

광고디자인 교육과정의 모듈학습법 개발 연구

-학습능력과 학습영역 및 모듈추출 사례를 중심으로-

A Study on the Module Learning Method in Advertising Design Curriculum

-Especially on learning ability, learning category & case of module -

조 각 현 (Kak-Hyun Cho)

세명대학교 시각디자인학과

1. 서론

- 1-1. 연구의 필요성 및 목적
- 1-2. 연구 내용 및 범위

2. 능력중심 교육과정과 모듈학습의 이론적 고찰

- 2-1. 능력중심 교육과정의 이해
- 2-2. 능력중심 교육과 모듈학습
- 2-3. 능력중심 교육과정 개발 절차

3. 광고디자인에 모듈적용 사례연구

- 4-1. 학습 능력 추출
- 4-2. 학습 영역 및 모듈 추출

4. 결론

참고문헌

(요약)

현대의 복잡한 사회구조와 사회 구성원의 의식변화에 따라 사회 구성원의 직업수행방식과 능력도 바뀌어 가고 있다. 이러한 사회환경변화에 따른 사회구성원의 직업 수행능력과 적응력 제고를 위해 학습자의 자율적 학습체제의 필요성이 대두되었다.

이러한 해결점으로 모듈식 교재 개발의 체계적인 접근방법이 요구되었고, 특히 직업을 수행할 수 있는 능력을 중심으로 한 모듈식 교재체제를 개발하고 적용하는데 본 연구의 목적을 두고 있다.

본 연구는 광고디자인 직무분석을 토대로, 각 직무를 수행할 수 있는 학습 능력을 추출하고 각 능력별로 학습영역을 설정하여 각 영역별 지식, 기능, 태도를 추출하였다. 이러한 과정을 집대성한 것이 모듈식 교재체제 개발의 기초가 되는 것이다. 본 연구를 시작으로 광고디자인 분야뿐만 아닌 다른 분야에서도 적극적으로 모듈식 교육체제를 개발·적용하길 바란다.

(Abstract)

The occupational execution technique and the ability of people has been changed along with the change of thinking and the development of complicated social structure. The needs of learner's self-controlled learning system is arise to increase the occupational execution technique and adaptation in such a changing social environment.

To meet these needs, we must develop systematic approach on the module-type educational material system.

The purpose of this study lies on developing the module-type educational material system and its application in aspects of occupational execution ability.

Based on the job analysis of advertising design, I analyze the learning ability for the occupational execution and abstract knowledge, function, attitude from each learning category of each learning ability.

All these processes are the basis of developing the module-type educational material system.

and the system will be appreciated in many other fields not only on advertising design.

(Keyword)

advertising design curriculum,
learning ability, learning category
module-type educational material system.

1. 서론

1-1. 연구의 필요성 및 목적

2000년대에 들어 더욱 고도화된 기술발달과 사회구조의 변화로 사회 구성원의 직업 수행방식과 능력도 바뀌어가고 있다. 더욱이 국가차원에서도 평생 직업교육훈련의 중요성은 크게 부각되고 있으며, 다양한 교육형태가 출현하고 있는 실정이다. 따라서 직업수행을 위한 능력을 배양하기 위한 학습자의 자율적 학습 체제의 필요성이 부각되고 있으며, 이로 인해 자기주도 학습이 가능한 다양한 교육매체의 개발이 요구되고 있다. 선진 외국에서는 학습자들의 자율적 학습, 현장 적합성, 개별화 수업, 개별 진도 등이 가능한 다양한 교재 개발에 관한 연구가 활발히 진행되고 있으며, 많은 직업교육훈련 기관 및 연구기관에서 이러한 학습이 가능한 모듈식 교재를 연구·개발하여 적용하고 있다.

우리 나라에서도, 이러한 모듈식 교재 개발의 체계적인 접근 방법에 대해 많은 요구가 있어 왔음에도, 현재 개발되고 있는 대부분의 교재들이 내용 구성과 전개 방식만을 다루었을 뿐, 광고 디자인 체계를 개발하여 적용해야 하는 필요성에 대한 인식이 없어, 효과적인 학습자와의 커뮤니케이션 영역이 소홀히 다루어지고 있는 것이 현실이다.

또한, 본 연구의 목적은 광고디자인 학습자들의 자율적 학습 체제를 구현할 수 있는 모듈식 교재체계를 개발하고 적용하는 것이다. 이러한 연구 목적을 달성하기 위한 구체적 목적은, 첫째, 직업수행 능력을 제고하기 위해, 능력중심 교육과정¹⁾에 대한 이론적 고찰을 실시한다.

둘째, 광고디자인 분야의 직무분석에 따른 학습능력을 추출하고, 학습영역과 모듈을 추출한다.

셋째, 앞의 연구를 통해 추출된 광고디자인 분야의 학습능력과 학습영역 및 모듈을 사례로 다른 학문 분야에도 모듈식 학습법의 적용이 이루어지길 바란다.

1-2. 연구 내용 및 범위

이 연구의 목적을 달성하기 위하여 다음과 같이 연구 내용을 선정하였다.

첫째, 광고디자인 분야의 직업을 분석하기 위해, 한국직업능력개발원에서 1998년에 연구된 광고디자인의 직무분석을 재분석하였다. 광고디자인 업무의 급변화로 직무분석과 동시에 현재 광고현업에서 요구하는 직업관, 즉 직업수행능력을 중심으로 광고디자인 업무과정과 그에 수반되는 교육과정을 재검토하여 개발하였다.

둘째, 본 연구를 위한 이론적 배경은 '능력중심 교육과정'²⁾과 '모듈식 학습법'을 중심으로 고찰하였다.

광고디자인 직무분석이 이미 연구되어있어, 광고디자인 직무를 위한 교육·직무수행과정은 생략하였다.

셋째, 본 연구의 궁극적 목적인 광고디자인 직무 분야에 '학습능력'과 '능력'에 따른 '학습영역'과 그 영역을 수행하기 위한

'지식·기능·태도'를 포함한 모듈을 추출하였다.

본 연구의 목적도 광고디자인 교육의 객관적·과학적 접근 방법론을 구현하는 것이므로, 이미 기존의 잘 정립된 교육과정은 유지하면서 보완·개선하였다.

연구의 범위는 기존의 광고관련 문헌과 실무자료를 기반으로 이루어졌다. 특히, 한국직업능력개발원의 2001년 능력중심의 교육과정 개선연구와 병행하여, 광고디자인 직무분석 및 직무에 따른 모듈식 교육과정의 기초를 형성하기 위해 연구하였고, 이 때 적용된 교육과정을 중심으로 본 연구의 사례를 이끌어 가고자 한다.

2. 능력중심 교육과정과 모듈학습의 고찰

2-1. 능력중심 교육과정의 이해

2-1-1. 능력과 능력중심 교육

능력이라는 용어는 미국의 사회심리학자인 맥클랜드(David McClelland)교수에 의해 1970년대 처음 사용되었는데, 우수한 직무 수행자와 평범한 직무 수행자를 구분 짓는 행동 특성에 초점을 맞추어 "요구되는 것을 할 수 있는 능력"의 의미로 'Competency'란 용어를 사용하였다. 교육학 용어사전¹⁾에서는 능력을 "업무를 수행하는 능력"으로 보고 있는데 이는 개인의 특성보다는 업무에 대한 지식·이해·기술 등 실제 업무 수행에 있어서 행동의 기초가 될 수 있는 능력으로 보는 것이다.

이러한 능력의 개념을 바탕으로 능력중심 교육(competency based education 혹은 performance based education)이 대두되었다. 능력중심 교육에서 핵심이 되는 것은 단순히 지식을 획득하는 정도를 뜻하는 것이 아니라 무엇인가를 할 수 있는 능력을 의미한다. 즉 직업교육에서 능력은 지식 중심의 인문교육에서 강조하는 학업능력과는 달리 성공적인 삶을 위한 직무, 작업, 기능, 태도, 가치관, 이해, 평가 등에서의 능력을 말한다. 따라서 능력중심 교육을 수행한 학습자의 능력은 현장 근로자의 직무 수행능력과 근본적인 맥락을 같이 하고 있다.²⁾

2-1-2. 능력중심 교육과정의 개념

능력중심 교육은 어느 한 직무를 제대로 수행하기 위한 능력에 핵심을 두고 있지만, 문제는 어떻게 접근을 체계화하여 같은 기능을 수행하는 개인들에게 같은 수행능력을 갖출 수 있게 하느냐, 그리고 바람직한 행동에 대해 어떻게 보상을 해야 하는 것이다. 다시 말해, 업무를 올바르게 수행하면 결국 조직과 개인은 보상을 받게된다는 기본 개념을 찾아볼 수 있다. 이러한 개념을 바탕으로 교육과정을 구성한 것이 능력중심 교육과정이며, 능력중심 교육과정 개발은 조직 구성원들의 업무수행 능력을 향상시키기 위한 역할과 결과에 직접적으로 관련된 교과목을 도출하여 구성하는 것이다.

2-2. 능력중심 교육과 모듈학습

능력중심 교육과정에서 전개되는 수업의 특징은 개별화와 과

1) 서울대학교 사범대학 교육연구소, p144

2) 이종성, 정향진, 한국직업능력개발원, 능력중심 교육과정 개발연구, 2001, p31

학화, 그리고 수업의 조직화 등을 들 수 있다. 특히 이러한 수업은 다양성에 기초하므로 여러 가지 수업 보조 자료가 동원된다. 이러한 수업의 특성과 수업 보조자료의 동원이 고려된 학습의 대표적인 것이 바로 모듈 학습법이다. 즉 능력중심 교육과정의 학습으로 실현되는 하나의 체계를 모듈 학습이라 일컬을 수 있다.

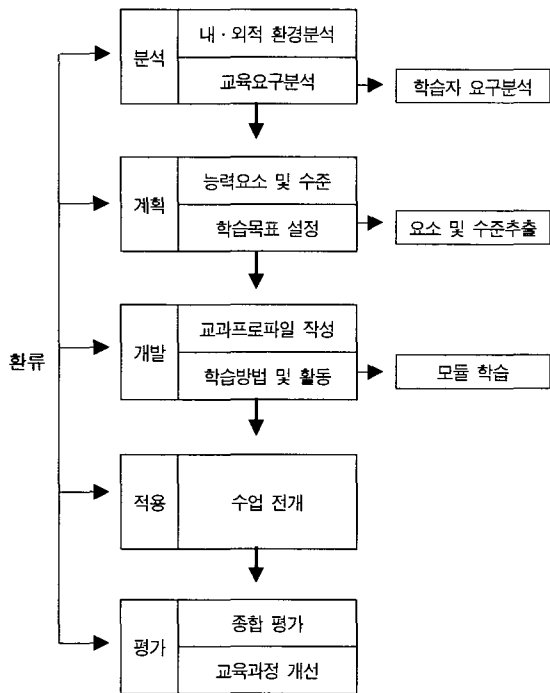
또한, 모듈(module)이란 몇 개의 잘 서술된 학습 목표에 따라 학습자의 활동, 그리고 학습자의 활동 여부를 알아보는 평가 방법을 체계적으로 조직하여, 학습자 스스로 학습 목표를 달성할 수 있게 고안된 교수 학습 과정의 일종이라고 정의할 수 있다.

특히 모듈학습은 패키지(Package)로 이루어져 있는데, 이는 모듈은 시작과 결과점이 규정되어 있고, 모듈의 내용이 논리적이며 체계적인 흐름을 갖는 것을 의미한다.

또한 모듈학습은 학습경험과 학습목표를 반드시 포함되어 있어, 학습자들이 효율적으로 학습 목표를 달성할 수 있도록 보조할 수 있는 학습경험이 주어지며, 다양한 학생들에게 맞추어 독서물, 청취물에서부터 역할 연기, 모의 학습, 현장 실습 등도 주어진다. 이와 더불어 모듈 학습은 학습목표 도달 여부를 평가할 수 있는 체계를 갖추고 있다.

따라서 모듈 학습은 자율적이고 개방적이라 할 수 있는데, 다음과 같은 세 가지의 구성 요소를 갖추어야 한다.

- 1) 능력에 따른 속도 : 학습자 각자에 맞는 속도로 학습.
- 2) 피이드백(Feed-back) : 학습해 나가면서 그 진척을 과정 중에 평가받고 학습이수 후에 다음 학습 경험으로 옮김.
- 3) 완전 학습 : 측정 가능한 학습 목표를 반드시 달성³⁾



<표 1> 능력중심 교육과정 개발 모형

2-3. 능력중심 교육과정 개발 절차

본 연구에서는 대학과정에서 직접 적용할 수 있는 모듈의 학습체계를 제시하고자 한다. 즉 좁은 의미에서의 교육과정 개발과 적용방안을 중심으로 제시하고자 한다.

구분	내용
능력 추출	- 능력군 및 능력별 요소와 수준 추출
능력별 지식·기능·태도의 추출	- 능력별 지식·기능·태도 추출 및 분류
학습영역 추출 및 모듈구성	- 지식·기능·태도에 대한 학습영역 추출 및 모듈구성

<표 2> 능력중심 개발과정

2-3-1. 학습능력 추출

학습능력 추출은 직무를 수행할 수 있는 능력을 추출하는 것으로서, 여기서는 "무엇을 할 수 있는 능력(what to do)"과 "어떻게 할 수 있는 능력(how to do)"을 말한다. 학습능력을 추출하기 위해서는 우선 기대되는 결과와 능력군을 추출한다. 기대되는 결과는 능력군이나 능력을 성취하여 도달해야 하는 결과를 말하는 것이며, 능력군은 능력들의 집합체로서 직무를 수행할 수 있는 능력을 말한다. 능력군이 추출되면 각 능력군별로 포함하고 있는 능력들을 추출하고 분류한다.

2-3-2. 능력별 지식·기능·태도의 추출

능력별 지식·기능·태도의 추출은 직무를 수행하는데 필요한 능력을 구성하는 지식, 기능, 태도를 추출하여 분류하는 것이다.

2-3-3. 학습영역 추출 및 모듈 구성

능력별 지식·기능·태도가 추출되면, 이것을 기초로 학습할 영역을 추출한다. 학습영역은 한 개의 능력군을 단위로 하여 추출될 수도 있고, 혹은 한 개의 능력군내에서 여러 개의 능력이 모여 추출될 수도 있다.

또한 각각의 학습 영역은 한 가지의 요소에만 치우치지 않도록 유의하고, 특히 이론중심 혹은 학문중심으로 학습영역이 추출되지 않도록 주의해야 한다.

이렇게 추출된 학습 영역들은 모듈로 구성된다. 학습영역의 유사성과 연관성에 따라 여러 개의 학습 영역을 묶어서 한 개의 모듈을 구성할 수 있으며, 모듈을 추출하기 위한 양식은 다음과 같다.

모듈명	학습영역	지식·기능·태도

<표 3> 학습영역 및 모듈 추출

3) 이종성, 정향진, 한국직업능력개발원, 능력중심 교육과정 개발연구, 2001, p53

3. 광고디자인에 모듈적용 사례연구

본 연구에서는 광고디자인 직무에 관한 적용범위가 매우 방대하여, 학습능력 추출과 학습영역 및 모듈추출만을 적용사례로 다루었으며 모듈의 프로파일 작성은 생략하였다.

3-1. 학습능력 추출

3-1-1. 광고대상에 대한 종합적인 제작, 기획, 일정, 예산 등을 수립한다.

- (1) 광고주 오리엔테이션 수행능력
 - 가. 광고집행 의도 및 광고목적에 파악하는 능력
 - 나. 광고 대상물의 U.S.P(Unique Selling Proposal)를 파악·접점하는 능력
 - 다. 광고 예산 책정수준을 확인
 - 라. 광고대상 제품의 출시일 및 광고 게시일을 확인
 - 마. 매체 이해능력(매체사 및 매체-전파, 인쇄)
 - 바. 광고주(결정권자)의 성향을 파악하는 능력
- (2) 광고대상의 환경 분석능력
 - 가. 광고대상 제작물 및 시장 자료의 수집·분류 능력
 - 나. 광고를 비교, 분석, 종합하는 능력
 - 다. 기획서 이해능력
- (3) 광고 컨셉 이해능력
 - 가. 마케팅 목표에 따른 광고목표의 이해 능력
 - 나. 광고 컨셉 설정의 적합성 판단 능력
 - 다. 광고의 소구점(appeal point) 설정 능력
 - 라. 소구 대상의 라이프 스타일을 이해·파악 능력
 - 마. 컨셉 워드 작성능력
- (4) 매체 계획능력
 - 가. 새로운 매체를 선정·개발 능력
 - 나. 광고주 예산으로 효율적인 매체 운영계획 수립 능력
- (5) 일정 관리능력
 - 가. 출고날짜를 역산하여 일정을 산출하는 능력
 - 나. 역할 분담의 적합성 여부를 확인하는 능력
 - 다. 정해진 일정 중 발생하는 변수의 관리·운영 능력

3-1-2. 광고 컨셉에 의한 크리에이티브 컨셉을 추출하여 표현 방향(Theme)을 설정한다.

- (1) 아이디어 발상능력
 - 가. 유사업종의 광고자료를 수집·분석하는 능력
 - 나. 소구 타겟의 needs에 부합한 표현 가이드라인을 설정하는 능력
- (2) Key Visual 설정능력
 - 가. 경쟁광고의 Key Visual을 수집·분석하는 능력
 - 나. 아이디어별로 Key Visual을 추출·분석하는 능력
 - 다. Key Visual로 Key Word를 발상하는 능력
- (3) Key Word 설정능력
 - 가. 경쟁 광고의 Key Word를 수집·분석하는 능력
 - 나. 광고 대상의 U.S.P에 따른 차별화 방안 및 가이드라인을 설정하는 능력

- 다. 아이디어별로 Key Word를 추출·분석하는 능력
- 라. Key Word로 카피를 작성하는 능력
- 마. Key Word로 Key Visual을 발상하는 능력

3-1-3. 표현Theme에 따른 아이디어 창출 및 아이디어 리뷰(Review)를 통한 시안제작물을 작업한다.

- (1) 러프 스케치(rough sketch)능력
 - 가. 광고 컨셉에 적합한 시각 소재를 설정·개발하는 능력
 - 나. 아이디어를 시각적으로 표현하는 능력
 - 다. 아이디어의 표현·제작의 현실 가능성을 판단하는 능력
 - 라. 표현기법 및 제작 제반과정을 파악하는 능력
- (2) Lay-out 및 색채 계획능력
 - 가. 광고 대상에 적절한 Design Policy를 설정하는 능력
 - 나. 선정된 시각요소를 조형성·합목적성에 의해 레이아웃하는 능력
 - 다. 인쇄매체 광고의 효과적인 매체규격 및 그래픽 요소, 레이아웃을 설정하는 능력
 - 라. 전파매체 광고의 스토리보드를 제작하는 능력
- (3) 표현기법 선정능력
 - 가. 광고목적 및 광고대상에 적합한 표현 및 표현기법의 설정·개발을 하는 능력
 - 나. 표현의 임팩트와 차별화 여부를 검토하여 수정·보완하는 능력
 - 다. 다른 광고 제작물의 비교·분석으로 최종 표현기법을 선정하는 능력
- (4) 시안 출력능력
 - 가. 모니터 상과 실제 출력시의 색상, 폰트 등에 대한 문제점과 차이점을 인지하는 능력
 - 나. 모니터 상과 실제 출력시의 기술적인 문제점을 이해하는 능력
 - 다. 시안 보드를 작업하는 능력

3-1-4. 시안제작물을 프리젠테이션(Presentation)하여 의도한 안으로 합의·결정되도록 설득한다.

- (1) 프리젠테이션 준비능력
 - 가. 프리젠테이션 준비일정 설정 및 관리하는 능력
 - 나. 프리젠테이션 제작구성인력 결정과 역할을 분장하는 능력
 - 다. 제작물발표 소요시간을 계획·조정·점검하는 능력
 - 라. 제작물 발표 스크립트를 작성하는 능력
 - 마. 제작물 발표에 관련된 자료 이미지보드를 제작하는 능력
- (2) 리허설(PT전 검토) 능력
 - 가. 발표할 원고 및 시안을 정리하는 능력
 - 나. 발표할 내용과 준비된 내용의 일치성을 점검하는

능력

다. 발표 현장답사로 기자재 설치 및 운영방법을 검토하는 능력

라. 실제 상황과 동일하게 진행을 실연하는 능력

마. 실연 후 도출된 문제점의 수정·보완 능력

(3) 프리젠테이션 수행능력

가. 시나리오에 의한 정확한 전달을 하는 능력

나. 감동적인 설득 커뮤니케이션을 이루는 능력

다. 발표 후 질의응답을 하는 능력

라. 광고주의 반응 및 의견을 포착하는 능력

3-1-5. 합의된 시안을 수정·보완하여 출고용 디자인 원고를 제작한다.

(1) 수정 및 보완능력

가. 광고주의 요구사항을 점검하는 능력

나. 문제해결을 위한 방안을 강구하는 능력

(2) 이미지 작업능력

가. 촬영기법을 설정하는 능력

나. 촬영일정 및 인원구성을 결정하는 능력

다. 촬영장소 및 장비를 점검하는 능력

라. 촬영모델을 선정하는 능력

마. 촬영연출을 하는 능력

바. 일러스트레이션 기법을 설정하는 능력

사. 일러스트레이터 선정 및 진행을 관리하는 능력

아. 일러스트레이션을 직접 제작하는 능력

(3) 원고 작업능력

가. 각 표현소재 및 기법들을 구성하여 하나의 광고제 작품 원고를 제작하는 능력

나. 발생되는 디자인 문제점의 수정·보완하는 능력

다. 표현 소재의 조형적·함목적적인 구성을 하는 능력

라. 작업 결과물의 저장·보존을 하는 능력

(4) 원고 출고능력

가. 제작물을 담을 출력매체를 결정하는 능력

나. 출력 원고 이미지의 컬러를 보정하는 능력

다. 최종 원고의 점검, 수정, 보완을 하는 능력

라. Data 저장·관리하는 능력

3-1-6. 출고한 광고물의 효과와 반응을 종합적으로 검토하여 수정·보완한다.

(1) 모니터링 능력

가. 광고의 효과를 분석하는 능력

나. 매체의 적정성을 판단하는 능력

다. 출고 광고물 자료수집 및 체계화를 이루는 능력

(2) 수정·보완능력

가. 수집자료를 토대로 광고의 문제점 및 수정사항을 분석하는 능력

나. 추후광고를 위한 자료를 정리하는 능력

3-2. 학습 영역 및 모듈 추출

모듈명	학습 영역	지식·기능·태도
오리엔테이션	오리엔테이션의 구성내용을 정확히 파악·수렴하여 크리에이티브 전략설정에 착오가 없도록 학습한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 광고기획의 접근방법 - 목표 지향적 기획이해 - 광고목표 이해 - 통합적 마케팅 커뮤니케이션 기획 - 광고매체기획 - 물적 유통관리 - 광고예산의 이해 - 광고대행사의 보상(수수료) - 디자인 매니지먼트 - 기초회계이해 (취급고, 매출액, 경상이익) - 시장환경변화와 소비자 구매행동 - 시장세분화와 표적시장선정 및 시장 포지셔닝 - 제품수명주기 - 광고주와 광고대행사의 관계 - 기초경영실무
		<ul style="list-style-type: none"> - SWOT분석(Strong, Weakness, Opportunity, Threat) - 통합적 마케팅 커뮤니케이션 기획 (IMC전략)활용 - Contact Report작성 - USP전략 활용 - 광고기획서(AD-brief)구성 및 작성법 - 예산관리기법 - 매체활용기법 - 광고대상물의 출시계획서 수집 - 마케팅 커뮤니케이션 믹스 기법 - 미디어믹스 기법 - 광고주의 최근 동향분석 Sheet 작성
		<ul style="list-style-type: none"> - 성실한 회의수행 - 뚜렷한 문제의식 - 회의 핵심과약 - 정확성 - 기획력 - 상황판단력 - 과제분석 및 해결방안 강구 - 소비자의 트렌드 파악 - 효율적인 예산관리 - 경제적·효과적인 크리에이티브 전략 구상 - 한정된 일정에 완벽한 업무완수 - 치밀함 - 기법의 다양성 추구 - 능동적인 업무향상태도 - 능동적인 회의준비태도 - 작업의 효율성 제고요인 탐색
경쟁사 정보분석	광고대상과 경쟁 관계되는 제반 정보를 수집·분석하여 크리에이티브 전략 및 전술 수립의 기초를 학습한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 자료분류, 정리, 조사 방법 - 인터넷 검색 - 외국어 듣기, 읽기 - SWOT분석(Strong,

모듈명	학습 영역	지식·기능·태도
		Weakness, Opportunity, Threat) - 통합적 마케팅 커뮤니케이션 기획(IMC전략)활용 - 크리에이티브 전략의 평가 - R.O.I전략 (relevancy, originality, impact) - 광고정보에 대한 소비자의 지각과정 - 계슈탈트 심리학의 지각적 조직화 원리 - 크리에이티브 전략과 카피플랫폼 - 아트워크전략
		- 컴퓨터 운용 - 광고주 관련정보 및 자료 스크랩 작성 - 기획의 커뮤니케이션 전략(표현전략, 매체전략)부분 검토 - 경쟁광고물 스크랩보드제작 - CAS(Creative Approach Sheet)작성
		- 뚜렷한 문제의식 - 회의 핵심과약 - 정확성 - 기획력 - 예측력 - 상황판단력 - 적극성 - 합리성 - 치밀함 - 준비성 - 합리적, 논리적인 전략적 사고 - 분석적 사고
시장 정보분석	광고대상과 경쟁 관계되는 제반 정보를 수집·분석하여 크리에이티브 전략 및 전술 수립의 기초를 학습한다.	- 자료분류, 정리, 조사 방법 - 인터넷 검색 - 외국어 듣기, 읽기 - SWOT분석(Strong, Weakness, Opportunity, Threat) - 통합적 마케팅 커뮤니케이션 기획 (IMC전략)활용 - R.O.I 전략 (relevancy, originality, impact) - 전략적 마케팅 계획 - 마케팅 환경분석 (내,외부환경) - 인지반응(긍정, 부정적반응) 이론 - 감정반응과 소비태도 - 컴퓨터 운용 - 시장 관련정보 및 자료 스크랩작성 - 기획의 마케팅전략 부분검토 - 뚜렷한 문제의식 - 정확성 - 기획력 - 상황판단력 - 예측력 - 적극성

모듈명	학습 영역	지식·기능·태도
		- 합리성 - 치밀함 - 준비성 - 합리적, 논리적인 전략적 사고 - 분석적 사고
문제 발견 및 해결	광고대상과 관련된 제반사항에 대해 문제의식을 갖고 문제의 발견과 문제의 해결방법을 학습한다.	- 인터넷 검색 - 외국어 듣기, 읽기 - 광고기획의 접근방법 - 목표 지향적 기획이해 - 광고목표 이해 - 광고매체기획 - 물적 유통관리 - 광고예산의 이해 - 광고대행사의 보상(수수료) - 디자인 매니지먼트 - 기초회계이해 (취급고, 매출액, 경상이익) - 시장환경변화와 소비자 구매행동 - 시장세분화와 표적시장선정 및 시장 포지셔닝 - 제품수명주기 - 광고주와 광고대행사의 관계 - 기초경영실무 - SWOT분석(Strong, Weakness, Opportunity, Threat) - 통합적 마케팅 커뮤니케이션 기획 (IMC전략)활용 - 전략적 마케팅 계획 - 마케팅 환경분석 (내, 외부환경) - 크리에이티브 전략 - 광고환경
		- 컴퓨터 및 S/W운용 - 컴퓨터 주변기기 사용 - 기획서 검토 및 문제점 발견
		- 뚜렷한 문제의식 - 정확성 - 기획력 - 상황판단력 - 예측력 - 적극성 - 합리성 - 치밀함 - 준비성 - 합리적, 논리적인 전략적 사고 - 분석적 사고
매체활용 기획	광고제작물이 소비자에게 전달될 광고매체를 이해하고 매체의 활용·운용방법 및 차별화 된 뉴미디어의 개발 방법을 학습한다.	- 인터넷 검색 - 외국어 듣기, 읽기 - 광고 매체기획 - 매체 믹스전략 - 물적 유통관리 - 광고예산의 이해 - 디자인 매니지먼트 - 기초회계이해 (취급고, 매출액, 경상이익) - 시장환경변화와 소비자 구매행동 - 제품수명주기

모듈명	학습 영역	지식·기능·태도
		<ul style="list-style-type: none"> - 통합적 마케팅 커뮤니케이션 기획(IMC전략)활용 - 전략적 마케팅 계획 - 마케팅 환경분석 (내, 외부환경) - 크리에이티브 전략 - 최근의 매체 경향성 - 뉴미디어와 멀티미디어의 기초이해 - 시각 커뮤니케이션 이론 - 광고제작 프로세스 - 인쇄 재판론
		<ul style="list-style-type: none"> - 컴퓨터 운용 및 S/W 사용 - 입출력 및 편집장치 운용 - 영상 장비 운용 - 매체 운용기법 - 미디어믹스기법 - 매체운용사례집 작성
		<ul style="list-style-type: none"> - 뚜렷한 문제의식 - 창의성 - 정확성 - 기획력 - 상황판단력 - 예측력 - 적극성 - 합리성 - 치밀함 - 준비성 - 합리적, 논리적인 전략적 사고 - 분석적 사고 - 기법의 다양성추구 - 심미성
크리에이티브 컨셉 추출	광고대상물의 프로덕트 컨셉에서 도출한 광고컨셉을 기준으로, 소비자층면의 크리에이티브 컨셉 추출 방법을 한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 컨셉의 개념정의 및 구성요소 - 전략적 광고계획 - 전략적 마케팅 계획 - 크리에이티브 전략 - 광고관리이론 - 광고효과이론 - 소비자 행동론 - 포지셔닝 방법론과 전략 - 카피 이론 - 카피라이팅
		<ul style="list-style-type: none"> - 광고컨셉에 의한 크리에이티브 컨셉 대안 및 컨셉워드 추출 - 광고테마 개발로 표현방향 설정 - 광고의 톤 앤 무드(Tone & mood) 설정 - 컴퓨터 및 S/W운용 - 컴퓨터 주변기기 사용
		<ul style="list-style-type: none"> - 적극적, 능동적 업무태도 - 분석적 사고 - 정확성 - 치밀함 - 합리적, 논리적인 전략적 사고 - 현대적 감각 이해 - 소비자중심 광고를 표현

모듈명	학습 영역	지식·기능·태도
메시지 구성	크리에이티브 전략상 요구되는 경쟁자와의 차별적 포인트의 기술방법을 카피적 메시지로 구성하는 방법을 학습한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 전략적 광고계획 - 크리에이티브 전략과 카피플랫폼 - 포지셔닝 방법론과 전략 - 저작권 관련법규 - 아이디어 발상법 - 판지디자인론(Lay-out, grid 시스템, 일러스트레이션 및 타이포그래피) - 인쇄제판론 - 카피 이론 - 카피라이팅(카피작성법) - 활자체에 관한 이해 및 선정조건 - 인터넷 검색 - 외국어 듣기, 읽기
		<ul style="list-style-type: none"> - Key Visual 추출 - 광고컨셉에 의한 크리에이티브 컨셉 대안 및 컨셉워드 추출 - 헤드라인 성공사례수집,조사 - 헤드라인 작성 - 시각, 언어의 동시적 아이디어 발상사고 - 카피와 아트의 영역 구분 - 없는 크리에이티브 창출 - 카피 플랫폼을 위한 초안 작성 - 적절한 표현테마와 어휘선정 - 컴퓨터 및 S/W운용 - 컴퓨터 주변기기 사용 - 적극적, 능동적 업무태도 - 분석적 사고 - 정확성 - 치밀함 - 합리적, 논리적인 전략적 사고
		<ul style="list-style-type: none"> - 현대적 감각 이해 - 소비자중심 광고를 표현 - 언어적 아이디어 발상사고 - 합리적, 이성적 크리에이티브 창출 - 성실성 - 준비성 - 추진성 - 적절한 표현 테마와 어휘선정 - 시각, 언어의 동시적 아이디어 발상사고 - 카피와 아트의 영역 구분 - 없는 크리에이티브 창출 - 창의성
이미지 구성	시각적 메시지를 전달하기 위해 시각 이미지의 형태, 색상 등 디자인의 조형적 원리 적용과 시각화 방법을 학습한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 크리에이티브 전략 - 시각커뮤니케이션이론 - 자료분류, 정리, 조사 방법 - 광고 전략 - 표현기법 - 광고 기초이해 - 광고 전략 - 아이디어 발상법 - 인터넷 검색 - 외국어 듣기, 읽기

모델명	학습 영역	지식·기능·태도
		<ul style="list-style-type: none"> - 광고제작물 이미지 보드제작 - 시각, 언어의 동시적 아이디어 발상사고 - 카피와 아트의 영역 구분 없는 크리에이티브 창출 - 광고제작물 이미지 보드제작 - 섬네일 스케치기법 - 기초드로잉기법 - 이미지 표현 기법 - 일러스트레이션 표현기법 - 인쇄매체광고제작기법 - TV광고제작기법 - 사진기법 - 그래픽 전용 컴퓨터 및 S/W운용 - 컴퓨터 주변기기 사용 - 멀티미디어 표현 기법 및 tool운용
		<ul style="list-style-type: none"> - 적극적, 능동적 업무태도 - 분석적 사고 - 정확성 - 치밀함 - 현대적 감각 이해 - 소비자중심 광고를 표현 - 자료분류, 정리, 조사 방법 - 인터넷 검색 - 외국어 듣기, 읽기 - 크리에이티브 전략 - 시각커뮤니케이션 이론 - 성실성 - 준비성 - 적극성 - 치밀함 - 합리적, 이성적 - 크리에이티브 창출 - 시각적 아이디어 발상사고 - 시각, 언어의 동시적 아이디어 발상사고 - 카피와 아트의 영역 구분 없는 크리에이티브 창출 - 창의성
아이디어 창출	광고목표에 부합되는 독특한 차별화 포인트(USP)를 발견하여 상상력, 관찰력, 집중력 등 다각적인 발상을 통하여 창의적 소재를 발굴·전개·표현하는 방법을 학습한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 자료분류, 정리, 조사 방법 - 인터넷 검색 - 외국어 듣기, 읽기 - 크리에이티브 전략 - 시각커뮤니케이션 이론 - 카피 이론 - 광고 전략 - 표현기법 - 소비자 심리 및 행동 - 아이디어 발상법(발상, 분류, 전개, 추출, 적용/연출) - 조형심리학(형태, 색채) - 인쇄 제판론 - TV광고제작기법 - 사진기법 - 광고제작 프로세스
		<ul style="list-style-type: none"> - 광고 제작물 이미지보드제작 - 표현 체크리스트 작성 - 광고제작물 이미지 보드제작 - 섬네일 스케치기법 - 기초드로잉기법

모델명	학습 영역	지식·기능·태도
		<ul style="list-style-type: none"> - 카피 플랫폼을 위한 초안작성 - 헤드라인 성공 사례수집, 조사 - 헤드라인 작성 - 컴퓨터운용 - 이미지 표현 기법 - 일러스트레이션 표현기법 - 멀티미디어 표현 기법 및 tool운용
		<ul style="list-style-type: none"> - 적극적, 능동적 업무태도 - 분석적 사고 - 정확성 - 치밀함 - 현대적 감각 이해 - 소비자중심적 사고 - 자료분류, 정리, 조사 방법 - 인터넷 검색 - 외국어 듣기, 읽기 - 크리에이티브 전략 - 시각커뮤니케이션 이론 - 성실성 - 준비성 - 적극성 - 치밀함 - 합리적, 이성적 - 크리에이티브 창출 - 시각적 아이디어 발상사고 - 시각, 언어의 동시적 아이디어 발상사고 - 카피와 아트의 영역 구분 없는 크리에이티브 창출 - 창의성
제작진행 준비	창출된 아이디어를 제작하기 위해 제작 프로세스 등 제작 준비 과정 및 제작 전반에 걸친 지식을 학습한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 광고 제작프로세스 - 직무분석 - 영상 및 매체론 - 사진학 - 영상학 - 인쇄제판론 - 광고표현전략과 방법론 - 프로덕션 활용지식 - 디자인재료학 - 인터넷 검색 - 모델에이전시 운용지식 - 조명지식 - 메이크업, 코디네이션 지식 - 일러스트레이션 기법 - 일러스트레이터 관련지식 - 디자인 매니지먼트 - 기초회계이해 (취급고, 매출액, 경상이익) - 아트워크전략 - 편집디자인론(Lay-out, grid 시스템, 일러스트레이션 및 타이포그래피)
		<ul style="list-style-type: none"> - 적극적, 능동적 업무태도 - 분석적 사고 - 정확성 - 치밀함 - 합리적, 논리적인 전략적 사고

모듈명	학습 영역	지식·기능·태도
		<ul style="list-style-type: none"> - 현대적 감각 이해 - 소비자중심 광고를 표현 - 심미성 - 통일성 - 창의성 - 동적(動的)발상 - 그래픽과 CM영역을 구분하지 않는 태도 - Visual과 Audio의 동시적 아이디어 발상 - 협조성 - 적극성 - 카피와 아트의 영역 구분 없는 크리에이티브 창출 - 시각, 언어의 동시적 아이디어 발상사고
사진 촬영연출	촬영을 위한 장소, 일정, 인원, 장비, 경비 등 촬영 계획에서부터 촬영준비, 촬영연출까지의 모든 진행 과정을 학습한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 사진학 - 영상학 - 광고 제작프로세스 - 인쇄 제판론 - 광고표현전략과 방법론 - 프로덕션 활용지식 - 디자인 재료학 - 인터넷 검색 - 모델에이전시 활용 지식 - 연출방법론 - 조명지식 - 메이크업, 코디네이션 지식 - 광고표현전략과 방법론 - 색채학
		<ul style="list-style-type: none"> - 사진촬영기법 - 조명기법 - 영상장비 운용 - 촬영연출용 이미지보드제작 - 촬영 워크시트작성 - 촬영장소, 세트 헌팅 및 섭외 - 모델 섭외 및 선정
		<ul style="list-style-type: none"> - 심미성 - 창의성 - 정확성 - 준비성 - 합리성 - 최근의 트렌드 파악 - 리더쉽 - 임기응변 - 책임감
일러스트레이션 및 CG제작	광고목표에 적합한 일러스트레이션 및CG기법의 효과적인 방향과 최상의 일러스트레이터, CG업체를 선정하고 의뢰·감리하는 방법을 학습한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 일러스트레이션 기법 - 광고표현전략과 방법론 - 광고 제작프로세스 - 인쇄제판론 - 일러스트레이터 관련정보 - 디자인재료학 - 디자인제도학 - 드로잉기법 - 색채학 - 시각디자인론 - 조형의 원리 및 실제론

모듈명	학습 영역	지식·기능·태도
		<ul style="list-style-type: none"> - 일러스트레이션 기법 - 광고표현전략과 방법론 - 광고 제작프로세스 - 인쇄제판론 - 일러스트레이터 관련정보 - 디자인재료학 - 디자인제도학 - 드로잉기법 - 색채학 - 시각디자인론 - 조형의 원리 및 실제론
		<ul style="list-style-type: none"> - 일러스트레이션 표현기법 - 멀티미디어 기법 및 운용 - 이미지표현 기법 및 S/W운용 - 일러스트레이터 명단 및 기법 체크리스트 작성 - 제작 워크시트 작성 - 일러스트레이션 의뢰용 이미지보드 작성 - 인쇄제판 기법 운용 - 그래픽 전용 컴퓨터 및 S/W운용
		<ul style="list-style-type: none"> - 심미성 - 창의성 - 정확성 - 준비성 - 합리성 - 최신 트렌드 파악 - 리더쉽 - 임기응변 - 책임감
그래픽 S/W 작업의 아트워크	그래픽 관련 소프트웨어를 활용하여 시각적 이미지 제작 및 카피적 메시지를 Lay-out하여 시안작업 및 출고용 원고 화판작업의 제작과정을 학습한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 편집 디자인론 - 인쇄 제판론 - 사진학 - 일러스트레이션 기법 - 시각디자인론 - 조형의 원리 및 실제론 - 광고 제작프로세스 - 색채학 - 광고원고용 소프트웨어, 하드웨어 운용지식 - 광고매체론 - 디자인 재료학
		<ul style="list-style-type: none"> - 일러스트레이션 표현기법 - 멀티미디어표현 기법 및 운용 - 이미지표현 기법 및 S/W 운용 - 편집디자인기법 - 인쇄 제판기법 운용 - 그래픽 전용 컴퓨터 및 S/W운용 - 입출력 및 편집 장치 운용
		<ul style="list-style-type: none"> - 심미성 - 창의성 - 정확성 - 준비성 - 합리성 - 최신 트렌드 파악 - 리더쉽 - 신속성

모듈명	학습 영역	지식·기능·태도
		<ul style="list-style-type: none"> - 임기응변 - 책임감 - 치밀함 - 일관성
프리젠테이션 준비	성공적인 프리젠테이션을 위해 프리젠테이션 계획 및 3P(People, Purpose, Place)분석법 등 프리젠테이션을 위한 준비과정을 학습한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 프리젠테이션 방법론 - 광고 제작프로세스 - 직무분석 - 광고 전략 - 크리에이티브 전략 - 직무분석 - 카피라이팅 - 시각커뮤니케이션 이론 - 자료분류, 정리, 조사 방법 - 인터넷 검색
		<ul style="list-style-type: none"> - 프리젠테이션 업무 일정표 작성 - 프리젠테이션 제작팀원 구성 - 프리젠테이션 워크시트(work sheet)작성 - 제작물 설명원고 작성 - 프리젠테이션 컨셉정리 및 작성 - 비주얼 프리젠테이션 기법 - 이미지 표현기법 및 S/W운용 - 컴퓨터 및 프로젝터 운용 - 리허설 체크리스트 작성 - 프리젠테이션 관련 기자재 운용
		<ul style="list-style-type: none"> - 준비성 - 적극성 - 추진력 - 기획력 - 정확성 - 책임감 - 합리성 - 심미성 - 치밀함
설명과 설득	광고 제작물을 효과적으로 설명·설득하여 제작의도대로 시안의 합의를 도출해낼 수 있는 설득 커뮤니케이션의 방법론을 학습한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 프리젠테이션 방법론 - 광고 제작프로세스 - 직무분석 - 광고 전략 - 크리에이티브 전략 - 직무분석 - 카피라이팅 - 시각커뮤니케이션 이론 - 인터넷 검색 - 설득 커뮤니케이션론 - 프리젠테이션 컨셉정리 방법 - 비주얼 프리젠테이션 활용기법 - 프리젠테이션의 전달기술 - 프리젠테이션 업무 일정표 작성 - 프리젠테이션 제작팀원 구성 - 프리젠테이션 워크시트(work sheet)작성 - 제작물 설명원고 작성 - 프리젠테이션 컨셉정리 및 작성

모듈명	학습 영역	지식·기능·태도
		<ul style="list-style-type: none"> - 비주얼 프리젠테이션 기법 - 이미지 표현기법 및 S/W운용 - 컴퓨터 및 프로젝터 운용 - 리허설 체크리스트 작성 - 프리젠테이션 관련 기자재 운용
		<ul style="list-style-type: none"> - 설득력 - 준비성 - 적극성 - 추진력 - 기획력 - 정확성 - 책임감 - 합리성 - 심미성 - 치밀함
최종 원고 수정·완성	이미 완성된 원고에 추가 수정 및 보완 작업을 거쳐, 최종 출고용 원고를 제작·완성해 가는 과정을 학습한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 편집디자인론 - 인쇄제판론 - 사진학 - 일러스트레이션 기법 - 시각디자인론 - 조형의 원리 및 실제론 - 광고매체론 - 디자인 재료학 - 인쇄 제판론 - 광고원고용 소프트웨어, 하드웨어 운용지식 - 색채학 - 고객분석 및 소비자 심리학 - 광고 기획 - 커뮤니케이션론 - 영상학 - 사진학 - 광고표현전략과 방법론
		<ul style="list-style-type: none"> - 일러스트레이션 표현기법 - 멀티미디어표현 기법 및 운용 - 이미지표현 기법 및 S/W 운용 - 편집디자인기법 - 인쇄 제판기법 운용 - 그래픽 전용 컴퓨터 및 S/W운용 - 입출력 및 편집 장치 운용 - 영상장비 운용
		<ul style="list-style-type: none"> - 정확성 - 치밀함 - 심미성 - 임기응변 - 신속성 - 집중력 - 창의성
출고 관리	출고 일정, 개수, 매체 등 출고를 위한 정보와 출고 시 발생하는 변수를 해결하기 위한 출고방법 및 관리를 학습한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 광고매체론 - 시각디자인론 - 광고 제작프로세스 - 편집디자인론 - 인쇄제판론 - 사진학

모듈명	학습 영역	지식·기능·태도
		<ul style="list-style-type: none"> - 일러스트레이션 기법 - 광고표현전략과 방법론 - 디자인 재료학 - 조형의 원리 및 실제론 - 광고원고용 소프트웨어, 하드웨어 운용지식 - 색채학 - 그래픽 전용 컴퓨터 및 S/W운용 - 입출력 및 편집 장치 운용 - 영상장비 운용 - 이미지표현 기법 및 S/W 운용 - 멀티미디어표현 기법 및 운용 - 편집디자인기법 - 인쇄 제판 기법 운용 - 출고일장 작성 - 심미성 - 창의성 - 정확성 - 준비성 - 치밀함 - 임기응변 - 기획력 - 신속성
정산 관리	출고 이후에 제작과 관련된 제 경비를 정산하여, 제작 완료보고서를 작성하고 제작비 청구에 요구되는 필수 경리·회계지식을 학습한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 광고매체론 - 광고 제작프로세스 - 광고기획 - 광고예산 - 인쇄 제판론 - 전파광고 제작론 - 광고대행사의 보상(수수료) - 디자인 매니저먼트 - 기초회계이해 - 컴퓨터 및 S/W운용 - 입출력 및 편집 장치 운용 - 제작완료 보고서 작성 - 정확성 - 준비성 - 치밀함 - 기획력 - 신속성 - 객관성 - 합리성 - 경제관념
광고효과 평가	광고집행 후 크리에이티브 측면에서 광고효과를 수집·분석하여 지속적인 광고 크리에이티브의 질적 관리방법을 학습한다.	<ul style="list-style-type: none"> - 광고효과분석 - 소비자 심리학 - 광고 기획 - 커뮤니케이션론 - 광고표현전략과 방법론 - 광고효과이론 - 광고매체론 - 광고 제작프로세스 - 인쇄 제판론 - 전파광고 제작론 - 자료분류, 정리, 조사 방법 - 인터넷 검색 - 크리에이티브 전략

모듈명	학습 영역	지식·기능·태도
		<ul style="list-style-type: none"> - 시각커뮤니케이션 이론 - 카피 이론 - 영상 및 매체론 - 컴퓨터 운용 - 그래픽 전용 컴퓨터 및 S/W운용 - 입출력 및 편집 장치 운용 - F.G.I(Focus Group Interview)조사 - 분석적 사고 - 소비자지향성 - 정확성 - 기획력 - 객관성 - 적극성 - 합리성 - 치밀함

4. 결 론

본 연구는 대학의 광고디자인 관련학과에서 교육이 가능한 모듈학습법 개발로서, 광고현업에서 실제로 적용할 수 있는 실무중심의 교육프로그램을 개발하여, 보다 과학적이고 체계적인 광고디자인 제작을 실행하는데 그 목적이 있다.

또한 교육현장에서 다소 비합리적·비체계적인 교육이 이루어지고 있어, 점차 복잡다단한 광고 현장의 제작 프로세스를 수행해 가는데 이미 한계점에 이르렀다고 볼 수 있다.

본 연구는 이러한 비체계적인 교육현장의 문제점을 해결하고, 광고의 과학화를 실현하는 수단으로서, 또한 대학의 교수와 더불어 학습자 개인이 광고디자인을 학습할 수 있는 자가학습법 개발의 필요성에 따라 모듈식 학습법의 도입과 체재를 개발하게 되었다.

비록 본 연구는 광고디자인 교육과정의 최초 단위의 모듈 추출에 그쳤지만, 각 모듈별로 교육방법을 보다 심화·발전하여 체계적인 모듈식 학습법을 실현하는 연구가 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 이종성 외, 능력중심 교육과정 개발 연구, 한국직업능력개발원, 2001
- 김종우 외, 직업교육훈련 학습환경 변화에 따른 모듈식 교재체제 개발, 한국직업능력개발원, 2001
- 김광수, 광고학, 한나래, 1999
- 정향진 외, 광고디자이너 직무분석, 한국직업능력개발원, 1998
- 이두희, 광고론, 박영사, 1998
- 이견실, 현대광고 입문, 나남, 1998
- (주)제일기획, 신입사원 입문 교육지침서, 1998
- (주)제일기획, 광고주 Ad School 실무자 교육, 1997
- (주)제일기획, 신입사원 광고아카데미 - 광고시작하기, 1996