

○ Department of Media and Communication 미디어커뮤니케이션학과

• Goals and Objectives

HUFS Graduate School's Department of Communication and Information aims to train graduate students as professionals and educators who can theoretically approach, understand, and analyze societal and cultural phenomena related to the contemporary media and communication. To achieve this goal, the Department requires its students to obtain comprehensive knowledge of theory and methodology in various fields, including sociology, political science, psychology, and philosophy and support students to conduct creative and systematic research. Finally, the Department collaborates with various businesses, including the press, advertisement, PR, and new media in an effort to develop practical and specific theory and its application and to further lead to advancements in the field.

• Faculty

Chae, Young Gil	Ph.D. in Communication, University of Texas at Austin Journalism, International Communication
Cho, Yoon Whan	Ph.D. in Communication, Rutgers University Customer of New Media, Theory of Media Environment, Mobile Communication
Choi, Young	Ph.D. in Communication, State University of New York Tele-Communication, Digital Media, Civic Journalism
Cheong, Yun Jae	Ph.D. in Advertising Studies, University of Texas at Austin
Kim, Chun Sik	Ph.D. in Journalism, Hankuk University of Foreign Studies Political Communication, Media and Press, Journalism, Media Content Analysis,
Kim, Min Jeong	Ph.D. in Mass Communication & Journalism, University of North Carolina at Chapel Hill Digital Media
Kim, Yoo Kyung	Ph.D. in Communication, Syracuse University Global Brand Strategy, Brand Communication, National Brand Strategy
Kim, Young Chan	Ph.D. in Communication, University of Illinois Visual Communication, Cultural Studies, Qualitative Research Methodology
Park, Joo-Yeon	Ph.D. in Communication, Free University of Berlin Broadcasting Policy, Media Industry, Media Contents
Rhee, Yunna	Ph.D. in Communication, University of Maryland Global PR, Regional Community PR, Employee Relationship PR
Ji, Sung Wook	Ph.D. in Telecommunication, Indiana University, . Bloomington, New Media, Media Economics&Policy, Telecommunications

• Course list

코드번호	구분	교 과 목 명	영 문 명
G43748	M	공간과 미디어 문화연구	Space, Media, Culture
G43647	M	공공커뮤니케이션캠페인론	Public Communication Campaigns
G43719	M	광고문화사	Cultural History of American Advertising
G43620	M	광고이론연구	Theories of Advertising
G43617	D	광고조사연구	Methods Advertising Research
G43203	M	광고학세미나	Seminar in Advertising
G43723	M	국가브랜드전략	National Branding
G43514	M	국제광고론	International Advertising
G43503	M	국제커뮤니케이션	International Communication
G43729	M	글로벌 PR	Global Public Relations
G43701	M	기호학이론	Semiotics
G43629	M	네트워크커뮤니케이션	Network Communication

G43626	M	뉴미디어론 I	New Media I
G43708	D	뉴미디어론 II	New Media II
G43747	M	대안미디어론	Alternative Media
G43711	M	대인커뮤니케이션	Interpersonal Communication
G46504	M	대중문화론	Popular Culture
G43727	M	도시공간문화연구	Culture Study of Urban Space
G43730	M	디지털사회의 문화적 이해	Digital Culture and Society
G43643	D	마케팅커뮤니케이션세미나	Marketing Communication Seminar
G43611	M	매스미디어와 사회문제	Mass Media and Social Problem
G43649	M	매스컴심리학	Psychology in Mass Communication
G43645	M	매체기획론	Advertising Media Research, Planning and Buying
G43013	M	문화간커뮤니케이션	Cross-Cultural Communication
G43607	M	문화연구	Cultural Studies
G43505	M	미디어산업론	Media Economics
G43633	M	미디어윤리세미나	Seminar in Media Ethics
G43724	D	미디어리터러시	Media Literacy
G43725	M	미디어와 여론	Media & Public Opinion
G43707	M	방송경영론	Broadcasting Management
G43739	M	방송산업과 수용자	Broadcast Industry and the Audience
G43624	M	방송이론연구	Advanced Broadcasting Seminar
G43638	M	방송정책세미나	Seminar in Broadcasting Policies
G43509	M	방송제작론	Broadcasting Production
G43741	M	방송콘텐츠세미나	Seminar in Media Contents
G43625	M	방송편성론	Broadcasting Programming and Scheduling
G43207	M	방송효과분석	Analysis of Broadcasting Effects
G43602	M	브랜드커뮤니케이션	Brand Communication Strategy
G43704	M	브랜드마케팅론	Brand Marketing
G43648	M	비언어적커뮤니케이션	Non-verbal Communication
G43206	M	비판커뮤니케이션이론연구	Research in Critical Communication Theory
G43630	M	사이버커뮤니케이션과 사이버문화	Cybercommunication and Culture
G43738	M	설득커뮤니케이션	Persuasion
G43634	M	세계언론사	History of World Communication
G43618	M	신논이론연구	Advanced Journalism Seminar
G43646	M	시민저널리즘연구	Public Journalism
G43636	M	언론법연구세미나	Seminar in Media Law and Ethics
G43706	M	언론법제윤리연구	Communication Law and Ethics
G43623	M	언론사상사연구	History of Journalism Ideology
G43622	M	언론정책연구	Research in Journalism Policies
G43510	M	영상커뮤니케이션	Visual Communication
G43639	M	온라인 저널리즘	On-line Journalism
G43650	M	인간행동과 커뮤니케이션	Human Behaviors and Communication
G43746	M	저널리즘과 민주주의	Journalism & Democracy
G43628	M	저널리즘연구	Research in Journalism
G43744	M	저널리즘윤리와 실천	Journalism Ethics and Practice
G43619	M	전문보도론연구	Advanced Reporting Workshop
G43726	M	전략적브랜드관리	Strategic Brand Management
G43717	M	정보사회론	Information Society
G43733	M	정치마케팅	Political Marketing Research
G43609	M	정치커뮤니케이션	Political Communication
G43305	D	정치커뮤니케이션세미나	Seminar in Political Communication
G43745	D	조직·공중 관계경영론	Seminar in Organization-Public Relationship Management
G43712	M	조직커뮤니케이션	Organizational Communication
G43720	M	질적연구방법론	Qualitative Research Methodology
G43608	M	커뮤니케이션과 사회문제	Seminar in Communication & Social Issues
G43113	M	커뮤니케이션사상사연구	History of Communication Ideology
G43605	M	커뮤니케이션사연구	History of Communication
G43502	M	커뮤니케이션연구방법론 I	Research Methodology in Communication I
G43614	M	커뮤니케이션연구방법론 II	Research Methodology in Communication II
G43604	M	커뮤니케이션원장	Communication in English
G43613	M	커뮤니케이션이론연구세미나	Seminar in Communication Theory
G43601	M	커뮤니케이션이론연구 I	Research in Communication Theories I
G43204	M	커뮤니케이션이론연구 II	Research in Communication Theories II
G43713	M	커뮤니케이션효과연구	Effect Research Mass Communication
G43721	M	텔레비전연구	Television Studies

G43627	M	텔레커뮤니케이션 I	Telecommunication I
G43709	M	텔레커뮤니케이션 II	Telecommunication II
G43728	M	텔레커뮤니케이션정책론	Telecommunication Policy
G43732	M	통합마케팅커뮤니케이션	Integrated Marketing Communication
G43637	M	통합브랜드커뮤니케이션	Integrated Brand Communication
G43722	M	Information Technology Seminar	Information Technology Seminar
G43642	M	PR이론연구	Seminar in Public Relations Management
G43731	M	PR공중론	Seminar in Public Relations Publics
G43737	M	PR관리론	Seminar in Public Relations Management II
G43740	M	PR커뮤니케이션세미나	Seminar in Public Relations
G43736	M	Q방법론 세미나	Q Methodology Seminar

## • Course description

### 공간과 미디어문화연구 (SPace, Media, Culture)

본 과목은 미디어와 공간의 관계에 관한 미디어 문화연구 분야에서의 최근 이론과 경험 연구들에 대하여 살펴본다.

### 공공커뮤니케이션캠페인론 (Public Communication Campaigns)

사회적 공익을 추구하는 각종 캠페인을 과학적이고 체계적으로 분석하는 능력을 연구

### 광고문화사 (Cultural History of American Advertising)

1800년대부터 2000년대까지의 미국광고의 전반적인 것에 대해 시대별로 연구

### 광고이론연구 (Theories of Advertising)

광고 현상에 관해 전문적으로 연구

### 광고조사연구 (Advertising Research)

일반적인 광고이론과 그에 따른 광고조사방법을 연구

### 광고학세미나 (Seminar in Advertising)

광고와 관련된 광고기획에 관련된 이론과 실습

### 국가브랜드전략 (National Branding)

국가(혹은 지역)에 브랜드 관리개념을 적용하고, 국가 이미지 제고 및 원산지 효과 (made in) 창출을 위한 전략적 고찰

### 국제광고론 (International Advertising)

국제광고 전반에 걸친 이론과 현상연구

### 국제정보론 (Study of International Information)

국제정보현상에 대해 이론적으로 연구

### 국제커뮤니케이션 (International Communication)

국제간의 정보교류에 관련된 이론과 현상을 연구

### 기호학이론 (Semiotics)

커뮤니케이션 상징 등 기호학에 관련된 이론을 연구

### 네트워크커뮤니케이션 (Network Communication)

컴퓨터와 연결된 네트워크 커뮤니케이션에 관한 연구

### 뉴미디어론 II (New Media II)

뉴미디어와 관련된 심화연구

### 뉴미디어론 I (New Media I)

화상회의, 태깅 근무 등 뉴미디어의 전반에 관한 연구

### 대안미디어론 (Alternative Media)

대안 미디어와 관련한 전반적 이론적 연구, 정치, 경제, 사회 구조의 변화와 미디어 환경의 변화에 따른 대안 미디어 연구의 경향과 앞으로의 전망

### 대인커뮤니케이션 (Interpersonal Communication)

인간대 인간, 즉 개인간의 커뮤니케이션에 대한 연구

### 대중문화론 (Popular Culture)

매스 미디어가 가져온 대중문화현상에 관해 연구

### 디지털사회의 문화적 이해 (Digital Culture and Society)

본 과목은 현재 우리가 오늘날 일상적으로 경험하는 디지털 사회를 문화적 시각에서

접근하는 것을 의도한다. 디지털 문화환경에 있어 1)생산자 및 산업영역과, 2)디지털 미디어를 통해 재매개화되는 텍스트의 영역, 3)참여문화로 표현되는 소비자 및 능동적 수용자 영역 4)그리고 이들간의 집합 및 분절의 관계에 대해 매스미디어 체제 또는 대중문화 질서와는 차별되는 재정의와 이해가 요구되고 있다. 흔히 기술되듯 개인화와 이동성 및 유연성의 흐름이 대표적이지만 그에 못지않게 집단성, 통합성, 고착성의 질서가 공존하는 것이 사실이다. 본 수업은 이렇듯 디지털 사회에서 작동하는 역사적 연속성과 차별성의 지점들을 분별해 내고, 새로운 문화적 환경이 지니는 잠재성과 한계를 발견하기 위해 노력할 것이다. 매 수업은 주요한 이론적 궤적 및 오늘날 벌어지는 사회적 현상에 관한 강의 및 토론을 중심으로 진행된다.

#### **마케팅커뮤니케이션 세미나 (Marketing Communication Seminar)**

마케팅 커뮤니케이션 관련 PR, 광고 등 대중매체를 위한 커뮤니케이션 연구

#### **매스컴심리학 (Psychology in Mass Communication)**

심리학의 관점에서 광고의 효과 및 과정을 연구

#### **매체기획론 (Advertising Media Research, Planning and Buying)**

광고 매체 계획 수립시에 광고 매체 기획 담당자가 당면하게 되는 마케팅 분석 문제, 매체 분석 문제, 매체 전략 계획 문제 등의 과정에 대해 국내외 자료 등을 종합적으로 정의하여 각 영역의 과정을 이해

#### **문화연구 (Cultural Studies)**

테리다, 부르디외 등 문화연구의 형성과 발전에 영향을 미친 사상가들에 대한 이해를 도모하는 세미나

#### **미디어리터러시 (Media Literacy)**

기존 미디어 리터러시의 연구 영역이라고 할 수 있는 메시지를 올바르게 읽고 보는 미디어의 이해라는 좁은 범위에서 벗어나 미래의 매체환경에서 이용자가 능동적 주체가 될 수 있는 가능성을 탐색

#### **미디어산업론 (Media Economics)**

강좌는 전통적인 미디어 경제와 산업에 대한 비판적 성찰을 통해 미디어 산업과 경제학의 실천적 적합성을 추구하고자 하는 미디어 산업에 대한 이론강의

#### **미디어와 여론 (Mass Media & Public Opinion)**

미디어가 여론 형성이나 변화에 미치는 영향을 설명하는 이론 연구 및 사례분석을 통한 미디어와 여론과의 관계를 체계적으로 이해한다.

#### **미디어윤리세미나 (Seminar in Media Ethics)**

미디어상에서 언론인이 가져야 할 윤리와 제반 문제에 관한 연구

#### **방송경영론 (Broadcasting Management)**

방송경영시 고려해야할 사항 전반에 관한 연구

#### **방송산업과 수용자 (Broadcast Industry and Audience)**

우리나라 방송영상콘텐츠의 제작과 유통분야 핵심 사업자인 지상파방송사를 중심으로 주어진 방송 환경 속에서 방송프로그램 제작 및 편성전략과 정책이 어떻게 구사되고 있는지 알아본다. 또한, 실제 수용자의 TV시청 형태가 프로그램의 시청성과를 어떻게 형성하여 방송사의 전략에 영향을 미치는지 알아보고, 바람직한 방송정책의 목표와 제도화 방안을 검토한다.

#### **방송이론연구 (Study of Broadcasting Theory)**

방송매체에 관해 연구

#### **방송정책세미나 (Seminar in Broadcasting Policies)**

방송에 관련한 정책제반에 대한 심화 연구

#### **방송제작론 (Broadcasting Production)**

방송제작에 관련한 제반 이론과 현상에 대한 연구

#### **방송콘텐츠세미나 (Seminar in Media Contents)**

미디어콘텐츠의 생산과 유통, 이용과정을 체계적으로 분석, 연구하는 것을 주 목적으로 한다. 특히 디지털환경에서 다양한 미디어콘텐츠의 형식과 글로벌유통의 확산효과에 대해 살펴보고, 콘텐츠산업의 사회적 역할과 기능에 관해서도 논의한다.

## 방송편성론 (Broadcasting Programming and Scheduling)

방송편성에 관련된 제반이론 연구

## 방송효과분석 (Analysis of Broadcasting Effects)

방송이 수용자에게 미치는 효과에 관한 연구

## 브랜드마케팅 (Brand Marketing)

브랜드 마케팅에 관련된 제반 현상에 관한 연구

## 브랜드커뮤니케이션 (Brand Communication Strategy)

브랜드 커뮤니케이션과 관련한 제반 현상에 관한 연구

## 비판커뮤니케이션이론연구 (Research in Critical Communication Theory)

전통의 주류연구에 대응하는 맑스주의

## 비언어적커뮤니케이션 (Non-verbal Communication)

비언어적커뮤니케이션은 언어적커뮤니케이션을 보완, 강조하지만 그것을 대신해서 사용되는 경우도 많다. 특히 비언어적커뮤니케이션은 나라, 문화에 따라 많은 차이를 보인다. 비언어적커뮤니케이션 연구는 이런 면에서 문화커뮤니케이션이라 할 수 있다.

## 사이버커뮤니케이션과 사이버문화 (Cybercommunication and Culture)

사이버커뮤니케이션과 이와 관련되어 제기된 문화현상에 관한 연구

## 설득커뮤니케이션 (Persuasion)

휴먼커뮤니케이션과 메스커뮤니케이션 분야에서 연구되고 있는 설득에 관하여 심층적으로 알아본다. 구체적으로 설득 현상을 설명하는 이론들, 설득의 구성 요소들, 그리고 설득의 과정과 효과에 관하여 알아본다.

## 세계언론사 (History of World Communication)

외국의 언론 발달과정에 대한 연구

## 시민저널리즘연구 (Public Journalism)

시민저널리즘의 이론과 실재를 점검한다. 특히 온라인 상에서 시민저널리즘의 가능성을 실증적으로 규명하는 작업을 통해 21세기 새로운 저널리즘의 양식을 총체적으로 점검한다.

## 신문이론연구 (Advanced Journalism Seminar)

신문에 관련되어 제기된 이론을 연구

## 언론법연구세미나 (Seminar in Media Law and Ethics)

언론과 법, 윤리의 문제와 전자저널리즘과 관련된 언론법 문제 등을 연구

## 언론법제윤리연구 (Communication Law and Ethics)

언론관련법과 언론인 윤리에 관한 연구

## 언론사상사연구 (History of Journalism Ideology)

언론사에서 제기되어진 사상에 관한 연구

## 언론정책연구 (Research in Journalism Policies)

언론에 관련한 정책제반에 대한 연구

## 영상커뮤니케이션 (Visual Communication)

영상미디어의 재현의 양식에 대한 분석과 이해를 통해 미디어에 의해 매개되는 현대 대중문화와 영상문화에 대한 이해를 도모함

## 온라인저널리즘 (On-line Journalism)

뉴스 미디어의 인터넷 활용과 온라인 저널리즘에 관한 연구

## 인간행동과 커뮤니케이션 (Human Behaviors and Communication)

사회적 환경에서 다양한 정보를 처리하고 반응하는 인간의 심리, 행동과정을 설명하는 심리학적 이론들을 개발 논의하는 강좌임

## 저널리즘과 민주주의 (Journalism & Democracy)

민주주의 사회에서 저널리즘은 시민과 시민을 대표하는 인물(제도) 사이의 대화 혹은 숙의(熟議)를 가능하게 하여 민주 시민의 정체성을 형성하는 과정에서 핵심적인 역할을 수행한다. 이 강의는 뉴스의 개념, 기능, 효과는 물론, 저널리즘과 민주주의의 관계를 이해하는데 강의의 목표를 둔다.

## 저널리즘연구 (Research in Journalism)

신문, 방송 등 취재보도에 관련된 저널리즘 제반 현상에 관한 연구

### **저널리즘윤리와 실천 (Journalism Ethics and Practice)**

저널리즘 윤리에 대한 이론 및 실제와 대안 및 뉴스 미디어의 생산과 소비 과정의 구조적 조건과 영향에 대해서 알아보고자 한다. 또한 새로운 매체 및 이용 환경 변화에 따른 뉴스 미디어의 변화된 조건 및 경향과 뉴스 미디어에 대한 새로운 도전 및 다양한 대안적 논의 및 실천에 대해서 다루고자 한다.

### **전략적 브랜드관리 (Strategic Brand Management)**

전략적인 브랜드 관리 체계를 이해하고, 나아가 Mass media와 Non-mass media를 통한 커뮤니케이션의 통합된 구조와 활동을 통해 브랜드 자산의 전략적 형성과정 연구

### **전문보도론 연구 (Advanced Reporting Workshop)**

전문분야보도에 필요한 제반이론에 대한 연구

### **정보사회론 (Information Society)**

정보사회가 가지는 제반 특성과 상황에 관한 연구

### **정치마케팅 (Political Marketing Research)**

오늘날 주요 정치적 행위체(정치인, 정당, 정부, 시민단체 등)들은 유권자와의 장기적인 관계를 구축·유지·증진시키기 위해 미디어를 적극 활용한다. 아울러 유권자들이 자신들의 정치적, 사회적 메시지 및 의도를 수용하도록 만들기 위해 체계적인 마케팅 커뮤니케이션 기법을 적용하고 있다. 이 강의는 정치커뮤니케이션의 한 유형인 정치마케팅을 체계적으로 이해하는 것을 목표로 한다.

### **정치커뮤니케이션 (Political Communication)**

정치커뮤니케이션이론에 관한 종합연구

### **조직-공중 관계경영론 (Seminar in Organization-Public Relationship Management)**

PR문제를 해결하는 데 있어 조직행동론, 조직심리학, 마케팅, 경영이론, 매스커뮤니케이션론 등 관련영역을 탐색하며 독립적으로 학제적인 연구를 진행하는 과목임

### **조직커뮤니케이션 (Organizational Communication)**

소집단 등 사회조직에의 커뮤니케이션 현상을 연구

### **질적연구방법론 (Qualitative Research Methodology)**

미디어연구와 문화연구 분야의 현장연구를 가능케하는 대표적 질적연구 방법들에 대한 심층적 이해 도모 문학비평에 기원을 둔 기호학, 담론분석, 서사분석, 장르분석 등 문화적 텍스트를 읽어내는 연구방법들을 같이 탐색

### **커뮤니케이션과 사회문제 (Seminar in Communication and Social Issues)**

커뮤니케이션현상과 사회적 이슈의 상관관계에 관해 연구

### **커뮤니케이션사연구 (History of Communication)**

커뮤니케이션의 발달과정을 역사적으로 연구

### **커뮤니케이션연구방법론 I (Research Methodology in Communication I)**

커뮤니케이션 현상을 연구하는 방법론에 대한 연구

### **커뮤니케이션연구방법론 II (Research Methodology in Communication II)**

커뮤니케이션 현상을 연구하는데 있어서 실증적 방법론을 중점적으로 연구

### **커뮤니케이션원강 (Communication in English)**

커뮤니케이션과 관련된 문제에 대한 영어원강

### **커뮤니케이션이론연구세미나 (Seminar in Communication Theory)**

커뮤니케이션이론에 관한 종합연구

### **커뮤니케이션이론연구 I (Research in Communication Theories I)**

커뮤니케이션 전반에 걸친 연구

### **커뮤니케이션이론연구 II (Research in Communication Theories II)**

포스트모더니즘의 이해와 그것에 관련한 이론에 대한 연구

### **커뮤니케이션효과연구 (Effects of Communication)**

커뮤니케이션이 수용자에게 미치는 효과에 관해 연구

### **텔레비전연구 (Television Studies)**

텔레비전 텍스트, 텔레비전 수용자 그리고 문화적/상업적 제도로서의 텔레비전이라는 세 층위에서 텔레비전을 통합적으로 고찰하고, 문화연구의 관점에서 텔레비전에 대한

이해를 시도함

**텔레커뮤니케이션 II (Telecommunication II)**

텔레커뮤니케이션과 관련한 심화 연구

**텔레커뮤니케이션 I (Telecommunication I)**

인터넷 정보고속도로 등에 관련된 제반 이슈와 정책에 관한 연구

**통합마케팅커뮤니케이션 (Integrated Marketing Communication)**

오늘날 시장은 다양한 욕구에 의해 세분화되고, 다양한 커뮤니케이션 수단이 새롭게 등장하면서 브랜드 자산 구축을 위한 효율적인 커뮤니케이션 활동이 더욱 강조되고 있다. 각각의 표적시장에 가장 효과적으로 접근할 수 있는 커뮤니케이션 수단을 통합적으로 운영해야 하는 것이다. 즉 통합 마케팅 커뮤니케이션은 광고, PR, 판매촉진 등 다양한 커뮤니케이션 수단들의 전략적인 역할을 비교, 검토해서 최대한의 커뮤니케이션 효과를 창출하고자 하는 활동이라고 할 수 있다. 따라서 본 강의에서는 IMC 활동을 통해 효과적인 브랜드 구축을 위한 다양한 이슈들을 다룰 것이다.

**Information Technology Seminar**

정보화 시대의 급변하는 정보기술에 관한 사회문화적 영향에 관한 토론수업

**PR이론연구 (Seminar in Public Relations Management)**

PR에 관련된 전반적인 이론에 대한 연구

**PR공중론 (Seminar in Public Relations Publics)**

PR의 대상인 다양한 공중에 대한 이해와 각 공중별 PR 프로그램에 대한 분석

**PR관리론 (Seminar in Public Relations Managements II)**

커뮤니케이션 관리기능으로서의 PR에 대한 학제적인 접근을 목적으로 하며, 조직행동론, 조직심리학, 조직커뮤니케이션, 대인 커뮤니케이션 등 다양한 이론의 적용에 대해 탐색하고 토론하는 과목이다.

**PR커뮤니케이션세미나 (Seminar in Public Relations)**

PR학에 대한 보다 심화된 탐구와 논의를 진행하는 과목. 특히, 고전적 이론에 대한 비판과 분석, 이의 발전적 계승 혹은 새로운 대안 이론의 창출에 대해 고민해 본다.

**Q방법론 세미나 (Q Methodology Seminar)**

Q방법론이 지니 과학철학, 관련이론(자아심리학, 유희이론, 통합체이론, 양자이론, 간행태주의이론 등), 분석방법(Q sampling, P sampling, Q sorting, Factor Analysis 등)에 관한 강의와 실제 적용을 통해 인간의 주관성 연구를 위한 방법론을 습득한다.

• **Comprehensive exam**

**(석사학위과정)**

전공분야	전 공 과 목 (교과목코드)	비 고	
신문방송학	커뮤니케이션이론연구	G4311	택 3
	PR이론연구	G6298	
	질적연구방법론	G6299	
	텔레커뮤니케이션	G4314	
	저널리즘연구	G4315	
	미디어와여론	G4316	
	방송이론연구	G4317	
	영상커뮤니케이션	G6253	
	커뮤니케이션연구방법론	G4322	
	글로벌브랜드커뮤니케이션	G6254	
	Q방법론세미나	G6311	
	미디어윤리세미나	G6148	
	통합브랜드커뮤니케이션	G6255	
	디지털미디어	G6256	
	정치커뮤니케이션	G6257	
	언론법연구세미나	G6258	
	비언어적커뮤니케이션	G6300	
PR공중론	G6348		
방송정책세미나	G6349		
방송콘텐츠세미나	G6350		
저널리즘윤리와실천	G6351		

(박사학위과정)

전공분야	전 공 과 목 (교과목코드)	비 고
신문방송학	커뮤니케이션이론연구	D4311
	P R 이론연구	D6298
	질적연구방법론	D6299
	텔레커뮤니케이션	D4314
	저널리즘연구	D4315
	정치커뮤니케이션	D6194
	미디어와여론	D4316
	방송이론연구	D4317
	영상커뮤니케이션	D6195
	커뮤니케이션연구방법론	D4322
	글로벌브랜드커뮤니케이션	D6196
	Q 방법론세미나	D6337
	미디어윤리세미나	D5436
	통합브랜드커뮤니케이션	D6197
	글로벌브랜드마케팅	D6198
	디지털미디어	D6199
	비언어적커뮤니케이션	D6300
	정치마케팅	D6200
	언론법연구세미나	D6201
	커뮤니케이션정책론	D6202
	시민저널리즘연구	D6203
P R 공중론	D6370	
방송정책세미나	D6371	
방송콘텐츠세미나	D6372	
저널리즘윤리와실천	D6373	

택 4

※ 학과 내규에 따라 종합시험 응시 전 학과주임교수님과 상담하여 확인 서명 후 접수해야 함