

학습과정명	광고크리에이티브분석													
학습목표	<p>광고 산업에서 크리에이티브는 '제작'이나 '표현'이라는 뜻이다. 광고 크리에이티브 전략은 광고 표현 전략 혹은 광고 제작의 전략을 뜻한다. 광고 전략 과정 중 비주얼커뮤니케이션과 광고 컨셉의 중요성에 대한 이해를 학습하고자 한다.</p> <p>광고제작 과정을 통해 최종적으로 소비자들에게 보이는 부분은 글, 이미지, 음성 등의 시청각 표현이다. 또한, 얼마만큼 쉽게 전달을 할 것인가 등에 대해 연구한다. 소비자의 시선을 끄는 광고, 상품 판매와 상품매출의 증대를 이끌어 주는 광고. 판매 전략과 연결될 수 있는 광고 크리에이티브 컨셉 아이디어 도출에 관한 이론과 사례를 통한 분석을 할 수 있도록 실습한다. 소비자의 마음을 움직이는 크리에이티브를 만들기 위해서는 자료 수집, 제품·소비자·환경·경쟁 분석과 같은 다각도 자료가 갖춰져야 한다. 광고 크리에이티브 전략 결정, 컨셉 도출과 원리 그리고 심미적 디자인의 제작과 발표를 통해 광고 분야 크리에이티브디렉터로서 능력을 함양하도록 한다.</p>													
주교재	광고 크리에이티브의 원리와 공식. 천현숙, 커뮤니케이션북스, 2009													
성적평가	중간	30%	기말	30%	수시	10%	과제	10%	출석	10%	기타	10%	총	100%
■ 주차별 수업(강의.실험.실습 등) 내용														
주별	차시	수업(강의.실험.실습 등) 내용									과제 및 기타 참고사항			
제1주	1	1)강의주제: 전략적 사고와 크리에이티브 의의 학습 2)강의목표: 크리에이티브에서 전략적 사고가 필요한 설명 3)세부내용: -커뮤니케이션적 측면 사고 설명 -마케팅적 측면 사고 설명 -경쟁적 측면 사고 설명									○학습자료: 오리엔테이션, 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린			
	2	1)강의주제: 전략적과 크리에이티브 관계 학습 2)강의목표: 전략적 사고와 크리에이티브의 관계 설명 3)세부내용: -예술과 광고의 차이 이해 -크리에이티브 일관성 가지기 -크리에이티브 지도 설명 -크리에이티브 조건									○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린			
	3	1)강의주제: 전략적 사고 구체화 학습 2)강의목표: 전략적 사고를 구체적으로 어떻게 하는지 설명 3)세부내용: -전략적 사고 구체화 이해하기 -전략적 사고 범위 설명 -전략적 사고 구체화 과정 설명과 1단계-7단계로 구체화 실습하기									○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린			
제2주	1	1)강의주제: 자료와 크리에이티브 자료의 중요성 학습 2)강의목표: 크리에이티브에서 자료 중요성 설명 3)세부내용: -크리에이티브 자료 중요성 이해 -크리에이티브광고 설명과 광고 사례 -크리에이티브 실마리 찾기 -크리에이티브 차별화 방법 설명									○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린			
	2	1)강의주제: 자료와 크리에이티브 자료 수집 학습 2)강의목표: 자료 수집 범위와 방법 3)세부내용: -자료수집은 어떻게 하는가? -자료 수집 다양한 매체의 활용 -좋은 자료를 얻는 방법 설명									○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린			
	3	1)강의주제: 자료와 크리에이티브 자료 분석 학습 2)강의목표: 수집한 자료는 어떻게 분석해야 하는지 설명 3)세부내용: -자료 분석 방법, 자료를 많이 수집했다 하더라도 그 자체로는									○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재:			

		<p>크리에이티브가 될 수 없음을 설명</p> <p>-자료에서 얻은 정보의 새로운 배합에서 크리에이티브 시작</p> <p>-자료 분류 방법 설명</p> <p>-자료 분석 방법 설명</p>	<p>전자교탁, 화이트보드</p> <p>빔 프로젝터, 스크린</p>
제3주	1	<p>1)강의주제: 제품 분석과 크리에이티브 제품 분석 학습</p> <p>2)강의목표: 크리에이티브에서 제품 분석 중요성</p> <p>3)세부내용:</p> <p>-제품 분석이란?</p> <p>지금 팔고자 하는 것이 무엇인가 정확하게 아는 것을 설명</p> <p>-폭스바겐 광고를 사례로 제품이 대한 분석을 통한 접근 설명, 광고가 제품의 중심이며, 제품을 돋보이게 하는 아이디어표현에 대한 이해와 토론</p> <p>-광고 아이디어를 위한 제품 분석의 중요성 이해</p>	<p>○학습자료:</p> <p>강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료</p> <p>○학습 기자재:</p> <p>전자교탁, 화이트보드</p> <p>빔 프로젝터, 스크린</p>
	2	<p>1)강의주제: 제품 분석과 크리에이티브 분석과정과 방법 학습</p> <p>2)강의목표: 제품 특성 분석 과정 및 방법</p> <p>3)세부내용:</p> <p>-외형적 특성 접근 설명</p> <p>-패키지, 모양, 색상, 가격 등 이해</p> <p>-만들어지는 과정 접근 설명</p> <p>-제품의 원료 및 성분, 유통 등 만들어지는 과정 설명</p> <p>-기능적 특성 설명</p> <p>-제품의 성능, 용도, 편리성, 차별화 설명</p> <p>-감성적 특성 설명</p> <p>-브랜드 이미지, 브랜드 네이밍, 제품의 의미와 가치, 히스토리</p>	<p>○학습자료:</p> <p>강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료</p> <p>○학습 기자재:</p> <p>전자교탁, 화이트보드</p> <p>빔 프로젝터, 스크린</p> <p>※과제1:</p> <p>브랜드 선정, 분석과 광고 이미지 조사 사례에 대해 조사</p>
	3	<p>1)강의주제: 제품 분석과 크리에이티브 분석의 발견 학습</p> <p>2)강의목표: 제품 분석을 통한 발견</p> <p>3)세부내용:</p> <p>-제품 특징 파악 셀링 포인트 추출 설명</p> <p>-사례 광고를 통해 셀링 포인트로 제시 된 분석 실습</p> <p>-사례 광고를 통해 분석한 내용을 토의</p>	<p>○학습자료:</p> <p>강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료</p> <p>○학습 기자재:</p> <p>전자교탁, 화이트보드</p> <p>빔 프로젝터, 스크린</p>
제4주	1	<p>1)강의주제: 소비자 분석과 크리에이티브 소비자 분석 중요성 학습</p> <p>2)강의목표: 크리에이티브에서 소비자 분석 중요성</p> <p>3)세부내용:</p> <p>-크리에이티브에서 소비자 분석 중요성 설명</p> <p>-소비자 입장</p> <p>-소비자 혜택</p>	<p>○학습자료:</p> <p>강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료</p> <p>○학습 기자재:</p> <p>전자교탁, 화이트보드</p> <p>빔 프로젝터, 스크린</p>
	2	<p>1)강의주제: 소비자 분석과 크리에이티브 학습</p> <p>2)강의목표: 소비자 특성 분석 과정 및 방법</p> <p>3)세부내용:</p> <p>-소비자 분석을 어떻게 하는가 이해와 설명</p> <p>-소비자 입장 및 인구 통계적 특성</p> <p>-심리적 특성</p> <p>-행동적 특성</p> <p>-타겟의 이해</p> <p>-소비자 특성 분석과정 사례를 통해 실습</p>	<p>○학습자료:</p> <p>강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료</p> <p>○학습 기자재:</p> <p>전자교탁, 화이트보드</p> <p>빔 프로젝터, 스크린</p>
	3	<p>1)강의주제: 소비자 분석과 크리에이티브 학습</p> <p>2)강의목표: 소비자 분석을 통한 발견</p> <p>3)세부내용:</p> <p>-소비자 분석에서 무엇을 찾아내야 하는지 설명과 이해</p> <p>-목표 소비자</p> <p>-인간적 연결</p> <p>-섬세한 심리</p> <p>-감성적 보상</p>	<p>○학습자료:</p> <p>강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료</p> <p>○학습 기자재:</p> <p>전자교탁, 화이트보드</p> <p>빔 프로젝터, 스크린</p>

제5주	1	<p>1)강의주제: 경쟁 분석과 크리에이티브 학습</p> <p>2)강의목표: 크리에이티브에서 경쟁분석 중요성 설명</p> <p>3)세부내용:</p> <ul style="list-style-type: none"> -경쟁 제품의 약점과 강점을 충분히 파악 해야 하는 이유 설명 -크리에이티브에서 경쟁 분석 중요성 설명 -비슷한 기능과 편익을 약속하는 수많은 경쟁 제품 속에서 분석의 중요성에 대한 토론 	<p>○학습자료:</p> <p>강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료</p> <p>○학습 기자재:</p> <p>전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>
	2	<p>1)강의주제: 경쟁 분석과 크리에이티브 학습</p> <p>2)강의목표: 경쟁 분석 과정 및 방법 설명</p> <p>3)세부내용:</p> <ul style="list-style-type: none"> -경쟁에 대해서 무엇을 분석해야 하는가 설명 -경쟁제품 이해와 설명 -경쟁구도 이해와 설명 -점유율 이해와 설명 -소비자 머릿속에서 차지하고 있는 위치, 브랜드별 포지셔닝 이해와 접근 설명 -경쟁 브랜드 속에서 우리 브랜드를 어떻게 위치 시켜야 하는지 판단 할수 있는, 브랜드별 강점과 약점 이해와 접근 설명 -브랜드별 포지셔닝 사례를 통한 실습 	<p>○학습자료:</p> <p>강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료</p> <p>○학습 기자재:</p> <p>전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p> <p>※과제1 제출: 제출 과제 중 분석, 리서치 과정이 잘된 과제 선 발하여 발표</p>
	3	<p>1)강의주제: 경쟁 분석과 크리에이티브 경쟁분석 학습</p> <p>2)강의목표: 경쟁 분석을 통한 발견 설명</p> <p>3)세부내용:</p> <ul style="list-style-type: none"> -경쟁점 우위점 설명 -우리 제품의 위치 판단을 위한 설명 -브랜드 사례를 통한 분석 실습: 빙그레 바나나우유와 바나나는 원래 하얗다 광고 제품의 사례 	<p>○학습자료:</p> <p>강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료</p> <p>○학습 기자재:</p> <p>전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>
제6주	1	<p>1)강의주제: 환경 분석과 크리에이티브 학습</p> <p>2)강의목표: 환경분석에 따른 크리에이티브의 중요성 설명</p> <p>3)세부내용:</p> <ul style="list-style-type: none"> -크리에이티브에서 환경 분석이 왜 중요한가에 대한 설명 -광고에서 환경을 분석하는 이유를 사례를 통해 이해설명 -제품과 제품을 구매하는 소비자가 처해 있는 상황 분석을 통한 전략적 접근 방향이 제시됨을 설명 	<p>○학습자료:</p> <p>강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료</p> <p>○학습 기자재:</p> <p>전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>
	2	<p>1)강의주제: 환경 분석과 크리에이티브 학습</p> <p>2)강의목표: 환경에 대한 분석 방법 이해와 설명</p> <p>3)세부내용:</p> <ul style="list-style-type: none"> -제품과 소비자에 영향을 주는 환경은 범위가 넓으므로 환경 분석 과정 및 방법 설명에 밀도 있는 관점이 필요하다 -미시적 관점에서 설명 -시장트렌드, 제품 라이프 사이클, 제품 보유 현황, 기업내부환경, 관련법규 이해하기 -거시적 관점에서 설명 -경제, 문화, 사회, 정치, 외교 이해하기 	<p>○학습자료:</p> <p>강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료</p> <p>○학습 기자재:</p> <p>전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p> <p>※중간고사 공지사항 안내</p>
	3	<p>1)강의주제: 환경 분석과 크리에이티브 학습</p> <p>2)강의목표: 환경 분석을 통한 발견 설명</p> <p>3)세부내용:</p> <ul style="list-style-type: none"> -미시적인 시장 환경 분석 -시장 상황에서 무엇이 중요 하지 파악 -시장과 소비자에 영향을 주는 거시적 환경을 분석 후, 중요한 이슈 혹은 핵심 이슈를 파악하여 접근 -제품의 어떤 요인이 시장에서 판매와 성공을 가져올지 예측 가능한 분석이 필요함 	<p>○학습자료:</p> <p>강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료</p> <p>○학습 기자재:</p> <p>전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>
제7주	1	1)강의주제: 광고 목표와 크리에이티브 학습	○학습자료:

		2)강의목표: 광고 목표란 무엇인가? 3)세부내용: -광고목표 정의 -광고 목표의 정의 설명 및 이해 -마케팅 목표와 광고 목표의 이해	강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	2	1)강의주제: 광고 목표와 크리에이티브 학습 2)강의목표: 크리에이티브에서 광고목표 중요설 설명 3)세부내용: -광고목표 설정 중요성 및 방향 -업무의 효율성을 위한 목표 -크리에이티브 방향 설명 -효과 검증 과정 이해	○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	3	1)강의주제: 광고 목표와 크리에이티브 학습 2)강의목표: 광고 목표는 어떻게 세우는가 설명 3)세부내용: -광고목표 종류 및 설정 방향 -광고 목표의 종류 설명 -카테고리 니드, 브랜드 인지도, 브랜드 태도, 구매의도에 대한 설명과 이해	○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
제8주	1	○중간고사(30점) -평가문항: 1-7주차 학습내용을 토대로 필기시험	○수업방법: 중간고사 시험 실시
	2	-평가방법: 수업시간에 학습한 광고크리에이티브분석 이론 내용에 대해서 얼마나 잘 습득하고 이해하였는지 평가	○학습자료: 평가용 시험지
	3	-난이도: 상(30%), 중(50%), 하(20%)의 난이도 분포로 출제	
제9주	1	1)강의주제: 크리에이티브 전략 학습 2)강의목표: 크리에이티브 전략 계획 방법 3)세부내용: -광고 목표와 크리에이티브 전략 접근 설명 -크리에이티브 전략이란 무엇인가 설명	○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시 각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	2	1)강의주제: 크리에이티브 전략 유형 학습 2)강의목표: 크리에이티브 전략 유형 3)세부내용: -USP 전략 설명과 전략의 핵심 설명 -USP 전략의 사용 -브랜드 이미지 전략 개념 설명 -브랜드 이미전략의 핵심 설명 -브랜드 이미지 전략의 사용 설명 -포지셔닝 전략 개념 설명 -포지셔닝 전략의 핵심 설명 -표지셔닝 전략의 사용 설명 -FCB Grid 전략 설명	○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린 ※과제2: 광고크리에이티브 전략이 돌보이는 아이디어 사례 대해 조사하기 선정 이유 설명하기
	3	1)강의주제: 크리에이티브 전략 유형별 실습 2)강의목표: 크리에이티브 유형별 분석 이해와 실습 3)세부내용: -광고 크리에이티브 사례를 통한 유형별 분석 설명 -광고 크리에이티브 사례를 통한 유형별 실습	○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
제10주	1	1)강의주제: 컨셉 학습01 2)강의목표: 컨셉 정의 및 내용설명 3)세부내용: -컨셉이란 무엇인가? -컨셉의 정의 설명 -컨셉의 내용 설명	○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린

		<ul style="list-style-type: none"> -컨셉과 아이디어 그리고 헤드라인 접근 방법 -제품 컨셉과 광고 컨셉 크리에이티브 컨셉 설명 -브랜드 사례 광고 통한 컨셉 크리에이티브 관련 의견 제시 	<ul style="list-style-type: none"> ※과제2 제출: 제출 과제 중 창의적 아이디어 접근 돋보이는 과제 선발하여 발표
	2	<ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 컨셉 학습02 2)강의목표: 좋은 컨셉의 의미와 내용 설명 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -좋은 컨셉 이란? -광고 의미 찾기 -광고 관련성 찾기 -정보의 해석 접근 하기 	<ul style="list-style-type: none"> ○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	3	<ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 컨셉 학습03 2)강의목표: 차별화 컨셉 도출 방법 설명 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -차별화 컨셉 도출 방법 -크리에이티브 브리프 작성 하는 방법 설명 -카피 플랫폼 설명 -크리에이티브 브리프 사례를 통한 실습 및 의견 공유 	<ul style="list-style-type: none"> ○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
제11주	1	<ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 빅 아이디어 사례 학습 1-1 2)강의목표: 아이디어 중요성 설명 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -아이디어 정의 -아이디어를 통한 광고 메시지 전달 설명 -아이디어 사례를 통한 광고 효과 사례 설명 1 -아이디어 사례를 통한 광고 효과 사례 설명 2 	<ul style="list-style-type: none"> ○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린 <ul style="list-style-type: none"> ※수시평가1: 9-11주차 내용으로 수시 평가 실시
	2	<ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 빅 아이디어 사례 학습 1-2 2)강의목표: 창의적인 광고 아이디어 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -창의적인 크리에이티브 광고 아이디어 제안 설명 -아이디어의 중요성 -아이디어 접근 설명 및 실습 -브랜드 선정과 브랜드 파악을 통한 아이디어 접근 	<ul style="list-style-type: none"> ○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	3	<ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 빅 아이디어 사례 학습 1-3 2)강의목표: 차별화 아이디어 접근 설명 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -차별화 아이디어 사례 분석 -국내 브랜드 광고 -해외 브랜드 광고 	<ul style="list-style-type: none"> ○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
제12주	1	<ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 빅 아이디어 사례 학습 2-1 2)강의목표: 아이디어 도출 방법 설명 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -좋은 아이디어 도출 방법 -아이디어 메모 -무의식의 작업 -아이디어 다듬기 -광고 헤드라인과 비주얼 이미지 아이디어 접근 예제로 설명 -좋은 광고를 위한 고정관념 벗어나기 	<ul style="list-style-type: none"> ○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린 <ul style="list-style-type: none"> ※전문가특강: 광고 실무자 특강, 다양한 광고매체의 크리에이티브 특강 실시
	2	<ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 빅 아이디어 사례 학습 2-2 2)강의목표: 차별화 아이디어 도출 과정 	<ul style="list-style-type: none"> ○학습자료: 강의계획서, 강의PPT,

		3)세부내용: -국내 제품 광고 사례를 통한 비교 분석 -해외 제품 광고 사례를 통한 비교 분석 -사례를 통한 아이디어 도출 과정 이해 학습 -사례 아이디어 공유 및 토의	시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	3	1)강의주제: 빅 아이디어 사례 학습 2-3 2)강의목표: 아이디어 자극법 01 3)세부내용: -아이디어 제안 실습 -아이디어 공유 -아이디어 확장해 보기	○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
제13주	1	1)강의주제: 빅 아이디어 사례 학습 3-1 2)강의목표: 아이디어 자극법 02 3)세부내용: -브레인스토밍 -삼상 설명 -아이디어 마구 쏟아내기 -아이디어 발상 방법 설명 -제품 사례를 통해 브레인스토밍 실습 -제품 사례를 통해 아이디어 발상 실습	○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	2	1)강의주제: 빅 아이디어 사례 학습 3-2 2)강의목표: 아이디어 발상 끌어내기 01 3)세부내용: -미디어 설명과 관련 광고 예제를 통한 설명 -노출 맥락 설명과 관련 광고 예제를 통한 설명 -시의성 설명과 관련 광고 예제를 통한 설명 -타이밍 설명과 관련 광고 예제를 통한 설명	○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	3	1)강의주제: 빅 아이디어 사례 학습 3-3 2)강의목표: 아이디어 발상 끌어내기 02 3)세부내용: -타이밍 설명과 관련 광고 예제를 통한 설명 -말 설명과 관련 광고 예제를 통한 설명 -뒤집기 설명과 관련 광고 예제를 통한 설명 -비유 설명과 관련 광고 예제를 통한 설명 -상징 설명과 관련 광고 예제를 통한 설명 -패러디 설명과 관련 광고 예제를 통한 설명 -궁금증 설명과 관련 광고 예제를 통한 설명 -유발 설명과 관련 광고 예제를 통한 설명 -끌어낸 아이디어 펼쳐 보기 -다양한 아이디어 공유하기	○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린 *기말고사 공지사항 안내
		1)강의주제: 빅 아이디어 사례 학습 4-1 2)강의목표: 아이디어 발상 끌어내기 01 3)세부내용: -비교 광고사례를 통한 설명과 이해 -과장 광고사례를 통한 설명과 이해 -결과 광고사례를 통한 설명과 이해	○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시 각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
제14주	2	1)강의주제: 빅 아이디어 사례 학습 4-1 2)강의목표: 아이디어 발상 끌어내기 02 3)세부내용: -차용 광고사례를 통한 설명과 이해 -궁금증 광고사례를 통한 설명과 이해 -그림 광고사례를 통한 설명과 이해	○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	3	1)강의주제: 빅 아이디어 사례 학습 4-3 2)강의목표: 아이디어 발상 끌어내기 03 3)세부내용:	○학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료

		-음악 광고사례를 통한 설명과 이해 -과시 광고사례를 통한 설명과 이해 -아이디어 선별하기 -발상의 전환이 되는 번뜩이는 아이디어 공유하기	○학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
제15주	1	○기말고사(30점) -평가문항: 9-15주차 학습내용을 토대로 필기시험	○수업방법: 기말고사 시험실시
	2	-평가방법: 수업시간에 배운 내용에 대해서 얼마나 잘 인지하고 있는지 단답형, 서술형을 혼합하여 평가	
	3	-난이도: 상(30%), 중(50%), 하(20%)의 난이도 분포로 출제	○학습자료: 평가용 시험지
첨부자료			