

ERICA40년사/언론정보대학/광고홍보학과

[ERICA40년사](#) 중 언론정보대학-광고홍보학과에 대한 부분입니다.

□

목차

- [1 소개](#)
- [2 광고홍보학과 연혁](#)
- [3 학과 재직 교수진\(2019년 4월 기준\)](#)
- [4 주요 특성화 활동](#)

소개

광고홍보학은 사회과학의 한 영역으로 소비자, 공중, 사회에 대한 이해를 기반으로 전략적 커뮤니케이션을 이론적, 실무적으로 공부하는 전공이다. 커뮤니케이션, 마케팅, 심리학, 설득, 매체, 혁신에 대한 이론을 바탕으로 기업, 기관을 넘어 다양한 사회문제를 커뮤니케이션을 통해 혁신적으로 해결하는 실습과정에 참여하게 된다. 특히, 캡스톤, IC-PBL (Industry-Coupled Problem-Based Learning)에 중점을 둔 강의를 통해 학생들은 실제 기업의 문제를 해결하는 다양한 기회에 참여하게 된다. 해외 우수대학에서 초빙된 이론과 실무를 겸비한 교수진들과 업계에서 리더십을 발휘하는 동문들, 그리고 다양한 장학제도가 준비되어 있다. 특히, 1990년부터 산학협력 학술제인 COMMAH를 매년 개최하고 있으며, 혁신적 사고 및 창업활동 지원을 위해 ‘Innovation Challenge 창업아이디어 공모전’을 개최하고 있다. 또한, 국내 최초의 광고홍보학과 교생 진로탐색캠프인 Pre-college summer camp를 매년 열어 고등학생들에게 전공탐색의 기회를 제공하고 있다.

광고홍보학과 연혁

- 1988.11
 - 사회대학에 광고홍보학과(40명) 신설
- 1997.03
 - 언론정보대학 3개 학과(사회, 신문방송, 광고홍보)를 언론·광고·사회학부로 통합 운영
- 2001.09
 - 언론·광고·사회학부를 광고홍보학부와 신문방송·정보사회학부로 분리
 - 언론정보대학 광고홍보학부로 명칭 변경
- 2005.03
 - 광고홍보학부를 분리하여 운영
 - 글로벌전략커뮤니케이션전공(영어전용) 융합전공 신설
- 2015.03
 - 광고홍보학과로 전공통합 학과제 전환

학과 재직 교수진(2019년 4월 기준)

- [한상필](#)
 - 직급:교수
 - 재직기간:1991.03.01~현재
 - 전공분야:광고전략, 뉴미디어광고,국제광고론
 - 최종출신학교:University of Illinois, UrbanaChampaign
- [이현우](#)
 - 직급:교수
 - 재직기간:1994.03.01~현재
 - 전공분야:Public Relations
 - 최종출신학교:Michigan State University
- [문영숙](#)
 - 직급:교수
 - 재직기간:2000.03.01~현재
 - 전공분야:광고학
 - 최종출신학교:University of Georgia
- [심성욱](#)
 - 직급:교수
 - 재직기간:2003.09.01~현재
 - 전공분야:광고학
 - 최종출신학교:University of Florida
- [한미정](#)
 - 직급:교수
 - 재직기간:2003.03.01~현재
 - 전공분야:Public Relations
 - 최종출신학교:Cornell University
- [이병관](#)
 - 직급:교수
 - 재직기간:2005.03.01~현재
 - 전공분야:Public Relations
 - 최종출신학교:Michigan State University
- [최윤형](#)
 - 직급:교수
 - 재직기간:2008.09.01~현재
 - 전공분야:전략커뮤니케이션, 홍보
 - 최종출신학교:University of Missouri-Columbia
- [백혜진](#)
 - 직급:교수
 - 재직기간:2012.03.01~현재
 - 전공분야:헬스커뮤니케이션
 - 최종출신학교:University of Wisconsin-Madison
- [Thomas Britten Hove](#)
 - 직급:교수
 - 재직기간:2012.03.01~현재
 - 전공분야:홍보윤리와 사회

- 최종출신학교:University of Wisconsin-Madison
- [이형석](#)
 - 직급:부교수
 - 재직기간:2013.03.01~현재
 - 전공분야:광고
 - 최종출신학교:University of Florida

주요 특성화 활동

- 광고홍보제 COMMAH
 - 1990년부터 시작된 COMMAH는 단순한 학술제, 세미나의 개념이 아닌 학교에서 배우는 이론과 실무를 결합한 새로운 형식의 학술제이다. 학생들이 실제 광고대행사, 홍보대행사가 되어 본 행사를 후원해 주는 기업의 광고기획, 창작광고물 제작, 리서치, 영상제작, 홍보, 이벤트 프로모션 등의 업무를 직접 체험한다. 이를 통해 학생들은 학교에서 배운 이론을 실제 활용하여 그 배움을 극대화할 수 있고, 후원 기업에게는 대학생만의 참신한 아이디어를 제공하여 기업의 젊고 참신한 이미지를 구축할 수 있는 좋은 기회를 제공한다. COMMAH는 대외적으로는 한양대 광고홍보학과의 위상을 높이고 대내적으로는 광고홍보인들간의 단합과 어울림을 통한 학과의 발전을 도모하는 광고홍보학과의 연중 최고 행사이다.
- 산학협력
 - 한국방송광고진흥공사(KOBACO)의 스타트업×대학생 광고제작 지원사업에 선정되어 광고홍보캡스톤 디자인 과목에서 수퍼루키 스타트업의 광고제작 진행
 - CRM 전문 서비스기업 ‘밀버스’와의 산학협력을 통해 데이터 에널리틱스 IC-PBL 수업 개발
 - 디지털 마케팅 대행사 ‘차이커뮤니케이션’과 동문기업 ‘뉴얼리’가 공동으로 현장 맞춤형 수업을 개발해 강의를 통한 재학생들의 인턴, 취업 기회 제공
- 학과 활동
 - 교수와 함께하는 티타임
 - Innovation Challenge 창업아이디어 공모전
 - 고등학생 전공탐색 프로그램 pre-college summer camp 기획 및 운영
 - 다양한 학회활동(광고기획학회 너리알리, 광고비평학회 꺼리나누기, 영상제작학회 이미지, 크리에이티브학회 썸, 이슈토론회 프리즘 등)