

2019년도 2학기 강의계획서

과목코드		분 반	00
개설학기 (year -semester)	2019-2학기		
교과목명	광고와기호	학점	-
담당교수	오장근	전자우편	

면담시간	-
교과목개요	각종 커뮤니케이션의 기술이 발달하고 매스미디어가 그 어느 때보다도 중요한 역할을 차지하는 오늘날 과 같은 정보사회에서 광고에 대한 관심은 날로 커가고 있으며, 이에 따라 광고 제작 및 분석에 대한 연구가 활발히 다루어지고 있는 것은 당연한 현상이라 하겠다. 그런데 대부분의 광고가 사진 및 영상, 배경음악, 그리고 카피로 구성되어 있다는 점을 고려해보면, 광고는 기호로 구성된 의미 결정체로 간주될 수 있다. 사실 광고메시지는 광고하고자 하는 내용을 언어나 이미지로 전달해준다는 점에서 기호학의 중요한 연구대상이 된다. 따라서 본 강의에서는 성공적인 광고들을 기호학적인 측면에서 분석하여 그 기법을 찾아내고 이러한 기법을 토대로 최대의 광고효과를 얻어낼 수 있는 참신하고 적절한 기호 사용의 규칙과 방법을 모색하고자 한다. 아울러 광고기호의 이해는 항상 사회 문화적인 조건들에 영향을 받기 때문에 다양한 실제 광고의 분석을 통해 광고 속에 투영된 각 사회의 문화적 특징을 밝혀보는 것도 시도해 보고자 한다.
교육목표	<ol style="list-style-type: none"> 1. 현대 이미지 이론의 총아인 기호학 이론의 기본적 개념과 방법론을 이해한다. 2. 광고의 주요이론과 개념을 이해한다. 3. 광고의 의미생산구조를 이해하고 광고 기호 속에 숨겨진 사회문화적 의도를 파악한다. 4. 효과적인 광고 제작을 위한 기호사용의 규칙과 방법을 익힌다.
수업운영방법 (수강생유의사항)	1. 본 강의는 세미나식 강의로 강의와 토론, 그리고 발표가 병행된다. 수강생의 열린 마음과 적극적인 참여를 부탁드린다. 2. 출결사항 - 수업일수 1/ 4이상 결석 시 F학점 처리함. - 각 2회는 결석 1회로 처리함. - 20분 이상 지각 시 결석 처리함.
공동강의 (Team Teaching)	단독 강의임
교재 및 참고도서	주교재: 강의자의 PPT 부교재: 1. 김영순/오장근(2004). 광고텍스트 읽기의 즐거움, 연극과인간 2. 김병희 외(2006). 방송광고와 광고비평, 나남 외 다수 논문
평가방법	중간고사 40%, 기말고사 40%, 과제 10%, 출석 10%

1주 (week) 1)	교수내용	강의의 전반적 내용 소개 1. 강의운영 및 평가 방법 2. 강의목표 3. 강의 개요 설명 등
	강의방법	강의자 진행
	과제및 결과물	
2주 (week) 2)	교수내용	광고의 정의와 광고에 대한 일반적 이해 1. 광고의 정의와 주요 개념들 2. 광고 메시지의 구성 원리 3. 광고 표현 전술
	강의방법	강의자 PPT

과제및 결과물	
3주 (week 3)	교수내용 광고의 기호학적 접근 1 1. 기호학의 정의와 현대 문화연구 2. 기호론의 기초, 소쉬르 3. 소쉬르 기호학의 광고 적용
	강의방법 강의자 PPT
	과제및 결과물
4주 (week 4)	교수내용 광고의 기호학적 접근 2 1. 영미기호학의 시작, 퍼스 2. 퍼스 기호학의 광고 적용 3. 기호학의 문화적 적용, 바르트
	강의방법 강의자 PPT
	과제및 결과물
5주 (week 5)	교수내용 광고의 기호학적 접근 3 1. 기호학의 문화적 적용, 바르트 2. 현대 문화의 신화 읽기 3. 광고의 신화와 이데올로기
	강의방법 강의자 PPT
	과제및 결과물 방송광고의 기호학적 신화 읽기
6주 (week 6)	교수내용 광고의 기호학적 접근 4 1. 기호학의 방법론, 그레마스 2. 의미생성모델의 광고 적용 3. 광고의 서사 분석: 서사프로그램, 기호사각형, 행위자 모델, 서사도식 등
	강의방법 강의자 PPT
	과제및 결과물
7주 (week 7)	교수내용 광고를 바라보는 인문학의 또 다른 시선 1. 광고 용어를 통한 광고의 이해 2. 광고 커뮤니케이션의 특징 3. 애플과 IBM 로고를 통한 기업커뮤니케이션 전략 이해
	강의방법 강의자 PPT
	과제및 결과물
8주 (week 8)	교수내용 중간고사
	강의방법
	과제및 결과물
9주 (week 9)	교수내용 광고 카피의 분석과 이해 1. 언어학의 대상으로서 광고 2. 광고 카피의 구조 3. 광고 카피의 언어학적 특징
	강의방법 강의자 PPT
	과제및 결과물
10주 (week 10)	교수내용 광고의 호소전략 이해 1. 설득커뮤니케이션으로서의 광고 2. 광고 언어의 소구 전략 3. 광고의 이미지 형성 전략 등
	강의방법 강의자 PPT

	과제및 결과물	
11주 (week 11)	교수내용	광고 기호학의 실례분석과 적용 1 1. 기업 또는 상품의 브랜드이미지의 전략과 기호학적 분석 2. 뮤직비디오의 기호학적 분석과 신화만들기
	강의방법	강의자 PPT
	과제및 결과물	
12주 (week 12)	교수내용	광고 기호학의 실례 분석과 적용 2 1. 도시공간의 신화 만들기 2. 국가 이미지의 기호학적 분석과 커뮤니케이션 전략
	강의방법	강의자 PPT
	과제및 결과물	
13주 (week 13)	교수내용	광고 기호학의 실례 분석과 적용 3 - 광고를 통한 기업의 신화 만들기 분석 - 할리 데이비슨 또는 폭스 바겐 사례를 중심으로
	강의방법	강의자 PPT
	과제및 결과물	
14주 (week 14)	교수내용	광고 기호학의 실례 분석과 적용 4 - 기호를 통한 브랜드이미지 정체성 만들기 - 샤넬을 예로 하여
	강의방법	학생 프리젠테이션과 토론
	과제및 결과물	
15주 (week 15)	교수내용	강의총정리와 기말고사
	강의방법	
	과제및 결과물	