

광고홍보의 세계

담당교수: 하진홍

이메일: gatarheel2012@gmail.com

연구실:

강의실 및 강의시간: 사1307, 월 1-3교시

상담시간:

1. 수업 개요

‘광고홍보의 세계’ 과목은 1학년 대상의 전공선택 수업으로서, 광고와 PR의 개념과 역할, 그리고 학문적 및 사회적 의미에 관한 기본적인 지식을 다룬다.

2. 수업 목표

광고와 PR에 대한 지적 호기심을 충족시키기 위하여 광고와 PR 각각의 역사, 개념, 업무 범위, 역할 등을 이해하는데에 첫번째 강의 목표가 있다. 아울러, 좀더 깊은 광고와 PR에 관한 탐구를 위해, 둘간의 관계를 마케팅적 및 사회적 관점에서 살펴보는 것도 중요한 목표라고 할 수 있겠다. 이를 위해 강의 전반에 걸쳐 광고와 PR 개론 성격의 내용과 함께, 그리고 이 둘간의 관계를 조명하는데 중점을 둘 것이다.

3. 강의 교재



<광고학개론> 2010년 개정판, 이명천 & 김요한, 커뮤니케이션북스, 2010. (이하 광고)

<현대PR론> 개정3판, 최윤희, 나남출판, 2008. (이하 PR)

4. 과제물 및 시험

1) 수업 발제 (response paper): 5회

2-7, 9-14주차의 수업 내용중 5개를 선택해 수업 범위의 내용을 미리 읽은후, A4 1매 이내 분량으로 핵심내용, 분석 및 비평, 그리고 디스커션을 위한 문제제기를 요약 정리해서 매주 목요일 5 PM 까지 이메일로 제출 할 것. 발제 내용은 수업 토론시간에 활용될 것이다.

발제문 작성시, 워드프로그램을 활용할 것을 권장하며, 글자크기 12포인트, 줄간격 1로 작성해야 한다.

2) 주제 발표 (presentation): 2회

i) 광고 주제 발표 (개인발표): 본인이 좋아하는 광고, 또는 잘 된 광고라고 생각하는 광고를 소개하는 발표로서, 특정 형식에 얽매이지 않고 광고를 나름대로 평가하면 된다. 하지만, 그 광고를 선택한 이유와 광고에 대한 평가의 논리는 포함되어 있어야 한다. 발표 시간은 10분 내외이다.

ii) PR 주제 발표 (팀발표): 5가지 주제를 한그룹씩 맡아 사례발표를 하는 형식의 발표로서, 수업때 배운 PR캠페인 절차와 형식에 맞춰 내용을 구성해야 한다. 발표에는 반드시 학생들이 실제로 참여할 수 있는 activity 및 디스커션 주제를 포함시켜야 한다. 발표 팀은 20분 내외 발표, 30분 내외 토론 및 activity를 리드해야 한다. 주제와 구성내용에 대해서는 사전에 교수와 협의할 것을 추천한다.

3) 중간 및 기말고사

수업 내용 및 교재내용을 중심으로 단답형 (30%), 서술형 (30%), 논술형 (40%) 문제로 출제 예정이며, 이러한 구성은 상황에 따라 변동가능하며, 변동시 사전 공지 예정이다.
기말고사는 중간고사 이후부터 배운 내용만 시험범위에 포함된다.

5. 평가 방법

출석: 15% (1회 결석시 1점 감점, 3번 지각시 1회 결석 처리)

수업 발제: 10% (5회 각 2%)

중간고사: 15%

기말고사: 15%

주제 발표: 20% (개인발표 5%, 팀발표 15%, 팀발표 평가는 동료평가도 반영된다.)

수업참여: 25%

6. 유의 사항

1) 모든 과제와 발표, 시험에는 어떠한 이유로도 표절이 허용되지 않으며, 표절로 밝혀질 시에는 교칙에 따라 본 과목을 이수하지 못하는 학점 또는 그 이상의 처벌이 내려질 예정이다.

2) 수업 결석이 예상될시, 사전에 사유서를 제출해야만 인정되며, 사후 제출은 지각 처리함. 사유서는 결석하게 된 이유와 연관된 기관 또는 조직의 책임자로부터 자필 서명된 것만 인정되며, 이를 학생이 직접 교수에게 제출 또는, 그 책임자로부터의 교수한테 직접 발송된 이메일도 인정됨.

3) 수업내용, 과제, 발표 등 수업 및 학교생활과 관련하여 상담이 필요할 시, 기 정해진 상담시간에 교수 연구실로 방문하면 상담이 가능하고, 그 이외의 시간에 상담이 필요할 시, 사전에 별도로 상담시간을 협의하기 바람.

7. 수업 계획

일자	강의 주제	리딩, 과제, 발표 등 수업 준비 사항
1주차 (9/2)	강의 소개	강의 계획서 설명, 자기 소개, 팀 구성, 과제 선정
2주차 (9/9)	광고의 역사, 정의, 기능, 유형	광고 1-2장
3주차 (9/16)	광고대행사와 광고주	광고 3장 광고 주제발표 1
4주차 (9/23)	마케팅과 광고기획	광고 4-6, 8장 광고 주제발표 2
5주차 (9/30)	광고크리에이티브	광고 9장 광고 주제발표 3
6주차 (10/7)	광고매체	광고 10-11장 광고 주제발표 4
7주차 (10/14)	통합마케팅커뮤니케이션 (IMC)	광고 주제발표 5
8주차 (10/21)	중간고사	
9주차 (10/28)	PR의 역사, 개념, 범위, 기능	PR 1-2, 4-6장, 신인섭&오두범 (2002)* 중간고사 대비 요점정리 및 질문
10주차 (11/4)	PR과 윤리	PR 6장 PR 주제발표 1
11주차 (11/11)	PR과 미디어	PR 11-12장 PR 주제발표 2
12주차 (11/18)	기업PR, 위기관리	PR 17장 PR 주제발표 3
13주차 (11/25)	공공PR, 헬스커뮤니케이션	PR 13-14장, 박동진&정의철 (2009)** PR 주제발표 4
14주차 (12/2)	마케팅PR (MPR)	PR 15장 PR 주제발표 5 기말고사 대비 요점정리 및 질문
15주차 (12/9)	기말고사	

* 신인섭 & 오두범 (2002). 한국 현대 PR사 정리의 과제와 쟁점: 문제 제기적 성찰. *홍보학연구*, 6(1); 5-39

** 박동진 & 정의철. (2009). 헬스커뮤니케이션의 역사, 정의, 과제. *헬스커뮤니케이션연구*, 1, 33-48