

미디어커뮤니케이션학과

Department of Media & Communications
Since 2017

미디어의 미래를 창조하는 커뮤니케이션 전문가들



현재 미디어 환경은 기존의 매체에서 SNS, 애플리케이션, MCN 등의 뉴미디어로 확장 및 세분화되며 꾸준히 변화하고 있습니다. 미디어커뮤니케이션학과는 이러한 변화에 맞춰 디지털미디어와 관련한 전 분야에 걸쳐 균형적이고 다양한 지식과 실무 경험을 제공하며, 한 분야에 국한되지 않은 독창적이고 창의적인 미디어콘텐츠 결과물을 구현합니다. 다양한 플랫폼(SNS, 유튜브 등)을 통해 공유·유통의 단계를 거치며 커뮤니케이션 과정에서 능동적이고 창의적인 소양을 함양함으로써 새로운 미디어 환경을 주도할 수 있는 커뮤니케이션 전문가를 양성하고 있습니다.

무엇을 탐구하는가?

미디어커뮤니케이션학과는 '미디어콘텐츠 기획·제작', '미디어콘텐츠 경영', '홍보·광고' 세 트랙(Track)으로 구성된 교육과정을 운영하고 있습니다.

'미디어콘텐츠 기획·제작' 트랙은 콘텐츠 수용자의 다양한 니즈를 반영해 각 미디어(방송, 유튜브, SNS, 애플리케이션, 신문, 잡지 등)에 최적화된 영상콘텐츠를 기획하고 제작하는 교육과정을 제공하며, '미디어콘텐츠 경영' 트랙은 산업의 규모와 다양성이 날로 확장되는 콘텐츠마켓(방송, 영화, 음악, 게임, 애플리케이션 마켓 등)의 구조와 변화를 분석하고, 효과적인 콘텐츠 마케팅에 대해 연구합니다. 마지막으로 '홍보·광고' 트랙에서는 민간기업과 공공기관에서 필요로 하는 이슈 및 위기관리, 공유가치창출, 마케팅, 광고, 브랜드관리 등의 전략적 커뮤니케이션을 다양한 사례와 실습을 통해 학습함으로써 홍보 및 광고 현장의 전문가로 성장할 수 있도록 돕고 있습니다.

두드려라, 열릴 것이다!

미디어커뮤니케이션학과가 그려가고 있는 인재상은 '뉴미디어 시대의 미디어콘텐츠 크리에이터'입니다. 뉴미디어 시대가 만들어가고 있는 다양한 사회 현상에 관심을 갖고 현상을 분석적으로 보는 안목을 갖춘 학생이라면 미디어커뮤니케이션 학과의 문을 두드리셔도 좋을 것 같습니다. 여기에 창의력과 예술적 감수성까지 겸비하고 있다면 금상첨화입니다. 평소 다양한 미디어 환경에 관심이 많고 미디어 세계의 소통과 창조에 흥미가 있는 분이라면 망설이지 말고 미디어커뮤니케이션학과에 도전하시기 바랍니다. 미디어커뮤니케이션학과에 관심이 있는 분이라면 고교 시절부터 다양한 미디어 공모전 활동을 경험하는 것을 추천합니다. 아울러 독서 동아리 활동을 통해 토론이나 비평 등의 경험을 자주 갖는 것도 도움이 될 수 있으며, 외국어회화나 각종 사회조사, 인터넷, 신문, 영화, SNS, 방송, 영상, 광고, 마케팅 등의 활동을 미리 경험해둔다면 보다 빨리, 쉽게 학과 생활에 적응하실 수 있습니다.

우리 학과는요!

학과전용 방송스튜디오, 전문 기자재

강의 시간은 물론, 학생 개인의 과제나 공모전 준비를 위한 기자재 및 강의실 대여

현장실습 및 인턴십 운영

- ① 1, 2학년 대상 강의와 연계된 관련업계 현장견학 실시
- ② 3, 4학년 대상 실무와 연결한 관련업계 인턴십 지원

트랙별 동아리 활동

3개 트랙별 다양하고 특화된 동아리 운영

선배가 권하는 책

창의적인 콘텐츠 기획의 8가지 비밀 홍경수 / 한국콘텐츠진흥원

창의적인 콘텐츠가 엄청난 파급효과를 불러 일으키며, 시청자들을 집결시키는 승자독식의 특성이 강화되는 시대인 만큼, 콘텐츠의 중요성은 필수적이다. 그렇다면 문제는 창의적인 콘텐츠를 새롭게 만들어내는 기획력이다. 이 책은 콘텐츠를 기획하기 위해 꼭 알아야 할 미디어론과 콘텐츠 이론을 비롯하여, 인문학적 토양인 스토리텔링, 수사학, 시학 그리고 재매개론에 이르기까지 미디어 이론과 인문학을 두루 섭렵하고 기획력을 키울 수 있도록 돕는다.

인문학으로 광고하다

박웅현 / 알마

인문학으로 창의력을 발산하는 크리에이티브 디렉터 박웅현의 인터뷰를 담고 있으며, 그가 만들어낸 광고물을 활용해 창의성을 이야기하고 있다. 이 책에서는 그 구체적인 결과물로 박웅현 CEO가 만든 광고에 주목한다. 한국 사회나 광고업계에서 창의적이라고 인정받은 그의 성공적인 광고물을 바탕으로 '크리에이티브 디렉터 박웅현의 창의성과 소통의 기술'에 대해 이야기하고 있다.

영상 제작의 미학적 원리와 방법

허버트 제들 / 커뮤니케이션북스

미디어 기술의 눈부신 발달로 나타난 여러 가지 디지털 효과와 새로운 영상 미학의 개념들을 소개하는 책이다. 대부분의 사진을 새로 교체해서 복잡한 영상 미학의 개념들을 알기 쉽게 설명한다. 다양한 영상 이론을 바탕으로 영상을 제작하고 분석하는 준거의 틀을 제공해 현장에서 유연하게 활동할 수 있도록 돕는다.

졸업 후 진출분야

신문·방송·영상

PD, 기자, 촬영·편집, 작가, 아나운서, 리포터 등

홍보·광고

민간기업, 공공기관 홍보·광고 실무자, 홍보·광고대행사의 AE, 지상파·케이블방송사의 홍보·광고 실무자 등

공연

뮤지컬기획가 및 연출가, 프로모션 및 이벤트 실무자

Our Major Story

1학년

새로운 미디어 환경을 주도할 커뮤니케이션전문가 양성을 목표로 합니다. '미디어콘텐츠 기획·제작', '미디어콘텐츠 경영', '홍보·광고'의 세 트랙으로 나뉩니다. <콘텐츠 기획의 인문학>, <미디어 리터러시>, <PR개론>, <미디어보기>, <미디어와 뉴스>, <디지털 프로덕션 기초실습>을 학과기초 과목으로 지정하여 미디어커뮤니케이션학의 토대를 다지게 됩니다. SCH미디어랩스의 궁극적 목표인 융합인재 양성을 위해 <융합과 무한상상>, <맛있는 수학>, <이야기 만들기>라는 단과대학 공통교양과목을 이수함으로써 다양한 전공을 배울 수 있는 기회도 갖게 됩니다.

교육과정

미디어 리터러시, 콘텐츠 기획의 인문학, PR개론, 미디어보기, 미디어와 뉴스, 디지털 프로덕션 기초실습

2학년

다양한 과정들을 좀 더 체계적으로 배우는 시기입니다. 더불어 SCH미디어랩스 기초과목인 미디어아트 융합분야의 <비주얼 컬러>, <콘텐츠 생태학>을 수강함으로써 재학생들은 미디어커뮤니케이션학을 심층적으로 탐구합니다. 2학년 2학기 겨울방학부터 SCH미디어랩스 재학생들은 복수전공의 개념인 '융합전공'을 선택할 수 있습니다(학점기준 있음). 방학 중에 SOOC(온라인 과목)를 수강하고, 개강 후 1개월 동안 TP(Term Project)를 수행하여 학점을 취득하는 '융합전공'은 4차 산업혁명의 트렌드를 반영하는 새로운 전공입니다.

교육과정

PR사례연구, 미디어역사, 콘텐츠 내러티브와 스타일, 방송제작실습1·2, 미디어 글쓰기 1·2, 영상 카피라이팅, 빅데이터 스토리텔링, 미디어생태학, 미디어윤리, 영상제작실습, 문화산업론, 방송 연출의 이해, 빅데이터 활용, PR상황분석과 효과측정

3학년

미디어 기업 및 실제 미디어 산업에서 필요한 전문적 스킬을 다양한 실습과목을 통해 습득하는 시기입니다. 현 미디어환경은 SNS, 애플리케이션, MCN 등의 뉴미디어로 세분화되며 꾸준히 변화하고 있습니다. 다양한 미디어를 꾸준히 접하는 것이 우선이며, 수강한 교과목을 토대로 학생 스스로가 프로젝트를 제시해 직접 콘텐츠를 제작하는 것도 추천합니다. 또, 다양한 조직을 위한 홍보·광고캠페인을 기획하고, 실행하는 과정을 제공함으로써 실무적 지식과 역량을 제고합니다. 3학년 때는 기업 현장실습에 도전해볼 것을 추천합니다. 학과에서는 패밀리기업을 구축해 이를 적극 활용할 예정이므로 관련 활동을 통해 미디어 산업에 대한 시각을 키우는 좋은 기회로 활용하시기 바랍니다.

교육과정

미디어 법제, 트랜스미디어 영상기획론, 방송제작실습3, 스튜디오 영상제작1·2, 콘텐츠와 사운드, 글로벌 미디어 유통, PR 캠페인기획, 미디어 현상학, 스팟치커뮤니케이션 실습, 미디어와 공동체, 콘텐츠 기획 워크숍, 웹 미디어 경영, 전략적 커뮤니케이션, PR세미나, 미디어콘텐츠 기획론

4학년

실제 미디어커뮤니케이션 활동과 관련한 다양한 사례를 연구하고 <소셜디자인과 영상콘텐츠>, <다큐멘터리 분석과 비평>, <매스미디어 세미나> 등에 이르기까지 준비된 미디어 전공자로서의 자질을 완성하는 시기입니다. 아울러 4학년 때는 취업을 준비하고 자신만의 색깔과 기량을 가다듬는 시기로, 우리 학과의 경우 인턴십 및 취업과 관련한 다양한 패밀리기업 구축과 지도교수와 꾸준한 상담을 운영하고 있으므로 이를 잘 활용한다면 큰 도움을 얻을 수 있습니다.

교육과정

디지털 뉴스제작 실습, 포토저널리즘, 소셜디자인과 영상콘텐츠, 다큐멘터리 분석과 비평, 매스미디어 세미나

Enjoy the Club!

해움 해움은 '생각하다'의 순우리말로, 영화 및 영상에 열정이 있는 학생들이 모여 자신의 생각을 영상으로 자유롭게 표현하는 동아리입니다.

MCB 다큐멘터리, 드라마, 카드뉴스 등 다양한 콘텐츠를 제작하는 방송국입니다.

촉감 '웬촉으로 쓰는 감성'이라는 뜻을 지닌 문예창작 동아리입니다.

몽클 '가슴이 따뜻해지는 영상을 제작하자'는 뜻을 가진 영상제작 동아리입니다.

미광 미광은 아름다울 美, 광고의 廣을 따서 '미치도록 아름다운 광고'라는 뜻을 가지고 있는 광고 동아리로, 2010년 설립 이후 현재까지 운영되고 있습니다.

피알러즈 PR, 홍보, 마케팅을 공부하고 체험하는 학술 동아리입니다. PR의 영역이 광범위한 만큼 다양한 활동으로 피알러즈의 존재를 넓혀가고 있습니다.

골인원 튼튼한 체력과 선후배 간의 돈독한 관계를 이어주는 축구 동아리입니다.

타이탄 농구를 매개체로 자신의 열정을 마음껏 발산할 수 있는 동아리입니다.

코마크루 코마크루는 댄스 동아리입니다. 공연과 영상제작을 주 활동으로 하며 활발한 SNS 활동으로 주목받고 있습니다.

마이애미 마이애미는 공연과 콘텐츠의 비율을 적당히 섞어 음악적인 역량과 동시에 학과 특성을 살린 음악 관련 콘텐츠를 만들어 SNS에 게시하고 있습니다.



PEOPLE_ON

화끈하게 놀고 치열하게 탐구하세요!

“전 어중간한 걸 싫어해요. 놀 때는 어느 힙합 그룹보다도 더 신나게 놀고, 공부할 때는 어느 노벨상 수상자보다도 치열하게 공부하는 삶이 멋있다고 생각합니다. 저는 미디어커뮤니케이션학과와 3개 트랙 중 '홍보·광고' 트랙 교수입니다. 순천향대학교에 오기 전에 홍보업계에 오래 있었죠. 군수, 도지사, 장관, 국무총리 PR까지는 해봤는데, 대통령 PR은 못해 보고 학교로 왔습니다. 대통령 PR을 기획하고 실행하는 PR전문가가 저의 '치열한' 제자 중에서 나오기를 학수고대합니다! 광고는 고등학생들도 많이 알고 있지만, PR은 잘 모르는 경우가 있습니다. 저는 장기적으로는 PR의 가치, 영향력, 매력 등을 고등학생뿐만 아니라 일반인에게 적극 알리려고 합니다. 중단기적으로는 순천향대학교 미디어커뮤니케이션학과를 우리나라 대표 PR학과로 발전시키고자 합니다. 우리 학과는 신생학과지만 신생학과가 갖는 장점을 긍정적으로 인식했으면 좋겠습니다. 아무도 가보지 않은 길을 내가 걸어가고 있다는 생각, 또 가장 열정적인 교수님들과 그 길을 함께 걷는다는 생각을 꼭 가지시기 바랍니다. 항상 응원할게요!”

최준혁(미디어커뮤니케이션학과 교수)

