

학습과정명	광고학													
학습목표	<p>광고는 크게 보면 마케팅의 한 부분으로 광고 자체가 모든 것을 해결할 수 없다. 따라서 광고와 마케팅에 대해 이해할 필요가 있다. 그 중에서 제일 중요한 부분인 마케팅 커뮤니케이션의 이해다. 이를 바탕으로 마케팅 커뮤니케이션의 접근방법과 실행방법에 대해 이론수업과 기존 실제 광고사례분석을 중심으로 광고에 대한 이해 능력을 배양하고자 한다.</p> <p>광고의 기능, 역사, 기획, 제작, 매체, 관리 등 광고기획부터 집행, 광고 효과 조사까지 광고가 진행되는 모든 프로세스 과정을 살펴봄에 이때 적절한 예시(이미지자료 및 동영상)를 통해 광고의 기본적인 지식 함양과 가장 효율적이고 이해하기 쉽게 전략을 수립하기 위한 방법과 좋은 광고와 나쁜 광고의 변별력을 학습할 수 있도록 한다.</p> <p>광고 산업구조의 흐름을 각 유형별로 분석하여 광고 크리에이티브에 접목하기 위한 전략적인 접근 방법도 함께 학습해 본다. 광고는 최종적으로 소비자들에게 제작물로 커뮤니케이션 하므로 기획과 제작과정 능력을 함양하도록 한다.</p>													
주교재	<p>광고학개론. 이명천 외, 커뮤니케이션북스, 2021</p> <p>광고의 이해, 최호규, 이프레스, 2014</p>													
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	<p>1)강의주제: 광고 기원의 개념 학습 2)강의목표: 광고의 기원 설명 3)세부내용: -광고의 어원 설명 -고대광고 설명 -중세광고 설명 -근세로의 전환 설명</p>										<p>※학습자료: 오리엔테이션, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>		
	2	<p>1)강의주제: 한국 광고사 학습 2)강의목표: 한국광고의 시대적 변천과정 3)세부내용: -개화기 -일제 무단정치시대 -일제시대, 광고 성장과 쇠퇴기 -해방에서 4대 매체 등장시대 설명과 시대적 4대 매체 특징에 관한 토론</p>										<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>		
	3	<p>1)강의주제: 한국광고의 시대별 광고의 특징에 대해 학습 2)강의목표: 3)세부내용: -광고 대행사 시대와 국제화 물결 설명 -언론통폐합, 한국방송광고사 설립과 컬러 방송 -광고개발시대 설명과 매체 변화와 광고 표현의 변화에 관한 토론</p>										<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>		
제2주	1	<p>1)강의주제: 광고 개념 대해 기초 학습 2)강의목표: 광고의 정의와 설명 3)세부내용: -광고란 무엇인가? -광고의 핵심개념 -유사개념들과의 비교</p>										<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>		
	2	<p>1)강의주제: 광고 기능 대해 기초 학습 2)강의목표: 광고 기능 대한 설명 3)세부내용: -광고의 기능 -광고의 정기능 설명 -광고 역기능 설명</p>										<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>		
	3	<p>1)강의주제: 광고 유형 대해 기초 학습 2)강의목표: 광고 유형 대한 설명 3)세부내용:</p>										<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료</p>		

		<ul style="list-style-type: none"> -광고의 유형에 따른 설명 -표적 소비자에 따른 분류 설명 -지역에 따른 분류 설명 -목적에 따른 분류 설명 -매체에 따른 분류 설명 -자극수요에 따른 광고 유형 분류 설명과 각 분류에 따른 특징 토론 	<p>※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>
제3주	1	<p>1)강의주제: 광고산업 개념 이해와 구조 학습 2)강의목표: 광고산업 설명 3)세부내용: -광고산업 패러다임의 이해와 설명 -광고 산업의 구조 설명 -광고 관련 기관에 대한 설명</p>	<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>
	2	<p>1)강의주제: 광고산업과 함께 광고 대행사의 역할 학습 2)강의목표: 광고 대행사 이해 3)세부내용: -광고 대행사 형성 과정 설명 -광고 대행사와 광고주와 광고 전략 수립 진행하는 관계설명 -광고주들이 광고 대행사를 이용하는 이유 -광고 대행사의 유형 설명 및 기업 계열 광고 대행사와 독립 광고 대행사 사례들을 살펴보고 토론 -광고 대행사의 보상 제도</p>	<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>
	3	<p>1)강의주제: 미디어랩 탄생으로 인한 광고 산업 전반의 변화에 대한 학습 2)강의목표: 미디어랩 탄생 3)세부내용: -미디어랩 정의와 유형 설명 -KOBACO 한국방송광고공사 설명 -미디어랩 경쟁체제 도입에 따른 변화 영향 설명 -미디어 에이전시 개념, 특성 및 탄생 배경 설명 -미디어 에이전시의 유형에 따른 설명과 미디어 에이전시 사례들을 살펴보고 유형별 특징에 관한 토론 -광고 매체 및 조사의 이유 설명 -광고 규제의 필요성</p>	<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린 ※과제1: 현재 광고 대행사의 제작물과 게재 매체 사례조사 레포트</p>
제4주	1	<p>1)강의주제: 광고와 마케팅 개요 학습 2)강의목표: 광고와 마케팅의 관계 설명 3)세부내용: -마케팅이란 무엇인가? -마케팅 정의 설명 -마케팅 활동 사례를 살펴보고 국내 브랜드 마케팅 활동에 대한 토의</p>	<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>
	2	<p>1)강의주제: 광고와 마케팅 개념과 의미 학습 2)강의목표: 마케팅 개념 등장과 핵심 요소 설명 3)세부내용: -디지털 시대 마케팅 개념변화 설명 -마케팅의 개념 변화와 분류 설명 -마케팅 개념의 핵심요소 설명</p>	<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>
	3	<p>1)강의주제: 광고 마케팅 접근 학습 2)강의목표: 광고 마케팅 접근을 위한 전략적 조사 방법 3)세부내용: -4P 개념 설명과 예시를 통한 이해 -4P 개념과 4C 개념의 비교 설명과 예시를 통한 이해 -IMC 전략 설명과 이해</p>	<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>
제5주	1	<p>1)강의주제: 광고 마케팅 브랜드 접근 학습 2)강의목표: 시장 세분화 전략 설명</p>	<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT,</p>

		<p>3)세부내용: -시장 세분화 개념 설명 -STP 설명 -매체 마케팅과 타킷 마케팅 설명 -세분화 전략의 종류 설명 -시장세분화의 목적 -시장세분화의 기준 -시장세분화 전략의 접근 -시장세분화의 종류</p>	<p>시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p> <p>※과제1 제출: 제출 과제 중 우수과제 선발하여 공유 발표</p>
	2	<p>1)강의주제: 광고 마케팅 브랜드 차별화 전략 학습 2)강의목표: 표적시장(타킷)선정 3)세부내용: -표적 시장 선정 선정 설명 -표적 시장을 선정하기 위해 세분화학 샷 세분시장들의 규모 와 성장 가능성 평가에 대한 설명 -표적 시장 선정이 과정을 사례를 통한 설명 과 토의</p>	<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>
	3	<p>1)강의주제: 광고 마케팅 브랜드 포지셔닝 전략 학습 2)강의목표: 포지셔닝 전략의 특징 3)세부내용: -표지셔닝 개념 설명 -표지셔닝 전략 설명 -마케팅, 광고핵심의 차별화를 위한 포지셔닝 전략의 중요성 설명 -표지셔닝 가치 제안의 사례를 통한 이해와 토론</p>	<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>
	1	<p>1)강의주제: 광고 촉진 믹스 학습 2)강의목표: 판매 촉진을 위한 믹스전략 개념 설명 및 광고와 PR의 이해 3)세부내용: -촉진 믹스의 설명과 관계도를 통한 이해 설명 -광고 정의과 기능 설명 및 PR의 관계성 -PR의 정의 설명 -PR전략 및 PR프로그램 유형 설명과 사례를 통한 설명과 토의</p>	<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>
제6주	2	<p>1)강의주제: 광고 촉진 믹스 전략 학습 2)강의목표: 판매 촉진을 위한 설명 3)세부내용: 판매촉진의 개념과 판매촉진의 세부 전략 -판매촉진 전략 -판매 촉진 전략의 유형 설명 및 소비자 대상 판매 촉진 프로 그램 설명 -중간상 대상 판매촉진 프로그램 설명, 가격할인/콘테스트 등 의 사례를 통한 다양한 접근 방법 토론 -판매촉진의 장단점에 대한 설명</p>	<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>
	3	<p>1)강의주제: 광고 촉진 믹스 인적 판매 학습 2)강의목표: 인적판매 이해와 다이렉트 마케팅 설명 3)세부내용: -인적판매의 목적과 다이렉트 마케팅의 중요성 -인적판매의 사용 이유 설명 -인적판매를 사용하는 제품 설명 -소비자 대상 판매 전략 : 다이렉트 마케팅 특징과 유형 설명</p>	<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린</p>
제7주	1	<p>1)강의주제: 광고와 커뮤니케이션 이해 학습 2)강의목표: 광고에서의 커뮤니케이션 이해와 유형 및 접근 방법 설명 3)세부내용: -커뮤니케이션 정의 설명</p>	<p>※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드</p>

		<ul style="list-style-type: none"> -커뮤니케이션의 목적 설명 -커뮤니케이션의 접근 방법 -커뮤니케이션 모형 설명과 광고 커뮤니케이션 사례를 통한 토론 -커뮤니케이션 유형 설명과 광고 커뮤니케이션 사례를 통한 토론 	<ul style="list-style-type: none"> 빔 프로젝터, 스크린
	2	<ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 광고와 커뮤니케이션 구성요소 학습 2)강의목표: 광고 커뮤니케이션의 구성요소 이해 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -광고 커뮤니케이션의 구성요소 설명 -정보원/송신자 설명 -메시지 설명 -채널 설명 -소비자 설명 -효과 설명 	<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: 광고와 커뮤니케이션 접근 방법 학습 2)강의목표: 광고 커뮤니케이션 설득과 전달 방법 설명 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -광고 커뮤니케이션 접근 방법 설명 -광고가 기업과 소비자 사이의 커뮤니케이션 위한 수단 이해 -정보전달과 설득 요소 활용 방법 설명 -광고의 역할과 정보전달 도구로서 역할을 동시 파악해야 하는 이유 설명 	<ul style="list-style-type: none"> ※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
제8주	1	<ul style="list-style-type: none"> ※중간고사(30점) -평가문항: 1-7주차 학습내용을 토대로 필기시험 	<ul style="list-style-type: none"> ※수업방법: 중간고사 시험실시
	2	<ul style="list-style-type: none"> -평가방법: 수업시간에 배운 (광고목표의 필요성, 광고커뮤니케이션 효과) 대해서 얼마나 잘 인지하고 있는지 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> 단답형, 서술형을 혼합하여 평가 -난이도: 상(30%), 중(50%), 하(20%)의 난이도 분포로 출제 	<ul style="list-style-type: none"> ※학습자료: 평가용 시험지
제9주	1	<ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 광고 크리에이티브 목표 학습 2)강의목표: 전략적인 크리에이티브 접근법 이해 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -크리에이티브 컨셉트 개발을 위한 아이디어 접근 설명 -크리에이티브 목표 이해하기 -크리에이티브 컨셉트 개발 팁 설명 -융통성의 상황적 관계의 변화를 주어야 실습 -상상의 만약에 이르면 어떻게 될까 실습 -뒤집기의 사물을 반대로 바라보아라 실습 -연결의 2개 관계없는 아이디어들을 함께 연결하여라 실습 -비교의 하나의 아이디어를 택해 그것을 이용해 다른 것을 기술하여라 실습 -배제와 패러디 설명 	<ul style="list-style-type: none"> ※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린 ※과제2: 국내, 외 성공 마케팅 사례 연구 및 이유 설명
	2	<ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 광고 크리에이티브 전략 학습 2)강의목표: 광고 컨셉 위한 팁 이해와 설명 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -크리에이티브 전략 유형 이해하기 -USP 전략 설명 -USP 전략 국내 사례를 통해 이해와 의견 토론 -브랜드 이미지 전략 의미와 접근 설명 -포지셔닝 전략 설명과 사례를 통한 포지셔닝 전략 실습 	<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: 광고 크리에이티브 실행 학습 2)강의목표: 광고 제작 크리에이티브 실행 설명 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -크리에이티브 실행방법 설명 -소구 방법에 따른 접근에 대한 설명 	<ul style="list-style-type: none"> ※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드

		-공포, 유머, 패러디, 온정, 성적소구, 비교, 증언, 생활의 단면, 실연 등의 실행 사례를 통한 이해와 설명	빔 프로젝터, 스크린
제10주	1	1)강의주제: 광고매체 접근 이해하기 학습 2)강의목표: 광고매체 개념 설명과 매체 광고 측정 설명 3)세부내용: -매체 의사결정 과정 설명 -마케팅 관점에서의 매체 -매체 효과 측정의 목적 -매체 효과 측정 방법	※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	2	1)강의주제: 광고매체 전략 학습 2)강의목표: 광고 매체별 전략적 특성파악과 효과 운용 설명 3)세부내용: -전략적인 매체 운용 -매체기획 수립 시 고려요인 설명 -제품특성과 가격정책, 유동과 촉진에 관한 설명과 이해 -매체 효과의 지표 요소들 설명 -비히클 수용자 크기 측정 설명과 도달률, 평균 빈도, GRP 설명 및 효과 도달률에 관한 설명	※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린 ※과제2 제출: 제출 과제 중 우수과제 선발하여 공유 발표
	3	1)강의주제: 광고매체 스케줄링 전략 학습 2)강의목표: 광고 매체별 효과 측정 설명 3)세부내용: -매체 스케줄링 전략 설명 -광고량의 결정 설명을 이해하고 학습 -광고 시점의 결정 설명을 이해하고 학습 -미디어 믹스 전략 설명 -집중화 전략과 다매체 전략을 설명하고 사례를 통해 실습	※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
제11주	1	1)강의주제: 광고 매체의 특성 학습 01 2)강의목표: 광고매체의 이해와 특성 설명 3)세부내용: -효과적인 매체활용을 위한 특징 설명 -매체별 이해와 기획 특징 설명 -가장 많이 사용하는 매체 설명	※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	2	1)강의주제: 광고 매체의 특성 학습 02 2)강의목표: 광고매체의 이해와 특성 설명 3)세부내용: -각 매체의 특성 소개하기 -TV광고의 특성 이해하기 -TV광고의 유형과 광고 요금 -라디오 광고의 특성 이해하기 -라디오 광고의 유형과 광고 요금 -신문 광고의 특성 이해하기 -신문 광고의 유형과 광고 요금	※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린 ※수시평가1: 9-11주차 내용으로 수시 평가 실시
	3	1)강의주제: 광고 매체의 특성 학습 03 2)강의목표: 광고매체의 이해와 특성 설명 3)세부내용: -각 매체의 특성 소개하기 -잡지 광고의 특성 이해하기, 광고의 유형, 광고 요금 -인터넷 광고의 특성 이해하기, 광고의 유형, 광고 요금 -매체 특성의 파악 이유	※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
제12주	1	1)강의주제: 광고 조사의 목적 학습 2)강의목표: 광고 조사이해와 필요성 설명 3)세부내용: -조사의 목적 이해하기	※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재:

	<ul style="list-style-type: none"> -광고에서 조사가 중요하게 된 원인 설명 -치열해진 경쟁상황, 유통업자의 권한강화, 매체환경의 변화, 소비자의 변화에 따른 원인 설명 -조사의 중요성 설명 	전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	<p>2</p> <ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 광고 조사의 시작 학습 2)강의목표: 조사의 차이점과 영역(마케팅, 광고) 설명 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -마케팅 조사 와 광고 조사 차이 설명 -광고전략조사 설명 -광고전략의 조사에서 예산 조사, 매체조사, 메시지 조사 설명 -광고평가조사 설명 -광고캠페인 사례를 통한 접근 및 토의, 토론 	<ul style="list-style-type: none"> ※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	<p>3</p> <ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 광고 조사의 적용 학습 2)강의목표: 조사의 적용 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -광고조사의 사례 설명 -광고조사 사례 예시 적용하여 이해를 돕는 설명 -광고 조사 사례 1 예시 설명 및 토론 -광고 조사 사례 2 예시 설명 및 토론 	<ul style="list-style-type: none"> ※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
제13주	<p>1</p> <ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 광고 규제 필요한 까닭과 광고가 사회에 미치는 영향 학습 2)강의목표: 광고규제 이해하기 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -광고 규제의 근거와 필요성과 미치는 영향 설명 -경제적 측면 관점에서 설명 -사회, 문화적 측면 관점에서 설명 	<ul style="list-style-type: none"> ※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	<p>2</p> <ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 광고 규제 종류와 사례 학습 2)강의목표: 광고 규제의 종류 및 사례 설명 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -광고 규제종류 설명 -타율규제, 자율규제, 소비자 규제에 대한 설명 -광고 규제 사례 설명 -허위광고, 기만광고, 품위손상광고에 대한 설명 	<ul style="list-style-type: none"> ※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	<p>3</p> <ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 광고 규제 학습 2)강의목표: 바람직한 광고규제의 방향 설명 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -광고의 사회적 합의 설명 -올바른 광고규제의 방향 설명 -광고 제작자의 자율성에 대한 이해 	<ul style="list-style-type: none"> ※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
제14주	<p>1</p> <ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 광고의 미래 학습 01 2)강의목표: 광고 환경의 변화 설명 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -광고 환경의 변화 이해하기 -광고 환경의 변화 과정 설명을 통한 이해와 변화에 대해 토론 -능동적 소비자의 등장, 광고량이 증가로 인한 광고효과의 감소 변화 과정 설명하기 -새로운 기기의 등장과 광고회피의 증가 과정 설명하기 	<ul style="list-style-type: none"> ※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린
	<p>2</p> <ul style="list-style-type: none"> 1)강의주제: 광고의 미래 학습 02 2)강의목표: 광고의 새로운 패러다임 등장 3)세부내용: <ul style="list-style-type: none"> -새로운 광고 유형 등장 설명 -새로운 광고 유형 설명 -디지털광고, 모바일광고, DMB 광고 설명 -PPL, 애드 무비, 가상광고 설명 	<ul style="list-style-type: none"> ※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※학습 기자재: 전자교탁, 화이트보드 빔 프로젝터, 스크린

		-게릴라 마케팅, 게임을 이용한 광고 설명 -변형 버스 광고, 래핑, 3D TV광고 설명 -애드버토리얼, 네이티브 광고 설명 -호스트셀링 광고, 푸티지 광고, 앰비언트 광고, 신유형 TV 광고 설명	
	3	1)강의주제: 광고의 미래 학습 03 2)강의목표: 확장된 광고 매체의 사례를 통한 학습 3)세부내용: -광고의 미래 패러다임과 광고 시각 메시지 전달 방법의 전화 토론	※학습자료: 강의계획서, 강의PPT, 시각 이미지 자료 ※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 인지 하고 있는지 단답형, 서술형을 혼합하여 평가	※학습자료: 평가용 시험지
	3	-난이도: 상(30%), 중(50%), 하(20%)의 난이도 분포로 출제	
첨부자료			