

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.
8. 성공적인 광고 캠페인 전략에 대하여 논하세요.

(참고문헌: 정어지루(2006), 신광고학, 형설출판사)

홍보(PR)학 졸업시험 준비문제

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 공중의 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)효과지향목표와b)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

디지털미디어 졸업시험

1. 디지털미디어의 기술적 배경(4가지)을 구체적으로 설명하시오.
2. 정보화시대의 특징(4가지)과 그에 따른 사회적 핵심가치(3가지)에 대해 구체적으로 설명하시오.
3. 인터넷이 디지털멀티미디어로 발전하는데 기여한 멀티미디어 기술(3가지)에 대해 설명하시오
4. 인터넷 방송이 갖는 차별적 특징(4가지)에 대해 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.

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.

영상산업론 졸업시험

1. 영상콘텐츠의 속성(4가지)에 대해 구체적으로 설명하시오.
2. 방송을 이용한 T-commerce의 유형(4가지)에 대해 구체적으로 설명하시오 .
3. 미디어 서비스상품의 결합판매의 개념과 그 효과(2가지)에 대해 설명하시오.
4. 미디어 기업의 경쟁전략 유형(4가지)에 대해 구체적으로 설명하시오.

대중문화비평하기 졸업시험 예상문제

- 광고홍보커뮤니케이션학부홈페이지->커뮤니티->우리끼리 광고·방송·한류대상 위원회-> 2020방송대상, 2020광고대상, 2020한류대상에서 비평의 글 면밀하게 읽어보기

브랜드광고론 졸업시험 기출(혹은 예상)문제

I. 다음에 제시한 여러 논제 중에서 반드시 2개를 선택해서 논의하되 논제에서 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 규제의 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)크리에이티브 지원을 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)

참고문헌: 조진근(외 3인), 브랜드광고론, 한경사

설득커뮤니케이션 졸업시험 예상문제

- 1) 설득의 정의 및 설득커뮤니케이션의 주요 특성.
- 2) 설득커뮤니케이션의 유형.
- 3) 태도의 정의 및 특징.
- 4) 설득관련 모델; 합리적 행위이론, 학습이론, 인지일관성이론, 정교화가능성이론
- 5) 설득효과에 영향을 미치는 정보의 유형과 정보원의 주요 속성
- 6) 수용자의 의미 및 개념의 변천
- 7) 이용과 충족 이론
- 8) 설득커뮤니케이션 효과의 위계 모델
- 9) 설득의 장애 요인 4가지
- 10) 설득의 기본원칙과 효과적인 설득 기법

소비자 행동론 졸업시험 예상문제

아래의 7문제 중 3문제를 출제하고 2문제를 논하게 할 예정임.

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 주의에 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 2022년 1월 3일이며, 촉진 활동은 2021년 10월 1일부터 시작할 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.