

광고홍보학과

Department of Advertising and Public Relations

1. 학과소개

(1) 학과사무실

가. 위치 : 310관 402호

나. 연락처 : 820-5504 (Fax : 821-5503)

(2) 학과소개

21세기는 정치, 경제, 사회, 문화의 모든 분야에서 기업과 조직 커뮤니케이션이 중요해지는 시기이다. 본 학과는 이러한 커뮤니케이션의 중요한 도구인 광고 및 PR 등에 대하여 보다 학문적인 접근을 진작하고자 한다. 이를 통하여 커뮤니케이션 효과를 극대화시킴으로써 인류의 행복과 사회의 발전을 추구한다. 그리고 광고 및 PR을 전공한 연구 인력과 전문 인력의 양성을 목표로 한다.

(3) 교육목표

중앙대학교 광고홍보학과는 사회구성원들 간의 원활한 커뮤니케이션이 이루어질 수 있는 바람직한 사회를 위한 광고 및 홍보 문화 창달과 과학화에 기여하는 전문 인력의 양성을 기본 교육목표로 하고 있다. 광고학 및 홍보학이란 기업의 마케팅 커뮤니케이션, 정부의 PR 및 선전, 비영리 단체의 PR 등을 포괄하는 對 공중, 對 소비자 커뮤니케이션을 담당하는 분야이며, 이러한 활동을 기획하고 제작하고 관리하는 영역을 총괄하여 교육한다.

(4) 세부전공

가. 광고학 (Advertising)

나. 홍보학 (Public Relations)

(5) 교수진

교수명	직위	최종 출신교	학위명	연구분야	전화번호
이명천	교수	한양대학교	문학박사	광고학	5507
조정식	교수	플로리다대학교	광고학박사	광고학	5508
황장선	교수	테네시대학교	광고학박사	광고학	5509
성민정	교수	메릴랜드대학교	홍보학박사	홍보학	5520
김정현	교수	서울대학교	문학박사	광고학	5817
홍혜현	부교수	미주리대학교	언론학박사	홍보학	5506

2. 학과내규

(1) 선수과목

가. 선수과목은 하위과정의 전공(학과)을 달리하여 입학한 석박사과정생, 외국대학(원), 특수 및 전문대학원 출신자의 경우, 교과내용이 상이함에서 오는 현 전공에 대한 기본지식의 부족을 보충하고자 학과에서 교수회의를 거쳐 지정한 과목이다.

※ 단, 부전공, 복수전공, 동종전공일 경우는 예외

나. 석사학위과정

광고홍보학과 이외의 타 전공 분야 졸업자로서 석사학위과정에 입학한 자는 대학원 시행세칙에 의거 본 학과의 교수회의가 결정하여 교과과정표 상에 명시한 전공별 학과 선수과목 15학점(5개 과목 중 필수 1개 과목)을 이수하여야만 졸업 학위논문 제출 자격을 갖게 된다.

다. 박사학위과정

특수 및 전문대학원 졸업자 또는 광고홍보학과 이외의 타 전공 분야 졸업자로서 박사학위과정 입학자는 대학원 시행세칙에 의거 본 학과의 교수회의가 결정하여 교과과정표상에 명시한 전공별 학과 선수과목 9학점을 이수하여야만 졸업 학위논문 제출 자격을 갖게 된다.

(2) 교과과정 구성

가. 교과목 개설

공통필수과목 및 세부전공별 필수과목은 매년 1회 개설, 나머지 과목은 매년 1회 또는 격년 1회 개설한다.

나. 타학과 개설과목의 수강 학점 상한

재학 중 타 학과에서 개설한 과목의 수강은 석사과정은 **6학점**까지, 박사과정은 12학점 까지만 허용한다.

다. 학위과정별 교과과정 구성

1) 석사과정

- ① 졸업에 필요한 학점: 총 10과목 30학점, 전공연구 2학점
- ② 교과목 체계도: 공통필수과목 1과목, 세부전공별 필수과목 1과목 반드시 이수
- ③ 재학 중 동일 교·강사가 담당하는 교과목은 3과목을 초과하여 수강할 수 없음

구분	광고학전공	홍보학전공
선수과목 [5과목 이수]	필수:광고학개론 선택:홍보학개론, 광고기획, 광고매체론, 설득커뮤니케이션	필수:홍보학개론 선택:광고학개론, 홍보기획, 기업PR론, 위기관리론
공통필수과목 [1과목 이수]	광고와마케팅, 통합적마케팅커뮤니케이션	
세부전공별 필수과목 [1과목 이상 이수]	마케팅이론, 소비자행동	PR관리론, PR이론
선택과목	광고홍보학입문*, 광고홍보질적연구방법, 통합적마케팅커뮤니케이션, 광고홍보다변량효과분석, 광고홍보이론세미나 I, 광고홍보이론세미나 II 뉴미디어광고, 설득커뮤니케이션론, 광고효과론, 광고매체론, 광고판매론, 광고와사회, 브랜 드자산관리론, 광고이론, 광고관리론, 국제광고이론, 판매촉진론, 광고심리학, PR관리론, PR이론, 기업홍보론, 위기관리론, 조직커뮤니케이션, 쟁점관리, 홍보특강 I, 홍보특강 II, 국 제홍보론, PR캠페인, 공공PR론, 마케팅이론, 소비자행동	

* 광고홍보학입문은 광고홍보학 석사/박사과정 1학차 및 2학차 과정생 필수 과목임. 단, 과목의 성격을 고려하여 전공자격시
험의 대상이 되지 않음.

2) 박사과정

- ① 졸업에 필요한 학점: 기 석사과정에서 이수한 과목의 인정 학점을 포함하여 총 60학점, 전공연구 4학점
- ② 교과목 체계도: 공통필수과목 1과목, 세부전공별 필수과목 1과목 반드시 이수
- ③ 재학 중 동일 교·강사가 담당하는 교과목은 3과목을 초과하여 수강할 수 없음

구분	광고학전공	홍보학전공
선수과목 [3과목 이수]	설득커뮤니케이션, PR관리론, 광고매체론, 광고효과론, 뉴미디어와 광고	
공통필수과목 [1과목 이수]	광고홍보연구방법론, 광고홍보조사분석	
세부전공별 필수과목 [1과목 이상 이수]	마케팅이론, 소비자행동	PR관리론, PR이론
선택과목	광고홍보학입문*, 광고홍보질적연구방법, 통합적마케팅커뮤니케이션, 광고홍보다변량효과분석, 광고홍보이론세미나 I, 광고홍보이론세미나 II 뉴미디어광고, 설득커뮤니케이션론, 광고효과론, 광고매체론, 광고판매론, 광고와사회, 고 급광고매체론, 기업홍보론, 위기관리론, 조직커뮤니케이션, 쟁점관리, 홍보특강 I, 홍보특강 II, 고급홍보이론, 공공PR론	

(3) 지도교수 배정 및 세부전공 선택

가. 지도교수 배정 및 전공연구

1) 석사학위과정

- ① 2차 학기에 재학 중인 학생은 학기말에 지도 교수를 선정하여야 한다. 단, 부득이한 경우에는 1차 학기에 미리 선정하는 것도 가능하다.

- ② 지도교수 신청은 학과에 구비된 신청서류를 작성하여 제출해야 한다. 단, 1인의 지도교수는 석박사과정생을 모두 함하여 연간 8인까지만 신규배정 받을 수 있다.
- ③ 지도교수는 교수님 및 학생의 사정으로 인하여 이후에 변경할 수 있다.

- ④ 본인의 세부전공을 결정한 후에는 전공에 따른 교과 과정에 맞춰서 강의를 수강하여야 한다. (* 교과과정표 참조)
- ⑤ 전공 및 지도교수가 결정된 이후, 3차 학기 수강신청 시 지도교수가 개설하는 전공연구 I (2학점)를 수강하여야 한다.
- ⑥ 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

2) 박사학위과정

- ① 2차 학기에 재학 중인 학생은 학기말에 지도 교수를 선정하여야 한다. 단, 부득이한 경우에는 1차 학기에 미리 선정하는 것도 가능하다.
- ② 지도교수 신청은 학과에 구비된 신청서류를 작성하여 제출해야 하며, 지도교수의 최종선정은 학생의 의사를 최대한 반영하여 교수회의를 거쳐서 이루어진다. 단, 1인의 지도교수는 석박사과정생을 모두 합하여 연간 8인까지만 신규배정 받을 수 있다.
- ③ 지도교수는 교수 및 학생의 사정으로 인하여 이후에 변경할 수 있다.
- ④ 본인의 세부전공을 결정한 후에는 전공에 따른 교과 과정에 맞춰서 강의를 수강하여야 한다. (* 교과과정표 참조)
- ⑤ 전공 및 지도교수가 결정된 이후, 3차 학기 수강신청 시부터는 지도교수가 개설하는 전공연구II(3차 학기)-III(4차 학기)을 수강하여야 한다.
- ⑥ 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

나. 세부전공 선택

세부전공은 2차 학기말까지 선택하여, 세부전공배정요청서를 제출해야 한다.

(4) 학위논문 제출자격시험

가. 외국어(영어)시험

외국어(영어)시험은 1차 학기 때부터 신청 가능하며, 성적은 100점 만점에 60점 이상을 합격으로 한다. 다만, TOEFL 530점(CBT233점, IBT91점), TOEIC 780점 이상, TEPS 664점 이상 취득자는 어학시험 대체인정서를 제출함으로써 합격한 것으로 본다(단, 어학시험 대체인정서 제출일 현재 유효한 성적표에 한함). 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

나. 전공시험

- 1) 석사과정 3과목은 다음과 같이 규정함.(응시과목에 대해 지도교수와 논의 후 결정)
 - 공통필수과목 1개와 세부전공별 필수과목 중 1개
 - 기타 전공과목 중 1개

- 2) 박사과정 4과목은 다음과 같이 규정함.(응시과목에 대해 지도교수와 논의 후 결정)
 - 공통필수과목 1개와 세부전공별 필수과목 중 1개
 - 기타 전공과목 및 타과과목 중 2개 (단, 타과과목은 1개 이하로 선택할 수 있음)

구분	광고학 전공	홍보학 전공
석사	• 공통필수: 광고홍보연구방법론, 광고홍보조사분석 (택 1)	
	• 마케팅이론, 소비자행동 (택 1) • 기타 전공과목 (택 1)	• PR관리론, PR이론 (택 1) • 기타 전공과목 (택 1)
박사	• 공통필수: 광고홍보연구방법론, 광고홍보조사분석 (택 1)	
	• 마케팅이론, 소비자행동 (택 1) • 기타 전공과목 및 타과과목 (택 2. 타과과목은 1개 이하로 제한)	• PR관리론, PR이론 (택 1) • 기타 전공과목 및 타과과목 (택 2. 타과과목은 1개 이하로 제한)

- * 기타 과목은 지도교수와 상의하여 결정함
- * 석사과정 종합시험에서 이미 응시했던 과목은 박사과정 종합시험 대상 과목이 될 수 없음.
- * 석,박사과정 종합시험에서 동일 교·강사가 담당하는 교과목은 2과목 이상 응시할 수 없음.

3) 전공시험 응시 자격기준

- ① 석사과정은 대학원 과정 과목을 18학점 이상(선수과목 학점 제외) 이수한 자로 한다.
- ② 박사과정은 박사과정 진입 후 대학원 과정 과목을 21학점 이상(선수과목 학점 제외) 이수한 자로 한다.

다. 출제 및 평가

- 1) 종합시험 출제는 해당과목 담당교수가 함.
- 2) 공통필수과목의 출제 및 평가는 전공 자격시험 학과 운영위원회에서 담당함.
- 3) 과목당 100점 만점에 평균 80점 이상을 취득하여야 합격. 불합격할 경우, 재응시 시 선택한 과목에 대해 변경을 불허함.
- 4) 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

(5) 논문 프로포절 심사

가. 석사논문 프로포절 심사

- 1) 시기 및 장소
석사논문 프로포절 심사는 전공연구 이수 및 학위논문 제출자격시험 통과 후 실시하고, 논문 제출 학기 시작 후 30일 이내 하루를 지정하여 실시한다. 장소는 논문 프로포절 심사 일정이 확정된 이후에 추가로 홈페이지 및 학과사무실 게시판을 통해 공고한다.

2) 심사위원회의 구성

석사논문 프로포절 심사위원회는 지도교수를 포함하여 3인 이상으로 구성하며, 심사위원장은 학과장이 맡도록 한다.

3) 심사과정

- ① 석사논문 프로포절 심사 대상자는 석사과정 재학생 및 수료생이 이에 해당된다.
- ② 석사논문 프로포절 심사를 원할 경우 학기 초에 대학원 조교에게 통보를 하며, 안내를 받도록 해야 한다.
- ③ 석사논문 프로포절 심사 대상자들은 심사일 일주일 전까지 발표 자료를 지도교수를 포함한 심사위원 및 담당 조교에게 직접, 또는 이메일, 우편 등을 통하여 전달하여야 한다.
- ④ 석사논문 프로포절 심사 대상자들은 심사당일 발표 자료 사본을 준비하여 참석자들에게 배부하며, 개인 별로 20~30분간 논문내용에 대해서 발표를 실시하도록 하고, 심사위원은 논문주제의 타당성, 연구방법의 타당성 등을 엄밀히 심사하여 수정·보완이 필요한 사항을 지적한다.
- ⑤ 석사논문 프로포절 심사는 심사에 참석한 학과 교수 2분의 1 이상의 찬성을 얻어야 통과되며, 프로포절 심사에 합격하여야만 학위논문심사를 받을 수 있다.
- ⑥ 석사논문 프로포절 심사결과 불합격한 경우 당해 학기에는 다시 심사를 받을 수 없다.

나. 박사논문 프로포절 심사

1) 시기 및 장소

박사논문 프로포절 심사는 본 논문 심사 학기 이전 중 하루를 지정하여 실시한다. 장소는 논문 프로포절 심사 일정이 확정된 이후에 추가로 홈페이지 및 학과사무실 게시판을 통해 공고한다.

2) 심사위원회의 구성

박사논문 프로포절 심사위원회는 지도교수를 포함하여 4인 이상으로 구성하며, 심사위원장은 학과장이 맡도록 한다.

3) 심사과정

- ① 박사논문 프로포절 심사 대상자는 박사과정 재학생 및 수료생이 이에 해당된다.
- ② 박사논문 프로포절 심사를 원할 경우 학기 초에 대학원 담당조교에게 통보를 하며, 안내를 받도록 해야 한다.
- ③ 박사논문 프로포절 심사 대상자들은 심사일 일주일 전까지 발표 자료를 지도교수를 포함한 심사위원 및 담당 조교에게 직접, 또는 이메일, 우편 등을 통하여 전달하여야 한다.

④ 박사논문 프로포절 심사 대상자들은 심사당일 발표 자료 사본을 준비하여 참석자들에게 배부하며, 개인 별로 20~30분간 논문내용에 대해서 발표를 실시하도록 하고, 심사위원은 논문주제의 타당성, 연구방법의 타당성 등을 엄밀히 심사하여 수정·보완이 필요한 사항을 지적한다.

⑤ 박사논문 프로포절 심사는 심사에 참석한 학과 교수 3분의 2 이상의 찬성을 얻어야 통과되며, 프로포절 심사에 합격하여야만 학위논문심사를 받을 수 있다.

⑥ 박사논문 프로포절 심사결과 불합격한 경우 당해 학기에는 다시 심사를 받을 수 없다.

(6) 학위논문 제출자격

가. 석사과정

- 1) 본 대학원 석사학위과정 수료자 또는 수료 예정자.
- 2) 석사학위 논문제출자격시험에 합격한 자.
- 3) 연구윤리 및 논문작성법 특강 이수 후 연구윤리서약을 제출한 자.
- 4) 석사논문 프로포절 심사를 통과한 자.
- 5) 학과에서 지정한 공통필수과목(1과목), 세부전공별 필수과목(1과목), 선수과목(5과목, 해당되는 경우) 및 학과 필수과목을 이수한 자.
- 6) 논문 지도교수로부터 1학기 이상 논문 지도를 받은 자.
- 7) 입학 후 5년을 초과하지 아니한 자. 다만, 논문 제출 시한 최종학기에 지도교수의 해외연수, 신분변동, 공공성을 띤 학생의 해외연수, 해외유학, 해외근무 또는 6개월 이상의 입원 치료 등의 사유가 발생한 경우에는 최장 1년간 그 기간을 연장할 수 있다. (단, 병역으로 인한 휴학기간은 미산입)
- 8) 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

나. 박사과정

- 1) 본 대학원 박사학위과정 수료자 및 수료 예정자.
- 2) 박사학위 논문제출자격시험에 합격한 자.
- 3) 연구윤리 및 논문작성법 특강 이수 후 연구윤리서약을 제출한 자.
- 4) 논문제출 이전학기에 박사논문 프로포절 심사를 통과한 자.
- 5) 학과에서 지정한 공통필수과목(1과목), 세부전공별 필수과목(1과목), 선수과목(3과목, 해당되는 경우) 및 학과 필수과목을 이수한 자.
- 6) 논문 지도교수로부터 2학기 이상 논문 지도를 받은 자.
- 7) 입학 후 8년을 초과하지 아니한 자. 다만, 논문 제출 시한 최종학기에 지도교수의 해외연수, 신분변동,

공공성을 띤 학생의 해외연수, 해외유학, 해외근무 또는 6개월 이상의 입원 치료 등의 사유가 발생한 경우에는 최장 2년간 그 기간을 연장 할 수 있다.

(단, 병역으로 인한 휴학기간은 미산입)

- 8) 석사과정 입학 후에 **2편 이상**(단독 1인 연구 기준)의 논문을 학술진흥재단의 등재(후보)지에 게재한 실적(공저일 경우는 주저자이어야 함).
- 9) 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

다. 석박통합과정

- 1) 석박통합과정 입학 후 30학점을 이수할 것으로 예정되는 학기 또는 그 후에 석사 논문제출 자격시험에 준하는 전공시험에 합격한 자에 한해 박사과정의 이수를 허용함.
- 2) 석박통합과정의 모든 세부규정은 광고홍보학과 박사과정과 동일하게 적용한다.

(7) 학위논문 본심사

가. 석사논문심사

- 1) 심사위원회의 구성
 - ① 심사위원은 본 대학교의 교수, 부교수, 박사학위를 소지한 조교수 및 박사학위를 소지한 본교 비전임 교수, 명예교수, 타 대학교수 및 기타 논문지도 자격이 있다고 인정되는 연구경력자로 대학원장의 승인을 받은 자에 한함.
 - ② 외부심사위원은 1인까지 위촉가능함.
 - ③ 심사위원은 논문심사가 개시된 이후에는 교체 불가함.
- 2) 심사과정
 - ① 석사논문심사는 공개발표와 내용심사 및 구술시험으로 하고, 논문심사 일정 및 장소는 심사일 이전에 학과사무실 게시판과 학과 홈페이지에 공고하도록 함.
 - ② 논문심사와 구술시험은 각각 100점 만점으로 하여, 각각 평균 80점 이상, 논문심사위원 3분의 2 이상의 찬성으로 통과함.
- 3) 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

나. 박사논문심사

- 1) 심사위원회의 구성
 - ① 심사위원은 본 대학교의 교수, 부교수, 박사학위를 소지한 조교수 및 박사학위를 소지한 본교 비전임 교수, 명예교수, 타 대학교수 및 기타 논문지도 자격이 있다고 인정되는 연구경력자로 대학원장의 승인을 받은 자에 한함.
 - ② 외부심사위원은 최소 1인은 의무적으로 위촉하되 2

인을 초과할 수 없음.

- ③ 심사위원은 논문심사가 개시된 이후에는 교체 불가함.
 - ④ 심사위원은 학기당 2편을 초과하여 논문심사 불가함.
 - ⑤ 박사논문 심사위원에는 해당 논문 프로포절 심사위원 중 반드시 2인 이상이 포함되어야 함.
- 2) 심사과정
 - ① 박사논문심사는 2회 이상이어야 하며, 각 심사일의 간격은 최소한 7일 이상으로 하고, 심사위원 5분의 4이상의 출석으로 진행함.
 - ② 박사논문심사는 공개발표(1차 심사의 경우)와 내용심사 및 구술시험으로 하고, 논문심사 일정 및 장소는 심사일 이전에 학과사무실 게시판과 학과 홈페이지에 공고하도록 함.
 - ③ 논문심사와 구술시험은 각각 100점 만점으로 하여, 각각 평균 80점 이상, 논문심사위원 5분의 4 이상의 찬성으로 통과함.
 - ④ 박사논문 심사위원회는 논문심사 개시 후 8주 이내에 심사를 완료해야 함.
 - 3) 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

(8) 기타 학과내규

가. 석사과정

- 1) 선수과목 이수
 - ㉠ 학부전공과 상관없이 모두 15학점을 이수하여야 함. 단, 학부 이수 교과목 중 동일한 것으로 판단할 수 있는 과목에 대해 면제함.
 - ㉡ 동일 과목 여부에 대한 인정은 학부 기 이수 교과목의 강의계획서를 바탕으로 1차 학기 등록 시에 학과장의 승인을 얻어야 함.
- 2) 타 학과 과목 이수
 - ㉠ 모든 학생들은 석사과정 중에 광고홍보학과 이외의 학과 석사 이상 과목을 **6학점 이하로 이수할 수 없음.**
 - ㉡ **타 학과 연구방법 과목의 경우, 이수 카테고리('타과' 또는 '연구 방법')에 대해 지도 교수 또는 학과장의 사전 승인을 받아야 함.**
- 3) 연구 방법 과목 이수
 - ㉠ 모든 학생들은 석사과정 수강 중 연구 방법론 관련 과목을 **최소 6학점 이상** 이수하여야 한다.
 - ㉡ 연구 방법 과목의 이수는 학생의 희망 전공 분야를 감안하여 지도 교수 또는 학과장의 승인을 받아야 한다.

- 3) 연구 방법 과목 이수
 - ㉠ 모든 학생들은 석사과정 수강 중 연구 방법론 관련 과목을 **최소 6학점 이상** 이수하여야 한다.
 - ㉡ 연구 방법 과목의 이수는 학생의 희망 전공 분야를 감안하여 지도 교수 또는 학과장의 승인을 받아야 한다.
- * 우리 학과의 커리큘럼에 포함된 연구방법 과목은 다음과 같다.

- 1) 광고홍보연구방법론
 - 2) 광고홍보조사분석
 - 3) 광고홍보질적연구방법
 - 4) 광고홍보다변량효과분석
 - ▶ 이상의 과목을 제외한 광고홍보학과 석사 및 박사 과정의 과목은 연구방법 과목으로 인정될 수 없다.
- ㉔ 이미 수강한 연구 방법과 유사한 과목을 타 학과에서 이수한 경우 그 과목은 이수학점으로 인정되지 않는다.
- 유사과목의 규정은 다음과 같다.
- a. 본 학과에서 개설하고 있는 방법론 관련 4개 과목과 동일한 소재를 다루는 과목
 - 광고홍보연구방법론: 일반 학과의 기본 연구 방법론
 - 광고홍보조사분석: 기초 통계분석 관련 과목
 - 광고홍보질적연구방법: 일반 질적 연구 방법
 - 광고홍보다변량효과분석: 다변량 분석의 일반론
 - b. 타 학과의 연구방법 관련 과목 중 어떤 하나의 구체적인 방법에 대해서만 다루는 과목일 경우, 유사한 과목이 아닌 것으로 인정함.
 - 양적 및 질적 연구방법의 특정 방법에 대해 다루는 과목
 - 예: 실험 설계, 서베이법(여론조사법), 심층 면접(심층인터뷰)
 - 통계분석의 특정방법에 대하여 다루는 과목
 - 예: 요인분석, 회귀분석, SEM, Data Mining, 군집분석
 - c. 만일 특정 과목이 비록 과목명으로는 유사 과목으로 보이나, 수업내용이 기 이수 과목과 현저히 다르다고 판단될 경우 이수 과목으로 인정될 수 있다. 그러한 경우 이수 과목의 수강이 완료되기 전 학과장 또는 지도교수의 승인을 받아야 한다.
- ㉔ 타 학과의 연구방법 과목이수는 타 학과 과목 이수 와 중복되지 않는다. 타 학과 과목을 **상한선까지** 이수하였어도 타 학과의 연구 방법 과목을 이수할 수 있다.
- 4) 논문 공개심사
- ㉔ 논문심사는 3차 학기 전공연구 종료 후 각 지도교수가 최종 심사위원 3인을 구성하여 지도교수별로 실시한다.
 - ㉔ 합격 시 최종 졸업 예정 학기에 동일한 심사위원회가 최종 논문심사를 정해진 기간에 실시함.
 - ㉔ 프로포절 및 본 논문의 심사는 학과 게시판에 공지하여 일반 학생들이 참여할 수 있도록 한다.

나. 박사과정

1) 선수과목 이수

- ㉔ 석사과정 전공과 상관없이 모두에게 적용된다. 단, 일반대학원 석사과정 이수 교과목 중 광고 및 홍보 분야의 과목에 대해 면제.
- ㉔ 동일 과목 여부에 대한 인정은 학부 기 이수 교과목의 강의계획서를 바탕으로 1차 학기 등록 시에 학과장의 승인을 얻어야 함.
- ㉔ 특수대학원 이수 교과목은 선수과목으로 인정하지 않는다.

2) 타 학과 과목 이수

- ㉔ 모든 학생들은 박사과정 중에 광고홍보학과 이외의 학과 대학원 과정의 과목을 **12학점 이하로 이수할 수 있다.**
- ㉔ 석사과정(특수대학원 포함)에서 이수한 광고, 홍보 주제 이외의 과목도 타 학과 과목으로 인정함.
- ㉔ 타과 과목은 연구방법론의 수강 과목과 중복하여 인정하지 않는다.
- ㉔ 타과 과목의 수강은 희망 전공 분야를 감안하여 지도교수의 승인을 받아야 한다.
- ㉔ **타 학과 연구방법 과목의 경우, 이수 카테고리('타과' 또는 '연구 방법')에 대해 지도 교수 또는 학과장의 사전 승인을 받아야 함.**

3) 연구 방법 과목 이수

- ㉔ 모든 학생들은 석사 및 박사과정 수강 중 연구 방법론 관련 과목을 **최소 12학점 이상** 이수하여야 한다. 연구방법 과목의 이수는 학생의 희망 전공 분야를 감안하여 지도 교수 또는 학과장의 승인을 받아야 한다.

* 우리 학과의 커리큘럼에 포함된 연구방법 과목은 다음과 같다.

- 1) 광고홍보연구방법론
- 2) 광고홍보조사분석
- 3) 광고홍보질적연구방법
- 4) 광고홍보다변량효과분석

▶ 이상의 과목을 제외한 광고홍보학과 석사 및 박사 과정의 과목은 연구방법과목으로 인정될 수 없다.

- ㉔ 이미 수강한 연구 방법과 유사한 과목을 타 학과에서 이수한 경우 그 과목은 이수학점으로 인정되지 않는다.

유사과목의 규정은 다음과 같다.

- a. 본 학과에서 개설하고 있는 방법론 관련 4개 과목과 동일한 소재를 다루는 과목
 - 광고홍보연구방법론: 일반 학과의 기본 연구방법론
 - 광고홍보조사분석: 기초 통계분석 관련 과목

- 광고홍보질적연구방법: 일반 질적연구방법
- 광고홍보다변량효과분석: 다변량 분석의 일반론
- b. 각 학과 대학원 과정의 기본 연구방법 강의는 유사 과목으로 인정.
- c. 타 학과의 연구방법 관련 과목 중 어떤 하나의 구체적인 방법에 대해서만 다루는 과목일 경우, 유사한 과목이 아닌 것으로 인정.
 - 양적 및 질적 연구방법의 특정 방법에 대해 다루는 과목
 - 예: 실험 설계, 서베이법(여론조사법)
 - 심층면접(심층인터뷰)
 - 통계분석의 특정방법에 대해 다루는 과목
 - 예: 요인분석, 회귀분석, SEM, Data Mining, 군집분석
- d. 만일 특정 과목이 과목명으로는 유사 과목으로 보이나, 수업 내용이 기 이수 과목과 현저히 다르다고 판단될 경우 이수과목으로 인정될 수 있다. 그러한 경우 이수과목의 수강이 완료되기 전 학과장 또는 지도교수의 승인을 받아야 한다.

4) 논문 발표

㉞ 모든 학생은 졸업 논문을 제외한 논문을 학술지에 게재하여 총점이 200점 이상이 되어야 한다.

a. 학진등재지 단독 1인 연구: 100점

b. 등재후보지 단독 1인 연구: 50점

c. 참여율

· 주저일 경우

$$\frac{2}{\text{총저자수} + \text{주저자수}}$$

· 공저일 경우

$$\frac{1}{\text{총저자수} + \text{주저자수}}$$

(예 : 2인 공저 논문 게재 시, 주저가 아닌 공저일 경우)

$$100 \times \frac{1}{2 + 1} = 33 \text{ 점}$$

5) 논문 공개심사

㉞ 논문심사는 4차 학기 전공연구 종료 후 각 지도교수가 최종 심사위원 5인을 구성하여 지도교수별로 실시한다.

㉞ 합격 시 최종 졸업 예정 학기에 동일한 심사위원회가 최종 논문 심사를 정해진 기간에 실시.

㉞ 프로포절 및 논문의 심사는 학과 게시판에 공지하여 일반 학생들이 참여할 수 있도록 한다.

3. 전공별 교과목

1) 공통필수과목

(1) 석박사공통 공통필수과목

광고홍보연구방법론

(Advertising/Public Relations Research Methods) 3학점

광고학 및 홍보학 연구에 필요한 기본 개념과 분석을 위한 연구방법을 종합하여 학습한다.

광고홍보조사분석

(Advertising/Public Relations Statistics) 3학점

광고와 홍보에 관한 조사분석 기법에 관하여 연구하고 캠페인 전략 형성을 위한 조사와 캠페인 효과에 관해 연구한다.

2) 세부전공별 필수과목

(1) 석박사공통 세부전공별 필수과목

㉞ 광고학 전공

마케팅이론(Marketing Theories) 3학점

광고 전략 및 집행의 근간이 되는 마케팅 현상과 이론에 대하여 심층적으로 학습한다.

소비자행동(Consumer Behavior) 3학점

소비자의 정보처리과정과 의사결정 과정에 영향을 미치는 내외적 요인들을 살펴봄으로써 소비자의 심리 및 행동에 대한 전반적인 이해를 증진시키고 이를 광고 및 마케팅 활동에 적용시킬 수 있는 능력을 배양한다.

㉞ 홍보학 전공

PR관리론(Public Relations Management) 3학점

조직 내 경영관리 기능으로서의 PR의 역할과 기능에 대해 살펴보고, PR의 효과적 관리에 관련된 이론을 탐구한다.

PR이론(Public Relations Theories) 3학점

PR의 개념, 과정 및 현대 커뮤니케이션 분야와 관련된 다양한 이론에 대해 학습한다.

3) 세부전공별 선택과목

(1) 석박사공통 세부전공별 선택과목

㉞ 광고학 전공/홍보학 전공 공통

광고홍보학입문(Introduction to Graduate Studies) 3학점

- 입학 후 2차 학기 이내 수강 필수

본 교과목의 기본 목적은 광고홍보학 입문자들의 학술 연구에 대한 기본적인 이해를 돕고자 하는 것이다. 학술적인 연구를 하기 위하여 필요한 scholarship에 대한 개괄적 이해 및 연구 윤리, 기본 원칙 등을 세부적으로 다루게 된다.

광고홍보질적연구방법(Qualitative Research in Advertising/Public Relations) 3학점

광고홍보학에서 가장 중요한 부분이라고 할 수 있는 소비자들과 광고주 또는 홍보주간의 커뮤니케이션이 실제적인 상황에서 어떻게 일어나고, 소비자들의 이에 대한 해석은 어떠한

지에 대한 것을 탐구하는 방법을 다룬다. 철학적인 기초부터 실제적인 방법의 적용까지, 심층면접, 관찰, FGI 등 주요 방법을 위주로 다양한 케이스에 대하여 학습한다.

광고홍보다변량효과분석(Multivariate Statistical Analysis in Advertising/Public Relations) 3학점

본 과목에서는 다변량분석, 다중회귀분석, 로지스틱 회귀 분석, 판별분석, 주성분분석, 요인분석 등 주요 다변량 통계 분석법의 원리를 이해하고 연구에 적용하는 능력을 키우는 것을 목적으로 한다.

통합적마케팅커뮤니케이션

(Integrated Marketing Communication) 3학점

광고, 홍보, 판촉, 구매, 커뮤니케이션 등을 개별적인 것이 아닌 통합적인 전체로 보는 통합적 마케팅 커뮤니케이션에 대해 중점적으로 다룬다.

광고홍보이론세미나 I

(Seminar: Advertising/Public Relations Theory I) 3학점

광고 및 홍보 분야 강의에서 논의되는 개념과 원칙을 종합하여 이론의 종합적인 체계를 개발하는 것으로 토론 중심으로 진행된다.

광고홍보이론세미나 II

(Seminar: Advertising/Public Relations Theory II) 3학점

광고와 관련된 시의에 맞는 특정주제를 독자적으로 연구하는 기회를 가정으로서 연구 역량을 강화하게 하는 것이 이 과목의 목적이다.

㉞ 광고학 전공

뉴미디어광고(New Media and Advertising) 3학점

과학기술과 정보통신 분야의 기술혁신으로 인한 광고매체의 다양화 및 통합화의 경향을 이해함으로써 매체효과의 향상을 추구한다. 전자신문, 컴퓨터통신, 위성방송, 유선방송 등의 뉴미디어에 대한 광고 매체적 기능을 이해한다.

설득커뮤니케이션론(Persuasive Communication) 3학점

설득커뮤니케이션의 현상과 그에 따른 영향 요인들을 평가하고 분석함으로써 환경에 따른 설득유형의 변화를 연구한다.

광고효과론(Advertising Effectiveness) 3학점

광고활동에 의해 광고목표가 달성된 정도에 관련하여 광고효과측정방법에 대해 연구한다.

광고매체론(Advertising Media Planning) 3학점

매체기획, 매체목표, 매체효과, 매체전략 등 광고매체에 대한 전반적인 사항에 대해 이해하며 매체전략모델과 멀티미디어 등 매체기획의 새로운 이슈에 대하여 연구한다.

광고판매론(Advertising Media Sales) 3학점

매체환경이 과학화됨에 따른 과학적 광고판매 제도를 학습한다.

광고와사회(Advertising and Society) 3학점

광고를 사회경제, 윤리, 문화에 걸친 전체사회와 관련하여 다루는 거시 광고학의 컨셉트와 전략에 대해 연구한다.

㉟ 홍보학 전공

기업홍보론(Corporate Public Relations) 3학점

기업홍보의 개념 및 관련 이론과 사례를 살펴본다.

위기관리론(Crisis Management) 3학점

위기의 정의에서부터 출발하여, 조직이 경험하는 위기의 종류를 파악하며, 위기로 인한 피해를 최소화하고 위기 이전의 상황으로 돌아가기 위해 조직이 행하는 전략을 살펴봄으로써, 보다 효과적이고 효율적인 위기관리에 대해 고찰한다.

조직커뮤니케이션(Organizational Communication) 3학점

조직 내,외적 커뮤니케이션을 이해함으로써, 조직의 접합 행위로서 커뮤니케이션을 연구한다.

쟁점관리(Issues Management) 3학점

공공 정책이나 새로운 이슈가 기업 커뮤니케이션에 미치는 영향을 총체적으로 고찰하며 특히 사회, 정치, 경제, 기술 분야의 새로운 동향 관찰과 평가의 중요성에 대해 논의한다. 또한 의사 결정 과정의 역학과 public opinion, 위기관리 및 이슈 분석, 전략 수립, 주장 광고, 공중 참여 등을 살펴본다.

홍보특강 I (Special Topics in PR I) 3학점

홍보에 관한 최근 문헌을 분석하여 학계의 동향을 신속히 파악하고 새로운 이론을 접하는 것을 목적으로 한다.

홍보특강 II (Special Topics in PR II) 3학점

홍보에 관한 최근 문헌을 분석하여 학계의 동향을 파악하고 새로운 이론을 개발하는 것을 목적으로 한다.

공공PR론(Public Relations in Public Sector) 3학점

본 과목에서는 정부기관 및 비영리 단체를 비롯한 공공 영역에서의 PR 활동과 관련된 주요 개념 및 이론을 학습하고, 정책 홍보, 공공캠페인, 국가 이미지 관리 등 주요 영역의 관련 연구들을 비판적으로 고찰하는 것을 목적으로 한다.

(2) 박사과정 세부전공별 선택과목

㉞ 광고학 전공

고급광고매체론(Advanced Advertising Media Planning) 3학점

광고매체분야의 주요 연구 분야들에 대해 주제별 학습을 한다.

㉟ 홍보학 전공

고급홍보이론(Advanced Public Relations Theory) 3학점

고급 수준의 심도 있는 이론에 대해, 기존의 연구 결과 및 최근의 연구 결과들을 통합적으로 바라보아, PR 이론에 대한 발전적인 논의를 한다.

(3) 석사과정 세부전공별 선택과목

㉠ 광고학 전공

브랜드자산관리론(Brand Asset Management) 3학점

이론적 및 실무적 관점에서 브랜드 및 브랜드 자산에 대한 체계적인 이해를 도모하고 브랜드 자산을 구축 및 관리하는 데에 바탕이 되는 이론 및 성공 사례들을 다룬다. 구체적으로 브랜드 및 브랜드 자산에 대한 개관, 브랜드 커뮤니케이션 과정 및 전략 등과 관련한 논문 및 사례 연구들을 논의함으로써, 복잡한 브랜드 및 브랜드 자산 관리 과정을 이해하고 전략을 수립하는데 필요한 이론적 및 실무적 능력을 배양하는데 목적을 둔다.

광고이론(Advertising Theories) 3학점

광고의 본질, 기능, 효과에 대한 그동안의 연구 결과들과 새로운 연구경향에 대해 연구한다.

광고관리론(Advertising Management) 3학점

광고캠페인의 구조, 기능 등 광고관리의 이론과 실재를 다루어 광고를 기업경영과 관련하여 고찰한다.

국제광고이론(International Advertising) 3학점

국제광고에 관련된 이론 및 여러 나라의 광고현황에 대해 연구 학습한다.

판매촉진론(Sales Promotion) 3학점

마케팅 프로모션 믹스의 요소로서의 판촉 및 이벤트에 대한 개념을 이해하고 다양한 판촉사례를 통한 간접경험의 취득과 판촉 전개기법 및 방법을 실질적으로 터득케하여 실전에 효과적으로 활용할 수 있도록 한다.

광고심리학(Advertising Psychology) 3학점

광고가 수용자에게 어떻게 작용하는가에 관한 심리적 기초에 대해 학습한다.

㉡ 홍보학 전공

국제홍보론(Global Public Relations) 3학점

국제 홍보에 관련된 이론 및 여러 나라의 홍보 현황에 대해 연구 학습한다.

PR캠페인(PR Campaign) 3학점

PR캠페인 사례들을 분석하고 실습을 통하여 PR활동의 체계를 정립하고 실무능력을 키우도록 한다.

공공PR론(Public Relations in Public Sector) 3학점

본 과목에서는 정부기관 및 비영리 단체를 비롯한 공공 영역에서의 PR 활동과 관련된 주요 개념 및 이론을 학습하고, 정책 홍보, 공공캠페인, 국가 이미지 관리 등 주요 영역의 관련 연구들을 비판적으로 고찰하는 것을 목적으로 한다.

4) 전공연구

전공연구 I (Studies in Major Field I) 2학점

전공연구 II (Studies in Major Field II) 2학점

전공연구 III (Studies in Major Field III) 2학점