27. 광고홍보학과 교육과정

광 고 홍 보 학 과

1 학과(전공) 소개

가. 학과 역사

광고홍보학과는 2006년 방송미디어학부 광고홍보학과로 개설되어 2009년 첫 졸업생을 배출하였다. 2010년 방송미디어학부에서 분리하여 광고홍보학과로 독립하였다. 2006년부터 학술제를, 2012년부터 고등학교 광고공모전을 매년 개최하고 있으며, 2013년에 광고동아리 'paradox'와 2015년에 PR동아리 '도담도담'이 신설되어 활발하게 운영되고 있다.

나. 교육목표

학과의 인재상인 "창의적 광고홍보인"을 육성하기 위하여 단순 이론 교육에서 벗어나, 실무상황에서 문제해결 능력을 갖추고 다양한 지식을 통합하여 창의적 사고를 할 수 있는 인재양성을 목표로 한다.

다. 주요영역(세부전공 및 핵심교과목 등)

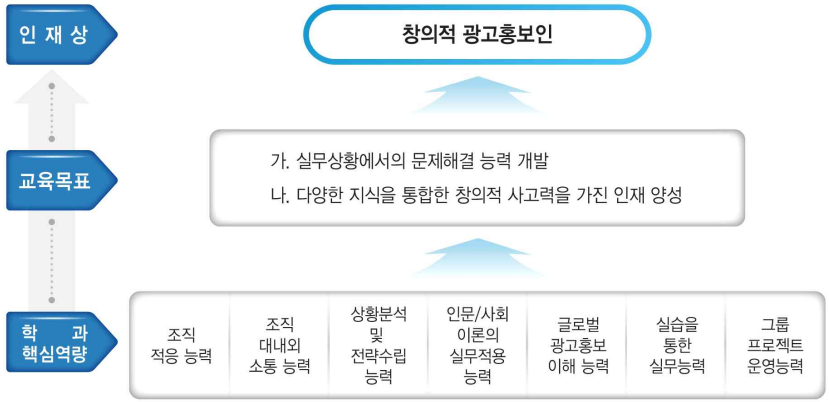
광고홍보학과에서는 기초적인 커뮤니케이션 이론과 함께 광고, PR, 프로모션, 온라인 영역과 관련된 다양한 전공과목을 개설하고 있다. 광고홍보학은 크게 광고학과 홍보학으로 나누어지지만 오늘날에는 광고, PR, 프로모션, 온라인(SNS)의 분야가 모두 통합되고 있으며 점차 경계가 사라지고 있다. 광고홍보학과의 핵심교과목은 광고홍보기획, 광고홍보조사, 프리젠테이션, 인턴십 등이 있으며 전문가 특강, 업체 견학, 각종 공모전과 산학협력프로젝트를 비교과 활동으로 운영하고 있다.

라. 졸업 후 진로

졸업 후 진로는 광고회사, PR회사, 매체사, 제작사, 이벤트회사, 홍보/마케팅부서 등 다양한 분야에서 광고홍보기획, 카피라이팅, 매체기획, 광고홍보제작, 각종 이벤트 대행 등의 업무를 담당하며, AE, 카피라이터, 커뮤니케이션 컨설턴트, 마케팅 컨설턴트 등의 전문 직업인으로써 활동하게 된다.

2 학과(전공) 교육 체계

가. 학과 교육 체계도



나. 학과 교육 체계(인재상-교육목표-핵심역량) 선정 배경

배경사항	구체적 내용
학문적 트렌드 변화	광고학과 홍보학의 학문간 영역이 어느 정도 구분되던 예전과 달리 점점 더 학문 간의 통합 현상이 심화되고 있음
재학생 교수방법 변화	교실 안에서의 교육 뿐 아니라 재학생들과 현장을 연결할 수 있는 교육을 극대화할 필요성이 제기됨
재학생 의견	전공 교과와 학교 생활을 통해 취업에 필요한 역량과 스펙을 갖출 수 있기를 희망하고 있음
졸업생 의견	갈등관리, 위기관리 등 어려움이 닥칠 때의 소통능력, 조직활동의 경험 등의 필요성과 유용성에 대한 의견이 있음
학부모 의견	학생들이 대학 생활을 통해 진로에 대한 고민을 하고, 향후 진로에 대한 비전을 가질 수 있기를 희망
관련기관(기업) 요구	전공분야에 대한 열정과 근성을 가진 인재에 대한 요구
기타	단순한 크리에이티브가 아닌, 조사와 분석에 근거한 전략적 크리에이티브에 대한 니즈 증가 (빅데이터 등)

3 학과 인재상 및 교육목표, 핵심역량(교육목표의 수는 학과에 따라 변경가능)

가. 학과 인재상 :

1) 인재상 : 창의적 광고홍보인

2) 인재상의 뜻 : 디지털 시대에 부합하는 통섭적 사고력을 갖춘 창의적 광고홍보 인재

3) 인재상의 선정 배경 :

세계적인 광고대행사 하바스그룹의 광고 제작을 총괄하고 있는 자크 시겔라 프랑스 하바스그룹 부회장은 불황일수록 광고는 더 과감해져야 하며, 경기가 안 좋으면 광고인들 스스로 주저하는 경향이 있는데 그럴수록 실패 위험을 떠안는 창의적인 자세가 필요하다고 역설하였다 (한국경제, 2013.8.26). 즉, 새로운 디지털 미디어 시대에 부응하고 갈수록 경쟁이 심화되는 마케팅환경에서 기업이 원하는 인재상은 단순히 똑똑하고 업무지시만 따르는 수동적 인재상이 아닌, 기존 틀을 깰 수 있는 창의적인 사고를 갖춘 능동적 인재라는 것을 강조하고 있는 것이다. 따라서 광고홍보학과에서도 글로벌 광고/홍보 시장에서 경쟁력을 갖출 수 있는 유연하면서도 다양한 인문/사회 지식을 결합할 수 있는 통섭적 사고방식을 갖춘 창의적 인재를 육성하는 것을 목표로 한다.

나. 학과 교육목표 및 실천방안

1) 학과 교육목표

(가) 학과의 인재상인 “창의적 광고홍보인”의 육성

(나) 단순 이론 교육에서 벗어나, 실무상황에서의 문제해결 능력 개발

(다) 다양한 지식을 통합한 창의적 사고력을 가진 인재 양성

2) 학과 교육목표 실천방안

(가) 이론 교육을 통한 과학적 접근과 실무교육을 통한 현장적응능력 고취

(나) 산학연계 프로젝트, 공모전 연계 프로젝트 등의 교과운영을 통한 실무지식의 습득능력 향상

(다) 관련 분야의 인턴십 활성화를 통한 취업률 제고

다. 학과(전공) 핵심역량

1) 학과(전공) 핵심역량

대학	인성	의사소통	문제해결	지식융복합	글로벌	개척도전	협업	특화1	특화2	특화3
학과	조직적응능력	조직 대내외 소통능력	상황분석 및 전략 수립능력	인문/사회 이론의 실무적용 능력	글로벌 광고홍보 이해능력	실습을 통한 실무능력	그룹 프로젝트 운영능력	프리젠테이션 능력	공모전 수행 능력	리서치(조사) 능력

2) 학과(전공) 핵심역량별 교육과정 연계성

학과 인재상	학과 교육목표	대학 핵심역량	학과 핵심역량	학과교육목표-학과핵심역량 연계성 기술
창의적 광 고 홍보인	문제해결 능력개발	인성	조직적응 능력	광고홍보의 업무의 조직 내에서의 역할에 대한 이해를 이론과 실무를 통해 학습함으로써 다양한 형태의 조직적응 능력 함양
		의사소통	조직 대내외 소통 능력	조직의 변화 시점에 필요한 광고홍보 업무에 대한 이해를 바탕으로 소통 능력을 양성함
	문제해결 능력개발	문제해결	상황분석 및 전략수립능력	조직이 당면하고 있는 커뮤니케이션 문제를 해결하기 위해 사회과학적 조사 방법을 학습하고 이를 바탕으로 한 커뮤니케이션 전략 수립 능력 배양
		지식융복합	인문/사회 이론의 실무적용능력	사회학, 심리학, 조직학, 마케팅 등 주변 학문과 광고홍보학의 관련성을 학습함으로써 관련 학문 분야의 응용능력을 함양
	통합적 창의적 사고력 개발	글로벌	글로벌 광고홍보 이해 능력	글로벌 시대에 국경을 초월하여 이루어지는 다양한 광고홍보활동에 대한 이해를 통해 글로벌 커뮤니케이션 전문가의 소양 개발
		개척도전	실습을 통한 실무능력	스타트업, 광고홍보관련 기업의 실제 프로젝트를 수행함으로써 미개척분야에 대한 개척정신을 함양
		협업	그룹 프로젝트 운영능력	다양한 광고홍보 관련 실무 프로젝트 수행 능력 배양
		특화역량1	프리젠테이션 능력	효율적인 프리젠테이션과 스피치 능력 함양
	통합적 창의적 사고력 개발	특화역량2	공모전 수행 능력	학과 수업과 연계된 다양한 공모전에 참여하여 과학적 조사에 근거한 통합적 커뮤니케이션 기획 능력 함양
		특화역량3	리서치(조사) 능력	모든 광고홍보기획의 근간이 되는 사회과학적 조사방법론 학습을 통한 조사 능력 함양

4 학과 핵심역량 및 전공교과, 비교과 프로그램 매트릭스

광고홍보학과	구 분	기초핵심역량							전공핵심역량		
	대학핵심역량	인성	의사소통	문제해결	지식융복합	글로벌	**개척도전**	협업	프리젠테이션	공모전수행능력	리서치(조사)능력
	학과(전공)핵심역량	조직적응능력	조직대내외소통능력	상황분석및전략수립능력	인문/사회학이론의실무적활용능력	글로벌광고홍보이해능력	실습을통한실무능력	그룹프로젝트운영능력			
전교	커뮤니케이션의 이해		◑		◑						
	크리에이티브의 이해	◑					◑				
전필	광고관리론			◑	◑						
	홍보관리론			◔				◑		◔	
	광고마케팅			◑							◑
	광고홍보심리학				◑			◔	◔		
	광고홍보기획론			◔					◔	◑	
	광고홍보조사론				◔		◔				◑
	국제광고론			◑		◑					
	국제홍보론	◑				◑					
전선	광고홍보 살펴보기	◑			◔			◔			
	매스미디어와 광고	◑			◑						
	광고학개론	◔		◔	◑						
	홍보학개론			◔				◔		◑	
	설득커뮤니케이션	◔	◔	◑							
	디지털 미디어의 이해		◔		◔	◑					
	카피라이팅						◑	◑			
	프리젠테이션		◔				◑	◔			
	브랜드광고론	◔	◔		◔						
	미디어콘텐츠 작성실습						◑	◔			◔
	MM광고제작실습 I						◑	◑			
	프로모션 관리론		◔	◑					◔		
	마케팅PR						◑			◔	◔
	광고제작실습 I						◑	◑			
	MM광고제작실습II						◑	◑			
	매체전략			◑				◔			◔
	이벤트			◑			◔	◔			

광고홍보학과	구 분	기초핵심역량							전공핵심역량		
	대학핵심역량	인성	의사소통	문제해결	지식융복합	글로벌	**개척도전**	협업	프리젠테이션	공모전수행능력	리서치(조사)능력
	학과(전공)핵심역량	조직적응능력	조직대내외소통능력	상황분석및전략수립능력	인문/사회학이론의실무적활용능력	글로벌광고홍보이해능력	실습을통한실무능력	그룹프로젝트운영능력			
전선	광고홍보전략론			◑				◔		◔	
	광고제작실습 II						◑	◑			
	홍보영상제작실습						◑	◑			
	기업PR	◔	◑			◔					
	광고홍보특강		◑			◑					
	디지털마케팅전략	◔	◑					◔			
	광고홍보세미나		◑			◑					
	광고홍보캠페인	◔			◑	◔					
	인턴십1						◑	◑			
	졸업논문				◑						◑
	글로벌광고와문화					◑					
	광고홍보비평	◑				◑					
	광고홍보산업론		◔	◑					◔		
	글로벌캠페인전략							◔			
	광고홍보사례연구						◑		◔		◔
	홍보프로젝트실습						◔	◔			◑
비교과	고등학생광고공모전		◑					◔		◑	
	광고홍보외부교육	◑				◔	◑				
	학술제		◔					◔	◑		
	전문광고홍보인 초청 특강	◔			◔		◐				
	광고문화회관견학				◐	◔	◔				
	광고기업임직원 초청 강연	◐			◔		◔				
	광고홍보관련 현장체험		◐				◐				
	광고잡지발간						◑	◑			
	광고홍보회사체험		◑				◑				
	광고홍보영어학습		◑			◑					
합 산		475%	525%	550%	700%	475%	975%	725%	175%	225%	325%

5 교육과정

가. 2018학년도 교과과정표

권장학년		1학기				2학기			
		교과목명(영문명)	학점	시수	캡스톤디자인	교과목명(영문명)	학점	시수	캡스톤디자인
전공기초교양		커뮤니케이션의 이해	2	2		크리에이티브의 이해	2	2	
1	전필								
	전선	광고홍보 살펴보기 매스미디어와 광고	3 3	3 3		*광고학개론 *홍보학개론	3 3	3 3	
2	전필	광고관리론 홍보관리론	3 3	3 3		광고마케팅 광고홍보심리학	3 3	3 3	
	전선	설득커뮤니케이션 디지털 미디어의 이해 카피라이팅 이벤트	3 3 3 3	3 3 3 3		미디어콘텐츠작성실습 프리젠테이션 멀티미디어광고제작실습 I 브랜드광고론 프로모션관리론	3 3 3 3 3	3 3 3 3 3	
3	전필	광고홍보기획론 광고홍보조사론	3 3	3 3		국제광고론 국제홍보론	3 3	3 3	
	전선	마케팅PR(캡스톤) 광고제작실습 I 멀티미디어광고제작실습 II 기업PR	3 3 3 3	3 3 3 3	✓	매체전략 *광고홍보전략론(캡스톤) 광고제작실습 II 홍보영상제작실습	3 3 3 3	3 3 3 3	 ✓
4	전필					졸업논문	3	P	
	전선	*광고홍보특강 디지털마케팅전략 *광고홍보세미나 광고홍보캠페인	3 3 3 3	3 3 3 3		광고홍보비평 광고홍보산업론 글로벌캠페인전략 광고홍보사례연구 홍보프로젝트실습	3 3 3 3 3	3 3 3 3 3	

* 전필 대체 교과목(2017학번 이전 재학생(학적변동, 편입으로 인한 전필교과목 개수 부족 시 대체 이수)

나. 교육과정개편에 따른 집단별 요구사항 반영현황

구분	요구내용	반영사항	관련 교과목 (개편 교과목기준)	관련 학과핵심역량
재학생	현장실습	현장실습센터와 협업하여 인원증대	인턴십	실습을 통한 실무능력
	외국어능력	전공 외국어 교육 확대	국제PR	글로벌 광고홍보 이해 능력
졸업생	실무능력	캡스톤 교과목 통한 산학협력 활동 증가	마케팅PR 광고홍보전략론	그룹 프로젝트 운영 능력
	비주얼관련 프로그램능력	포토샵 등 디자인 프로그램 실습 과목 운영	멀티미디어 광고제작실습 I, II	공모전 수행 능력

다. 2018학년도 교육과정 과목별 해설

전공기초교양(전교)

커뮤니케이션의 이해 (Understanding Communication)

설득 커뮤니케이션의 기초가 되는 다양한 커뮤니케이션 이론에 대해 학습한다.

크리에이티브의 이해 (Understanding Creativity)

광고홍보 실무자로써 반드시 갖추어야 할 크리에이티브의 기초에 대하여 학습한다.

전공필수(전필)

광고관리론 (Advertising Management)

광고캠페인에 대한 체계적인 접근을 통해 각 광고사례에 대한 종합적인 이해 속에서 전략적인 접근을 시도한다.

홍보관리론 (Public Relations Management)

홍보학의 기본 이론을 토대로 홍보캠페인에 대한 전반적인 이해 속에서 홍보활동의 제반과정을 체계적으로 분석한다.

광고마케팅 (Advertising & Marketing)

현대의 마케팅 이론을 이해하고, 그 원리와 함께 실제사례를 병행하여 파악함으로써 광고를 마케팅 관점에서 접근한다.

광고홍보심리학 (Psychology of Advertising & Public Relations)

소비자 및 공중 행동 관련한 개념과 이론들을 심리학 관점에서 파악하여, 효과적인 광고홍보전략 수립을 위한 소비자 심리체계의 이해를 분석적으로 시도한다.

광고홍보기획론 (Advertising & Public Relations Planning)

광고홍보활동 전반의 흐름을 파악하고, 상황분석 등을 중심으로 광고홍보환경을 이해하면서 실제 광고홍보기획서의 작성을 수행한다.

광고홍보조사론 (Advertising & Public Relations Research)

광고홍보현상을 과학적이고 체계적으로 통제하기 위해 필요한 광고홍보효과 분석을 위해 조사설계를 이해하고, 제반 방법론을 소개한다.

국제광고론 (International Advertising)

기업의 활동이 글로벌화 함에 따라 국제광고의 중요성이 증대되고 있다. 따라서 국제광고의 개념과 전략 등을 실제사례를 중심으로 파악한다.

국제홍보론 (International Public Relations)

현대사회에서 홍보의 중요성을 살펴보고, 국내를 포함한 해외의 홍보사례를 분석함으로써 국제홍보를 이해한다.

졸업논문 (Thesis)

광고홍보의 현상에 대한 특정주제를 선정하여, 이를 논리적으로 파악하고 논문형식으로 작성한다.

전공선택(전선)

광고홍보 살펴보기 (A first look at Advertising & PR)

광고홍보 학문에 처음 입문하는 학생들을 위한 과목. 광고/홍보가 무엇인지 우리 일상생활속에 쉽게 접할 수 있는 사례들을 통해 알아본다.

매스미디어와 광고 (Mass Media and Advertising)

현대사회에서 매스미디어의 진화과정을 파악해 보고, 매스미디어의 변화에 따른 광고의 역할을 이해함으로써 미디어환경에 대한 개념을 살펴본다.

광고학개론 (Introduction to Advertising)

광고현상에 대한 전반적인 내용들을 개략적으로 살펴봄으로써 광고에 대한 포괄적인 이해를 도모한다.

홍보학개론 (Introduction to Public Relations)

홍보현상을 이론적으로 탐색하고 사례연구 등을 통해 과학적이고 체계적인 접근을 시도함으로써 홍보학의 이해를 도모한다.

설득커뮤니케이션 (Persuasive Communication)

커뮤니케이션 과정에서 필요한 설득의 원리를 파악하고, 이를 실제사례로 설명함으로써 광고를 커뮤니케이션 관점에서 접근한다.

디지털 미디어의 이해 (Understanding Digital Media)

디지털시대에 새롭게 등장한 모바일 또는 스마트 미디어를 이해하고, 이를 광고 홍보에 활용할 수 있는 방안을 제시한다.

카피라이팅 (Copywriting)

언어적 커뮤니케이션인 광고카피를 소비자들에게 효율적으로 전달하기 위한 방안을 모색하기 위해, 카피라이팅에 대한 전반적인 내용을 숙지하고 카피제작을 실습한다.

프리젠테이션 (Presentation)

광고홍보인은 자신의 의사를 충분히 전달하고 공감을 얻을 수 있는 자질을 갖추어야 한다. 따라서 이론과 실제를 중심으로 효과적인 프리젠테이션 능력을 배양한다.

브랜드광고론 (Brand Advertising)

브랜드의 개념을 파악하고 브랜드자산 구축과정에서 광고의 역할과 기능에 대해 살펴본다.

미디어콘텐츠작성실습 (Practice of Media Contents Writing)

보도자료, 기획기사 등 전통적인 방식의 퍼블리시티 글쓰기와 함께, SNS를 위한 다양한 콘텐츠에 대한 이해를 사례 중심으로 살펴보고, 직접 제작해본다.

멀티미디어광고제작실습Ⅰ (Practice of Multimedia Advertising Ⅰ)

멀티미디어 광고를 이론과 함께 실습을 통해 이해를 제고하고 기초적인 광고제작 능력을 습득한다.

프로모션관리론 (Promotion Management)

마케팅 관점에서 프로모션의 역할과 제반 전개과정을 사례와 함께 살펴보며, 프로모션 도구들을 이해한다.

마케팅PR (Marketing PR)

다양한 PR 활동을 마케팅관점에서 분석하고 사례를 중심으로 분석함으로써 조직의 이미지와 인지도 제고를 위한 PR 단계를 넘어 판매증대라는 실질적인 결과로까지 연결시키는 방안을 논의한다.

광고제작실습Ⅰ (Practice of Advertising Ⅰ)

직접 광고를 제작함으로써 광고에 대한 심층적인 이해를 돕고자, 다양한 매체의 광고물을 실제로 제작한다.

멀티미디어광고제작실습Ⅱ (Practice of Multimedia Advertising Ⅱ)

멀티미디어 광고를 이론과 함께 실습을 통해 이해를 제고하고 실무적인 광고제작 능력을 습득한다.

매체전략 (Media Planning)

수립된 광고예산을 효율적으로 매체에 배분할 수 있는 전략적 방안을 제시하고, 매체환경 변화에 대응할 수 있는 지식을 습득한다.

이벤트 (Event)

이벤트의 개념과 특성을 파악하고, 전략적 차원에서 사례분석을 시도함으로써 이벤트를 이해한다.

광고홍보전략론 (Advertising & PR Strategy)

다양한 광고영역에서 전개하고 있는 전략들을 유형별로 살펴보고, 해외 유명광고회사의 광고전략들을 이해한다. 또한 효과적인 홍보활동을 전개할 수 있는 전략들을 실제 사례와 함께 유형별로 살펴본다.

광고제작실습Ⅱ (Practice of Advertising Ⅱ)

직접 광고물을 구성함으로써 광고에 대한 심층적인 이해를 돕고자, 다양한 매체의 광고 등을 실제로 제작한다.

홍보영상제작실습 (Practice of PR Contents)

직접 홍보물을 구성함으로써 홍보에 대한 심층적인 이해를 돕고자, 홍보영상물 등을 실제로 제작한다.

기업PR (Corporate PR)

기업의 다양한 공중들과 긍정적인 관계구축을 위한 활동에 대해 이론과 사례로써 기업의 커뮤니케이션에 대한 실질적인 이해를 돕는다.

광고홍보특강 (Current Issues in Advertising & Public Relations)

광고홍보분야의 다양하고 세분화한 주제별로 해당 전문가와의 상호토론을 통해 실제 광고홍보 분야의 현실을 이해한다.

디지털마케팅전략 (Digital Marketing Strategy)

디지털 마케팅과 관련된 매체의 정의와 분류체계, 그리고 디지털 마케팅 활동의 효과를 체계적으로 살펴보고, 산업의 전망을 통해 디지털 마케팅의 이해를 도모한다.

광고홍보세미나 (Advertising & Public Relations Seminar)

시의성있는 광고홍보주제를 선정해 광고관련 제 이론을 중심으로 이해와 적용을 시도해 전문광고인으로서의 능력을 키운다.

광고홍보캠페인 (Advertising & Public Relations Campaigns)

광고홍보에 관련한 모든 지식을 통해 광고홍보의 전 과정에 대한 총체적인 이해와 사고를 실제 캠페인 사례를 중심으로 파악한다.

광고홍보비평 (Criticism of Advertising & PR)

광고홍보의 사회문화적 영향력을 현대사회를 둘러싼 다양한 논의들을 중심으로 논의하고 비평한다.

광고홍보산업론 (Advertising & PR Industry)

광고홍보산업을 거시적인 관점에서 살펴보고, 광고홍보산업의 구성체별로 구분하여 기능과 역할 등에 대해 체계적으로 이해한다.

글로벌캠페인전략 (Global Campaign Strategy)

글로벌 차원에서 이루어지는 광고홍보활동을 살펴보고, 글로벌캠페인의 특성과 주요 전략 등을 사례와 함께 이해한다.

광고홍보사례연구 (Advertising & PR Case study)

광고홍보 캠페인을 사례를 통해 분석함으로써 성공과 실패요인을 도출하고, 효과적인 광고홍보를 위한 방안을 파악한다.

홍보프로젝트실습 (Practice of PR Project)

특정한 홍보주제를 정해 홍보를 기획하고 제작하여, 실제적으로 홍보의 전 과정을 이해한다.

비교과과정

고등학생광고공모전 (AD Contest for High School Students)

미래의 광고홍보전문가를 꿈꾸는 고등학생들을 대상으로 영상/인쇄 광고를 출품하고 경연해볼 수 있는 기회를 제공한다.

광고홍보외부교육 (Training Course for Advertising Specialist)

광고홍보업계의 공인된 기관에서 진행하는 전문가 교육과정에 참가, 실무능력을 함양한다.

학술제 (AD/PR Festival)

광고홍보전문가가 되기 위해 필요한 핵심능력인 기획력을 키우기 위해, 주제를 정하여 광고홍보제안서를 작성하고 프리젠테이션 하는 능력을 학습한다.

전문광고홍보인 초청 특강 (Special Lecture by AD/PR Specialist)

광고홍보 분야의 실무자 특강을 통해 업계에서 요구하는 인재상 및 변화하는 업계 트렌드를 파악한다.

광고문화회관 견학 (Field Trip to Advertising Museum and Library)

광고문화회관을 방문하여 광고박물관, 광고도서관 등을 견학하고 한국광고의 역사 및 광고산업의 동향을 파악한다.

광고기업임직원 초청 강연 (Special Lecture by AD/PR Executives)

광고홍보 분야에서 오랜 경력을 가지고 있는 임원을 초청하여 광고홍보분야에서의 노하우와 인사이트를 학습한다.

광고홍보관련 현장체험 (Field Trip to AD/PR Event)

광고홍보업계에서 진행되는 중요한 행사/이벤트에 참가하여 업계 동향 및 트렌드를 파악한다.

광고잡지발간 (Publishing Advertising Magazine)

학생들 스스로 기자가 되어 광고 및 마케팅 분야의 인사이트를 담은 광고전문잡지를 제작한다.

광고홍보회사체험 (Field Trip to AD/PR Agency)

광고홍보업계의 전문대행사를 방문하여 실무 현장에 대한 이해도를 증진한다.

광고홍보영어학습 (Practice of AD/PR English)

광고홍보업계의 필수역량 중 하나인 영어를 광고홍보와 관련된 텍스트를 통해 학습한다.

라. 졸업 후 진로 및 관련 자격증

1) 광고홍보업계에는 다양한 직업이 존재하나, 대표적인 직업은 다음과 같다.
   (가) 광고 분야 : 광고기획자, 카피라이터, 아트디렉터, CF감독, 미디어 플래너 등
   (나) PR 분야 : 언론관계 전문가, 사내PR 전문가, 위기관리 전문가, 정책PR 전문가 등
   (다) 디지털 마케팅 분야 : 온라인광고 플래너, 콘텐츠 기획/제작자, 영상콘텐츠 제작자 등
   (라) 이벤트 분야 : 이벤트 프로듀서, 컨벤션/세미나 기획자 등

마. 졸업 후 진로에 따른 권장이수 교과목

구분	관련 교과목							
	1학년		2학년		3학년		4학년	
	1학기	2학기	1학기	2학기	1학기	2학기	1학기	2학기
광고기획 전문가		광고학개론	광고관리론		광고홍보 기획론	광고홍보 전략론	광고홍보 세미나	
홍보기획 전문가	광고홍보 살펴보기	홍보학개론	홍보관리론	미디어 콘텐츠 작성실습	마케팅PR	기업PR 국제홍보론	위기관리론	홍보프로젝트 실습
Creative 전문가		크리에이티브의 이해	카피라이팅	멀티미디어 광고 제작실습I	광고 제작실습I 멀티미디어 광고 제작실습 II	광고 제작실습 II	광고 프로젝트 실습	
광고마케팅 조사 전문가				광고마케팅	광고홍보 조사론			글로벌 캠페인 전략
매체기획 전문가	매스미디어와 광고		디지털미디어의 이해		매체전략			
BTL/디지털 마케팅전문가			프로모션 관리론	미디어 콘텐츠 작성실습		이벤트	디지털 마케팅 전략	광고홍보 산업론