

미디어커뮤니케이션학과
Department of Media and Communication

1. 학과소개

(1) 학과사무실

- 가. 위치 : 사회과학대학 9호관 409호
- 나. 전화 : 032)860-8790 / 팩스 : 032)863-3022
- 다. 홈페이지 : <https://comm.inha.ac.kr/>

(2) 학과소개

인하대학교 대학원 미디어커뮤니케이션학과는 커뮤니케이션학과 미디어 연구 분야의 차세대 연구자 양성을 위한 정규 석·박사 과정이다. 이 과정은 또한 언론, 방송, 영상, 광고, PR, 소셜미디어 등 미디어 산업과 공공기관에 종사하는 전문 인력에 대한 재교육을 실시하며, 이들의 전문성을 고양하기 위한 목적도 갖는다. 언론정보학 분야와 미디어 산업은 앞으로도 상당 기간 성장잠재력이 인정되고 있는 바, 이 과정을 통해 이 분야에 종사할 전문 연구자 및 인력을 양성하기 위한 대학원 과정이다.

(3) 전공과정

미디어커뮤니케이션학(Media and Communication) 전공

(4) 교수진

미디어커뮤니케이션학(Media and Communication) 전공

교수명	최종출신학교	학위명	연구분야	전화번호	E-mail
김상훈	미 Univ. of Texas	광고학	광고학 전공	8792	samk20@inha.ac.kr
김대호	영 Birmingham대	언론학	방송학 전공	8793	jinseon@inha.ac.kr
박인규	영 Glasgow대	언론학	방송제작 전공	8794	inkyupark@inha.ac.kr
박정의	미 Michigan State Univ.	커뮤니케이션학	커뮤니케이션학 전공	8795	cheongyi@inha.ac.kr
하주용	미 Southern Illinois Univ.	언론학	인터넷/멀티미디어 전공	8796	iq100@inha.ac.kr
문성준	미 Univ. of Wisconsin-Madison	언론학	국제광고 전공	8797	maclean97@inha.ac.kr
심민선	미 Univ. of Pennsylvania	커뮤니케이션학	소셜미디어/헬스커뮤니케이션 전공	8798	mshim@inha.ac.kr

2. 학과내규

(1) 이수학점

과정	전공명	졸업이수학점	전공(필수)학점	잔여학점
석사	일반	24	18(6)	6
	외국인 논문대체 교과목	33	27(6)	6
박사	미디어커뮤니케이션학	36	18(6)	18
통합	미디어커뮤니케이션학	60	33(6)	27

※ 전공학점은 전공필수를 포함 함.

(2) 전공필수

과정	전공명	과목명	비고
석사	미디어커뮤니케이션학	커뮤니케이션이론	
		커뮤니케이션연구방법론 I	
박사	미디어커뮤니케이션학	커뮤니케이션연구방법론 II	
		커뮤니케이션이론세미나	

단, 학과 석사과정 중 박사과정의 전공필수 수업을 이수한 경우, 박사과정 전공 필수 요건을 충족한 것으로 인정함.

(3) 지정과목

가. 박사 신입생 지정과목

- ① 타 학과(언론정보/신문방송/미디어커뮤니케이션 외) 전공으로 석사 학위를 취득하고 본과 박사과정에 진학했을 때 본과 석사 전공필수 2과목(커뮤니케이션이론, 커뮤니케이션연구방법론 I)을 지정과목으로 선택해야 한다.
- ② 타 학교에서 언론정보/신문방송/미디어커뮤니케이션 석사학위를 취득한 자는 본과 석사 전공필수 2과목 중에서 한 과목을 지정과목으로 선택해야 한다.
- ③ 타 학교 또는 타 학과에서 석사를 취득한 자는 한 학기에 정규 학점(9학점)외에 지정과목(3학점)까지 최대 12학점을 수강할 수 있다.
- ④ 이 내규는 2010년 3월 입학생부터 시행한다.

(4) 수여학위명

석사과정 : 미디어커뮤니케이션학석사 - 한자명 : 言論學碩士 - 영문명 : Master of Arts in Media and Communication	박사과정 : 미디어커뮤니케이션학박사 - 한자명 : 言論學博士 - 영문명 : Doctor of Philosophy in Media and Communication
--	--

(5) 자격시험

가. 전공자격시험

과정	전공명	범용과목	과목명	합격과목수		비고
석사	미디어 커뮤니케 이션학	커뮤니케이션이론	커뮤니케이션이론	1	3	
		커뮤니케이션연구방법론 I	커뮤니케이션연구방법론 I	1		
		미디어커뮤니케이션학1	전공과목 중 선택	1		
박사/ 통합	미디어 커뮤니케	커뮤니케이션연구방법론 II	커뮤니케이션연구방법론 II	1	5	중간전공 자격시험
		커뮤니케이션 이론세미나	커뮤니케이션 이론세미나	1		

이선편학	미디어커뮤니케이션학2	전공과목 중 3과목 선택	3	과목과 중복 불인정/ 동일교수 2과목 초과 불인정
	미디어커뮤니케이션학3			
	미디어커뮤니케이션학4			

나. 영어자격시험 : 대학원 규정을 따름.

(6) 학위논문제출자격

대학원 학칙 및 규정을 충족하여야 하며, 아래의 청구논문 제출자격을 만족하여야 한다.

가. 석사학위 청구자격

- ① 전공자격시험에 합격할 것.
- ② 영어 시험에 합격할 것.
- ③ 석사학위 논문계획서 제출 및 공개발표 개최.

나. 박사학위 청구자격

- ① 전공자격시험에 합격할 것.
- ② 영어 시험에 합격할 것.
- ③ 박사학위 논문계획서 제출 및 공개발표 개최.
- ④ 박사학위 논문 제출 시 다음의 표에 의해 산출된 200% 이상의 연구실적을 제출하여야 한다.

■ 연구실적 범위 및 인정 환산율 ■

항목	연구실적구분				비고
	국내 학진등재후보지 이상		국제 SCI(E)급 학술지		
1	단독연구물	150%	단독연구물	300%	
2	2인의 공동연구물	100%	2인의 공동연구물	200%	
3	3인의 공동연구물	80%	3인의 공동연구물	150%	
4	4인 이상의 공동연구물	50%	4인 이상의 공동연구물	80%	

- 지도교수는 저자 수 산정에 포함하지 않음.
- 학위청구논문의 연구실적을 인정받기 위해서는 반드시 '인하대학교' 소속이 명시되어야 함.
- 게재예정 논문도 인정함(단, 게재일 증빙자료 제출 필수)

(7) 학위논문 대체 학위 취득

일반대학원 학칙시행세칙에 의거하여, 석사 학위논문을 아래와 같이 대체하여 학위를 취득할 수 있다.

가. 외국인 논문대체교과목 트랙

- ① 논문대체교과목 트랙은 외국인 재학생만 신청 가능하다.
- ② 논문작성 없이 석사학위 취득한 자는 해당 과정을 졸업하였으므로, 논문을 쓰고 다시 학위를 취득하는 것은 불가하다.
- ③ 3차 학기 이상 등록을 마친 자가 신청이 가능하고 학위논문 대체 포기 및 변경 기회는 1회이다.
- ④ 석사학위수여요건(수료학점 취득, 전공 및 외국어 자격시험 통과, 연구윤리교과목 이수)을 충족해야 학위 수여가 가능하다.
- ⑤ 석사학위논문 대체제도로 석사학위 취득 후 타교 박사과정 진학에 관한 사항은 학생 본인이 확인하여야 한다.

(8) 부칙

가. (적용시기) 이 개정 내규는 2007년 3월 1일부터 적용한다.

(경과조치) 전공 이수학점은 2008년 신입생부터 적용한다.

나. (적용시기) 이 개정 내규는 2009년 3월 1일부터 적용한다.

(경과조치) 전공자격시험은 2009년 3월 1일부터 적용한다.

다. (적용시기) 이 개정 내규는 2010년 9월 1일부터 적용한다.

라. (적용시기) 이 개정 내규는 2011년 3월 1일부터 적용한다.

마. (적용시기) 이 개정 내규는 2021년 3월 31일부터 적용한다.

바. (적용시기) 외국인 논문대체교과목 개정 내규는 2023년 9월 1일부터 적용한다.

사. (적용시기) 박사과정 전공필수 요건 및 박사/통합 과정 전공자격시험 규정, 학위논문제출자격 개정 내규의 적용 시기는 2024년 9월 1일부터 적용한다.

3. 교과과정

(1) 원어강의 교과목

원어강의 개설은 아래와 같이 진행함을 원칙으로 한다.

가. 원어강의 비율을 40% 이상으로 유지한다.

나. 40%이하 원어강의 개설 시 후임 교수순으로 원어강의 진행을 원칙으로 한다.

다. 나)항과 관련하여 개설학기 포함 3학기 이내에 원어강의로 개설된 교과목 또는 동일한 내용의 교과목은 제외한다.

Major	Course Area	Course Type	Course Number	Course Title	Credit	Professor	Semester	Remark
Media and Communication	Major-Required	Common Course	-	-	-	-	-	-
	Major Foundation	Major-Elective Course	COM605	Studies in Mass Culture	3	J. David	2	
			COM610	Advertising Theory	3	Kim Sanghoon	1	
			COM615	Histories of Film	3	J. David	2	
	Major-Advanced	Major-Elective Course	COM702	Theories of Film	3	J. David	1	
			COM714	Research in Cultural Studies	3	J. David	2	
COM715			Advanced Film Criticism	3	J. David	1		

(2) 미디어커뮤니케이션학과 교과목

전공	교과영역	종별	학수번호	교과목명	학점	담당교수	개설학기	원어강의	비고
	전공필수	공통	COM5001	커뮤니케이션이론	3	심민선	1		
			COM5002	커뮤니케이션연구방법론I	3	문성준	2		
			COM5003	커뮤니케이션연구방법론II	3	박정의	2		
			COM5004	커뮤니케이션 이론세미나	3	김상훈	1		
	전공기초	전공선택	COM6003	언론사연구	3		1		
			COM6006	정보 문화 산업론	3	김대호	2		
			COM6008	방송이론	3	김대호	1		
			COM6009	저널리즘연구	3	박정의	2		
			COM6010	광고이론	3	김상훈	2		
			COM6014	문화간 커뮤니케이션 연구	3	박정의	2		
			COM6019	디지털미디어광고론	3	김상훈	2		
			COM6020	매스 미디어와 다문화 1	3	문성준	1		
	COM6021	매스 미디어와 다문화 2	3	문성준	2				
전공심화	전공선택	COM7001	헬스커뮤니케이션 세미나	3	심민선	1			

전공	교과영역	종별	학수번호	교과목명	학점	담당교수	개설학기	원어강의	비고
			COM7004	브랜드 관리론	3	김상훈	2		
			COM7005	전략커뮤니케이션캠페인	3	김상훈	1		
			COM7006	멀티미디어 광고론	3	김상훈	2		
			COM7009	미디어경제학	3	하주용	1		
			COM7016	광고연구세미나	3	김상훈	2		
			COM7022	소셜커뮤니케이션선연구	3	심민선	2		
			COM7023	커뮤니케이션 논문 세미나1	3	문성준	2		
			COM7024	커뮤니케이션 논문 세미나2	3	문성준	1		

(3) 교과목 개요

COM5001 커뮤니케이션 이론(Theories of Communication)

(담당교수: 심민선, 학점: 3학점, 개설학기: 1학기)

사회과학의 독립된 학문영역으로서 커뮤니케이션이론을 정립하기 위해 필요한 이론적 배경을 강의하고, 지금까지의 커뮤니케이션의 주요 이론을 검토한다. 또한, 새로운 매스커뮤니케이션 환경에 맞는 커뮤니케이션 이론을 모색해 본다.

COM5002 커뮤니케이션 연구방법론 I(Communication Research Method I)

(담당교수: 문성준, 학점: 3학점, 개설학기: 2학기)

사회조사방법을 주로 하여 경험적 자료를 분석, 평가한다. 개념화, 논리적 분석, 조작화, 측정의 개발, 연구의 설계, 표본추출 등의 기본적인 사회과학 연구과정과 실험연구, 설문조사, 내용분석, 현장관찰, 사례조사 등의 구체적인 연구방법 등의 원리와 기술적인 문제들을 심층적으로 검토하고 실습으로 익힌다.

COM5003 커뮤니케이션 연구방법론 II(Communication Research Method II)

(담당교수: 박정의, 학점: 3학점, 개설학기: 2학기)

사회과학 전통의 계량적 연구방법에 대비되는 명칭으로서 '비계량적 연구방법론'에 초점을 두고 이러한 방법론에 대한 인식론적 그거를 토의하고 각 연구단계를 익히고 결과물의 효과적 제시법을 검토한다. 이러한 학습과정은 기존의 동일한 연구방법론을 사용한 연구물의 비판적 읽기와 실제 개인별 연구과제의 시행과 병행된다.

COM5004 커뮤니케이션 이론세미나(Seminar in Advanced Communication Theories)

(담당교수: 김상훈, 학점: 3학점, 개설학기: 1학기)

(박사과정) 이 강좌는 커뮤니케이션 이론에 대한 이해의 폭을 넓히는 것을 목적으로 한다. 커뮤니케이션 이론의 국내외 최신 동향을 이해하고 각 이론들의 언론정보학 연구에서 적용방안을 살펴본다.

COM6003 언론사 연구(Communication History)

(담당교수: , 학점: 3학점, 개설학기: 1학기)

한국과 세계의 언론체계가 어떻게 형성되었으며, 어떻게 변천해 왔는가를 대중 매체가 등장하기 이전의 전통사회에서부터 현대에 이르기까지 고찰, 분석, 논의, 정리한다.

COM6006 정보문화산업론(Information and Cultural Industries)

(담당교수: 김대호, 학점: 3학점, 개설학기: 2학기)

현대사회에서 커다란 영향력을 발휘하는 대중매체, 정보통신 및 문화산업에 관한 전반적인 내용을 산업별로 소개하고, 산업분야별 현황 분석과 전망을 통해 실제와의 접목을 모색한다.

COM6008 방송이론(Theories of Broadcasting)

(담당교수: 김대호, 학점: 3학점, 개설학기: 1학기)

방송 프로그램 기획, 편성, 제작, 구매, 판매에 이르기까지 방송 전 과정에 대한 심층적인 분석을 다룬다. 제작 산업의 변화와 수용자의 시청 행태의 변화로 인해 방송은 새로운 모습으로 변화하고 있다.

COM6009 저널리즘연구(Advanced Studies in Journalism)

(담당교수: 박정희, 학점: 3학점, 개설학기: 2학기)

신문과 전자 신문 등을 중심으로 주로 전통적인 인쇄미디어에서 비롯되어 21세기 정보화 사회에서도 살아남을 멀티미디어 저널리즘을 심층적으로 다룬다.

COM6010 광고이론(Advertising Theories)

(담당교수: 김상훈, 학점: 3학점, 개설학기: 2학기)

광고 및 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 제반 이론을 다룬다. 광고이론의 근간이 되는 설득 커뮤니케이션 이론들과 광고 정보원, 광고 메시지, 광고 매체, 광고 수용자 등과 관련된 주요 이론들을 살펴본다.

COM6014 문화간 커뮤니케이션 연구(Studies in intercultural communication)

(담당교수: 박정희, 학점: 3학점, 개설학기: 2학기)

각 문화권의 문화적 특성과 커뮤니케이션 특성사이의 관계에 대한 이해증진. 언어습관과 비언어적 행태의 차이를 바탕으로 무역과 같은 비즈니스 상황을 비롯한 각종 상황에서의 문화적 충돌과 화해를 연구 한다.

COM6019 디지털미디어광고론(Theories of Digital Media)

(담당교수: 김상훈, 학점: 3학점, 개설학기: 2학기)

디지털혁명 이후에 나타난 미디어의 변화 양상을 살펴본다. 특히, 디지털미디어의 기술적 특성과 사회문화적 특성, 경제 특성 등과 더불어 디지털 시대 미디어이용자의 변화를 이론적으로 조망해본다.

COM6020 매스 미디어와 다문화 1(Mass media and Multiculture 1)

(담당교수: 문성준, 학점: 3학점, 개설학기: 1학기)

한국도 점차 다문화 국가로 진입하고 있는 상황에서, 국내 미디어가 외국인 이주자에게 어떠한 영향을 미치는지를 분석하는 세미나 중심의 수업입니다.

COM6021 매스 미디어와 다문화 2(Mass media and Multiculture 2)

(담당교수: 문성준, 학점: 3학점, 개설학기: 2학기)

매스 미디어와 다문화 1 수업과 연계되어 국내 미디어가 외국인 이주자에게 어떠한 영향을 미치는지를 분석하는 논문 작성 중심의 수업입니다.

COM7001 헬스커뮤니케이션 세미나(Seminar in health communication)

(담당교수: 심민선, 학점: 3학점, 개설학기: 1학기)

헬스캠페인커뮤니케이션의 후속과목. 건강 및 보건 관련 사례분석을 바탕으로 연구자의 독립적 헬스커뮤니케이션 모델 정립을 목표로 한다.

COM7004 브랜드 관리론(Brand Management)

(담당교수: 김상훈, 학점: 3학점, 개설학기: 2학기)

세계적인 유명 브랜드들은 소비자들의 변치 않는 사랑을 얻기 위해 지속적이면서 체계적인 마케팅 노력을 기울인다. 따라서 미래의 기업 간의 경쟁 환경은 강력한 브랜드들 간의 전쟁, 즉 강력한 브랜드 구축을 통한 시장점유가 경쟁의 핵심이 될 것이다. 이러한 강력한 브랜드를 형성하는 데 있어 광고는 핵심적인 역할을 한다. 본 강의의 목적은 강력한 브랜드 구축을 위한 전략적인 광고의 역할 및 브랜드 관리체계를 살펴보는 것이다. 전략적인 브랜드 관리를 위해서는 소비자에 대한 이해, 즉 시장에 대한 철저한 통찰력이 필요하고, 이에 적절한 광고 및 마케팅 전략에 대한 이해가 필요하다. 따라서 전략적인 브랜드 관리를 통해 관련 분야에서의 효과적인 마케팅을 수행하고 나아가 기업의 성장을 이룩함에 있어서도 본 과목은 유용하게 쓰일 것이다.

COM7005 전략 커뮤니케이션 캠페인(Strategic Communication Campaign)

(담당교수: 김상훈, 학점: 3학점, 개설학기: 1학기)

현 미국에서 유행하고 있는 전략 커뮤니케이션에 관한 강좌를 개설하고자 한다. 전략 커뮤니케이션이란 마케트들이 실행하는 전략적이고도 효율적인 광고 및 홍보 활동을 의미한다. 한 학기동안, 세미나 식의 수업을 통하여, 전략 컴의 정의 및 적용을 이론적으로 학습 할 예정이며, 아울러 학습된 체계적인 이론을 바탕으로 대학원생들의 광고/홍보와 관련된 실무적인 접근까지 학습할 예정이다.

COM7006 멀티미디어 광고론(Studies of Multimedia Advertising)

(담당교수: 김상훈, 학점: 3학점, 개설학기: 2학기)

멀티미디어라고 일컬어지는 인터넷과 같은 새로운 매체는 다대다의 커뮤니케이션 환경을 제공하고 상호작용을 가능하게 함으로써 전통적인 기존 매체들과는 전혀 다른 광고 환경을 제공하고 있다. 따라서 텔레비전이 등장함에 따라 사회 전반의 커뮤니케이션 양식과 광고 산업에 영향을 주었던 것처럼 21세기의 매체 환경은 또 다른 전환기가 될 것이다. 본 강의의 목적은 이러한 멀티미디어가 초래할 혁명이 광고 산업에 어떤 변화를 불러일으키고 있으며, 이에 어떻게 대처하는 것이 바람직한가를 심층적으로 분석, 연구하는 것이다.

COM7009 미디어 경제학(Media Economics)

(담당교수: 해주용, 학점: 3학점, 개설학기: 1학기)

최근 영화, 텔레비전, 음반 등의 영상매체는 개별 산업으로서의 확산은 물론 상호 밀접하게 연계되어 가고 있다. 이 강의는 미디어 산업과 미디어 기업의 구조와 운영을 연구하고 소비자의 미디어 이용 행위를 분석하는 것을 주목적으로 한다.

COM7016 광고연구세미나(Advertising Research Seminar)

(담당교수: 김상훈, 학점: 3학점, 개설학기: 2학기)

이 수업은 광고의 기본이 되는 기초적인 이론에서부터 기호학과 행태주의, 게슈탈트 심리학, 그리고 정신분석학을 아우르며 광고 크리에이티브의 길을 강의할 예정이다. 광고 크리에이티브의 과학적 특징과 본질에 대해 강의 할 것이며, 행태주의와 이를 이용한 크리에이티브를 제시하여 최종적으로 심리학과 정신분석학의 정의와 광고에 적용되는 것을 세미나를 통하여 강의 할 예정이다.

COM7023 커뮤니케이션 논문 세미나 1(Communication Research Seminar 1)

(담당교수: 문성준, 학점: 3학점, 개설학기: 2학기)

커뮤니케이션 활동에 대한 다양한 주제를 잡고, 커뮤니케이션 효과 측정 논문 작성을 목표로 한다. 특히 커뮤니케이션 논문세미나 1에서는 양적인 방법, 즉 실험, 서베이, 내용분석 방법을 사용하여 대학원생으로서 갖추어야 할 논문 작성법을 배울 것이다. 언론정보 전공 1학기 대학원 설강 과목인 커뮤니케이션 논문 세미나 2의 경우 질적인 방법을 사용하여 논문을 작성할 예정이기 때문에 커뮤니케이션 논문 세미나 1과 차이점이 있다.

COM7024 커뮤니케이션 논문 세미나 2(Communication Research Seminar 2)

(담당교수: 문성준, 학점: 3학점, 개설학기: 1학기)

커뮤니케이션 논문 세미나 2에서는 질적인 방법, 즉 현지 관찰, 포커스 그룹 연구, 심층 면접, 사례연구를 사용하여 대학원생으로서 갖추어야 할 논문 작성법을 배울 것이다. 유사과목인 언론정보 전공의 커뮤니케이션 논문 세미나 1의 경우 양적인 방법을 사용하여 논문을 작성할 예정이기 때문에 질적인 방법을 사용하는 커뮤니케이션 논문 세미나 2와 차이점이 있다.