6주차 학습

1교시 학습 키워드 – ● 광고주  
● 광고조성기관   
● 광고통제기관  
● 광고대행사 이해하기

● 광고주와 광고 산업을 구성하고 있는 조성기관에 대해 설명할 수 있다.  
● 광고 산업을 구성하고 있는 통제기관에 대해 설명할 수 있다.  
● 광고대행사의 조직의 업무 및 업무절차를 설명할 수 있다.

1. 광고주  
● 광고활동의 주체자이며, 주로 클라이언트(Client)라고 부름  
● 광고대행사에 광고제작 및 광고관련 업무를 의뢰함  
● 모든 광고의 시작과 끝맺음을 광고주가 함  
● 광고 산업의 구조  
- 광고주 : 광고활동의 주체자  
- 조성기관 : 광고를 대행해서 만드는 광고대행사 돈을 받고 광고를 게재하거나 방송하는 매체사 광고와 관련된 조사를 실시하는 조사회사  
- 통제기관 : 조성기관의 업무를 자율적 또는 법제정을 통해 통제함  
- 수용자 : 광고를 수용함

2. 광고조성기관  
● 광고대행사  
● 매체사  
● 조사회사  
● 광고제작회사   
3. 광고통제기관  
● 정부 및 압력단체  
- 자율규제기구  
- 한국방송광고진흥공사(KOBACO)

4. 광고대행사 이해하기  
● 광고대행사의 업무 구성원  
- AE  
- 카피라이터  
- 크리에이터  
- 크리에이티브 디렉터  
- 미디어 플래너  
- 마케터  
- 기업 홍보 등

다음 설명 중 옳지 않은 것은?  
1. 광고대행사는 광고캠페인을 기획하고 광고물을 제작한다  
2. 광고매체는 방송매체와 인쇄매체 등과 같이 광고메시지를 전달하는 매개체 역할을 담당한다  
3. 방송광고는 사전심의를 한다  
4. 카피라이터는 광고물의 문안을 만드는 업무 담당자다

방송광고는 방송사업자가 자체심의를 하거나 외부기관에 위탁심의 할 수 있고, 방송프로그램처럼 사후심의를 한다.

카피라이터는 변화하는 사회를 앞서 예측하는 감수성과 승부근성이 요구된다. O  
카피라이터는 남다른 감성과 사물에 대한 애착, 강한 호기심, 변화하는 사회를 앞서 예측하는 감수성과 승부근성이 요구된다.

2교시 학습 키워드 - ● 마케팅 전략과 광고전략의 이해   
● 마케팅 전략과 광고 기획 FLOW   
● 마케팅 전략의 개발  
● 광고기획

● 마케팅 전략과 광고전략에 대해 설명할 수 있다.  
● 마케팅 전략과 광고 기획의 흐름에 대해 설명할 수 있다.  
● 마케팅 전략의 개발에 대해 설명할 수 있다.  
● 광고기획을 설명할 수 있다.

1. 마케팅 전략과 광고전략의 이해  
● 마케팅 전략과 광고전략은 상관관계임

2. 마케팅 전략과 광고 기획 FLOW  
● 마케팅 전략의 틀의 구성  
- 시장세분화  
- 표적시장의 선정  
- 제품 포지셔닝 : 마케팅 믹스 전략 및 광고전략이 수립됨

3. 마케팅 전략의 개발  
● 마케팅 상황 분석 자료  
- 강점(Strength)  
- 약점(Weakness)  
- 기회(Opportunity)  
- 위협(Threats)  
4. 광고기획  
● 광고기획의 핵심 : 광고전략을 설정하는 것임  
● 광고기획 : 광고가 집행되는 기간 동안 광고목표를 달성하기 위한 방법을 제시하는 마케팅 커뮤니케이션 전략임  
● 광고기획의 기본 구조  
- 광고상황 분석  
- 광고기본 전략  
- 크리에이티브 전략  
- 광고매체 전략  
● 광고 컨셉트 : 소비자에게 전달하고자 하는 내용의 핵심으로 상황분석에 찾아낸 사실의 발견  
- 광고주가 광고하는 매개체를 통해 소비자에게 전달하고자 하는 커뮤니케이션 속의 광고 메시지 핵심, 이미지 등으로 소비자에게 주는 약속   
● 크리에이티브 전략 : 과학적인 방법에 의해서 찾아낸 무엇을 말할 것인가(What to Say)의 컨셉을 어떻게 말할 것인가(How to Say)로 만드는 예술적이고 창의적인 작업임

다음의 설명 중 옳지 않은 것은?  
1. 광고기획은 광고가 집행되는 기간 동안 광고목표를 달성하기 위한 방법을 제시하는 마케팅 커뮤니케이션 전략이다  
2. 광고의 상황분석은 광고 메시지로 성취할 수 있는 커뮤니케이션의 문제점과 기회의 분석 그리고 마케팅 상황분석에서 제시한 내용들이다  
3. 광고목표는 명확해야 한다. .   
4. 광고목표는 총 매출액, 총 판매량, 시장점유율, 고객 점유율 등이다.

총 매출액, 총 판매량, 시장점유율, 고객 점유율 등은 마케팅 목표 항목이다.

크리에이티브 목표에는 광고기간, 광고목표 소비자층, 핵심 메시지의 침투율이 명확하게 제시하여야 한다. O  
크리에이티브 목표에는 광고기간, 광고목표 소비자층, 그리고 측정 가능한 커뮤니케이션 목표로서 핵심 메시지의 내용을 명확하게 제시하여야 한다.