

강의계획서 (2024년 1학기)

교과목명	미디어와마케팅커뮤니케이션	분반	3	담당교수명	박민
		학점	3	연락처	063-270-2809
교과목 코드	0000122144	요일/시간	월 13-A,월 13-B,월 14-A,월 14-B,월 15-A,월 15-B	E-mail	dootae@hanmail.net
교과목 구분	일반선택			연구실	
학과/학년		강의실	:	상담가능시간	전화나 이메일을 통해 사전조율

1. 강의 기본정보

수업목표	커뮤니케이션은 인간의 가장 기본적인 활동으로서 상징을 통해 정보나 의견을 주고받는 행위다. 인간이 사회적 삶을 영위하는 데 필수 행위로서 커뮤니케이션의 이해 및 광고나 PR 등 설득 커뮤니케이션에 대한 기초 이해를 목표로 한다. 또한 미디어 기술의 발전과 다매체 다채널로의 변화는 기업에게 새로운 마케팅의 기회를 줄 뿐만아니라 더욱 치열한 경쟁상황을 야기하고 있다. 무한경쟁의 상황에서 소비자들을 설득하여 자사제품을 구매하도록 유도하기 위해서는 소비자의 효율적이고 효과적인 커뮤니케이션이 더욱 절실하다는 점에서 통합 마케팅커뮤니케이션의 중요성이 더욱 증대되고 있다. 이에 본 과목에서는 미디어를 활용한 통합마케팅커뮤니케이션 전반에 대해 살펴보고, 일상에서 활용 가능한 설득전략 및 기술을 학습한다. 특히 합리적 존재로 여겨졌던 인간의 인지처리 및 행동의 과정이 다양한 상황하에서 어떻게 다르게 작동되는지를 설득모델을 통해 이해하고자 한다.							
직전강의평가 및 CQI반영사항	반영사항 없음							
6대 핵심역량과의 관계								
구분	소통역량	창의역량	인성역량	실무역량	도전역량	문화역량	합계	대표역량
비율(%)	20	20	20	20	10	10	100	
교과목간의 연계성								
주교재	설득커뮤니케이션의 이해와 활용							
저자	김정현	출판사	커뮤니케이션북스	출판년도	2015			
참고자료	이상훈, 김요하(2013), 커뮤니케이션의 이해와 활용, 도서출판 삼인 이명현, 김요하(2016), 광고학 개론, 커뮤니케이션북스 이명현, 김요하(2016), PR입문, 커뮤니케이션북스 곽동성, 이상훈(2010), 통합마케팅 커뮤니케이션론, 문영사							
교재언어	한국어	강의언어	한국어	필요 기자재				
권장 선수과목					권장 후수과목	DA		
수업방식 (복수가능)	강의	발표/토론	PBL	플립러닝	LMS활용	실험실습	기타	
	√				√		√	
수업운영방향								
평가계획 (100%)	중간	기말	출석	과제물	안전교육	발표/토론	수업태도	기타
	0%	50%	50%	0%	0%	0%	0%	0%
평가참고사항	출석점수는 동영상 시청과 주차별 퀴즈 점수로 구성되며, 평가 세부 기준은 1주차 오리엔테이션 시간에 자세히 안내할 예정입니다							
평가방법	상대평가 I (A3 0%)	상대평가 비율	A(%)	A+B(%)	C이하(%)	총비율		
		절대평가 기준	0	0	0	100%		
참고 사항	* 장애 학생 교수학습지원 사항							
	- 강의	강의 파일, 자료 등 제공			좌석배치(지정좌석) 조정			
			기타 :		-----			
	- 과제	과제 제출기한 연장			대안적 과제 제시			
	- 평가	시험시간 연장			평가방법 조정(대독, 구두응답, 도우미 대필 답안작성 등)			
		별도의 시험 장소 제공						
		기타 :		-----				
√ 그 외(필요시 자유로이 추가 기술) :								

※ 위 지원사항 등을 포함한 강의, 과제, 시험 등 학습과정에서 장애로 인하여 추가 지원이 필요한 경우 개강전 담당강사 및 장애학습 지원센터를 통해 문의 바랍니다.								

주별 강의내용						
주별	수업목표	수업내용	수업방식	자료, 과제 및 기타 참고사항	수업방식별시간	
					온라인	오프라인
1주	오리엔테이션	설득커뮤니케이션에 대한 전반적 소개	동영상 강의 및 참고영상 시청	ppt		
2주	커뮤니케이션 개념과 유형의 이해 -커뮤니케이션의 정의 및 구성요소, 기능에 대해 개관	커뮤니케이션에 대한 개론적 해설	동영상 강의	ppt		
3주	설득커뮤니케이션의 이해1,2 -설득의 정의 -설득 커뮤니케이션의 주요속성 및 기능	설득이란 커뮤니케이션의 기본형태 중 하나로 '타인이 제공하는 정보에 노출됨으로써 발생하는 태도변화'로 정의할 수 있음	동영상 강의	ppt		
4주	통합마케팅 커뮤니케이션(IMC)의 이해 -마케팅의 개념 -IMC의 개념 및 요소별 분석	마케팅커뮤니케이션에 대한 개괄적 이해	동영상 강의	ppt		
5주	태도 -태도의 개념 및 기능 -태도변용의 의미 -태도의 측정	설득이 정보노출의 결과로서 발생하는 '태도변화'라 할 때, 태도변용의 의미를 소개	동영상 강의	ppt		
6주	설득모델 -다속성모델 -학습이론 -인지질관성이론 -사회판단이론 -정교화가능성모델 등	본 강좌의 핵심내용으로 다양한 설득모델을 개관	동영상 강의	ppt		
7주	설득모델2	인지이론 등 설득모델	동영상 강의			
8주	정보원의 의미 및 유형 -설득 효과에 영향을 미치는 정보원의 주요 속성	설득 시 정보원 특성에 따라 설득효과가 달라질 수 있다는 점을 학습	동영상 강의	ppt		
9주	메시지처리 -메시지의 의미 및 구성요소 -메시지 처리방식 -메시지 소구방법	설득과정에서 메시지처리의 중요성 및 처리방식을 학습	동영상 강의	ppt		
10주	매체특성 및 매체전략 -매체의 의미 -매체의 유형별 특성 및 설득전략	메시지와 매체와의 관계 및 매체 특성에 따른 전략에 대해 논의	동영상 강의	ppt		
11주	수용자 -수용자의 의미 및 개념의 변화 -능동적수용자론 -수용자의 메시지 처리-수용과정 -설득효과에 영향을 미치는 수용자의 선유성향	설득을 결정하는 것은 결국 수용자라는 점에서, 수용자특성에 대해 이해	동영상 강의	ppt		
12주	설득효과 -설득커뮤니케이션 효과 및 유형 -설득효과에의 위계모델	설득이 발생하는 과정에 대한 이해	동영상 강의	ppt		
13주	설득기법 -설득의 장애요인 -설득의 기본원칙 -효과적인 설득기법	실제 설득상황에서 적용가능한 기법들에 대한 소개	동영상 강의	ppt		
14주	표적시장 마케팅과 브랜드전략 -시장세분화 및 포지셔닝 전략 -브랜드 전략	마케팅상황에서 설득전략을 적용하기 위한 내용	동영상 강의	ppt		
15주	기말고사	기말고사	비대면 시험			