

정치·언론학과

1. 학과현황

1.1 연혁

연도	주요연혁
1983. 3	법정대학 정치외교학과 신설, 양대현 교수
1984. 3	제1회 신입생 입학 (48명) : 졸업정원제
1993. 3	대학원 석사과정 개설 신입생입학
1996. 3	지역개발대학원 언론홍보학과 개설
1998. 3	행정정책대학원 안보국방학과 개설
1998. 9	정치외교학과에서 정치언론국제학전공으로 명칭변경
2001. 3	대학원 박사과정 정치및지역발전학과 신입생입학
2004. 11	정치외교학과 20주년 기념행사
2005. 3	정치언론국제학과로 명칭변경
2007. 3	행정복지대학원 중국개발조사학과 개설
2014. 9	정치언론국제학과 30주년 기념행사
2015. 3	정치언론국방학과로 명칭변경
2019. 3	정치언론학과로 명칭변경

1.2 교수진

교수명	출신교			최종학위	전공분야	주요담당과목
	학사	석사	박사			
김종하	울산대	경희대	영/브리 스톨대 학	박사	국방정책	정치학개론, 정치와정책의이해, 글로벌정치경제론, 평화와분쟁의이해, 국제안보론, 국제안보이슈세미나
마정미	경희대	경희대	경희대	박사	언론학/ 광고홍보	설득커뮤니케이션, 광고기획론, 광고심리학, 광고카피라이팅, 위키커뮤니케이션
최정진	한남대	이화여 대	중/사회 과학원	박사	중국정치	한국정부와정치이해, 지역정치와시민정치, 비교정치이해, 한반도평화와통일
백강희	한국 외대	미/텍사 스오스 틴	미/텍사 스오스 틴	박사	언론학	미디어산업의이해, 미디어정치이해, 방송뉴스제작, 디지털저널리즘스타트업, 과학저널리즘, 스피치커뮤니케이션
강한나	중앙대	미/켄사 스주립 대	미/켄사 스대	박사	언론학/ 광고홍보	광고학개론, PR커뮤니케이션, 사회과학연구방법, 헬스커뮤니케이션, 온라인홍보
김찬중	고려대	고려대	에리조 나주립 대학	박사	언론학	언론학개론, 언론사상과윤리, 취재보도편집론, 매스커뮤니케이션효과이론, 사회통합커뮤니케이션, 데이터저널리즘실습1,2
유현중	세명대	한양대	한양대	박사	광고홍보	인터랙티브광고론, 브랜드콘텐츠, 디지털사이니지의이해, SNS와모바일광고캠페인

1.3 교육시설 및 설비

연구실	실험실습실		주요설비현황	기타
	명칭(유형)	개수		
5개	정치언론학과사무실	1	노트북, 무선마이크, PC 4대, 빔 프로젝터, 복사기, 프린터 등	
	국제회의실습실	1		
	광고제작실습실	1		
	IPP 스튜디오	1		

2. 교육과정(정치·언론학)

2.1 대학이념·교육목적·교육목표 체계

대학 창학이념	기독교 원리 하에 대한민국의 교육이념에 따라 과학과 문학의 심오한 진리탐구와 더불어 인간영혼의 가치를 추구하는 고등교육을 이수시켜 국가와 사회와 교회에 봉사할 수 있는 유능한 지도자를 배출함을 목적으로 한다.		
↓			
대학 교육목적	진리·자유·봉사의 기독교 정신 아래 새로운 지식과 기술의 연구와 교육을 통하여 지성과 덕성을 갖춘 유능한 인재를 양성함으로써 국가와 인류사회 및 교회에 이바지함을 목적으로 한다.		
↓			
대학 교육목표	덕성과 인성을 갖춘 도덕적 지성인 양성	시대를 선도하는 창의적 전문인 양성	국가와 지역사회 발전에 봉사하는 지도자 양성
↓			
학과(전공) 교육목적	복잡 다양한 정치현상을 설명할 수 있는 이론을 탐구하고 나아가서는 사회정의의 실행력 있는 인재 양성에 목적을 둔다		
↓			
학과(전공) 교육목표	정치언론학도로서 반드시 갖추어야 할 덕성, 전문지식, 사회적 실천력을 갖추도록 한다.	기존 연구업적들과 현실 사회현상에 관하여 각자가 인식하고 있는 것을 서면으로나 구두로 분명하게 표현하고 토론할 수 있는 능력을 배양한다.	정당, 언론계, 연구소, 정부기관 등에 진출하는 것을 주된 목표로 하고 차선책으로는 민간기업과 공기업에 진출해 능력을 발휘할 수 있는 실용적 인재를 양성한다.

2.2 교육과정 편제표

한남대학교 교육 목표	학과(전공) 교육목적	학과(전공) 교육목표	전공교과목(명)
덕성과 인성을 갖춘 지성인 양성		정부 메커니즘과 국가 제도 뿐만 아니라 정치체 계가 더 큰 사회와 상호 작용하는 구조와 과정을 교육시킨다. 이를 통해 국내정치와 경제현상을 다양한 시각으로 통찰할 수 있는 지적능력을 갖춘 인재를 양성한다.	정치학개론, 정치와정책의이해, 국제안 보론, 평화와분쟁의이해, 한국정부와정 치의이해
시대를 선도하는 창의적 전문인 양성	정치, 언론-광고, 국제 등에 관한 융·복합적인 비지니 스 실무능력을 배양함 으로써 유능한 국방인 력과 언론인 및 국제지 역 전문가를 양성하는 데 목적을 둔다.	미디어-광고 분야에서의 이론교육과 실무적인 제 작능력 배양을 통하여 이 를 현장에서 즉각 활용할 수 있는 신문 방송인, 기 업체 홍보담당자, 광고제 작자 등으로 양성한다.	언론학개론, 광고학개론, 미디어산업의 이해, 언론사상과윤리, 설득커뮤니케이 션, PR커뮤니케이션, 인터랙티브광고 론, 미디어정치의이해, 취재보도편집론, 매스커뮤니케이션효과이론, 브랜드 콘텐츠, 사회과학연구방법, 광고카피라 이팅, 방송뉴스제작, 데이터저널리즘실 습1, 광고기획론, 디지털사이니지의이 해, 온라인홍보, 디지털저널리즘스타트 업, 데이터저널리즘실습2, SNS와모바 일광고캠페인, 헬스커뮤니케이션, 광고 심리학, 과학저널리즘, 사회통합커뮤 니케이션, 위기커뮤니케이션, 스피치커뮤 니케이션, 캡스톤디자인 i, 캡스톤디자인 ii
국가와 지역사회 발전에 봉사하는 지도자 양성		국제화 시대에 필요한 일 반적인 자질과 비즈니스 실무 능력을 배양하기 위 하여 능력을 제고하고 국 제 업무에 필요한 글로벌 비즈니스맨으로 양성한 다.	글로벌정치경제론, 비교정치이해, 지역 정치와시민정치, 한반도평화와통일, 국 제안보이슈세미나

2.3 학과(전공) 졸업소요 최저 이수학점 배정표

대학	학과, 부(전공)	전공과목			교 양 과 목						졸업 최저 이수 학점
		필수	선택	소계	필수			선택			
					공동 필수	선택 필수	학부 기초	계	부 전공	교직	
사회과학 대학	정치·언론학과	9	102	111	22	7	-	29	21	-	120

2.4 정치·언론학과 교육과정 편성표 (*학수번호 미부여)

학년	학기	전 공 필 수	학-강-실	전 공 선 택	학-강-실
1	1	정치학개론, 언론학개론	3-3-0		
	2	광고학개론	3-3-0		
2	1			한국정부와정치이해 미디어산업이해 언론사상과윤리 설득커뮤니케이션 PR커뮤니케이션 인터랙티브광고론	3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0
	2			지역정치와시민정치 국제안보론 미디어정치이해 취재보도편집론 매스커뮤니케이션효과이론 브랜드콘텐츠 사회과학연구방법 광고카피라이팅	3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-2-1 3-3-0 3-2-1 3-3-0 3-2-1
3	1			비교정치이해 글로벌정치경제론 방송뉴스제작 데이터저널리즘실습1 광고기획론 디지털사이니지의이해 온라인홍보	3-3-0 3-3-0 3-2-1 3-2-1 3-2-1 3-3-0 3-3-0
	2			한반도평화와통일 정치와정책이해 디지털저널리즘스타트업 데이터저널리즘실습2 SNS와모바일광고캠페인 웹스커뮤니케이션 광고심리학	3-3-0 3-3-0 3-2-1 3-2-1 3-3-0 3-3-0 3-3-0
4	1			국제안보이슈세미나 과학저널리즘 사회통합커뮤니케이션 위기커뮤니케이션	3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0
	2			평화와분쟁이해 스피치커뮤니케이션	3-3-0 3-2-1
학점계		학점(9) - 강의(9) - 실험(0)		학점(102) - 강의(93) - 실험(9)	

교과목개요

24095 정치학개론 3-3-0

본 과목은 학생들에게 정치학을 공부하는 데 있어 중요한 이론, 개념, 이슈들을 소개하기 위해 설계된 것이다. 본 과정에서는 정치이론, 비교정치, 국제관계, 그리고 외교정책 등을 포함하는 정치학의 주요 하위분야를 다룬다. 이를 통해 학생들은 광범위한 정치적 주제에 관해 비판적으로 사고하는 능력을 발전시킬 것이다.

25550 언론학개론 3-3-0

이 강좌는 사회과학 연구에 대한 이론적 기초를 다지고 주요 커뮤니케이션 이론을 학습함으로써 커뮤니케이션 현상을 연구하기 위한 이론적 토대를 마련하는 것을 목표로 한다. 신문, 잡지, 방송, 광고 등을 통한 전통적인 매스커뮤니케이션의 개념 및 이론, 모델 등을 살펴보는 것은 물론 오늘날 디지털 미디어의 기능과 효과에 대한 기초지식을 소개한다. 또한, 오늘날 커뮤니케이션 지형 변화에 따라 나타나는 다양한 현상과 쟁점에 대해 논의함으로써 미디어의 기능과 효과에 대한 비판적 분석 틀을 제공한다.

21768 광고학개론 3-3-0

본 강좌는 광고주, 매체사, 광고대행사 등 광고산업의 근간을 이루는 구성요소들을 살펴보고, 광고기획, 소비자심리, 크리에이티브 제작 등 광고캠페인을 입안하고 실행하는데 필요한 기초개념과 기본과정을 이해하는 것을 그 목적으로 한다. 광고 전공 학생은 광고에 대한 기본적인 지식 함양을 통해 효과적인 광고 전략 수립의 기반을 축적할 수 있도록 하는 데 목표를 두었다.

24548 한국정부와정치이해 3-3-0

본 과목은 학생들에게 한국정부의 구조와 과정에 대한 상세하고 체계적인 이해를 제공한다. 특히 본 과정

은 한국정치가 어떻게 작동하는지를 이해하기 위해 정부정책 및 절차, 정당 및 입법부의 역할과 기능, 그리고 정치행태 등에 초점을 둔 강의를 수행한다.

미디어산업의이해 3-3-0

본 과목은 미디어 산업의 현황을 이해하는 데 목표가 있다. 오늘날 다양한 디지털 미디어 플랫폼의 등장으로 빠르게 변화하는 미디어 산업 전반에 대해 학습한다. 새로운 유형의 디지털 미디어는 물론 기존 미디어의 디지털 혁신 전략, 미디어 산업 변화를 이끄는 다양한 요인들을 국내외 사례 분석을 통해 종합적으로 탐색한다.

25252 언론사상과윤리 3-3-0

본 과목은 우리 사회가 요구하는 언론(인)의 권리와 책임을 이해하는 것을 목표로 한다. 전통적으로 논의되고 있는 언론 자유와 그 한계에 대해 논의하고, 언론의 자유를 누림에 있어 언론인들이 염두에 두어야 할 윤리적 제약과 책임에 대해 학습한다. 본 강의를 통해 학생들은 언론(인)의 바람직한 상에 대해 이해하고, 실제 현장에서 맞닥뜨릴 수 있는 여러 가지 윤리적 상황에 대해 배움으로써 올바른 언론인으로서 성장할 수 있는 토대를 마련할 수 있다.

24284 설득커뮤니케이션 3-3-0

이 강의의 목적은 설득 커뮤니케이션의 중심적인 개념들과 이론을 습득하고, 이론의 발전을 위한 연구방법에 대한 이해를 확대하며, 궁극적으로는 현실에서 직면하는 설득적인 임무를 훌륭히 수행하기 위해 필요한 실천적 지침을 얻을 수 있도록 하고자 한다. 설득이론의 고전적인 기원부터 현대 설득이론에 이르기까지 주요 이론을 학습하고 현실적이고 실용적인 기능을 논의한다.

22878 PR커뮤니케이션 3-3-0

현대 사회 모든 분야에서 홍보의 필요성은 급속히 확산되어가고 있는 추세이다. 이러한 홍보에 대해서 광고와의 차이점 홍보의 기본 개념, 홍보의 실제 적용 분야를 폭넓게 이해하고 다양한 홍보 사례를 학습한다. 홍보의 이론에 근거하여 홍보활동의 원칙과 기획, 실행, 사후평가, 조사, 홍보물의 제작 등 실무적 지식을 제고한다.

인터랙티브광고론

3-3-0

사람들과 소통하기 위한 미디어의 발전이 날로 증가하고 있다. 상호작용을 위한 미디어는 유형과 특성에 따라 사람들에게 메시지를 전달하기 위한 방법들이 다양하게 전개되고 있다. 이러한 상호작용을 기반으로 하는 미디어에 어떻게 기획하고 다양한 표현을 통해 소통할 수 있을지 살펴보고 효과적인 인터랙티브 미디어 활용방안에 대해 알아본다.

24556 지역정치와시민정치

3-3-0

지역발전과 성장 즉, 지방정치에 영향을 줄 수 있는 행위자인 엘리트, 시민사회단체, 주민을 중심으로 지역 사회 이슈별로 조사와 분석을 한다. 정치문화의 구조적 특징과 정치적 행태, 주민의 지역편견에 대해서도 학습한다.

24546 국제안보론

3-3-0

본 과목은 학생들에게 탈냉전시기 국제안보환경에 대한 이론적이고 경험적인 이해를 제공한다. 이를 위해 본 과정에서는 분쟁과 평화의 기원, 새로운 안보위협들의 출현, 그리고 분쟁예방에 관련된 수많은 상이한 기관들의 역할을 탐구할 것이다.

24859 미디어정치이해

3-3-0

미디어는 정치 및 사회 현실을 이해하는 사고의 틀을 제공한다. 본 과목은 국내 및 다양한 해외 사례 분석을 통해 현대 정치에서의 미디어의 역할과 효과를 논의함으로써 미디어 정치를 폭넓게 이해하는 데 목적이 있

다. 이에 따라 언론과 정부의 관계, 미디어와 여론, 미디어 선거 캠페인, 글로벌 뉴스 미디어와 정치 등 다양한 이슈를 다룰 것이다. 또한, 소셜 미디어를 통한 시민 사회 참여, 정치의 예능화 등 급변하는 미디어 환경 속에서 나타나는 오늘날 미디어 정치 지형에 대한 전반적인 지식과 이해를 돕고자 한다.

22864 취재보도편집론

3-2-1

뉴스란 무엇이며 어떻게 취재하고 보도하는 것이 가장 바람직스러운 것인가에 대한 이론과 실체를 학습하는 것이 이 과목의 목적이다. 이를 위해 취재 및 기사 작성의 원칙 및 기본적 틀을 학습하고 신문이나 방송에 나타난 기사에 대해 분석한다. 취재 보도에 대한 관찰력, 표현 기법 등에 대한 원칙과 지침이 제시되고, 현실적인 문제가 토의된다. 아울러 학생 스스로가 특정한 소재를 선택하여 취재하고 기사를 작성하는 실습으로 운영된다.

24551 브랜드컨텐츠

3-2-1

브랜드 콘텐츠란 다양한 문화적 요소와 브랜드 광고 콘텐츠의 결합으로, 콘텐츠 안에 자연스럽게 브랜드 메시지를 녹이는 것을 말한다. 단순히 콘텐츠에 기업 이미지가 포함되는 것을 넘어서, 브랜드의 메시지와 가치에 대한 공감을 이끌어내는 것을 목표로 하는 활동이다. 이 강좌에서는 최근 활용되는 대중매체 광고 이외의 다양한 광고콘텐츠를 기획, 제작하는 것을 목표로 한다.

사회과학연구방법

3-3-0

커뮤니케이션 연구를 포함한 사회과학 연구를 수행하는 데 있어 필요한 다양한 연구방법을 학습한다. 커뮤니케이션 및 사회과학 연구에 대한 개괄적인 지식과 페러다임에 대한 이해를 바탕으로 양적 연구방법(내용분석, 실험, 설문조사 등) 및 질적 연구방법(인터뷰, 참여 관찰, 사례 연구)을 소개한다. 과학적 연구 설계에 필요한 기초 지식인 변수, 개념, 측정 도구 설계, 표집 등에 대해 학습한다. 또한, 다양한 사회과학 분야에서 활용되

고 있는 기초 통계 이론 및 분석방법을 학습한다.

24547 광고카피라이팅 3-2-1

이 교과목은 광고의 핵심 메시지를 담은 광고 카피라이팅을 이해하고, 실습을 통해 실무를 익힐 수 있는 교과목이다. 인쇄광고의 카피는 모든 활자화된 메시지이며, TV의 광고 카피는 영상과 함께 나타나는 언어이다. 다양한 매체유형과 소구방법, 타겟 특성에 따른 광고카피 제작방법을 학습하고 광고의 다른 요소들과 결합시켜 최대의 효과를 얻을 수 있도록 한다.

25251 매스커뮤니케이션효과이론 3-3-0

본 과목은 매스 미디어를 통한 소통, 즉 매스커뮤니케이션 분야의 중요한 이론들의 이해를 목표로 한다. 향후 언론인을 목표로 하는 학생들에게 미디어(언론)가 사람들의 인지, 감정, 행동 등에 미치는 효과에 대해 소개한다. 학생들은 미디어가 우리 사회(사람)에 미치는 효과에 대해 이해함으로써, 사회의 여러 현상을 매스커뮤니케이션 이론을 바탕으로 설명할 수 있을 것이다. 또한 수업시간에 학습한 이론들을 새롭게 등장하는 다양한 미디어에 적용시킴으로써 새로운 미디어를 통한 커뮤니케이션 현상을 체계적으로 이해할 수 있을 것으로 기대한다.

24545 비교정치이해 3-3-0

국내정치현상을 보는 기본적인 접근법들을 소개하고 이론 지향적인 사고를 하도록 유도한다. 법률제도적 접근법, 정치집단 접근법, 엘리트 접근법, 정치문화 접근법, 구조기능 접근법, 계급분석 접근법을 탐구하며, 정치체제 유형, 자본주의 국가 성격, 정당론, 혁명론 등등 정치 분석에 필요한 이론들을 학습한다.

24549 글로벌정치경제론 3-3-0

본 과목의 목표는 학생들이 글로벌 차원에서 정치와 경제사이의 긴장과 역동적인 상호작용을 철저히 이해

하도록 하는데 있다. 본 과정은 세 부분으로 나뉘어 진다. 첫째, 글로벌정치경제의 이론적 접근 - 국가중심적 접근 및 사회중심적 접근법 - 을 다룬다. 둘째, 이런 접근법들을 무역, 투자, 금융위기, 경제발전 등에 적용한다. 셋째, 글로벌 정치경제와 관련된 문제 및 논쟁에 초점을 둔다.

방송뉴스제작 3-2-1

본 교과목은 전통 TV방송뉴스 제작을 목표로 한다. 이를 위해 저널리즘에 대한 기초 지식과 방송뉴스 취재와 기사 작성을 학습한다. 수강생들이 직접 뉴스 아이템을 선정하고 전문 촬영·편집 기자제나 스마트폰을 이용해 실제 뉴스 영상을 제작해 볼 수 있다. 본 교과목은 방송기자직을 희망하는 학생들에게 필요한 취재·보도·편집 관련 이론적 지식은 물론 실제 뉴스 영상을 제작하면서 현장에서 활용 가능한 실무 기술을 제공한다.

광고기획론 3-2-1

광고기획론은 광고환경을 분석하여 광고목표를 설정하고, 이를 달성하기 위한 콘셉트를 설정하여 매체전략을 수립하고 이를 공유하기 위한 기획서를 작성하는 과정이다. 이 강좌는 광고와 마케팅에 대한 기초적인 지식을 습득하며 창의적인 광고기획과 문제해결 방안을 도출하는 광고 전략 수립과정을 습득케 한다.

디지털사이니지의이해 3-3-0

최근 디지털 미디어에 대한 관심이 높아지고 있다. 과거 옥외광고는 이제 디지털과 만나 새로운 디지털 사이니지로 변화하면서 새로운 변화가 나타나고 있다. 디지털 기술과 옥외광고가 결합하여 맞춤형 메시지를 전하는 새로운 방법을 통해 다양한 형태의 전략을 시도하고 있으며, 그에 따른 크리에이티브 전략도 변화하고 있다. 이러한 디지털 사이니지의 새로운 광고 전략에 대해 우리는 본 교과를 통해 살펴보고 이러한 새로운 변화를 익히고 이에 따른 실무적 함의를 알아보려 한다.

온라인홍보

3-3-0

온라인 홍보는 인터넷과 모바일 등을 통해 공중에게 기업을 알리고 정보를 전달하기 위하여 채널 현황 파악, 운영 계획 수립, 콘텐츠 제작, 운영, 활동 평가를 하는 능력이다. 이 강좌는 온라인 홍보의 기본적인 지식부터 실무에 이르기까지 각 단계별 과정과 내용을 습득하여 온라인 매체의 특성에 맞는 온라인 프로모션 기획을 배우게 된다.

데이터저널리즘실습 I

3-2-1

본 수업은 데이터 저널리즘을 통한 뉴스 제작의 기본이 되는 데이터 수집과 정제, 분석, 시각화 등의 데이터 처리 기법을 전달하는 것을 목표로 하고 있다. 수업을 통해 학생들은 포털사이트, 웹페이지, 공공데이터 혹은 정보공개 청구 등을 통해 데이터를 수집하는 방법을 습득하게 된다. 또한 이렇게 수집된 정보를 엑셀, 구글스프레드시트, 오픈리파인 등 여러 데이터 관리 프로그램을 이용한 데이터 정제 과정을 학습하게 된다. 마지막으로 엑셀, 구글 퓨전데이터, 태블로(Tableau) 등의 프로그램을 이용해 정제된 데이터를 도표나 지도를 이용해 시각화하여 제시하는 방법을 학습하게 된다.

한반도평화와통일

3-3-0

한반도 평화를 정착시키기 위해 우리가 지향해야 할 기본 방향, 평화 이론, 통일을 위한 남북간 통일방안, 통일비전과 필요과제 대하여 학습하며, 본 과목은 해방 이후 남북간 갈등과 협력관계를 중심으로 통일 한반도의 비전을 세운다.

24544 정치와정책의이해

3-3-0

본 과목은 학생들에게 정치적 결정이 왜, 어떻게 내려지는지, 그리고 정부가 어떻게 운영되는지를 이해시키는데 목표를 두고 있다. 특히 정부가 상충하는 공공목표를 달성하기 위해 어떻게 정책을 개발하고 집행하는지를 고찰한다. 본 과정을 통해 학생들은 입법 및 정부

시스템이 어떻게 작동하는지를 발전시키고, 정책결정과 집행과정을 공부함으로써 글로벌과 지역사회의 연관성을 평가할 수 있을 것이다.

디지털저널리즘스타트업

3-2-1

본 교과목은 디지털 미디어 시대 새롭게 등장하고 있는 뉴스 미디어 채널 혹은 플랫폼 기획 및 제작을 목표로 한다. 수강생들은 직접 자신들의 채널 혹은 플랫폼을 신설하고, 해당 채널 혹은 플랫폼을 통해 유통될 뉴스 콘텐츠를 영상의 형태로 기획·제작한다. 나아가, 해당 채널 혹은 플랫폼에 대한 홍보 전략과 지속적인 운영을 위한 비즈니스 모델 전략도 세운다.

데이터저널리즘실습 II

3-2-1

본 수업은 데이터저널리즘 기본 과정을 통해 습득한 기법을 활용하여 실제 기사 작성을 연습하는 과정으로 계획하고 있다. 먼저 데이터 저널리즘을 통해 제작된 국내의 뉴스의 사례를 분석하고, 실제로 보도된 사례의 데이터를 이용해 학생들은 동일한 과정을 직접 실습하게 된다. 또한 이 같은 실습을 바탕으로 학생들만의 새로운 뉴스 주제를 스스로 찾고, 그에 맞는 데이터를 수집해 기사 작성을 연습한다.

SNS와모바일광고캠페인

3-3-0

최근 들어 소통의 채널이 모바일과 SNS를 통해 커뮤니케이션이 이뤄지고 있다. 때문에 이러한 채널을 통해 새로운 광고전략이 나타나고 있다. 이러한 새로운 소통의 방법들을 활용하고 있는 MZ세대의 소통방법에 대한 이해를 통해 이를 전략적으로 활용할 수 있는 방법은 무엇인지 살펴보고자 한다.

헬스커뮤니케이션

3-3-0

건강에 대한 사람들의 욕구가 증가하면서 건강 정보에 대한 사람들의 관심도 점점 높아지고 있다. 이에 부응하여 다양한 미디어는 건강 정보를 쏟아내고 있으며 다양한 방식의 건강 캠페인 전략이 발전하고 있다. 따라서, “헬스커뮤니케이션” 과목은 다양한 건강 관련 주제를 살펴보고, 위험 요소들을 이해하고, 예방법을 논의

하고자 한다. 더 나아가 사람들의 건강 증진을 위해 다양한 미디어와 건강 메시지를 어떻게 전략적으로 사용할 수 있는지 배우고 토론하고자 한다.

18671 광고심리학 3-3-0

이 과목은 소비자의 심리, 소비자행동의 개념과 특성, 소비자의 의사결정과정 등과 관련된 제반 이론을 탐구함으로써 궁극적으로 목표 공중의 행동원리를 이해하도록 한다. 아울러 소비자에 관한 정보를 수집분석하고 소비자행동과 관련된 문화적, 사회적, 개인적, 심리적 요인들을 이해함으로써 인간의 소비행동을 파악하도록 하는데 기본 목적이 있다.

국제안보이슈세미나 3-3-0

본 과목은 학생들에게 국가들 간의 안보문제가 어떻게 국제정세에서 작동하는지 상세하고 체계적인 이해를 제공한다. 본 과정에서는 민족국가를 넘어서는 다양한 국제 안보 이슈들을 다룬다. 이를 통해 학생들은 국제 관계의 일반 이론들 내에서 안보정책결정을 철저히 이해하는데 필요한 이론적 도구 및 경험적 증거를 갖추게 될 것이다.

과학저널리즘 3-3-0

본 교과목은 과학기술과 관련한 언론 보도 사례에 대해 분석한다. 언론은 공중에게 과학적으로 엄밀히 증명된 객관적인 사실을 전달하는 것은 물론 과학기술과 관련한 위험 갈등을 조정하고 다양한 논의가 이뤄지는 공론장을 제공해야 한다. 과학적 근거가 미흡한 정보 확산으로 인한 공중의 지나친 불안감과 공포는 언론이 위험 커뮤니케이터로서 역할을 제대로 하지 못해 발생하는 대표적인 결과이다. 지진, 태풍 등 자연재난과 감염병, 방사능 사고 등 사회재난이 빈번하게 발생하고 있는 오늘날 위험 사회에서 언론이 과학 이슈들을 어떻게 보도하고 있는지 논의해 본다.

사회통합커뮤니케이션 3-3-0

본 수업은 현재 우리 사회의 큰 문제 가운데 하나인 사회 집단간 갈등의 원인을 찾고 그 해결책을 탐색하기 위한 수업이다. 먼저 우리 사회 내 다양한 집단 간 갈등 양상을 확인하고, 언론과 미디어의 묘사 방식과 집단 간 갈등을 연관지어 살펴본다. 나아가 커뮤니케이션을 통한 집단 간 갈등의 해결 방안을 모색한다.

24552 위기커뮤니케이션 3-3-0

이 수업의 목표는 위기관리 커뮤니케이션의 개념을 명확히 정립하고, 위기관리 PR의 기획과 조사, 실행, 평가단계의 이론과 방법론을 습득케 하여 실제 위기관리 커뮤니케이션을 단계별로 수행할 수 있는 능력을 배양하고자 한다. 이를 통해 언론관계 대응능력 뿐 아니라 통합적인 위기관리 능력을 수행하고 조직의 위기상황에 보다 전략적이며 주도적으로 대응할 수 있도록 한다.

24564 평화와분쟁의이해 3-3-0

본 과목은 폭력적 분쟁의 다양한 원인들과 어떻게 그것들이 연계되어 있는지를 조사한다. 국가 및 비국가 행위자들의 역할을 포함해 장기적 무력분쟁의 다양한 맥락 및 유형을 탐구할 것이다. 본 과정을 통해 학생들은 여러 가지 학제적인 통찰력 및 이론적 접근을 연구함으로써 분쟁의 맥락과 행위자들을 식별하고, 분쟁의 출현과 확대의 양상을 비판적으로 조사하는 훈련을 받게 될 것이다.

스피치커뮤니케이션 3-2-1

말을 어떻게 해야 하는지, 무엇이 진정한 토론인지, 대화 기법을 터득함으로써 표현력과 설득력을 배양하고자 함. 이를 위해 정보사회와 스피치, 발표 불안증의 극복, 주제문의 개발, 목소리와 발음, 몸가짐과 제스처 등 스피치커뮤니케이션의 기본 원리와 활용 기법을 체계적으로 교육하고자 함. 건전한 말의 문화를 확산시켜 합리적 사고를 유도함은 물론 개인의 인격과 가치, 발표력 향상에 도움을 주고자 한다.

캡스톤디자인 I

3-2-1

이 강좌는 뉴스 콘텐츠 개발에 필요한 기초적인 기획 방법을 학습하여 기획 역량을 신장시키고자 한다. 뉴스 콘텐츠 기획의 전반적인 이해를 도모하고 새로운 매체를 활용한 영상 등의 뉴스 콘텐츠를 제작한다.

캡스톤디자인 II

3-2-1

이 강좌는 다양한 미디어 콘텐츠 개발에 필요한 기초적인 기획 방법을 학습하여 기획 역량을 신장시키고자 한다. 콘텐츠 기획의 전반적인 이해를 도모하고 새로운 매체를 활용한 광고 혹은 영상 등의 미디어 콘텐츠를 제작한다. 기획서 작성의 프로세스, 아이디어의 기획하는 방법과 콘텐츠 개발 등을 실습하고 문화콘텐츠 기획의 전반에 대하여 학습한다.