2024학년도 미디어영상광고학과 교육과정

■ 인재상 및 학과교육목표 체계

미디어영상광고학과 인재상
스마트미디어 시대의 창의적 콘텐츠 기획·제작 능력을 갖춘 전문가로서 창조, 섬김, 봉사하는 원스톱형 인재

미디어영상광고학과 교육목표
■ 미디어영상광고학과는 스마트미디어시대와 글로벌시대를 이끌어 갈 전문역량과 실무 능력을 갖춘 미디어콘텐츠 전문가 양성을 교육 목표로 한다. ■ 미디어영상 트랙에서는 신문방송학 이론 학습을 바탕으로 미디어 현상을 분석하고 발전방향을 모색함으로써 언론·방송인에게 요구되는 제반 커뮤니케이션 능력을 배양한다. 또한 글로벌시대에 부응하는 범세계적 미디어문화현상의 대응능력을 함양하고, 언론·방송인으로서 사회와 이웃에 기여하는 섬김과 나눔의 역량을 기른다. ■ 광고홍보 트랙에서는 광고 및 마케팅 커뮤니케이션의 이론적 기초는 물론 광고PR캠페인의 기획/제작 실무 능력을 체계적으로 교육하여 현장에 강한 실용적 인재를 육성한다. 또한 스마트미디어 시대를 리드하는 스마트 멀티플레이어로서 창의적인 문제해결을 위한 원-스톱형 광고홍보전문가를 배출한다.

미디어영상광고학과 전공능력	
전공능력	**정의**
Creativity (창의성)	능동적이고 유연한 사고를 통해 미래를 기획하고, 다양한 경험과 지식을 융합적으로 활용하여 새로운 것을 만들어 내는 능력
Humanity (나눔・배려)	섬김과 나눔의 기독교 정신을 바탕으로 인간에 대한 공감적 이해와 실천, 공동체적 삶의 의미와 가치를 발견하는 능력
Analytical Thinking (비판・분석적사고)	비판적이고 분석적인 판단과 논리적 사고를 통해 복합적인 과업을 체계적으로 수행할 수 있는 능력
Mutual understanding (소통)	타인의 의견을 경청하며 존중하고, 자신의 생각과 감정을 효과적으로 표현하는 능력
Problem Solving (문제해결)	다양한 지식・정보・기술을 활용하여 문제해결을 위한 대안을 합리적으로 선택하고 적용하는 능력
커뮤니케이션 컨설턴트	다양한 미디어 현상과 환경, 사회와 기업의 중요 이슈에 관하여 하나의 Solution System을 만들어 제시할 수 있는 자질을 양성

원스톱형 스마트멀티플레이어	미디어 콘텐츠의 기획, 제작, 마케팅의 전 과정을 컨트롤 할 수 있는 스마트멀티플레이어로서의 자질을 양성

■ 수여학위 및 졸업요건

1) 수여학위 : 문학사

2) 졸업요건 : 대학 공통요건 & 학과 요건 모두 충족

▪ 대학 공통요건

① 8학기 이상 등록(단, 조기졸업자는 제외)

② 채플(경건훈련) 6학기 이상 이수(단, 편입생은 3학기 이상 이수)

③ '영어졸업인증', '사회봉사졸업인증' 충족

④ 다전공을 이수하지 않는 경우 단일전공의 심화전공 필수

▪ 미디어영상광고학과 요건

① 졸업이수학점표 충족 (2024학년도 입학자 해당)

졸업이수학점(a)	교양학점(b)			최소전공학점(c)			심화전공학점	복수전공학점			부전공학점		
	교양필수	교양선택	소계	전공필수	전공선택	소계		전공필수	전공선택	소계	전공필수	전공선택	소계
130	16	18	34	15	36	51	21	15	24	39	10	11	21

• 최소전공학점 : 학과 재학생이 필수로 채워야 할 전공학점

• 다전공학점 : 최소전공학점에 더하여 추가적으로 채워야 할 전공학점
다전공 중 1개 전공 선택 필수 (융복합/융복합자기설계전공은 별도의 교육과정 참조)

• 복수/부전공학점 : 타학과 학생이 본 학과의 복수/부전공 이수시 필요한 학점

② 전 학년 평균 평점이 1.50 이상

③ 캡스톤디자인 과목 심사통과 (평가회의를 통해 통과 여부 결정)

④ '영어 인증제' 아래 요건 충족
(TOEIC 550점, TOEFL(IBT) 63점, TEPS 450점, TOEIC Speaking 5 Level, OPIC IM2 중 택일)

프레임워크

전공진로트랙	기초 1-1	기초 1-2	심화 2-1	심화 2-2	발전 3-1	발전 3-2	전문화 4-1	전문화 4-2
미디어 영상광고	창의력과 이야기구성 세미나	미디어와 사회		브랜드저널리즘	K-콘텐츠와 대중문화		1인미디어 커뮤니케이션	
	커뮤니케이션 입문	아나운싱과내레이션	영상편집기초 SKILL	저널리즘의 이해	미디어해석과 교육	미디어정책 이론과 사례		
	광고학입문	PR개론	미디어 콘텐츠 기획	영상편집활용 SKILL	미디어산업과 빅데이터	광고 프리젠테이션		
			시나리오실습	미디어 비평	카피라이팅	SP,EVENT론		
			포토저널리즘	미디어경영	소비자심리와 리서치	온라인과고PR 기획		
			광고기획과 브랜드전략	ESG마케팅과 캠페인	인터렉티브 방송광고제작	광고캠페인과 IMC전략		
			광고크리에이티브	광고플랫폼개발워크숍				
			PR프로모션	스마트미디어 광고				
			영상촬영실습	스마트콘텐츠 제작실무				
	스마트미디어 이해와 제작	인공지능과 스마트HTML제작	메타버스와 콘텐츠마케팅					
미디어영상					창업취업과 미디어영상	국제영화제 워크숍	미디어서비스 현장실무	글로벌미디어 워크숍
							졸업작품제작 I	졸업작품제작 II
							미디어영상 캡스톤디자인 I	미디어영상 캡스톤디자인 II
광고홍보					창업취업과 광고홍보		광고현장실무	광고PR인턴십
					AD페스티벌 워크숍		광고PR 캡스톤디자인 I	광고PR 캡스톤디자인 II
							졸업작품PT I	졸업작품PT II
								국제광고제워크숍
T1 스마트인증제						스마트 인증 워크숍		
연계 비교과	스마트인증워크숍 자격증 지원 프로그램, 미디어영상광고학과 홈커밍데이, 공모전 지원 프로그램, 공연마케팅 체험 실습 프로그램							

학과 졸업요건

- 캡스톤디자인 결과 심사
- 영어 인증
- 사회봉사 인증

진로 및 취업분야

- 문화·예술·영상광고 등 콘텐츠 관련 분야
- 광고·홍보·조사행사 기획관련 전문가
- 방송및신문,잡지 등의 미디어관련 전문가
- 일반기업,연구소, 경영지원(마케팅)행정

T 전공 진로 트랙 | 전공기초 | 전공필수 | 전공선택 | 비교과

교과과정

학년	1학기									
	이수구분	과목명	학점	강의형태	이론시수	실기시수	평가방법	다전공	전공역량	비고
1	전필	광고학입문	3	이론	3	0	상대		커뮤니케이션컨설턴트	
	전필	커뮤니케이션입문	3	이론	3	0	상대		소통	
	전선	창의력과 이야기구성 세미나	3	이론/실기	1	2	상대		창의성	
	전기	스마트미디어 이해와 제작	3	실기	0	3	절대		비판·분석적 사고	
2	전선	영상편집기초SKILL	3	실기	0	3	P/N		원스톱형스마트멀티플레이어	(前 편집기초SKILL)
	전선	미디어 콘텐츠 기획	3	이론/실기	2	1	상대		창의성	
	전선	시나리오 실습	3	실기	0	3	절대		나눔·배려	
	전선	포토저널리즘	3	이론/실기	1	2	상대		소통	
	전필	광고기획과 브랜드전략	3	이론	3	0	상대		비판·분석적 사고	
	전선	광고크리에이티브	3	이론/실기	1	2	P/N		창의성	(前 크리에이티브 프로젝트)
	전선	PR프로모션	3	이론	3	0	상대		문제해결	
	전선	메타버스와 콘텐츠마케팅	3	실기	0	3	절대		원스톱형스마트멀티플레이어	(前 메타버스와 스마트콘텐츠마케팅)
	전선	영상촬영실습	3	실기	0	3	절대		원스톱형스마트멀티플레이어	(前 스마트콘텐츠영상촬영)
3	전선	미디어산업과 빅데이터	3	이론	3	0	상대		비판·분석적 사고	
	전선	미디어 해석과 교육	3	이론/실기	0	3	상대		나눔·배려	
	전필	창업/취업과 미디어영상	2	이론/실기	1	1	P/N		문제해결	1트랙
	전선	K-콘텐츠와 대중문화	3	이론/실기	3	0	상대		비판·분석적 사고	
	전선	인터렉티브 방송광고제작	3	이론/실기	1	2	상대		원스톱형스마트멀티플레이어	
	전필	창업/취업과 광고홍보	2	이론/실기	1	1	P/N		문제해결	2트랙
	전선	소비자 심리와 리서치	3	이론	3	0	상대		커뮤니케이션컨설턴트	
	전선	카피라이팅	3	이론/실기	2	1	상대		창의성	
	전선	AD페스티벌워크숍	2	실기	0	2	P/N		원스톱형스마트멀티플레이어	2트랙
4	전선	1인 미디어 커뮤니케이션	3	이론/실기	2	1	상대		커뮤니케이션컨설턴트	
	전선	미디어서비스현장실무	3	실기	0	3	P/N		문제해결	1트랙
	전선	미디어영상캡스톤디자인 I	2	실기	0	2	P/N	복필	원스톱형스마트멀티플레이어	1트랙, 6학기 이상 재학생 대상, 7학기 이상 복수전공·편입생 대상
	전선	졸업작품제작 I	1	실기	0	1	P/N	복필	원스톱형스마트멀티플레이어	1트랙, 6학기 이상 재학생 대상, 7학기 이상 복수전공·편입생 대상
	전선	광고현장실무	3	실기	0	3	P/N		원스톱형스마트멀티플레이어	2트랙
	전선	졸업작품PT I	1	실기	0	1	P/N	복필	원스톱형스마트멀티플레이어	1트랙, 6학기 이상 재학생 대상, 7학기 이상 복수전공·편입생 대상
	전선	광고PR캡스톤디자인 I	2	실기	0	2	P/N	복필	원스톱형스마트멀티플레이어	1트랙, 6학기 이상 재학생 대상, 7학기 이상 복수전공·편입생 대상

학년	2학기									
	이수구분	과목명	학점	강의형태	이론시수	실기시수	평가방법	다전공	전공역량	비고
1	전필	미디어와 사회	3	이론	3	0	상대		커뮤니케이션컨설턴트	
	전선	PR개론	3	이론/실기	3	0	상대		비판·분석적 사고	
	전선	아나운싱과 내레이션	3	실기	0	3	절대		소통	
	전기	인공지능과 스마트HTML제작	3	실기	0	3	절대		원스톱형스마트멀티플레이어	
2	전선	영상편집활용SKILL	3	실기	3	0	P/N		원스톱형스마트멀티플레이어	(前 편집활용SKILL)
	전필	저널리즘의 이해	3	이론	3	0	상대		나눔·배려	
	전선	미디어 비평	3	이론	3	0	상대		비판·분석적 사고	
	전선	미디어경영	3	이론	3	0	상대		문제해결	
	전선	브랜드저널리즘	3	이론/실기	2	1	상대		소통	
	전선	ESG마케팅과 캠페인	3	이론	3	0	상대		문제해결	
	전필	스마트미디어광고	3	이론/실기	1	2	상대		원스톱형스마트멀티플레이어	
	전선	광고플랫폼개발워크숍	3	실기	0	3	절대		창의성	
	전선	스마트콘텐츠제작실습	3	실기	0	3	절대		원스톱형스마트멀티플레이어	
3	전선	미디어정책 이론과 사례	3	이론	3	0	상대		원스톱형스마트멀티플레이어	
	전선	국제영화제워크숍	2	실기	0	2	P/N		문제해결	
	전선	온라인광고PR기획	3	이론	3	0	상대		커뮤니케이션컨설턴트	(前 온라인PR기획)
	전선	광고프리젠테이션	3	이론/실기	1	2	P/N		원스톱형스마트멀티플레이어	
	전선	SP,EVENT론	3	이론	3	0	상대		창의성	2트랙
	전선	광고캠페인과 IMC전략	3	이론/실기	2	1	상대		비판·분석적 사고	
	전선	스마트인증워크숍	3	실기	0	3	P/N		원스톱형스마트멀티플레이어	인증제
4	전선	글로벌미디어워크숍	2	실기	0	2	P/N		원스톱형스마트멀티플레이어	1트랙
	전선	미디어영상캡스톤디자인 II	2	실기	0	2	P/N	복필	원스톱형스마트멀티플레이어	1트랙, 6학기 이상 재학생 대상, 7학기 이상 복수전공·편입생 대상
	전선	졸업작품제작 II	1	실기	0	1	P/N	복필	원스톱형스마트멀티플레이어	1트랙, 6학기 이상 재학생 대상, 7학기 이상 복수전공·편입생 대상
	전선	광고PR캡스톤디자인 II	2	실기	0	2	P/N	복필	원스톱형스마트멀티플레이어	1트랙, 6학기 이상 재학생 대상, 7학기 이상 복수전공·편입생 대상
	전선	졸업작품PT II	1	실기	0	1	P/N	복필	원스톱형스마트멀티플레이어	1트랙, 6학기 이상 재학생 대상, 7학기 이상 복수전공·편입생 대상
	전선	광고PR인턴십	3	실기	0	3	P/N		원스톱형스마트멀티플레이어	2트랙
	전선	국제광고워크숍	2	실기	0	2	P/N		원스톱형스마트멀티플레이어	2트랙

교과목 개요

❍ **광고학입문 (Introduction to Advertising)**

광고에 대한 포괄적인 이해를 도모하고, 광고와 관련분야, 즉 마케팅, 커뮤니케이션, Creativeness의 측면을 탐색적으로 살펴보고, 광고의 의미, 광고 관련 조직의 현황 및 광고 전략의 개요를 소개한다.

❍ **커뮤니케이션 입문 (Introduction to Advertising)**

미디어와 커뮤니케이션에 관련된 제반 현상을 이해하는데 필요한 기초지식과 개념을 광범위하게 파악한다.

❍ **창의력과 이야기 구성 세미나 (Creativity & Story Writing Seminar)**

1학년 학생을 대상으로 현장 견학과 탐방 등 창의적 액티비티를 진행하며 발표와 토론을 통해 학생들 스스로가 능동적 주체가 되어 미디어 스토리와 플롯을 구성하고 이해하는 안목을 기른다.

❍ **스마트미디어 이해와 제작 (Smart Media Understanding and production)**

국내적으로나 국제적으로 역할과 영향력이 날로 증대되고 있는 스마트미디어의 전반적인 이해를 돕고 스마트미디어에서 활용되는 광고와 콘텐츠를 제작하는 기초적인 역량을 갖추도록 하는 목적을 지닌다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 스마트미디어 특성을 이해토록 하고 이를 활용한 기초적인 광고와 콘텐츠를 직접 만들고 업로드해 보는 제작실습을 진행한다.

❍ **미디어와 사회 (The media and Society)**

현대사회의 특성인 매스커뮤니케이션 현상을 이해하는데 필요한 기초 지식과 개념을 광범위하게 파악한다.

❍ **PR개론 (Public Relations)**

홍보 관련 분야의 이론적 탐색과 이해, 홍보기획과 제작, skill의 습득, 홍보실무영역의 기본 이해, 국내외 홍보 성공 사례연구 등의 전반적인 개념을 다룬다.

❍ **아나운싱과 내레이션 (Announcing & Narration)**

아나운싱, 기자리포팅, 3분 스피치 등 커뮤니케이터에게 필요한 발성과 낭독, 원고작성, 프레젠테이션 방법을 학습한다.

❍ **인공지능과 스마트HTML제작 (AI & Smart HTML production)**

인공지능의 개념을 이해하고 웹 문서 제작을 위한 기본적인 프로그래밍 언어의 한 종류인 html의 다운로드 및 설치부터 다양한 활용 방법까지 제작과정에 필요한 것들을 학습한다.

❍ **영상편집기초SKILL-분반1,2 (Basic Video Editing Skills)**

영상 콘텐츠 편집을 위해 포토숍과 프리미어를 배우며 기초적인 소양과 능력을 갖춘다.

❍ **미디어 콘텐츠 기획 (Media Contents Planning)**

유튜브/MCN(Multi Channel Network)를 포함한 모든 미디어와 플랫폼을 이용해 컨텐츠를 제작하고, 효율적인 메시지 전달과 커뮤니케이션 상황에 맞는 미디어 컨텐츠 기획을 학습하고 실습한다.

❍ **시나리오 실습 (Media Storytelling)**

영화와 드라마 제작을 위한 창의적인 스토리텔링 능력을 기르며 시나리오 작법의 전 과정을 배우고 Screen Writer의 전문성을 갖춘다.

❍ **포토저널리즘 (Photojournalism)**

포토저널리즘에 관한 전반적인 이해와 사진을 통해 메시지를 전달하고 설득하는 포토스토리텔링 방식을 익힌다. 사진의 역사와 미학, 촬영, 구성의 전 과정을 이해하고 포토매거진을 완성한다.

❍ **광고기획과 브랜드전략 (Advertising planning and brand strategy)**

광고 전략을 기획하는 프로세스와 기획에 활용되는 광고 및 브랜드 전략 모델을 이해하고 이를 활용하여 광고 및 브랜드전략 수립을 실습한다.

❍ **광고크리에이티브 (Advertising Creative)**

정확한 크리에이티브 컨셉트를 도출하고 빅아이디어를 창출하는 훈련을 실시하며 크리에이터의 다양한 자질을 함양한다.

❍ **PR프로모션 (PR Promotion)**

마케팅에서 광고를 포함한 넓은 의미의 프로모션 이론을 숙지하며, Digital signage 등의 Out of home media 연구 및 PR에서의 다양한 프로모션 활동 사례들을 분석하고 탐구한다.

❍ **메타버스와 콘텐츠마케팅 (Metaverse & Contents marketing)**

메타버스 시대의 특징을 이해하고 스마트시대 장르별 콘텐츠에 대한 전반적인 개요 소개와 장르별 콘텐츠의 마케팅 전략 및 장르별 콘텐츠를 활용한 마케팅 전략을 학습하며 콘텐츠 마케팅 방안을 기획·제작 실습한다.

❍ **영상촬영실습 (Camera Basics for Videos)**

조명과 구도, DSLR 카메라를 이용한 영상촬영법을 학습하며, 스마트 촬영 도구를 사용해 창의적인 스마트콘텐츠영상을 제작하는 능력을 함양한다.

❍ **영상편집활용SKILL-분반1,2 (Advanced Video Editing Skills)**

편집기초기술을 토대로 중고급 레벨의 프리미어 편집기법을 익히고 애프터 이펙트를 활용해 수준 높은 편집능력을 갖추어 실전에 대응한다.

❍ **저널리즘의 이해 (Understanding of Journalism)**

저널리즘의 포괄적인 이해를 바탕으로 언론 윤리와 철학, 매체의 특성, 뉴스 가치 등을 학습한다. 디지털 시대의 기사 생산 방식과 기사의 기획과 취재, 작성법을 익힌다.

❍ **미디어 비평 (Media Criticism)**

미디어의 미학을 이해하고 콘텐츠의 분석과 비평을 통해 미디어에 관한 이해력을 높인다. 이를 위해 대중매체의 메시지를 조사하고 분석함으로써 미디어의 편향과 비판의 정의를 배우고 유형과 사례를 탐색한다.

❍ **미디어 경영 (Media Management)**

미디어 산업의 구조와 미디어 콘텐츠를 생산/제작하는 과정에 대해 학습하고 이를 바탕으로 미디어 시장의 이해를 돕는다.

❍ **브랜드저널리즘 (Brand Journalism)**

커뮤니케이션 기술의 발달로 인한 미디어환경의 변화로 달리지고 있는 저널리즘의 가치와 미디어의 상업적 성격에 대해 종합적으로 이해하고 학습한다.

❍ **ESG마케팅과 캠페인 (ESG Marketing & Campaign)**

ESG 경영과 ESG마케팅 및 ESG커뮤니케이션 캠페인을 이해하고 실행전략을 입안하는 실전 역량을 함양한다.

❍ **스마트미디어광고 (Smart Media Advertising)**

스마트미디어의 핵심인 UCC 캠페인을 기획 제작하는 역량을 익혀 직접 제작 실습하고 OTT 및 블로그와 SNS 등의 스마트미디어를 활용한 광고마케팅 방안에 대한 이해와 기획 제작 역량을 함양하고 실습한다.

❍ **광고플랫폼개발워크숍 (Advertising Platform Create Workshop)**

다양해지고 복잡해지는 사회 또는 기업의 문제에 대한 해결방안으로 크리에이티브적 발상을 통한 광고적 해결, 기능적 문제 해결, 디자인적 문제 해결 등 광고미디어(플랫폼) 개발의 전 과정을 경험해 본다.

❍ **스마트콘텐츠제작실무 (Smart Content Production Practice)**

스마트 콘텐츠의 특징과 영상문법을 익히고 다양한 영상촬영 스킬을 학습하여 직접 제작해보며 전문성을 기른다.

❍ **미디어 산업과 빅데이터 (Media Industry and Big data)**

미디어산업의 특성과 개념 이해를 바탕으로 디지털 전환 시대 미디어 산업을 비즈니스(활동, 과정, 비즈니스모델), 플랫폼(양면시장, 집중형, 분권형), 거버넌스(기업, 조직, 빅데이터) 영역으로 구분하여 학습한다.

❍ **미디어 해석과 교육 (Media Literacy & Education)**

다양한 종류의 미디어 콘텐츠를 해석하고 판독하는 법을 배우며 각종 미디어 저작 도구의 기능을 학습함으로써 미디어 및 정보 활용 능력을 높인다. 미디어 생태계를 이해하고 각종 미디어 플랫폼의 특성과 미디어 콘텐츠의 사회적 맥락을 파악하여 미디어 전문가이자 미디어 교육자로서의 자질

을 갖춘다.

❍ **창업/취업과 미디어영상 (Job of Media Image)**
취업을 앞둔 미디어영상트랙 학생들을 위하여 취업 특강 및 실습 등의 강의를 통하여 취업능력 강화를 목표로 한다.

❍ **K-콘텐츠와 대중문화 (K-Contents & Mass Culture)**
대중문화에 대한 다양한 이론과 함께 현대 대중문화에 미치는 매스커뮤니케이션의 영향을 학습하고 K-Contents의 현황과 발전방안을 모색하며 바람직한 대중문화의 모델을 제시한다.

❍ **인터렉티브 방송광고제작 (Interactive Broadcasting Advertising Production)**
디지털 지상파 방송, 디지털 케이블방송, 디지털 위성방송, 디지털멀티미디어방송에서의 인터렉티브 방송광고 유형과 기능 및 사례를 연구하고 인터렉티브방송광고를 기획 제작 실습한다.

❍ **창업/취업과 광고홍보 (Job of Advertising)**
창업, 취업을 앞둔 광고트랙 학생들을 위하여, 취업 특강 및 실습 등의 강의를 통하여 취업 능력 강화를 목표로 한다.

❍ **소비자 심리와 리서치 (consumer psychology research)**
소비자의 지각, 학습, 태도, 동기이론의 숙지 및 이해를 통해 보다 깊이 있고 장기적인 광고 전략 및 제작을 주도적으로 하게 한다.

❍ **카피라이팅 (Copywriting)**
광고의 꽃이라 하는 카피라이터의 기능과 역할의 이해 및 그 사례와 실습을 통해 광고 메시지 작성 능력을 함양한다.

❍ **AD페스티벌워크숍 (AD Festival Workshop)**
국제광고제 수상작들의 분석을 통해 크리에이티브 능력을 함양하고, 실제 공모전에 참여해 봄으로써 광고 제작의 실전 경험을 쌓는다. 부산국제광고제에도 참석하여 현장의 생생함을 체득해보는 기회를 갖는다.

❍ **미디어정책 이론과 사례 (Media Policy Theology and Case)**
방송미디어(=시청각미디어) 중심으로 수업하며, 후반부에 관련 규제 이슈들을 다룬다. 규제 이슈로는 소유권 규제, 콘텐츠 규제(지상파재송신 규제와 프로그램 접근 규제), 내용 규제, 광고규제, 공익성 정책 등이다.

❍ **국제영화제워크숍 (International Movie workshop)**
부산, 부천, 전주 등 국제영화제 참여를 통해 콘텐츠 분석, 비판, 비평 능력을 향상시키고 국제행사, 이벤트 기획 및 주관, 실무능력을 향상 시킨다.

❍ **온라인광고PR기획 (Online Advertising PR Planning)**

사회단체나 개인이 변화하는 환경에 맞추어 언론과 지역 사회를 포함한 공중관계를 바람직하게 수립하는 모델과 여론형성 과정을 탐구한다.

❍ **광고프리젠테이션 (Advertising Presentation)**

광고, 홍보 캠페인의 전략과 크리에이티브를 고객에게 효율적으로 설명할 수 있는 이론과 실제를 배운다.

❍ **SP.EVENT론 (SP & EVENT)**

4대 매체 이외에 소비자 구매를 유도할 수 있는 판매촉진과 Event의 전략과 사례를 숙지한다.

❍ **광고캠페인과 IMC전략 (Advertising Campaign and IMC Strategy)**

각종 국내외 광고 캠페인 사례를 분석함으로써 장기적이고 효율적인 광고기획과 크리에이티브 능력을 향상시키며, 통합 마케팅 커뮤니케이션(IMC)의 개념과 전략을 소개한다.

❍ **스마트인증워크숍 (Smart Certification Workshop)**

스마트미디어시대 주력 매체인 스마트모바일을 이해하고 이를 활용한 스마트 콘텐츠 제작과 광고 마케팅을 할 수 있도록 역량을 갖추도록 하며, 이 분야 전문가들로 부터 성공 사례를 직접 접하고 실무경험을 익히도록 한다.

❍ **미디어서비스현장실무 (Media Internship Practice)**

졸업을 앞둔 학생들의 미디어 현장 경험을 통해 취업기회를 확대하고자 신방 전임교수가 공동으로 방송, 신문 잡지, 방송관련 연구소 등을 섭외하여 실무를 익히도록 한다.

❍ **1인 미디어 커뮤니케이션 (Personal Media Communication)**

인터넷 동영상 공유 사이트인 유튜브 기반으로 동영상을 생산 및 유통하는 1인 미디어(Single media) 크리에이터(creator)가 직업군으로 자리함에 따라 전문 방송인과 다른 제작 문법을 가진 인터넷 방송인 및 1인 미디어의 미디어로서의 지속성에 기반을 두어 이론과 실무를 살펴보고자 한다,

❍ **미디어영상캡스톤디자인 Ⅰ,Ⅱ (Media Image Capstone Design Ⅰ,Ⅱ)**

졸업 작품PT Ⅰ,Ⅱ의 발표과제를 함께 선정하고, 미디어 산업 현장에서 필요한 영상콘텐츠와 매거진을 제작하는 과정을 통하여 실무적인 문제에 대한 해결능력을 배양, 아울러 전공자로서 창의성, 기획력, 협업능력 등을 함양한다. (졸업작품PTⅠ,Ⅱ와 연계수강)

❍ **졸업작품제작 Ⅰ,Ⅱ (Media Image Capstone Design Ⅰ,Ⅱ)**

졸업 후 현장에서 미디어 전문가로서의 실무능력 함양을 위해 영상컨텐츠와 매거진을 기획하고 캡스톤디자인 결과물을 발표한다. (미디어영상캡스톤디자인 Ⅰ,Ⅱ와 연계수강)

❍ **광고현장실무 (Field Study in Advertising & Public Relations)**

현장에서 직접 실무를 배우면서 생생한 체험을 하며, 취업 후 그동안 익힌 이론과 실무를 적용할 수 있도록 체계적으로 학습한다.

❍ **광고PR캡스톤디자인Ⅰ,Ⅱ (Advertising & PR Capstone DesignⅠ,Ⅱ)**

졸업 작품PT Ⅰ,Ⅱ의 발표과제를 함께 선정하고, 실제 프로젝트를 기획, 제작하는 과정을 통하여 현장에서 부딪칠 수 있는 문제들에 대한 해결능력을 배양하며, 아울러 졸업생들의 자기 주도적 창의역량과 취업역량을 키운다. (졸업작품PTⅠ,Ⅱ와 연계수강)

❍ **졸업작품PT Ⅰ,Ⅱ (Advertising & PR Capstone DesignⅠ,Ⅱ)**

졸업 후 현장에서 광고전문가로서의 실무능력 함양을 위해 졸업시험 대신 4년간 배운 전공실력을 바탕으로 광고홍보프로젝트 결과물을 기획하고 발표한다. (광고PR캡스톤디자인 Ⅰ,Ⅱ와 연계수강)

❍ **글로벌 미디어 워크숍 (Grobal Media & CM workshop)**

다양한 해외 경험을 통해 글로벌 미디어환경을 이해하고 국제적 감각을 익혀 글로벌 미디어콘텐츠를 제작 할 수 있는 역량과 자질을 배양한다.

❍ **광고PR인턴십 (Advertising PR Internship)**

광고PR현장에서 직접 실무를 통해 생생한 체험을 하며, 취업 후 그동안 익힌 이론과 실무를 적용할 수 있도록 하기 위함이다.

❍ **국제광고워크숍 (International Advertising workshop)**

해외광고 현장을 견학하고 글로벌 광고회사 방문과 해외광고 제작 경험을 해봄으로써 글로벌 광고인으로서 자질과 능력을 배양한다.

■ 비교과 프로그램 개요

❍ **스마트인증워크숍 지원 프로그램 (Smart Certification Workshop Support Program)**

실질적인 학생지원으로 학생들의 자격증 취득을 유도하고, 진로 관련 자격증을 취득함으로써 스마트 멀티플레이어에 걸맞는 인증 자격을 보유하도록 지원하는 프로그램.

❍ **미디어영상광고학과 홈커밍데이 (Media, Image & Advertising Homecoming Day)**

재학생들과 졸업생 간 만남을 통해 앞으로의 미디어영상광고학과 발전을 논의, 재학생과 동문 사이의 친밀감을 형성하고자 하는 프로그램.

❍ **공모전 지원 프로그램 (Contest Support Program)**

학생들의 공모전 참여 경험을 확대하고, 학생들의 기획·제작·마케팅 등 융합적 역량 강화를 위한 지원 프로그램.

❍ **공연마케팅 체험 실습 프로그램 (Performance Marketing Experience Field Study Program)**

공연 마케팅 현장실습 담당자의 특강과 프로세스에 대한 질의응답을 통해 현업에 대한 이해를 도모하고 간접경험하는 프로그램.