문화산업과 커뮤니케이션 연계전공

위치 및 연락처 : 율곡관 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, 제 1전공과의 연관속에 학생들이 이론, 조사 분석 및 기획, 산업, 정책, 법, 컨텐츠 개발, 비즈니스 등 상호 보완적이고 확장적인 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 문화컨텐츠산업, 인터넷 비즈니스 및 정보컨텐츠 등의 미디어 커뮤니케이션 관련 분야에 진출하는데 필요한 지식을 습득할 수 있을 것이다.

주관학과 사회학과

참여학과 심리학과, 사회학과, 스포츠레저학과, 경영학과, 문화콘텐츠학과

교수진

직책	성명	전공분야	연구실	전화	비고
부교수	김병관	사회변동·사회정책	율곡관 421호	2781	
교수	노명우	사회학이론·문화예술사회학	율곡관 505호	2777	
교수	김효동	방송기획	산학관 413호	1858	
교수	신강현	산업및조직심리학	율곡관 519호	2772	
부교수	김한상	소비, 라이프스타일, 문화	율곡관 414호	2790	

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	제1전공의 교과목은 6학점까지만 인정
부전공	-	21	제1전공의 교과목은 3학점까지만 인정

2. 교육과정

■ 일반과정

이수구분	학수구분	과목명	개설 학년 및 학기(해당 란에 '●'표시)								학점구성 (구성 요소별 학점 수)			학점수 합계
			1학년		2학년		3학년		4학년		이론	설계	실험실습	
			1학기	2학기	1학기	2학기	1학기	2학기	1학기	2학기				
전공선택	전선	마케팅 커뮤니케이션스			●	●	●	●	●	●	3			3
	전선	광고심리학								●	3			3
	전선	뉴미디어와 디지털방송				●					3			3
	전선	마케팅관리			●	●	●	●	●	●	3			3
	전선	매스커뮤니케이션 입문			●						3			3
	전선	미디어로 보는 한국사회			●						3			3
	전선	문화산업론								●	3			3
	전선	스포츠와 미디어					●				3			3
	전선	스포츠·레저산업연구								●	3			3
	전선	현대사회의 축제와 이벤트								●	3			3
	전선	문화콘텐츠학 입문	●								1.5		1.5	3
	전선	미래사회와 트렌드						●			3			3
	전선	민주주의와 선거제도				●					3			3
	전선	사회문제분석				●					3			3
	전선	사회변동과 발전			●						3			3
	전선	사회심리학 및 실험				●					3			3
	전선	사회조사방법론			●						3			3
	전선	소비와 대중문화						●			3			3
	전선	소비자행동론			●	●	●	●	●	●	3			3
	전선	스토리텔링의 이해		●							3			3
	전선	스포츠·문화산업과 법					●				3			3
	전선	여가사회학						●			3			3
	전선	시각사회학*								●	3		●	3
	전선	예술사회학							●		3			3
	전선	정보화사회와 미디어				●					3			3
	전선	프로젝트기획과 기업가정신(캡스톤디자인)						●			3			3
	전선	현대문화분석입문				●					3			3
	전선	포스트휴먼과 사이보그의 사회학						●			3			3
	전선	모빌리티의 사회학			●						3			3
	전선	질적연구실습(캡스톤디자인)*						●		●	3		●	3
소계											88.5		1.5	90
총계											88.5		1.5	90

위 *과목에서 '실험실습'은 이론 수업 시간 이외의 시간을 활용하고 있음

3. 권장 이수 순서표

■ 일반과정

학년	1학기					이수구분	2학기				
	과목명	학점	시간	선수과목	외국어 강의여부		과목명	학점	시간	선수과목	외국어 강의여부
1학년	문화콘텐츠학 입문(문화콘텐츠학과)	3	3			전공선택	스토리텔링의 이해(문화콘텐츠학과)	3	3		
	–	3	3			계		3	3	–	
2학년	매스커뮤니케이션 입문(사회학과)	3	3			전공선택	현대문화분석 입문(사회학과)	3	3		
	사회조사방법론(사회학과)	3	3				사회심리학 및 실험(심리학과)	3	3		
	사회변동과 발전(사회학과)	3	3				민주주의와 선거제도(정치외교학과)	3	3		
	미디어로 보는 한국사회(사회학과)	3	3				사회문제분석(사회학과)	3	3		

학년	1학기					이수구분	2학기				
	과목명	학점	시간	선수과목	외국어 강의여부		과목명	학점	시간	선수과목	외국어 강의여부
2학년	모빌리티의 사회학	3	3			전공선택	정보사회와 미디어(사회학과)	3	3		
							뉴미디어와 디지털방송(디지털미디어 전공)	3	3		
	–	15	15				계	18	18	–	
3학년	스포츠·문화산업과 법(스포츠레저학과)	3	3			전공선택	프로젝트기획과 기업가정신(캡스톤디자인)(사회학과)	3	3		
	스포츠와 미디어(스포츠레저학과)	3	3				여가사회학(사회학과)	3	3		
							소비와 대중문화(사회학과)	3	3		
							미래사회와 트렌드(사회학과)	3	3		
							포스트휴먼과 사이보그의 사회학	3	3		
							질적연구실습(캡스톤디자인)	3	3		
	–	6	6				계	18	18	–	
4학년	예술사회학(사회학과)	3	3			전공선택	광고심리학(심리학과)	3	3		
							문화산업론(사회학과)	3	3		
							시각사회학(사회학과)	3	3		
							스포츠·레저산업연구	3	3		
							현대사회의 축제와 이벤트	3	3		
	–	3	3				계	15	15	–	
2,3,4학년 공통	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	–	

4. 유의사항

■ 선수과목표

학수구분	과목명	선수과목명
전선	마케팅 커뮤니케이션스	마케팅관리
전선	소비자행동론	마케팅관리

* 문화산업과 커뮤니케이션 연계전공의 복수/부전공자는 마케팅관리 선수과목(비즈니스 영어1) 미적용.
경영학과 제1전공 소속이 아닌 학생이 마케팅관리 수강을 원하는 경우, 전체수강신청에 신청 가능함(문의 031-219-2736)

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 해결능력을 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 구매결정과정과 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

현대 기업에 있어서 필수적인 촉진활동을 이론적, 관리적 측면에서 이해하며 특히 광고 커뮤니케이션 이론 및 실제에 대해 집중적으로 학습한다. 광고의 마케팅적 측면과 커뮤니케이션 측면을 집중 연구한다.

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 정강정책을 홍보해야 하며, 입후보자들도 광고와 홍보의 방법을 다양하게 활용하여 자신들의 정치적 입장과 정책적 내용을 유권자들에게 알려야 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 대인매력이 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
21세기에 스포츠산업과 문화산업의은 고부가가치 산업으로 각광받으며 발전하고 있다. 이에 따라 다양한 영역에서 이전에 없었던 새로운 법률 분쟁들이 발생되고 있다. 이 수업은 스포츠와 문화산업 분야에서 다양한 이해관계자들 간의 대립과 갈등이 어떠한 양상으로 나타나는지, 그 갈등이 법적 다툼으로 어떻게 나타나고 해결되고 있는지에 관하여 이해하기 위해 법학적 이론과 판례를 중심으로 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 계발하고 해결방식을 모색한다.

SOC242 사회변동과 발전
———— 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 수업·을 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.

SOC261 매스커뮤니케이션 입문
———— Introduction to Mass-Communication
매스커뮤니케이션의 발전과정과 그 사회적 기능을 사회적 상호작용 및 사회조직 등과 관련하여 검토한다.

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.

SOC3112 프로젝트기획과 기업가정신(캡스톤디자인)
———— 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 창업의 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 분만 아니라, 정보화, 문화기술, 미디어의 발전, 문화산업 시장의 초국화 등에 따라 역동적으로 진전되고 있는 문화산업의 구조 변화를 학습하는 것을 목표로 한다.

SOC354 소비와 대중문화
———— Consumption and Popular Culture
20세기와 21세기에 걸쳐서 소비주의는 점진적으로 분명한 추세를 그리면서 글로벌한 수준에서 현대사회를 지배하는 구성 원리로 등장하고 있다. 또한 소비주의는 현대 대중문화의 구조와 맥락의 발현적 속성으로서 중심적 지위를 점하고 있다. 이 과목에서는 구조적 맥락에서 소비주의와 소비현상이 대중문화와 관계하는 다양한 측면을 분석적으로 탐구한다.

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.

CSOC303 포스트 휴먼과 사이보그의 사회학
———— Sociology of Posthuman and Cyborg
현생인류는 기나긴 진화과정 속에서 생태적 사회적 환경에 적응하며 끝없이 변화해왔다. 휴먼이라는 현생인류의 자기인식은 계몽주의적 사유의 바탕이자 근대 사회로의 이행을 촉구한 핵심요인이었다. 본 과목은 포스트 휴먼과 사이보그 현상을 통해 근대적 휴먼 이후의 현생인류의 진화과정을 예측함으로써 미래사회의 현생인류를 상상하는 것을 목표로 삼는다.

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.

SOC3115 질적연구실습(캡스톤디자인)
———— Qualitative Research Practicum
사회학연구에 필수적인 질적조사기법을 이용한 사회조사의 전 과정을 실제로 해보며 학습한다. 학생들은 질적조사방법에 적합한 연구문제를 선정하고 직접 조사를 설계, 수행한다. 또한 현장연구와 내용분석 등을 통해 수집된 자료를 분석한 후 보고서를 작성한다.

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.

SOC446 시각사회학
———— Visual Sociology
이론과 실습이 함께 결부된 수업으로서, 이론적으로는 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. 영상시청각매체에 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. 실습수업은 사회조사 프로젝트를 기획하여 다큐멘터리를 제작하는 과정을 수강생들간의 토론과 상호평가가 결합된 학생-학생 및 학생-교수 상호작용 중심으로 구성되며, 학생들은 다큐멘터리 제작 경험을 통해 시청각 매체에 대한 구체적인 이해에 도달하는 것을 목표로 한다.

SOC254 미디어로 보는 한국사회
———— Korean Society through Film and Media
한국 사회의 여러 가지 현안들을 영화를 비롯한 다양한 미디어 문화 현상을 통해 탐구한다. '한국적인 것'은 무엇인가라는 문화 정체성에 대한 질문에서부터 시작하여, 미디어 감상과 분석, 토론을 통해 한국 사회에 관한 다양한 사회학적 주제들을 살펴본다.

CSOC201 모빌리티의 사회학
———— Sociology of Mobilities
이 수업은 사회를 고정된 구조로 보는 기존의 사회과학 문법에서 벗어나서 '지속적으로 변화하고 이동하는 운동 상태'로 보는 모빌리티 패러다임(Urry 2007)을 바탕으로 현대사회의 다양한 현상을 분석하고 고찰하는 이론적 시야를 형성하는 것을 목적으로 한다. 따라서 모빌리티 사회학의 주요 관심사는 인간의 물리적인 장거리 이동을 가능하게 하는 운송수단과 체계 뿐 아니라 이동이 갖는 사회, 문화적 의미와 정치적 효과, 그리고 전 지구적 이동성의 증대와 관련된 유동화의 정치경제에 이르기까지 사회적 삶의 다양한 이동화 과정에 걸쳐있다. 이처럼 다양한 모빌리티에 대한 탐구를 통해 궁극적으로는 재난과 기후변동 같은 미래사회의 위기 앞에서 지속가능한 모빌리티란 무엇일 것인가에 대해 성찰하는 계기를 만들고자 한다.

CSOC303 포스트 휴먼과 사이보그의 사회학
———— Sociology of Posthuman and Cyborg
현생인류는 기나긴 진화과정 속에서 생태적 사회적 환경에 적응하며 끝없이 변화해왔다. 휴먼이라는 현생인류의 자기인식은 계몽주의적 사유의 바탕이자 근대 사회로의 이행을 촉구한 핵심요인이었다. 본 과목은 포스트 휴먼과 사이보그 현상을 통해 근대적 휴먼 이후의 현생인류의 진화과정을 예측함으로써 미래사회의 현생인류를 상상하는 것을 목표로 삼는다.