10주차 학습

1교시 학습 키워드 – ● 인쇄매체의 종류와 특성  
● 전파매체의 종류와 특성  
● 옥외 광고

● 인쇄매체의 종류와 특성을 설명할 수 있다.  
● 전파매체의 종류와 특성을 설명할 수 있다.  
● 옥외 광고를 설명할 수 있다.

1. 인쇄매체의 종류와 특성  
● 신문 광고  
- 대량의 도달범위, 즉시성, 신뢰성이 높으며 능동적 매체임  
- 소비자 마음속에 이미지를 확립한 브랜드의 경우 소비자 기억과 태도강화에 효과적임

2. 전파매체의 종류와 특성  
● TV 광고  
- 시청각을 다양하게 활용하여 창의적인 광고 메시지 전달이 가능함  
- 상품의 사용 방법이나 차별화 된 장점을 시각적으로 전달할 수 있음  
- 광고 혼잡도가 높으며 광고 회피현상이 높음  
● 라디오 광고  
- 4대 매체 중 비용 효율성이 가장 높음  
- 표적 소비자 선별 능력이 강함

3. 옥외 광고  
● 소비자들과의 모든 접점에서 광고할 수 있음  
● 같은 장소를 이동하는 소비자들에게 반복노출이 가능함

다음 설명 중 옳은 것은?  
1. TV광고 매체는 메시지 전달 시간이 길다.  
2. 옥외 광고는 4대 매체를 보완하여 소비자의 재인효과를 높여 준다  
3. 신문 광고의 도달범위가 낮다  
4. 라디오 광고는 도달범위가 높다  
옥외 광고는 4대 매체를 보완하는 기억 강화 수단이다.

신문은 표적소비자에게만 광고를 도달시키기 위한 표적선별능력이 낮다. O  
신문 광고는 특정한 사회적 특성을 지닌 표적소비자에게만 광고를 도달시키는 표적의 선별능력이 다른 매체에 비해 비교적 낮은 편이다.

2교시 학습 키워드 - ● 디지털 미디어와 광고  
● 인터넷(On-line Media) 광고  
● 소셜미디어

● 디지털 미디어 광고에서의 종류를 나열할 수 있다.  
● 인터넷 광고의 특성을 설명할 수 있다.  
● 소셜미디어 유형에 대해 설명할 수 있다.

1. 디지털 미디어와 광고  
● 케이블 TV  
- 세분화된 시청자를 가지고 있음  
- 중간광고를 허용함  
● 위성 TV : 수백 개의 다채널 방송이 가능함

2. 인터넷(On-line Media) 광고  
● 선별적 수용자를 가짐  
● 시간과 공간을 무제한 확보할 수 있음  
● 유형  
- 디스플레이 광고  
- 검색광고  
● 배너 광고  
- 웹페이지 내 특정 장소에 존재하는 사각형 형태의 띠모양 광고  
- 클릭하면 해당 광고메시지와 연결되는 형식임  
- 낮은 클릭률과 낮은 광고주목률

다음의 설명 중 옳지 않은 것은?  
1. DMB는 이동형 멀티미디어 방송으로 개인형 미디어 이다  
2. IPTV는 실시간 프로그램에 대한 양방향 광고가 가능하다  
3. 인터넷 광고는 광고효과의 신속한 확인이 가능하다  
4. 인터넷광고는 광고주와 소비자의 상호작용이 가능하다  
우리나라는 아직 관련법을 통한 IPTV의 실시간 프로그램에 대한 양방향 광고는 운영되지 않고 있다.

케이블 TV에서 소비자들의 태도변용의 핵심 요소는 이해와 확신이다. O  
케이블 TV광고는 정보성 광고 등으로 소비자들에 제품정보와 시연을 제공할 수 있어 제품에 대한 이해와 확신을 일으킬 수 있다.