

<표 III-33> 학습과정의 수업계획서

1. 강의개요							
학습과목명	TV커머셜	학점	3	교·강사명		교·강사 전화번호	
강의시간	4	강 의 실		수강대상	방송영 상	E-mail	
2. 교과목 학습목표							
TV커머셜을 제작하기 위해 필요한 분석 및 크리에이티브 전략을 배우고 직접 TV커머셜을 제작 완성한다.							
3. 교재 및 참고문헌							
주교재 : 광고크리에이티브의 원리와 공식 / 천현숙 / 커뮤니케이션북스 / 2012 (개정판)							
부교재 : TV광고 제작론 / 함성원 / 학현사 / 2008							
광고크리에이티브 / 조운한 / 커뮤니케이션북스 / 2014							
4. 주차별 강의(실습·실기·실험) 내용							
주별	차시	강의(실습·실기·실험) 내용				과제 및 기타 참고사항	
제 1 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : 크리에이티브에서 전략적 사고가 왜 필요한가? ◦강의목표 : 전략적 사고란 무엇이고 어떻게 해야 하는가를 알아본다. ◦강의세부내용 : 커뮤니케이션 측면, 마케팅적 측면, 경쟁적 측면에서의 전략적 사고를 어떻게 하는지를 알아보고 사례를 검토한다. ◦수업방법 : 강의 				주교재 P 1~5 / 시청각 자료	
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 전략적 사고의 과정을 자료수집, 자료 분석, 광고목표수립, 크리에이티브 목표수립, 크리에이티브 전략 수립, 컨셉 도출, 아이디어창조로 단계별 과정을 이해한다. ◦수업방법 : 강의 				주교재 P 6-15 / 2부교재 P 15-26	
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 자료수집의 범위와 자료를 얻을 수 있는 방법에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의 				주교재 P 17~35 / 2부교재 P 27~38	
	4	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 수집한 자료는 어떻게 분석해야 하는지를 알아본다. ◦수업방법 : 강의 					
제 2 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : 제품분석과 소비자분석 ◦강의목표 : 제품분석은 왜 필요한가? ◦강의세부내용 : 외형적 특성에서 찾아본다. 제품의 패키지, 모양, 색깔 				주교재 P 37~74	

		<ul style="list-style-type: none"> 등. ◦수업방법 : 강의 	
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 만들어지는 과정에서 찾아본다. 성분, 제조과정 등. ◦수업방법 : 강의 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 소비자분석을 어떻게 하는가? 인구 통계적 특성과 심리적 특성으로 알아본다. ◦수업방법 : 강의 	주교재 P 75~105
	4	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 소비자분석에서 무엇을 찾아내야 하는가? 목표 소비자 즉 목표 타깃을 찾고 그들이 무엇을 원하는지를 찾는다. ◦수업방법 : 강의 	
제 3 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : 경쟁분석과 환경 분석 ◦강의목표 : 경쟁에 대해서 무엇을 분석해야 하는가? ◦강의세부내용 : 광고하고자 하는 제품의 경쟁 제품은 어떤 것들이 있는지, 조사하고 분석한다. ◦수업방법 : 강의 	주교재 P 107~125
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 경쟁분석을 통해 무엇을 찾아내야 하는지 알아본다. 경쟁적 우위점, 제품의 위치 등. ◦수업방법 : 강의 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 환경에 대해 미시적 관점과 거시적 관점에서 분석한다. ◦수업방법 : 강의 	주교재 P 127~145
	4	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 환경 분석을 통해 어떤 요인이 시장에서 성공을 거두는지 예측해 본다. ◦수업방법 : 강의 	
제 4 주	1	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의주제 : 광고목표와 크리에이티브 전략 ◦강의목표 : 광고목표란 무엇인가? ◦강의세부내용 : 광고목표의 정의에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의 	주교재 P 147~167
	2	<ul style="list-style-type: none"> ◦강의세부내용 : 광고목표의 종류에 대해 알아보고, 광고목표 수립 시 필요한 원칙에 대해 알아본다. ◦수업방법 : 강의 	

	3	<ul style="list-style-type: none"> 강의세부내용 : 크리에이티브 전략은 어떻게 세우는지 알아본다. 수업방법 : 강의 	주교재 P 169~186 / 2부교재 P 39~47
	4	<ul style="list-style-type: none"> 강의세부내용 : 크리에이티브 전략의 종류에 대해 알아본다. USP전략, 브랜드 이미지 전략 등. 수업방법 : 강의 	
제 5 주	1	<ul style="list-style-type: none"> 강의주제 : 컨셉과 아이디어 강의목표 : 컨셉이란 무엇 인가? 강의세부내용 : 컨셉의 정의와 내용에 대해 알아본다. 수업방법 : 강의 	주교재 P 187~208 / 2부교재 P 49~59
	2	<ul style="list-style-type: none"> 강의세부내용 : 좋은 컨셉을 뽑기 위해서 어떻게 해야 하는가를 알아본다. 수업방법 : 강의 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> 강의세부내용 : 아이디어란 무엇인가? 수업방법 : 강의 	주교재 P 209~298
	4	<ul style="list-style-type: none"> 강의세부내용 : 아이디어를 만드는 방법 수업방법 : 강의 	
제 6 주	1	<ul style="list-style-type: none"> 강의주제 : TV광고의 표현유형 강의목표 : TV광고의 표현유형에 대해 알아본다. 	1부교재 P 45~65 / 2부교재 P 111~120
	2	<ul style="list-style-type: none"> 강의세부내용 : 실연형, 증언형, 생활의 단면 등. 수업방법 : 강의 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> 강의세부내용 : 기존의 광고를 다른 표현 유형으로 바꾸어 아이디어를 내고, 스토리 보드를 작성해 본다. 수업방법 : 실습 	시청각 / 유인물
제 7 주	1	중간고사	
	2		
	3		
	4		
제 8 주	1	<ul style="list-style-type: none"> 강의주제 : 광고기획안 	실습/유인물/시청각 자료
	2	<ul style="list-style-type: none"> 강의목표 : 광고기획안 작성 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> 강의세부내용 : 하나의 제품 혹은 기업을 정해 조별로 광고기획안을 작성한다. 	
	4	<ul style="list-style-type: none"> 수업방법 : 조별 실습 	
제 9 주	1	<ul style="list-style-type: none"> 강의주제 : 기획안 발표 	과제 : 광고기획안 제출
	2	<ul style="list-style-type: none"> 강의목표 : 기획안 발표 	
	3	<ul style="list-style-type: none"> 강의세부내용 : 조별로 준비한 광고 기획안을 발표하고 다른 팀은 광고주가 되어 질문한다. 	
	4	<ul style="list-style-type: none"> 강의세부내용 : 조별로 준비한 광고 기획안을 발표하고 다른 팀은 광고주가 되어 질문한다. 	

		<ul style="list-style-type: none"> 수업방법 : 조별 발표 				
제 10 주	1	<ul style="list-style-type: none"> 강의주제 : 아이디어 회의 	스토리보드 발표			
	2	<ul style="list-style-type: none"> 강의목표 : TV커머셜 스토리보드 작성 				
	3	<ul style="list-style-type: none"> 강의세부내용 : 중간고사 이전에 배운 여러 분석을 통해 컨셉을 추출하고 스토리보드를 작성/발표한다. 				
	4	<ul style="list-style-type: none"> 수업방법 : 조별 실습 				
제 11 주	1	<ul style="list-style-type: none"> 강의주제 : TV커머셜 촬영1 	1부교재 P 299~348 / 카메라			
	2	<ul style="list-style-type: none"> 강의목표 : TV광고 촬영 				
	3	<ul style="list-style-type: none"> 강의세부내용 : TV커머셜촬영방법 및 특징을 알아보고 실제 촬영을 진행한다. 				
	4	<ul style="list-style-type: none"> 수업방법 : 강의/ 실습 				
제 12 주	1	<ul style="list-style-type: none"> 강의주제 : TV커머셜 촬영2 	카메라			
	2	<ul style="list-style-type: none"> 강의목표 : TV광고 촬영 				
	3	<ul style="list-style-type: none"> 강의세부내용 : TV커머셜촬영방법 및 특징을 알아보고 실제 촬영을 진행한다. 				
	4	<ul style="list-style-type: none"> 수업방법 : 실습 				
제 13 주	1	<ul style="list-style-type: none"> 강의주제 : TV커머셜 편집1 	컴퓨터(영상 편집용)			
	2	<ul style="list-style-type: none"> 강의목표 : TV커머셜 편집 				
	3	<ul style="list-style-type: none"> 강의세부내용 : TV커머셜의 광고시간인 30초, 20초, 15초로 세 가지 시간으로 편집한다. 				
	4	<ul style="list-style-type: none"> 수업방법 : 실습 				
제 14 주	1	<ul style="list-style-type: none"> 강의주제 : TV커머셜 편집2 	컴퓨터(영상 편집용)			
	2	<ul style="list-style-type: none"> 강의목표 : TV커머셜 편집 				
	3	<ul style="list-style-type: none"> 강의세부내용 : TV커머셜의 광고시간인 30초, 20초, 15초로 세 가지 시간으로 편집한다. 				
	4	<ul style="list-style-type: none"> 수업방법 : 실습 				
제 15 주	1	기말고사	시사 및 평가			
	2					
	3					
	4					
5. 성적평가 방법						
중간고사	기말고사	과제물	출결	기타	합계	비고
30 %	30 %	20 %	20 %	%	100 %	
6. 수업 진행 방법						
중간고사 때까지는 이론위주로 진행하고 중간고사 이후부터는 이론을 적용시켜가며 실습을 통해 직접 TV커머셜을 제작 완성한다.						
7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항						
8. 문제해결 방법(실험·실습 등의 학습과정의 경우에 작성)						

아이디어가 실제 촬영에서 어떻게 표현되고 촬영이 이루어지는 지를 알아본다.

9. 강의유형

이론중심(), 토론, 세미나 중심(), 실기 중심(), 이론 및 토론,세미나 병행(),
이론 및 실험,실습 병행(), 이론 및 실기 병행(v),