

디지털미디어 졸업시험

1. 디지털미디어의 개념 및 발전배경과 함께 디지털미디어가 가지고 있는 특성(3가지)을 구체적으로 설명하시오.
2. 인터넷이 일상에서 보편화되고 있는 상황에서 인터넷이 보유하고 있는 특성을 설명하시오.
3. 지상파방송이 디지털 방식으로 전환시 나타나는 이점을 설명하시오.
4. IMT-2000의 개념과 통신미디어 대비 차별적 부가서비스 종류를 설명하시오.

광고기획론 졸업시험

1. 광고기획서 제품분석 중 제품수명주기(Product Life Cycle) 분석에 대해 단계별 특징과 함께 광고전략을 설명하시오.
2. 광고기획과정의 일반적 순서를 도식과 함께 과정 단계들을 간단히 설명하시오.
3. 광고 크리에티브 전략의 개념과 그 전략형태(6가지)에 대해 설명하시오.
4. 광고 컨셉(Concept)의 설정방법(4가지)과 컨셉에 대한 근거설정의 원천(6가지)에 대해 설명하시오.

영상산업론 졸업시험

1. IPTV의 개념 및 차별적 특징(5가지)에 대해 설명하시오
2. 미디어 기업의 경쟁전략 유형(4가지)에 대해 설명하시오.
3. 한국 미디어 기업이 직면한 도전(4가지)에 대해 설명하시오.
4. 방송을 이용한 T-commerce의 유형(4가지)을 간단히 설명하시오

마케팅론 졸업시험

1. 사업 또는 제품 포트폴리오의 매력도 분석방법인 BCG(Boston Consulting Group) Matrix 분석에 대해 설명하시오.
2. 마케팅믹스 개발에 대한 개념을 설명하고, 마케팅믹스요소(4P'S)와 촉진믹스 요소를 열거하시오.
3. 표적 마케팅의 시장 커버리지 전략 형태(3가지)와 시장커버리지 전략 선택시 주요 고려요소(5가지)에 대해 설명하시오.
4. 제품 또는 브랜드 포지셔닝의 유형(5가지)에 대해 설명하시오.

문화콘텐츠기획 졸업시험

1. 문화콘텐츠의 개념과 문화콘텐츠 산업의 중요성(4가지)에 대해 구체적으로 설명하시오.
2. 문화콘텐츠의 전체 기획과정 중 콘텐츠 상품기획과정(3단계)을 적어 과정순서별로 그 내용을 구체적으로 설명하시오.
3. 문화콘텐츠 마케팅 믹스(4Ps) 전략의 기본내용을 구체적으로 설명하시오.
4. 스토리텔링의 개념과 형태(3가지)에 대해 구체적으로 설명하시오.

2020년 1학기 광고비평졸업시험 예상문제

* 아래 4개의 문항 중 1개의 문항을 골라 비평하시오.

1. 기술결정론적인 시각으로 영상광고 한편을 선정하고 그에 대하여 비평하시오(비평형태는 1페이지의 글쓰기, 5단 만화, 10컷 내외의 광고 스토리보드, 1면의 스케치회화, 랩가사 중 택1)

2. 구조주의적인 시각으로 영상광고 한편을 선정하고 그에 대하여 비평하시오(비평형태는 1페이지의 글쓰기, 5단 만화, 10컷 내외의 광고 스토리보드, 1면의 스케치회화, 랩가사 중 택1)

3. 포스트모더니즘적인 시각으로 영상광고 한편을 선정하고 그에 대하여 비평하시오(비평형태는 1페이지의 글쓰기, 5단 만화, 10컷 내외의 광고 스토리보드, 1면의 스케치회화, 랩가사 중 택1)

4. 여권주의적인 시각으로 영상광고 한편을 선정하고 그에 대하여 비평하시오(비평형태는 1페이지의 글쓰기, 5단 만화, 10컷 내외의 광고 스토리보드, 1면의 스케치회화, 랩가사 중 택1)

광고학

1. Advertising, Public Relations, Propaganda에 대하여 각각 설명하세요.
2. Advertising의 긍정적 기능과 부정적 기능에 대하여 설명하세요.
3. Advertising Concept 에 대하여 설명하시고 Advertising Concept이 갖추어야 할 조건에 대하여 설명하세요.
4. Integrated Marketing Communication에 대하여 설명하세요.
5. 광고캠페인 전략에 필요한 요소에 대하여 설명하세요.
6. 크리에이티브 전략에 대하여 설명하세요.
7. 광고전략모델에서 R.O.I 전략 모델을 설명하라.
9. 성공적인 광고 캠페인 전략에 대하여 논하세요.

(참고문헌: 정어지루(2006), 신광고학, 형설출판사)

홍보(PR)학 졸업시험 기출(혹은 예상)문제

I. 졸업시험에서는 다음의 여러 문제 중에서 5개를 제시한 후 그 중 2개를 선택하여 논의하도록 할 예정이다.(문제 당 각 50점, 합격을 위해서는 2문제를 모두 서술해야 함)

1. a) PR과정의 각 요소를 ROPE 또는 RACE모형에 따라서 열거한 후 각 요소를 설명해보고 또 PR을 위한 주요공중은 어떠한 것들이 있는지 b)여러 유형(8개 이상의 큰 범주)으로 나누어 제시한 후 각 유형에 따른 공중(큰 범주에 속하는 c)세부적 공중)의 사례들을 구체적으로 들어보시오 (5주 강의 내용 및 성공한 PR 2장 참조)

2. 과거(고대)부터 현대PR의 개념이 정립되기까지 PR활동의 발달과정에 대하여 실제 사례와 함께 기술하시오. (a)PR의 기원, b)수사학, c)미국, d)성장단계 등 모두 포함한 모든 과정 제 3주 강의내용)

3. PR프로그램을 공중에게 효과적으로 전달하기 위해서 고려해야 할 요소들은 어떠한 것들이 있는지 a) 9가지를 그 개념 설명과 함께 열거하고 그 b)이유를 구체적으로 기술하시오.(성공한PR 제2장, 37-44쪽)

4. 언론홍보를 시행할 때, a) 효과지향목표와 b) 활동지향목표를 어떻게 정해야 할지 구체적으로 예시해보고 언론홍보에서 c) 성공한 사례를 제시하여 그 내용을 소개하시오.(성공한 PR3장 및 사례참고)

5. 종업원홍보를 시행할 때, a) 효과지향목표와 b) 활동지향목표를 어떻게 정해야 할지 구체적으로 예시해보고 종업원홍보에서 c) 성공한 사례를 제시하여 그 내용을 소개하시오.(성공한 PR4장 및 사례참고)

6. 지역사회홍보와 연계된 특별행사에는 어떠한 것들이 있을 수 있는지 a) 구체적인 예를 들어보고 홍보프로그램에서 효과적인 커뮤니케이션을 위해 주의를 기울여야 할 b) 세 가지 원칙에 대해서 설명하시오. (성공한 PR 5장 참고)

7. 공공업무프로그램기획을 위한 활동 혹은 a) 특별행사의 유형을 제시하고 각각에 대해 b) 구체적으로 기술하시오.(성공한 PR6장참고)

8. 투자자홍보를 시행할 때, a) 효과지향목표와 b) 활동지향목표를 어떻게 정해야 할지를 구체적으로 예시해보고 활동 혹은 특별행사의 유형 및 투자자홍보에서 c) 성공한 사례를 제시하여 그 내용을 소개하시오.(성공한 PR7장 및 사례참고)

9. 소비자홍보를 시행할 때, a) 효과지향목표와 b) 활동지향목표를 어떻게 정해야 할지를 구체적으로 예시해보고 또 활동 혹은 특별이벤트의 유형 및 소비자홍보에서 c) 성공한 사례를 제시하여 그 내용을 소개하시오.(성공한 PR8장 및 사례참고)

10. 국제홍보를 시행할 때, a) 효과지향목표와 b) 활동지향목표를 어떻게 정해야 할지를 구체적으로 예시해보고 활동 혹은 c) 특별행사의 유형 및 국제홍보에서 d) 효과적인 커뮤니케이션을 위해 어떻게 해야 하는지를 기술하시오. (성공한 PR9장 참고)

11. 어떤 조직체나 기관에서 비상사태가 발생했을 경우 그 것을 원만히 해결하기 위한 위기관리 홍보의 점검목록에는 어떠한 것들이 있는지 열거해서 설명하시오.(성공한 PR 11장 참조)

참고문헌: 조전근, 김원석, 성공한 PR, 커뮤니케이션 북스

브랜드광고론 졸업시험 기출 (혹은 예상)문제

I. 다음에 제시한 여러 문제 중에서 반드시 2개를 선택해서 논의하되 문제에서 요구하는 내용을 빠짐없이 기술하라.(졸업시험에서는 아래의 문제 중에서 5개 제시 후 2개 선택하도록 할 예정임 각 50점, 합격을 위해서는 부분적이라도 2문제를 모두 서술해야 함)

1. 광고크리에이티브의 혁신을 가져온 빌 번박(Bill Bernbach), 레오 버넷(Leo Burnett), 데이빗 오길비(David Ogilvy)의 업적이 무엇인지 각 사람의 업적내용에 대해 구체적으로 기술하시오.(제 1장 강의내용과 브랜드광고론 교재 82-89쪽 참고)

2. 마케팅기술의 발전으로 인해 도래한 마케팅혁명의 세 가지 중요한 마케팅개념이 무엇인지 열거한 후 그 3 가지 개념들 각각에 대해 구체적으로 논의하시오.(1장 강의내용과 교재 91-101쪽)

3. 광고업계에 큰 영향을 미친 변화의 동향에 대해 a)재정문제, b)고객기업과의 관계, c)광고효과, 그리고 d)광고시장의 측면에서 구체적으로 논의하시오.(제 2장 강의내용 및 교재 110-121; 128-136쪽 참고)

4. 광고를 바라보는 방법에는 a)시장정보로 보는 관점과 b)시장의 힘으로 보는 2가지 관점이 있다. 각 관점에 따라 광고가 미치는 가)사회적 영향 및 나)경제적 영향에 대한 시각이 달라질 수 있는데, 이에 대해 구체적으로 논의하시오. (제 3장, 교재 162-167쪽 참고)

5. 광고에 대한 a)긍정적인 시각에는 광고가 소비자의 현명한 선택에 도움이 된다는 주장이 있으며, b)부정적인 시각에는 소비자선택의 자유를 박탈한다는 주장이 있다. 이러한 각각의 주장에 대한 몇 가지 비판 혹은 변론을 전개하시오.(제 3장 강의내용과 교재 168-172쪽 참고)

6. 광고가 개인과 사회에 미치는 부정적인 영향을 줄이기 위한 노력은 규제^의 형식으로 나타났다. 광고에 대한 규제는 다양한 형식을 취하는데, 광고규제의 5가지 유형 혹은 광고규제의 5단계에 관해서 구체적으로 논의하시오.(제 3장 강의내용과 교재 178-194쪽 참고)

7. 마케팅의 5P(중요한 5가지 결정요소)를 열거한 후 각 요소에 관한 마케팅전략들을 구체적으로 제시하시오. (제 4장 강의내용과 교재 206-216쪽 참고)

8. 마케팅의 진행과정을 a)크게 3단계(PIE), b)세부적으로 9단계(구체적인 내용)로 구분해 자세히 설명하시오.(교재 230-236쪽)

9. 마케팅계획에 바탕을 둔 a)광고캠페인 기획과정을 순서에 따라 b)10단계로 구분한 후 각각의 단계에 대한 정의 및 방법을 c)구체적인 설명과 함께 기술하시오. (제 8장 강의내용, 책 439-452쪽 참고)

10. 크리에이티브작업은 광고제작과정에서 매우 중요한 부분이라고 할 수 있는데, a)크리에이티브시원을 위한 시스템의 3가지 유형을 열거해서 각각에 대한 b)정의와 함께 사례를 간략히 기술하고 제품판매로 유도하는 c)아이디어의 창안과정을 5가지로 요약하여 설명하시오.(제 9장 강의내용과 책 479-484쪽 참고)

설득커뮤니케이션 졸업시험 기출(혹은 예상)문제

I. 서술형 문제(졸업시험에서는 아래에 제시한 문제들 중 5개를 제시한 후 2개 선택하게 할 예정임, 문제 당 각 50점씩, 합격을 위해서는 2문제 모두 서술해야 함)

1. 설득커뮤니케이션이 무엇인지 그 a)정의를 내려보고 또 그것이 다른 형태의 커뮤니케이션과 구별되는 중요한 b)속성과 c)기능들에 대해 d)예를 들어 구체적으로 기술하시오.(pp. 8~19 혹은 강의요약)

2. Hovland학파의 과학적 수사학에 대해 a) 자세히 설명하고 또 그것이 현대설득커뮤니케이션 발전에 b)어떻게 공헌했는지에 대하여 논하시오.(pp. 47~61 혹은 강의요약)

3. 설득커뮤니케이션현상을 연구하는 a)목적을 b)구체적인 실례를 들어 설명하시오.(pp. 61~69)

4. 설득메시지에 대한 정보처리과정을 수용자의 a)내적 중간과정에 초점을 맞춰 설명해보고 또 어느 단계까지를 효과로 볼 것인가에 대한 b)나름대로의 판단을 하되 c)반드시 그 이유를 제시하시오. (pp. 77~88, pp. 102~130 혹은 강의요약)

5. 기능주의 학습이론에 의하면 메시지의 내용이나 정보에 대한 학습효과 즉, 정보습득량은 개인적 요인, 외부 자극요인, 및 상황요인 등에 따라 차이가 있는데, 이러한 요인들을 a)구체적으로 열거해보고 그 b)이유를 설명하시오. (pp. 113~115 & 173~181, 혹은 강의요약)

6. 태도변용과정을 설명하는 Heider의 균형이론의 기본가정을 기술하고, 또 a)불균형상태가 되는 여러 경우(4가지)의 b)실제(혹은 가상의) 예를 들어보고 또 이 때의 c)해결방법을 구체적인 예를 들어 설명한 후 이 이론이 갖고 있는 d)장점 및 제한점을 고려하여 평가하시오. (pp. 151~158, 혹은 강의요약)

7. Festinger의 인지부조화이론에 의하면 한 개인의 인지체계 속에서 어떤 한 인지요소가 다른 인지요소와 맞지 않을 때 심리적 갈등을 유발하며 이 때 그 개인은 이의 해결을 위한 동기로서 태도변용을 일으킨다고 한다. 여기서 부조화상태가 되는 a) 사례를 들어보고 또 그 경우 b)부조화의 여러 해소 방법을 제시하시오. 또 그가 태도변용이론에 공헌한 c)공정적 측면을 평가하고 그 d)한계를 비판하시오. (pp. 164~173, 혹은 강의요약)

8. Kelman의 기능이론에서 주장하는 a)기본적 가정을 기술하고 b)태도변용의 3단계 과정에 대해 c)실례를 들어 설명하시오. (pp. 178~181, 혹은 강의요약)

9. Sherif와 Hovland 등이 주장한 사회적 판단이론의 a)기본적 가정과 준거점에 따른 b)판단왜곡효과를 설명하고 수용자의 c)기존신념과의 격차와 태도변용관계에 대해 태도적 일직선상의영역별로 d)실례를 통해 비교해보고 또 e) 각 영역대의 증가에 미치는 요인을 제시하시오. (pp. 181~183, 혹은 강의요약)

10. a)고전적 조건화와 b)조작적 조건화에 대한 일반적 원리를 구체적으로 설명하고 c)각 조건화에 대한 실례 및 광고의 원리 등에 대해 서술하시오. (교재143, 참고교재(나남출판) 96~104, 혹은 강의요약)

11. 설득효과에 관여하는 a)메시지 요인에는 어떠한 것들이 있는지 b)구체적으로 열거한 후 왜 그러한 요인들이 효과에 영향을 미칠 수 있는지 그 c)이유를 설명하라. 이와 더불어 그러한 설득과정 상 관여하는 중개요인 혹은 d)제 3의 변수들은 어떤 것들이 있을 수 있는지에 대해 논하시오.(참고 제3장 및 강의요약)

12. 메시지의 측면성(편향성: message sidedness)에 관한 a)두 가지 유형을 제시하여 그 b)개념을 설명하고, 또 그 효과에 관한 c)가설, 이론적 배경, 및 그 효과를 적용할 수 있는 d)실무적 차원에 대하여 논하시오. (참고 272, 297 쪽, 참고교재(나남출판) 제11장, 혹은 강의요약)

13. a)메시지 제시순서에 따라 설득효과가 어떻게 다르게 나타날 수 있는지 알아보기 위한 b)실험설계를 학습내용상의 예시 혹은 가상의 주제를 정하여 제시하고 또 이 때 조정역할을 하는 c)중개변수들은 어떤 것들이 있을 수 있는지 열거하라. 그리고 만일 제시 순서에 따른 효과가 다르게 나타난다면 어떤 d)사회적 문제를 야기할 수 있는지 몇 가지 예를 들어 설명하시오. (참고 314-345쪽 혹은 강의요약)

14. a)위협적 소구(fear appeal)의 개념과 원리를 설명하고 또 b)학습내용 상의 예시 혹은 가상의 연구과제를 설정하여 제시한 후 그 효과에 대해 c)공정적인 측면과 부정적인 측면으로 논하되 반드시 d)그 이유와 함께 설명하시오. (참고 249-252쪽과 345-365쪽, 혹은 강의요약)

15. 위협적 소구 효과에 관한 a) 3가지 모델을 제시하여 b)각각을 설명해보고, 또 위협적 소구가 성공적이기 위해서 c)고려되어야 할 요소들을 5개 이상 설명과 함께 제시하시오.(참고교재(나남출판) 14장 혹은 강의요약)

참고서적: 차배근, 설득커뮤니케이션론, 서울대학교 출판부 혹은 강의내용(게시판)
[설득커뮤니케이션(김영석, 나남출판) 및 기타 설득관련 서적을 참고해도 됨]

소비자 행동론 졸업시험 예상문제

아래의 7문제 중 3문제를 출제하고 2문제를 논하게 할 예정입니다.

1. 관여도(involvement)에 대하여 논하시오.
2. 소비자의 의사결정과정 중 구매 전 대안평가과정에 대하여 설명하고, 이때 사용되어지는 대안평가 방법들에 대하여 논하시오.
3. 소비자의 정보처리과정 중 주위에 대하여 논하시오.
4. 정교화 가능성 모델(Elaboration Likelihood Model)에 대하여 논하시오.
5. 고전적 조건화에 대하여 논하시오.
6. 세계를 대상으로 하는 국제 기업이 사용할 수 있는 마케팅 전략들에 대하여 논하시오.
7. 준거집단이 특정 상품군의 소유 여부에 혹은 특정 상표의 사용 여부에 영향을 주는 경우들에 대하여 논하시오.

졸업시험은 다음과 같은 형식으로 출제될 것임
(같은 문제가 나온다는 뜻은 아님)

통합마케팅커뮤니케이션 졸업시험 예

1. 목원백화점은 대전의 최고급 백화점으로서, 백화점으로 더 많은 고객의 유입을 위하여 기존의 다른 백화점이 이미 하고 있는 문화센터를 설치하고 여러 가지 강좌를 개설하려고 한다. 당신이 문화센터의 촉진 담당자라면 문화센터의 촉진을 위하여 어떤 촉진 도구들을 어떤 목적으로 어떤 순서로 사용할 것인지 논하시오.

고려사항)

1. 영업시작일은 2021년 1월 4일이며, 촉진 활동은 2020년 10월 1일부터 시작 할 것임.
2. 문화센터를 알리고, 시용과 구매를 유도하기 위한 방안들이 포함되어야 함.
3. 4가지 이상의 방법들을 사용할 것.

답안 작성 시 유의사항(반드시 지킬 것)

1. 사용할 수단들을 사용 순서에 의하여 기술하며 각 수단들의 시작 시점과 종료시점을 명시할 것.
2. 직접 마케팅, 판매촉진, 홍보, 인적판매, 광고의 부분으로 나누어서 사용할 수단, 그 수단을 사용하는 목적 등을 명시할 것.
3. 두 가지이상의 수단들이 연계되어 하나는 주목적을 위하여 다른 것들은 보완적 목적으로 사용될 경우, 주목적으로 사용되는 수단과 보조 수단을 구분하여 언급할 것.

고려사항 및 유의사항을 지키지 않았을 경우 탈락시켰음.