

# 직무명 : 광고콘텐츠 제작

## 1. 직무 개요

### 1) 직무 정의

광고콘텐츠제작이란 상품 및 서비스의 판매 촉진을 위하여 다양한 광고물을 기획하고 제작하고 실행하고 관리하는 일이다.

### 2) 능력단위

순번	능력단위	페이지
1	광고 영업 기획	32
2	광고 전략 수립	39
3	매체 기획 관리	47
4	크리에이티브 전략 수립	54
5	제작사 기획	59
6	제작 기획	64
7	제작 준비	67
8	촬영 준비	71
9	촬영 제작	76
10	일러스트레이션	81
11	2D 그래픽 제작	86
12	3D 그래픽 제작	92
13	인쇄편집	97
14	온라인 광고 제작	102
15	사운드 디자인	108
16	영상 CG 작업	114

17	특수영상 합성	120
18	광고 실행 관리	125

### 3) 능력단위별 능력단위요소

분류번호	능력단위	수준	능력단위요소
0803020401_16v2	광고 영업 기획	5	광고주 분석하기
			제안서 작성하기
			기획 프레젠테이션하기
			광고주 관리하기
0803020402_16v2	광고 전략 수립	4	소비자 트렌드 분석하기
			광고 아이템 조사하기
			전략 설정하기
			예산 배정하기
0803020403_16v2	매체 기획 관리	4	기획서 작성하기
			매체 기획하기
			매체 구매하기
			신 매체 발굴하기
0803020411_16v2	크리에이티브 전략 수립	5	콘셉트 선정하기
			아이디어 도출하기
			표현전략 수립하기
0803020412_16v2	제작 기획	5	제작사 선정하기
			카피라이팅하기
			시안·콘티 제작하기
			제작 프레젠테이션하기
0803020405_16v2	제작 준비	3	장소·모델 섭외하기
			스태프 구성하기
			제작사전미팅하기
0803020413_16v2	촬영 준비	5	도구 준비하기
			이미지소스 준비하기
			무대소품 디자인하기
0803020414_16v2	촬영 제작	5	사진촬영 하기
			영상촬영 하기
			조명구성 하기
0803020415_16v2	일러스트레이션	5	일러스트레이션 계획 수립하기
			수작업 일러스트레이션하기
			컴퓨터 일러스트레이션하기
0803020416_16v2	2D 그래픽 제작	5	2D 이미지 제작하기
			2D 이미지 합성·보정하기
			타이포그래피하기
0803020417_16v2	3D 그래픽 제작	5	3D 모델링하기
			3D 애니메이션하기

분류 번호	능력 단위	수준	능력 단위 요소
			3D 랜더링하기
0803020418_16v1	인쇄편집	5	편집하기 인쇄하기 수정·보완하기
0803020419_16v2	온라인 광고 제작	5	인터페이스 디자인하기 인터랙티브 광고 제작하기 뉴미디어 광고 제작하기
0803020420_16v2	사운드 디자인	3	사운드 녹음하기 사운드 편집하기 음향장비 구성하기
0803020421_16v2	영상 CG 작업	5	모션그래픽스하기 영상 편집하기 영상 CG하기
0803020422_16v2	특수영상 합성	4	2D 그래픽 합성하기 3D 그래픽 합성하기 시각효과 합성하기
0803020423_16v2	광고 실행 관리	5	광고 심의하기 저작권 관리하기 광고 런칭하기 PR하기 사후 관리하기

## 2. 능력단위별 세부내용

분류번호 : 0803020401\_16v2

능력단위 명칭 : 광고 영업 기획

능력단위 정의 : 광고 영업 기획이란 광고의 수주를 목적으로 광고주를 분석하고, 광고 방향을 기획하여 제안하고, 영업 관리하는 능력이다.

능력단위요소	수행준거
<p>0803020401_16v2.1 광고주 분석하기</p>	<p>1.1 광고 수주를 목적으로 광고주 관련 브랜드, 시장, 소비자를 정확히 읽을 수 있다. 1.2 기존과 신규 광고를 바탕으로 광고, 소비자, 미디어 방향을 검토하여 광고주를 심층 분석할 수 있다. 1.3 광고주 분석 자료를 통해 광고주와 브랜드에 적합한 광고 방향을 파악 할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 환경에 대한 지식</li> <li>○ 광고 규제에 대한 지식</li> <li>○ 광고 분석 방법론</li> <li>○ 광고주 경쟁사 분석에 대한 지식</li> <li>○ 광고 매체에 대한 지식</li> <li>○ 광고 마케팅 원론</li> <li>○ 소비자 행동 분석에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 현황 분석 능력</li> <li>○ 광고 자료수집 능력</li> <li>○ 광고 시장조사 분석 능력</li> <li>○ 광고 정보 검색, 활용 능력</li> </ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고주의 마케팅 환경을 업무에 적용하려는 자세</li> <li>○ 광고주에게 도움이 되는 자료 습득을 위한 적극적인 자세</li> <li>○ 광고주 영입을 위해 끊임없이 시장을 분석하는 자세</li> <li>○ 광고 전문가로서 필요한 전문 지식 습득 자세</li> </ul>
<p>0803020401_16v2.2 제안서 작성하기</p>	<p>2.1 광고주 분석에 따라 광고주에게 효과적인 마케팅 전략을 제시 할 수 있다. 2.2 광고 마케팅 전략에 따라 광고 예산을 산정하고 적용 할 수 있다. 2.3 광고 마케팅 전략에 따라 광고주를 설득시킬 수 있는 광고 제안서를 작성할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고주 상황 분석에 대한 지식</li> <li>○ 광고 시장 및 동향에 대한 업무 지식</li> <li>○ 광고(마케팅) 전략에 대한 지식</li> <li>○ 소비자 행동에 대한 지식</li> <li>○ 예산 책정에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 현황 분석 능력</li> </ul>

능력 단 위 요 소	수 행 준 거
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고주 설득 능력</li> <li>○ 창의적인 제안서 작성 능력</li> <li>○ 광고주와의 커뮤니케이션 능력</li> <li>○ 광고 제작팀과의 커뮤니케이션 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 차별화 된 제안서를 작성하기 위한 창의적인 사고</li> <li>○ 광고주를 분석하려는 적극적인 태도</li> <li>○ 광고주, 제작팀과의 적극적인 설득 자세</li> </ul>
<p>0803020401_16v2.3 기획 프레젠테이션하기</p>	<p>3.1 작성된 광고 제안서를 통해 광고주의 공감을 이끌어 내고 설득시킬 수 있다.  3.2 효과적인 프레젠테이션을 위한 발표 자료와 시안을 제작 할 수 있다.  3.3 광고 수주를 위해 광고주가 만족 할 수 있는 차별화 된 크리에이티브를 제시 할 수 있다.  3.4 광고주를 설득하기 위해 신뢰, 호감을 줄 수 있는 태도로 프레젠테이션 할 수 있다.  3.5 프레젠테이션 환경에 따른 매체 활용과 운영을 능숙하게 할 수 있다.</p> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고(마케팅) 전략에 대한 지식</li> <li>○ 광고주 상황 분석에 대한 지식</li> <li>○ 프레젠테이션 크리에이티브 전략 기법</li> <li>○ 전략적인 프레젠테이션의 설계 지식</li> <li>○ 설득 커뮤니케이션에 대한 지식</li> <li>○ 의사 결정권자에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 프레젠테이션에 대한 능력</li> <li>○ 시안 제작 능력</li> <li>○ 광고주 설득 능력</li> <li>○ 현장 장악 능력</li> <li>○ 프레젠테이션 툴 활용 능력</li> <li>○ 환경에 따른 매체 활용 운영 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고주를 설득시키려는 적극적인 태도</li> <li>○ 철저한 사전 준비를 하려는 태도</li> <li>○ 자신감 있는 발표 자세</li> <li>○ 차별화 된 프레젠테이션을 위한 창의적인 자세</li> <li>○ 프레젠테이션 시 적극적인 문제 해결 태도</li> </ul>
<p>0803020401_16v2.4 광고주 관리하기</p>	<p>4.1 수주 된 광고주를 위하여 광고주와 제작팀간의 효과적인 커뮤니케이션 창구 역할을 담당 할 수 있다.  4.2 광고 집행이외에 광고주 관련 서비스를 지원 할 수 있다.  4.3 국외 광고에 대한 이해를 통해 글로벌 환경에 맞춘 글로벌 광고주를 관리 하거나 국내 기업의 해외 광고 진출을 도울 수 있다.</p> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고주 환경에 대한 지식</li> <li>○ 마케팅 전략에 관한 지식</li> <li>○ 영업 관리에 대한 지식</li> <li>○ 국제광고에 대한 지식</li> </ul>

능력 단위 요소	수 행 준 거
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 표현 콘셉트 관리에 대한 지식</li> <li><b>【기 술】</b></li> <li>○ 광고 마케팅 분석 능력</li> <li>○ 광고 자료수집 능력</li> <li>○ 광고 영업 능력</li> <li>○ 광고계약서 작성 능력</li> <li>○ 회의 결과 보고서 작성 능력</li> <li>○ 예산 일정 관리 능력</li> <li><b>【태 도】</b></li> <li>○ 광고주 중심의 비즈니스 태도</li> <li>○ 광고주와의 원활한 소통을 위한 유연한 태도</li> <li>○ 광고주의 니즈를 파악하려는 적극적인 태도</li> <li>○ 광고주와의 관계에서 발생하는 위기에 적극 대처하려는 태도</li> </ul>

## ◎ 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위 광고주 영업 기획이란 경쟁 프레젠테이션이나, 수의계약을 통해 광고를 수주할 기업을 확보하는 업무에 적용한다.
- 광고 수주란 광고주에게 광고 발주를 받는 것을 의미한다.
- 브랜드라 함은 제품의 이미지와 기업의 이미지를 포함한다.
- 광고 환경이란 광고와 사회, 광고와 문화, 광고와 경제를 포함한다.
- 광고주 관련 서비스 지원사항에는 국내, 국외사례, 소비자 설문조사, 경쟁 업계 동향, 광고 반응조사 등을 포함한다.
- 광고주 분석 자료는 다음을 포함 한다.
  - 광고주의 시장의 외형적 요소, 시장구조, 환경 분석, 경쟁사 및 자사 분석 자료, 마케팅 환경
- 광고 제안서는 다음을 포함 한다.
  - 광고 기대효과, 타 광고 분석 자료
  - 상황분석, 제품분석, 소비자분석, 광고규제 분석 자료
  - 시장의 외형적 요소, 시장구조, 환경 분석, 경쟁사 및 자사 분석 자료
  - 목표지향적 관점, 현안 중심적 관점, 통합마케팅 커뮤니케이션 관점
  - 광고매체, 영향력, 판매부수, 시청률, 물리적 조건, 비용
  - 광고 방향, 디자인 방향
- 프레젠테이션 능력은 발표자의 소양, 태도, 목소리, 표정, 제스처, 스토리·시나리오 작성을 포함한다.
- 크리에이티브란 광고에서 창의적인 아이디어 발상, 표현 전략을 말한다.

### 자료 및 관련 서류

- 광고주 분석 자료
- 광고 마케팅 원론
- 프레젠테이션 크리에이티브 전략 기법
- 광고 마케팅 기법

### 장비 및 도구

- 전산장비 : 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔프로젝터, 외장하드 등
- OA 관련 소프트웨어
- 그래픽 툴

## 재료

- 해당사항 없음

## ◎ 평가지침

## 평가방법

- 평가자는 능력단위 광고주 영업 기획의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가방법	평가유형	
	과정평가	결과평가
A. 포트폴리오		
B. 문제해결 시나리오		
C. 서술형시험		
D. 논술형시험		
E. 사례연구		
F. 평가자 질문	√	√
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표	√	√
L. 작업장평가		
M. 기타		

## 평가시 고려사항

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 광고 분석 방법론 이해

- 광고 현황 분석 능력
- 광고 시장조사 분석 능력
- 창의적인 제안서 작성 능력
- 광고주 상황 분석에 대한 지식
- 광고주 설득 커뮤니케이션 능력
- 환경에 따른 매체 활용 운영 능력
- 회의 결과 보고서 작성 능력
- 전략적인 프레젠테이션의 설계 지식
- 광고 현황 분석 능력
- 광고 자료수집 능력
- 프레젠테이션 활용 능력

◎ 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요영역	하위영역
1	의사소통능력	문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사표현능력, 기초외국어능력
2	수리능력	기초연산능력, 기초통계능력, 도표분석 능력, 도표작성능력
3	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
4	자원관리능력	시간자원관리능력, 예산자원관리능력, 물적자원관리능력, 인적자원관리능력
5	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
6	조직이해능력	국제감각, 조직체제이해능력, 경영이해능력, 업무이해능력
7	직업윤리	근로윤리, 공동체윤리

● 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		광고 영업 기획
능력단위 보완유형		수정
분류번호	기존	0803020401_13v1
	보완	0803020401_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020402\_16v2

능력단위 명칭 : 광고 전략 수립

능력단위 정의 : 광고 전략 수립이란 상품 및 서비스 판매 촉진을 위하여 소비자와 트렌드, 광고 아이  
템 조사 내용을 바탕으로 광고 전략을 설정하고 예산을 배정하고 기획하는 능력이다.

능력단위요소	수행준거
0803020402_16v2.1 소비자 트렌드 분석하기	<p>1.1 소비자의 계층별 성향을 분석하여 광고 아이템과의 관계성을 확립하고 대상 소비자를 설정하고 니즈를 파악할 수 있다.</p> <p>1.2 매출 증대를 위하여 광고 아이템이 속한 시장 환경 트렌드를 분석할 수 있다.</p> <p>1.3 효과적인 광고 제작을 위하여 제품군에 따른 경쟁사 광고 전략을 분석할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 소비자 조사에 대한 전반적인 지식</li><li>○ 다양한 통계 분석방법에 대한 지식</li><li>○ 트렌드 조사에 대한 전반적인 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 통계분석 소프트웨어 활용 능력</li><li>○ 통계분석 결과에 대한 해석 능력</li><li>○ 자료 검색, 수집, 정리 능력</li><li>○ 조사 진행을 위한 커뮤니케이션 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 조사 진행에 적극적인 태도</li><li>○ 트렌드 변화에 민감한 태도</li><li>○ 조사 결과를 객관적으로 분석하려는 자세</li><li>○ 새로운 분석 방법에 대해 연구하려는 태도</li></ul>
0803020402_16v2.2 광고 아이템 조사하기	<p>2.1 광고 아이템 현황 파악을 위하여 광고 아이템 매출, 인지도, 선호도, 가격구조, 유통구조를 조사 할 수 있다.</p> <p>2.2 성공적인 시장 선점을 위하여 광고 아이템의 기능적, 외관적 특성을 심층 분석 할 수 있다.</p> <p>2.3 차별화 된 광고를 위하여 광고 아이템의 브랜드 위치를 설정하고 브랜드 포지셔닝 할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 유사 상품군에 대한 전반적 지식</li><li>○ 광고 아이템 조사방법에 대한 지식</li><li>○ 다양한 통계 분석방법에 대한 지식</li><li>○ 통계결과 해석방법에 대한 지식</li><li>○ 마케팅, 브랜딩에 대한 전반적인 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 통계분석 소프트웨어 활용 능력</li><li>○ 통계분석 결과에 대한 해석 능력</li><li>○ 조사 진행을 위한 커뮤니케이션 능력</li><li>○ 팀워크 수행 능력</li></ul>

능력 단 위 요 소	수 행 준 거
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자료 검색, 수집, 정리 능력</li> <li>○ 키워드를 도출하는 능력</li> <li>○ 논리적인 사고와 문장구사 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 조사 진행에 적극적인 태도</li> <li>○ 아이TEM 현황을 심층 분석하려는 태도</li> <li>○ 새로운 분석 방법에 대해 연구하려는 태도</li> <li>○ 조사 결과를 객관적으로 분석하려는 자세</li> <li>○ 트렌드 변화에 민감한 태도</li> </ul>
<p>0803020402_16v2.3 전략 설정하기</p>	<p>3.1 광고주와 합의 된 광고의 목표를 구체화하기 위한 광고 전략 범위를 설정 할 수 있다.  3.2 수립 된 광고 전략 범위에 따라 광고 목표, 제작범위, 경쟁우위 전략을 설정 할 수 있다.  3.3 소비자 트렌드 분석과 광고주 니즈를 반영하여 광고 모델, 광고 매체, 광고 유형을 설정 할 수 있다.  3.4 상품 및 서비스 판매 촉진을 위해 광고 아이TEM의 핵심 콘셉트를 결정할 수 있다.  3.5 브랜드를 효과적으로 알리기 위한 창의적인 브랜드 콘셉트를 설정 할 수 있다.</p> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 전반적인 광고제작에 대한 지식</li> <li>○ 광고시장의 동향(트렌드)에 대한 지식</li> <li>○ 해당 광고 아이TEM의 소비자에 대한 지식</li> <li>○ 광고주 현황에 대한 지식</li> <li>○ 경쟁우위 광고 전략에 대한 지식</li> <li>○ 브랜드 콘셉트 설정에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고전략 파악 능력</li> <li>○ 광고주와의 커뮤니케이션 능력</li> <li>○ 고주와의 협의 능력</li> <li>○ 브랜드 아이덴티티 도출 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 정보수집과 분석을 위한 적극적인 태도</li> <li>○ 광고주와 제작팀의 의견을 적극 청취하려는 태도</li> <li>○ 광고주와 제작팀의 요구를 수용하고 설득하는 자세</li> <li>○ 광고시장을 거시적으로 바라보려는 태도</li> <li>○ 브랜드 콘셉트 도출에 대한 직관적인 태도</li> </ul>
<p>0803020402_16v2.4 예산 배정하기</p>	<p>4.1 설정된 광고 전략에 따른 광고제작 예산을 수립할 수 있다.  4.2 광고주가 요구한 예산 및 광고 목표를 달성하기 위해 실제 소요되는 예산을 파악할 수 있다.  4.3 광고 목표를 달성하기 위해 전체 광고 예산을 각 항목별로 효율적으로 배분 할 수 있다.</p> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고제작 산업에 대한 지식</li> <li>○ 광고제작시 필요한 인력, 업체에 대한 지식</li> <li>○ 광고제작의 시장가격에 대한 지식</li> <li>○ 견적서에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소프트웨어 활용 기술</li> </ul>

능력 단 위 요 소	수 행 준 거
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 커뮤니케이션을 위한 문서화 능력</li> <li>○ 재무회계 능력</li> <li>○ 매체 도달률, 노출 빈도를 높이는 능력</li> <li>○ 예산 관리 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 수치를 확인하려는 신중한 태도</li> <li>○ 저예산으로 광고 효과를 극대화하려는 태도</li> <li>○ 광고주와의 원활한 소통을 위한 유연한 태도</li> </ul>
<p>0803020402_16v2.5 기획서 작성하기</p>	<p>5.1 광고주와 제작팀에게 전달하고자 하는 내용을 한눈에 파악 할 수 있도록 도식화 할 수 있다.</p> <p>5.2 광고 전략과 예산안에 따라 구체적인 실행안을 체계적으로 문서화할 수 있다.</p> <p>5.3 광고 콘셉트를 효과적으로 전달하기 위한 차별화 된 광고 기획서를 디자인 할 수 있다.</p> <p>5.4 광고주의 매출 증대를 위한 프로모션, 이벤트 안을 제시할 수 있다.</p> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 제작에 대한 전반적인 지식</li> <li>○ 광고시장의 동향에 대한 지식</li> <li>○ 해당 광고 아이템의 소비자에 대한 지식</li> <li>○ 프레젠테이션 소프트웨어에 대한 지식</li> <li>○ 기획서 작성에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 방대한 정보와 지식에서 핵심내용을 문서화 할 수 기술</li> <li>○ 프레젠테이션 소프트웨어 활용능력</li> <li>○ 설득력 있게 표현할 수 있는 디자인 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 차별화 된 기획서를 작성하기 위한 창의적인 태도</li> <li>○ 광고주와 제작팀의 의견을 적극 청취하려는 태도</li> <li>○ 광고주와 제작팀의 요구를 수용하고 설득하는 자세</li> <li>○ 광고주 만족도를 높이기 위한 목표지향적 태도</li> </ul>

## ◎ 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 광고 전략을 효과적으로 수립하기 위하여 다양한 조사 방법을 통해 소비자 성향을 분석하고, 목표 고객시장 트렌드를 분석하고 광고 아이템을 심층 분석하여 상품 및 서비스 판매 촉진을 위하여 광고 전략을 설정하고 예산을 배정하고 기획하는 업무에 적용한다.
- 소구 대상은 광고 대상 소비자를 말한다.
- 광고 유형이라 함은 아래를 포함 한다.
  - 광고 매체 장르별 : TV, 신문, 잡지, 영화, 옥내외 광고, 와이드 칼라, 버스, 지하철, 온라인 광고 등
  - 영상 광고 장르별 : 드라마, 액션, 코믹, 다큐 등
  - 표현 유형 : 모션그래픽, 실사, Full 3D 등
- 브랜드 콘셉트란 신규 브랜드의 네이밍, 기업 브랜드, CM 기업브랜드, 제품 브랜드 등을 구체적으로 결정 하는 것을 말한다.
- 광고주 커뮤니케이션 능력은 가격협상, 가격 조율, 광고 콘셉트 설득, 협상 등을 말한다.
- 광고 예산이라 함은 광고 제작에 필요한 총 비용(기획비, 제작비, 인건비, 진행비, 마케팅비, 매체 구매비 등)을 말한다.
- 매체 도달률은 광고가 대상 소비자에게 전달되는 비율이다.
- 매체 빈도율은 광고가 대상 소비자에게 노출되는 비율이다
- 광고 아이템은 광고 하는 상품, 서비스, 기업 등을 말한다.
- 브랜드 아이덴티티는 브랜드의 이념, 목적, 활동, 표현 등을 통일하여 브랜드의 이미지를 정착하기 쉽게 하는 것을 말한다.
- 광고 기획서는 광고를 제작하기 위해 전략범위 설정, 광고 니즈 분석, 브랜드 콘셉트, 예산 배정 등 광고 기획을 수립하는 문서를 말한다.
- 디자인 트렌드란 광고 디자인, 광고 아이템 디자인 등의 유행을 말한다.
- 브랜드 포지셔닝은 소비자의 마음 또는 인식에서 경쟁 브랜드에 비해 특정 브랜드가 차지하고 있는 위치를 강화하거나 변화 시키는 전략을 말한다.

### 자료 및 관련 서류

- 소비자 라이프스타일 자료
- 트렌드 분석 자료
- 광고 전략 수립 기법
- 광고 기획서 작성 기법

- 광고 마케팅 원론
- 브랜드 관리론
- 광고 심리학
- 광고론
- 광고 포지셔닝론
- 광고 기획론
- 통합 마케팅 커뮤니케이션론

## 장비 및 도구

- 전산장비 : 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔프로젝터, 외장하드 등
- OA 관련 소프트웨어
- 그래픽 소프트웨어

## 재료

- 해당사항 없음

◎ 평가지침

**평가방법**

- 평가자는 능력단위 광고 전략 수립의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가방법	평가유형	
	과정평가	결과평가
A. 포트폴리오		
B. 문제해결 시나리오	√	
C. 서술형시험		√
D. 논술형시험		
E. 사례연구		√
F. 평가자 질문		
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표	√	√
L. 작업장평가		
M. 기타		

**평가지 고려사항**

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 통계분석 결과에 대한 해석 능력
  - 다양한 통계 분석방법에 대한 지식
  - 통계분석 소프트웨어 활용 능력
  - 광고시장의 동향에 대한 지식
  - 전반적인 광고제작에 대한 지식
  - 광고시장의 동향(트렌드)에 대한 지식

- 경쟁우위 광고 전략에 대한 지식
- 브랜드 콘셉트 설정에 대한 지식
- 브랜드 아이덴티티 도출 능력
- 기획서 작성에 대한 지식
- 광고제작 산업에 대한 지식
- 재무회계 관련 지식
- 예산 관리 능력

● 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요영역	하위영역
1	의사소통능력	문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사표현능력, 기초외국어능력
2	수리능력	기초연산능력, 기초통계능력, 도표분석 능력, 도표작성능력
3	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
4	자원관리능력	시간자원관리능력, 예산자원관리능력, 물적자원관리능력, 인적자원관리능력
5	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
6	조직이해능력	국제감각, 조직체제이해능력, 경영이해능력, 업무이해능력
7	직업윤리	근로윤리, 공동체윤리

● 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		광고 전략 수립
능력단위 보완유형		수정
분류번호	기존	0803020402_13v1
	보완	0803020402_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020403\_16v2

능력단위 명칭 : 매체 기획 관리

능력단위 정의 : 매체 기획 관리란 광고 목표 도달을 위해 최상의 광고매체를 기획하고 구매하고 신 매체를 발굴하고 제작사를 선정하는 일이다.

능력단위요소	수행준거
0803020403_16v2.1 매체 기획하기	<p>1.1 광고 목표를 달성하기 위하여 최신 매체 동향을 이해하고 분석할 수 있다. 1.2 매체 동향을 파악하여 광고 내용을 적합한 시간대에 기획할 수 있다. 1.3 광고 효과의 극대화를 위해서 광고 예산 내에서 매체 믹스를 기획 할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 마케팅의 개념</li><li>○ 전반적인 광고 산업에 대한 지식</li><li>○ 광고 매체에 대한 전반적 지식</li><li>○ 매체별 광고 단가에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 광고 매체별 장점, 단점을 분석하는 능력</li><li>○ 매체별 광고 효과를 예상하는 능력</li><li>○ 기획서 작성 능력</li><li>○ 예산을 효율적으로 배분하는 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 광고 효과를 극대화하고자 하는 적극적인 태도</li><li>○ 매체에 관한 정보 수집에 대한 적극적인 태도</li><li>○ 효율적인 예산 배분을 위한 치밀한 태도</li></ul>
0803020403_16v2.2 매체 구매하기	<p>2.1 효과적인 매체 구매를 위해 매체 영업 담당자와 협의를 할 수 있다. 2.2 결정된 매체 기획을 바탕으로 광고 전략에 적합한 매체 종류와 시간대를 구매하여 노출량을 확보 할 수 있다. 2.3 광고주 예산에 부합된 광고 매체를 구매할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 매체별 광고 단가에 대한 지식</li><li>○ 매체별 업계 동향에 대한 지식</li><li>○ 매체 계약에 대한 전반적인 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 매체 섭외 능력</li><li>○ 매체 가격 협상 능력</li><li>○ 광고 노출량 협상 능력</li><li>○ 위기 대처 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 매체 담당자를 섭외하기 위한 적극적인 태도</li><li>○ 최상의 계약 조건 위한 협상 태도</li><li>○ 광고주의 이익을 극대화하려는 목표 지향적인 태도</li></ul>

능력단위요소	수행준거
0803020403_16v2.3 신매체발굴하기	<p>3.1 기존 매체보다 효과적인 신매체를 발굴하기 위해 광고시장의 매체변화를 파악할 수 있다.</p> <p>3.2 광고효과를 높이기 위해 신매체활용 사례를 분석하고 활용전략을 모색할 수 있다.</p> <p>3.3 광고주시장을 선도하기 위하여 신매체를 중점적으로 활용할 수 있다.</p> <hr/> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고산업동향에 대한 지식</li> <li>○ 신매체의 활용 전략에 대한 지식</li> <li>○ 신매체활용 사례에 대한 지식</li> <li>○ 신매체활용에 따른 위험부담에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고산업동향 분석 능력</li> <li>○ 경쟁사의 광고매체 집행에 대한 분석 능력</li> <li>○ 신매체의 광고효과를 예상할 수 있는 능력</li> <li>○ 신매체 활용 전략 기획 능력</li> <li>○ 신매체 활용 사례 수집 및 분석 능력</li> </ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 신매체를 발굴하려는 도전적인 태도</li> <li>○ 신매체를 활용하려는 적극적인 태도</li> <li>○ 광고주에게 신매체의 광고효과를 알리고 설득하려는 전문가적인 태도</li> </ul>

## ◎ 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 능력단위 매체 관리란 광고 목표 도달을 위해 최상의 광고매체를 기획하고 구매하고 신 매체를 발굴하는 업무에 적용한다.
- 매체란 광고 내용을 소비자에게 전달하는 매개체로서 온·오프라인 광고(모바일 광고, 방송, 영화, 신문, 책, 잡지, 옥내·외 광고, 지하철 광고, 버스광고)를 포함한다.
- 신 매체란 기존 매체 외에 모바일, 소셜미디어 등 광고 시장에 새롭게 등장하는 매체를 말한다.
- 매체 믹스란 매체 선정 할 시 매체를 혼합하는 방식(미디어 믹스), 가장 효율 높은 매체로 도달할 수 있도록 광고 편성을 결정하는 일을 말한다.

### 자료 및 관련 서류

- 복합 매체 기법
- 뉴미디어 이론
- 뉴미디어 채택 이론
- 뉴미디어 시사 일반상식
- 광고 매체 기획론
- 미디어 윤리론
- 뉴미디어 활용 마케팅 기법
- 디지털 매체 기법

### 장비 및 도구

- 전산장비 : 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔 프로젝터, 외장하드 등
- OA 관련 소프트웨어
- 그래픽 소프트웨어

### 자료

- 해당사항 없음

◎ 평가지침

**평가방법**

- 평가자는 능력단위 매체 관리의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가방법	평가유형	
	과정평가	결과평가
A. 포트폴리오		
B. 문제해결 시나리오		
C. 서술형시험		
D. 논술형시험		√
E. 사례연구	√	
F. 평가자 질문		
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표		
L. 작업장평가		
M. 기타		

**평가지 고려사항**

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 광고 매체에 대한 전반적 지식
  - 광고 매체별 장점, 단점을 분석하는 능력
  - 광고 산업 동향에 대한 지식
  - 신 매체의 활용 전략에 대한 지식
  - 신 매체 활용 사례에 대한 지식
  - 신 매체 활용에 따른 위험 부담에 대한 지식
  - 광고 산업 동향 분석 능력

● 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요영역	하위영역
1	의사소통능력	문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사표현능력, 기초외국어능력
2	수리능력	기초연산능력, 기초통계능력, 도표분석 능력, 도표작성능력
3	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
4	자원관리능력	시간자원관리능력, 예산자원관리능력, 물적자원관리능력, 인적자원관리능력
5	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
6	조직이해능력	국제감각, 조직체제이해능력, 경영이해능력, 업무이해능력
7	직업윤리	근로윤리, 공동체윤리

● 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		매체 기획 관리
능력단위 보완유형		수정
분류번호	기존	0803020403_13v1
	보완	0803020403_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020411\_16v2

능력단위 명칭 : 크리에이티브 전략 수립

능력단위 정의 : 크리에이티브 전략 수립이란 광고주의 광고 목표에 맞는 광고 제작을 위하여 광고 콘셉트를 설정하고 창의적인 아이디어를 도출하여 표현전략을 수립하는 것이다.

능력단위요소	수행준거
0803020411_16v2.1 콘셉트 설정하기	<p>1.1 브랜드 콘셉트에 의한 목표를 설정할 수 있다. 1.2 다양한 차별화 포인트를 설정할 수 있다. 1.3 광고 아이템의 가치를 효과적으로 전달하기 위하여 광고 콘셉트를 설정 할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 크리에이티브 전략에 대한 지식</li><li>○ 전반적인 광고 제작에 대한 지식</li><li>○ 아이디어 발상법</li><li>○ 제작에 대한 핵심 키워드 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 콘셉트 목표를 분석할 수 있는 능력</li><li>○ 광고 콘셉트를 설정할 수 있는 능력</li><li>○ 광고 아이템의 가치를 설정할 수 있는 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 차별화 된 콘셉트를 수립하려는 창의적 태도</li><li>○ 효과적인 콘셉트를 적극적으로 설정하려는 태도</li><li>○ 탁월한 콘셉트를 완성하려는 전문가적 태도</li></ul>
0803020411_16v2.2 아이디어 도출하기	<p>2.1 다양한 표현 콘셉트를 설정할 수 있다. 2.2 설정한 광고 콘셉트를 표현할 수 있다. 2.3 다양한 아이디어 발상법을 통해 차별화 된 창의적 아이디어를 도출 할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 아이디어 발상법</li><li>○ 소비자 니즈에 대한 지식</li><li>○ 설득 커뮤니케이션에 대한 지식</li><li>○ 인문과 예술에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 창의적인 아이디어를 도출 할 수 있는 능력</li><li>○ 아이디어 발상법을 이해하는 능력</li><li>○ 소비자 니즈 분석 능력</li><li>○ 아이디어 채택 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 타인의 의견을 인정하려는 열린 태도</li><li>○ 자신의 의견을 피력하려는 적극적 태도</li><li>○ 소비자의 인식을 전환시키려는 적극적 태도</li></ul>

능력단위요소	수행준거
0803020411_16v2.3 표현전략 수립하기	<p>3.1 도출된 아이디어를 통해 크리에이티브 전략을 수립할 수 있다.</p> <p>3.2 크리에이티브 전략에 적합한 비주얼 이미지 전략을 수립할 수 있다.</p> <p>3.3 차별화 된 광고 제작을 위해 창의적인 표현전략을 수립 할 수 있다.</p> <hr/> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 크리에이티브 전략에 대한 지식</li> <li>○ 전반적인 광고 제작에 대한 지식</li> <li>○ 디자인 표현 방법론에 대한 지식</li> <li>○ 제작에 대한 핵심 키워드 지식</li> </ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 차별화 된 크리에이티브를 수립할 수 있는 능력</li> <li>○ 효과적인 아트워크를 통한 표현 능력</li> <li>○ 소비자를 감동적인 아이디어로 표현하는 능력</li> <li>○ 창의적인 표현 전략을 수립할 수 있는 능력</li> </ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 차별화 된 표현전략을 수립하려는 적극적 태도</li> <li>○ 효과적인 크리에이티브 전략을 수립하려는 창의적 태도</li> <li>○ 탁월한 광고 제작을 완성하려는 전문가적 태도</li> </ul>

## ◎ 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 광고물을 제작하기 위하여 콘셉트를 선정하고, 아이디어를 도출하고, 표현전략을 수립하는 등의 크리에이티브 전략 수립 업무에 적용한다.
- 광고 크리에이티브란 창의적인 발상을 토대로 전략, 콘셉트, 표현, 아이디어를 구체화하는 작업을 말한다.
- 크리에이티브란 광고에서 창의적인 아이디어 발상, 표현 전략을 말한다.
- 광고 콘셉트란 광고 기획을 하나의 관점에서 이해하게 해주고, 경쟁사와 차별되게 해주며, 광고 크리에이티브 팀에 광고 제작의 방향성을 안내하는 역할을 말한다.
- 표현 전략이란 광고 표현을 위한 이미지, 색채, 카피, 시각적 방향, 레이아웃, 편집 방향, 편집 디자인을 말한다.
- 셀링포인트란 대상 소비자의 마음이 움직일 수 있도록 구매를 유도하는 핵심 소구 포인트를 말한다.
- 소구란 광고를 통해 소비자의 구매욕을 자극 시켜 구매를 유도하고 상품이나 서비스의 특성을 호소하여 공감을 구하는 것을 말한다.

### 자료 및 관련 서류

- 크리에이티브 전략법
- 광고 기획과 제작기법
- 표현 기법
- 마케팅 전략 기법
- 광고 불변의 비법
- 광고 기호론
- 광고 캠페인 전략
- 광고 전략 에센스 기법
- 카피라이팅론
- 전략 기획론
- 광고 심리학
- 아이디어 발상법
- 판매 촉진 전략법

## 장비 및 도구

- 전산장비 : 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔 프로젝터, 외장하드 등
- OA 관련 소프트웨어
- 그래픽 소프트웨어

## 재료

- 해당사항 없음

## ◎ 평가지침

## 평가방법

- 평가자는 능력단위 제작 기획의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가 방법	평가 유형	
	과정 평가	결과 평가
A. 포트폴리오		√
B. 문제해결 시나리오	√	
C. 서술형시험		
D. 논술형시험		
E. 사례연구	√	
F. 평가자 질문		
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표	√	√
L. 작업장평가		
M. 기타		

## 평가시 고려사항

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 크리에이티브 전략에 대한 지식
  - 아이디어 발상법에 대한 지식
  - 소비자 니즈에 대한 지식
  - 설득 커뮤니케이션에 대한 지식
  - 광고 제작 프로세스에 대한 전반적인 지식
  - 발표 능력
  - 발표자료 작성

## ◎ 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요영역	하위영역
1	의사소통능력	문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사표현능력, 기초외국어능력
2	수리능력	기초연산능력, 기초통계능력, 도표분석 능력, 도표작성능력
3	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
4	자원관리능력	시간자원관리능력, 예산자원관리능력, 물적자원관리능력, 인적자원관리능력
5	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
6	조직이해능력	국제감각, 조직체제이해능력, 경영이해능력, 업무이해능력
7	직업윤리	근로윤리, 공동체윤리

● 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		크리에이티브 전략 수립
능력단위 보완유형		분할
분류번호	기존	0803020404_13v1
	보완	0803020411_16v2, 0803020412_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020412\_16v2

능력단위 명칭 : 제작 기획

능력단위 정의 : 제작 기획이란 효과적인 광고물을 제작하기 위하여 제작사를 선정하고 카피라이팅하고 시안·콘티를 만들고 프레젠테이션을 하는 능력이다.

능력단위요소	수행준거
0803020412_16v2.1 제작사 선정하기	<p>1.1 광고 콘셉트에 적합한 인쇄광고 제작사를 선정할 수 있다. 1.2 크리에이티브 전략에 적합한 영상광고 제작사를 선정할 수 있다. 1.3 영상광고의 완성도를 높일 수 있는 후반작업 제작사를 선정할 수 있다. 1.4 제작사를 선정하기 위해 광고제작 동향과 기술, 제작 능력을 파악 할 수 있다. 1.5 제작사의 기능과 일정, 역할을 관리 할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 국내외 광고 동향에 대한 지식</li><li>○ 제작 업무 분장에 대한 지식</li><li>○ 광고 제작사의 능력에 대한 지식</li><li>○ 전반적인 광고 제작에 대한 지식</li><li>○ 효율적인 예산 편성에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 크리에이티브 전략을 이해 할 수 있는 능력</li><li>○ 광고 퀄리티 파악 능력</li><li>○ 신 제작 장비 운용 파악 능력</li><li>○ 제작사 관리 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 제작사 선정에 대한 객관적인 태도</li><li>○ 광고 제작에 대한 일관성 있는 태도</li><li>○ 제작사와 수평적 관계를 유지하려는 태도</li><li>○ 제작사의 의견을 경청하려는 태도</li><li>○ 새로운 제작 기술을 도입하려는 적극적인 태도</li></ul>
0803020412_16v2.2 카피라이팅하기	<p>2.1 광고 제작을 위한 전략적 부분에서 효과적인 카피를 작성 할 수 있다. 2.2 크리에이티브 전략을 가장 잘 표현 할 수 있도록 타겟에 맞는 헤드라인- 서브타이틀- 바디카피의 순서로 작성 할 수 있다. 2.3 소비자의 이성과 감성에 소구 할 수 있는 카피를 작성 할 수 있다. 2.4 본 제작에 적용할 디자인과 조화를 줄 수 있는 카피를 작성 할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 인문학, 심리학 지식</li><li>○ 언어 지식인문학 지식</li><li>○ 언어 구현에 관한 지식</li><li>○ 마케팅 전략에 대한 지식</li><li>○ 카피라이팅에 관한 지식</li><li>○ 성공 광고 사례에 대한 지식</li></ul>

능력 단 위 요 소	수 행 준 거
	<p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 구매를 유도하는 셀링포인트 능력</li> <li>○ 콘셉트 전달 능력</li> <li>○ 핵심 키워드 도출 능력</li> <li>○ 카피 창조 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 상품에 대해 지나친 과장을 하지 않는 태도</li> <li>○ 소비자입장을 이해하려는 태도</li> <li>○ 카피에 대한 창의적 태도</li> <li>○ 광고 전략을 표현하려는 전문가적 태도</li> </ul>
<p>0803020412_16v2.3 시안·콘티 제작하기</p>	<p>3.1 작성 된 카피를 반영한 시안·콘티를 제작 할 수 있다. 3.2 크리에이티브 전략에 따라 시안·콘티 제작을 위한 소스를 수집 할 수 있다. 3.3 수집 된 소스를 바탕으로 시안·콘티 제작을 위한 스토리보드를 제작할 수 있다. 3.4 제작 된 스토리보드를 바탕으로 광고주에게 프레젠테이션 하기 위해 시안·콘티를 제작 할 수 있다.</p> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 콘텐츠 제작에 대한 지식</li> <li>○ 광고 매체 특성에 대한 지식</li> <li>○ 본 광고 제작의 전반적인 지식</li> <li>○ 시안·콘티 제작에 대한 지식</li> <li>○ 설득 커뮤니케이션에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 선정된 아이디어를 시안·콘티 표현능력</li> <li>○ 스토리보드 시나리오 제작 능력</li> <li>○ 크리에이티브를 이해하는 능력</li> <li>○ 광고 제작을 위한 소스 수집 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 차별화 된 시안·콘티 제작을 위한 창의적 태도</li> <li>○ 탁월한 시안·콘티 제작을 완성하려는 전문가적 태도</li> <li>○ 타인의 의견을 인정하려는 열린 태도</li> <li>○ 광고 프로세스를 이해하려는 태도</li> </ul>
<p>0803020412_16v2.4 제작 프레젠테이션하기</p>	<p>4.1 광고 제작 기획에 대한 명확한 해석을 통하여 발표의 목적과 개념을 정의 할 수 있다. 4.2 목적과 개념을 통해 광고주의 니즈를 파악하고 적절한 광고 방향을 제안 할 수 있다. 4.3 기획서를 활용하여 광고의 목표와 기대 효과를 제시할 수 있다. 4.4 기획방향에 맞게 프레젠테이션 할 수 있다. 4.5 제작 방향에 대한 광고주의 동의를 이끌어 낼 수 있다.</p> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 콘텐츠 제작에 대한 지식</li> <li>○ 시장의 동향에 대한 업무 지식</li> <li>○ 본 광고 제작의 전반적인 지식</li> <li>○ 광고주 업무 분장에 대한 지식</li> <li>○ 광고주 니즈에 대한 지식</li> <li>○ 제작에 대한 핵심 전략 지식</li> <li>○ 설득 커뮤니케이션에 대한 지식</li> </ul>

능력 단위 요소	수 행 준 거
	<p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 발표 능력</li> <li>○ 키워드를 도출하는 능력</li> <li>○ 그래픽 제작 소프트웨어 활용 능력</li> <li>○ 하드웨어 장비 활용 능력</li> <li>○ 팀워크 수행 능력</li> <li>○ 설득 커뮤니케이션 능력</li> <li>○ 발표 현장 적응 능력</li> <li>○ 현장 장악 능력</li> <li>○ 사전 준비 능력</li> <li>○ 자료 정리 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 독특한 프레젠테이션을 하려는 창의적 태도</li> <li>○ 돌발 상황에 대처하려는 위기 관리형 태도</li> <li>○ 광고주를 설득시키려는 전문가적인 태도</li> </ul>

## ◎ 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 효과적인 광고물을 제작하기 위하여 제작사를 선정하고 카피라이팅하고 시안·콘티를 만들고 프레젠테이션을 하는 업무에 적용한다.
- 광고 제작사란 영상 프로덕션, 모델 에이전시, 스튜디오, 스틸 영상, 라이브러리, 녹음, 편집, CG, 출력소, 인쇄소, 제본소, 메이크업, 스타일, 헤어, 촬영, 조명, 스태프, CF 감독, 광고 PD, 포스트프로덕션 등 광고 제작 업체를 말한다.
- 카피라이팅이란 헤드라인, 서브타이틀, 바디카피 등 시각적 표현을 포함한 광고물을 구성하는 카피를 작성하는 업무를 말한다.
- 아트워크는 이미지나 디자인 요소를 효과적으로 배치, 조합하여 완성하는 과정을 말한다.
- 시안 콘티는 스토리보드(CM), 신문, 잡지광고, 디자인 시안 등을 포함 하는 용어이다.
- 시안·콘티 제작을 위한 소스란 음원, 디지털 영상, 이미지, 디자인, 서체, 광고 카피 등을 말한다.

### 자료 및 관련 서류

- 크리에이티브 전략법
- 광고 기획과 제작기법
- 표현 기법
- 마케팅 전략 기법
- 광고 불변의 비법
- 광고 기호론
- 광고 캠페인 전략
- 광고 전략 에센스 기법
- 카피라이팅론
- 전략 기획론
- 광고 심리학
- 아이디어 발상법
- 판매 촉진 전략법

### 장비 및 도구

- 전산장비 : 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔 프로젝터, 외장하드 등

- OA 관련 소프트웨어
- 그래픽 소프트웨어

### 재료

- 해당사항 없음

### ◎ 평가지침

### 평가방법

- 평가자는 능력단위 제작 기획의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가 방법	평가 유형	
	과정 평가	결과 평가
A. 포트폴리오		√
B. 문제해결 시나리오	√	
C. 서술형시험		
D. 논술형시험		
E. 사례연구	√	
F. 평가자 질문		
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표	√	√
L. 작업장평가	√	
M. 기타		

## 평가지 고려사항

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 국내외 제작사 동향에 대한 지식
  - 소비자 니즈에 대한 지식
  - 설득 커뮤니케이션에 대한 지식
  - 광고 제작 프로세스에 대한 전반적인 지식
  - 효과적인 아트워크를 통한 표현 능력
  - 창의적인 표현 전략을 수립할 수 있는 능력
  - 효과적인 카피라이팅 능력
  - 시안·콘티 제작에 대한 지식
  - 선정된 아이디어를 시안·콘티 표현능력
  - 스토리보드 시나리오 제작 능력
  - 키워드를 도출하는 능력
  - 발표 능력
  - 발표자료 작성

### ◎ 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요 영역	하위 영역
1	의사소통능력	문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사표현능력, 기초외국어능력
2	수리능력	기초연산능력, 기초통계능력, 도표분석 능력, 도표작성능력
3	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
4	자원관리능력	시간자원관리능력, 예산자원관리능력, 물적자원관리능력, 인적자원관리능력
5	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
6	조직이해능력	국제감각, 조직체제이해능력, 경영이해능력, 업무이해능력
7	직업윤리	근로윤리, 공동체윤리

● 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		제작 기획
능력단위 보완유형		분할
분류번호	기존	0803020404_13v1
	보완	0803020411_16v2, 0803020412_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020405\_16v2

능력단위 명칭 : 제작 준비

능력단위 정의 : 제작준비란 완료 된 제작 기획을 바탕으로 창의적인 광고물 제작을 위하여 장소 및 모델을 섭외하고 스템을 구성하고 관리하고 제작사와 사전 미팅하는 능력이다.

능력단위 요소	수행준거
0803020405_16v2.1 장소·모델 섭외하기	<p>1.1 광고의 완성도를 높이기 위해 광고 제작 시안·콘티를 분석하고 이해 할 수 있다. 1.2 프레젠테이션 이후 제작하고자 하는 광고에 가장 적합한 장소를 찾고 섭외 할 수 있다. 1.3 제작하고자 하는 광고에 가장 적합한 모델을 발굴하고 섭외 할 수 있다. 1.4 목표에 맞는 광고 제작을 위해 적합한 장소, 모델과의 계약을 진행 할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 광고 제작 전반에 대한 지식</li><li>○ 광고 촬영에 적합한 다양한 장소에 대한 지식</li><li>○ 광고 촬영에 적합한 모델에 대한 지식</li><li>○ 촬영 조건 계약서 작성하는 지식</li><li>○ 모델료, 임대료에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 광고 콘셉트를 이해하는 능력</li><li>○ 광고 제작 시안·콘티를 분석하고 이해하는 능력</li><li>○ 광고 제작에 적합한 장소와 모델을 찾아내는 능력</li><li>○ 장소와 모델에 대한 정보 검색 능력</li><li>○ 계약 조건 협상 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 광고 콘셉트에 적합한 장소를 섭외하기 위한 창의적인 태도</li><li>○ 광고에 적합한 모델을 섭외하려는 적극적인 태도</li><li>○ 광고를 독창적으로 만들려는 태도</li></ul>
0803020405_16v2.2 스태프 구성하기	<p>2.1 광고를 제작하기 위해 스템의 업무를 분장하고 조직을 구성 할 수 있다. 2.2 광고의 완성도를 높이기 위해 스템 조직에 따라 적합한 스템을 섭외 할 수 있다. 2.3 목표에 맞는 광고 제작을 위해 구성된 스템과 계약을 진행 할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 광고 제작 전반에 대한 지식</li><li>○ 광고 촬영에 적합한 스템에 관한 지식</li><li>○ 촬영 조건 계약서 작성하는 지식</li><li>○ 스템 인건비에 관한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 광고 콘셉트를 이해하는 능력</li><li>○ 인적 네트워크 구축 활용 능력</li><li>○ 광고 제작 시안·콘티를 분석하고 이해하는 능력</li><li>○ 광고 제작에 적합한 스템 구성 능력</li><li>○ 계약 조건 협상 능력</li><li>○ 광고 제작 현장에 대한 이해 능력</li></ul>

능력 단위 요소	수 행 준 거
	<p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 제작에 적합한 스텝을 섭외하기 위한 적극적인 태도</li> <li>○ 스텝간의 화합과 단합을 유도하는 유연한 태도</li> <li>○ 제작하고자 하는 광고를 이해하려는 태도</li> </ul>
<p>0803020405_16v2.3 제작사전미팅하기</p>	<p>3.1 광고 제작 브리핑을 통해 광고 콘셉트와 방향, 역할 분담을 숙지 할 수 있다. 3.2 본 광고 제작을 위하여 제작사와 광고 제작 사전 미팅을 통해 광고 제작에 대하여 논의 할 수 있다. 3.3 제작 기획을 바탕으로 콘티, 촬영 계획, 예산, 기간, 의도, 모델, 프로덕션 디자인을 협의 할 수 있다.</p> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고의 전반적인 지식</li> <li>○ 광고 콘텐츠 제작에 대한 지식</li> <li>○ 광고주 요구사항에 대한 지식</li> <li>○ 제작에 대한 핵심 전략 지식</li> <li>○ 설득 커뮤니케이션에 대한 지식</li> <li>○ 제작사 역할에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 촬영 계획에 따른 업무 분장 능력</li> <li>○ 스텝 구성 능력</li> <li>○ 촬영 장비 세팅 능력</li> <li>○ 광고 제작계획에 대한 브리핑 능력</li> <li>○ 예산 관리 기술</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 최고의 광고를 제작하려는 적극적인 태도</li> <li>○ 광고주의 보안을 관리하려는 태도</li> <li>○ 계획성있게 현장에서 해결하려는 태도</li> <li>○ 예산을 절감하려는 태도</li> <li>○ 스텝진에게 동기를 부여하려는 목표 지향적 태도</li> <li>○ 현장에 적응하려는 순발력 있는 태도</li> <li>○ 타인의 의견을 경청하려는 태도</li> </ul>

## ◎ 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 능력단위 제작준비란 완료 된 제작 기획을 바탕으로 창의적인 광고물 제작을 위하여 장소 및 모델을 섭외하고 스태프를 구성하고 관리하고 제작사와 사전 미팅하는 업무에 적용한다.
- 계약 조건 협상 능력이란 광고 제작 전 장소와 모델, 스태프 구성, 장비 임대를 위한 전반적인 계약 업무에 관한 능력을 말한다.
- 프로덕션 디자인 : 시각적 표현물의 총 책임 역할을 담당하는 업무이다.
- 광고 제작 사전 미팅(PPM ; Pre Production Meeting)이란 광고주, 광고 대행사, 제작사가 광고 제작 이전에 제작 기획을 바탕으로 콘티, 촬영 계획, 예산, 기간, 의도, 모델, 프로덕션 디자인을 협의하는 회의를 말한다.

### 자료 및 관련 서류

- 광고 제작론
- 썸네일과 스토리보드 제작 이론
- 광고 커뮤니케이션 디자인론
- 광고 포지셔닝론
- 감성 디자인 감성 브랜드론
- 광고제작 계약서 작성법
- 브랜드 매니지먼트론
- 광고 제작 견적 기법
- 브랜드 커뮤니케이션론

### 장비 및 도구

- 전산장비 : 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔프로젝터, 외장하드 등
- OA 관련 소프트웨어
- 그래픽 소프트웨어

### 재료

- 해당사항 없음

◎ 평가지침

**평가방법**

- 평가자는 능력단위 제작 준비의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가 방법	평가 유형	
	과정 평가	결과 평가
A. 포트폴리오		√
B. 문제해결 시나리오	√	
C. 서술형시험		
D. 논술형시험		
E. 사례연구	√	
F. 평가자 질문		
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표		
L. 작업장평가		
M. 기타		

**평가지 고려사항**

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 광고 제작 프로세스에 대한 지식
  - 광고 촬영에 적합한 스텝에 관한 지식
  - 촬영 조건 계약서 작성하는 지식
  - 계약서 작성에 대한 지식
  - 촬영 계획에 따른 업무 분장 능력
  - 광고 제작 계획에 대한 전반적인 지식

◎ 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요영역	하위영역
1	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
2	자원관리능력	시간자원관리능력, 예산자원관리능력, 물적자원관리능력, 인적자원관리능력
3	대인관계능력	팀워크능력, 리더십능력, 갈등관리능력, 협상능력, 고객서비스능력
4	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
5	기술능력	기술이해능력, 기술선택능력, 기술적용능력

◎ 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		제작준비
능력단위 보완유형		수정
분류번호	기존	0803020405_13v1
	보완	0803020405_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020413\_16v2

능력단위 명칭 : 촬영 준비

능력단위 정의 : 촬영 준비란 크리에이티브 전략을 표현하기 위하여 도구 준비, 이미지소스 준비, 무대 소품 디자인을 하는 일이다.

능력단위요소	수행준거
0803020413_16v2.1 도구 준비하기	<p>1.1 크리에이티브 전략을 표현하기 위한 영상 도구를 준비 할 수 있다. 1.2 광고 제작에 필요한 소·대도구, 재료를 준비 할 수 있다. 1.3 원활한 촬영 진행을 위하여 사전 도구를 준비 할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 도구에 대한 전반적 지식</li><li>○ 광고 촬영에 대한 지식</li><li>○ 도구, 재료의 수집 경로에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 도구, 재료의 수집관리 능력</li><li>○ 도구 사용에 대한 능력</li><li>○ 도구 연출에 대한 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 최상의 광고를 제작하려는 기본적인 태도</li><li>○ 최적의 도구를 준비하려는 적극적인 태도</li><li>○ 도구를 준비하려는 계획성 있는 태도</li><li>○ 예산을 절감하려는 태도</li></ul>
0803020413_16v2.2 이미지소스 준비하기	<p>2.1 크리에이티브 전략을 완벽히 표현하기 위한 이미지를 준비 할 수 있다. 2.2 본 제작을 효과적으로 진행하기 위하여 광고의 시각적 구도 결정, CG 편집업무, 일러스트레이션 제작에 필요한 이미지 소스를 수집할 수 있다. 2.3 최상의 광고를 연출하기 위해 이미지소스를 구매, 제작 할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 이미지에 대한 전반적 지식</li><li>○ 광고 촬영에 대한 지식</li><li>○ 이미지소스 수집, 구매 방법에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 이미지 소스 검색 및 수집 능력</li><li>○ 이미지 소스 구매집행 능력</li><li>○ 이미지 연출 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 최상의 광고를 제작하려는 기본적인 태도</li><li>○ 이미지를 준비하려는 계획성 있는 태도</li><li>○ 예산을 절감하려는 태도</li></ul>
0803020413_16v2.3	<p>3.1 광고 전략에 의한 무대디자인의 공간 조형성을 이해하고, 색, 질감, 형태의 구체적인 디자인을 완성할 수 있다.</p>

능력 단 위 요 소	수 행 준 거
무대소품 디자인하기	<p>3.2 광고 콘셉트에 따른 무대디자인에 따라 무대 제작 재료와 표현 기법을 실습하고 적절한 재료를 선택 할 수 있다.</p> <p>3.3 광고 콘셉트에 맞는 창조적인 소품 디자인 제작 과정을 통해 소품 제작하고 활용 할 수 있다.</p> <p>3.4 소품의 대도구, 소도구를 종류 별로 관리하고, 오브제 설치방법, 활용방법, 디테일장식기법, 특수소품, 특수기법, 완성된 소품 연출 사진 촬영까지 경험 할 수 있다.</p>
	<p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 연출 콘셉트 해석에 대한 지식</li> <li>○ 무대디자인의 공간 조형 지식</li> <li>○ 재료, 색, 질감, 형태, 조형에 대한 지식</li> <li>○ 사진 촬영 기법</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 아이디어 스케치 능력</li> <li>○ 그래픽 제작 소프트웨어 활용 능력</li> <li>○ 자료정리 능력</li> <li>○ 무대 공간 해석 능력</li> <li>○ 소품 제작, 관리, 설치, 활용, 장식 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 무대소품 디자인의 창의적인 태도</li> <li>○ 문제 해결에 적극적으로 대처하려는 태도</li> <li>○ 자료를 유의미하게 활용하려는 태도</li> </ul>

## ◎ 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 제작 기획에 의해 촬영을 준비하는 과정으로 도구·이미지소스를 준비하고, 무대 소품을 디자인하는 업무에 적용한다.
- 공간조형성이란 시각 예술의 조형 요소 중 하나로 3차원 혹은 3차원성을 지향하는 요소를 말한다.
- 아이디어 스케치란 발상이나 이미지를 그림이나 도면 따위에 표현한 일을 말한다.

### 자료 및 관련 서류

- 광고 디자인 론
- 광고 크리에이티브 론
- 광고 아트워크 기법
- 광고 크리에이티브 전략서
- 광고 제작 기법
- 영상 미학론
- 영상 제작 기법
- 촬영 기법

### 장비 및 도구

- 전산장비 : 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔 프로젝터, 외장하드 등
- OA 관련 소프트웨어
- 조명 장비
- 촬영 장비
- 음향 장비

### 재료

- 해당사항 없음

◎ 평가지침

**평가방법**

- 평가자는 능력단위 영상제작의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가방법	평가유형	
	과정평가	결과평가
A. 포트폴리오	√	√
B. 문제해결 시나리오	√	√
C. 서술형시험		
D. 논술형시험		
E. 사례연구	√	
F. 평가자 질문		
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표		√
L. 작업장평가	√	
M. 기타		

**평가지 고려사항**

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 촬영조명 기술
  - 사진 촬영 기술
  - 아이디어 스케치 능력
  - 디자인 능력
  - 창의적 표현 능력

● 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요영역	하위영역
1	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
2	자기개발능력	자아인식능력, 자기관리능력, 경력개발능력
3	자원관리능력	시간자원관리능력, 예산자원관리능력, 물적자원관리능력, 인적자원관리능력
4	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
5	기술능력	기술이해능력, 기술선택능력, 기술적용능력

● 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		촬영준비
능력단위 보완유형		분할
분류번호	기존	0803020406_13v1
	보완	0803020413_16v2, 0803020414_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020414\_16v2

능력단위 명칭 : 촬영 제작

능력단위 정의 : 촬영 제작이란 크리에이티브 전략을 구체적으로 표현하기 위하여 조명을 구성하여 사진과 영상을 촬영하는 일이다.

능력단위요소	수행준거
0803020414_16v2.1 사진촬영 하기	1.1 사진 촬영 시 이론적 지식을 이해하여 심도 있는 촬영기술을 습득 할 수 있다. 1.2 사진 촬영에 대한 기초이론을 배우고 사용법과 구조와 원리를 파악할 수 있다. 1.3 디지털 카메라 촬영 기술을 배워서 사진을 촬영할 수 있다.  【지식】 ○ 디지털 카메라 사용법 및 구조와 원리 ○ 사진 이론과 실제에 대한 지식 ○ 조명 이론과 실제에 대한 지식 【기술】 ○ 디지털 카메라 활용 능력 ○ 사진 촬영 능력 ○ 실내외 조명 설치 운영 능력 【태도】 ○ 팀워크 수행 능력 ○ 스텝 간 의견을 경청하려는 태도 ○ 현장 경험을 통해 직관력을 키우려는 태도
0803020414_16v2.2 영상촬영 하기	2.1 영상 촬영 시 이론적 지식을 이해하여 심도 있는 촬영기술을 습득 할 수 있다. 2.2 영상 촬영에 대한 기초이론을 배우고 사용법과 구조와 원리를 파악할 수 있다. 2.3 디지털 카메라 촬영 기술을 배워서 영상을 촬영할 수 있다.  【지식】 ○ 디지털 카메라 사용법 및 구조와 원리 ○ 영상 촬영 이론과 실제에 대한 지식 ○ 조명 이론과 실제에 대한 지식 【기술】 ○ 디지털 카메라 활용 능력 ○ 영상 촬영 능력 ○ 실내외 조명 설치 운영 능력 【태도】 ○ 팀워크 수행 능력 ○ 스텝 간 의견을 경청하려는 태도 ○ 현장 경험을 통해 직관력을 키우려는 태도
0803020414_16v2.3 조명구성 하기	3.1 조명에 대한 이론적 지식을 이해하여 심도 있는 조명 기술을 습득 할 수 있다. 3.2 조명 기기에 대한 기초이론을 배우고 사용법과 구조와 원리를 파악할 수 있다. 3.3 조명기기 운용과 조명기술을 배워서 영상 및 사진을 촬영할 수 있다.

능력 단 위 요 소	수 행 준 거
	<p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 조명기기 사용법 및 구조와 원리</li> <li>○ 사진 촬영 조명 이론과 실제에 대한 지식</li> <li>○ 영상 촬영 조명 이론과 실제에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 조명기기 활용 능력</li> <li>○ 조명기기 관리 능력</li> <li>○ 실내외 조명 설치 운영 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 팀워크 수행 능력</li> <li>○ 스텝 간 의견을 경청하려는 태도</li> <li>○ 현장 경험을 통해 직관력을 키우려는 태도</li> </ul>

## ◎ 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 제작 기획에 의해 촬영을 하는 과정으로 조명을 구성하고 사진과 영상을 촬영하는 업무에 적용한다.
- 광고에서의 조명이란 광고 콘셉트를 제대로 전달하고 소비자의 감성에 호소할 수 있도록 빛과 그림자를 구성하여 화면 분위기를 만들어내는 일을 말한다.
- 광고 영상 촬영이란 30초 이내의 짧은 시간 안에 광고 메시지를 효과적으로 전달하기 위하여 영상을 촬영하는 일을 말한다.

### 자료 및 관련 서류

- 광고 디자인 론
- 광고 크리에이티브 론
- 광고 아트워크 기법
- 광고 크리에이티브 전략서
- 광고 제작 기법
- 영상 미학론
- 영상 제작 기법
- 촬영 기법
- 조명론
- 무대 조명론
- 텔레비전 광고 제작
- 인터랙티브 광고 제작법

### 장비 및 도구

- 전산장비 : 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔 프로젝터, 외장하드 등
- OA 관련 소프트웨어
- 조명 장비
- 촬영 장비
- 음향 장비

## 재료

- 해당사항 없음

## ◎ 평가지침

## 평가방법

- 평가자는 능력단위 영상제작의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가 방법	평가 유형	
	과정 평가	결과 평가
A. 포트폴리오	√	√
B. 문제해결 시나리오	√	
C. 서술형시험		
D. 논술형시험		
E. 사례연구	√	
F. 평가자 질문		
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표		
L. 작업장평가	√	√
M. 기타		

## 평가시 고려사항

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 촬영조명 기술

- 사진 촬영 기술
- 영상 촬영 기술
- 창의적 표현 능력
- 화면 분위기 표현 능력

◎ 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요영역	하위영역
1	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
2	자기개발능력	자아인식능력, 자기관리능력, 경력개발능력
3	자원관리능력	시간자원관리능력, 예산자원관리능력, 물적자원관리능력, 인적자원관리능력
4	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
5	기술능력	기술이해능력, 기술선택능력, 기술적용능력

◎ 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		촬영 제작
능력단위 보완유형		분할
분류번호	기존	0803020406_13v1
	보완	0803020413_16v2, 0803020414_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020415\_16v2

능력단위 명칭 : 일러스트레이션

능력단위 정의 : 일러스트레이션이란 광고 콘셉트 표현을 위한 일러스트레이션 계획을 수립하고 수작업 및 컴퓨터 일러스트레이션을 하는 일이다.

능력단위요소	수행준거
0803020415_16v2.1 일러스트레이션 계획 수립하기	<p>1.1 광고 콘셉트를 중심으로 일러스트레이션 계획을 수립 할 수 있다. 1.2 차별화 전략에 의한 일러스트레이션 계획을 수립 할 수 있다. 1.3 일러스트레이션의 다양한 표현 기법을 계획할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 일러스트레이션의 이론적 지식</li><li>○ 이미지 전달에 대한 지식</li><li>○ 정보 전달과 예술성에 대한 지식</li><li>○ 일러스트레이션 제작에 대한 실무 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 2D, 3D 그래픽에 대한 활용능력</li><li>○ 수작업, 컴퓨터 그래픽 활용 능력</li><li>○ 개성을 표현하는 능력</li><li>○ 상상력을 표현하는 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 효과적인 정보 전달을 위한 태도</li><li>○ 차별화 된 이미지를 전달하려는 태도</li><li>○ 일러스트레이션 프로세스를 이해하려는 태도</li></ul>
0803020415_16v2.2 수작업 일러스트레이션하기	<p>2.1 계획에 맞게 일러스트레이션의 완성도를 극대화 할 수 있다. 2.2 컴퓨터로 표현할 수 없는 이미지를 창조적으로 표현할 수 있다. 2.3 일러스트레이터의 개성과 감성을 담은 이미지를 창출할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 일러스트레이션의 이론적 지식</li><li>○ 이미지 전달에 대한 지식</li><li>○ 정보 전달과 예술성에 대한 지식</li><li>○ 일러스트레이션 제작에 대한 실무 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 다양한 수작업 일러스트레이션 능력</li><li>○ 개성을 표현하는 능력</li><li>○ 상상력을 표현하는 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 효과적인 정보 전달을 위한 태도</li><li>○ 차별화 된 이미지를 전달하려는 태도</li><li>○ 수작업 일러스트레이션 프로세스를 이해하려는 태도</li></ul>
0803020415_16v2.3	1.2 컴퓨터 일러스트레이션의 다양한 표현 기법을 계획할 수 있다.

능력 단위 요소	수 행 준 거
<p>컴퓨터 일러스트레이션하기</p>	<p>1.3 광고 콘셉트와 조화된 컴퓨터 일러스트레이션 계획을 수립 할 수 있다. 1.4 계획에 맞는 컴퓨터 일러스트레이션으로 완성도를 극대화 할 수 있다.</p> <hr/> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 컴퓨터 일러스트레이션의 이론적 지식</li> <li>○ 이미지 전달에 대한 지식</li> <li>○ 정보 전달과 예술성에 대한 지식</li> <li>○ 컴퓨터 일러스트레이션에 필요한 소프트웨어에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 컴퓨터 일러스트레이션 소프트웨어 활용 능력</li> <li>○ 개성을 표현하는 능력</li> <li>○ 상상력을 표현하는 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 효과적인 정보 전달을 위한 태도</li> <li>○ 차별화 된 이미지를 전달하려는 태도</li> <li>○ 컴퓨터 일러스트레이션 프로세스를 이해하려는 태도</li> </ul>

## ◎ 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 광고의 시각 효과를 높이기 위한 다양한 일러스트레이션 업무에 적용한다.
- 일러스트레이션 계획이란 제작에 관한 기법과 표현에 관한 일련의 업무를 말한다.
- 수작업 일러스트레이션이란 손으로 표현하는 다양한 일러스트레이션을 말한다.
- 컴퓨터 일러스트레이션이란 컴퓨터를 활용하여 표현하는 다양한 일러스트레이션을 말한다.
- 2D, 3D 그래픽의 활용 능력이란 효과적인 일러스트레이션의 완성을 위한 적합한 소프트웨어를 활용할 수 있는 능력을 말한다.
- 이미지 프로세싱이란 기존의 이미지를 새로운 이미지로 창작하거나 수정하는 일련의 과정을 말한다.
- 맵핑이란 3차원 물체 이외에 질감이나 2D 이미지를 부여하여 완성하는 것을 말한다.

### 자료 및 관련 서류

- 일러스트레이션 표현 전략
- 일러스트레이션 표현 기법
- 일러스트레이션 제작론
- 일러스트레이션 스킴
- 드로잉 기법
- 아이디어 발상론
- 광고 크리에이티브 론
- 광고 아트워크 기법
- 광고 제작 기법
- 인쇄 제작 기법

### 장비 및 도구

- 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 스캐너, 외장하드 등
- 그래픽 소프트웨어
- OA 관련 소프트웨어
- 영상 편집 소프트웨어

## 재료

- 해당사항 없음

## ◎ 평가지침

## 평가방법

- 평가자는 능력단위 그래픽 제작의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가방법	평가유형	
	과정평가	결과평가
A. 포트폴리오	√	√
B. 문제해결 시나리오		√
C. 서술형시험		
D. 논술형시험		
E. 사례연구	√	
F. 평가자 질문		
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표	√	√
L. 작업장평가	√	
M. 기타		

## 평가시 고려사항

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 수작업 일러스트레이션 제작 능력

- 컴퓨터 일러스트레이션 제작 능력
- 드로잉 표현 능력
- 2D 그래픽 제작 능력
- 3D 그래픽 제작 능력
- 아이디어 스케치 능력
- 타이포그래피 제작 능력
- 창의적 표현 능력

● 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요 영역	하위 영역
1	의사소통능력	문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사표현능력, 기초외국어능력
2	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
3	자기개발능력	자아인식능력, 자기관리능력, 경력개발능력
4	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
5	기술능력	기술이해능력, 기술선택능력, 기술적용능력

● 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		일러스트레이션
능력단위 보완유형		분할
분류번호	기존	0803020407_13v1
	보완	0803020415_16v2, 0803020416_16v2, 0803020417_16v2, 0803020418_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020416\_16v2

능력단위 명칭 : 2D그래픽 제작

능력단위 정의 : 2D 그래픽 제작이란 광고 콘셉트 구현을 위한 2D 이미지제작, 합성, 보정, 타이포그래피를 제작하는 일이다.

능력단위요소	수행준거
0803020416_16v2.1 2D 이미지 제작하기	<p>1.1 광고 콘셉트에 맞는 2D 이미지의 구성 방향을 정리 할 수 있다. 1.2 전체 구성에 맞는 2D 이미지를 제작 할 수 있다. 1.3 2D 이미지 결과물을 광고 제작에 활용 할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 2D 이미지 기본 지식</li><li>○ 사진, 드로잉, 페인팅, 이미지 프로세싱에 대한 지식</li><li>○ 2D 그래픽 소프트웨어의 창의적인 사용방법론</li><li>○ 2D 디자인 제작에 대한 프로세스 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 2D 이미지 구현 기술</li><li>○ 사진, 드로잉, 페인팅, 이미지프로세싱 활용 능력</li><li>○ 2D 그래픽 소프트웨어의 창의적인 활용 능력</li><li>○ 디자인 제작 프로세스 활용 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 완성도를 높이기 위한 목표 지향적 태도</li><li>○ 정보 전달에 대한 실험적 태도</li><li>○ 새로운 2D 이미지 개발을 위한 창의적인 태도</li><li>○ 디자인 퀄리티를 높이기 위한 전문가적 태도</li></ul>
0803020416_16v2.2 2D 이미지 합성·보정하기	<p>2.1 광고 콘셉트의 효과적인 구현을 위해 다양한 2D 이미지 디자인을 시도 할 수 있다. 2.2 광고 제작에 효과적으로 적용되도록 이미지를 합성 할 수 있다. 2.3 광고 제작에 효과적으로 적용되도록 이미지를 보정할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 2D 이미지 기본 지식</li><li>○ 사진, 드로잉, 페인팅, 이미지 프로세싱에 대한 지식</li><li>○ 2D 그래픽 소프트웨어의 창의적인 사용방법론</li><li>○ 2D 디자인 제작에 대한 프로세스 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 2D 이미지 합성·보정 구현 기술</li><li>○ 사진, 드로잉, 페인팅, 이미지프로세싱 활용 능력</li><li>○ 2D 그래픽 소프트웨어의 창의적인 활용 능력</li><li>○ 디자인 제작 프로세스 활용 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 완성도를 높이기 위한 목표 지향적 태도</li><li>○ 정보 전달에 대한 실험적 태도</li><li>○ 새로운 2D 이미지 개발을 위한 창의적인 태도</li></ul>

능력 단 위 요 소	수 행 준 거
0803020416_16v2.3 타이포그래피하기	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 디자인 퀄리티를 높이기 위한 전문가적 태도</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 글꼴과 문자를 폭 넓게 탐색하여 타이포그래피의 방향을 정리 할 수 있다.</li> <li>3.2 이미지와 레이아웃에 맞는 다양한 글꼴을 적용 할 수 있다.</li> <li>3.3 문자 배열과 문자디자인으로 효과적인 타이포그래피 표현을 시도할 수 있다.</li> <li>3.4 서체선택, 크기, 문자의 높낮이, 문장간격, 단어 간격, 문자의 강조, 입체와 평면 타이포그래피의 다양한 표현을 정리 할 수 있다.</li> </ul> <hr/> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 타이포그래피에 대한 기본 지식</li> <li>○ 타이포그래피에 대한 이해와 감각</li> <li>○ 타이포그래피의 창의적인 사용방법론</li> <li>○ 디자인 과제에 문제 해결지식</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 타이포그래피의 활용 능력</li> <li>○ 타이포그래피 이론과 실제의 적용 능력</li> <li>○ 타이포그래피 응용기술</li> <li>○ 편집디자인 활용 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 완성도를 높이기 위한 목표 지향적 태도</li> <li>○ 정보 전달에 대한 실험적 태도</li> <li>○ 새로운 타이포그래피 개발을 위한 창의적인 태도</li> <li>○ 디자인 퀄리티를 높이기 위한 전문가적 태도</li> </ul>

## ◎ 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 광고의 시각 효과를 높이기 위한 2D이미지 제작, 2D이미지 합성 보정, 타이포그래피에 관한 업무에 적용한다.
- 이미지 프로세싱이란 기존의 이미지를 새로운 이미지로 창작하거나 수정하는 일련의 과정을 말한다.
- 타이포그래피란 활자 서체의 배열을 말하며 특히 문자 또는 활판적인 기호를 중심으로 2차원적 표현을 말한다.
- 맵핑이란 3차원 물체 이외에 질감이나 2D 이미지를 부여하는 과정이다.
- 렌더링이란 2차원 화상에 광원, 위치, 색상 등 외부의 정보를 고려하여 사실감을 붙여넣어 3차원 화상을 만드는 과정을 뜻하는 말이다.

### 자료 및 관련 서류

- 커뮤니케이션디자인 론
- 이미지 제작기법
- 사진, 드로잉, 페인팅 기법
- 타이포그래피 이론과 제작
- 광고 디자인 론
- 광고 크리에이티브 론
- 광고 아트웍 기법
- 광고 크리에이티브 전략서
- 인쇄 제작 기법

### 장비 및 도구

- 전산장비 : 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔 프로젝터, 외장하드 등
- 그래픽 소프트웨어
- OA 관련 소프트웨어
- 영상 편집 소프트웨어

### 자료

- 해당사항 없음

◎ 평가지침

**평가방법**

- 평가자는 능력단위 그래픽 제작의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가방법	평가유형	
	과정평가	결과평가
A. 포트폴리오	√	√
B. 문제해결 시나리오	√	
C. 서술형시험		
D. 논술형시험		
E. 사례연구	√	
F. 평가자 질문		
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표	√	√
L. 작업장평가	√	
M. 기타		

**평가지 고려사항**

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 수작업 일러스트레이션 제작 능력
  - 컴퓨터 일러스트레이션 제작 능력
  - 2D 컴퓨터그래픽 활용 능력
  - 2D 그래픽 제작 능력
  - 아이디어 스케치 능력
  - 타이포그래피 제작 능력

- 창의적 표현 능력

◎ 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요영역	하위영역
1	의사소통능력	문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사표현능력, 기초외국어능력
2	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
3	자기개발능력	자아인식능력, 자기관리능력, 경력개발능력
4	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
5	기술능력	기술이해능력, 기술선택능력, 기술적용능력

● 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		2D 그래픽 제작
능력단위 보완유형		분할
분류번호	기존	0803020407_13v1
	보완	0803020415_16v2, 0803020416_16v2, 0803020417_16v2, 0803020418_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020417\_16v2

능력단위 명칭 : 3D그래픽 제작

능력단위 정의 : 3D 그래픽 제작이란 광고 콘셉트 구현을 위한 3D 모델링, 3D 애니메이션, 3D 렌더링 하는 일이다.

능력단위요소	수행준거
0803020417_16v2.1 3D 모델링하기	<p>1.1 3차원 공간에 대한 이해를 통해 3D 모델링을 구현할 수 있다. 1.2 다양한 오브젝트의 모델링 방식을 이해하고 결과를 제시할 수 있다. 1.3 3D 모델링 툴을 이해하고 제작할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 3D 그래픽 소프트웨어 운용에 대한 지식</li><li>○ 3D 모델링에 대한 지식</li><li>○ 컴퓨터 그래픽 3차원 공간에서의 카메라, 조명, 맵핑, 렌더링에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 3D 그래픽 소프트웨어 사용 능력</li><li>○ 3차원 공간 해석 능력</li><li>○ 입체 조형에 대한 이해 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 완성도를 높이기 위한 목표 지향적 태도</li><li>○ 정보 전달에 대한 실험적 태도</li><li>○ 새로운 3D 모델링 구현을 위한 창의적인 태도</li><li>○ 디자인 완성도를 높이기 위한 전문가적 태도</li></ul>
0803020417_16v2.2 3D 애니메이션하기	<p>2.1 3D 그래픽 소프트웨어로 광고에 필요한 오브젝트를 생성하고 움직여 광고를 효과적으로 표현 할 수 있다. 2.2 3차원 공간에 대한 이해를 통해 3D 애니메이션을 생성해 낼 수 있다. 2.3 애니메이션, 카메라, 맵핑, 라이팅을 이해하고 제작할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 3D 애니메이션 소프트웨어 운용에 대한 지식</li><li>○ 3D 애니메이션에 대한 지식</li><li>○ 컴퓨터 그래픽 3차원 공간에서의 카메라, 조명, 맵핑에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 3D 애니메이션 소프트웨어 사용 능력</li><li>○ 3차원 공간 해석 능력</li><li>○ 입체 조형에 대한 이해 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 광고 콘셉트에 적합한 애니메이션 구현을 위한 목표 지향적 태도</li><li>○ 자연스러운 애니메이션 구현을 위한 적극적인 태도</li><li>○ 새로운 3D 모델링 구현을 위한 창의적인 태도</li><li>○ 3D 애니메이션의 완성도를 높이기 위한 전문가적 태도</li></ul>
0803020417_16v2.3	<p>3.1 광고 콘셉트에 맞는 다양한 스케치를 통해 렌더링 계획을 수립할 수 있다. 3.2 효과적인 렌더링을 통해 3D 그래픽을 완성할 수 있다.</p>

능력 단위 요소	수 행 준 거
3D 렌더링하기	<p>3.3 렌더링으로 완성된 3D 그래픽을 광고 제작에 활용할 수 있다.</p> <hr/> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 3D 렌더링 소프트웨어 운용에 대한 지식</li> <li>○ 3D 렌더링에 대한 지식</li> <li>○ 컴퓨터 그래픽 3차원 공간에서의 카메라, 조명, 맵핑에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 3D 렌더링 소프트웨어 사용 능력</li> <li>○ 3차원 공간 해석 능력</li> <li>○ 입체 조형에 대한 이해 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 콘셉트에 적합한 3D 렌더링 구현을 위한 목표 지향적 태도</li> <li>○ 효과적인 애니메이션 구현을 위한 적극적인 태도</li> <li>○ 새로운 3D 렌더링 구현을 위한 창의적인 태도</li> <li>○ 3D 애니메이션의 완성도를 높이기 위한 전문가적 태도</li> </ul>

## ◎ 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 광고 콘셉트 구현을 위한 3D 모델링, 3D 애니메이션, 3D 렌더링 하는 업무에 적용한다.
- 3D 모델링이란 다양한 오브젝트를 가상의 3차원 공간속에 재현하기 위해 수학적 모델을 만들어 가는 과정을 말한다.
- 맵핑이란 3차원 물체 이외에 질감이나 2D 이미지를 부여하는 과정을 말한다.
- 애니메이션이란 움직임이 없는 3D 모델링에 인위적인 조작을 가해 움직임을 주는 것을 말한다.
- 렌더링이란 모델링과정과 애니메이션 과정을 통해 움직임을 부여한 데이터에 사실감을 붙여넣어 결과적으로 2차원 화상이나 동영상상을 만드는 과정을 말한다.

### 자료 및 관련 서류

- 입체조형론
- 3차원 공간 해석 이론
- 카메라 및 조명 이론
- 2D 그래픽 소프트웨어 사용 기법
- 3D 애니메이션 소프트웨어 사용 기법
- 영상 미학론
- 영상 제작 기법

### 장비 및 도구

- 전산장비 : 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔 프로젝터, 외장하드 등
- 3D 그래픽 소프트웨어
- 2D 그래픽 소프트웨어
- OA 관련 소프트웨어
- 영상 편집 소프트웨어

### 자료

- 해당사항 없음

◎ 평가지침

**평가방법**

- 평가자는 능력단위 그래픽 제작의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가방법	평가유형	
	과정평가	결과평가
A. 포트폴리오	√	√
B. 문제해결 시나리오	√	
C. 서술형시험		
D. 논술형시험		
E. 사례연구	√	
F. 평가자 질문		
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표	√	√
L. 작업장평가	√	
M. 기타		

**평가지 고려사항**

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 3D 그래픽 소프트웨어 사용 능력
  - 3D 그래픽 제작 능력
  - 광고 목적에 맞는 완성도 있는 3D 그래픽 제작 능력
  - 창의적 표현 능력

◎ 직업기초능력

순번	직업기초능력	
	주요영역	하위영역
1	의사소통능력	문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사표현능력, 기초외국어능력
2	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
3	자기개발능력	자아인식능력, 자기관리능력, 경력개발능력
4	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
5	기술능력	기술이해능력, 기술선택능력, 기술적용능력

◎ 개발 이력

구분		내용
직무명칭		3D 그래픽 제작
능력단위 보완유형		분할
분류번호	기존	0803020407_13v1
	보완	0803020415_16v2, 0803020416_16v2, 0803020417_16v2, 0803020418_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020418\_16v2

능력단위 명칭 : 인쇄편집

능력단위 정의 : 인쇄편집이란 효과적인 아트워크 계획을 수행하기 위하여 편집, 인쇄, 수정·보완하는 일이다.

능력단위요소	수행준거
0803020418_16v2.1 편집하기	<p>1.1 편집 계획 방향을 설정 할 수 있다. 1.2 편집 방향에 따라 레이아웃, 포맷팅을 진행할 수 있다. 1.3 편집 소프트웨어를 활용하여 효과적인 편집디자인을 수행할 수 있다. 1.4 편집디자인을 진행하여 종합적인 아트워크를 수행할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 편집디자인에 대한 지식</li><li>○ 편집 소프트웨어에 대한 지식</li><li>○ 디자인 프로세스에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 편집디자인 구현 기술</li><li>○ 인쇄환경에 대한 활용 능력</li><li>○ 디자인 프로세스의 활용 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 완성도를 높이기 위한 전문가적 태도</li><li>○ 완벽한 출력물을 위한 목표 지향적인 태도</li><li>○ 클라이언트의 눈으로 바라보고자 하는 태도</li></ul>
0803020418_16v2.2 인쇄하기	<p>2.1 편집된 내용에 적합한 인쇄 방향을 확정 할 수 있다. 2.2 디자인 결과물의 완성도를 높이기 위해 인쇄를 진행 할 수 있다. 2.3 인쇄 편집된 디자인을 출력하여 완성된 결과물을 검토 할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 인쇄방식 및 인쇄환경에 대한 지식</li><li>○ 디자인 프로세스에 대한 지식</li><li>○ 출력 소프트웨어에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 인쇄환경에 대한 활용 능력</li><li>○ 출력 소프트웨어 및 하드웨어 활용 능력</li><li>○ 인쇄용지의 종류, 잉크, 재료 선정 능력</li><li>○ 후 가공 기술에 대한 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 완성도를 높이기 위한 전문가적 태도</li><li>○ 완벽한 출력물을 위한 목표 지향적인 태도</li><li>○ 클라이언트의 눈으로 바라보고자 하는 태도</li></ul>
0803020418_16v2.3	3.1 인쇄편집과 출력 방향에 적합하게 수정할 수 있다.

능력 단 위 요 소	수 행 준 거
수정·보완하기	<p>3.2 디자인 결과물의 완성도를 위해 인쇄 편집과 수정·보완을 진행 할 수 있다.</p> <p>3.3 인쇄 편집된 디자인을 출력하여 완성된 결과물을 검토 할 수 있다.</p> <p>3.4 출력 후 문제점과 수정안을 제시하고 최종 결과물을 완성 할 수 있다.</p> <hr/> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 편집 및 인쇄에 대한 지식</li> <li>○ 편집 및 인쇄 소프트웨어에 대한 지식</li> <li>○ 디자인 프로세스에 대한 지식</li> <li>○ 인쇄방식 및 인쇄환경에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 편집 및 인쇄 구현 기술</li> <li>○ 인쇄환경에 대한 활용 능력</li> <li>○ 디자인 프로세스의 활용 능력</li> <li>○ 출력 소프트웨어 및 하드웨어 활용 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 완성도를 높이기 위한 전문가적 태도</li> <li>○ 완벽한 출력물을 위한 목표 지향적인 태도</li> <li>○ 클라이언트의 눈으로 바라보고자 하는 태도</li> </ul>

## ● 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 광고 효과를 높이기 위해 일러스트레이션, 타이포그래피, 2D그래픽, 3D그래픽 등을 효과적으로 활용하여 인쇄편집·출력 업무에 적용한다.
- 편집 하기란 광고물의 인쇄를 위해 다양한 편집 디자인을 진행하는 것을 말한다.
- 아트워크란 아티스트가 손으로 작업 한 이미지, 2D, 3D, 배경, 콘셉트 디자인, 소품디자인, 캐릭터 디자인, 컴퓨터그래픽스, 레이아웃 등의 창조적인 작업을 말한다.
- 인쇄 하기란 편집과 아트워크된 광고물의 인쇄를 진행하는 것을 말한다.
- 편집 소프트웨어란 편집디자인에 필요한 여러 가지 프로그램을 운용하는 것을 말한다.
- 수정 보완하기란 출력, 인쇄된 제작물을 목표에 맞게 보완하고 수정하는 것을 말한다.

### 자료 및 관련 서류

- 편집디자인론
- 인쇄제판론
- 현대출판론
- 타이포그래피 실무기법
- 인쇄 제작 기법
- 광고디자인론
- 광고 크리에이티브론
- 광고 아트워크 기법
- 광고 제작 기법

### 장비 및 도구

- 전산장비  
: 컴퓨터, 복사기, 프린터, 디지털카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔 프로젝터, 외장하드 등
- 그래픽 소프트웨어
- OA 관련 소프트웨어
- 편집 소프트웨어

### 재료

- 해당사항 없음

◎ 평가지침

**평가방법**

- 평가자는 능력단위 그래픽 제작의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가방법	평가유형	
	과정평가	결과평가
A. 포트폴리오	√	√
B. 문제해결 시나리오	√	
C. 서술형시험		
D. 논술형시험		
E. 사례연구	√	
F. 평가자 질문		
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표	√	√
L. 작업장평가	√	
M. 기타		

**평가지 고려사항**

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 편집디자인 수행 능력
  - 2D 그래픽 제작 능력
  - 3D 그래픽 제작 능력
  - 인쇄 수행 능력
  - 인쇄 편집 수정·보완 수행 능력
  - 타이포그래피 제작 능력
  - 창의적 표현 능력

◎ 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요영역	하위영역
1	의사소통능력	문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사표현능력, 기초외국어능력
2	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
3	자기개발능력	자아인식능력, 자기관리능력, 경력개발능력
4	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
5	기술능력	기술이해능력, 기술선택능력, 기술적용능력

◎ 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		인쇄편집
능력단위 보완유형		분할
분류번호	기존	0803020407_13v1
	보완	0803020415_16v2, 0803020416_16v2, 0803020417_16v2, 0803020418_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020419\_16v2

능력단위 명칭 : 온라인 광고 제작

능력단위 정의 : 온라인 광고 제작이란 웹, 모바일, SNS, 뉴미디어 등 다양한 온라인 매체를 기반으로 한 광고를 제작하는 능력이다.

능력단위요소	수행준거
0803020419_16v2.1 인터페이스 디자인하기	<p>1.1 온라인 광고에 적합한 인터페이스를 구현할 수 있다. 1.2 온라인 광고를 위한 홈페이지 디자인을 할 수 있다. 1.3 온라인 광고 운용을 위한 UI/UX를 기획하고 디자인할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 사용자 관점에서 적용하려는 태도</li><li>○ 온라인 광고 트렌드에 대한 지식</li><li>○ 그래픽 소프트웨어 운용에 대한 지식</li><li>○ 인터페이스에 대한 지식</li><li>○ 인터랙티브에 대한 지식</li><li>○ 뉴미디어에 대한 지식</li><li>○ 홈페이지 제작 소프트웨어에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 그래픽 소프트웨어 활용능력</li><li>○ 인터페이스 디자인능력</li><li>○ 홈페이지 제작 도구 활용능력</li><li>○ 사용자 경험 분석 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 광고 효과를 높이려는 전문가적 태도</li><li>○ 완성도를 높이기 위한 목표 지향적 태도</li><li>○ 정보 전달에 대한 실험적 태도</li><li>○ 새로운 인터페이스 구현을 위한 창의적인 태도</li><li>○ 디자인 완성도를 높이기 위한 전문가적 태도</li><li>○ 문제를 해결하려고 하는 적극적인 태도</li><li>○ 사용자 관점에서 적용하려는 태도</li></ul>
0803020419_16v2.2 인터랙티브 광고 제작하기	<p>2.1 효과적인 광고를 위한 인터랙티브 광고를 기획할 수 있다. 2.2 배너 광고와 랜딩페이지 등의 인터랙티브 광고를 제작할 수 있다. 2.3 온라인 광고를 위한 홈페이지를 제작할 수 있다. 2.4 영상, SNS, 스마트 앱 광고 등에 인터랙티브를 적용할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 온라인 광고 트렌드에 대한 지식</li><li>○ 그래픽 소프트웨어 운용에 대한 지식</li><li>○ 인터페이스에 대한 지식</li><li>○ 인터랙티브에 대한 지식</li><li>○ 뉴미디어에 대한 지식</li><li>○ 홈페이지 제작 소프트웨어에 대한 지식</li><li>○ 사용자 경험에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p>

능력 단 위 요 소	수 행 준 거
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 인터랙티브 구현능력</li> <li>○ 그래픽 소프트웨어 활용능력</li> <li>○ 인터페이스 디자인능력</li> <li>○ 홈페이지 제작 도구 활용능력</li> <li>○ 사용자 경험 분석 능력</li> <li>○ 온라인 매체 특성에 대한 이해 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 효과를 높이려는 전문가적 태도</li> <li>○ 사용자 관점에서 적용하려는 태도</li> <li>○ 완성도를 높이기 위한 목표 지향적 태도</li> <li>○ 정보 전달에 대한 실험적 태도</li> <li>○ 새로운 인터페이스 구현을 위한 창의적인 태도</li> <li>○ 디자인 완성도를 높이기 위한 전문가적 태도</li> <li>○ 문제를 해결하려고 하는 적극적인 태도</li> </ul>
<p>0803020419_16v2.3 뉴미디어 광고 제작하기</p>	<p>3.1 새롭게 등장하는 미디어에 적합한 광고를 기획할 수 있다. 3.2 모바일 디바이스에 적합한 광고를 제작할 수 있다. 3.3 가상현실, 증강현실, 홀로그램, 미디어파사드 등 다양한 매체 광고를 제작할 수 있다. 3.4 반응형광고, 위치기반광고 등 기타 뉴미디어 광고를 제작할 수 있다.</p> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 온라인 광고 트렌드에 대한 지식</li> <li>○ ICT(정보통신기술) 트렌드에 대한 지식</li> <li>○ 그래픽 소프트웨어 운용에 대한 지식</li> <li>○ 인터페이스에 대한 지식</li> <li>○ 인터랙티브에 대한 지식</li> <li>○ 뉴미디어에 대한 지식</li> <li>○ 사용자 경험에 대한 지식</li> <li>○ 모바일 디바이스에 대한 지식</li> <li>○ 가상현실, 증강현실에 대한 지식</li> <li>○ 홀로그램, 미디어파사드에 대한 지식</li> <li>○ 반응형광고, 위치기반광고에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 인터랙티브 구현능력</li> <li>○ 그래픽 소프트웨어 활용능력</li> <li>○ 인터페이스 디자인능력</li> <li>○ 사용자 경험 분석 능력</li> <li>○ 뉴미디어콘텐츠 광고 구현 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 효과를 높이려는 전문가적 태도</li> <li>○ 새로운 매체를 수용하려는 적극적인 태도</li> <li>○ 사용자 관점에서 적용하려는 태도</li> <li>○ 완성도를 높이기 위한 목표 지향적 태도</li> <li>○ 정보 전달에 대한 실험적 태도</li> <li>○ 새로운 인터페이스 구현을 위한 창의적인 태도</li> <li>○ 문제를 해결하려고 하는 적극적인 태도</li> </ul>

## ◎ 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 웹, 모바일, SNS, 뉴미디어 등 다양한 온라인 매체를 기반으로 한 광고 제작 업무에 적용한다.
- UI란 사용자 인터페이스(User Interface)를 줄인 말로 기기나 화면 등의 기능적, 기술적 특징들을 사용자의 가치로 바꿔 주는 매개물을 말한다.
- UX란 사용자의 경험(User Experience)을 줄인 말로 사용자가 어떤 시스템, 제품, 서비스를 직·간접적으로 이용하면서 느끼고 생각하게 되는 지각과 반응, 행동 등 총체적 경험을 말한다.
- 인터페이스(interface)란 좁게는 컴퓨터 및 소프트웨어 조작 방식을 말하며 넓게는 서로 다른 두 물체 사이에서 상호간 대화하는 방법을 의미하며, 인터페이스 디자인은 이러한 정보의 매개부를 통하여 HCI(Human Computer Interaction)을 원활히 지원하는 것을 목적으로 하는 디자인 행위를 말한다.
- 인터랙티브 광고(interactive advertising)란 쌍방향으로 의사소통할 수 있는 광고를 의미하며, 시청자가 광고를 보면서 카탈로그 등 추가 정보를 요구하고 나아가 제품 구매에 대한 의사 표시를 할 수 있는 쌍방향 의사소통이 가능한 광고 시스템을 말한다.
- 홈페이지 제작 소프트웨어란 홈페이지를 구축할 수 있는 다양한 전문 웹에디터를 말한다.
- 랜딩페이지(Landing Page)의 Land는 착륙을 의미하며, 웹상의 텍스트, 이미지 또는 QR코드와 같은 매개링크를 통해 최종 도착하는 웹상의 전단지라고 볼 수 있으며 최근 홈페이지보다 더욱 강력한 마케팅수단으로 인식되는 페이지를 말한다.
- 뉴미디어 광고란 우편, 전화, 라디오, 텔레비전, 신문, 잡지, 영화 등 기존의 미디어 기능과 멀티미디어, 통신, 모바일, 웹, 디지털 등의 신 기술이 연동되고 결합하여 생성한 새로운 형태의 광고를 말한다.
- SNS 광고란 다양한 소셜미디어를 이용한 광고를 의미하며 타겟광고, 리타겟 광고 등 소비자 환경에 맞춘 광고와 위치기반, 빅데이터 등 정보 기술을 활용한 광고로까지 확대되고 있는 광고를 말한다.
- 반응형광고란 사용자 경험에 따라 적합한 광고를 제공하여 광고 효과를 높이는 방식의 광고 형식을 말한다.
- 위치기반광고란 소비자의 현재 위치에 기반 하여 전달되는 광고로써 근처 점포의 위치와 정보를 안내할 수 있으며, 할인 쿠폰 발행 등을 통해 적극적으로 점포 방문을 유도하는 광고 형식을 말한다.
- 홀로그램이란 3차원 영상으로 된 입체 사진으로 홀로그래피의 원리를 이용하여 만들어지며, 입체상을 재현하는 간섭 줄무늬를 기록한 매체 형식을 말한다.
- 가상현실이란 어떤 특정한 환경이나 상황을 컴퓨터로 만들어서, 그것을 사용하는 사람이 마치

실제 주변 상황·환경과 상호작용을 하고 있는 것처럼 만들어 주는 인간-컴퓨터 사이의 인터페이스를 말한다.

- 미디어파사드란 건물의 외벽에 다양한 콘텐츠 영상을 투사하는 것을 이르며, 건물 벽에 LED 등의 디스플레이를 부착하여 영상을 구현하던 방식에서 한층 더 나아가 건물의 벽면을 디스플레이 이용으로 사용하는 매체 형식을 말한다.
- 증강현실이란 사용자가 눈으로 보는 현실세계에 가상 물체를 겹쳐 보여주는 기술로써 현실세계에 실시간으로 부가정보를 갖는 가상세계를 합쳐 하나의 영상으로 보여주는 매체 형식을 말한다.

## 자료 및 관련 서류

- 미디어와 스토리텔링론
- 멀티미디어 기획제작론
- 인터랙티브 커뮤니케이션과 인간심리론
- 통합마케팅커뮤니케이션론
- 뉴미디어론
- 기업광고와 브랜드커뮤니케이션론
- 인터랙티브 미디어 디자인론
- 사용자행동분석론
- 모바일 콘텐츠론
- 비주얼 스토리텔링론
- 광고기획 제작론
- 소셜미디어 마케팅론
- 홈페이지 구축기법

## 장비 및 도구

- 전산장비 : 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔 프로젝터, 외장하드 등
- 스틸 및 영상 촬영기
- OA 관련 소프트웨어
- 영상 편집 소프트웨어
- 홈페이지 제작 소프트웨어

## 자료

- 해당사항 없음

◎ 평가지침

**평가방법**

- 평가자는 능력단위 후반제작의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가방법	평가유형	
	과정평가	결과평가
A. 포트폴리오	√	√
B. 문제해결 시나리오	√	
C. 서술형시험		√
D. 논술형시험		
E. 사례연구	√	
F. 평가자 질문		
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표		√
L. 작업장평가	√	
M. 기타		

**평가지 고려사항**

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 뉴미디어 트렌드 이해 및 활용 능력
  - 뉴미디어를 활용한 의사소통 능력
  - 콘텐츠 기획·제작 능력
  - 소셜미디어 콘텐츠 제작(영상, 이미지, 텍스트 등) 능력
  - 뉴미디어 제작 소프트웨어 활용 능력
  - 창의적 표현 능력
  - 프레젠테이션 능력

● 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요영역	하위영역
1	의사소통능력	문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사표현능력, 기초외국어능력
2	콘텐츠 기획 능력	소셜미디어 콘텐츠 관련 영상, 이미지, 시나리오 등 기획 능력
3	뉴미디어 활용 능력	다양한 소셜미디어 활용 능력, 뉴미디어 툴 활용 능력
4	뉴미디어 커뮤니케이션 능력	소셜미디어 통한 커뮤니케이션 능력, 뉴미디어 통한 커뮤니케이션 능력, 미디어에 맞는 소통 능력
5	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
6	자기개발능력	자아인식능력, 자기관리능력, 경력개발능력
7	자원관리능력	시간자원관리능력, 예산자원관리능력, 물적자원관리능력, 인적자원관리능력
8	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
9	기술능력	기술이해능력, 기술선택능력, 기술적용능력

● 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		온라인 광고제작
능력단위 보완유형		신설
분류번호	기존	-
	보완	0803020419_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020420\_16v2

능력단위 명칭 : 사운드 디자인

능력단위 정의 : 사운드 디자인이란 광고 콘셉트에 적합한 사운드를 구현하기 위한 음향장비를 구성하고 사운드를 녹음하고 편집하는 일이다.

능력단위요소	수행준거
0803020420_16v2.1 사운드 녹음하기	<p>1.1 광고 콘셉트에 의한 소리(Sound)와 청각에 대한 이론적 지식의 습득을 통해 영상과 사운드를 접목하는 녹음을 수행 할 수 있다.</p> <p>1.2 사운드에 적합한 성우를 섭외하고 녹음 할 수 있다.</p> <p>1.3 사운드 녹음 장비를 구성하고 사용할 수 있다.</p> <p>1.4 컴퓨터 녹음 소프트웨어의 사용법을 익히고 사용할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 소리와 청각에 대한 지식</li><li>○ 사운드 녹음 장비에 대한 지식</li><li>○ 녹음 트렌드에 대한 지식</li><li>○ 성우 운용에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 녹음 장비 구성 및 세팅, 사용 능력</li><li>○ 컴퓨터 녹음 편집 소프트웨어 활용 능력</li><li>○ 오디오 믹싱 콘솔 사용 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 광고 콘셉트를 적극적으로 이해하려는 태도</li><li>○ 광고 성공에 대한 신념</li><li>○ 타인의 이야기를 적극적으로 경청하려는 태도</li></ul>
0803020420_16v2.2 사운드 편집하기	<p>2.1 사운드 기획에 적합한 사운드 편집을 수행 할 수 있다.</p> <p>2.2 사운드 편집 장비 구성을 하고 사운드 편집을 할 수 있다.</p> <p>2.3 컴퓨터 사운드 편집 소프트웨어의 사용법을 익히고 사용할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 소리와 청각에 대한 지식</li><li>○ 사운드 편집 장비에 대한 지식</li><li>○ 광고주 니즈에 적합한 사운드 편집 트렌드 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 사운드 편집 장비 구성 및 세팅, 사용 능력</li><li>○ 컴퓨터 사운드 편집 소프트웨어 활용 능력</li><li>○ 오디오 믹싱 콘솔 사용 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 광고 콘셉트를 적극적으로 이해하려는 태도</li><li>○ 광고 성공에 대한 신념</li><li>○ 타인의 이야기를 적극적으로 경청하려는 태도</li></ul>
0803020420_16v2.3 음향장비 구성하기	<p>3.1 사운드 음향 장비 구성을 하고 오디오 케이블과 커넥터, 케이블링, 마이크폰을 사용 할 수 있다.</p>

능력 단위 요소	수 행 준 거
	<p>3.2 디지털 시그널 프로세서, 스피커, 파워앰프를 이해 할 수 있다.  3.3 오디오 믹싱 콘솔을 이해하고 사용할 수 있다.  3.4 컴퓨터 오디오 소프트웨어의 사용법을 익히고 사용할 수 있다.</p> <hr/> <p><b>【지 식】</b>  ○ 소리와 청각에 대한 지식  ○ 사운드 음향 장비에 대한 지식  ○ 광고주 니즈에 의한 음향 트렌드 지식</p> <p><b>【기 술】</b>  ○ 오디오 장비 구성 및 세팅, 사용 능력  ○ 컴퓨터 음향 편집 소프트웨어 활용 능력  ○ 오디오 믹싱 콘솔 사용 능력</p> <p><b>【태 도】</b>  ○ 광고 콘셉트를 적극적으로 이해하려는 태도  ○ 광고 성공에 대한 신념  ○ 타인의 이야기를 적극적으로 경청하려는 태도</p>

## ◎ 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 광고 완성도를 높이고 광고 콘셉트에 적합한 사운드를 구현하기 위한 음향장비를 구성하고 사운드를 녹음하고 편집하는 업무에 적용한다.
- 사운드디자인이란 실제로 존재 하지 않는 가상의 소리를 창조하거나 기존의 소리를 섞어 새로운 소리를 만들어 내는 작업을 말한다.
- 사운드 녹음이란 현장녹음, 음악녹음, 후반 대사 녹음, 효과음 녹음 등을 말한다.
- 사운드 편집이란 대사 편집, 효과음 편집 등을 말한다.
- 커넥터란 오디오 케이블을 연결시키는 장비를 말한다.
- 케이블링이란 전선이나 음향 장비 케이블 운영하는 것을 말한다.
- 디지털 시그널 프로세서란 음향에 대한 사실적인 현장감을 느끼도록 이를 재현시켜주는 장비 및 기법이며, 역동적인 움직임 느끼도록 하는 다이내믹 계열, 시그널 프로세서와 공간감을 느끼도록 하는 공간계열 시그널 프로세서를 말한다.
- 오디오 믹싱 콘솔이란 다양한 오디오(음향)를 서로 섞어 새로운 음향으로 창출해 내는 장비를 말한다.

### 자료 및 관련 서류

- 사운드 디자인론
- 동시 녹음 기법
- 레코더 및 믹서 매뉴얼
- 유무선 마이크 및 송수신기 매뉴얼
- 광고 녹음 관련자료
- 해당 작품 시나리오, 콘티, 사운드 콘티
- 작업일정표
- EDL(Edit Decision Lists) 대사파트 및 ADR 레코딩 대본
- 트랙 시트 기법
- 영상미학론
- 영상 제작 기법
- 광고디자인론

## 장비 및 도구

- 전산장비 : 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔 프로젝터, 외장하드 등
- 그래픽 소프트웨어
- OA 관련 소프트웨어
- 사운드 편집 소프트웨어
- 로케이션 포터블 레코더(부속장비 포함)
- DAW(Digital Audio Workstation, 부속장비 포함)
- 믹서 (부속장비 포함)
- 마이크 및 현장녹음용 액세서리 일체
- 와이어리스 송수신기(부속장비 포함)
- 영상모니터
- 마이크 케이블(각종 변환 젠더 포함)
- 모니터 스피커
- 사운드 스크립트 노트(필기도구 포함)
- 무전기(이어셋 포함)
- 헤드폰
- 마이크 스탠드
- 사운드 카트

## 재료

- 해당사항 없음

◎ 평가지침

**평가방법**

- 평가자는 능력단위 후반제작의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가방법	평가유형	
	과정평가	결과평가
A. 포트폴리오	√	√
B. 문제해결 시나리오	√	
C. 서술형시험		√
D. 논술형시험		
E. 사례연구	√	
F. 평가자 질문	√	
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표	√	√
L. 작업장평가		
M. 기타		

**평가시 고려사항**

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 기초음향 및 전기음향에 대한 지식
  - 사운드 장비 및 소프트웨어 프로그램 활용 능력
  - 편집된 사운드와 영상과의 매칭 능력
  - 사운드와 영상의 동기화 능력
  - 모니터 측정기 분석 능력
  - 장비 관리 및 유지보수 능력
  - 다양한 음향 효과 기기에 대한 이해 및 응용 능력
  - 음악적 리듬에 대한 지식 능력
  - 데이터관리와 운영에 필요한 이해능력

◎ 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요영역	하위영역
1	의사소통능력	문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사표현능력, 기초외국어능력
2	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
3	자기개발능력	자아인식능력, 자기관리능력, 경력개발능력
4	자원관리능력	시간자원관리능력, 예산자원관리능력, 물적자원관리능력, 인적자원관리능력
5	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
6	기술능력	기술이해능력, 기술선택능력, 기술적용능력

◎ 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		사운드 디자인
능력단위 보완유형		분할
분류번호	기존	0803020408_13v1
	보완	0803020420_16v2, 0803020421_16v2, 0803020422_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020421\_16v2

능력단위 명칭 : 영상 CG 작업

능력단위 정의 : 영상 CG 작업이란 광고 표현을 위한 모션그래픽스, 영상 편집, 영상 CG를 제작하는 일이다.

능력단위요소	수행준거
0803020421_16v2.1 모션그래픽스하기	<p>1.1 광고 표현을 위한 모션그래픽스 스타일 광고 영상물을 생성 할 수 있다. 1.2 그래픽의 움직임과 시간에 대한 개념적 이해를 할 수 있다. 1.3 모션그래픽스에서의 3차원에 대한 이해를 할 수 있다. 1.4 컴퓨터그래픽 가상 공간에서의 카메라, 맵핑, 라이팅, 렌더링을 이해하고 제작할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 모션그래픽스에 대한 지식</li><li>○ 컴퓨터그래픽스의 기본 용어에 대한 지식</li><li>○ 오브젝트의 움직임과 시간 개념에 대한 지식</li><li>○ 컴퓨터그래픽 3차원 공간 안에서의 카메라, 조명, 맵핑, 렌더링에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 영상의 밀도감을 높이기 위한 기술</li><li>○ 콤포지션 관리 능력과 체적화 능력</li><li>○ 스틸 이미지의 퀄리티를 높이는 능력</li><li>○ 촬영 및 3D 소스의 활용 능력</li><li>○ 팀워크 수행 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 타인의 이야기를 경청하려는 태도</li><li>○ 클라이언트의 눈으로 바라보고자 하는 태도</li><li>○ 완성도를 높이기 위한 전문가적 태도</li><li>○ 자신과 타협하지 않으려는 적극적인 태도</li></ul>
0803020421_16v2.2 영상 편집하기	<p>2.1 본 제작 이후 촬영된 영상을 편집하고 영상을 재구성하여 영상물로 만들 수 있다. 2.2 컴퓨터 그래픽을 활용해 편집 된 영상물의 퀄리티를 상승시키고 광고 콘셉트에 맞는 영상물을 제작할 수 있다. 2.3 영상 편집, D·I 색보정, 렌더링까지 전반적인 내용을 이해하고 제작할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 영상 D·I 편집 컴퓨터그래픽스에 대한 지식</li><li>○ 색보정을 위한 색에 대한 지식</li><li>○ 렌더링에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 영상편집 컴퓨터 소프트웨어 활용능력</li><li>○ 색보정 및 D·I 컴퓨터 소프트웨어 활용능력</li><li>○ 영상 컴퓨터그래픽 소프트웨어 활용능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 광고 콘셉트를 적극적으로 이해하려는 태도</li></ul>

능력 단 위 요 소	수 행 준 거
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 성공에 대한 신념</li> <li>○ 타인의 이야기를 적극적으로 들으려는 태도</li> </ul>
<p>0803020421_16v2.3 영상 CG하기</p>	<p>3.1 컴퓨터 그래픽을 활용해 편집 된 영상물의 퀄리티를 상승시키고 광고 콘셉트에 맞는 영상물을 제작할 수 있다. 3.2 영상에 2D·3D 컴퓨터 그래픽 합성에 대해 전반적으로 이해하고 제작할 수 있다. 3.3 시각적 감수성을 반영한 영상디자인을 통하여 광고의 시각적 퀄리티를 높일 수 있다.</p> <hr/> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 영상 컴퓨터그래픽스에 대한 지식</li> <li>○ 그래픽에 움직임을 부여하는 시간 개념에 대한 지식</li> <li>○ 렌더링에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 영상편집 컴퓨터 소프트웨어 활용능력</li> <li>○ 2D, 3D 컴퓨터그래픽 소프트웨어 활용능력</li> <li>○ 영상 합성 컴퓨터 소프트웨어 활용능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 콘셉트를 적극적으로 이해하려는 태도</li> <li>○ 광고 성공에 대한 신념</li> <li>○ 타인의 이야기를 적극적으로 들으려는 태도</li> </ul>

## ● 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 광고 완성도를 높이기 위해 광고 촬영을 마친 후 영상을 편집하고 영상 CG 작업과 모션그래픽 업무에 적용한다.
- 모션그래픽이란 영상이나 이미지 등을 2차원 또는 3차원에 배치하여 그래픽을ダイナミック하게 움직임을 주는 기법을 말한다.
- 영상 CG는 영상 편집과 병행하여 진행되는 업무를 말한다.
- 영상 CG 기법이란 영상에 2D, 3D 컴퓨터 그래픽을 적용하는 기법을 말한다.

### 자료 및 관련 서류

- 컴퓨터그래픽론
- 2D 컴퓨터그래픽 기법
- 3D 컴퓨터그래픽 기법
- 디지털 영상 편집 기법
- 모션그래픽 기법
- 영상 미학론
- 영상 제작 기법
- 광고디자인론
- 광고 제작 기법

### 장비 및 도구

- 전산장비 : 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔 프로젝터, 외장하드 등
- 그래픽 소프트웨어
- OA 관련 소프트웨어
- 영상 편집 소프트웨어
- 전문 영상 합성 소프트웨어
- 모션그래픽 제작 소프트웨어

### 자료

- 해당사항 없음

◎ 평가지침

**평가방법**

- 평가자는 능력단위 후반제작의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가방법	평가유형	
	과정평가	결과평가
A. 포트폴리오	√	√
B. 문제해결 시나리오	√	
C. 서술형시험		
D. 논술형시험		
E. 사례연구	√	
F. 평가자 질문		
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표	√	√
L. 작업장평가	√	√
M. 기타		

## 평가지 고려사항

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 2D 그래픽 제작 능력
  - 3D 그래픽 제작 능력
  - 타이포그래피 제작 능력
  - 창의적 표현 능력

## ◎ 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요 영역	하위 영역
1	의사소통능력	문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사표현능력, 기초외국어능력
2	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
3	자기개발능력	자아인식능력, 자기관리능력, 경력개발능력
4	자원관리능력	시간자원관리능력, 예산자원관리능력, 물적자원관리능력, 인적자원관리능력
5	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
6	기술능력	기술이해능력, 기술선택능력, 기술적용능력

● 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		영상 CG 작업
능력단위 보완유형		분할
분류번호	기존	0803020408_13v1
	보완	0803020420_16v2, 0803020421_16v2, 0803020422_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020422\_16v2

능력단위 명칭 : 특수영상 합성

능력단위 정의 : 특수영상 합성이란 광고 콘셉트 구현을 위한 2D 그래픽 합성, 3D 그래픽 합성, 시각 효과 합성 하는 일이다.

능력단위요소	수행준거
0803020422_16v2.1 2D 그래픽 합성하기	<p>1.1 2D 그래픽 합성 방법을 적용하여 광고 호감도를 높이는 결과물을 만들어 낼 수 있다. 1.2 2D 그래픽 합성 소프트웨어를 활용 할 수 있다. 1.3 2D 그래픽 합성을 통해 광고 콘셉트에 맞는 영상을 표현하고 제작할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 2D 그래픽 합성을 위한 그래픽 운영에 대한 지식</li><li>○ 실사와 2D 컴퓨터그래픽 합성에 대한 지식</li><li>○ 합성과 VFX에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 2D 그래픽 합성 소프트웨어 사용 능력</li><li>○ 2D, 3D 컴퓨터그래픽 합성 능력</li><li>○ VFX 제작 활용 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ VFX 제작 합성에 대한 전문가적 태도</li><li>○ 완벽한 리얼리티를 추구하여 완성도를 높이려는 태도</li><li>○ 광고 콘셉트를 적극적으로 이해하려는 태도</li><li>○ 광고 성공에 대한 신념</li></ul>
0803020422_16v2.2 3D 그래픽 합성하기	<p>2.1 3D 그래픽 합성 방법을 적용하여 광고 호감도를 높이는 결과물을 만들어 낼 수 있다. 2.2 3D 그래픽 합성 소프트웨어를 활용하여 3D 소프트웨어를 연동 할 수 있다. 2.3 3D 그래픽 합성을 통해 광고 콘셉트에 맞는 영상을 표현하고 제작할 수 있다.</p> <p><b>【지식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 3D 그래픽 합성을 위한 그래픽 운영에 대한 지식</li><li>○ 실사와 2D, 3D 컴퓨터그래픽 합성에 대한 지식</li><li>○ 합성과 VFX에 대한 지식</li></ul> <p><b>【기술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 3D 그래픽 합성 소프트웨어 사용 능력</li><li>○ 2D, 3D 컴퓨터그래픽 합성 능력</li><li>○ VFX 제작 활용 능력</li></ul> <p><b>【태도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 3D 그래픽 합성에 대한 전문가적 태도</li><li>○ 완벽한 리얼리티를 추구하려는 태도</li><li>○ 광고 콘셉트를 적극적으로 이해하려는 태도</li><li>○ 광고 성공에 대한 신념</li></ul>
0803020422_16v2.3	3.1 비주얼 이펙트(VFX)를 적용하여 광고 호감도를 높이는 결과물을 만들어 낼 수 있다.

능력 단 위 요 소	수 행 준 거
시각효과 합성하기	<p>3.2 VFX 소프트웨어를 활용 할 수 있다.</p> <p>3.3 VFX를 통해 광고 콘셉트에 맞는 영상을 표현하고 제작할 수 있다.</p> <hr/> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ VFX을 위한 그래픽 운영에 대한 지식</li> <li>○ 실사와 2D, 3D 컴퓨터그래픽 합성에 대한 지식</li> <li>○ 합성과 VFX에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 특수영상 합성 소프트웨어 사용 능력</li> <li>○ 2D, 3D 컴퓨터그래픽 합성 능력</li> <li>○ VFX 제작 활용 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ VFX 제작 합성에 대한 전문가적 태도</li> <li>○ 완벽한 리얼리티를 추구하려는 태도</li> <li>○ 광고 콘셉트를 적극적으로 이해하려는 태도</li> <li>○ 광고 성공에 대한 신념</li> </ul>

## ◎ 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 광고 완성도를 높이기 위해 최종적으로 2D, 3D 컴퓨터그래픽 및 VFX를 합성하는 업무에 적용한다.
- VFX란 비주얼 이펙트(Visual effects)의 줄임말로 시각 효과를 말한다.

### 자료 및 관련 서류

- 컴퓨터그래픽 기법
- 특수효과 기법
- 모형제작 기법
- 디지털 영상 편집 기법
- 영상 미학론
- 영상 제작 기법
- 촬영 기법
- 광고디자인론
- 광고 제작 기법

### 장비 및 도구

- 전산장비 : 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔 프로젝터, 외장하드 등
- 그래픽 소프트웨어
- OA 관련 소프트웨어
- 영상 편집 소프트웨어
- 전문 영상 합성 소프트웨어
- 3D 그래픽 소프트웨어

### 자료

- 해당사항 없음

◎ 평가지침

**평가방법**

- 평가자는 능력단위 후반제작의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가방법	평가유형	
	과정평가	결과평가
A. 포트폴리오		√
B. 문제해결 시나리오	√	
C. 서술형시험		
D. 논술형시험		
E. 사례연구	√	
F. 평가자 질문		
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표	√	√
L. 작업장평가	√	√
M. 기타		

**평가지 고려사항**

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 2D 그래픽 제작 능력
  - 3D 그래픽 제작 능력
  - 촬영조명 기술
  - 사진 촬영 기술
  - 타이포그래피 제작 능력
  - 창의적 표현 능력

◎ 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요영역	하위영역
1	의사소통능력	문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사표현능력, 기초외국어능력
2	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
3	자기개발능력	자아인식능력, 자기관리능력, 경력개발능력
4	자원관리능력	시간자원관리능력, 예산자원관리능력, 물적자원관리능력, 인적자원관리능력
5	정보능력	컴퓨터활용능력, 정보처리능력
6	기술능력	기술이해능력, 기술선택능력, 기술적용능력

◎ 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		특수영상 합성
능력단위 보완유형		분할
분류번호	기존	0803020408_13v1
	보완	0803020420_16v2, 0803020421_16v2, 0803020422_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		

분류번호 : 0803020423\_16v2

능력단위 명칭 : 광고 실행 관리

능력단위 정의 : 광고 실행 관리란 광고 목표를 달성하기 위해 제작 된 광고물을 적합한 매체에 런칭하고 사후 관리하는 능력이다.

능력단위요소	수행준거
0803020423_16v2.1 광고 심의하기	<p>1.1 제작 된 광고가 공공성, 공정성, 윤리성을 기준으로 방영에 적합한지 심의를 받기 위해 해당 심의기관에 신청 할 수 있다.</p> <p>1.2 광고의 종류에 따라 각 광고 심의를 담당하는 해당 심의기관에 적합한 신청방법을 파악 할 수 있다.</p> <p>1.3 심의기준에 통과하지 못한 광고는 다시 해당 심의기관의 요구에 적합하도록 수정작업을 진행할 수 있다.</p> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 심의기관에 대한 지식</li><li>○ 각 심의기관의 심의방법, 심의절차 지식</li><li>○ 광고심의에 관한 법률적 지식</li></ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 광고심의 정보검색, 활용 능력</li><li>○ 기존 광고물 심의결과 분석 능력</li><li>○ 심의기준에 따라 문서화하는 능력</li><li>○ 심의기관 담당자와의 커뮤니케이션 능력</li><li>○ 돌발 상황에 따른 위기 대처 능력</li></ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 심의기준에 준거해 광고제작물을 통과시키기 위한 적극적인 태도</li><li>○ 심의기관 담당자의 의견을 경청하고 수렴하는 태도</li><li>○ 심의 기준을 꼼꼼하게 분석하려는 태도</li></ul>
0803020423_16v2.2 저작권 관리하기	<p>2.1 국내외 지적재산권 관련 자료를 수집하고 그 목적에 맞게 체계적으로 분석할 수 있다.</p> <p>2.2 광고에 사용 된 음원, 디지털영상, 이미지, 서체의 지적재산권 침해여부를 판단할 수 있다.</p> <p>2.3 광고 제작 시 필요한 지적재산권 관리계획을 수립할 수 있다.</p> <p>2.4 완성 된 광고물의 지적재산권을 보호하고 지속적으로 모니터링 한다.</p> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 지적재산권에 대한 전반적인 지식</li><li>○ 국내외 지적재산권 침해 사례에 대한 지식</li><li>○ 구체적인 지적재산권 기준에 대한 법률적인 지식</li></ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 법률적 정보검색, 활용능력</li><li>○ 지적재산권에 대한 광고제작팀 설득 기술</li><li>○ 광고물마다 다른 지적재산권법 적용 능력</li><li>○ 광고물마다 다른 지적재산권법 분석 능력</li></ul>

능력 단위 요소	수 행 준 거
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지적재산권법 소송에 대한 위기 대처 능력</li> </ul> <b>【태 도】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지적재산권법을 대하는 신중 한 태도</li> <li>○ 설득을 위한 적극적인 태도</li> <li>○ 위기에 대처하는 침착하고 유연한 자세</li> </ul>
<p>0803020423_16v2.3 광고 런칭하기</p>	<p>3.1 국내외 광고 런칭 성공, 실패사례 관련 정보를 수집 하고 해당 광고목적에 맞게 활용방안을 분석할 수 있다.</p> <p>3.2 광고의 대상 소비자층 성향과 생활 패턴을 고려해 광고 런칭의 방향을 설정할 수 있다.</p> <p>3.3 설정 된 광고 런칭 방향에 따라 완성 된 광고물을 적합한 매체를 통해 런칭 할 수 있다.</p> <b>【지 식】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국내외 광고 런칭에 대한 성공, 실패사례 지식</li> <li>○ 광고 런칭 동향 지식</li> <li>○ 광고대상, 매체 및 트렌드 동향에 대한 지식</li> </ul> <b>【기 술】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 런칭 자료 수집 능력</li> <li>○ 광고 런칭 정보검색, 활용능력</li> <li>○ 대상 소비자와의 커뮤니케이션 기술</li> </ul> <b>【태 도】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 런칭 관계자들의 의견을 경청하는 자세</li> <li>○ 창의적으로 런칭하려는 태도</li> <li>○ 자료 수집에 필요한 적극적인 태도</li> <li>○ 광고 시장을 이해하려는 종합적인 태도</li> <li>○ 광고 효과를 극대화하려는 목표 지향적인 태도</li> </ul>
<p>0803020423_16v2.4 PR하기</p>	<p>4.1 광고의 성공을 위해 국내외 광고 PR 사례를 분석할 수 있다.</p> <p>4.2 최신 광고 PR의 트렌드에 대해 자료를 검색하고 수집 해 다양한 PR 아이디어를 도출할 수 있다.</p> <p>4.3 광고제작물에 대한 대상 소비자들의 관심을 더욱 끌 수 있도록 효과적인 홍보, 캠페인, 이벤트를 기획할 수 있다.</p> <p>4.4 PR 방향에 따라 기획 된 홍보, 캠페인, 이벤트를 진행 할 수 있다.</p> <b>【지 식】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ PR, 미디어 환경, 기자에 대한 지식</li> <li>○ PR에 대한 전반적인 지식</li> <li>○ 동종업종 광고물의 PR 동향 지식</li> <li>○ 통합 마케팅 커뮤니케이션(IMC)에 대한 지식</li> </ul> <b>【기 술】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ PR 성공, 실패 사례 자료 수집 능력</li> <li>○ 정보검색, 활용능력</li> <li>○ 기자와 원활한 커뮤니케이션 능력</li> <li>○ PR을 위한 보도자료 작성 능력</li> <li>○ PR 진행 능력</li> </ul> <b>【태 도】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 창의적으로 PR하려는 태도</li> <li>○ 위기 상황에 대처하려는 적극적인 태도</li> <li>○ 광고 시장을 이해하려는 종합적인 태도</li> </ul>

능력 단 위 요 소	수 행 준 거
0803020423_16v2.5 사후관리하기	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 효과를 극대화하려는 목표 지향적인 태도</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>5.1 광고 결과 분석을 위한 기준을 설정하여 광고 효과를 객관적으로 분석하고 수치화할 수 있다.</li> <li>5.2 광고관련 법제에 대한 이해, 광고 윤리와 규제에 대한 내용을 사전에 파악하고 기타 관련단체와의 분쟁을 사후관리 할 수 있다.</li> <li>5.3 소비자, 경쟁사, 사회·종교·정치 단체, 정부와 발생 가능한 분쟁을 사전에 예방하고 관리 할 수 있다.</li> <li>5.4 광고주에게 광고성과, 집행내역을 보고하고 추가적인 광고, 다양한 세일즈 프로모션 등을 제안할 수 있다.</li> </ul> <p><b>【지 식】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 마케팅 전략에 대한 전반적인 지식</li> <li>○ 광고 효과 측정에 대한 지식</li> <li>○ 광고 결과 분석 방법론에 대한 지식</li> <li>○ 광고윤리·법제·심의에 대한 지식</li> <li>○ 대한민국 표시·광고의 공정화에 관한 법률</li> <li>○ 광고주와 관련된 경쟁사 동향 및 마케팅 지식</li> <li>○ 예산 집행에 대한 회계적 지식</li> <li>○ 추가 광고 집행을 위한 전략과 영업 지식</li> <li>○ 뉴미디어 광고, BTL 광고, 세일즈 프로모션에 대한 지식</li> </ul> <p><b>【기 술】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 결과를 분석, 수치화, 해석할 수 있는 능력</li> <li>○ 분석 결과를 광고 전략을 수정·유지 할 수 있는 능력</li> <li>○ 분쟁에 관한 법률 해석·중재·해결 능력</li> <li>○ 광고 결과 보고서 작성 능력</li> <li>○ 광고주 설득 커뮤니케이션 능력</li> <li>○ 광고 마케팅 분석 능력</li> <li>○ IMC(통합마케팅 커뮤니케이션) 실행 능력</li> </ul> <p><b>【태 도】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 광고 결과를 객관적으로 분석하려는 태도</li> <li>○ 광고주 니즈를 수용하여 수정·보완 하는 적극적인 태도</li> <li>○ 분쟁에 적극적으로 대응하는 자세</li> <li>○ 위기상황을 판단할 수 있는 태도</li> <li>○ 문제 발생에 대비하는 태도</li> </ul>

## ◎ 적용범위 및 작업상황

### 고려사항

- 이 능력단위는 제작된 광고물을 효과적으로 런칭하기 위해 심의·저작권 관리·PR·사후관리 하는 업무를 말한다.
- 지적재산권이란 인간의 정신적인 창작 활동 소산에 대한 재산권을 말하며 크게 저작권과 산업 재산권(특허권, 의장권, 상표권, 실용신안권)으로 나뉜다.
- 광고 심의기준 인쇄나 전파 매체나 허위 과대광고를 규제하는 목적으로 신청된 광고 원고의 내용을 심사하기 위해 회사 또는 단체가 제각기 제정 한 심의 기준을 말한다.
- 광고 런칭이란 광고 매체를 통해 완성된 광고물을 소비자에게 선보이는 것을 말한다.
- PR이란 광고를 더 많은 소비자가 접할 수 있도록 (광고 흥행, 성공을 위한) 홍보나 이벤트 프로모션에 전반적인 홍보 활동을 말한다.
- 사후관리란 광고가 목적에 부합되었는지 확인하기 위해 결과를 분석하고 분쟁을 관리하고 광고주 피드백을 관리 업무에 적용한다.
- 광고 결과 분석은 광고호감도, 선호도, 매출, 인지도를 종합 분석하는 것을 포함한다.
- 광고 윤리란 광고 활동 및 광고 표현에 수반되는 윤리를 말한다.
- 분쟁은 방송사고, 모델 이미지 훼손, 정보 오류, 오기, 제품 클레임, 계약 위반 등을 포함한다.
- 광고 규제 유형이란 허위광고, 비방광고, 기만광고, 과대광고, 과장광고, 반공공성 광고, 불공정 광고, 비교 광고, 저작권, 표절 등을 포함하다.
- 후속 서비스 관리란 방송시간대 확보, 매체 확보를 말한다.
- BTL(Below the Line) 미디어를 매개하지 않는 프로모션으로 판매 지원, 유통지원, 샘플링 등과 같이 브랜드를 직접 접하거나 참여하거나 체험, 입소문 등 대면 커뮤니케이션을 활용하는 것이다.
- 광고 법제 : 광고에 관련된 법률과 제도를 말한다.
- 통합마케팅커뮤니케이션이란 IMC(Integrated Marketing Communication), 광고, DM, 판매촉진, PR 등 다양한 커뮤니케이션 수단들의 전략적인 역할을 비교, 검토하고, 명료성과 정확성 측면에서 최대의 커뮤니케이션 효과를 거둘 수 있도록 이들을 통합하는 총괄적인 계획의 수립과정을 말한다.

### 자료 및 관련 서류

- 국제 PR 기법
- 통합 커뮤니케이션 전략론
- 미디어 윤리론

- 광고 심의 규정
- 광고 런칭 전략론
- 설득 커뮤니케이션 론
- PR론
- 광고 매체 기획론
- 저작권 관리 기법
- 광고 런칭 사례 연구
- 매스미디어 조사 방법론
- 광고 기획론
- 브랜드 커뮤니케이션론
- 광고 매체 기획론
- 소비자 행동 분석론
- 광고 경영론
- 광고 분쟁 해결 기법

## 장비 및 도구

- 전산장비 : 컴퓨터, 복사기, 프린터, 카메라, 모니터, 녹음기, 스캐너, 빔프로젝터, 외장하드 등
- OA 관련 소프트웨어
- 그래픽 소프트웨어

## 자료

- 해당사항 없음

◎ 평가지침

**평가방법**

- 평가자는 능력단위 광고 실행의 수행준거에 제시되어 있는 내용을 평가하기 위해 이론과 실기를 나누어 평가하거나 종합적인 결과물의 평가 등 다양한 평가 방법을 사용할 수 있다.
- 피 평가자의 과정평가 및 결과평가 방법

평가방법	평가유형	
	과정평가	결과평가
A. 포트폴리오		
B. 문제해결 시나리오	√	
C. 서술형시험		√
D. 논술형시험		
E. 사례연구	√	√
F. 평가자 질문		
G. 평가자 체크리스트		
H. 피평가자 체크리스트		
I. 일지·저널		
J. 역할연기		
K. 구두발표		√
L. 작업장평가		
M. 기타		

**평가지 고려사항**

- 수행준거에 제시되어 있는 내용을 성공적으로 수행할 수 있는지를 평가해야 한다.
- 평가자는 다음 사항을 평가해야 한다.
  - 심의기관에 대한 지식
  - 각 심의기관의 심의방법, 심의절차 지식
  - 광고심의 정보검색, 활용 능력
  - 심의기준에 따라 문서화하는 능력
  - 지적재산권에 대한 이해
  - PR, 미디어 환경, 기자에 대한 지식
  - PR에 대한 전반적인 지식

- PR 성공, 실패 사례 자료 수집 능력
- 광고 런칭 자료 수집 능력
- 마케팅 전략에 대한 전반적인 지식
- 광고 효과 측정에 대한 지식
- 광고 결과 분석 방법론에 대한 지식
- 광고 결과를 분석 할 수 있는 능력
- 광고윤리에 대한 지식
- 광고법제에 대한 지식
- 광고규제 유형에 대한 지식
- 분쟁 법률 해석의 기술
- 뉴미디어 광고, BTL 광고, 세일즈 프로모션에 대한 지식

◎ 직업기초능력

순 번	직업기초능력	
	주요영역	하위영역
1	의사소통능력	문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사표현능력, 기초외국어능력
2	수리능력	기초연산능력, 기초통계능력, 도표분석 능력, 도표작성능력
3	문제해결능력	사고력, 문제처리능력
4	자원관리능력	시간자원관리능력, 예산자원관리능력, 물적자원관리능력, 인적자원관리능력
5	조직이해능력	국제감각, 조직체제이해능력, 경영이해능력, 업무이해능력
6	직업윤리	근로윤리, 공동체윤리

● 개발 이력

구 분		내 용
직무명칭		광고 실행 관리
능력단위 보완유형		통합
분류번호	기존	0803020409_13v1, 0803020410_13v1
	보완	0803020423_16v2
개발연도	현재	2016
	2차	-
	최초(1차)	2013
버전번호		v2
개발자	현재	한국디자인진흥원
	2차	-
	최초(1차)	한국IT비즈니스진흥협회
향후 보완 연도(예정)		2018
능력단위 보완사유		