
전공능력기반 전공교육과정 개선보고서(요약본)

광고홍보학전공

Major in Advertising & Public Relations

2022. 11. 30.

계명대학교

광고홍보학전공 전공교육과정

1. 광고홍보학전공 사회수요연계 전공교육과정위원회 구성 및 운영

□ 광고홍보학전공 사회수요연계 교육과정위원회 구성

성명	소속 및 직위	구분
권오윤	사회과학대학 광고홍보학전공 책임교수	위원장
김광협	사회과학대학 광고홍보학전공 교수	위원
이시훈	사회과학대학 광고홍보학전공 교수	위원
길승중	크로스미디어	현장 전문가(SME)

□ 위원 구성

- 위원장: 권오윤 (광고홍보학전공 책임교수)
- 위원: 김광협, 이시훈, 길승중

□ 직무별 현장전문가(SME; Subject Matter Expert)로 현재 크로스미디어의 길승중 본부장을 선정하였으며, 현장전문가(SME)인 길승중 본부장은 전공 교육과정 개발 중에서 현장실무 전문가 역할을 수행하고 있음

□ 현장전문가(SME)는 업무수행에 탁월한 능력과 해당 분야 최소 5년 이상 경력을 보유하고 있으며, 해당 직무수행에 필요한 지식, 기술, 태도 등의 내용을 파악하고 문서화할 수 있는 능력을 보유한 자를 선정하였음

2. 인재양성유형

□ 광고홍보학전공의 인재양성유형

인재양성유형	정의
광고홍보 전략&기획 전문가	<ul style="list-style-type: none"> • 광고대행사에서 고객(광고주)을 위한 광고물의 제작을 기획하고, 광고물의 제작 일정 및 방향을 조정하며 광고주를 관리한다. • 고객 혹은 자사의 대외홍보를 위해 홍보물, 매체, 비용 등의 제반 사항을 분석하고 기획한다. • 기업체 혹은 단체의 광고 및 대외 홍보활동을 기획, 지휘, 조정한다.
광고홍보 Creative 전문가	<ul style="list-style-type: none"> • 광고물의 목적, 개념 등을 소비자에게 효과적으로 전달할 수 있도록 언어적 표현 전략을 구상·수립하여 광고문안을 작성한다. • 제품에 따른 적합한 광고매체를 선택하여 크리에이티브 전략을 계획하고 영상 및 인쇄매체의 광고 비주얼을 구성한다.
광고홍보 매체&분석	<ul style="list-style-type: none"> • 광고를 수용자에게 효율적으로 전달하기 위하여 어떠한 매체를 이용하는 것이 가장 효과적인가를 파악하여 각종 매체전략(Media Plan)을 수립하고 국내외의 매체정보를

인재양성유형	정의
전문가	<ul style="list-style-type: none"> 수집·분석한다. 각종 광고를 수용자에게 효율적으로 전달하기 위하여 각종 매체(방송, 신문, 잡지, 옥외광고탑, 전광판 등)의 광고지면, 공간, 시간대 등을 확보하기 위한 매체구매(Media Buying) 활동을 한다. 광고대행사에서 고객을 위해 시장상황을 분석하고 시장전략을 수립하며, 마케팅 분야의 정책·전략결정에 합리적이고 타당한 근거자료를 제공하기 위하여 빅데이터 분석과 시장환경 분석에 필요한 사항을 수집·분석·평가한다.
디지털&SNS 광고홍보 전문가	<ul style="list-style-type: none"> 인터넷, 소셜미디어(블로그, 유튜브, 인스타그램, 페이스북 등), 휴대폰 등 디지털 매체를 활용하여 마케팅업무를 수행한다. 기업의 소셜미디어 계정을 기획·운영하며 소셜콘텐츠 기획 및 관리, 소셜마케팅, 소셜데이터 분석, 소셜위기관리 등 소셜미디어 관련 업무를 수행한다. 유튜브 등 광고기반 플랫폼에 개인의 소셜미디어 콘텐츠를 제작하여 올리고 이를 통해 수익을 창출한다. 기업의 소셜미디어 계정을 기획·운영하며 소셜콘텐츠 기획 및 관리, 소셜마케팅, 소셜데이터 분석, 소셜위기관리 등 소셜미디어 관련 업무를 수행한다.

3. 전공능력 설정 및 정의

□ 광고홍보학전공의 전공능력 및 정의

전공능력	정의
직업윤리	사회적 윤리의식, 광고홍보윤리, 마케팅 규제 관련 지식
의사소통능력	문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사표현능력, 기초외국어능력
대인관계능력	팀워크능력, 리더십능력, 갈등관리능력, 협상능력, 고객서비스능력
문제해결능력	문제의 발견과 규정 능력, 창의적 발상 능력, 논리력
정보능력	관심정보수집능력, 컴퓨터활용능력, 사회적 트렌드 탐지 능력
조직이해능력	비즈니스이해능력, 업무이해능력, 조직체제이해능력, 광고홍보업계이슈 파악능력
자기개발능력	자아인식능력, 자기관리능력, 시간자원관리능력, 자기주도학습능력
기술 및 수리능력	기술이해능력, 기술적용능력, 기초연산능력, 기초통계능력, 도표분석 능력, 도표작성능력

□ 광고홍보학전공 교육목표와 전공능력 간의 상관관계

전공능력 교육목표	직업 윤리	의사 소통 능력	대인 관계 능력	문제 해결 능력	정보 능력	조직 이해 능력	자기 개발 능력	기술 수리 능력
커뮤니케이션 문제해결을 위한 창의적 전문 인재 양성		●	●	●	●	●		●
이론과 실무를 겸비한 인재 양성	●	●	●		●	●	●	
산업경영자로서의 능력과 교양을 겸비한 인재 양성	●	●	●	●		●	●	

4. 교과목과 전공능력 간 연계성

□ 전공 교과목과 전공능력, 관련 직무 간 연계성

교과목	학년 학기	학점	전공능력							
			직업 윤리	의사 소통	대인 관계	문제 해결	정보 분석	조직 이해	자기 개발	기술 적용
광고학입문	1-1	3	○	●	○			○	○	
홍보학입문	1-1	3	○	●	○			○	○	
커뮤니케이션의이해	1-1	3	○	●	○		○		○	○
창의적광고읽기	1-2	3		○		●	○			○
광고와마케팅	2-1	3	○	○		●	○	○		○
VISUAL COMMUNICATION	2-1	3		●		○	○			○
ADVERTISING AND MARKETING	2-1	3	○	○		●	○	○		○
광고발달사	2-2	3	○				●	○		
설득커뮤니케이션	2-2	3		●	○	○	○			
광고심리학	2-2	3		○	○	●	○			
스피치연습	2-2	3		○	○	●			○	
아이디어발상법	2-2	3			○	●	○	○	○	
광고기획론1	2-2	3		●	○		○	○		○
브랜드관리론	2-2	3		○	○	●	○	○		
커뮤니케이션이론의원리와활용	2-2	3		●	○	○	○			○
BRAND MANAGEMENT	2-2	3		●	○	○	○	○		
광고매체계획	3-1	3		○		●	○	○		○
광고카피작성론	3-1	3		○	○	●	○	○		
소비자행동론	3-1	3	○		○	●	○	○		
홍보기획론	3-1	3		○	○		●	○		○
광고기획론2	3-1	3		○	○		●	○		○
창의적문제해결방법론	3-1	3	○		○	●	○		○	
커뮤니케이션문제해결워크숍	3-1	3			○	●	○	○	○	
비티엘(BTL)커뮤니케이션	3-1	3		○	○	●	○	○		
통합브랜드커뮤니케이션	3-1	3		○	○	○	○	○	○	
문제의발견과자기표현	3-1	3		●	○	○		○	○	
캠페인효과분석론	3-1	3				○	●	○	○	○
국제광고홍보론	3-2	3	○	○		●	○	○		
인쇄광고제작론	3-2	3		○		●	○			○
온라인마케팅실무	3-2	3		○	○	●	○	○		○
커뮤니케이션데이터분석과활용	3-2	3		○		●	○		○	○
광고와인문학	3-2	3	○		●	○			○	
디지털광고제작론	3-2	3		○		●	○			○
CREATIVE PROBLEM SOLVING STRATEGY	3-2	3		○		●	○			○
PRODUCTION ON DIGITAL ADVERTISEMENT	3-2	3		○		●	○			○
PRACTICE ON PRINT ADVERTISING	3-2	3		○		●	○			○
효율적듣기와문제해결	3-2	3		○	○	●	○		○	
광고PR세미나	4-1	3		●	○	○	○			

교과목	학년 학기	학점	전공능력							
			직업 윤리	의사 소통	대인 관계	문제 해결	정보 분석	조직 이해	자기 개발	기술 적용
병원홍보마케팅실무	4-2	3	○	○	○	●		○		
광고와문화	4-2	3	○		●	○	○		○	
광고사례연구	4-2	3	○	○		○	●	○	○	
광고홍보학캡스톤디자인	4-2	3		○	○	●	○	○	○	○
공감소통프레젠테이션	4-2	3		●	○	○		○	○	
미디어리서치활용	4-2	3				○	●	○	○	○
광고홍보학프로젝트	0-5	2		○	○	●	○	○	○	○
광고홍보학현장실습	0-5	3		○	○	●	○	○	○	○
광고홍보학현장실습	0-5	5		○	○	●	○	○	○	○
광고홍보학창업현장실습	0-5	3	○	○	○	●	○	○	○	○
광고홍보학학기창업현장실습	0-5	15	○	○	○	●	○	○	○	○
광고홍보학학기현장실습	0-5	15		○	○	●	○	○	○	○
합계			15	41	34	43	43	32	24	26

5. 교육과정 개선 사항

가. 교과목 운영

	2020		2021		2022		계
	1	2	1	2	1	2	
개설 강좌 수	19	21	21	22	20	19	122
신설 과목 수	1	3	0	0	0	0	4
폐지 과목 수	0	0	0	0	0	0	0
융합과목 개설 수	4	3	4	4	4	3	22
개설 교과목 교체 수	3	6	4	3	3	4	23

나. 신규 교과목 운영

교과목 명	교과목 번호	운영 시기	내용(개발·개편의 근거)
ADVERTISING AND MARKETING	41069	2020년1학기	글로벌 커뮤니케이션 능력 배양을 통해 산업계에서 요구하는 국제적 문제 해결 능력 향상
Brand Management	41070	2020년2학기	글로벌 브랜드가 필수적으로 보유해야 하는 브랜드 자산과 브랜드 전략 수립, 그리고 브랜드 관련 중요 이슈에 대해 교육
PRODUCTION ON THE DIGITAL ADVERTISEMENT	41074	2020년2학기 2021년2학기 2022년2학기	디지털 광고 기획 및 제작에 대한 학생과 산업계의 요구에 부응하고자 디지털 광고물 제작에 최근 활용이 급증하고 있는 제작 톨과 소프트웨어에 대해 교육
PRACTICE ON PRINT ADVERTISING	41076	2020년2학기 2021년2학기 2022년2학기	광고 디자인 관련 필수 이론과 응용에 대한 소개 및 광고에서 창의성 관련 중요 주제에 대해 다루고 다양한 매체에서 활용 가능한 광고 이미지 제작에 대해 교육

다. 융복합 교과목 운영

교과목 명	교과목 번호	운영 시기	내용
효율적듣기와문제해결	33817	2020.2학기(1개분반) 2021.2학기(1개분반) 2022.2학기(1개분반)	창의적 문제 해결을 위한 첫 단계는 타인의 메시지를 정확하게 경청하는 것임을 인지시키고 효율적으로 문제 해결을 위한 필수적인 듣기 방법에 대해 교육

교과목 명	교과목 번호	운영 시기	내용
커뮤니케이션이론의원리와활용	35284	2020.2학기(2개분반) 2021.2학기(2개분반) 2022.2학기(2개분반)	커뮤니케이션 영역에서 개발된 다양한 이론을 학습시키고 그 이론을 기반으로 현실의 다양한 주제와 문제에 대해 적용하는 과정과 창의적 이론 적용 능력을 교육
커뮤니케이션문제해결워크숍	33737	2020.1학기(1개분반) 2021.1학기(1개분반) 2021.1학기(1개분반)	능동적이고 명확하게 마케팅 및 커뮤니케이션의 문제를 발견하고 창의적 솔루션 능력을 위해 광고 및 홍보는 물론 문학, 음악, 미술, 공연, 건축 등 다양한 사회 문화 전반에 걸친 다양한 주제를 다루고 창의적 문제 해결 능력에 대해 교육
창의적문제해결방법론	34817	2020.1학기(2개분반) 2021.1학기(2개분반) 2022.1학기(2개분반)	문제 해결 방법에 대한 철학적 배경, 커뮤니케이션 현상에 대한 이해 및 관련 이론의 생성 방법론에 학습 기회 제공을 통해, 학생들 스스로 문제를 제기하고, 문제에 대한 답을 찾아 나가는 능력 신장에 초점을 맞춰 교육
문제의발견과자기표현	36764	2020.1학기(1개분반) 2021.1학기(1개분반) 2022.1학기(1개분반)	학생들의 문제의 발견과 정의에 대한 본질의 파악관련 골드 포인트 이론과 가설적 사고 이론을 토대로 다양한 문제들을 효율적으로 정리, 정의해서 표현하는 능력을 교육
커뮤니케이션데이터분석과활용	36797	2021.2학기(1개분반)	사회과학 조사방법과 통계분석과 관련한 기본 지식과 개념에 대한 이해 및 실무적 차원의 데이터 분석 및 활용 능력 배양에 초점을 맞추고 실무에서 널리 활용되는 데이터 통계 처리 프로그램에 대한 기본적인 운영 방법 교육

라. 교과목 폐지

교과목 명	교과목 번호	시기	사유

마. 겸직제도 관련 교과목 운영

교과목 명	교과목 번호	겸직교원 성명(원 소속)	비고

바. 강의개선 정도

년도	비율	개선 내용
2020	88.57 (A등급)	<ul style="list-style-type: none"> • CQI보고서를 통하여 개선되는 강의 개선 사항들이 강의계획서 및 수업 운영에 반영되고 있음 • 학과평가 결과에서도 A 등급을 유지하고 있음
2021	100 (A등급)	<ul style="list-style-type: none"> • CQI보고서를 통하여 개선되는 강의 개선 사항들이 강의계획서 및 수업 운영에 반영되고 있음 • 학과평가 결과에서도 매년 A 등급을 받음
2022	97.3 (A등급)	<ul style="list-style-type: none"> • CQI보고서를 통하여 개선되는 강의 개선 사항들이 강의계획서 및 수업 운영에 반영되고 있음 • 학과평가 결과에서 A 등급을 유지하고 있음

사. 개선사항 요약 및 광고홍보학전공의 노력 정도

- 산업체, 졸업생, 재학생의 요구 분석을 통하여 현장 실무 교육 강화
- 전공능력 중에서 디지털 광고, 창의적 문제 해결, 광고 및 홍보 관련 콘텐츠 제작 능력이 강화 될 수 있는 실무 중심의 교육과정으로 개편 중
- 캡스톤디자인, 창의적 문제 해결, 광고 및 홍보 실습 관련 교과목 운영 강화
- 전공능력과 전공 직무 연관성을 고려하여 최근 2년간 4개의 신규교과목 개발되고 운영됨
- 내·외부 요구분석을 통하여 실습, 창업, 영어강의, 융복합 관련 교과목들이 신설되고 운영됨
- 융복합 전공교육을 위한 6개의 신설 교과목이 개발되고 총 20개의 강좌가 운영됨
- 현재 광고홍보학전공은 K-Cloud College의 크리에이티브디지털콘텐츠 전공에 참여하고 있으며 현재 검색광고론과 창의적컨셉트와파워플라이팅의 융복합 과목을 운영하고 있음

6. 교육과정 로드맵

