

미디어학과

4차 산업혁명으로 인해 모든 사물과 사람들이 연결되는 '초연결 지능정보사회'로 진입하게 되면서 다양한 소통 방식이 필요하게 되었습니다. 이제는 기존의 사람 간 소통에 대한 이해에서 사람과 기술과의 소통, 기계와 기계의 소통(IoT), 가상 환경에서 사람 사이의 소통(메타버스, VR) 등 다양한 커뮤니케이션에 대한 이해가 필요합니다. 정보사회미디어학과는 이처럼 급속히 성장하는 미디어 현상과 커뮤니케이션에 대한 이론적 지식을 토대로, 지능정보사회 인재의 필수 덕목인 데이터 사이언스를 무기로 삼아 다양한 커뮤니케이션의 사회적 실천을 선도하는 미디어 전문가를 육성하고자 합니다. 아울러 1인 미디어 스튜디오인 MCN Studio를 언론정보관 4층에 구축하여 학생들의 창의적 실험과 창작들을 격려하고 있으며, IC-PBL 산학 연계 학습을 도입하여 산업 현장의 문제를 교실로 가져와 학생들이 느끼는 학문과 현장의 거리를 좁혀주고자 노력하고 있습니다. 자신만의 고유한 성공 경로를 개척해야 하는 시대에 미디어학과는 여러분만의 경로 개척을 돕는 미래 경로를 개척하는 맞춤형 플랫폼이 될 것입니다.

학과 설립연도(년)	학생수(명)	남녀성비
2019	527	34.5:65.5



교내 한양형제자매, 사랑의 실천, 실용인재
교외 교외단체, 향토
국가 국가(인문100년), 국가(가계곤란1, 2유형), 국가(푸른등대 기부장학), 국가(근로), 보훈, 북한이탈주민



학과 주요활동
 동문과 재학생 간의 멘토-멘티 프로그램 운영, 매 학기 학술제 개최를 통한 실무 능력 배양, 미디어 업계 취업 지원을 위한 언론준비반 운영, 학회 - 시간을 멈추는 사람들(시범사), HJBS, 아이콘, DAYS

학사제도
 현지학기제, 교환학생, 인턴십 등

데이터로 세상을 읽고 콘텐츠로 주장하는
 지능정보사회의 저널리스트

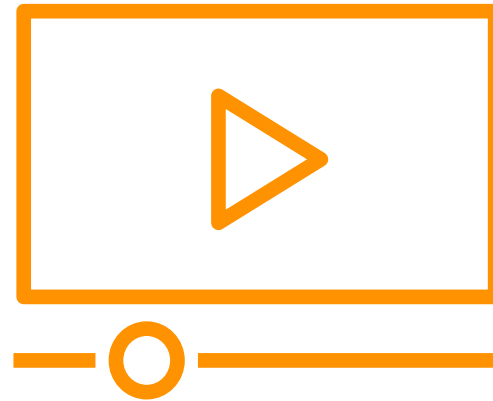
무엇을 배우나요?

학년별 CURRICULUM

- 1 커뮤니케이션학의이해, 디지털미디어사회의이해, 스피치커뮤니케이션의이해, 미디어제작의이해
- 2 데이터사이언스를위한기초수학과통계, 데이터사이언스의이해, 매스커뮤니케이션론, 미디어윤리와리터러시, 미디어제작실습1·2, 온라인저널리즘, 인간커뮤니케이션의이해, 일상생활과사회구조의이해, 저널리즘의이해

- 3 뉴미디어론, 미디어트렌드와글로벌라이제이션, 스몰데이터와빅데이터의이해, 데이터예측모델과기계학습의응용, 언론과대중문화, 영상커뮤니케이션, 미디어캡스톤디자인1·2, 커뮤니케이션연구방법, 엔터테인먼트비즈니스, 커뮤니케이션측정과통계분석

- 4 미디어와스포츠, 미디어정책과규제, 미디어콘텐츠기획론, 미디어기업의사회적책임, 미디어벤처기획론, 사회연결망이론과네트워크, 영상사회학, 집단지성, 콘텐츠설계방법론, 인포그래픽디자인, 프리젠테이션커뮤니케이션, 의사소통의사회학



졸업 후
 진로

선배 한마디



기자, PD 아나운서, 데이터매니저, 방송사 경영직, ICT개발자, 기획자, 공무원, 공기업 직원, 쇼호스트 등

주요 취업처

Google, Facebook, Youtube, NAVER, 카카오, 조선일보, 중앙일보, KBS, SBS, MBC, JTBC, 뉴스젤리, 뉴스타파, 한국리서치, 방송통신위원회, 한국방송협회, 현대홈쇼핑, 시청자미디어재단, 대학원 진학 등



INTERVIEW | 이해선

데이터로 세상을 읽고 콘텐츠로 주장하는 우리 학과는 신문방송학과와 정보사회학과가 통합되어 신설된 만큼 두 학과의 강의를 자유롭게 수강할 수 있다는 점이 가장 큰 장점입니다. 다양한 형태로 진행되는 전공 수업은 이론뿐만 아니라 직접 콘텐츠 제작, 데이터 분석 등의 과정을 거칩니다. 따라서 사회현상(문제)이나 빅데이터에 관심이 있는 학생들이 진학한다면 만족도가 높을 거라 생각합니다. 특히 학과 특성상 팀 프로젝트와 발표 수업이 많고, 학회 및 동아리 활동이 활발하게 진행되기 때문에 적극적인 학생들이라면 적성에 잘 맞을 것 같습니다. 훌륭한 교수님들의 가르침과 따뜻한 선배 간의 교류 속에서 사회 변화를 주도할 여러분을 기다리고 있습니다.