

03. 사회과학대학

미디어커뮤니케이션학과

교육목표

사람과 사람, 조직과 조직 사이에 발생하는 커뮤니케이션뿐만 아니라 미디어를 통한 전반적인 커뮤니케이션 현상에 대해 탐구하여 커뮤니케이션 및 미디어에 대한 새롭고 혁신적인 지식을 창출한다. 또한 변화하는 미디어 환경에서 발생하는 각종 문제들을 해결할 실무적인 능력을 갖추게 함으로써 방송, 신문, 광고, 홍보, 출판, 온라인, 모바일, 영화, 디지털 콘텐츠 업계의 차세대 지도자를 양성하고 국가와 지역 사회에 기여하는 인재를 양성한다.

전공분야

전공 Track	세부내용
디지털미디어	디지털미디어 트랙은 4차 산업혁명 시대 대표 핵심 산업으로서 떠오르고 있는 디지털콘텐츠 산업 분야의 창의적인 전문가를 배출하기 위해 설계되었다. 이수자들은 급변하는 디지털미디어 트렌드를 이론적으로 분석하고 유연성 있는 실무교육을 통해 관련 산업 및 연구 분야에 진출한다.
전략커뮤니케이션	전략커뮤니케이션 트랙은 광고, 홍보, 시장조사사업 등 설득 커뮤니케이션의 전략적 활용과 관련된 업계 진출을 희망하는 학생들을 위하여 설계되었다. 이수자들은 해당 업계의 학문적, 산업적, 문화적, 실무적 측면들에 대한 지식과 경험을 축적함으로써 희망 업계 진출을 위한 발판을 마련한다.

학과 특별 프로그램

전공 Track	프로그램명	세부내용
디지털미디어	디지털 콘텐츠 제작 공모전 (영상제 및 시나리오)	학과에서 학습한 디지털 콘텐츠(영상분야) 관련 이론 및 실무 지식을 적극 활용하여 콘텐츠를 기획·제작하여 평가받는 자체 공모전
	교내외 콘텐츠 제작 소모임	예능, 드라마, 1인방송 등 다양한 콘텐츠를 기획 및 제작하는 자체 활동
전략커뮤니케이션	광고/홍보 대행사 주최 공모전(전략커뮤니케이션)	유수의 대행사 또는 현업 전문가에게 요청하여 1개 과업(광고/홍보)을 제시받아 실시하는 자체 공모전

졸업 후 진로

전공 Track	취업분야	취업 기업
디지털미디어	방송, 저널리즘, 영상, 문화, 뉴미디어 등 온·오프라인 콘텐츠 제작 분야 및 문화 관련 분야	이노션, 상암커뮤니케이션, 프레인, 레인보우커뮤니케이션, 한국일보, 중앙일보, JTBC, 현대홈쇼핑, 오오티비(OOTV), 웨어하우스, 뉴시스, 매트릭스, 한국방송광고진흥공사 (KOBACO), 넷마블, 넥슨, 대학내일 등
전략커뮤니케이션	광고, 홍보, 마케팅, 위기관리, 브랜드콘텐츠 등 기업 콘텐츠 제작 및 관리 분야	



학생자치활동

- 복수전공이 가능해요!
- 교직과정이 있어요!
- 석사과정이 있어요!
- 박사과정이 있어요!

활동명	세부내용
학과 유튜브 크리에이터	미디어커뮤니케이션학과에서 자체적으로 운영하는 유튜브 채널 내 콘텐츠 기획·제작을 위한 학과 소속 홍보팀. 2022년도 상반기부터 본격적으로 시작하여 2023년도까지 학과 홍보영상, 알쓸신방 등 다양한 콘텐츠 게시 및 계획 중
ETC [영상 콘텐츠 제작 소모임]	미디어커뮤니케이션학과 학생들이 자발적으로 만든 영상 콘텐츠 제작 소모임으로 예능 콘텐츠를 주로 제작
언론사 취업준비반	다양한 미디어커뮤니케이션 분야 중 언론(저널리즘) 분야에 국한하여 취업을 준비하거나 관심이 있는 학생들을 모집하여 언론보도 작성, 시사상식 함양 등의 활동을 실시

입학 TIP

- 학과에 적합한 학생**
- + 비판적이고 성찰적이며 자기주도적인 학생
 - + 최근에 발생하는 개별의 이슈를 다각적으로 접근하는 능력을 지닌 학생
 - + 공동 작업(팀별 프로젝트 등)에 대한 거부감이 없는 학생
- 준비사항**
- + 언론을 활용하여 다양한 뉴스를 접하고 자신만의 시각을 활용하여 분석·정리하는 습관
 - + 개연성 있게 시나리오를 구성할 수 있는 실력
 - + 광고·홍보 업계 현황 분석 및 소비자 트렌드 파악