



경희대학교 미디어학과

DEPARTMENT OF MEDIA
KYUNG HEE UNIVERSITY

庆熙大学 普通研究生院 传媒系

2026-2027

庆熙大学普通研究生院传媒系致力于开展跨领域研究，涵盖新闻传播、广告与公共关系、影像与大众文化、人工智能、数据传播、媒体技术与产业以及人类传播等多个方向。

庆熙大学研究生院传媒系以现代社会中不同主体之间的沟通与信息、观点共享为研究核心，系统探讨各类媒介与平台所发挥的作用——包括报纸与广播电视、广告与公共关系、互联网、社交媒体与多媒体内容，以及其他社会性传播形态等。同时，在数字化转型背景下，重点培养学生理解、应对并有效运用各类媒体所产生的多样功能与传播效果的能力。

庆熙大学研究生院传媒系注重引导学生在各自研究方向中系统地掌握多样化的理论与方法，并通过理论的学术应用开展原创性研究设计与实践。通过这一培养过程，学生能够具备对各类传播现象进行洞察性分析、解释与预测的专业能力，成长为高水平的传媒领域人才。

为实现上述教育目标，庆熙大学研究生院传媒系通过严谨的课程体系和规范的学业管理，致力于帮助学生达到卓越的学术与实践水平。



서울캠퍼스 02447 서울특별시 동대문구 경희대로 26

首尔校区02447 首尔特别市东大门区庆熙大路26号

COPYRIGHT©DEPARTMENTOFMEDIASKYUNGHEE UNIVERSITY. ALL RIGHT RESERVED.

学科长致辞



庆熙大学传媒系
学科长 **金台容 教授**

“ 在60年的深厚积淀之上融入创新力量，助力实现您的梦想。”

庆熙大学传媒系自1965年在韩国率先设立新闻、影像、广告与公共关系等专业以来，经过60余年的发展，已成为引领韩国传媒学发展的知名院系。依托长期积累的教学与科研实力，学院不仅在学术界具有重要影响力，也为媒体产业各领域培养了大批优秀人才。这一深厚的传统与稳固的校友网络，将成为助力你迈向更高平台的坚实基础。

从以人为本的传播到人工智能技术，全面培养跨领域的洞察能力。学院的教育体系覆盖内容从策划、制作到传播与消费的全过程，在理论与实践相结合的基础上，深入探讨现代社会的核心——传播现象。学生不仅能够在新闻、纪录片、综艺、广告等多元内容领域积累专业能力，同时也紧跟快速变化的媒体环境，率先将数据科学与人工智能（AI）等前沿技术融入教学，培养具备前瞻视野的复合型人才。

庆熙大学传媒系是一个由卓越师资与充满热情的学生共同构建的学习共同体。学院汇聚了在各自领域具备专业实力的教授团队与优秀学生，营造出富有活力的学术环境。师生之间的合作交流十分活跃，这一学术氛围也持续推动着韩国传媒研究的发展。在这里，学生不仅能够系统掌握专业知识，还能在导师的引导下明确发展方向，并结识志同道合、相伴成长的同行者。

2026—2027年，我们诚邀您加入这一全新的发展阶段。这一时期将成为学院在课程体系、教学设施及运行机制等方面实现系统性升级的重要起点。为打造更优质的教育环境，学院凝聚了全体教师的共同努力，同时，一批在各自领域不断追求进步的学长学姐也在这里与您同行。

引领媒体未来的主角正是你。期待你在庆熙大学传媒系开启全新的起点，迎接属于自己的挑战。

교수소개



李仁熙 教授
新媒体、视觉新闻学



金台容 教授
AI、广告、媒体心理学、新媒体、研究方法论



朴種玟 教授
政策传播、组织传播、公共关系



洪志雅 教授
性别、媒体与文化研究



李正教 教授
广告、消费者心理学、品牌管理、新媒体/人工智能



李淇炯 教授
文化研究



李宣伶 教授
人际传播、健康传播



赵寿英 教授
危机管理、企业社会责任(CSR)、ESG、健康/风险传播



李鍾赫 教授
新闻学、政治传播、文本挖掘(Python)



李斗晔 教授
新媒体效应、人机交互(HCI)、人与机器人交互(HRI)



李尚原 教授
媒体产业、媒体管理与经济学媒体与ICT产业政策



李勋 教授
政治传播、研究方法论



崔秀珍 教授
政治传播、数字新闻、计算传播方法论



崔敏娥 教授
新媒体心理学、媒介中介传播(CMC)、人机传播(HMC)



金官湖 教授
健康与科学传播、计算与基于人工智能(AI)的方法

传媒系 章程

教育目标

- 1
- 传媒系致力于多维度探讨各类媒介与平台在现代社会中的作用，重点关注其在沟通、信息传播与观点共享中的功能，涵盖报纸与广播电视、广告与公共关系、互联网、社交媒体及多媒体内容等多种传播形态。
- 2
- 面对超连接社会与高度网络化的发展趋势，传媒系通过系统化课程与教学资源，培养学生分析并应对媒介功能与传播效果的能力。同时，依托新闻、广告与公共关系、影像文化、人工智能（AI）及IT产业等领域，打造支持内容创意策划与社会传播的综合性教育环境。

学分

课程	学分			跨系可认证 分数
	专业必修	专业选修	分数	
硕士	6	18	24	18
博士	9	27	36	27

毕业要求

除修满规定学分外，还须通过学位资格考试、提交学位申请论文并满足论文发表要求，方可毕业。

- 学位资格考试: 申请提交学位论文前，必须先后通过学位资格考试（综合考试）及学位资格考试（公开发表）。
- 论文评审委员会构成：学位论文预备计划公开报告后，方可进行学位论文评审。论文评审相关标准及评审委员会的构成，均须参照一般大学院内规（相关章程）执行。

论文发表及校外发表要求

- ①
- 硕士课程：须在学术会议发表论文，或在学术期刊发表/投递论文。
- ②
- 博士课程：须在学术会议发表 2 次以上，且在学术期刊发表（或获得录用通知）1 篇以上 论文。

课程设置

类别	课程名称(学分)	
专业必修课	硕士	传播理论 (3), 传播学研究方法 (3)
	博士	博士学位课程修读规定博士生须修满以下各项所列科目： 1. 核心理论课程 须从以下课程中任选其一： 《新闻与社会》《广告心理学》《影像文化论》《人际传播》 2. 研究方法论 须从以下课程中任选其一： 《传播学量化研究方法》《传播学质性研究方法》 3. 选修补充课程 须从《社会科学哲学》或上述“1”项及“2”项中未选修的科目中任选 4. 先修课程规定若在硕士阶段未修读上述硕士专业必修课或同等水平课程，则须作为先修课程进行修读。
专业选修课	广告学研讨 广告研究 文化研究 媒介经营与经济学 媒介文化研究导论 媒介产业与政策 媒介心理学 批判传播学 社会科学哲学 说服传播 社交数据分析 影像学研讨 人工智能与媒介 人工智能研讨 政治传播 传播学研讨 传播技术与心理 电脑中介传播 计算研究方法 公共关系研讨 健康传播 人际传播研讨	

开学指南&学期日程

报名申请时间

		2026年秋季入学（9月）	2027年春季入学（3月）
韩国人	定额内新生（含插班）招生	4月13日~4月28日	9月中旬~9月末
	定额内新生（含插班）常规补充招生	6月末~7月初	12月末
外国人	定额外外国人新生入学选拔	3月16日~4月10日	9月初~9月中旬
	定额外外国人新生入学选拔（补充招生）	6月12日~6月19日	12月初

한국인
입학처 일반대학원



外国人
全球招生处



各学期主要日程

1学期

- 修读专业必修及基础课程
- 学分认定申请（适用于修读过他校研究生课程者等）
- 先修学分：适用于入学专业与下位学位阶段（本科或硕士）专业不一致者
硕士课程：需修读9学分先修课程
博士课程：需修读12学分先修课程
（上述学分不计入毕业学分）

第2-3学期

- 学位指导教师申请：需确认指导教师资格（具体时间另行通知）
- 学位资格考试申请与参加（一般在第2至第4学期参加，具体以各专业规定为准）
须在申请期间通过信息系统提交申请后方可参加（毕业必备条件）
必须确认本专业规定的学位资格考试形式（如公开发表、专业考试等论
- 文预备计划书提交：须与指导教师进行课题咨询后完成

硕士：
第4学期
博士：
第4学期及以上

- 毕业（结业）
学分要求硕士：至少24学分
分博士：至少36学分学位论
- 文提交申请及审
- 学位论文最终提交
- 论文发表及校外发表要求
硕士：需满足以下任一条件——学术会议发表，或学术期刊发表，或提交（投稿）证明
博士：需至少参加2次学术会议发表，并完成1篇以上学术期刊发表
需提交论文发表证明或拟发表证明
- 博士阶段一般在第4学期后，需追加学期以完成学分修读与论文撰写。



毕业去向

庆熙大学传媒系为学生提供全面的知识与实践经验，助力其成长为学术界与产业界各领域的专业人才。



新闻学

- 研究报纸、广播电视、互联网等大众媒介中的新闻生产与使用行为
- 掌握促进民主公共领域形成的新闻传播与消费相关理论

发展方向与实践领域

- 新闻相关机构研究人员
- 报社、广播电视机构、独立媒体及互联网媒体记者
- 新闻传播教育专家
- 媒体素养教育者



数据传播

- 理解大数据的价值并培养其应用能力
- 掌握基于 Python、R 等编程工具的数据采集、分析与可视化能力

发展方向与实践领域

- 数据新闻研究者
- 视频数据分析专家
- 数据应用专家
- 数据驱动型产业的算法策划人员



广告·PR

- 掌握广告与公共关系等传播的战略应用理论与实践
- 研究营销传播战略的效果分析与创新实施过程

发展方向与实践领域

- 消费者数据分析师
- 品牌战略咨询专家
- 公共关系策划专家
- 专业广告 / 公共关系策划人员
- 网红营销策划人员



人工智能

- 学习运用人工智能 (AI) 进行内容策划与制作，以及智能媒体设计方法
- 研究人工智能技术发展与扩

发展方向与实践领域

- AI内容策划人员及系统设计师
- 新媒体专业记者
- AI算法分析师或审计人员AI素养与伦理教育者



影像·文化

- 分析影像媒介的叙事结构与信息表达
- 培养对影像内容的社会文化批判能力

发展方向与实践领域

- 内容分析师
- 文化评论员
- 影像节目策划人
- 文化与艺术领域专业记者
- 数字内容创作者



人际传播

- 学习人际与媒介（基于数字与人工智能）的传播策略与实践
- 围绕人际与跨文化传播中的说服、关系建立与维系过程，开展理论与实证研究
- 探讨媒体环境中的情绪、认知与关系体验等媒介心理学过程

发展方向与实践领域

- 人际传播与媒介传播研究者
- 谈判专家、咨询顾问、沟通培训师
- 机构发言人
- 企业人力资源及组织文化/领导力相关负责人



媒体技术与产业

- 数字平台、OTT、人工智能 (AI)、扩展现实 (XR) 等理解媒体技术发展与产业结构变迁
- 媒体产业生态系统、平台经济内容分发结构与商业模式分析
- 技术与产业对媒体使用与文化的影响探讨其对社会的影响以及媒体产业政策相关研究

发展方向与实践领域

- 媒体产业及平台企业战略策划人员
- OTT、广播电视及内容企业的业务开发与服务策划人员
- 基于媒体技术的创业企业（初创团队）