

광고홍보학과 Advertising and Public Relations

교육목적

광고홍보학과는 커뮤니케이션과 미디어 관련 산업과 관련하여 학생 개별 관심분야의 지식과 연구를 심화시키고, 관련 이론들과 방법론을 철저히 학습하여 독자적인 연구를 수행하여 광고, 미디어, 크리에이티브, 브랜드 연구분야에 학술적 발전에 기여할 수 있는 유능한 학자를 양성하는 것을 목적으로 한다.

교육목표

- 창의력을 갖춘 전문광고인 양성
- 논리적 기획력, 실무창작능력 배양
- 디지털미디어 수행능력완성
- 세계화 전략의 수행

학과소개

다양하게 변화하는 현대사회의 광고와 홍보문화 그리고 실무에 참여하고 개발할 수 있는 21세기형 커뮤니케이션 전문가로서의 식견과 교양을 두루 갖추 수 있도록 학과의 목적에 맞춰서 교과과정은 광고, 미디어, 브랜드, 크리에이티브 등 응용 커뮤니케이션(applied communications)과 관련된 현상을 연구하는데 필요한 이론과 연구방법론을 중심으로 운영된다. 광고홍보학과는 광고커뮤니케이션, 브랜드커뮤니케이션 영역뿐 아니라 미디어수용자연구, 뉴미디어연구, 크리에이티브 전략 및 광고캠페인효과, 문화마케팅, 브랜드마케팅 등 학생의 배경과 관심에 맞게 다양한 이론적 관점과 주제를 탐구할 수 있도록 학제간 연구를 장려하여 창조적이고 미래지향적인 광고홍보전문인을 양성한다.

교과과정 및 과목설명

석사학위과정 교과과정

이수구분	학수번호	교과목명	학점	시수	영문교과목명
선택	1402007	광고기호론	3	3	Theory of Advertising Symbolic
	1402011	소비자행동론	3	3	Theory of Consumer s Behavior
	1402012	광고캠페인론	3	3	Theory of Advertising Campain
	1402014	광고매체기획론	3	3	Theory of Advertising Media Planning
	1402015	광고심리론	3	3	Theory of Advertising Psychology
	1402016	광고크리에이티브론	3	3	Advertising Creative Studies
	1402018	홍보기획론	3	3	Theory of Public Relations

이수구분	학수번호	교과목명	학점	시수	영문교과목명
선택	1402019	광고기획론	3	3	Theory of Advertising Planning
	1402024	커뮤니케이션연구방법론	3	3	Research Methods in Communications
	1402025	광고홍보조사론	3	3	Research in Advertising and Public Relations
	1402026	브랜드전략론	3	3	Strategic Brand Management
	1402027	세일즈프로모션기획론	3	3	Sales Promotion Strategy and Planning
	1402028	이벤트기획론	3	3	Event Strategy and Planning
	1402029	광고커뮤니케이션론	3	3	Advertising as Communication
	1402030	광고홍보특강	3	3	Special Topics in Advertising and Public Relations
	1402031	광고크리에이티브세미나	3	3	Seminar on Advertising Creative Strategy & Tactics
	1402032	브랜드혁신연구	3	3	Brand Innovation Research
	1402033	브랜드디자인경영	3	3	Brand Design Management
	1402034	통계	3	3	Statistics

석사학위과정 과목설명

교과목명	과 목 설 명
광고기호론	사회공동의 약속으로서의 의사전달 상징인 언어와 비언어를 철학적, 심리학적, 사회적, 언어학적 관점에서 파악하며, 광고에 표출되는 현상에 대한 기호체계를 텍스트로 연구 분석한다.
소비자행동론	브랜드에 대한 소비자들의 학습, 인식 및 태도형성에 대한 심리학적 이론들을 학습하고 브랜드에 대한 소비자태도를 변용시키는 전략적사고 체계를 이론적으로 연구
광고캠페인론	국내외 기업들의 성공적인 광고캠페인을 비교 분석하여 문제점을 지적하고 효과적인 광고캠페인 전략을 연구한다.
광고매체기획론	광고의 다양한 매체를 최대효과를 창출하기 위한 효율적 전략적 실행의 비교 분석 연구
광고심리론	광고에 대한 소비자 반응과 브랜드 태도형성에 대한 심리적 이론을 학습하며 이를 통하여 효과적인 광고전략을 수립하는데 필요한 이론적 근거와 사고력을 함양한다.
광고크리에이티브론	광고크리에이티브 제반 요소들에 대한 역할과 기능을 리뷰하고 효과적으로 광고 메시지와 디자인을 개발하는데 필요한 전략적 사고의 틀과 이론적 근거를 연구한다.
홍보기획론	커뮤니케이션과 미디어관련 이론과 산업에 대한 이해를 바탕으로 기업홍보 이론과 현상을 소개한다. 사례 연구를 통해서 홍보기획과 캠페인에 대한 실천적인 지식과 이해를 함양한다.
광고기획론	광고전략기획 입문과 실무적 응용에 대한 과목으로서, 광고의 커뮤니케이션관점과 마케팅관점의 균형을 살려 경쟁적 시장개념 파악과 브랜드컨셉 도출부터 미디어전략과 크리에이티브 전술까지 광고 기획 제반에 걸친 이론과 실제를 학습한다.
커뮤니케이션연구 방법론	다양한 커뮤니케이션 현상을 연구하기 위한 체계적인 연구방법론으로서 연구문제와 개념의 구체화, 이론적 사고의 틀을 정립하고 구체적인 연구방법과 분석기법에 대한 이론과 사례를 학습
광고홍보조사론	광고의 여러 유형과 분야를 파악하여 이론 및 실무에 적용하며, 사회과학적 접근방법을 통한 광고업체의 발전방향을 예측하고자 한다.
브랜드전략론	브랜드연상, 브랜드비전, 자산관리, 브랜드파워 등 종합 브랜드전략에 관한 연구
세일즈프로모션기획론	세일즈프로모션과 마케팅, SP의 정의와 역할, SP의 등장배경 및 특성, SP의 분류, SP전략 수립을 위한 환경 분석과 목표설정, 차별화전략 및 Target, 예산운용 및 SP프로그램의 개발, SP의 New Trend 및 전개 포인트 등 세일즈프로모션 기획

교과목명	과 목 설 명
이벤트기획론	각 장르별 이벤트의 개념 이해 및 이벤트 프로듀서의 자질 및 역할, PD시스템, 시장구조, 추진구도, 각종 이벤트의 장단기계획, 수요조사, 이벤트운영조직, 스폰서관리, 이벤트의 홍보 및 이벤트 프로그래밍 등 이벤트의 전체적인 규모와 틀을 계획
광고커뮤니케이션론	광고가 하나의 커뮤니케이션 형태로서 어떠한 역할과 가치를 지니며 소비자행동과 사회문화적 측면에서 어떠한 영향을 미치는지에 대해 커뮤니케이션 이론적 관점에서 연구
광고홍보특강	최근 광고홍보 산업동향과 연구현황에 대한 심층적인 연구분석을 위해 특별한 주제를 설정하고 이와 관련한 이론 및 실무 전문가를 초빙하여 주제에 대한 이해와 전문지식을 함양
광고크리에이티브 세미나	광고, 홍보, 브랜드 커뮤니케이션과 관련한 크리에이티브 분야의 전략 및 전술과 제작 과정상에서의 제반 문제와 현상을 이론적, 실무적 관점에서 심층적으로 연구
브랜드혁신연구	혁신적 브랜드를 위한 다양한 제반 이론과 미디어의 활용, 그리고 이를 통한 현장사례를 바탕으로 효과적인 전략을 연구한다.
브랜드디자인경영	브랜드에 대한 이해와 이론을 바탕으로 디자인 비즈니스환경에 대해 현장 중심적 관점을 반영하여 연구한다.
통계	연구목적에 필요한 자료 및 정보를 최적인 방법으로 수집하고 수집한 자료를 과학적이고 논리적으로 이론에 의하여 정리, 분석한다.

박사학위과정 교과과정

이수구분	학수번호	교과목명	학점	시수	영문교과목명
선택	1406015	커뮤니케이션연구방법론(1)	3	3	Communication Research Method(1)
	1406016	커뮤니케이션연구방법론(2)	3	3	Communication Research Method(2)
	1406017	커뮤니케이션기호론	3	3	Semiotics in Communications
	1406018	미디어콘텐츠윤리법제론	3	3	Media Contents Law and Ethics
	1406019	미디어심리세미나	3	3	Seminar on Media and Psychology
	1406020	크리에이티브이론연구	3	3	Creativity Theory
	1406021	크리에이티브커뮤니케이션리서치	3	3	Creative Communications Research
	1406022	미디어리서치 이론과 실제	3	3	Advances in Media Research and Practice
	1406023	소비자심리학	3	3	Consumer Behavior
	1406024	설득커뮤니케이션론	3	3	Persuasive Communication Theories
	1406025	매체미학	3	3	Media Aesthetics
	1406026	미디어콘텐츠내용분석연구	3	3	Media Contents Analysis Methodology and Practice
	1406027	미디어콘텐츠마케팅세미나	3	3	Media Contents Marketing Management Seminar
	1406028	문화콘텐츠개발연구세미나	3	3	Culture and Media Contents Development Research
	1406029	문화콘텐츠산업론연구	3	3	Studies on Culture and Media Contents Industries
	1406030	멀티미디어커뮤니케이션연구	3	3	Advances in Multimedia Communications Research
	1406031	브랜드커뮤니케이션연구	3	3	Brand Communications Seminar
	1406032	엔터테인먼트미디어연구	3	3	Entertainment Media Seminar
	1406033	광고미디어연구	3	3	Advances in Advertising Media Research
	1406034	SP이벤트미디어연구	3	3	Advances in Sales Promotion and Event Media
1406035	광고홍보관리론연구	3	3	Advances in Advertising and PR Management	
1406036	광고크리에이티브연구	3	3	Advances in Advertising Creative Research	

이수구분	학수번호	교과목명	학점	시수	영문교과목명
선택	1406037	광고리서치세미나	3	3	Current Issues and Research in Advertising
	1406038	논문연구	3	3	Dissertation Research
	1406039	통계분석	3	3	Statistic Analysis
	1406040	영상커뮤니케이션론1	3	3	Communication Theories for the Film/TV 1
	1406041	영상커뮤니케이션론2	3	3	Communication Theories for the Film/TV 2
	1406042	통계	3	3	Statistics

박사학위과정 과목설명

교과목명	과 목 설 명
커뮤니케이션 연구방법론(1)	다양한 커뮤니케이션 현상에 대한 연구 수행에 필수적인 주요 커뮤니케이션 및 미디어 관련 이론을 소개하고 광고, 홍보, 프로모션, 브랜드, 미디어에 관련된 주제를 중심으로 실제적인 연구 분석 방법론을 강의한다.
커뮤니케이션 연구방법론(2)	커뮤니케이션연구방법론(1)에서 익힌 이론과 연구 분석 방법을 토대로 하여, 학생 개별 전문분야와 관심사에 맞는 커뮤니케이션 주제에 대한 세미나를 거쳐 연구조사 기획, 분석을 발표하는 리서치세미나이다.
커뮤니케이션 기호론	자연언어, 멀티미디어 언어, 영상기호, 광고기호 등 현대사회에서 수용자가 일상적으로 접하게 되는 다양한 유형의 기호들의 특성과 유형, 기능들을 기호학과 커뮤니케이션 이론적인 관점에서 연구한다.
미디어콘텐츠윤리 법제론	광고, 홍보, 미디어 제작과 경영에 관련된 종사자들과 연구자들이 반드시 알아야 할 미디어의 사회적 책임과 경제적 환경과의 관계, 미디어콘텐츠 법제의 변화 등을 다루며, 디지털 시대에서 제기되는 미디어 산업 규제문제, 저작권 보호 문제 등에 살펴봄
미디어심리세미나	본 과목은 미디어콘텐츠의 수용자와 제작자의 관점에서 미디어소비행동과 태도를 심리학적 시각에서 관련 이론과 현상을 탐구한다.
크리에이티비티 이론연구	미디어콘텐츠 개발과 창의적 디자인 개발에서 가장 중요한 크리에이티비티에 대한 컨셉과 이론을 리뷰하고 이를 실제 연구에 적용하기 위한 연구세미나
크리에이티브커뮤니케이션리서치	언어적 메시지와 비주얼 메시지 영향의 요인들과 크리에이티브 메시지가 수용자 태도에 미치는 영향에 대한 연구방법론, 조사도구 및 분석기법을 연구
미디어리서치 이론과 실제	미디어 특성 및 콘텐츠 내용과 행태를 중심으로 오디언스의 관계를 설명하는 다양한 변수들의 개념적 특성과 다차원적이며 역동적인 관계에 대하여 이론적 배경과 선행연구 및 조사방법들을 연구
소비자심리학	광고나 미디어 커뮤니케이션 또는 문화콘텐츠 상품에 대한 소비자태도 형성과 변용과정을 이해하기 위하여 태도이론과 정보처리이론을 중심으로 소비자심리를 연구
설득커뮤니케이션론	미디어와 콘텐츠가 정보제공과 설득의 효과를 생산하는 설득적 커뮤니케이션 프로세스의 관점에서 다차원적 메시지 요인과 수용자 요인간의 역학적 관계를 이해하는데 필요한 이론을 연구
매체미학	매체의 영향력과 매체자체의 상황이 가지고 올 변화에 대하여 전통적 미학의 범주를 넘어 매체에 의해 매개된 지각, 매체와 미학의 관계, 매체기술과 예술의 관계에 대해 연구
미디어콘텐츠 내용분석연구	광고, 홍보물을 비롯하여 다양한 형태의 미디어에 들어있는 콘텐츠나 메시지를 체계적으로 내용을 분석하여 의미와 체계를 도출하기 위한 내용분석 방법론을 연구
미디어콘텐츠 마케팅세미나	일반제품 마케팅과는 다른 미디어콘텐츠 상품과 시장특성을 개념적으로 정립하고 효과적 마케팅관리를 하기 위해 필요한 마케팅믹스 모델과 전략기획을 연구하는 세미나
문화콘텐츠 개발연구세미나	문화콘텐츠 상품개발 과정에 대한 체계적 과정에 대한 기초 연구와 함께 개발 단계별로 필요한 적절한 연구조사방법과 도구를 개발하고 활용하는 기법을 연구
문화콘텐츠 산업론연구	문화콘텐츠 분야별 산업적 특성, 시장성, 소비자특성, 경제적 특성, 사회문화적 특성을 이해하고 초기 산업 특성에 맞는 연구방향 설정과 구체적 연구과제를 탐색하기 위한 연구세미나

교과목명	과 목 설 명
멀티미디어 커뮤니케이션연구	메스미디어 커뮤니케이션과 구분되는 멀티미디어 커뮤니케이션의 특성과 오디언스 반응 및 커뮤니케이션 효과에 대한 최근 이론과 선행연구를 리뷰하고 새로운 연구명제를 연구
브랜드 커뮤니케이션연구	브랜드 경영시스템에서 브랜드자산 또는 기업이미지를 효과적으로 구축하고 커뮤니케이션하는데 필요한 브랜드자산 관리기법, 미디어활용 및 통합적인 마케팅 커뮤니케이션 이론을 연구
엔터테인먼트 미디어연구	미디어의 엔터테인먼트 특성과 오디언스 특성을 개념화하고 엔터테인먼트 미디어의 장르별 특성과 연구문제를 개발하여 미디어의 엔터테인먼트 기능과 영향에 대한 이론을 연구
광고미디어연구	광고미디어 효과에 대한 제반 이론들을 리뷰하고 전통적 미디어부터 인터랙티브 미디어까지 미디어 효과 프로세스와 분석에 대한 이론과 방법을 연구
SP이벤트미디어연구	세일즈프로모션 미디어와 이벤트 미디어의 제반 현상과 문제를 학술적 차원에서 그 개념들을 정립하고 가치있는 연구과제 도출과 이론적 연구모형을 개발하기 위한 리서치세미나
광고홍보관리론연구	광고홍보캠페인과 미디어캠페인의 단기적 장기적 효과를 브랜드경영과 커뮤니케이션 임팩트 매니지먼트 관점에서 분석 이해하고 의사결정에 필요한 이론적 방법론을 연구
광고크리에이티브연구	광고카피와 디자인을 중심으로 광고노출 시점에서의 메시지효과를 연구하고, 광고캠페인에서 브랜드태도에 영향을 미치는 각 크리에이티브 요인들에 대해 연구
광고리서치세미나	광고산업과 광고경영과 관련된 최근 현상과 문제에 대한 논문과 관련 이론을 리뷰하고 광고의 커뮤니케이션 효과 뿐 아니라 사회적, 문화적, 경제적 영향을 설명하는 이론들을 연구
논문연구	논문연구를 수행하는데 필요한 학자적 소양과 사회과학적 사고력을 함양하고 연구주제 검증과 개념적 체계화 및 연구방법에 대해 개별적 연구와 토론
통계분석	영상에 관한 평가와 분석을 위한 다양한 유형의 통계학적 분석 방법론을 학습한다.
영상커뮤니케이션론1	현대사회의 가장 주요한 커뮤니케이션 매체인 영상의 존재 양식과 특성에 대한 이해를 추구한다. 영상에 대한 미적 접근보다는 매체기술적이고 사회문화적 접근을 시도한다.
영상커뮤니케이션론2	영상커뮤니케이션 연구를 위해서 요구되는 다양한 방법을 모색하고, 이를 통하여 실제 연구에 대한 적용성과 타당성을 검토한다.
통계	연구목적에 필요한 자료 및 정보를 최적한 방법으로 수집하고 수집한 자료를 과학적이고 논리적으로 이론에 의하여 정리, 분석한다.