

2026년 문예회관 아카데미 정규과정 신청 안내

「홍보마케팅, 공연기획」

□ 교육개요

교육명	일정	장소	교육대상	교육인원
홍보마케팅	9. 10.(목)~9. 11.(금)	한국소리문화의전당 중회의장	문예회관 종사자	20명
공연기획	9. 14.(월)~9. 15.(화)			20명

- (주요내용) 전문강의 2회, 네트워킹 1회(교육시수: 6시간)
- (교육비) 무료(숙박 및 식사 2식 제공)
- (신청방법) 코카카 홈페이지를 통한 온라인 선착순 모집
 - * 기관별 복수 인원, 개인별 중복 신청 가능

□ 교육강사

○ 홍보마케팅

성명	소속/직위	주요 이력
박찬영	광주시문화재단 커뮤니케이션전략팀장	· 한국문화예술위원회 연극분야 전담심의위원 · 전) 전북특별자치도문화관광재단 문예진흥팀장 · 전) 경기도 콘텐츠기획 주무관
백영선	플라잉웨일 대표	· 한림대 국제대학원 겸임교수 · 전) 로컬브랜드포럼 사무국장 · 전) 카카오(브런치 마케팅, 크라우드펀딩 PD, 문화예술 제휴마케팅 등)

○ 공연기획

성명	소속/직위	주요 이력
이유진	한국문화예술위원회 극장운영팀 차장	· 아르코·대학로예술극장 제작 프로듀서 (접근성, 연극 분야) · 문예진흥기금 무용분야 지원사업 담당 (공연예술창작산실, 국제교류지원)
이준우	서울시극단 단장	· 극단 배다 대표 / 상임 연출 · 제46회 서울연극제 우수상 <원칙> / 제9회 한국뮤지컬어워즈 작품상 <홍련> · 2022 문화예술발전 유공자, 오늘의 젊은 예술가상

□ 교육내용 및 구성

○ 홍보마케팅

일정	차수	시간	교육내용		장소
			과정명	세부내용	
1 일차	1	13:30~14:00	등록	참가자 등록 및 아카데미 안내	한국소리문화의전당 중회의장
	2	14:00~17:00	전문강의	관객은 무엇에 반응하고, 어떻게 움직이는가 - <스틱!>, <넛지> 등 베스트셀러로 배우는 문예회관 홍보마케팅 전략	
	3	17:00~18:00	네트워킹	네트워킹 및 질의응답 *강의 연계(강사님 운영)	
2 일차	4	10:00 ~ 12:00	전문강의	기업들의 새로운 마케팅 전쟁, 고객경험	

* 상기 일정은 교육 추진 과정에 따라 변경될 수 있음.

- 전문강의 1: 관객은 무엇에 반응하고, 어떻게 움직이는가
 - <스틱!>, <넛지> 등 베스트셀러로 배우는
문예회관 홍보마케팅 전략
- (강사) 광주시문화재단 커뮤니케이션전략팀 박찬영 팀장

교육명	관객은 무엇에 반응하고, 어떻게 움직이는가 - <스틱!>, <넛지> 등 베스트셀러로 배우는 문예회관 홍보마케팅 전략
연수목표 (기대효과)	마케팅 주요 개념과 문예회관 홍보마케팅 사례를 통해 관객의 관심과 행동에 영향을 미치는 요인을 이해하고, 이를 각 기관의 공연 및 홍보 업무에 적용할 수 있다.
키워드	#문예회관 #홍보마케팅 #관객 세분화 #메시지 전략 #관람 장벽 #선택 설계 #행동 전환
연수내용 및 방식	· 《마케팅이다》, 《스틱!》, 《캐털리스트》, 《넛지》 등 마케팅 베스트셀러의 주요 개념을 문예회관 홍보마케팅 사례와 연계하여 살펴본다. · 관객 설정부터 메시지 전달, 관람 장벽 해소, 예매·참여 행동 유도까지 관객 여정에 따른 홍보마케팅 전략을 이해한다. · 교육생이 소속 기관의 공연 또는 홍보 사례를 바탕으로 적용 방안을 그룹별로 토의하고 주요 의견을 공유한다.

교육시간	주요내용
1시간	[관객을 정하고, 기억되는 메시지 만들기] 《마케팅이다》: '모든 시민'이 아닌 공연별 핵심 관객 설정 《스틱!》: 단순성·의외성·구체성·신뢰성·감성·이야기를 활용한 메시지 설계
1시간	[관객의 장벽을 낮추고, 행동 설계하기] 《캐털리스트》: 관객이 공연을 알고도 예매하지 않는 이유와 관람 장벽 분석 《넛지》: 사회적 증거, 선택 단순화, 희소성, 가격 프레이밍 등을 활용한 예매 행동 설계
2시간	[그룹별 토의 및 적용/ 질의 응답 및 네트워킹] - 교육생 4~5인 단위 그룹 구성 - 소속 기관의 공연 또는 홍보 사례 선정 - 기관별 적용 아이디어 도출 및 그룹별 주요 의견 공유

- 전문강의 2: 기업들의 새로운 마케팅 전쟁, 고객경험
- (강사) 플라잉웨일 백영선 대표

교 육 명	기업들의 새로운 마케팅 전쟁, 고객경험
연수목표 (기대효과)	1) 기업들의 최신 마케팅에 대한 이해 2) 새로운 트렌드를 접목한 .홍보마케팅 기획
키워드	#고객경험 #소셜미디어 #커뮤니티 #팝업 #플래그십
연수내용 및 방식	1) 코로나 전후 시대의 변화(미디어 수용 및 활용, 오프 공간의 활용 등) 2) 성수, 북촌 등 오프 공간에서 기업들의 마케팅 활동(팝업, 플래그십 등) 사례 3) 생각해 볼 것들

교육시간	주요내용
1시간	1. 시대의 변화(코로나를 기점으로 무엇이 변했나) 2. 마케팅의 변화 _ 고객경험 / 고객협업 등
1시간	1. 성수/북촌 등 팝업/플래그십 사례 2. 우리는 관객 접점에서 무엇을 하고 있나? 3. 우리는 관객과 무엇을 협업할 수 있나?

○ 공연기획

일정	차수	시간	교육내용		장소
			과정명	세부내용	
1 일차	1	13:30~14:00	등록	참가자 등록 및 아카데미 안내	한국소리문화의전당 중회의장
	2	14:00~16:00	전문강의	공공극장의 역할 : 공간에서 생태계로	
	3	16:00~18:00	네트워킹	네트워킹 및 질의응답 *강의 연계(강사님 운영)	
2 일차	4	10:00 ~ 12:00	전문강의	현장 연출가의 창작 기록 : 공공, 상업 사례로 읽는 협업의 문법	

* 상기 일정은 교육 추진 과정에 따라 변경될 수 있음.

- 전문강의 1: 공공극장의 역할 : 공간에서 생태계로
- (강사) 한국문화예술위원회 극장운영팀 이유진 차장

교육명	공공극장의 역할 : 공간에서 생태계로
연수목표 (기대효과)	· 문예회관 설립의 의의를 되짚어보고, 동시대 사회 변화 속에서 공공극장이 나아가야 할 방향에 대해 함께 고민해 보고자 함 · 아르코·대학로예술극장의 구체적 실무 사례를 공유하여 현장 적용 시의 시행착오를 줄이고자 함
키워드	#공공극장 #공연기획 #무대예술 #연극 #무용 #접근성 #연대와 협력
연수내용 및 방식	· 기계적인 방법론이나 용어에 대한 이론 강의보다는 아르코·대학로예술극장이 현장에서 겪은 갈등과 시행착오, 실제 제작 사례 등 실무 중심의 경험을 공유함 · 매뉴얼이나 정답을 제시하기보다 각 지역 극장의 상황에 맞게 적용할 수 있는 아이디어를 발견하고 실무 단계에서의 실패를 줄이도록 돕는 것에 초점을 맞춤

교육시간	주요내용
1시간	[공공극장의 확산, 동시대의 위기] · 공공극장(문예회관)의 설립 목적과 잊혀진 철학 · 사회적 변화와 위기, 남겨진 과제들 · 질문의 시작
1시간	[역할의 전환과 실천들] · 구체적 실천 사례 : 접근성, 다양성, 기후프로젝트 · 과정과 실패, 남겨진 질문들

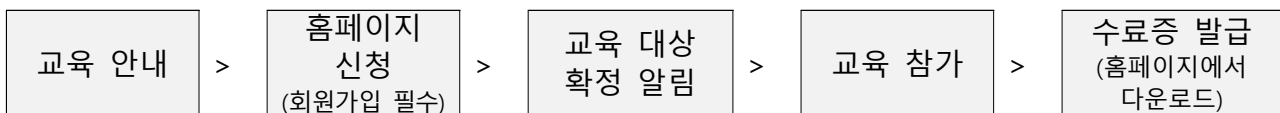
- 전문강의 2: 현장 연출가의 창작 기록 : 공공, 상업 사례로 읽는 협업의 문법
- (강사) 서울시극단 이준우 단장

교 육 명	현장 연출가의 창작 기록 : 공공, 상업 사례로 읽는 협업의 문법
연수목표 (기대효과)	- 첫째, 연출가의 시선으로 실제 사례를 통해 공연이 창작되는 과정을 살펴보고, 어떻게 무대 위 결과물로 이어지는지 이해합니다. - 둘째, 공공기관과 상업 제작사라는 서로 다른 제작 환경에서의 창작 사례들을 파악합니다. - 셋째, 기획자와 연출가가 협업 과정에서 마주하는 문제들을 공유함으로써, 향후 창작팀과 소통할 때 활용할 수 있는 방법들을 찾아봅니다.
키워드	#공연 창작 #연출과 기획 #창작 협업 #창작 프로세스 #협업 커뮤니케이션
연수내용 및 방식	- 연출가의 시선에서 대본 작업, 캐스팅, 연습, 리허설, 공연에 이르기까지 창작 프로세스를 이해하고, 공공기관 협업 사례와 상업 제작사 협업 사례를 바탕으로 창작 경험을 공유합니다. - 현재 진행 중이거나 곧 시작할 프로젝트의 실제 고민 등을 질의 응답을 통해 의견을 나눕니다.

교육시간	주요내용
1시간	[한 작품이 무대에 오르기까지 : 연출가의 창작 프로세스] - 연출가의 시선에서 대본 작업, 캐스팅, 연습, 리허설, 공연에 이르기까지 창작 프로세스를 이해합니다. - 공공과 상업 사이의 사례 비교, 서로 다른 두 환경에서의 제작 사례들을 공유합니다.
1시간	[협업의 기록 : 진통과 전환의 순간들] - 창작 과정에서 마주했던 갈등과 문제, 그것을 어떻게 풀어갔는지(혹은 풀지 못했는지)를 솔직하게 나눕니다. - 현재 진행 중이거나 곧 시작할 프로젝트의 고민을 연출가의 시선에서 함께 의견을 나눕니다.

□ 교육신청

○ 추진절차



○ 신청기간: ~2026. 8. 28.(금)까지

○ 신청방법: 코카카 홈페이지(www.kocaca.or.kr)를 통한 온라인 선착순 모집

※ 기관별 복수 인원 신청 가능하나 정원 초과 시 기관별 최초 신청 1인 우선 배정

※ 수강생 확정 알림(공문) 이후 취소 시, 반드시 공문 제출

□ 교육장소 안내

- 한국소리문화의전당 중회의장(전라북도 전주시 덕진구 소리로 31)



[오시는 길]

☞ <https://www.sori21.co.kr/site/1/menu/43/content/29>

- (기차) 전주역에서 차로 11분(4.3km), 시내버스 16분(전주동물원 하차, 도보 3분)
- (버스) 전주고속버스터미널에서 차로 10분(3.3km), 시내버스 30분(전주동물원 하차, 도보 3분)

[주차 안내] 한국소리문화의전당 주차장 이용

□ 추후 안내사항

- 신청마감 후 참여 확정 교육생 대상 안내메일 발송
(교육장소, 숙박, 식사, 네트워킹 등 안내)
- 원활한 운영 및 소통을 위해 교육별 오픈채팅방 개설 예정