

## 문화산업과 커뮤니케이션 연계전공

위치 및 연락처 : 을곡관 307호 ☎ 219-2736

### 전공소개

정보화와 문화 기술의 비약적인 발전에 따라 커뮤니케이션의 내용과 형식이 급변하고 있으며, 그 범위와 빈도가 폭발적으로 확대되고 있다. 이에 따라 생활양식과 문화 및 사회구조의 변화 역시 진전되고 있다. 문화산업과 미디어 환경과 구조, 관련 정책과 법, 일상생활 양식, 문화양식 등에 나타나고 있는 이러한 변화를 적극적으로 이해하고, 능동적으로 대처할 수 있는 역량을 키울 수 있도록 하며, 제1전공과의 연관속에 학생들이 이론, 조사 분석 및 기획, 산업, 정책, 법, 콘텐츠 개발, 비즈니스 등 상호 보완적이고 확장적

인 관련 교과목을 선택하여 수강함으로써 관련 지식과 훈련을 받을 수 있는 기회를 제공해준다.

### 졸업 후 진로

본 전공을 연계전공으로 이수한 학생은 졸업 후 언론기관 및 영화, 애니메이션, 광고, 게임 등의 문화콘텐츠산업, 인터넷 비즈니스 및 정보콘텐츠 등의 미디어 커뮤니케이션 관련 분야에 진출하는데 필요한 지식을 습득할 수 있을 것이다.

### 교수진

직책	성명	전공분야	연구실	전화	비고
부교수	이선이	사회심리학	을곡관 520호	2780	
부교수	김병관	사회변동·사회정책	을곡관 421호	2781	
부교수	노명우	사회학이론·문화예술사회학	을곡관 505호	2777	
교수	김완석	산업심리학	을곡관 515호	2769	
교수	안재홍	비교정치	을곡관 510호	2791	
부교수	김효동	방송기획	산학관 413호	1858	
교수	신강현	산업및조직심리학	을곡관 519호	2772	

## 교육과정표

### 1. 졸업 이수학점 및 구성 현황

가. 연계전공이므로 복수전공 또는 부전공으로만 이수 가능

나. 교육과정별 필수 이수학점 구성 현황

(※ 필수 이외의 학점은 교양선택 등으로 이수하여 총 졸업 이수학점을 충족하여야 함.)

구분	전공		비고
	전공필수	전공선택	
복수전공	—	36	제전공의 교과목은 6학점까지만 인정
부전공	—	21	제전공의 교과목은 3학점까지만 인정

## 2. 교육과정

### ■ 일반과정

이수구분	학수 구분	과목명	개설 학년 및 학기(해당 란에 ‘●’표시)								학점구성 (구성 요소별 학점 수)			학점 수 합계
			1학년		2학년		3학년		4학년		이론	설계	실험 실습	
			1학기	2학기	1학기	2학기	1학기	2학기	1학기	2학기				
전공선택	전선	관광과 문화			●						●			3
	전선	마케팅 커뮤니케이션스			●	●	●	●	●	●				3
	전선	광고심리학								●	●			3
	전선	뉴미디어와 디지털방송				●					●			3
	전선	마케팅관리*			●	●	●	●	●	●				3
	전선	매스커뮤니케이션 입문					●				●			3
	전선	문화산업론								●	●			3
	전선	문화와 정치			●						●			3
	전선	스포츠와 미디어					●				●			3
	전선	스포츠 · 레저산업연구								●	●			3
	전선	현대사회의 축제와 이벤트								●	●			3
	전선	문화콘텐츠학 입문	●								●	●		3
	전선	미래사회와 트렌드						●			●			3
	전선	민주주의와 선거제도				●					●			3
	전선	변화의 기획과 관리								●	●			3
	전선	사회문제분석			●						●			3
	전선	사회변동과 발전			●						●			3
	전선	사회심리학 및 실험				●					●			3
	전선	사회조사방법론			●						●			3
	전선	소비사회학					●				●			3
	전선	소비자행동론			●	●	●	●	●	●	●			3
	전선	스토리텔링의 이해		●							●			3
	전선	스포츠 · 문화산업과 법					●				●			3
	전선	여가사회학						●			●			3
	전선	영상사회학								●	●			3
	전선	예술사회학								●	●			3
	전선	정보사회와 미디어						●			●			3
	전선	프로젝트기획과 기업가정신						●			●			3
	전선	현대문화분석입문			●	●				●	●			3
소계													87	
총계													87	

\* 문화산업과 커뮤니케이션 연계전공의 복수/부전공자는 마케팅관리 선수과목(비즈니스영어1) 미적용(경영학과 제1전공 소속이 아닌 학생이 마케팅관리 수강을 원하는 경우 경영대학 교학팀 담당자(031-219-2702)에게 문의 후 수강신청)

## 3. 권장 이수 순서표

### ■ 일반과정

학 년	1학기					이수구분	2학기				
	과목명	학점	시간	선수과목	외국어 강의여부		과목명	학점	시간	선수과목	외국어 강의여부
1 학 년	문화콘텐츠학 입문 (문화콘텐츠학과)	3	3			전공선택	스토리텔링의 이해 (문화콘텐츠학과)	3	3		
	—	3	3				계	3	3	—	
2 학 년	매스커뮤니케이션 입문 (사회학과)	3	3			전공선택	현대문화분석 입문 (사회학과)	3	3		
	문화와 정치 (정치외교학과)	3	3				사회심리학 및 실험 (심리학과)	3	3		

학 년	1학기					이수구분	2학기				
	과목명	학점	시간	선수과목	외국어 강의여부		과목명	학점	시간	선수과목	외국어 강의여부
2 학 년	관광과 문화 (사회학과)	3	3			전공선택	민주주의와 선거제도 (정치외교학과)	3	3		
	사회문제분석 (사회학과)	3	3				정보사회와 미디어 (사회학과)	3	3		
	사회변동과 발전 (사회학과)	3	3				뉴미디어와 디지털방송 (디지털미디어 전공)	3	3		
	사회조사방법론 (사회학과)	3	3								
	—	18	18				계	15	15	—	
3 학 년	소비사회학 (사회학과)	3	3			전공선택	프로젝트기획과 기업가정신 (사회학과)	3	3		
	스포츠·문화산업과 법 (스포츠레저학과)	3	3				여가사회학 (사회학과)	3	3		
	스포츠와 미디어 (스포츠레저학과)	3	3				미래사회와 트렌드 (사회학과)	3	3		
	—	9	9				계	9	9	—	
4 학 년	예술사회학 (사회학과)	3	3			전공선택	광고심리학 (심리학과)	3	3		
	변화의 기획과 관리 (사회학과)	3	3				문화산업론 (사회학과)	3	3		
							영상사회학 (사회학과)	3	3		
							스포츠·레저산업연구 (스포츠레저학과)	3	3		
							현대사회의 축제와 이벤트 (스포츠레저학과)	3	3		
	—	6	6				계	15	15	—	
2 3 4 학 년 동 학	마케팅관리* (경영학과)	3	3		O(영어)	전공선택	마케팅관리* (경영학과)	3	3		O(영어)
	마케팅 커뮤니케이션스 (경영학과)	3	3	마케팅관리			마케팅 커뮤니케이션스 (경영학과)	3	3	마케팅관리	
	소비자행동론 (경영학과)	3	3	마케팅관리	O(영어)		소비자행동론 (경영학과)	3	3	마케팅관리	O(영어)
	—	9	9				계	9	9	—	

\* 문화산업과 커뮤니케이션 연계전공의 복수/부전공자는 마케팅관리 선수과목(비즈니스영어1) 미적용(경영학과 제1전공 소속이 아닌 학생이 마케팅관리 수강을 원하는 경우 경영대학 교학팀 담당자(031-219-2702)에게 문의 후 수강신청)

#### 4. 유의사항

##### ■ 선수과목표

학수구분	과목명	선수과목명
전선	마케팅 커뮤니케이션스	마케팅관리
전선	소비자행동론	마케팅관리

#### 5. 과목개요

##### BIZ231 마케팅관리

##### Marketing Management

기업들의 성패는 궁극적으로 시장에서 결정된다. 시장에서의 성공을 위하여 고객을 창조하고 유지하기 위한 활동이 바로 마케팅이다. 본 과정은 마케팅 개념에 대한 기본적 이해와 기업의 관리자로서 마케팅 문제의 파악 및 해결능력

을 배양시키는데 목적이 있으며, 마케팅 전략과 마케팅믹스의 관리적 측면을 숙지하게 된다.

##### BIZ232 소비자행동론

##### Consumer Behavior

마케팅은 소비자의 욕구에서 시작하며 고객의 만족을 확인하는데서 완결된다. 따라서 고객만족과 고객 지향적 마케팅을 성공적으로 수행하기 위해서는 소비자들의 구매결정

과정과 이에 영향을 미치는 제 요소들을 명확히 알아야 한다. 이 과정에서는 특히 사회학, 심리학, 문화인류학 등 제 측면으로부터의 분석을 통하여 소비자의 구매결정 과정을 집중적으로 검토하는 것을 주요 내용으로 한다.

**BIZ3313 마케팅 커뮤니케이션스**  
 ——— Marketing Communication

**CUL101 문화콘텐츠학 입문**  
 ——— Introduction to Cultural Contents Studies

문화콘텐츠학에서 다루는 모든 내용을 조금씩 접해보는 것을 목표로 한다. 문화콘텐츠의 정의, 산업적 측면, 정책적 측면, 문화적 측면 등을 간략하게 학습한다. 문화콘텐츠학에 입문하고자 하는 학생들을 위한 가장 기본적인 강좌이다.

**KOR301 스토리텔링의 이해**  
 ——— Understanding of Storytelling

스토리텔링은 구비 서사물, 기록 서사물 그리고 영상 서사물, 게임 서사물에 이르기까지 폭넓게 자리 잡고 있다. 스토리텔링에 대한 이론적 접근을 통해 이야기 꾸며내기에 대한 기초적인 소양을 키우고 응용력을 키운다.

**SLEZ322 스포츠와 미디어**  
 ——— Sports and Media

본 강의는 미디어 및 미디어 관련 문화상품 등 미디어 서비스 속에서 스포츠의 관계와 위치를 가늠해 봅니다. 그리고 스포츠와 관련한 다양한 미디어를 중심으로 이의 이해 및 분석을 돕는 것을 내용으로 합니다. 궁극적으로 이러한 지식 습득 및 지적 트레이닝을 통해 스포츠 미디어와 관련된 제 업무와 시스템을 이해하여 스포츠 전공자들의 이해를 넓히고자 합니다.

**DGMD237 뉴미디어와 디지털방송**  
 ——— New Media & Digital Broadcasting]

방송매체에 대한 기초적인 지식을 넓히고 방송매체가 디지털 방송으로 전환됨에 따라 변화되는 방송제작 방식에 대해 배우고 이를 실습한다.

**POL236 민주주의와 선거제도**  
 ——— Democracy and Electoral Institutions

금권, 관권의 타락된 선거캠페인의 관행이 사라지면서 정당들은 정당정책을 홍보해야 하며, 입후보자들도 광고와 홍보의 방법을 다양하게 활용하여 자신들의 정치적 입장과 정책적 내용을 유권자들에게 알리려 한다. 기업들이 하는

경영전략이나 광고의 방법을 활용하지 않을 수 없게 되었다. 이 과목에서는 현재 정치의 경영적 측면을 다양하게 다룬다.

**POL361 문화와 정치**  
 ——— Culture and Politics

근대 후기 또는 탈근대 시대의 두드러진 특징은 문화의 시대라는 점이다. 문화는 정치와 사회현상뿐만이 아니라 경제현상을 좌우하는 주요 요인으로 자리 잡고 있다. 또한 정보사회와 맞물려 성장 및 변화하고 있기 때문에 ‘Culture technology’라는 신조어가 생기고 있는 실정이다. 이 과목에서는 문화를 포괄적으로 이해하고, 문화가 정치형태, 정치과정, 정치제도화 등에 미치는 영향을 설명한다. 또한 문화가 후기 산업사회의 정치경제에 미치는 영향도 집중적으로 다룬다.

**PSY242 사회심리학 및 실험**  
 ——— Theories & Experiment in Social Psychology

사회적 상황에서의 인간의 행동과 사고과정에 관한 여러 이론들과 실험연구들을 고찰한다. 고정관념과 편견, 대인지각, 사회인지, 사회적 영향력, 태도 변화, 이타행동 및 대인 매력에 사회심리학의 주요 주제들이다.

**PSY481 광고심리학**  
 ——— Psychology of Advertising

심리학의 이론을 바탕으로 광고가 개인과 사회의 경제활동에 미치는 영향과 그 과정을 다룬다. 즉, 하나의 설득자극으로서의 광고 자체의 특성과 광고 환경을 특성, 그리고 소비자의 특성이 어떻게 상호작용하며, 그것이 개개인의 소비활동에 어떤 영향을 주는가를 심리학의 이론과 사례연구를 통해 탐구한다.

**SLEZ321 스포츠-문화산업과 법**  
 ——— Law in Sport & Cultural Industry

각종 스포츠의 규칙과 심판에 관하여 학습한다.

**SOC217 사회조사방법론**  
 ——— Methods in Social Research

사회학에 있어서 경험적 연구방법과 기법들을 이해하고 터득하게 함으로써 제반 사회현상을 경험적, 실증적으로 분석할 수 있는 능력을 기른다.

**SOC231 사회문제분석**  
 ——— Social Problems

급속한 사회변동에 수반하여 제기되는 제반 사회문제들에

대한 주요 이론 및 접근방식을 개관함으로써 사회문제에 대한 체계적 분석능력을 개발하고 해결방식을 모색한다.

#### SOC242 사회변동과발전

##### ———— Social Change & Development

사회구조의 변동원인, 과정 및 결과에 관한 이론적 관점들을 소개함으로써 거시적 수준의 전체사회변동을 다각적으로 분석하며, 사회변동의 특수분야로서의 발전과 저발전의 원인, 과정, 결과들에 대한 다양한 이론과 경험적 연구들을 주로 제3세계의 발전문제에 초점을 두어 검토한다.

#### SLEZ496 스포츠 · 레저산업연구

##### ———— Sports Leisure Industry

학생들은 이 수업을 통해 현대 사회인들의 레저생활의 큰 축을 이루는 스포츠 산업에 대해 배울 것이다. 먼저, 학생들은 스포츠 산업의 개념을 이해하고 스포츠 산업의 종류와 각 분야별 이론 및 현황을 파악할 것이다. 나아가 스포츠 산업과 미디어산업과의 연관성, 또한 최근 흥행하고 있는 프로스포츠 산업에 대해 공부할 것이다.

#### SOC252 현대문화분석입문

##### ———— Interpretation to Culturalstudies

문화에 대한 다양한 개념과 이론을 정리하고 문화와 정치, 경제와 같은 다른 사회부문간의 역동적 관계, 일상생활에서의 문화의 역할 등을 분석한다.

#### SOC253 관광과문화

##### ———— Tourism and Culture

"백 번 듣는 것이 한번 보는 것만 못하다" 혹은 "만 권의 책을 읽는 것도 만 리 길 여행만 못하다"이라는 중국 속담에서 볼 수 있는 것처럼 관광은 오랫동안 개인의 삶과 사회생활에서 중요한 위치를 차지해 왔다. 뿐만 아니라 "굴뚝 없는 공장"이라고 종종 불리고 있는 관광은 이제 세계에서 가장 커다란 산업으로서 현대사회에서 매우 중요한 경제활동 영역이자 사회현상으로 자리 잡고 있다. 하지만 오랫동안 사회학에서는 관광을 비교적 덜 중요한 사회적 현상으로 간주되어 왔으며 상대적으로 분석과 이론화가 충분치 않았던 영역이었다. 그런데 세계화와 더불어 관광은(심지어는 해외관광 조차도) 매우 일반적인 사회현상이 되어가고 있으며, 과거에는 관광의 영역이라고 간주하지 않았던 농업, 국제회의, 음식, 의료, 심지어는 전쟁과 재난까지도 관광의 영역으로 흡수되는 현상을 보이고 있다. 이제 문화산업 전반이 관광과 떨어질 수 없게 되어버린 것이다. 이에 따라 사회학에서는 최근 관광에 대한 관심과 연구가 매우 활발하게 진행되고 있다. 본 강좌에서는 먼저 근대성, 정체성,

진정성, 순례 등 관광에 대한 최근의 주요 사회학적 개념과 이론과 개념들을 공부하고, 테마공원, 박람회, 축제, 민족 관광, 음식, 성도박, 생태관광 등 세계의 다양한 관광의 모습을 구체적으로 살펴볼게 될 것이다. 그리고 이런 지식을 바탕으로 한국사회의 관광을 재점검하고 설계해보는 기회를 갖게 될 것이다.

#### SOC261 매스커뮤니케이션 입문

##### ———— Introduction to Mass-Communication

매스커뮤니케이션의 발전과정과 그 사회적 기능을 사회적 상호작용 및 사회조직 등과 관련하여 검토한다.

#### SOC3112 프로젝트기획과기업가정신

##### ———— Project Planning and Entrepreneurship

이 과목에서 학생들은 사업 및 프로젝트 기획의 형식론적, 방법론적 특성과 노하우에 대하여 학습하고, 이를 바탕으로 다양한 영역의 프로젝트를 실제로 기획하는 방법을 습득하는 것을 목표로 한다. 이 과목에서 예시적으로 이용되는 사례들은 주로 문화 영역의 프로젝트 기획이 될 것이지만, 여타의 영역들에 대한 함축적 이해도 동시에 추구된다. 기존의 프로젝트 기획론 과목 교육내용에 창업 관련 내용을 심화 보강하여 학생들에게 창업과 관련한 이론적 지식과 방법론적 도구에 대한 학습 기회를 제공하고 이에 기반한 비즈니스 창업을 실무적 실습 기회를 팀프로젝트 형식으로 제공함으로써 학생들에게 관련된 능력을 배양하는 것을 목적으로 한다.

#### SOC315 문화산업론

##### ———— Culture Industry

21세기 주요 산업으로 부상하고 있는 문화산업은 문화와 산업이라는 일견 상반되는 논리를 가진 두 영역이 결합된 것이다. 이 과목에서는 이러한 문화산업이 안고 있는 긴장과 가능성이라는 공통적 특성을 이해할 뿐만 아니라, 정보화, 문화기술, 미디어의 발전, 문화산업 시장의 초국화 등에 따라 역동적으로 진전되고 있는 문화산업의 구조 변화를 학습하는 것을 목표로 한다.

#### SOC326 여가사회학

##### ———— Sociology of Leisure

여가와 노동의 관계, 현대사회에서 여가의 사회적 기능, 일상생활 속에서의 여가, 노동력 재생산으로서의 여가, 자본주의 문화와 여가, 한국의 역사 속에 나타난 여가관 그리고 오늘날의 여가를 다룬다.

**SOC344 미래사회와 트렌드**

Introduction to Future Studies

후기 산업사회에 관한 다양한 이론과 사회가 직면하고 있는 문제들을 정보화사회의 특성, 전망 및 그 사회적 결과 등과 관련하여 사회학적, 미래학적 시각에서 고찰한다.

**SOC353 소비사회학**

Sociology of Consumption

20세기와 21세기에 걸쳐서 소비주의는 점진적으로 분명한 추세를 그리면서 글로벌한 수준에서 현대사회를 지배하는 구성 원리로 등장하고 있다. 소비주의는 현대의 사회구조와 맥락의 발전적 속성으로서 중심적 지위를 점하고 있다. 이 과목에서는 산업화, 전지구화, 지속가능성의 위기 등의 현대적이고 미래지향적인 구조적 맥락에서 소비주의와 소비 현상과 관련된 다양한 사회적, 문화적 측면을 분석적으로 탐구한다.

**SOC362 정보화사회와 미디어**

Media and Information Society

기술의 급격한 발달, 특히 위성통신 및 교통기술의 발달은 인간관계를 질적으로 양적으로 크게 증폭시켜 놓았다. 이러한 새로운 사회 환경에서 시간과 공간을 초월하는 인간관계를 가능하게 하는 가장 중요한 수단인 미디어의 역할과 기능에 대해 분석한다. 이 과목은 매스컴사회학, 미래사회연구 등과 연계하여 수강하기를 권장한다.

**SOC445 변화의 기획과 관리**

Planning and Management of Change

사회적 변화와 혁신의 모든 과정에 대한 이론적 배경과 실무적 방법을 제공하는 것을 목적으로 한다.

가속화되는 사회적 변화의 흐름과 심화되는 불확실성이 가져오는 사회적 불안정성의 시대에 변화와 혁신에 대한 요구는 어느 때보다 크다. 거시적으로는 자본주의적 사회경제정치 질서의 혼란과 환경위기에 기인하는 지속가능성의 시대적 과제, 미시적으로는 심화되는 경쟁 속에서 생존을 위한 기업과 조직체들의 혁신과 변화의 흐름 속에서 사회, 경제, 정치적 변화의 지속적 노력은 생존의 필수적 요건이 되고 있다. 이러한 상황에서 사회적 변화와 혁신에 대한 학습과 실습은 사회과학 교과과정의 핵심적 요구의 일부로 자리 잡고 있다.

이 과목에서는 사회적 변화와 혁신의 기획과 실행의 전 과정에 대한 다양한 사회과학적 이론과 실무적 방법/도구를 학습하고 실제 변화의 기획을 실습하는 것을 목표로 한다. 이 과목을 통해서 학생들은 사회적으로 필요한 변화와 혁신을 기획하고 실행하는 능력을 배양한다.

**SOC451 예술사회학**

Sociology of Art and Literature

인간의 문학 및 예술행위는 중요한 사회현상의 하나이다. 예술의 사회적 기능과 그 역할에 초점을 맞추어, 예술이 사회구조적, 역사적 조건에 따라 어떻게 변천하였으며 어떠한 양식으로 인간 생활에 영향을 미치는가를 검토해 본다.

**SOC452 영상사회학**

Sociology of Visual Image

20세기에 들어와 획기적으로 시각의 변화를 몰고 온 카메라의 발전과 영화, 비디오와 텔레비전, 그 이외의 시각 매체의 이미지와 영상이 현대사회와 어떤 상응관계를 갖고 있는지를 파악해 본다. 영상매체에 대한 이해, 시각중심 문화에 대한 분석, 영상 작품에 대한 사회학적 분석 그리고 영상이미지와 사회와의 상호투사적 관계에 대해 조망해 보고, 시각과 영상이론, 그리고 사회학적 상상력이 어떻게 결합할 수 있는지 생각해 본다.

**SLEZ491 현대사회의 축제와 이벤트**

Modern Society and Festival

일상에서 우리는 다양한 축제와 이벤트의 장을 찾아가거나 우연히 마주쳐서 즐겁게 시간을 보내고 소중한 기억을 만들며 살아간다. 이 수업에서는 현대사회의 축제와 이벤트가 가지는 사회문화적 의미와 기능에 대해서 이해한다. 또한, 구체적으로 축제와 이벤트를 개최하는 과정에 대해서 실용적 지식을 습득하고 축제 및 이벤트 관련 전문가로부터 현장 지식과 경험을 듣는 기회를 가지게 된다. 이를 통해 21세기에 무한한 성장가능성을 가지고 있는 축제 및 이벤트 산업의 개념과 특성에 대한 이해를 돕는다. 축제를 비롯하여 스포츠 이벤트, 전시박람회(EXPO), 컨벤션, 기업이벤트, 문화공연, 개인이벤트 등 다양한 이벤트의 유형과 관련 업무 등을 학생들에게 소개하여 폭넓은 진로탐색의 기회를 제공하고자 한다.