

2021-1학기 KOCW 공개강의계획서

한서대학교 교육혁신원

1. 기본 정보

교수 인적사항	교수명(사번)	안 성 만	소 속	
	연구실 전화번호		개인 연락처	
	E-mail주소			
교과목 정보	과목명	광고론	영문 과목명	advertising theory
	이 수 구 분	전공		
	수강대상 학과	전학년		

과목명	광고론 (advertising theory)
강의목표	<p>본 강좌는 광고의 역사와 광고 산업의 태동과 산업 발달에 미치는 광고의 중요성과 광고를 통해 시대를 분석해 보고 산업을 광고로 이해할 수 있는 통찰력을 키울수 있도록 하는 것을 목표로 한다.</p> <p>이에 따라 광고분석과 크리에이티브 팀 프로젝트 활동을 통해 광고의 기획과 제작 등의 소양지식을 기르도록 한다</p>
강좌개발 계획 및 전략	<p>본 강좌의 목적은 시대별 광고를 분석하고, 광고산업에서의 주체인 광고주, 광고대행사, 매체의 역할을 분석하고 광고를 통해 기업의 판매촉진으로 지속가능경영에 중요한 역할을 하는 광고를 제작해 본다</p> <p>이를 위해 본 강좌의 효율적인 구성 및 운용의 기본원칙은 다음과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 학습자의 눈높이에 맞는 사례와 내용으로 구성한다. 2) 전공교과의 적절성을 고려하고 트렌드를 반영하여 구성한다. 3) 학습자의 적극적인 참여를 유도하는 학습자 중심의 흥미와 호기심을 고려하여 운용한다.
공개강의 적합성	- 공개강의 적합함(PPT자료를 위한 빔프로젝트)
강좌 활용계획	<ul style="list-style-type: none"> - 공개강좌 등록 - 이러닝(사이버 강좌)개설 - 플립러닝 운영 - 온·오프라인 강좌 활용

2. 개발 계획 및 전략

본 강좌의 목적은 시대별 광고를 분석하고, 광고산업에서의 주체인 광고주, 광고대행사, 매체의 역할을 분석하고 광고를 통해 기업의 판매촉진으로 지속가능경영에 중요한 역할을 하는 광고를 제작해 본다. 이를 위해 본 강좌의 효율적인 구성 및 운용의 기본원칙은 1) 학습자의 눈높이를 고려하여 구성하고, 2) 전공 교과목의 특성에 부합하도록 하며, 3) 학습자의 흥미와 호기심을 고려하여 구성한다. 이에 대한 개발목적과 개발기준의 전략은 다음과 같다.

■ 개발 필요성 및 목적

본 강좌는 광고의 역사와 광고 산업의 태동과 산업 발달에 미치는 광고의 중요성과 광고를 통해 시대를 분석해 보고 산업을 광고로 이해할 수 있는 통찰력을 키울 수 있도록 하는 것을 목표로 한다.

이에 따라 광고분석과 크리에이티브 팀 프로젝트 활동을 통해 광고의 기획과 제작 등의 소양지식을 기르도록 한다

■ 개설 기준

- 학습자 요구의 충족성
 - 수업내용이 학습자의 요구를 잘 반영할 수 있는가?
 - 수업내용과 방법이 적절하여 학습 의욕을 고취시킬 수 있는가?
 - 학습자의 적극적인 참여를 유도하여 학업 성취도를 높일 수 있는가?
- 전공 교과로서의 적절성
 - 학문의 트렌드를 잘 반영한 교과인가?
 - 다양한 학문적 흥미나 호기심을 충족시킬 수 있는가?
- 사회적 요구의 충족성
 - 사회가 요구하는 다양한 사고를 함양할 수 있는가?
 - 실용적인 지식이나 기술을 습득할 수 있는가?

3. 세부 개발 계획서

교과목코드	과목명	광고론	
차시	강의주제	강좌 운영방법 (온라인 학습활동 / 평가방법 / 학습자료 등)	비고 (팀티칭)
1	오리엔테이션	강의 개요 및 학습자료 소개 (온라인 진행/PPT활용)	작품감상 방법소개
2	광고의 역사	광고의 역사에 대해서 시대별 PPT 활용	
3	광고의 이해	광고의 정의와 기능 및 유형	
4	광고 산업1	광고산업의 구조, 광고대행사 미디어랩 미디어 에이전시	
5	광고 산업2	광고3주체 -광고주, 광고대행사, 매체	

6	광고와 마케팅1	마케팅의 의미 , 개념	
7	광고와 마케팅2	STP(시장세분화, 표적시장선정, 포지셔닝 전략)	
8	중간고사	온라인 진행/PPT활용	
9	광고 판매 촉진믹스	광고,PR, 판매촉진, 인적판매, 다이렉스마케팅	
10	광고와 커뮤니케이션	커뮤니케이션의 이해, 광고 커뮤니케이션의 기본요소	
11	광고 목표 및 예산설정	광고 목표의 기능, 광고 목표로서의 매출, 효과, 광고 예산 설정	
12	광고 크리에이티브전략	크리에이티브 목표, 컨셉트, 실행형식	
13	광고 매체 특성 및 전략	매체 이해, 매체 기획, 매체효과분석,미디어 믹스전략	
14	광고의 미래	광고 환경의 변화, 새로운 광고 유형의 등장	
15	기말총정리	(온라인 진행/PPT활용)	