

# 호텔관광대학 문화관광산업학과 교육과정 요약표(2024)

## 1. 교육목적

문화관광산업학과는 문화관광산업의 경영에 관한 실천적, 실용적 학문탐구를 통하여 미래의 전문 경영자로서 자질과 역량을 배양하고, 학문적 지식의 축적을 통한 문화관광산업의 전문 인력을 양성하는데 그 목적을 두고 있다. 이를 통해 21세기 문화관광산업 전문 인력의 양성을 위한 창조적 교육으로 문화관광산업의 세계적 진출 및 발전에 기여할 수 있도록 한다.

## 2. 교육목표

- 실천적, 실용적 학문탐구를 통한 미래의 문화관광산업 전문 경영자로서 자질과 역량 배양
- 학문적 지식의 축적을 통한 문화관광산업의 전문 인력 양성
- 21세기 문화관광산업 전문 인력의 양성을 위한 창조적 교육

## 3. 교육과정 기본구조표

학부/학과/전공/트랙명(프로그램명)			졸업학점	단일전공과정					다전공과정				부전공과정		
학부(과)명	전공명	트랙명		전공학점				타전공인학점	전공기초	전공필수	전공선택	계	전공필수	전공선택	계
				전공기초	전공필수	전공선택	계								
문화관광산업학과	문화관광산업학	일반	120	12	12	39	63	0	12	12	15	39	0	0	0

※ 졸업논문 0학점으로 과목수에는 포함, 학점수에는 미포함 / 독립심화학습 1,2는 과목수 및 학점수에서 제외

## 4. 교육과정 편성 교과목 현황

학부(과)/전공명		편성 교과목 현황								전공필수+전공선택 (B+C)	
학부(과)명	전공명	전공기초 (A)		전공필수 (B)		전공선택 (C)		전공선택(교직) (D)			
		과목수	학점수	과목수	학점수	과목수	학점수	과목수	학점수	과목수	학점수
문화관광산업학과	문화관광산업학	4	12	5	12	22	66	0	0	27	78

## 5. 졸업능력인증제 : 폐지

## 6. 기타 졸업에 필요한 사항 : 없음

# 문화관광산업학과 교육과정 시행세칙(2024)

## 제 1 장 총 칙

**제1조(교육목적)** 문화관광산업학과는 문화관광산업의 경영에 관한 실천적, 실용적 학문탐구를 통하여 미래의 전문 경영자로서의 자질과 역량을 배양하고, 학문적 지식의 축적을 통한 문화관광산업의 전문 인력을 양성하는데 그 목적을 두고 있다. 이를 통해 21세기 문화관광산업 전문 인력의 양성을 위한 창조적 교육으로 문화관광산업의 세계적 진출 및 발전에 기여할 수 있도록 한다.

**제2조(일반원칙)** ① 문화관광산업학과를 전공하고자 하는 학생은 이 시행세칙에서 정하는 바에 따라 교과목을 이수해야 한다.

② 교과목의 선택은 지도교수와 상의하여 결정한다.

## 제 2 장 교양과정

**제3조(교양이수학점)** 교양과목은 교양교육과정 기본구조표에서 정한 소정의 교양학점을 취득하여야 한다.

## 제 3 장 전공과정

**제4조(졸업이수학점)** 문화관광산업학과의 최저 졸업이수학점은 120학점이다.

**제5조(전공이수학점)** ① 문화관광학과에서 개설하는 전공과목은 '별표1 교육과정편성표'와 같다.

② 문화관광산업학과를 단일전공, 다전공과정으로 이수하고자 하는 자는 본 시행세칙에서 지정한 소정의 전공학점을 이수하여야 한다.

1) 단일전공과정 : 문화관광산업학과 학생으로서 단일전공자는 전공기초 12학점, 전공필수 12학점, 전공선택 39학점을 포함하여 전공학점 63학점 이상 이수하여야 한다.

2) 다전공과정 : 문화관광산업학과 학생으로서 타전공을 다전공과정으로 이수하는 학생은 전공기초 12학점, 전공필수 12학점, 전공선택 15학점을 포함하여 전공학점 39학점 이상 이수하여야 한다.

**제6조(부전공, 다전공, 전과이수학점)** 문화관광산업학과는 부전공, 타전공자의 문화관광산업학과 다전공 이수 과정을 운영하지 않고 전과를 허용하지 않는다.

**제7조(졸업논문)** ① 문화관광산업학과를 전공으로 이수하는 학생은 졸업논문 교과목을 이수해야 한다.

② 문화관광산업현장학습 또는 현장실습으로 3학점 이상을 이수한 학생은 졸업논문 교과목을 이수할 수 있다.

③ 호텔관광대학 주최 글로벌 프로그램 이수, 전국 규모의 논문 경시대회 또는 공모전에서 입상한 학생은 졸업논문 교과목을 이수할 수 있다.

**제8조(현장실습)** ① 문화관광산업학과를 전공으로 이수하는 학생은 현장실습을 이수하고 ‘표준 현장실습학기제 시행세칙’에서 정하는 최대인정학점 범위 내에서 전공선택 학점으로 인정받을 수 있다. 전공선택으로 인정한 후 잔여학점은 일반선택으로 인정한다.

② 현장실습 운영에 관한 세부사항은 본교 ‘표준 현장실습학기제 시행세칙’을 따른다.

**제9조(대학원과목 이수)** 3학년까지의 평점평균이 3.3 이상인 학생은 학과장의 승인을 받아 학부 학생의 이수가 허용된 대학원 교과목을 최대 6학점까지 수강할 수 있으며, 그 취득학점은 전공선택 학점으로 인정한다.

**제10조(동일교과목의 인정)**

① 국문 교과목명이 동일하다면 본교 내 타대학 학부(과)의 개설 전공과목을 수강하고 그 취득학점은 교육과정 편성표에서 기술한 전공 이수구분으로 인정할 수 있다.

② 다전공 이수자의 본전공과 다전공의 이수 교과목이 동일한 경우에는 이를 중복인정 할 수 있다.

**제 4 장 기 타**

**제11조(졸업능력인증) 삭제(2018.03.01.)**

**제12조(SW교육 졸업조건) :** 문화관광산업학과는 SW교육 졸업요건을 운영하지 않는다.

**제13조(외국인 학생의 한국어 능력 취득)** ① 한국어트랙 외국인 학생은 졸업 전까지 한국어능력시험(TOPIK) 4급 이상을 취득하여야 한다.

**부 칙**

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2018년 3월 1일부터 시행한다.

제2조(경과조치) 개편된 전공교육과정은 2017학년도 이전 입학생(2015학년도 이전 편입생 포함)에게도 적용함을 원칙으로 한다. 다만, 입학이후 개편된 모든 학년도의 전공교육과정 기본구조 중 하나를 선택하여 적용받을 수 있다.

**부 칙**

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2019년 3월 1일부터 시행한다.

제2조(경과조치) 개편된 전공교육과정은 2018학년도 이전 입학생(2016학년도 이전 편입생 포함)에게도 적용함을 원칙으로 한다. 다만, 입학이후 개편된 모든 학년도의 전공교육과정 기본구조 중 하나를 선택하여 적용받을 수 있다.

**부 칙**

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2020년 3월 1일부터 시행한다.

제2조(경과조치) 개편된 전공교육과정은 2019학년도 이전 입학생(2017학년도 이전 편입생 포함)에게도 적용함을 원칙으로 한다. 다만, 입학이후 개편된 모든 학년도의 전공교육과정 기본구조 중 하나를 선택하여 적용받을 수 있다. 제3

조(졸업능력인증제도 폐지에 따른 경과조치) ① 졸업능력인증제도 폐지는 2020학년도부터 모든 재적생에게 적용한다.  
② 2020년 2월 이전 수료자는 희망자에 한하여 졸업능력인증을 이수면제 처리한다.

### 부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2021년 3월 1일부터 시행한다.

제2조(경과조치) 개편된 전공교육과정은 2020학년도 이전 입학생(2018학년도 이전 편입생 포함)에게도 적용함을 원칙으로 한다. 다만, 입학이후 개편된 모든 학년도의 전공교육과정 기본구조 중 하나를 선택하여 적용받을 수 있다.

### 부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2022년 3월 1일부터 시행한다.

제2조(경과조치) : 제10조(동일교과목의 인정) 동일교과목의 인정 처리는 2022학년도부터 모든 재적생에게 적용한다.

### 부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2023년 3월 1일부터 시행한다.

제2조(경과조치) 제5조(전공이수학점)는 2023학년도 전공 기준연도를 따르는 모든 재적생에게 적용한다.

### 부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2024년 3월 1일부터 시행한다.

제2조(경과조치) 제5조(전공이수학점)는 2024학년도 전공 기준연도를 따르는 모든 재적생에게 적용한다. 다만, 입학 이후 개편된 모든 학년도의 전공교육과정 기본구조 중 하나를 선택하여 적용받을 수 있다.

### [별표]

1. 교육과정 편성표 1부.
2. 문화관광산업학과 교과목 해설 1부.
3. 교육과정 이수체계도 1부.
4. 문화관광산업학과 전공능력 1부.

[별표1] 교육과정 편성표

## 교육과정 편성표

학과(전공)명: 문화관광산업학과(Department of Culture & Tourism Industry)

구분	순번	이수구분	교과목명	학수번호	학점	시간			이수학년	개설학기		교과구분					비고	
						이론	실기	실습		1학기	2학기	부전공	영어전용 트랙	문제해결형 교과	교기이교과	PN평가		
학부 과정	1	전기	문화관광산업학개론	CULT1001	3	3			1	○								
	2	전기	미디어와문화관광	CULT1004	3	3			1		○							
	3	전기	문화관광콘텐츠이해	CULT1007	3	3			1	○								
	4	전기	MICE산업론	CULT1008	3	3			1		○							
	5	전필	경영정보시스템	CULT2001	3	3			2	○			○					
	6	전필	마케팅원론	CULT2002	3	3			2		○							
	7	전필	인적자원관리	CULT2003	3	3			2	○								
	8	전필	재무관리	CULT2004	3	3			2		○							
	9	전필	졸업논문(문화관광산업)	CULT4001	0	0			4	○	○						○	
	10	전선	스토리텔링과문화관광	CULT2006	3	3			2		○							
	11	전선	문화관광자원론	CULT2008	3	3			2	○								
	12	전선	호텔실무론	CULT2009	3	3			2		○							
	13	전선	문화관광소비자의이해	CULT3004	3	3			3	○								
	14	전선	문화관광시장조사론	CULT3005	3	3			3		○							
	15	전선	문화관광e-비즈니스	CULT3006	3	3			3		○							
	16	전선	관광장소마케팅	CULT3010	3	3			3		○							
	17	전선	문화공연기획실무	CULT3011	3	3			3	○								
	18	전선	문화관광커뮤니케이션영어	CULT3012	3	3			3	○			○					
	19	전선	문화관광커뮤니케이션일어	CULT3013	3	3			3		○							
	20	전선	문화관광산업현장학습	CULT3014	3	3			3	○								
	21	전선	관광데이터분석	CULT3017	3	3			3		○							
	22	전선	문화관광서비스경영	CULT4002	3	3			4	○								
	23	전선	문화관광브랜드관리론	CULT4003	3	3			4	○								
	24	전선	와인과문화예술	CULT4005	3	3			4		○							
	25	전선	문화관광산업트렌드	CULT4007	3	3			4		○							
	26	전선	관광목적지관리론	CULT4012	3	3			3	○			○					
	27	전선	여행실무론	CULT4013	3	3			4	○								
	28	전선	축제이벤트경영론	CULT4014	3	3			4	○								
	29	전선	독립심화학습1(문화관광산업)	CULT4016	3	3			4	○							○	
	30	전선	독립심화학습2(문화관광산업)	CULT4017	3	3			4		○						○	
	31	전선	푸드심리학	CULT4018	3	3			4		○							
	32	전선	현대산업전략경영론	CULT4019	3	3			4		○		○					
	33	전선	스마트관광론	HSPMT3018	3	3			3	○			○					

## 문화관광산업학과 교과목 해설

학과명 : 문화관광산업학과(Department of Culture & Tourism Industry)

전공기초

### CULT1001 문화관광산업학개론(Introduction to Culture & Tourism Industry) 3-3-0

- 문화관광산업의 개념과 전반적인 이론에 대해 다루도록 한다.
- The concept of culture & tourism industries and its general theory is covered.

### CULT1004 미디어와문화관광(Media and Cultural & Tourism) 3-3-0

- 이 과목은 미디어와 문화의 상호 관련성을 이해하고 탐구하는 데 목적이 있다. 이 과목은 미디어, 문화, 관광, 정보기술 등 다양한 분야가 어우러진 학제 간 융합과목의 성격을 띤다. 이론적인 접근과 사례 연구, 프로젝트 등의 다양한 방법으로 학생들은 미디어와 문화를 효과적으로 이해하고 경험할 수 있을 것이다.
- This course provides guidance on introduction to media and culture. This course offers both theoretical approaches and case studies of these interactions from diverse domains, including media, culture, tourism, information technology etc. This course will help students to understand relationship between media and culture effectively

### CULT1007 문화관광콘텐츠이해(Understanding Cultural Tourism Contents) 3-3-0

- 고부가가치를 창출해내는 문화관광콘텐츠는 세계적으로 21세기에 가장 기대되는 유망분야 중 하나이다. 본 강좌 [문화관광콘텐츠에 대한 이해]는 영어권이나 일본을 비롯한 보다 글로벌한 문화와 관련된 여러 사정과 상황과 사례 등에 대한 학습을 통해서 수강생으로 하여금 문화와 문화관광콘텐츠에 대하여 이해와 소양을 도모하는 것을 목적으로 한다.
- Culture tourism contents is one of the expected bright field in a global 21st century which produces high value-added tourism products. This course covers various situations and cases related to English speaking countries, Japan and more of global culture. Through this study, students will be able to promote their understanding of culture and culture Tourism contents.

### CULT1008 MICE산업론(MICE Operations) 3-3-0

- MICE(Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) 및 관광분야 산업에 대한 체계적 이론을 습득하고 MICE산업과 관광산업의 특수성, 경영조직 및 실태 등을 연구하여 MICE와 관광산업 경영자로서의 관리능력을 배양한다.
- This course will introduce students to the major areas that make up the MICE and tourism industry. The aim of the course is for the students to get acquainted with operating procedures of the MICE and tourism industry and organization of different travel arrangements.

전공필수

### **CULT2001 경영정보시스템(Management Information System) 3-3-0**

- 정보기술의 발전과 확산은 기업의 운영과 경쟁방식을 송두리째 바꾸어 놓고 있다. 본 과목은 문화관광 기업의 기업 경영과 정보기술의 활용에 관련된 다양한 관리적 이슈들을 체계적으로 이해하는 능력을 높이고, 정보시스템 활용에 대해 소개한다. 또한, 기업 내에서 정보시스템을 구성하는 요소들을 파악, 분석하고 효과적인 경영정보시스템을 활용하는 방안을 학습한다. 보다 구체적으로는 정보기술을 기반으로 하는 경영정보시스템의 개념과 기반 이론을 살펴 보고, 이를 통해서 기업의 경쟁우위를 확보한 다양한 사례를 공부한다.
- The purpose of this course is to provide students with the skills they will need to work with management information systems (MIS) and apply information technology to a wide variety of business problems. For students interested in pursuing a career in MIS development and management this course will serve as a basis for understanding the role information systems play in businesses. For other students the goal is to provide an understanding of MIS that will enable them effectively work with MIS professionals to apply information technology to a variety of business problems.

### **CULT2002 마케팅원론(Principles of Marketing) 3-3-0**

- 현대기업의 성패는 마케팅에 있다. 마케팅의 발전과정을 검토하여 현대마케팅의 특성을 규명하고 접근방법을 개발한다. 그리고 급변하는 문화관광 산업의 마케팅환경을 분석, 조사하여 기업의 대응방안을 모색하며 그 대응방안으로서 제품정책, 가격정책, 유통정책, 촉진정책에 관한 이론 및 실재를 교육한다.
- The success or failure of modern corporations are based on the marketing. The purpose of this course is to research a specific character of marketing, to develop a approach method and to analyze marketing environment. This will define the response of corporation. In response strategies, students will study products, pricing, placing and promotion policy.

### **CULT2003 인적자원관리(Human Resource Management) 3-3-0**

- 문화관광 기업 조직의 인적 자원을 효과적으로 확보, 배치, 훈련, 평가, 보상, 개발, 유지하기 위해 인적자원관리자/부서의 기능 및 역할과 그들의 전략적 파트너십/변화리더십을 이론적, 실증적 접근방법들을 다룬다.
- Recruitment, Selection, Staffing, Human Resource Development, Performance Management, Reward management, and HR Professional's role - Strategic partnership, HR leadership etc.

### **CULT2004 재무관리(Financial Management) 3-3-0**

- 문화관광 관련 기업의 경영활동에 필요한 자본의 계획과 그 응용방법을 효과적으로 통제함으로써 기업경영을 최적 균형 상태로 유지하기 위하여 재무적 의사결정을 합리적으로 수행할 수 있도록 하는 이론과 실재를 습득하게 된다. 재무 분석 및 예산통제, 주자결정, 자금 조달 결정, 배당결정, 자본비용, 자본구조 결정 등을 연구한다.
- Financial management is intended for introductory finance course. It begins with discussion of basic concepts, including financial market, time value of money, risk analysis and valuation models, and cost of capital. Subsequently this course intends to explain how financial managers can help maximize the value of their firms by making better decisions in such areas as capital budgeting, choice of capital structure and making capital management.

### **CULT4001 졸업논문(문화관광산업)(Graduation Thesis(Culture & Tourism Industry)) 0-0-0**

- 문화관광산업 전과정을 개별적으로 종합 정리하고 자신의 문화관광산업 전공지식을 자유주제를 통하여 연구과정 결과를 발표하여 졸업 후 관심분야 연구 및 취업에 대응토록 한다.
- Compounding a whole culture & tourism program helping a further study of the Hospitality & tourism industry.

### **전공선택**

### **CULT2006 스토리텔링과문화관광(Storytelling, Culture & Tourism) 3-3-0**

- 문화산업의 특성 및 문화콘텐츠의 기획, 제작, 배급의 과정을 교수한다. 학생들은 문화콘텐츠 기획에 필요한 기본적인 스토리텔링 원리를 학습하고, 영화, TV 드라마, 애니메이션, 게임 등 개별 문화콘텐츠의 장르적, 산업적 특성에 대한 이해를 바탕으로 직접 문화콘텐츠 기획을 실습한다.
- This course is designed to study characteristics of the cultural industry and understand the pre-production, production and post-production of cultural contents. Students can understand basic principles of storytelling and practice the planning of cultural contents.

### **CULT2005 문화관광자원론(Culture Tourism Resources) 3-3-0**

- 회계를 처음 공부하는 학생들을 위한 과목으로써 회계학의 기초가 되는 개념들을 집중적으로 논의한다. 회계학의 역사, 회계학에서 다루는 문제, 현대회계모형(발생주의), 회계측정의 개념, 회계순환구조의 이해가 이 과목의 중심적인 과제이다. 아울러 문화관광 기업의 자산, 부채, 자본, 수익, 비용에 대한 회계처리문제를 예시하고, 회계자료의 이용에 대해서도 논의한다.
- As the first course in accounting, basic concepts of accounting are discussed. History of accounting, measurement, identification, ways of reporting, accounting cycle, and modern accounting model(namely, accrual basis) are main topics in this course, Basic principles applicable to the corporate form of Business are the primary focus of the class.

### **CULT2007 호텔실무론(Hotel Business Operations) 3-3-0**

- 호텔사업의 여러 분야에서 각각의 역할을 명시하는 과목으로 환대산업 경영, 조직의 형태 그리고 그 밖의 호텔 경영의 전반적인 것들을 배운다.
- Introduction to the hotel business explaining the individual roles of the various departments in lodging operations. This course teaches management in the hospitality industry, its scope, forms of organization, and professional opportunities.

### **CULT3004 문화관광소비자의이해(Understanding Culture & Tourism Consumer Behavior) 3-3-0**

- 실제 문화관광 환경에서 나타나는 여러 가지 마케팅 관련 현상을 ‘소비자행위’라는 관점에서 설명할 수 있는 능력을 향상시킴으로써 마케팅 현상에 대한 보다 심도 있는 이해를 도모한다. 소비자 심리에 대한 보다 정확한 이해와 함께 이러한 이해가 실제의 기업 활동에 어떻게 적용되고 있으며, 또한 앞으로 어떻게 적용될 수 있을 것인가에 대한 체계적인 사고의 틀을 제공한다.
- Under the understanding of the meaning of consumer behavior in culture and tourism environment, we placed an emphasis on the other disciplines, psychology, sociology, and anthropology related to



the consumer behavior. The important area in consumer behavior is consumer behavior model, consumer behavior Influence factors, and consumer behavior decision making process.

### **CULT3005 문화관광시장조사론(Marketing Research for the Culture and Tourism Industry) 3-3-0**

- 본 강좌는 문화관광을 전공하는 전공자들이 문화관광업계로 진출하는 데 필요한 핵심적인 실무능력인 문화관광지 조사에 관한 지식을 제공하는 데 그 목적을 둔다. 본 강좌를 통하여 학생들은 다양한 문화관광의 구성 원리와 트렌드를 학습하고 소비자들의 욕구와 필요를 파악하기 위한 실무적 절차와 방법을 배운다. 구체적으로, 다양한 시장조사 방법을 학습하여 실제적으로 적용하고, 시장조사 자료에 대한 통계적 분석기법을 배워서 실무적응 능력을 배양한다.
- This course aims to provide the culture and tourism major students with fundamental knowledge and practical skills to conduct culture and tourism research in both qualitative and quantitative approaches. It is imperative that the culture and tourism professionals in the industry be familiar with diverse forms of market research techniques and data analysis skills. Through this course, the students will be able to design market research, collect data, analyze the data, and interpret the statistical results of analyses, that is heavily required by culture and tourism.

### **CULT3006 문화관광e-비즈니스(Culture and Tourism e-business) 3-3-0**

- 디지털 시대의 새로운 마케팅 방법으로 활용되고 있는 e-marketing에 대한 최근 추세를 살펴보고, 효과적인 마케팅 전략수립과 프로모션 방법들을 습득함으로써 e-marketing의 개념적 이해와 실무에서 적용할 수 있는 사례조사에 의한 현장 이해를 제공하고자 한다. 인터넷 시대의 환경 분석 및 소비자 행동에 대한 개념을 이해하고 전통적인 오프라인 마케팅과 대비하여 e-marketing의 유사성과 차이점, e-business 모델, 기업이 활용할 수 있는 e-marketing 전략 및 마케팅 수단으로서 마케팅 믹스의 개발 및 구축에 대한 쟁점들을 논의한다.
- This course will focus on the strategy involved to market products and services in the age of digital economy. How technology is affecting the marketing mix and how to use marketing principles and concepts in this environment are the prime questions to be answered. The course objectives are as follows; to describe the new rules for e-marketing, to discuss the components of e-business, to compare & contrast conventional marketing and e-marketing, to identify e-marketing challenges and opportunities, to name & describe e-marketing models for each of the 4P strategies, and to examine current applications being used by companies, the good and the bad.

### **CULT3010 관광장소마케팅(Tourism Place Marketing) 3-3-0**

- 장소마케팅이란 장소를 관리하는 개인이나 조직에 의해 추구되는 일련의 경제적·사회적 활동이며, 지리적으로 규정된 특정한 장소의 이미지를 매력적으로 보이게 해서 기업가나 투자자와 관광객 및 지역주민들에게 장소를 판촉하는 다양한 방식의 노력이라 할 수 있겠다. 또한 매력을 잃은 장소의 장소성을 어떠한 방식으로 수정해 나가는지에 대해서 사례연구를 하고, 적용기법에 대해서 이해시키는 과목이라 할 수 있다.
- The objective of this course is to analyze and evaluate what are the critical success factors in place marketing, and how these factors can be used in place development. The course helps students build a framework that analyzes place marketing practices from the process, assessment criteria, and success factors perspectives.

### **CULT3011 문화공연기획실무(Cultural Event Planning & Practice) 3-3-0**

- 문화행사 및 예술 공연에서 가장 중요한 역할인 기획업무에 대하여 주로 한국과 일본의 경우를 비교하여 가르치는 강의이다. 현대의 문화예술에서 기획은 사업의 성패를 결정하는 요인인 만큼 전문적인 연구와 지도가 필요하다.
- Mainly compares the cases of Korea and Japan on project planning which is the most important part in the cultural events and art performance business. Since project planning of cultural arts in modern times is an essential factor that leads a business to success, it requires professional research and guidance.

#### **CULT3012 문화관광커뮤니케이션영어(Culture and Tourism Communication English) 3-3-0**

- 문화관광 분야와 관련된 기본영어 습득을 위한 입문과정이다. 문화, 관광관련 산업에 종사하기 위해 필요한 개괄적인 이해를 영어로 학습하는 교과목이다.
- Provides basic and broad knowledge in English related to the culture and tourism industries, such as introductions to Korean culture and tourism. This is a preliminary course to understand the interaction of Culture and Tourism and the proper English used for them.

#### **CULT3013 문화관광커뮤니케이션일어(Culture and Tourism Communication Japanese) 3-3-0**

- 일본어를 처음 접하는 학습자들을 대상으로, 일본어의 문자, 발음 및 말하기, 듣기, 쓰기, 읽기의 일본어의 기초단계를 기본적인 문형을 통해 습득하는 것을 본 강좌의 목표로 삼는다.
- This course is for the beginners who want to learn Japanese. The objective of this course is to learn and practice the Japanese characters, pronunciation and the basic stages of listening, speaking, reading and writing which are basic functions of Japanese.

#### **CULT3014 문화관광산업현장학습(Culture & Tourism Industry Field Learning) 3-3-0**

- 문화관광산업현장학습은 문화관광산업학과 학생들을 위한 현장학습과정이다. 학과장의 승인 후에 현장학습을 해야 하며, 현장학습 후에는 소정 양식에 맞는 보고서를 제출해야 한다.
- This course is field learning program for students of department of culture & tourism industry. Students should obtain dean's approval before starting a field learning. After field learning, students must hand in report on the result of the field learning.

#### **CULT3017 관광데이터분석(Tourism Data Analysis) 3-3-0**

- 본 강의는 최근 빅 데이터 시대를 맞이하여 학생들이 관광분야의 다양한 데이터를 분석하고 처리할 수 있는 능력을 기르는데 있다. 또한, 이를 통하여 관광분야에 필요한 새로운 비즈니스 모델을 기획하고 개발할 수 있는 능력을 배양하고자 한다.
- This lecture is aimed at developing students' ability to analyze and process various data in the tourism area in the recent Big Data era. Through this lecture we foster the ability to plan and develop new business models necessary for the tourism area.

#### **CULT4002 문화관광서비스경영(Culture and Tourism Service Management) 3-3-0**

- 서비스의 개념과 특성에 대한 이해를 기초로 하여 서비스의 질적 향상과 개발, 관리 및 평가 등 일련의 서비스상

품 관리과정을 체계적으로 분석하고 파악하는데 목적을 둔다. 이론과 사례를 병행함으로써 이해도를 높이고, 실제 사례를 대상으로 분석 및 평가보고서를 작성해 본다.

- Based on concept of service and understanding of service characteristic, this course covers service processes such as qualitative improvement of service, service developments, service management and evaluation.

### **CULT4003 문화관광브랜드관리론(Culture & Tourism Brand Management) 3-3-0**

- 문화관광 브랜드관리론은 문화관광분야에서 브랜드, 즉 상표를 광고, 판촉 등에 의해 널리 알림으로써 경쟁자의 동일 제품과 자기 제품과를 차별해서 경쟁상 유리한 입장을 구축하는 마케팅 전략을 공부한다. 주로 차별화(differentiation)에 의한 브랜드 이미지를 구축하는 방법을 공부한다. 전략적인 브랜드 관리를 위해서는 소비자에 대한 이해, 즉 시장에 대한 철저한 통찰력이 필요하고, 이에 적절한 광고 및 마케팅 전략에 대한 이해가 필요하다. 따라서 전략적인 브랜드 관리를 통해 문화관광 분야에서의 효과적인 마케팅을 수행하고 나아가 기업의 성장을 이룩함에 있어서도 본 과목은 유용하게 쓰일 것이다.
- A brand which is widely known in the marketplace acquires the brand awareness and image. As managing its brand awareness and image, culture & tourism brand management is the application of marketing techniques to a specific product, product line, or brand. It seeks to increase the product's perceived value to the customer and thereby increase brand franchise and brand equity. Marketers see a brand as an implied promise that the level of quality people have come to expect from a brand will continue with future purchases of the same product. This may increase sales by making a comparison with competing products more favorable

### **CULT4005 와인과문화예술(Introduction to Wine and Cultural Art) 3-3-0**

- 본 강좌는 와인에 대해 공부하고 와인을 직접 다뤄보는 과정을 거치면서 와인과 문화예술에 대해서 알아보는 과정이다. 특히 현대 사회의 여러 문화적 맥락 속에서 와인이 어떻게 생성 및 소비되는지를 탐구한다.
- This course will investigate wine and cultural art from a cultural perspective through reviewing some contents about wine and conducting hands-on experience with real wine. We will focus primarily on wine in various culture to understand how people, through cultural contexts, generate and consume wine.

### **CULT4007 문화관광산업트렌드(Trend in Culture and Tourism Industry) 3-3-0**

- 관광이 비록 문화 활동에 기초를 두고 있을 지라도, 사업이라는 관점은 또한 중요한 요소이다. 이 과목은 문화관광 산업에서 마케팅, 인사관리, 자본관리와 같은 전반적인 경영에 관한 지식과 트렌드에 대해 공부할 것이다.
- Even though tourism is basically a cultural activity, the business aspect is also an important element. This course provides the necessary management knowledge and trends concerning marketing, personnel management, and financial management in the culture and tour industry.

### **CULT4012 관광목적지관리론(Tourism Destination Management) 3-3-0**

- 관광 목적지를 관리하는 조직에 의해 추구되는 일련의 경제적·사회적 활동이며, 지리적으로 규정된 특정한 장소의 이미지를 매력적인 목적지화를 통해 기업가나 투자자와 관광객 및 지역주민들에게 컨벤션목적지를 판촉하는 다양한 방식의

노력이라 할 수 있겠다. 또한 매력을 잃은 지역의 장소성을 어떠한 방식으로 수정해 나가는지에 대해서 사례연구를 하고, 적용기법에 대해서 이해시키는 과목이라 할 수 있다.

- This course analyze and evaluate which are the most critical success factors in Tourism destination marketing, and how these factors could be utilized in place development. Topics include place marketing practices framework and analyses, process, assessment criteria and success factors.

#### **CULT4013 여행실무론(Practical Travel Services) 3-3-0**

- 여행사의 급격한 수적증가와 자유경쟁화 됨에 따라 실력 있는 전문요원의 필요성이 증대되고 있는바, 이론과 실무를 겸비한 여행업에 적응할 수 있도록 교육을 필요로 하고 있다. 본 과목은 여행사의 일반적인 업무 및 관광종사원의 올바른 자세를 학습한다. 또한, 여행을 통해 얻을 수 있는 문화 및 여행업전반에 대한 이론과 실무를 학습함으로써 실제 여행업에 진출했을 때, 적극적으로 빠르게 적응하는 인력을 양성하는데 목적이 있다.
- The rapid increase in the number of travel agencies and free competition increases the need for talented professionals, and education is needed to adapt to the travel industry that combines theory and practice. This course will learn the general work of travel agents and the correct attitude of tourism workers. The purpose is to cultivate people who are active and adapt when they enter the actual travel business by learning the theory and practice of the whole culture and travel industry that can obtain through travel.

#### **CULT4014 축제이벤트경영론(Festival Event Management) 3-3-0**

- 본 과정은 이벤트 산업의 기본 개념 및 국내/ 외 이벤트 산업의 전반적 지식과 함께 특별이벤트의 메커니즘과 가치창조과정, 기초이론과 운영방법을 체계적으로 이해하고 실무지식을 습득하는 데 목적이 있다.
- An introduction to basic theoretical concepts of event industry and special event business. Topics include market analysis, business planning, operation methods and marketing.

#### **CULT4016, CULT4017 독립심화학습1,2(문화관광산업)(Independent Learning & Research 1,2(Culture & Tourism Industry)) 3-3-0**

- 학생과 교수 간의 독립적인 학문적 소통을 통해 학생이 관심 있는 문제에 대해 몰입하여 연구함으로써 비판적, 대안적 사유를 강화하고 학문적 역량을 기르는 과목이다.
- This subject is to strengthen critical and alternative thoughts and enhance academic competence by researching specific issues of students through independent communication between students and the professor.

#### **CULT4018 푸드심리학(Food Psychology) 3-3-0**

- 본 강의에서는 식품 및 외식 산업에서 푸드마케팅의 중요성이 강조됨에 따라 마케팅의 기본 개념을 이해하고 산업 특수성에 적합한 마케팅 개념의 도입과 적용에 관한 이해를 높이고자 한다. 특히 행동경제학적 관점에서 음식심리를 탐구하여 소비자의 선택 및 의사결정에 대한 체계적 이해를 도모하고자 한다. 궁극적으로 바람직한 식품선택과 의사결정을 지원하기 위한 상품개발과 커뮤니케이션 전략도출을 목표로 한다. 주요 내용은 식품시장의 이해, 식품트렌드, 소비자 심리, 행동경제학 이론, 커뮤니케이션 이론, 다양한 마케팅 이론, 트렌드 및 사례 등이다.
- The course is designed to learn how to incorporate various marketing concepts and principles to the food industry. The course takes a behavioral economics perspective to understand consumer choice

and decision making in food consumption. Ultimately, it is expected for students to be able to support consumers' desirable food consumption by developing new products and services and communication strategy. The topics of the course include food market and trend, food consumers' psychology, behavioral economic theories, communication theories, consumer choices and decision making, and food marketing practices & trends, etc.

#### **CULT4019 환대산업전략경영론(Hospitality Strategic Management) 3-3-0**

- 본 과목은 학생들에게 환대산업 전략경영의 핵심적인 개념들과 차원들에 대한 학습 기회를 제공한다. 또한, 본 과목을 통해 학생들은 외부 환경과 내부 자원 분석, 전략 선택, 전략 실행을 주요 요소로 구성되는 전략경영과정 전체를 이해할 것으로 기대된다. 특히, 본 수업은 환대산업 맥락에서 학생들의 분석 능력 및 실용적 능력을 신장시킬 것을 목적으로 한다.
- This course provides students with opportunities for learning core concepts and dimensions of strategic management in the hospitality industry. And, from this course students are expected to understand strategic management process as a whole, which is composed of external environments and internal resources analyses, strategic choices, and strategic implementations as key factors. Especially, this course aims to enhance both analytical and practical skills for students in the context of the hospitality industry.

#### **HSPMT3018 스마트관광론(Smart Tourism) 3-3-0**

- 본 수업은 정보기술(IT: Information Technology)를 통한 관광의 패러다임 변화와 비즈니스 트렌드와 관련한 수업이다. 본 수업은 관광의 본질적인 이슈인 인간이 여행을 하는 동기와 목적 그리고 행동방식과 방법, 관광의 자동화와 창조적 콘텐츠의 생성, 의사결정과 창조적 콘텐츠의 생성 방식에 대해 살펴본다. 본 과목은 스마트관광의 철학과 학문적 정체성과 함께 스마트관광 마케팅, 스마트관광 소비자행동, 온라인 리뷰, 스마트관광도시, 스마트관광 생태계 등의 주제를 다루며, 다양한 사례로는 Airbnb, Unber, 구글, TripAdvisor, 인스타그램, 페이스북, 한국관광공사, 서울시, 제주도 등 스마트관광과 관련한 활동을 다룬다.
- This subject is related to the paradigm shift in tourism through IT (Information Technology) in the tourism context. This subject investigates the essential issues of tourism such as motivation and purpose of human travel, and the way of tourism activity, automation and creation of creative content, and decision making. Along with the philosophy and identity of smart tourism, this course covers topics such as smart tourism marketing, smart tourism consumer behavior, online reviews, smart tourism cities, smart tourism ecosystems, and various examples include Airbnb, Unber, Google, TripAdvisor, Instagram, Facebook, Korea Tourism Organization, Seoul, Busan. and Jeju Island.

## 교육과정 이수체계도

학과(전공)명: 문화관광산업학과(Department of Culture & Tourism Industry)

과정명: 일반형

▣ 교육과정의 특징

- 이론과 실무를 겸비한 교과과정
- 일부 교과목 온라인 강좌로 운영

▣ 교육과정 이수체계도

학년	이수학기	교과목명(또는 이수내용)
1학년	1학기	문화관광산업학개론, 문화관광콘텐츠이해
	2학기	미디어와문화관광, MICE산업론
2학년	1학기	경영정보시스템, 인적자원관리, 문화관광자원론
	2학기	마케팅원론, 재무관리, 스토리텔링과문화관광, 호텔실무론
3학년	1학기	문화관광소비자의이해, 문화공연기획실무, 문화관광커뮤니케이션영어, 문화관광산업현장학습, 관광목적지관리론, 스마트관광론
	2학기	문화관광시장조사론, 문화관광e-비즈니스, 관광장소마케팅, 문화관광커뮤니케이션영어, 관광데이터분석
4학년	1학기	졸업논문(문화관광산업), 문화관광서비스경영, 문화관광브랜드관리론, 여행실무론, 축제이벤트경영론, 독립심화학습1(문화관광산업)
	2학기	졸업논문(문화관광산업), 와인과문화예술, 문화관광산업트렌드, 독립심화학습2(문화관광산업), 푸드심리학, 현대산업전략경영론

## 문화관광산업학과 전공능력

▣ 학과(전공) 교육목표 및 인재상

구분	세부내용		
학과(전공) 교육목표	실무적·학문적 지식을 균형 있게 학습함으로써 문화관광산업 분야의 전문 인력 양성		
학과(전공) 인재상	학과 인재상	세부내용	본교 인재상과의 연계성
	문화관광산업의 경영에 관한 실천적, 실용적 학문탐구를 통하여 미래의 전문경영자로서 자질과 역량을 배양한 실무적, 학문적 지식의 능력을 갖춘 인재	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 문화관광산업의 전문 경영인으로서 자질과 실무능력을 심화함으로써 창조적이고 합리적 사고방식을 갖춘 인재 필요</li> <li>· 글로벌인재 육성 목표로 영어전용 전공강의 이수, 실무 적용 가능한 비즈니스 커뮤니케이션 일본어 학습</li> <li>· 종합적인 학문탐구를 통해 미래의 전문 경영인으로서의 자질과 역량을 갖추고, 산학연계를 통해 실무능력을 심화함으로써 창조적 인재로 거듭남</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 경영학적 지식을 갖춘 비판적 지식탐구 인재</li> <li>· 글로벌 비즈니스 능력을 갖춘 사회적 가치추구 인재</li> <li>· 창의적 노력을 통해 전환의 미래시대를 선도하는 주도적, 도덕적 혁신융합인재</li> </ul>
	인재상1	비판적 지식탐구 인재	문화관광산업분야 전문성을 가지고 학문적 융복합을 통한 창의적 해결 능력을 갖춘 인재
	인재상2	사회적 가치추구 인재	세계 시민으로서 자격을 갖춘 인재
	인재상3	주도적 혁신융합 인재	학문 경계를 드나들며 혁신적 변화를 이끌어낼 아이디어나 해결책 산출하는 능력

▣ 학과(전공) 전공능력

인재상	전공능력	전공능력의 정의
문화관광산업의 전문 경영인으로서 창조적이고 합리적 사고방식을 갖춘 인재	학문탐구 능력	전문지식을 깊이 습득하고 최신 전문지식을 탐구·연마하는 능력
	비판지성 능력	타당한 근거나 기준을 토대로 현상을 논리적이고 체계적으로 탐구하는 능력
글로벌 비즈니스 능력을 갖춘 사회적 가치추구 인재	의사소통 능력	타인의 의견을 경청하고 자신의 의견을 명확하게 전달하여 타인과 효과적으로 상호작용하는 능력
	세계시민 능력	세계시민으로서 문화관광산업에 필요한 다양한 언어를 구사하는 능력
주도적 혁신융합 인재	도전정신 능력	스스로 도전적 목표를 설정하여 실패를 두려워 않고 노력을 지속하는 태도
	창의융합 능력	학문 경계를 넘나들며 혁신적 변화 이끌어낼 아이디어나 해결책 산출하는 능력

▣ 전공능력 제고를 위한 전공 교육과정 구성 및 체계도 정립

가. 전공 교육과정 구성표

전공능력	학년	이수학기	교과목명
학문탐구 능력	1	1,2	문화관광산업학개론, 미디어와 문화관광, 문화관광콘텐츠이해, MICE산업론
비판지성 능력	2	1,2	경영정보시스템, 마케팅원론, 인적자원관리, 재무관리
의사소통 능력	2,3	1,2	스토리텔링과문화관광, 문화관광자원론, 호텔실무론, 문화관광소비자의이해, 문화관광시장조사론, 문화관광e-비즈니스, 문화공연기획실무
세계시민 능력	3,4	1,2	문화관광커뮤니케이션영어, 문화관광커뮤니케이션일어, 스마트관광론, 관광목적지관리론, 문화관광산업트렌드, 현대산업전략경영론
도전정신 능력	3,4	1,2	문화관광산업현장학습, 관광장소마케팅, 관광데이터 분석, 여행실무론, 축제이벤트경영론, 문화관광서비스경영, 문화관광브랜드관리론
창의융합 능력	4	2	와인과문화예술, 푸드심리학, 독립심화학습1,2(문화관광산업), 졸업논문(문화관광산업)



나. 전공 교육과정 체계도

전공역량		교육과정			
		1학년	2학년	3학년	4학년
학문탐구 능력	교과 과정	문화관광산업학개론, 미디어와문화관광, 문화관광콘텐츠이해, MICE산업론			
	특별 프로 그램	진로캠프(Career day)			
비판지성 능력	교과 과정		경영정보시스템, 마케팅원론, 인적자원관리, 재무관리		
의사소통 능력	교과 과정		스토리텔링과문화관광, 문화관광자원론, 호텔실무론	문화관광소비자의 이해, 문화관광시장조사론, 문화관광e-비즈니스, 문화공연기획실무	
세계시민 능력	교과 과정			문화관광커뮤니케이션영어, 문화관광커뮤니케이션일어, 스마트관광론, 관광목적지관리론	문화관광산업트렌드, 현대산업전략경영론
	특별 프로 그램	국내·외 문화탐방, 디즈니 인턴십 프로그램			
도전정신 능력	교과 과정			문화관광산업현장학습, 관광장소마케팅, 관광데이터분석	여행실무론, 축제이벤트경영론, 문화관광서비스경영, 문화관광브랜드관리론
창의융합 능력	교과 과정				와인과문화예술, 푸드심리학, 독립심화학습1,2(문화관광산업), 졸업논문(문화관광산업)
	특별 프로 그램	산학협동프로그램			