 있다.</li> <li>2) 크리에이티브로서의 역할과 책임감을 다짐할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 광고 창의성의 미래 전망 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 새로운 매체와 플랫폼의 등장</li> </ul> </li> <li>2) 크리에이티브의 역할과 책임</li> <li>3) 광고 창의성과 관련된 토론 및 의견 공유</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	1차시	<p>1. 강의주제: 크리에이티브를 위한 광고 전략 수립</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 크리에이티브와 전략의 개념을 명확히 이해하고 설명할 수 있다.</li> <li>2) 광고 전략이 크리에이티브에 미치는 영향력을 파악할 수 있다.</li> <li>3) 효과적인 크리에이티브 개발을 위한 전략의 필요성을 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 크리에이티브와 전략의 정의</li> <li>2) 성공적인 광고 캠페인 사례를 통한 전략의 중요성 강조</li> <li>3) 전략 부재 시 발생할 수 있는 문제점</li> <li>4) 크리에이티브와 전략의 조화로운 협력 방안</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
제 2 주	2차시	<p>1. 강의주제: 광고 전략 수립 과정</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 광고 목표 설정, 타겟 분석, 메시지 개발 등 전략 수립의 주요 단계를 이해할 수 있다.</li> <li>2) SWOT 분석, 경쟁사 분석 등 전략 수립에 필요한 다양한 분석 활용에 대해 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 광고 목표 설정 및 측정 가능한 지표 설정</li> <li>2) 타겟 고객 분석 및 페르소나 설정 기법</li> <li>3) 경쟁사 분석 및 시장 환경 분석 방법</li> <li>4) 핵심 메시지 개발 및 USP 도출 과정</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	3차시	<p>1. 강의주제: 디지털 시대의 광고 전략</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 미디어 환경 변화가 광고 전략에 미치는 영향을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 데이터 기반 광고, 개인화 광고, 소셜 미디어 광고 등 디지털 시대의 주요 광고 전략을 설명할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 미디어 환경 변화 및 소비자 행동 변화 분석</li> <li>2) 데이터 기반 광고 및 개인화 광고 전략</li> <li>3) 소셜 미디어 광고 및 인플루언서 마케팅 전략</li> <li>4) 콘텐츠 마케팅 및 스토리텔링 전략</li> <li>5) 디지털 광고 효과 측정 및 분석 방법</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

4차시	<p>1. 강의주제: 통합 마케팅 커뮤니케이션(IMC) 전략</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 다양한 광고 매체를 활용한 통합 마케팅 커뮤니케이션 전략을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 다양한 광고 매체(TV, 라디오, 인쇄, 디지털 등)의 특성을 이해하고 통합적인 전략을 설명할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) IMC 전략의 정의 및 필요성</li> <li>2) 다양한 광고 매체별 특성 및 활용 전략</li> <li>3) 브랜드 메시지 일관성 유지를 위한 IMC 전략 수립</li> <li>4) IMC 캠페인 사례 분석</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
5차시	<p>1. 강의주제: 광고 전략 수립 사례 분석</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 실제 광고 사례를 분석하여 광고 전략의 성공 요인 및 광고 전략 수립의 접근 방법을 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 실제 광고 캠페인 사례 분석 및 토론</li> <li>2) 광고 전략 수립 과정에서 발생할 수 있는 문제점 및 해결방안 토론</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
1차시	<p>1. 강의주제: 크리에이티브 브리프와 콘셉트 도출</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 콘셉트의 정의와 중요성을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 디지털 환경에서 창의적인 콘셉트를 도출하는 방법을 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 시대의 창의성과 미치는 영향</li> <li>2) 콘셉트의 이해 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘셉트의 개념과 역할</li> <li>- 좋은 콘셉트의 특징</li> </ul> </li> <li>3) 디지털 환경에서의 콘셉트 도출 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 디지털 트렌드 분석 및 활용</li> <li>- 사용자 경험 기반 콘셉트 도출 및 데이터 기반 콘셉트 도출 설명</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
2차시	<p>1. 강의주제: 크리에이티브 브리프 작성</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 크리에이티브 브리프의 핵심 구성 요소를 파악할 수 있다.</li> <li>2) 효과적인 크리에이티브 브리프 작성 방법을 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 크리에이티브 브리프의 역할과 필요성</li> <li>2) 크리에이티브 브리프의 구성 요소 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 목표 설정: 명확한 목표 정의</li> <li>- 타겟 분석: 핵심 타겟층 분석</li> <li>- 핵심 메시지: 전달하고자 하는 핵심 내용</li> <li>- 제약 조건: 예산, 일정, 기술적 제약 등</li> </ul> </li> <li>3) 효과적인 브리프 작성 방법 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 명확하고 간결한 언어 사용, 구체적인 정보 제공, 질문과 답변을 통한 커뮤니케이션</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

제 3 주

3차시	<p>1. 강의주제: 크리에이티브 브리프 사례</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 다양한 크리에이티브 브리프 사례를 분석할 수 있다.</li> <li>2) 실제 프로젝트에 적용할 수 있는 크리에이티브 브리프 작성 방법을 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 크리에이티브 브리프 사례 분석</li> <li>2) 심층적인 브리프 작성 실습 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 프로젝트 브리프 작성</li> <li>- 클라이언트와의 효과적인 커뮤니케이션</li> <li>- 브리프 작성 시 주의사항</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
4차시	<p>※전문가 특강</p> <p>1. 강의주제: 광고 실무자 특강</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 기업 광고팀에서 광고 진행하는 과정에 대해 이해하고, 크리에이티브 브리프의 중요성을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 기업 광고 결과물을 통해 디지털 시대 광고매체 연관성에 대해 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 기업 광고팀 소개</li> <li>2) 광고 업무 소개</li> <li>3) 실무 광고 진행 시 크리에이티브 브리프 방법</li> <li>4) 디지털 시대 광고 매체 실제 사례</li> <li>5) 기업 광고 온-에어 작품</li> <li>6) 광고 분야 취업을 위한 포트폴리오</li> </ol>	<p>※수업방법: 특강, 질의응답, 시연, 실습, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 특강 PPT, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 필기구, 카메라 등 학습자별 기록 도구</p>
5차시	<p>※전문가 특강</p> <p>1. 강의주제: 광고 실무자 특강</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 기업 광고팀에서 광고 진행하는 과정에 대해 이해하고, 크리에이티브 브리프의 중요성을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 기업 광고 결과물을 통해 디지털 시대 광고매체 연관성에 대해 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 기업 광고팀 소개</li> <li>2) 광고 업무 소개</li> <li>3) 실무 광고 진행 시 크리에이티브 브리프 방법</li> <li>4) 디지털 시대 광고 매체 실제 사례</li> <li>5) 기업 광고 온-에어 작품</li> <li>6) 광고 분야 취업을 위한 포트폴리오</li> </ol>	<p>※수업방법: 특강, 질의응답, 시연, 실습, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 특강 PPT, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 필기구, 카메라 등 학습자별 기록 도구</p>

	<p>1. 강의주제: 광고 크리에이티브 기본 전략</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 광고 전략의 정의와 필요성을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 광고 전략의 핵심 구성 요소를 파악할 수 있고, 그에 따른 효과적인 광고 전략 수립 방법을 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 광고 전략의 개념 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고 전략의 정의와 목표</li> <li>- 광고 전략과 크리에이티브 연계</li> </ul> </li> <li>2) 광고 전략의 핵심 구성 요소 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 타겟 분석</li> <li>- 광고 목표 설정</li> <li>- 핵심 메시지</li> <li>- 광고 예산 및 매체 계획</li> </ul> </li> <li>3) 효과적인 광고 전략 수립 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시장 조사 및 경쟁사 분석</li> <li>- SWOT 분석을 통한 전략</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
제 4 주	<p>1. 강의주제: 크리에이티브 전략의 이해</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 크리에이티브 전략의 정의와 중요성을 설명할 수 있고, 크리에이티브 전략의 핵심 요소에 대해서 파악할 수 있다.</li> <li>2) 효과적인 크리에이티브 전략 수립 방법을 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 크리에이티브 전략의 기본 개념 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 크리에이티브 전략의 정의와 목표</li> <li>- 광고 전략과 크리에이티브 전략의 관계</li> </ul> </li> <li>2) 크리에이티브 전략의 핵심 요소 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘셉트 도출 및 개발</li> <li>- 메시지 표현 방식</li> <li>- 시각적 요소</li> <li>- 청각적 요소</li> </ul> </li> <li>3) 효과적인 크리에이티브 전략 수립</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	<p>1. 강의주제: 크리에이티브 전략 기법 및 적용 사례</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 다양한 크리에이티브 전략 기법을 이해하고, 성공적인 크리에이티브 전략 사례를 분석할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 크리에이티브 전략 기법 설명</li> <li>2) 크리에이티브 전략 적용 사례 분석 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 성공적인 크리에이티브 광고 캠페인 분석</li> <li>- 사례 분석 및 개선점 도출</li> </ul> </li> <li>3) 창의적인 아이디어 발상 실습 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 브레인스토밍, 마인드맵</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

	<p>4차시</p> <p>1. 강의주제: 디지털 캠페인 크리에이티브 사례 분석</p> <p>2. 강의목표:</p> <p>1) 성공적인 디지털 캠페인 크리에이티브 사례를 분석하고, 디지털 캠페인 트렌드를 이해하고 적용할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:</p> <p>1) 디지털 캠페인 크리에이티브 사례 분석</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소셜 미디어 캠페인 사례</li> <li>- 영상 플랫폼 캠페인 사례</li> </ul> <p>2) 디지털 캠페인 트렌드</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현재 트렌드 한 디지털 콘텐츠 사례 설명</li> </ul> <p>3) 디지털 플랫폼별 크리에이티브 전략</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북/인스타그램/유튜브 크리에이티브 전략</li> </ul>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	<p>5차시</p> <p>1. 강의주제: 크리에이티브 전략 토론 및 향후 방향</p> <p>2. 강의목표:</p> <p>1) 크리에이티브 전략의 효과에 대해 이해할 수 있다.</p> <p>2) 향후 크리에이티브 전략 발전 방향을 파악할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:</p> <p>1) 크리에이티브 전략 평가</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고 목표 달성도</li> <li>- 타겟 오디언스 반응</li> <li>- 브랜드 이미지 영향</li> </ul> <p>2) 크리에이티브 전략 개선점 설명</p> <p>3) 향후 크리에이티브 전략 발전 방향</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 새로운 기술 및 플랫폼 활용</li> <li>- 지속적인 크리에이티브 혁신</li> </ul>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
제 5 주	<p>1차시</p> <p>1. 강의주제: 창의적인 아이디어 발상법 개념</p> <p>2. 강의목표:</p> <p>1) 아이디어 발상 기법을 이해하고 다양하게 적용할 수 있으며, 아이디어 발상의 중요성을 이해하고 필요성을 인식할 수 있다.</p> <p>2) 창의적인 사고력을 향상에 대해 이해할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:</p> <p>1) 창의적인 아이디어 발상의 기본 개념</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 창의성의 중요</li> <li>- 아이디어 발상의 단계별 과정</li> </ul> <p>2) 다양한 아이디어 발상 기법</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 브레인스토밍, 마인드맵, 스캬퍼(SCAMPER) 기법</li> <li>- 디자인 씽킹(Design Thinking) 방법론</li> </ul> <p>3) 아이디어 발상 실습</p>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

2차시	<p>1. 강의주제: 디지털 시대의 아이디어 발상 및 광고</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 시대의 아이디어 발상 특징을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 디지털 환경에 적합한 아이디어 발상 및 광고 창작 능력을 향상시켜 광고 창작 과정을 효과적으로 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 시대의 아이디어 발상 특징 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 디지털 기술 활용 아이디어 발상</li> <li>- 데이터 기반 아이디어 발상</li> <li>- 사용자 참여형 아이디어 발상</li> </ul> </li> <li>2) 광고 창작 과정의 단계 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기획 단계, 제작 단계, 집행 단계</li> <li>- 각 단계별 핵심 요소와 역할</li> </ul> </li> <li>3) 디지털 환경에 적합한 아이디어 발상 및 광고 창작 사례</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
3차시	<p>1. 강의주제: 광고 창작 과정과 TV광고 창작 이해</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 광고 창작의 과정 설명과 전체적인 과정을 순차적으로 이해할 수 있다.</li> <li>2) TV 광고 창작 과정의 특징을 이해하고 제작 기법을 설명할 수 있다.</li> <li>3) 스토리텔링, 시청각 효과, 제작 규모 등 TV 광고 제작에 필요한 요소를 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 광고 회사의 광고 창작 과정 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고주, 광고회사, 매체사를 중심으로 광고 창작 과정</li> </ul> </li> <li>2) TV 광고 창작 과정의 특징 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스토리텔링, 시청각 효과 활용, 제작 규모와 예산</li> </ul> </li> <li>3) TV 광고 제작 기법 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스토리보드, 연출, 촬영 기법, 특수 효과</li> </ul> </li> <li>4) 성공적인 TV 광고 제작 사례 분석</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
4차시	<p>1. 강의주제: 인쇄 광고 창작 과정 특징</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 인쇄 광고 창작 과정의 특징을 이해하고 인쇄 광고 제작에 필요한 요소를 이해할 수 있다.</li> <li>2) 잘 된 인쇄 광고 제작 사례를 분석하고 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 인쇄 광고 창작 과정의 특징 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시각적 요소의 중요성</li> <li>- 간결하고 명확한 메시지 전달</li> <li>- 제한된 공간 활용</li> </ul> </li> <li>2) 인쇄 광고 디자인 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인쇄 제작 기법 설명</li> </ul> </li> <li>3) 성공적인 인쇄 광고 제작 사례 분석</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

	<p>1. 강의주제: 소비자의 생활과 함께 변하는 광고 창작 환경</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 소비자의 변화된 생활 방식에 따른 광고 트렌드를 이해하고 적용할 수 있다.</li> <li>2) 디지털 광고 창작에 필요한 새로운 기술과 기법을 이해하고 설명할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 시대의 광고 창작 환경 변화</li> <li>2) 소비자의 변화된 생활 방식과 광고 트렌드</li> <li>3) 디지털 광고 창작을 위한 새로운 기술과 기법</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p> <p>※수시평가(10점): -형식: 마인드맵 -주제: 브레인스토밍과 마인드맵 기법을 활용한 아이디어 발상법 -7주차 제출</p> <p>※8주차 중간고사 안내</p>
제 6 주	<p>1. 강의주제: 카피라이팅과 연관된 기본 개념</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 카피라이팅의 정의와 중요성을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 효과적인 카피라이팅을 위한 기초를 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 카피라이팅의 개념 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 카피라이팅의 개념과 역할</li> <li>- 광고, 마케팅, 브랜딩에서 카피라이팅의 중요성</li> </ul> </li> <li>2) 효과적인 카피라이팅을 위한 기초 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 좋은 카피의 특징</li> <li>- 광고에서 카피라이팅 고려사항</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	<p>1. 강의주제: 카피라이터의 역할, 자질 및 필요한 역량</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 카피라이터의 역할과 책임을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 카피라이터에게 필요한 다양한 자질과 역량을 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 카피라이터의 역할과 책임</li> <li>2) 카피라이터에게 필요한 자질과 역량 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 창의력, 공감 능력, 문제 해결 능력</li> <li>- 글쓰기 능력, 커뮤니케이션 능력, 리서치 능력</li> </ul> </li> <li>3) 성공적인 카피라이터가 되기 위한 자기 개발 과정</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

3차시	<p>1. 강의주제: 카피라이터의 기본 마인드</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 카피라이터가 갖춰야 할 기본 마인드셋을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 창의적인 아이디어를 발상하고 발전시키는 마인드를 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 긍정적인 마인드셋</li> <li>2) 공감 능력과 소통 능력 마인드셋</li> <li>3) 창의적인 아이디어 발상 및 발전 마인드</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
4차시	<p>1. 강의주제: 카피라이터의 기본적인 기술</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 카피라이터가 갖춰야 할 기본적인 기술 및 스킬을 설명할 수 있다.</li> <li>2) 다양한 카피라이팅 기법을 이해하고, 효과적인 카피라이팅을 사례를 통해 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 카피라이팅의 기본적인 기술과 스킬 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 헤드라인, 바디 카피, 슬로건 작성 기술</li> <li>- 사례를 통한 카피라이팅 기법 분석</li> </ul> </li> <li>2) 다양한 카피라이팅 기법 이해 및 적용 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 디지털 광고, 인쇄 광고, 방송 광고 등 매체별 카피라이팅 기법</li> </ul> </li> <li>3) 효과적인 카피라이팅을 위한 사례를 통해 이해 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 광고 카피 사례 분석</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
5차시	<p>1. 강의주제: 카피라이터로서의 성장 방향 및 실습</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 카피라이터로서 지속적인 성장을 위한 방향을 설명할 수 있다.</li> <li>2) 카피라이팅 마인드 실습을 통해 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 카피라이터로서의 성장 방향 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 필수적인 기능 습득</li> <li>- 기능적인 조건</li> </ul> </li> <li>2) 카피라이팅 실습 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 생각하기</li> <li>- 쓰기</li> <li>- 카피 과정 실습</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

	<p>1. 강의주제: 레이아웃 조형 원리 (1) - 통일성, 균형</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 광고 레이아웃 디자인의 기본 원리의 통일성과 균형의 개념을 이해하고 레이아웃 디자인을 설명할 수 있다.</li> <li>2) 광고 디자인에서 통일성과 균형이 어떻게 활용되는지 사례를 통해 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 레이아웃 디자인의 기본 원리: 통일성 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 통일성의 정의와 레이아웃 디자인에서의 활용 방법</li> </ul> </li> <li>2) 레이아웃 디자인의 기본 원리: 균형 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 균형의 정의와 레이아웃 디자인에서의 특징</li> </ul> </li> <li>3) 통일성과 균형을 활용한 광고 디자인 사례 분석</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론, 심화학습</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료, 동영상 자료(스튜디오출 디자인너들은 어떻게 디자인해요? 주목! 송민우 디자이너가 직접 알려주는 디자인 방법론, <a href="https://www.youtube.com/watch?v=6_RDgdJny2c">https://www.youtube.com/watch?v=6_RDgdJny2c</a>)</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
제 7 주	<p>1. 강의주제: 레이아웃 조형 원리 (2) - 규모/비례, 리듬, 강조/초점</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 시각적 흥미와 주목도를 높이는 레이아웃 디자인 방법을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 규모/비례, 리듬, 강조/초점의 특징을 이해하고 광고 레이아웃 디자인에 활용을 설명할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 규모/비례 레이아웃 디자인에서 활용 방법</li> <li>2) 리듬 레이아웃 디자인에서 활용 방법</li> <li>3) 강조/초점 레이아웃 디자인에서 활용 방법</li> <li>4) 규모/비례, 리듬, 강조/초점을 활용한 광고 디자인 사례 분석</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	<p>1. 강의주제: 디자인 요소 조형 원리 (1) - 텍스처, 동세감</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 텍스처와 동세감의 개념을 이해하고 광고 디자인에 적용 방법을 설명할 수 있다.</li> <li>2) 시각적 질감과 움직임을 표현하는 디자인 레이아웃 방법을 이해할 수 있다.</li> <li>3) 광고 디자인에서 텍스처와 동세감이 어떻게 활용되는지 사례를 통해 분석할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 텍스처 레이아웃 디자인에서 활용 방법</li> <li>2) 동세감 레이아웃 디자인에서 활용 방법</li> <li>3) 텍스처, 동세감을 활용한 광고 디자인 사례 분석</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

	<p>4차시</p> <p>1. 강의주제: 디자인 요소 조형 원리 (2) - 색, 조명</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 색과 조명의 개념을 이해하고 광고 디자인에 활용 방법을 설명할 수 있다.</li> <li>2) 광고 디자인에서 색과 조명이 어떻게 활용되는지 사례를 통해 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 색과 디자인 조형 원리 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 색의 광고 디자인에서의 활용</li> </ul> </li> <li>2) 조명과 디자인 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 조명과 광고 디자인에서의 역할</li> <li>- 조명의 특징</li> <li>- 조명의 시각적 효과</li> </ul> </li> <li>3) 색과 조명을 활용한 광고 디자인 사례 분석</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	<p>5차시</p> <p>1. 강의주제: 광고 디자인 조형 원리 이해 및 실습</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 레이아웃 및 디자인 요소의 조형 원리를 종합적으로 이해할 수 있다.</li> <li>2) 광고 디자인 제작을 통해 다양한 조형 원리를 실습하고 활용 방법을 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 레이아웃 및 디자인 요소의 조형 원리 복습</li> <li>2) 광고 디자인 제작 실습</li> <li>3) 디자인 조형 원리 적용 설명 및 피드백</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p> <p>※수시평가 제출 -제출한 수시평가 중 우수 과제를 선발하여 소개</p>
<p>제 8 주</p>	<p>1차시</p> <p>※중간고사 시행(30점)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 평가형태: 1~7주차 학습 내용을 토대로 실기시험</li> <li>2. 평가방법: 광고 크리에이티브 전략을 통한 광고 기획을 바탕으로 아이디어 콘셉트 도출을 평가</li> <li>3. 평가기준: 수업시간에 배운 내용을 얼마나 잘 적용하여 결과물을 완성도 있게 제작하였는지를 ①이해도(30%), ②완성도(40%), ③제출기한 준수(30%)로 성취 수준 평가</li> <li>4. 결과활용: 시험 종료 후 실기 진행 과정과 결과에 대해 평가 및 해설을 진행하여 학습 전반에 대한 이해도를 높임</li> </ol>	<p>※수업방법: 중간고사 시행</p> <p>※수업자료: 평가기준표, 실습평가 준비자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

2차시	<p>※중간고사 시행(30점)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 평가형태: 1~7주차 학습 내용을 토대로 실기시험</li> <li>2. 평가방법: 광고 크리에이티브 전략을 통한 광고 기획을 바탕으로 아이디어 콘셉트 도출을 평가</li> <li>3. 평가기준: 수업시간에 배운 내용을 얼마나 잘 적용하여 결과물을 완성도 있게 제작하였는지를 ①이해도(30%), ②완성도(40%), ③제출기한 준수(30%)로 성취 수준 평가</li> <li>4. 결과활용: 시험 종료 후 실기 진행 과정과 결과에 대해 평가 및 해설을 진행하여 학습 전반에 대한 이해도를 높임</li> </ol>	<p>※수업방법: 중간고사 시행</p> <p>※수업자료: 평가기준표, 실습평가 준비자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
3차시	<p>※중간고사 시행(30점)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 평가형태: 1~7주차 학습 내용을 토대로 실기시험</li> <li>2. 평가방법: 광고 크리에이티브 전략을 통한 광고 기획을 바탕으로 아이디어 콘셉트 도출을 평가</li> <li>3. 평가기준: 수업시간에 배운 내용을 얼마나 잘 적용하여 결과물을 완성도 있게 제작하였는지를 ①이해도(30%), ②완성도(40%), ③제출기한 준수(30%)로 성취 수준 평가</li> <li>4. 결과활용: 시험 종료 후 실기 진행 과정과 결과에 대해 평가 및 해설을 진행하여 학습 전반에 대한 이해도를 높임</li> </ol>	<p>※수업방법: 중간고사 시행</p> <p>※수업자료: 평가기준표, 실습평가 준비자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
4차시	<p>※중간고사 시행(30점)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 평가형태: 1~7주차 학습 내용을 토대로 실기시험</li> <li>2. 평가방법: 광고 크리에이티브 전략을 통한 광고 기획을 바탕으로 아이디어 콘셉트 도출을 평가</li> <li>3. 평가기준: 수업시간에 배운 내용을 얼마나 잘 적용하여 결과물을 완성도 있게 제작하였는지를 ①이해도(30%), ②완성도(40%), ③제출기한 준수(30%)로 성취 수준 평가</li> <li>4. 결과활용: 시험 종료 후 실기 진행 과정과 결과에 대해 평가 및 해설을 진행하여 학습 전반에 대한 이해도를 높임</li> </ol>	<p>※수업방법: 중간고사 시행</p> <p>※수업자료: 평가기준표, 실습평가 준비자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
5차시	<p>※중간고사 시행(30점)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 평가형태: 1~7주차 학습 내용을 토대로 실기시험</li> <li>2. 평가방법: 광고 크리에이티브 전략을 통한 광고 기획을 바탕으로 아이디어 콘셉트 도출을 평가</li> <li>3. 평가기준: 수업시간에 배운 내용을 얼마나 잘 적용하여 결과물을 완성도 있게 제작하였는지를 ①이해도(30%), ②완성도(40%), ③제출기한 준수(30%)로 성취 수준 평가</li> <li>4. 결과활용: 시험 종료 후 실기 진행 과정과 결과에 대해 평가 및 해설을 진행하여 학습 전반에 대한 이해도를 높임</li> </ol>	<p>※수업방법: 중간고사 시행</p> <p>※수업자료: 평가기준표, 실습평가 준비자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

	<p>1. 강의주제: 디지털 시대의 인쇄 매체 이해</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 시대에 인쇄 매체가 어떻게 변화하고 있는지 이해할 수 있다.</li> <li>2) 디지털 매체와 인쇄 매체의 차이점을 파악하고 인쇄 매체의 강점을 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 시대의 인쇄 매체 변화</li> <li>2) 디지털 매체와 인쇄 매체의 차이점 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정보 전달 방식, 사용자 경험, 매체 특성 비교</li> <li>- 인쇄 매체의 강점</li> </ul> </li> <li>3) 인쇄 매체의 중요성 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 디지털 매체와의 상호 보완 관계</li> <li>- 프리미엄 콘텐츠, 특정 타겟 마케팅, 브랜드 경험 강화</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론, 심화학습</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료, 동영상 자료(디지털광고란 무엇인가, <a href="https://www.youtube.com/watch?v=9BVd9TtkFKo&amp;t=86s">https://www.youtube.com/watch?v=9BVd9TtkFKo&amp;t=86s</a>)</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
제 9 주	<p>1. 강의주제: 인쇄 광고의 특징 및 표현 유형 분석</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 다양한 인쇄 광고의 특징과 구성요소 분석하고 효과적인 제작 방법을 파악할 수 있다.</li> <li>2) 인쇄 광고 제작 시 고려해야 할 디자인 요소를 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 인쇄 광고의 특징 및 구성요소</li> <li>2) 인쇄 광고 표현 유형 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고사진</li> <li>- 일러스트레이션</li> <li>- 타이포그래피</li> <li>- 컴퓨터그래픽</li> </ul> </li> <li>3) 인쇄 광고 디자인 요소 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 레이아웃, 타이포그래피, 이미지, 색상, 질감</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	<p>1. 강의주제: 인쇄 광고 크리에이티브 창작 (1)</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 인쇄 광고 크리에이티브 창작을 위한 인쇄 광고 비주얼 리터러시를 설명할 수 있다.</li> <li>2) 인쇄 광고의 비주얼 리터러시 위한 다양한 메시지 효과 표현을 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 인쇄 광고의 비주얼 리터러시 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 메시지 시각화 과정</li> </ul> </li> <li>2) 크리에이티브 창작 표현 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 과장의 예시</li> <li>- 은유의 예시</li> <li>- 유머의 예시</li> <li>- 착시의 예시</li> <li>- 공감의 예시</li> <li>- 풍자의 예시</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

	4차시	<p>1. 강의주제: 인쇄 광고 크리에이티브 창작 (2)</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 연상에 의해 CVT시스템 발상 모델을 활용한 광고 창작을 설명할 수 있다.</li> <li>2) 인쇄 광고 크리에이티브 창작을 위한 CVT시스템 발상법 진행 단계를 설명할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 연상에 의해 CVT시스템 발상 모델을 활용한 광고 창작 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고 주제와 연관성있는 단어</li> <li>- 아이디어를 추제화 시키는 창의적인 시각 발상법</li> </ul> </li> <li>2) CVT시스템 발상법 진행 단계</li> <li>3) CVT시스템 발상법 모델을 활용한 사례 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공익광고 시안 1</li> <li>- 기업광고 시안 2</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	5차시	<p>1. 강의주제: 인쇄 광고 크리에이티브 창작 (3)</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 카탈로그법 발상 모델을 활용한 광고 창작을 설명할 수 있다.</li> <li>2) 연상에 의해 스티븐 베이커법 발상 모델을 활용한 광고 창작을 설명할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 카달로그법 발상 모델 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 카달로그법 진행 단계 설명</li> <li>- 안전 사고 예방 공익광고 시안</li> </ul> </li> <li>2) 스티븐 베이커법 발상 모델 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 관점에서 대상을 바라보는 기준</li> <li>- 360도 발상법</li> <li>- 스티븐 베이커법 진행 단계 설명</li> <li>- 락앤락 기업 광고 시안</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
제 10 주	1차시	<p>1. 강의주제: 영상 광고란 무엇인가</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 영상 광고의 정의와 중요성을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 영상 광고의 변화하는 유형을 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 영상 광고란 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영상으로 만든 광고</li> <li>- TV광고, 방송 광고, 커머셜, 전파광고, 영상 광고 등</li> </ul> </li> <li>2) 매스 미디어에서 퍼스널 미디어로 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대중에서 개인으로 영상 광고 유형의 변화</li> </ul> </li> <li>3) 로직에서 매직으로 영상 광고의 창작 과정 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이성적인 로직 과정에서 메시지 결정</li> <li>- 감성적인 매직 과정 어떻게 말 할 것인가</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

2차시	<p>1. 강의주제: 영상 광고 스토리텔링</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 효과적인 영상 광고 스토리텔링 기법을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 영상 광고 스토리텔링 효과와 방법들을 설명할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 영상 광고 스토리텔링의 중요성</li> <li>2) 영상 광고를 위한 드라마의 스토리텔링 효과</li> <li>3) 영상 광고의 스토리텔링과 플롯 효과</li> <li>4) 몽타주(영상편집)효과</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
3차시	<p>1. 강의주제: 로직(Logic)에서 매직(Magic)으로, 창의적 영상 광고 제작</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 창의적인 영상 광고 전달하기 위한 로직(Logic)에서 매직(Magic)의 영상 광고 효과들을 설명할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 사람들은 광고를 보지 않는다</li> <li>2) 애드트루기란</li> <li>3) 매혹이 매직이다</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
4차시	<p>1. 강의주제: 영상 광고 창작 비결</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 효과적인 영상 광고 창작을 위한 실질적인 아이디어 요소들을 설명할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 영상 광고 창작을 어떻게 시작하는가?</li> <li>2) 영상 광고 창작을 위한 세가지 비결</li> <li>3) 영상 광고 스토리보드 구성의 `두 컷 공식`</li> <li>4) 영상 광고 구체적인 사례</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

	<p>1. 강의주제: 영상 광고 창작 마무리</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 스토리텔링 기술을 체득하여 영상 광고 아이디어로 접근을 설명할 수 있다.</li> <li>2) 영상 광고와 라디오 광고의 차이와 특징을 설명할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 영상 광고 제작 체크 리스트 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스토리보드와 광고 카피를 가려도 이해가 되는가</li> <li>- 광고를 보고 키 비주얼을 떠올리수 있는가?</li> <li>- 첫 2초안에 주의를 집중 시키는가</li> <li>- 단순하게 만들었는가</li> <li>- 제품을 사람과 함께 보여주는가</li> <li>- 카피가 영상을 설명하고 있지 않은가</li> <li>- 클로즈업을 충분히 쓰는가</li> </ul> </li> <li>2) 라디오 광고 제작 체크 리스트 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 체크 리스트와 라디오 광고(내레이션, 로고송)</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	<p>1. 강의주제: 디지털 광고 창작, 같거나 혹은 다르거나</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 광고와 전통 매체 광고의 차이점을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 디지털 광고 창작 과정의 핵심 요소를 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 광고 창작의 기본 개념</li> <li>2) 디지털 광고의 장점 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 타겟팅 및 개인화의 효과</li> <li>- 실시간 데이터 활용 가능성</li> </ul> </li> <li>3) 디지털 광고 성공 사례</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
제 11 주	<p>1. 강의주제: 전통 매체의 광고 창작과 다른 디지털 광고 창작의 신 요소</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 광고 창작에 포함되는 새로운 요소들을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 전통 광고와 차별화된 디지털 광고의 특징을 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 인터랙티브 광고 요소 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사용자 참여를 유도하는 방식</li> <li>- 소셜 미디어와의 연계</li> </ul> </li> <li>2) 비디오 광고의 중요성 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 동영상 콘텐츠의 효과</li> </ul> </li> <li>3) 맞춤형 광고 캠페인 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 실시간 반응과 피드백 활용</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

3차시	<p>1. 강의주제: 구매행동 모델의 다변화와 디지털 크리에이티브의 역할</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 시대의 구매행동 모델 변화를 이해할 수 있다.</li> <li>2) 디지털 크리에이티브가 구매행동에 미치는 영향을 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 새로운 구매행동 모델 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인 쇼핑과 모바일 커머스</li> </ul> </li> <li>2) 디지털 크리에이티브의 영향력 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 브랜드 인지도 상승</li> <li>- 구매 유도과 전환율 개선</li> </ul> </li> <li>3) 사례 분석: 성공적인 디지털 광고 캠페인의 영향</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
4차시	<p>1. 강의주제: 디지털 광고 창작의 전략과 기법</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 광고 전략을 이해하고 기법을 습득할 수 있다.</li> <li>2) 다양한 디지털 광고 플랫폼 활용 방법을 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 광고 전략 수립 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 목표 설정과 타겟팅, 예산 계획 및 배분</li> </ul> </li> <li>2) 광고 기법 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 배너 광고와 네이티브 광고</li> <li>- 콘텐츠 마케팅과 인플루언서 마케팅</li> </ul> </li> <li>3) 플랫폼 활용 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 구글, 페이스북, 인스타그램 등 주요 플랫폼</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
5차시	<p>1. 강의주제: 디지털 광고의 미래와 혁신</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 광고의 미래 전망을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 디지털 광고의 혁신적인 기술과 트렌드를 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 인공지능(AI)과 광고 <ul style="list-style-type: none"> <li>- AI 기반 타겟팅과 개인화</li> </ul> </li> <li>2) 증강현실(AR)과 가상현실(VR) 광고 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 몰입형 광고 경험 제공</li> </ul> </li> <li>3) 예측 분석과 빅데이터 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 데이터 기반 광고의 미래</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

	1차시	<p>1. 강의주제: BTL 광고의 시작</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) BTL 광고 과거와 현재의 배경을 이해할 수 있다.</li> <li>2) BTL 광고의 주요 특징과 장점을 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) BTL 광고의 특징</li> <li>2) BTL 광고의 시작 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 과거의 BTL 광고</li> <li>- 현재의 BTL 광고</li> </ul> </li> <li>3) BTL 광고의 장점</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
제 12 주	2차시	<p>1. 강의주제: 옥외 광고, 디지털 옥외 광고로의 진화</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 옥외 광고 시장 상황의 변화와 유형을 파악하고 디지털 옥외 광고의 중요성을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 디지털 옥외 광고의 효과적인 활용 방법을 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 옥외 광고 시장의 변화 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전통적인 옥외 광고의 형태와 변천</li> <li>- 옥외 광고 매체 유형</li> </ul> </li> <li>2) 디지털 옥외 광고의 등장 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 디지털 옥외 광고의 특징</li> <li>- 사례를 통한 디지털 옥외 광고의 효과 분석</li> </ul> </li> <li>3) 디지털 옥외 광고의 활용 방법</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	3차시	<p>1. 강의주제: 크리에이티브한 프로모션으로 향하는 시선</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 크리에이티브한 프로모션의 전략을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 다양한 효과적인 프로모션 사례들을 설명할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 크리에이티브한 프로모션의 여러 가지 측면 설명</li> <li>2) 구매 접점에서의 프로모션 활용</li> <li>3) 홍보를 위한 프로모션 활용</li> <li>4) 공공 이익을 위한 프로모션 활용</li> <li>5) 프로모션 광고의 제작과 창작</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

	4차시	<p>1. 강의주제: 브랜드 콘텐츠의 이해</p> <p>2. 강의목표:  1) 브랜드 콘텐츠의 개념을 이해할 수 있다.  2) 브랜드 콘텐츠 세부적인 사항에 대해서 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:  1) 기업이 순수하게 제품이나 서비스를 광고하기 위한 목적으로 제작한 콘텐츠  2) 브랜드 콘텐츠 구분  - 설득 지식  - 스토리텔링  - 유희성  3) 소비자의 자발적인 참여 콘텐츠</p>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	5차시	<p>1. 강의주제: 브랜드 콘텐츠의 유형</p> <p>2. 강의목표:  1) 브랜드 콘텐츠 유형을 이해할 수 있다.  2) 효과적인 브랜드 콘텐츠 창작 방법을 이해할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:  1) 브랜드 콘텐츠 유형  - 아날로그 콘텐츠(지면광고, 아트 인퓨전, 이벤트, 전시, PPL, 애드무비)  - 디지털 콘텐츠 (기사형광고, 브랜드 웹툰, 애드버 게임, 1인 미디어 콘텐츠)  2) 브랜드 콘텐츠 창작  - 기획  - 제작</p>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p> <p>※과제(10점):  -형식: 리포트  -주제: 온-에어한 매체별 광고 사례를 3가지씩 조사하여 특징과 표현 유형을 비교, 분석  -14주차 제출</p> <p>※15주차 기말고사 안내</p>
제 13 주	1차시	<p>1. 강의주제: 브랜드 캠페인의 변화</p> <p>2. 강의목표:  1) 브랜드 캠페인의 변화 과정을 이해할 수 있다.  2) 변화하는 브랜드 캠페인의 특징을 파악할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:  1) 전통적 브랜드 캠페인의 개요  2) 브랜드 캠페인의 변화 요인  3) 변화된 브랜드 캠페인의 특징</p>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

2차시	<p>1. 강의주제: 브랜드 캠페인의 패러다임의 변화</p> <p>2. 강의목표:</p> <p>1) 브랜드 캠페인의 패러다임의 변화를 세부적으로 설명할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:</p> <p>1) 통합적 마케팅 캠페인의 진화</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 통합 브랜드 커뮤니케이션 모델 설명</li> </ul> <p>2) 통합적 마케팅 캠페인에서 통합 브랜드 캠페인으로</p> <p>3) 통합 브랜드 캠페인의 환경 변화</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기업의 인격 부연 브랜드 품격</li> <li>- 아웃사이드 인에서 인사이드 아웃으로 변화</li> <li>- 기업 브랜드에 공익 추구를 기대하는 소비자의 요구</li> </ul>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
3차시	<p>1. 강의주제: 통합 브랜드 캠페인과 미디어 환경</p> <p>2. 강의목표:</p> <p>1) 통합 브랜드 캠페인의 개념과 필요성을 이해할 수 있다.</p> <p>2) 다양한 미디어 환경에서 통합 브랜드 캠페인을 전개하는 방법을 파악할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:</p> <p>1) 통합 브랜드 캠페인의 정의</p> <p>2) 미디어 환경의 변화</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전통 미디어와 디지털 미디어의 역할</li> </ul> <p>3) 트랜스 브랜딩 등장</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 트랜스 브랜딩</li> <li>- 트랜스 브랜딩 커뮤니케이션</li> </ul> <p>4) 통합 브랜드 캠페인의 전개 방법</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 미디어 채널을 활용한 전략</li> </ul>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
4차시	<p>1. 강의주제: 디지털 기반의 통합 브랜드 캠페인 사례 1</p> <p>2. 강의목표:</p> <p>1) 디지털 기반 통합 브랜드 캠페인의 다양한 주제별 활용 사례를 살펴보고 이해할 수 있다.</p> <p>3. 강의세부내용:</p> <p>1) 디지털 기반 통합 브랜드 캠페인의 사례를</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가상 매장 내에서 할러윈 이벤트를 진행한 패스트푸드 브랜드</li> <li>- 프로필 등록 캠페인으로 가상현실 길거리를 제공한 매거진</li> <li>- 디지털 기반의 VR드라이빙 센터로 체험 서비스 제공</li> <li>- 현지인을 통한 365일간의 메시지를 전달한 관광청</li> </ul>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

	<p>1. 강의주제: 디지털 기반의 통합 브랜드 캠페인 사례 2</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 성공적인 디지털 기반 통합 브랜드 캠페인의 사례를 이해할 수 있다.</li> <li>2) 사례를 통해 통합 브랜드 캠페인의 전략을 분석하고 요약해서 종합적으로 이해할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 성공적인 디지털 캠페인 사례 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 새로운 브랜드 경험을 제공한 자동차 브랜드</li> <li>- 디지털 기반의 통합 브랜드 캠페인 창작과 전개를 위한 제언</li> </ul> </li> <li>2) 사례를 통한 통합 캠페인 접근 분석 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자의 인사이트 및 피드백을 반영</li> <li>- 업계의 트렌드와 이슈를 이해하고 설명</li> <li>- 소비자와 커뮤니케이션을 강화</li> <li>- 소비자와 아젠다를 공유하고 함께 기획</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	<p>1. 강의주제: 디지털 전환과 뉴노멀 마케팅 생태계의 등장</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 전환의 개념과 중요성을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 뉴노멀 마케팅 생태계의 특성과 변화 양상을 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 디지털 전환의 정의 및 배경 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 디지털 전환의 개념</li> <li>- 디지털 기술의 발전과 그 영향</li> </ul> </li> <li>2) 뉴노멀 마케팅 생태계의 등장 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 뉴노멀 마케팅의 정의 및 특징</li> <li>- 디지털 전환으로 인한 마케팅 생태계의 변화</li> </ul> </li> <li>3) 디지털 전환을 통한 성공적인 마케팅 사례 분석</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
제 14 주	<p>1. 강의주제: 플랫폼 비즈니스의 구조와 작동 원리</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 플랫폼 비즈니스의 개념과 중요성을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 플랫폼 비즈니스의 구조와 작동 원리를 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 플랫폼 비즈니스의 정의 및 배경 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 플랫폼 비즈니스의 본질 설명</li> <li>- 플랫폼 비즈니스의 배경과 발전</li> </ul> </li> <li>2) 플랫폼 비즈니스의 구조와 작동 원리 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 플랫폼 비즈니스의 전환</li> <li>- 플랫폼이 가져온 마케팅 환경의 변화</li> <li>- 플랫폼의 구성요소 설명</li> <li>- 플랫폼으로 다양해지는 디지털 생태계</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

3차시	<p>1. 강의주제: 브랜드 유니버스의 출현과 콘텐츠 창조</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 브랜드 유니버스의 개념과 중요성을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 브랜드 유니버스를 통한 콘텐츠 창조 형태와 종류를 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 브랜드 유니버스의 개념</li> <li>2) 브랜드 유니버스를 통한 콘텐츠 창조 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 브랜드 유니버스, 브랜드 생태계의 구축</li> <li>- 브랜드 유니버스를 작동 시키기 위한 콘텐츠의 힘</li> <li>- 브랜드 유니버스와 마케팅 크리에이티비티 (브랜드 창조, 제품 창조, 경험 창조)</li> </ul> </li> <li>3) 브랜드 유니버스의 미래 전망</li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
4차시	<p>1. 강의주제: 광고 기술과 크리에이티브의 미래 1</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 광고 기술의 발전과 그 여러 가지 변화와 영향을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 미래의 크리에이티브 변화를 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 이미 도착한 미래 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 새로운 규범</li> <li>- 가시성의 시대</li> <li>- 플랫폼</li> </ul> </li> <li>2) 미래 크리에이티브의 변화 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 커뮤니케이션과 기술의 결합</li> <li>- 경험 공간과 세계관</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
5차시	<p>1. 강의주제: 광고 기술과 크리에이티브의 미래 2</p> <p>2. 강의목표:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 광고 기술의 발전과 그 영향을 이해할 수 있다.</li> <li>2) 미래의 크리에이티브 변화를 파악할 수 있다.</li> </ol> <p>3. 강의세부내용:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 미래 크리에이티브의 변화 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고 기술의 발전에 따른 크리에이티브 변화</li> <li>- 미래의 광고 크리에이티브 변화에 따른 아이디어 확장</li> </ul> </li> <li>2) 마무리 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고 기술과 크리에이티브의 미래에 대한 종합적 정리</li> <li>- 향후 광고 기술과 크리에이티브의 발전 방향 제시</li> </ul> </li> </ol>	<p>※수업방법: 강의, 실습, 시연, 크리틱, 질의응답, 발표, 토론</p> <p>※수업자료: 교재, 강의 PPT, 유인물, 시각자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p> <p>※과제 제출 -제출 과제 중 우수 과제를 선발하여 소개</p>

제 15 주	1차시	<p>※기말고사 시행(30점)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 평가형태: 9주~14주차 학습 내용을 토대로 실습 및 발표</li> <li>2. 평가방법: 광고 주제를 설정하여 아이디어 발상법을 통해 매체 광고 디자인 제작 평가</li> <li>3. 평가기준: 수업시간에 배운 내용을 얼마나 잘 적용하여 결과물을 완성도 있게 제작하였는지를 ①이해도(30%), ②완성도(40%), ③제출기한 준수(30%)로 성취 수준 평가</li> <li>4. 결과활용: 시험 종료 후 실기 진행 과정과 결과에 대해 평가 및 해설을 진행하여 학습 전반에 대한 이해도를 높임</li> </ol>	<p>※수업방법: 기말고사 시행</p> <p>※수업자료: 평가기준표, 실습평가 준비자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	2차시	<p>※기말고사 시행(30점)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 평가형태: 9주~14주차 학습 내용을 토대로 실습 및 발표</li> <li>2. 평가방법: 광고 주제를 설정하여 아이디어 발상법을 통해 매체 광고 디자인 제작 평가</li> <li>3. 평가기준: 수업시간에 배운 내용을 얼마나 잘 적용하여 결과물을 완성도 있게 제작하였는지를 ①이해도(30%), ②완성도(40%), ③제출기한 준수(30%)로 성취 수준 평가</li> <li>4. 결과활용: 시험 종료 후 실기 진행 과정과 결과에 대해 평가 및 해설을 진행하여 학습 전반에 대한 이해도를 높임</li> </ol>	<p>※수업방법: 기말고사 시행</p> <p>※수업자료: 평가기준표, 실습평가 준비자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	3차시	<p>※기말고사 시행(30점)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 평가형태: 9주~14주차 학습 내용을 토대로 실습 및 발표</li> <li>2. 평가방법: 광고 주제를 설정하여 아이디어 발상법을 통해 매체 광고 디자인 제작 평가</li> <li>3. 평가기준: 수업시간에 배운 내용을 얼마나 잘 적용하여 결과물을 완성도 있게 제작하였는지를 ①이해도(30%), ②완성도(40%), ③제출기한 준수(30%)로 성취 수준 평가</li> <li>4. 결과활용: 시험 종료 후 실기 진행 과정과 결과에 대해 평가 및 해설을 진행하여 학습 전반에 대한 이해도를 높임</li> </ol>	<p>※수업방법: 기말고사 시행</p> <p>※수업자료: 평가기준표, 실습평가 준비자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
	4차시	<p>※기말고사 시행(30점)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 평가형태: 9주~14주차 학습 내용을 토대로 실습 및 발표</li> <li>2. 평가방법: 광고 주제를 설정하여 아이디어 발상법을 통해 매체 광고 디자인 제작 평가</li> <li>3. 평가기준: 수업시간에 배운 내용을 얼마나 잘 적용하여 결과물을 완성도 있게 제작하였는지를 ①이해도(30%), ②완성도(40%), ③제출기한 준수(30%)로 성취 수준 평가</li> <li>4. 결과활용: 시험 종료 후 실기 진행 과정과 결과에 대해 평가 및 해설을 진행하여 학습 전반에 대한 이해도를 높임</li> </ol>	<p>※수업방법: 기말고사 시행</p> <p>※수업자료: 평가기준표, 실습평가 준비자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>

5차시	<p>※기말고사 시행(30점)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 평가형태: 9주~14주차 학습 내용을 토대로 실습 및 발표</li> <li>2. 평가방법: 광고 주제를 설정하여 아이디어 발상법을 통해 매체 광고 디자인 제작 평가</li> <li>3. 평가기준: 수업시간에 배운 내용을 얼마나 잘 적용하여 결과물을 완성도 있게 제작하였는지를 ①이해도(30%), ②완성도(40%), ③제출기한 준수(30%)로 성취 수준 평가</li> <li>4. 결과활용: 시험 종료 후 실기 진행 과정과 결과에 대해 평가 및 해설을 진행하여 학습 전반에 대한 이해도를 높임</li> </ol>	<p>※수업방법: 기말고사 시행</p> <p>※수업자료: 평가기준표, 실습평가 준비자료</p> <p>※수업기자재: 전자교탁, 방송음향장치,빔 프로젝터, 전동스크린, PC(Adobe CC(Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects), MS Office 등 수업에 필요한 프로그램 포함)</p>
-----	--	--