



25. 홍보 기획자가 되는 길

학습내용	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 직업현장 탐방 - 홍보 기획자 ▪ 홍보 기획자에 대한 이해 ▪ NCS를 통해서 본 홍보 기획자
학습목표	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 현장 직업 전문가를 통한 홍보 기획자의 현황을 파악할 수 있다. ▪ 홍보 기획자의 역할에 대해 이해할 수 있다. ▪ NCS를 통해서 홍보 기획자로서 진로 수업 설계서를 작성할 수 있다.

<직업현장 탐방>

이상화 김연아 선수등의 활약으로 전 국민이 하나가 되었던 소치동계 올림픽. 그 올림픽 경기전의 광고료는 15초당 2400만원 김연아 선수의 경기라면 그 3배 점프 미국 최대의 스포츠 이벤트 2014 슈퍼볼의 광고비 무려 1초에 1억 4천만 원. 과연 이 광고들을 만드는 일은 어떤 직업일까요? 그래서 오늘은 두산중공업 홍보팀 양유인 과장을 만나봅니다. 지금 두산중공업 홍보팀에서 광고 업무를 하고 있고요, 저는 광고를 제작하고 TV에 이 광고를 보여줄지 온라인에 보여줄지 극장에 보여줄지 결정하는 일을 담당하고 있는데, 혼자 하는 것은 아니고 광고 전문회사랑 함께 일을 하고 있습니다. 가장 쉽게는 TV 광고가 있고요, 신문을 펼쳤을 때 신문에 보이는 광고도 있고, 길거리 지나가다 건물위에 LED 보드라고 해서 똑같이 대형TV가 있는 것 같은 광고도 있고요, 극장가서도 영화 시작하기 전에 볼 수 있는 광고도 있고, 인터넷을 통해서 볼 수 있는 광고도 있고 여러 가지 형식의 광고가 있습니다. 우리는 아침에 눈을 뜬 순간부터 신문과 TV에서 그리고 출근하는 버스와 지하철 안에서 또는 거리에서 하루 종일 접하는 인터넷 속에서 광고를 만납니다. 이제 광고 없이는 살 수 없는 세상인 것이죠. 가장 제가 주변 사람들에게 우리 회사 광고 봤니? 라고 물어봤을 때 사람들이 가장 많이 이야기하는 광고가 동굴에서 아이들 뛰어가면서 전구가 하나씩 켜지던 그 광고야? 하시거든요. 사실은 그 광고가 올해 광고는 아니고 작년까지 TV에 많이 나왔던 광고인데, 빛을 만들고 전기를 만드는 회사이다 보니깐 광고회사도 아이들이 뛰어다니면서 빛이 환하게 퍼지면서 아이들이 즐거워하는 모습. 광고 전문회사와 기업 홍보팀 광고 부서의 차이점은 무엇일까요? 광고 전문회사는 기업의 의뢰를 받아 직접 광고를 만듭니다. 기업 홍보팀 광고 부서는 광고전문 회사에게 의견을 주면 기업이 원하는 광고를 만들 수 있도록 도움을 줍니다. 그렇다면 홍보팀의 역할은 무엇인가요? 홍보팀은 한 기업의 창과 같은 존재라고 보면 될 것 같아요. 어떤 사람들

이 회사에 대해서 생각할 때 이 회사는 어떤 회사라는 이미지를 떠오를 수 있게끔 만들어주는 것이 홍보팀이 하는 일입니다. 그래서 일을 할 때는 주변 사람들에게 어떤 이야기를 해 주고 싶은가를 먼저 생각하고 일을 합니다. 신문을 통해서도 그 이야기를 해줄 수 있고 광고를 통해서 말해줄 수 있고 사람들을 만날 수 있는 전시회에서도 말 해 줄 수 있습니다. 정리해서 말씀드리자면 언론홍보, 광고업무, 전시회, 기타 직원들에 대한 활동 등을 하고 있습니다. 여기서 잠깐! 영화나 드라마에서 홍보 전문가는 패셔너블은 기본! 수시로 카페에서 차를 마시는 데요, 현실속의 기업 PR 팀도 그럴까요? 전혀 아닙니다. 제가 요새 드라마를 보면서 가장 현실과 안 맞는다고 생각하는 부분은 드라마에서 나오는 홍보팀 사람들은 너무 패셔너블하고 삶 자체가 럭셔리 하더라고요. 실제 그렇지 않거든요. 출근하면 그날의 신문을 모두 읽습니다. 한국에 신문이 엄청 많은데 집에서 구독하고 있는 조선일보, 중앙일보, 동아일보, 신문들을 비롯해서 신문을 통해서 오늘 우리 회사 기사가 무엇이 나왔는지 검색을 하고요, 우리 회사가 좋게 소개되었는지, 안 좋게 소개되었는지 하나하나 다 확인해서 아침에 위에 보고 드리는 일을 하고 있습니다. 현대인들은 광고의 홍수 속에서 살아간다고 해도 과언이 아니죠? 우리가 흔히 접하는 신문들은 전체 수입의 약 70프로 이상을 광고 수입에 의존하고 있습니다. 뿐만 아니라 하루종이 스마트폰 폰을 쥐고 사는 현대인들 덕분에 모바일 광고 시장도 빠르게 성장하고 있죠? -회사가 쓸 수 있는 광고비는 한계가 있잖아요. 그 한도 내에서 최적의 효과를 내야 되니깐 그 부분이 힘든 부분이죠. 가장 힘든 것은 고민을 많이 해서 이 일을 했는데, 위에서 잘 안 받아들여질 때, 돈이 많이 드는 일이니까 사실 흔쾌히 승인을 받기 힘든 업무들도 있어요. 그 때 가장 스트레스를 많이 받죠. 광고 딱 나왔을 때 사람들이 광고 좋더라 그 말 들었을 때 가장 보람 있죠. 사람들이 연락이 와요. 카카오톡이나 문자로 유인아 광고 봤는데, 잘 만들었더라, 고생했다, 이러면 사실 제일 기분 좋죠. 다행이도 야근은 많지 않아요. 퇴근 이후에 네트워킹 하는 시간도 업무의 연장이라고 본다면 야근이라고 볼 수 있겠죠? 광고 제작을 해야 될 때 야근이 있고요, 두산 중공업 같은 경우 빛과 물을 만다는 큰 사업을 하는 회사이기 때문에 자주 광고를 새로 만들어야 되는 것은 아니어서 1년에 한번 광고를 제작하고 있는데, 그 광고를 제작할 때는 정말 바쁩니다. 이 모든 것을 아우르면 광고를 제작하는 시간은 6개월 정도 걸린다고 생각하시면 돼요. 광고만 놓고 보면 행동파 보다는 생각을 많이 하는 것을 좋아하는, 특성이 있으면 좋을 것 같고요, 사람 만나는 것 좋아해야 해요. 새로운 것을 배우기 좋아하면 홍보 업무에 도움이 될 것 같은데요. 대학교 4학년 때 휴학을 하고 인턴을 했어요. 전시회사에서 인턴을 했는데 전년도 홍보활동의 하나거든요, 해외 쪽에 관련된 커뮤니케이션 업무를 했는데, 그때 하면서 이 일이 내게 맞구나 홍보팀으로 옮기고 광고팀으로 가보고 지금 여기까지 왔죠. 책 읽는 것 좋아했어요. 소설책, 특히 소설책 좋아했고, TV드라마 보는 것 좋아했어요. 홍보는 결국 사람의 마음을 사는 일이거든요. 저 사람한테 나의 이런 모습을 보여줘야지 그럼 내가 어떻게 말을 해야 나의 모습을 내 마음을 잘 전달 할 수 있을까? 홍보의 시작이거든요. 굳이 하나 꼽자면 기본적인 지식을 쌓을 수 있는 곳, 그런 곳 신문방송학과 인 것 같아요 사람을 만나는 방법도 익혀야 하고 사람을 만나서 어떤 이야기를 해야 될지 어떤 식으로 말을 해야 될지 그런 화법도 배워야 되기 때문에 대학 전공보다는 회사에 와서 경험을 쌓는 것이 더 중요하다고 생각합니다. -고등학교 친구가 있는데 개는 창의성에 머리가 트인 아이였던 거죠. 본인이 무엇을 잘하는지 알면, 굳이 전 과목을 잘 할 필요는 없을 것 같아요. 그 친구는 제작 담당 하고 있거든요, 전 과목을 잘 하지 못했지만 창의성 한 부분에서는 특출하였기 때문에 그 분야에서는 성공 하더라고요. 홍보인 되기 step1! 신문을 교과서처럼! 시대의 흐름을 파악하는데 있어 가장 기초가 되는 것이 신문. 사고력 향상뿐만 아니라 글쓰기 능

력까지 길러지는 법이죠. 홍보인 되기 step2! 적극적인 교내 활동. 학보사 신문사 교내 방송반 등에서의 활동은 가장 효과적인 경험이 되어 줍니다. 그리고 무엇보다 갖추어야 할 것은 바로 이것! 무엇이든 끝까지 물고 늘어지는 관찰력! 끊임없는 관찰력은 곧 번뜩이는 창의성과 통찰력을 키워준다는 것이죠. 언론사, 신문사들에서 진행하는 언론인을 위한 교육과정도 있어요. 그런 과정도 한번 인터넷 검색하면 쉽게 찾을 수 있고요, 광고 교육원이 있어서 그런데 가시면 광고에 대한 기본 지식도 배울 수 있고 트렌드적인 것도 배울 수 있을 것 같습니다. 많은 학생들이 홍보나 광고 업무에 관심이 많다는 것을 알고 있습니다. 새로운 것에 관심을 갖고 배우겠다는 생각을 하면 어느 기업의 홍보팀에 가더라도 좀 더 빨리 적응해서 일을 배울 수 있을 것 같아요. 학교 다닐 때부터 신문이 됐던 책이 됐던 많이 읽으려고 노력하시고 TV도 많이 보려고 노력하시고 인터넷도 너무 오래 하지만 않는다면 홍보나 광고 업무에는 많은 자료를 제공해 줄 수 있는 좋은 공부의 도구가 될 것 같아요. PR이 되기 위한 필수요건 6가지, 1. 신문 정독하기, 2. TV 광고 눈여겨 봐야하겠죠. 3. 기발한 아이디어는 필수, 4. 적극적인 인간관계와, 5. 새로운 것에 대한 갈망, 6. 그리고 끊임없이 관찰하는 습관이 있다면, 당신은 PR이 되기 위한 만발의 준비가 되었답니다.

<한 걸음 더! 꿈Job이 TIP>

NCS를 기반으로 한 직업 탐구 커뮤니케이션 홍보 기획자가 되는 길에 대해 알아보도록 하겠습니다. 커뮤니케이션 홍보 기획자라고 하면 말도 길긴 한데요, 워크넷에는 나오지 않습니다. 광고 및 홍보 사무원이 가장 가까운 직무로 보이고 광고 및 홍보 전문가나 광고 기획자나 기획 홍보 및 광고 관리자가 유사한 직무로 나오는데요, 한번 알아보도록 하겠습니다. 기업의 주주나 종업원이나 거래처나 고객이나 지역사회나 정부 기관 등에서 관련되는 공중의 이해와 협력을 얻기 위해서, 기업의 지향점, 기업에서 알리는 수단이겠지요? 그것을 설득하는 작업, 홍보물 제작하거나 PR지를 발간하거나 영화를 제작하거나 동영상을 제작하거나 행사를 개최하는 활동 이런 전반적인 활동을 한다고 볼 수 있겠습니다. 기업의 비전 목표 등을 고려해서 홍보 계획을 수립하고 홍보 자료 배포 하고 외부에 의뢰하는 모든 일을 할 수 있다고 볼 수 있습니다. 광고홍보 전문가들은 광고회사에 소속되는 경우도 있고 영상에서 본 것처럼 회사에 소속이 되어서 광고회사하고도 커뮤니케이션 하고 홍보 부서 내부에서도 판매 전략이라든지 기업의 장기적인 전략에서 부터 브랜드를 알리기 위해서 전문적으로 홍보하는 일도 포함이 됩니다. 아티스트들과 관계하는 일과 포괄적으로 볼 수 있습니다. 경우에 따라서 광고 기획자로 일하게 되면 광고를 계약 체결하는 일들 까지 할 수 있습니다. 대체로 광고 홍보사무원인 경우에는 실내에 앉아서 근무하는 일이 많이 있습니다. 경우에 따라서 동일 업무의 반복이 요구될 수 있고요, 반대로 창의적인 일들을 계속 해야 되는, 같은 업무지만 다르게 할 수 있습니다. 대체로 타인과 접촉이 많고 업무를 집중적으로 해야 될 때는 과부하가 있는 부분이라서 스트레스가 있겠지요? 마감일이 있다 보면 압박감이 있는 직무라고 볼 수 있겠습니다. 필요로 하는 기술로 본다면, 학력은 근무하는 곳마다 다릅니다. 소규모 업체에서는 고등학교 졸업 요건으로도 충분하고요, 대기업 같은 경우는 학사 학위 이상을 대체로 많이 요구 하고요, 그쪽 부분의 법학이라든지 경제 경영을 선호 하긴 하는데, 무역 회계 다양한 직무들을 볼 수 있습

니다. 아무래도 인터넷이나 컴퓨터, 문서 작성 능력들이 중요한 부분이 있고, 인턴이라든지 견습활동이라든지 이런 부분도 있습니다. 학력은 대졸이 69%로 많이 있고, 대학원 졸까지 있습니다. 교육 자격 훈련을 보면 사회 계열이 제일 많고 인문계열이 있습니다. 관련학과들 보면 경영학과, 광고홍보학과가 가장 많이 있지만 교육학과 미술학과 사회학과 산업디자인 시각디자인, 정보 미디어학과 까지 실무 종사자들이 유사한 여러 학과들이 있습니다. 적성이나 흥미를 바라본다면 새로운 아이디어를 산출하고 도출하고 문제를 해결하는 기발한 아이디어나 대안을 생각해야 하는 일이 많고요, 혁신적일 부분도 필요하지 않나 생각이 듭니다. 유관한 직업으로 바라본다면 굉장히 다양한 직업들을 볼 수 있는데요, 인사쪽에도 가능하고, 교육, 마케팅, 경영기획라든지 통계, 게임 기획도 중요하고 공연을 기획하거나 이런 분들이 기업에 고위 임원으로 간다고 볼 수 있습니다. 사회복지 전담 센터를 운영한다거나, 기자로서 평판 전문가로서 굉장히 다양한 분야에서 활동을 해 나갈 수 있다고 볼 수 있기 때문에 유관한 직업, 확장 가능한 직업에 대해 학생들이 스스로 검색하고 탐색해서 그 과정들을 가져올 수 있도록, 정보를 전달하는 것 보다는 선생님들이 유도를 잘 해주시면 학생들이 자신만의 직업을 창조해 올 수 있을 것이라고 믿습니다.

NCS를 통해서 홍보 기획자가 되는 길을 알아보겠습니다. NCS.CO.KR에 가시면 학습 모듈검색에서 분야별 검색을 보시면 대 분류에 경영회계사무가 있고 중분류에 기획사무가 있고, 소분류에 홍보, 광고가 나옵니다. 세 분류에 보면 기업 홍보고 나오는데요, 거기에 따라서 능력단위가 나오겠죠. 검색을 해 보시면 환경 분석을 보시면 기업 홍보라는 것이 모든 업체에서 다 볼 수 있는데요 경영 기획, 경영 평가, 기업 홍보 이렇게 볼 수 있습니다. 종사자만 보더라도 현재 4만 명 정도가 있고, 사업체 홍보 광고가 필요한 것이 350만개가 있다고 합니다. 그만큼 사업들이 자신의 기업 상품을 알리려고 하고 있지 않나 생각이 듭니다. 대체로 요구수준도 기획, 평가, 경영기획을 해야 하는데 직무 역량, NCS 역량 수준으로 보면 3-6수준이라고 하는데 대졸 이상의 학력이 통상적으로 요구되고 있습니다. 기업 홍보라는 것이 업무 분야에 대해서 명확하게 알아야 되고 그러다 보니깐 직접적으로 관련된 국가 자격은 중요하지 않지만 경력들을 중요한 부분으로 보고 있습니다. NCS 능력 단위로 본다면 기업을 홍보하는 모니터링, 홍보 전략을 수립해야 되고 경우에 따라 전략을 수립할 때 최고 경영자하고 직접적으로 하는 경우도 있습니다. 온라인으로도 SNS로 홍보하는 부분들 출판물을 통해서 홍보한다든지 언론, 신문사나 방송에 대한 언론 홍보라는 부분들. 기업 문화가 있기 때문에 B2G라고 하는 큰 중공업체 같은 경우는 상품을 일반인들이 사는 것이 아니다 보니깐 그런 곳에서는 좋은 인재를 찾아오는 문화에 집중하는 광고, 기업 PR광고 많이 보셨을 겁니다. 그것이 사회 공헌 활동, 학생들 가지 있는 일들 많이 하고 싶어 하는데 꼭 유명한 봉사 기관이 아니더라도 기업 내에서 사회공헌 활동도 할 수 있다고 알려주시면 좋겠죠. 위기 대응하는, 최근에도 일어나는 위기 대응 문제들이 있거든요. 그것들을 어떻게 즉각적으로 대응을 잘 해 나가느냐, 위기 대응 커뮤니케이션 홍보 활동에 대한 종합적인 평가들도 NCS 능력 단위로 볼 수 있겠습니다. 홍보 전략을 수립 하려면 기업의 홍보 목적을 봐야 하고, 환경을 분석을 하고 홍보의 목표가 무엇이나 컨셉이 무엇이나 단기 중기 장기 홍보 전략을 수립하고 실행하는 능력이라고 볼 수 있겠습니다. 필요로 하는 지식 기술 태도를 본다면 환경 분석에 대해서 알아야 하고 중요한 환경요소가 무엇이고 홍보를 하려고 하는 needs 나 욕구가 무엇이나, 회사 내부적으로 알아야 하고 기술로는 유관부서와 협의, 협응을 잘 해야 할 것 같습니다. 분석도구에서 어떤

분석도구에서 어떻게 활용할 것인지, 결과를 도출하고 정보를 수집해서 분석하고 해석하고 계획하는 이런 기술들이 필요하겠습니다. 태도는 아무래도 분석적 사고가 필요할 것 같고 환경 요소에 대한 관찰 능력이 필요로 합니다. NCS 학습 모듈도 동일하게 NCS능력단위와 같이 잘 나와 있는데요, 꼼꼼하게 학생들이 볼 수 있도록 선생님이 유도해 주시면 좋겠습니다. 기업 홍보 전문가다 보니깐 기업 홍보에 대해서 기업의 환경을 분석하고 기업 외부적인 환경도 분석하고 홍보에 대한 전략들 해나갈 수 있도록 할 수 있겠죠? 모둠 학습을 하실 때 어떤 제품이나 어떤 기업을 선정하도록 하고 그 선정한 기업들을 어떻게 알려 나갈 것인가 학생들과 협의해서 발표를 해 나간다면 기업에 대한 이해도하고 기업에 대한 상품도 이해하게 되고 업종이라는 것을 이해해서 학생들이 좀 더 많이 알겠죠? 직접적으로 홍보하는 것을 해 보면 자신에 대한 어디로 나아가야 되겠다라는 것도 보이고 프라이드도 느낄 수 있으니깐 멋진 홍보 전문가로서, 우리나라에서 세계적으로 알려 나가는 기업들이 보다 더 많이 나올 수 있도록 했으면 좋겠습니다.