14차 학습

1교시 학습 키워드 – ● 광고심리학  
● 크리에이티브 실현  
● 광고평가

● 광고심리학과 관련된 이론들을 설명할 수 있다.  
● 크리에이티브 실현과정에 대해 설명할 수 있다.  
● 광고평가방법에 대해 설명할 수 있다.

1. 광고심리학  
● 보편주의 전략  
● 상표이미지 전략   
● 집행중심 전략   
● 고유판매명제 전략   
● 기타 크리에이티브 전략  
- 상표위상광고  
- 제품이탈광고  
- 예고광고  
- 애니메이션 광고

2. 크리에이티브 실현  
● 광고의 소구점  
● 포지셔닝 전략  
- 속성(혜택)에 의한 포지셔닝   
- 사용상황에 의한 포지셔닝  
- 사용자에 의한 포지셔닝  
- 경쟁에 의한 포지셔닝  
- 제품군에 의한 포지셔닝   
- 틈새시장에 의한 포지셔닝  
- 유명모델에 의한 포지셔닝  
- 긍정적 · 부정적 포지셔닝   
- 성적 포지셔닝  
● 크리에이티브 효과  
- 정보출처효과  
- 메시지 효과  
- 매체효과

3. 광고평가  
● 광고 자체에 대한 평가  
- 광고개념검사   
- 커머셜검사  
● 커뮤니케이션 효과에 대한 평가  
- 광고사전검사  
- 광고사후검사   
- 판매효과에 대한 영향 평가

기타 크리에이티브 전략이 아닌 것은?   
1. 포지셔닝 전략  
2. 애니메이션 전략  
3. 예고광고 전략  
4. 상표위상 광고

기타 크리에이티브 전략은 애니메이션전략, 예고광고전략, 상표위상광고, 제품이탈광고 등이 있다.

집행중심 전략은 광고의 일차적 과업은 판매하는 것이기 때문에 설득메시지를 의사소통하느냐가 광고평가의 기준이 된다. O  
집행중심 전략은 크리에이티브 전략으로 광고의 일차적 과업은 판매하는 것이기 때문에 설득메시지를 의사소통하느냐가 광고평가의 기준이 된다.

2교시 학습 키워드 - ● 설득  
- 설득의 정의  
- 설득의 경로  
- 설득에 영향을 미치는 요소  
- 설득 커뮤니케이션 모형  
- 출처  
- 설득메시지 특성

● 설득심리학을 설명할 수 있다.

1. 설득  
● 설득 : 소통(메시지의 전달)을 통해 상대의 태도를 변화시키는 시도  
● 설득에 영향을 미치는 요소  
- 정서  
- 정보의 노출 형태  
- 정보의 노출 시간  
- 정보제공자의 신뢰도  
- 인지욕구  
● 설득 커뮤니케이션 모형 : 정보의 출처 → 매체를 통한 설득메시지의 전달 → 1차 수신자 → 정보의 출처  
● 출처 : 커뮤니케이션의 개시자로 메시지를 전달하는 개인 또는 대상  
● 설득메시지의 특성  
- 우리의 사고가 가지고 있는 오류  
① 대표성 어림법   
② 공접 오류   
③ 착각성 상관   
④ 신념집착   
⑤ 사례위주추리   
⑥ 확인편파   
⑦ 가용성 어림법   
⑧ 도박사의 오류

다음 중 설득에 영향을 미치는 요소가 아닌 것은?  
1. 정서  
2. 정보의 노출 형태  
3. 비용 대 효율  
4. 정보의 노출 시간

설득에 영향을 미치는 요소는 정서, 정보의 노출 형태, 정보의 노출 시간, 정보제공자의 신뢰도, 인지욕구 등이다.

신념집착은 상호 독립적인 두 가지 변인을 서로 관련된 것처럼 간주하는 잘못된 믿음이다. X  
지문은 착각성 상관에 대한 내용이다.