

문서번호	홍보팀-560
보존기간	년
결재일자	2017.05.24
공개여부	비공개(6,7)

★담당자	팀장	기획조정실장
이종혁	손봉희	05/24 김원필
협 조		
감 사		

**쿠킹클래스를 통한 가락몰 영상 제작
및 홍보 계획**

2017. 5



서울특별시농수산물공사

홍보팀

쿠킹클래스를 통한 가락몰 영상 제작 및 홍보 계획

추진 목적

『쿠킹클래스』를 통해 건강한 식문화와 신선한 식재료가 공존하는 가락몰을 홍보하여 시민들의 관심과 공사 및 가락몰에 대한 호감도 제고

1. 영상 제작 개요

○ 영상 내용

- 가락몰을 통한 식재료 구입 및 올바른 식재료 구입요령 소개
- 교육 강사(셰프)의 스토리와 요리를 통한 가족과의 소통법 소개
- 쿠킹클래스 강연 모습
- 참여자들의 다양한 참가 동기 및 참가 후 소감

○ 제작 일정 : 2017.5월 ~ 2017. 10월(6개월, 월 1회 제작)

○ 제작 업체 : 한국소비자TV(대표 : 김성민, 113-86-07429)

○ 업체 선정 사유

- 한국소비자TV가 2016년도에 제작한 공사 가락몰 홍보 영상물 “웰컴투 가락몰”은 SNS나 기타 매체를 통해 좋은 반응을 얻은 바 있음

※ 웰컴투 가락몰 주요장면



- 한국소비자TV는 소비 전문 채널로써 영상 제작과 송출(TV방영)이 가능

○ 제작 의뢰 및 진행 : 한국언론진흥재단 의뢰 후 진행

2. 영상 활용 방안

○ TV 방영 : 한국소비자TV

- 기간 : 2017.6월 ~ 2017.11월

- 시간 : 월~금, 07:45, 12:45, 17:45

- 횟수 : 편당 월 30회(1일 3회 X *10일)

※ 매월 쿠킹클래스 행사일에 촬영 후 2주 정도 편집 기간 거쳐 2주간 방영
(1주 : 월~금, 토요일 제외한 5일)

○ 공사 SNS용 콘텐츠로 활용 : 페이스북, 블로그, Youtube 등 활용

○ 공사 내 DID(Digital Information Display) 동영상 콘텐츠 활용

○ 기타 각종 활용 가능한 매체를 통한 홍보

3. 기대 효과

○ 가락물에 대한 편의성과 장점을 부각시켜 소비자들이 “찾고 싶은 곳”, “가락시장의 새로운 명소” 인식 제고

○ 가락물의 요리조리 쿠킹클래스에 대한 홍보를 통해 관심과 호감도 제고

4. 행정사항

○ 소요 예산 : 금일천육백오십만원정(₩16,500,000원, 부가세 포함)

- 예산 내역 : [광고선전비]사업비용, 영업비용, 판매비와관리비, 행사홍보비

(단위 : 천원)

예산내역	예산액 (A)	배정액 (B)	기집행액 (C)	금회집행액 (D)	예산잔액 (A-C-D)	배정잔액 (B-C-D)
행사운영비	599,997	150,000	98,586	16,500	484,911	34,914

- 따로붙임 : 1. 추진 근거 자료 1부
2. 프로그램 기획안 1부
3. 광고의뢰서 1부
4. 사업자등록증 1부
5. 견적서 1부. 끝.