* 경영학과 (Department of Business Administration)

학과 소개

본 학과는 산업、정보화 사회가 요구하는 과학적이고 분석적인 경영인과 미래의 경영 교육을 담당할 인재를 양성하는데 교육의 목표를 두고 있으며 분과 학문 위주의 기능식 교육을 지양하고 종합 과학적인 접근으로 새로운 통합교육의 장을 제공하고자 한다. 따라서 인사·조직, 생산, OR, 재무·보험, 마케팅, 전략·국제경영, 경영정보, 회계, 지속가능경영 등에 관련된 선진이론 및 방법을 체계적으로 교육, 연구하는데 역점을 두고 있다.

교육 목표

- 연구중심의 커리큘럼을 통한 연구능력 배양
- 다양한 강의 경험을 통한 강의 능력 배양
- 심도 있는 이론연구를 통한 연구자 양성
- 실무와의 연계교육으로 기업경영자 양성
- 국가·사회에 봉사하는 인재육성

학과 내규

1. 학과 전공 및 과정

▣ **경영학 전공**

세 부 분 야		개 요
마케팅		마케팅은 시장 환경(소비자, 경쟁자, 유통채널 등)을 바탕으로 기업의 결정(제품 및 서비스, 가격, 촉진, 유통)을 연구하는 학문이다. 마케팅은 다양한 학문(심리학, 사회학, 수학, 통계학, 경제학)을 기초로 소비자행동, 제품혁신, 가격, 커뮤니케이션, 유통 등의 이론을 연구하고 실무에 적용한다.
매니지먼트	인사조직 분야	매니지먼트 분과에서는 인간행동의 집합적 시스템으로서의 조직을 연구하는 조직행동론과 경영의 중요한 요소로서의 인적자원에 집중하는 인적자원관리론과 관련된 주제로 강의와 세미나를 진행한다. 특히 조직행동론에서는 조직목표 달성을 위한 조직구성원의 동기, 직무태도, 개인과 집단의 상호작용, 조직문화 등을 다루며, 인적자원관리론에서는 인적자원을 효율적으로 확보, 유지, 발전시키는 조직 전반의 시스템과 그 효율성 등을 다룬다.
	전략/국제경영 분 야	
	기술경영 분야	
재무/보험	재무 분야	기업의 자금조달 및 투자, 자산운용, 유가증권의 가치평가, 국제재무, M&A, 기업지배구조 등 재무 분야의 이론과 사례를 배우고 분석하는 능력을 배양하여 기업경영에 적용하는 능력을 갖추도록 한다.
	보험 분야	리스크관리와 생명보험, 손해보험 등 보험 분야의 이론과 사례들을 배우고 분석하는 능력을 배양하여 기업 및 개인의 리스크관리에 적용하는 능력을 갖추도록 한다.

세 부 분 야	개 요
회계	현대사회에서 회계는 모든 조직운영에 필수적인 경영의 언어라고 할 수 있다. 또한 회계정보는 기업, 투자자, 채권단, 정부기관 등의 합리적인 의사결정에 필수적인 요소이다. 회계학전공에서는 학생들에게 회계정보를 과학적이고 체계적으로 교육하고 회계시스템의 분석, 평가, 설계 기법을 연마시킴으로써 기업의 회계시스템을 개발할 수 있는 능력을 갖추게 하고 더 나아가 회계정보를 기업의 전략적 의사결정에 활용할 수 있는 방법을 교육함으로써 기업의 최고경영층으로 활동할 수 있는 기반을 다질 수 있게 한다.
BA (Business Analytics)	빅데이터, 인공지능을 기반으로 비즈니스 AI를 구현하기 위하여 고급 통계학, 인공신경망 기법을 이용하여 경영전반을 지원하는 데이터 구축, 분석, 예측을 수행하는 응용능력을 배양한다.
MS (Management Science)	기업 경영 활동에서 요구되는 다양한 의사결정의 과학적 분석 기법을 연구한다. 확률 및 통계학, 시뮬레이션, 대기행렬이론, 최적화 기법 및 의사결정론 등 경영 현안의 통계적 분석과 더불어 계량적 분석 기법을 우선적으로 학습한다. 제품 및 서비스 생산 기획, 자재소요계획, 재고관리, 설비관리 등 생산운영관리 학습을 기반으로 공급사슬관리, 구매관리, 물류관리 등 운영관리의 세부분야에 대해 심도 깊은 연구를 한다.

▣ 지속가능경영학 전공

세 부 분 야	개 요
지속가능경영	21세기 초부터 기업경영 여건이 경제, 환경, 사회 등 세 가지 측면에서의 지속가능성을 요구하는 방향으로 급격히 변화되고 있어 본 과정은 환경경영 및 탄소경영, 기업윤리 및 사회책임경영 등에 대한 연구와 교육을 통하여 기업경영 패러다임인 지속가능성을 학습한다.

▣ 이중언어트랙

세 부 분 야		개 요
이중언어트랙	기업경영	산업 구조가 복잡해지고, 수많은 기업들 사이에 경쟁이 치열해짐에 따라서 실제 회사 경영에 필요로 하는 지식의 체계화와 이의 전달을 목적으로 연구를 한다. 생산관리, 인사조직, 마케팅, 재무, 회계, 경영정보시스템 등 경영학의 기본적인 내용과 더불어, 이를 중심으로 국민 경제와 기업의 발전, 즉 효율적이고 수익성의 향상을 위한 계획이나 조직 체계의 개선책에 관한 연구와 실천을 연구한다. 그리고 이를 통해, 경제나 기업 활동에 국한된 학문이 아닌 모든 조직에 접목될 수 있는 학문을 연구하는 데에 중점을 둔다.
	금융부동산	금융시장의 급속한 발전과 다양한 금융혁신으로 금융업무가 전문화되고 다양화되었으며, 위험관리의 필요성도 커지고 있다. 부동산 시장도 금융 활동과의 연계가 강해지고 개발과 투자의 방식이 다양화됨으로써 새로운 부동산 기법에 대한 연구가 필요하다. 본 전공은 이러한 금융 및 부동산 자산에 대한 체계적인 이해와 적절한 관리방법을 연구하며, 금융 및 부동산 분야의 전문지식과 창의적 업무개발 능력을 갖춘 전문 인력을 양성하는 것을 목표로 한다.

세 부 분 야		개 요
	미디어경영	디지털 마케팅의 시대, 미디어 산업은 급격하게 변화하고 있으며, 미디어와 커머스가 결합된 새로운 형태로 진화하고 있다. 이러한 미디어 산업에서 콘텐츠의 개발과 유통, 경영 등의 전문적 영역을 다루며 이와 연관된 저작권, 미디어 정책, 개인 프라이버시, 자율규제, 법규 등의 영역을 전공한다. 또한 미디어 산업 동향과 전망, 경영, 유통, 소비와 관련된 미디어 산업 전반을 연구한다. 이를 통하여 미디어 산업의 성장과 균형을 이끌어나갈 수 있는 정책과 법제의 틀을 마련하고, 이에 기여할 수 있는 전문가 양성을 목표로 한다.

2. 입학 전형

- 일반대학원 내규에 따른 입학전형에 의해 평가하여 선발함.

3. 이수학점

과 정	학 점
석사과정	24학점 이상
박사과정	36학점 이상
석 · 박사통합과정	45학점 이상

4. 필수과목

과 정	학 점
석사과정	모든 세부분야에서 연구방법론을 수강해야 함.
박사과정	모든 세부분야에서 연구방법론세미나를 수강해야 함.
석 · 박사통합과정	

5. 선수과목

▣ **경영학 전공**

과 정	공통 선수과목	세부분야별 선수과목
석사과정	경영학 원론	- 마케팅 : 마케팅관리 - 매니지먼트 : 조직행동론 - 재무 : 재무관리 - 회계 : 회계원리1, 관리회계, 경영통계학 - BA (Business Analytics) : 해당없음 - MS (Management Science) : 해당없음 - 보험: 보험과 리스크(보험학 원론)
박사과정	- 매니지먼트 : 인적자원관리 - 그 외에는 세부분야별 선수과목 없음	
석 · 박사통합과정		

- **석사과정**

  대학원 진학 전 전공이 경영학이 아닌 학생의 경우 선수과목을 수강해야 함. 석사과정의 경우 학부에서 개설된 교과목으로 지정됨. 선수과목의 지정 교과목 수는 1~4과목이며, 학과장(주임교수) 또는 각 세부분야 코디네이터 교수가 학생이 제출한 과목 이수 명단을 확인 후 결정함. 지정된 선수과목은 졸업을 위한 필수요건이지만 성적 상에는 기록되지 않으며, 학기당 취득학점(정규과목) 외에 학기당 6학점까지 추가이수 가능함.

- **박사과정**

  대학원 진학 전 전공이 경영학이 아닌 학생의 경우 선수과목을 수강해야 함. 타 전공 입학자와 특수 및 전문대학원 졸업자가 입학한 경우는 석사과정 교과목으로 지정됨. 선수과목의 지정 교과목 수는 1~5 과목 이내이며, 학과장(주임교수) 또는 각 세부분야 코디네이터 교수가 학생이 제출한 과목 이수 명단을 확인 후 결정함. 지정된 선수과목은 졸업을 위한 필수요건이지만 성적 상에는 기록되지 않으며, 학기당 취득학점(정규과목) 외에 학기당 6학점까지 추가이수 가능함.

- **석ㆍ박사 통합과정**

  대학원 진학 전 전공이 경영학이 아닌 학생의 경우 선수과목을 수강해야 함. 타 전공 입학자와 특수 및 전문대학원 졸업자가 입학한 경우는 석사과정 교과목으로 지정됨. 선수과목의 지정 교과목 수는 1~4 과목 이내이며, 학과장(주임교수) 또는 각 세부분야 코디네이터 교수가 학생이 제출한 과목 이수 명단을 확인 후 결정함. 지정된 선수과목은 졸업을 위한 필수요건이지만 성적 상에는 기록되지 않으며, 학기당 취득학점(정규과목) 외에 학기당 6학점까지 추가이수 가능함.

6. 자격시험

과 정	자 격 시 험
석사과정	외국어시험과 종합시험 2가지 모두 합격하여야 함.
박사과정	
석 · 박사통합과정	

- 석사 또는 박사학위 취득을 위한 논문심사를 받기 전에 논문작성 및 제출할 수 있는 정도의 학업능력과 성과가 있는지 시험을 통하여 확인하는 제도.
- 수료생은 연구등록비를 납부하지 않으면 자격시험에 응시할 수 없음. 각 학위과정 수료 후 학위취득 전까지 학위청구논문 작성 및 심사 준비를 하는 기간에는 소정의 연구등록비를 납부하여야 함.
- 학·석사 연계과정 및 석사과정은 매학기 150,000원의 연구등록비를 최대 4회까지 납부하여야 하고, 박사과정 및 석·박사 통합과정은 수업료의 1/8 (12.5%)를 최대 6회까지 연구등록비로 납부하여야 함. 석·박사통합과정 학생이 수료에 필요한 학점 (45학점)을 조기에 취득하였을 경우 7차 학기부터 위의 연구등록비 납부에 관한 규정을 적용하여야 함. 미납된 연구등록비는 다음 학기로 이월되며, 연구등록비를 납부하지 않으면 외국어자격시험, 종합시험, 학위논문 심사 등 학사 업무가 진행되지 않으므로 반드시 납부하여야 함. 외국인 학생의 경우 연구등록비를 납부하지 않으면, 미등록으로 비자가 취소됨. 즉, 외국인의 경우 수료 중 휴학은 신청 불가함.

가. 외국어 시험

1) 시험과목

가) 외국어시험 과목은 영어시험으로 함.

나) 정원 외 외국인은 모국어를 시험과목으로 응시할 수 없음.

2) 시험 시기 및 응시절차

가) 외국어시험은 매년 3월과 9월에 시행함.

나) 외국어시험에 응시하고자 하는 학생은 본교 학사정보시스템에서 신청을 한 후 소정의 응시료를 납부하여야 함.

3) 외국어시험의 수준과 합격 기준

가) 외국어시험의 수준은 전공분야 해당 외국어 문헌의 독해력을 평가하는 정도로 하며, 시험 시간은 60분으로 진행함.

나) 외국어시험에 대한 성적은 100점 만점에 70점 이상을 합격으로 함.

4) 외국어시험의 면제

- 외국어시험 면제 조건에 해당하는 학생은 매 학기 지정된 외국어시험 신청기간에 온라인으로 면제사유와 공인어학성적 등을 입력하고 면제 신청을 하여야 함.
- 정원 내 입학자는 다음 중 하나 이상을 충족하는 경우 외국어시험을 면제할 수 있음.

가) 공인어학성적을 취득한 학생(단, 면제 신청일을 기준으로 2년 이내에 취득한 성적만 인정)

구 분	TOEFL			TOEIC	TEPS	IELTS
	PBT	CBT	IBT			
점 수	520	200	72	700	600	5.5

나) 외국어자격시험에 1회 이상 응시하여 불합격한 학생으로서 국제교육원 외국어시험 대체강좌를 30시간 이상 이수하고 합격(“P”)에 해당하는 성적을 받은 학생

다) 공용어가 영어인 국가에서 중등교육 또는 고등교육기관을 졸업한 학생

라) SCI급 학술지(SCI(E), A&HCI 및 SSCI 포함) 또는 SCOPUS 학술지에 저자의 소속표기가 세종대학교로 된 논문을 주저자로 게재하였거나 게재 예정인 논문을 발표한 학생

- 정원 외 외국인 입학자는 입학서류 제출 시 공인어학성적이 아래 제시된 점수 이상인 경우 외국어시험 면제가 자동 처리됨. 입학 시 충족을 못할 경우 졸업 전에 반드시 충족해야 함(단, 면제 신청일을 기준으로 2년 이내에 취득한 성적만 인정).

구 분	TOPIK	TOEFL			TEPS	IELTS
		PBT	CBT	IBT		
점 수	4급	550	210	80	600	5.5

- 본 대학원에서는 교육과학기술부 지침을 준수하되 본교 대학원에서 수학할 능력이 충분하며, 학위청구논문 제출 전까지 위 어학성적을 취득하여 대학원에 해당 성적을 제출할 수 있는 학생에 대하여는 위의 성적 유무와 관계없이 입학을 허용하였음.
- 따라서 2012년부터 본교 대학원에 입학한 외국인 학생 중 위 어학성적을 취득하지 못한 학생은 반드시 공인어학성적을 취득하고 그 증명을 대학원에 제출하여야 함.

나. 종합시험

1) 종합시험 과목

가) 석사과정 : 2과목

▣ 경영학 전공

세부분야		종합시험과목
마케팅		마케팅관리연구, 마케팅리서치, 소비자행동론연구 3과목 모두 수강 후 2과목 선택
매니지먼트	인 사 조 직 분 야	조직행동론, 인적자원관리
	전략/국제경영 분야	국제경영론, 전략경영론
	기 술 경 영 분 야	기술경영론, 연구개발관리론
재무/보험	재 무 분 야	기업재무, 투자론
	보 험 분 야	생명보험, 손해보험
회계		회계이론연구, 재무회계연구, 원가회계연구 중 2과목 선택
BA (Business Analytics)		전공과목 중 이수한 과목 또는 이수중인 과목 중 2과목을 지정
MS (Management Science)		생산·운영관리, 확률및통계학

▣ 지속가능경영학 전공

세부분야	종합시험과목
지속가능경영	기업윤리와사회책임경영연구, ESG마케팅연구(구. 환경마케팅연구), ESG경영연구(구. 지속가능경영연구), ESG경영전략연구(구. 지속가능경영전략연구) 4과목 모두 수강 후 2과목 선택

*2022년 이전 입학자 소급적용

※ 학부장, 대학원 주임교수와 해당 세부분야 코디네이터 교수의 동의하에 대체과목 지정 가능

나) 박사과정, 석·박사 통합과정 : 3과목

▣ 경영학 전공

<table>
<tr><th colspan="2">세부분야</th><th colspan="2">종합시험과목</th></tr>
<tr><td rowspan="3">마케팅</td><td rowspan="3"></td><td colspan="2">[필수]
마케팅관리세미나, 마케팅리서치세미나, 소비자행동론세미나
[심화]
서비스마케팅세미나, 경로관리세미나</td></tr>
<tr><td>2020-1학기 입학생까지</td><td>5개의 필수 및 심화 과목을 모두 수강한 후 마케팅리서치세미나, 소비자행동론세미나를 포함하는 3과목 (1과목 선택)</td></tr>
<tr><td>2020-2학기 입학생부터</td><td>마케팅관리세미나, 마케팅리서치세미나, 소비자행동론세미나 전공 필수 3과목 모두 수강 후 3과목을 모두 종합시험과목으로 지정</td></tr>
<tr><td rowspan="3">매니지먼트</td><td>인 사 조 직 분 야</td><td colspan="2">조직행동론세미나, 인적자원관리세미나, 조직이론세미나</td></tr>
<tr><td>전략/국제경영 분야</td><td colspan="2">전략경영세미나, 국제경영세미나, 인적자원관리세미나</td></tr>
<tr><td>기 술 경 영 분 야</td><td colspan="2">기술경영세미나, 연구개발관리세미나, 혁신경영론세미나</td></tr>
</table>

세부분야		종합시험과목
재무/보험	재 무 분 야	기업재무세미나, 투자론세미나, 파생상품세미나
	보 험 분 야	생명보험세미나, 손해보험세미나, 리스크관리세미나
회계		회계이론세미나, 고급회계학세미나, 원가회계세미나
BA (Business Analytics)		전공과목 중 이수한 과목 또는 이수중인 과목 중 3과목을 지정
MS (Management Science)		생산·운영관리세미나, 확률및통계세미나, 공급사슬관리세미나

▣ **지속가능경영학 전공**

세부분야	종합시험과목
지속가능경영	기업윤리와사회책임경영연구, ESG마케팅연구(구. 환경마케팅연구), ESG경영연구(구. 지속가능경영연구), ESG경영전략연구(구. 지속가능경영전략연구) 4과목 모두 수강 후 2과목 선택

*2022년 이전 입학자 소급적용

※ 학부장, 대학원 주임교수와 해당 세부분야 코디네이터 교수의 동의하에 대체과목 지정 가능

2) 종합시험 응시자격

가) 석사과정 : 2학기 이상 등록하고 18학점 이상 취득한 자, 또는 취득학점과 수강신청 학점의 합계가 24학점이상 수강신청한 자로서 평균성적이 B^0 이상인 학생.

나) 박사과정 : 2학기 이상 등록하고 24학점 이상 취득한 자, 또는 취득학점과 수강신청 학점의 합계가 36학점이상 수강신청한 자로서 평균성적이 B^0 이상인 학생.

다) 석.박사통합과정 : 4학기 이상 등록하고 36학점 이상 취득한 자 또는 취득학점과 수강신청 학점의 합계가 45학점이상 수강신청한 자로서 평균성적이 B^0 이상인 학생.

3) 종합시험 시행시기 및 응시절차

가) 종합시험은 매년 4월과 10월에 시행함.

나) 종합시험에 응시하고자 하는 학생은 본교 홈페이지 학사정보시스템에서 신청해야 함.

4) 종합시험의 수준과 합격기준

가) 종합시험은 학생이 학위청구논문을 독자적이고 창의적으로 작성하는데 필요한 전공분야의 종합적인 지식을 갖추었는지를 평가하는 수준으로 하며, 시험시간은 각 과목 90분 이내로 진행함.

나) 종합시험 성적은 각 과목 100점 만점에 70점 이상을 합격으로 함.

5) 재시험

가) 종합시험에 불합격한 학생은 불합격한 과목에 대하여 석사과정은 3회, 박사 및 석.박사통합과정은 4회까지 재응시 할 수 있음.

나) 불합격한 과목을 다른 과목으로 변경하여 응시할 수 없음.

6) 종합시험의 면제

- 다음에 해당하는 경우 종합시험이 면제됨.

가) 한국연구재단 등재 학술지, SCI급 학술지(SCI(E), A&HCI 및 SSCI 포함) 또는 SCOPUS 학술지에 주저자로 석사는 1편, 박사는 2편의 논문을 게재하였거나 게재 예정인 경우.

나) 위 1)의 주저자인 경우 1편, 공동저자인 경우는 참여 저자 인원으로 배분하여 합산 100%인 경우 1편으로 인정.

다) 발표(게재)논문은 저자 소속표기가 '세종대학교(또는 세종대)'로 되어 있는 논문으로 제한.

7. 학위 논문

가. 논문지도

1) 지도교수 선정

가) 논문을 제출하고자 하는 학생은 소정기간에 지도교수를 선정하여야 함.

나) 논문의 주제가 복합적인 경우, 지도교수를 2인까지 선정할 수 있음.

다) 지도교수 신청, 승인 : 매학기 지도교수 신청기간에 학과에서 지도교수 배정한 후 학생 개인이 직접 학사정보시스템에서 지도교수 신청하면 지도교수가 결정됨.

2) 지도교수의 자격

가) 본교 모든 전임교수는 학과장(주임교수) 제청에 의하여 석사학위 논문 지도교수로 위촉될 수 있음.

나) 본교 교수 및 부교수와 박사학위를 소지한 조교수는 박사학위 논문 지도교수로 위촉될 수 있음.

다) 외부 인사를 지도교수로 선정할 경우 대학원운영위원회의 심의를 거쳐 위'1), 2)'와 동등 이상의 자격이 있는 인사 중에서 선정할 수 있음.

라) 논문 지도교수는 변경할 수 없음을 원칙으로 하되, 부득이한 경우 학과장(주임교수)의 동의를 거쳐 해당 대학원장의 승인을 받아야 함.

나. 논문예비심사 및 논문계획서 제출

1) 석사학위과정

가) 3학기 또는 그 이후 논문심사위원회 앞에서 논문에 대한 계획을 발표해야 함

나) 논문심사위원회는 학생별로 지도교수와 상의하여 구성하며 특별한 사정이 없는 한 본 심사 완료시까지 동일하게 유지하는 것을 원칙으로 함

다) 별도의 논문예비심사 없이 본 심사과정을 바로 진행할 수도 있으며, 본 심사과정에서는 학위논문을 제출하고 논문심사위원회에서 2회 이상(일반적으로 구술심사, 논문심사 각각 1회) 심사를 받음

라) 학위논문을 제출하기 전에 전문학술지 또는 학술대회에서 1편 이상의 논문을 발표하는 것을 원칙으로 함. (세부분야별로 학술지 및 학술대회 발표기준이 상이하므로 각 세부분야별 코디네이터 교수에게 확인 필요함)

마) 논문예비심사 자격 요건은 종합시험과 외국어시험을 통과한 학생으로서 이수학점인 24학점 이상을 취득하였거나 해당 학기에 취득예정인 경우에 가능함

2) 박사학위과정

가) 3학기 또는 그 이후 논문심사위원회 앞에서 논문에 대한 계획을 발표해야 함

나) 논문심사위원회는 학생별로 지도교수와 상의하여 구성하며 특별한 사정이 없는 한 본 심사 신청시까지 동일하게 유지하는 것을 원칙으로 함

다) 학위청구논문을 신청하기 전에 전문학술지에 1편 이상의 논문을 발표하는 것을 원칙으로 함(세부분야별로 학술지 및 학술대회 발표기준이 상이하므로 각 세부분야별 코디네이터 교수에게 확인 필요함)

라) 논문예비심사 전, 논문심사위원추천서와 지도교수 날인이 포함된 논문계획서를 학과에 제출해야 함(논문심사위원추천서와 논문계획서 양식은 학과 제공)

마) 논문예비심사는 본 심사 한 학기 이전에 실시하는 것을 원칙으로 함. 단, 학기 종료는 방학 기간을 포함하여 1학기는 8월 말까지, 2학기는 2월까지로 간주함

바) 논문예비심사 후 본 심사과정은 다음 학기 또는 그 이후에 진행하며, 학위청구논문을 신청하고 논문심사위원회에서 3회 이상 논문심사(구술심사 1회 이상)를 받음

3) 석·박사통합과정

가) 4학기 또는 그 이후 논문심사위원회 앞에서 논문에 대한 계획을 발표해야 함

나) 논문심사위원회는 학생별로 지도교수와 상의하여 구성하며 특별한 사정이 없는 한 본 심사 신청시까지 동일하게 유지하는 것을 원칙으로 함

다) 학위청구논문을 신청하기 전에 전문학술지에 1편 이상의 논문을 발표하는 것을 원칙으로 함(세부분야별로 학술지 및 학술대회 발표기준이 상이하므로 각 세부분야별 코디네이터 교수에게 확인 필요함)

라) 논문예비심사 전, 논문심사위원추천서와 지도교수 날인이 포함된 논문계획서를 학과에 제출해야 함(논문심사위원추천서와 논문계획서 양식은 학과 제공)

마) 논문예비심사는 본 심사 한 학기 이전에 실시하는 것을 원칙으로 함. 단, 학기 종료는 방학 기간을 포함하여 1학기는 8월 말까지, 2학기는 2월까지로 간주함

바) 논문예비심사 후 본 심사과정은 다음 학기 또는 그 이후에 진행하며, 학위청구논문을 신청하고 논문심사위원회에서 3회 이상 논문심사(구술심사 1회 이상)를 받음

다. 논문제출

1) 논문제출 자격

- 학위청구논문 제출을 위하여 다음의 조건을 모두 충족하여야 함.

가) 각 학위과정 수료에 필요한 학점을 모두 취득하였거나 당해 학기 말까지 취득 예정인 자.

나) 외국어시험에 합격한 자 또는 합격 예정인 자.

※ 이 경우 '합격예정인 자'라 함은 국제교육원 대체강좌를 수강 중에 있거나 공인어학능력시험에 응시하여 '(5-1)-라-1)'의 면제조건에 해당하는 점수 이상을 얻을 수 있는 자를 말함.

다) 종합시험에 합격한 자.

라) 기타 예비심사 등 학과내규로 정한 사항을 충족한 자.

2) 논문제출 시기 및 제출 연한

가) 논문제출시기

- 심사용 제출논문: 매년 4월말~5월초, 10월말~11월초
- 제본된 최종 제출논문: 매년 6월말~7월초, 12월말~1월초

나) 제출절차

- 심사용 논문은 소정의 심사료를 납부한 후 석사과정은 3부, 박사 및 석.박사통합과정은 5부를 학과(논문심사위원)에 제출하여야 함.
- 제본된 최종 논문은 석사, 박사 및 석.박사통합과정 모두 4부를 제출해야 함.

다) 구비서류

- 학위청구논문 제출신청서
- 논문지도교수 추천서
- 연구윤리준수 서약서

3) 논문제출 연한

가) 학·석사연계과정: 입학년도부터 5년
나) 석사과정: 입학연도부터 6년
다) 박사과정: 입학연도부터 8년
라) 석·박사통합과정: 입학연도부터 10년

라. 논문의 작성

1) 본 대학원의 논문 작성 요령에 따라 작성하여야 함.

- 대학원 홈페이지 → 각종 양식 → 논문 → '세종대학교 대학원 논문 제출 형식'에 따라 작성함을 원칙으로 함.

2) 논문은 국문으로 작성함을 원칙으로 하며, 영문초록(Abstract)을 첨부하여야 함.
3) 영어로 논문을 작성하는 경우에는 국문초록을 첨부하여야 함.

마. 논문의 심사

1) 심사위원 구성

가) 논문 심사위원은 지도교수를 포함하여 석사과정은 3인, 박사과정은 5인으로 구성함.
나) 외부 인사를 심사위원으로 선정할 경우 석사과정은 2인 이내, 박사과정은 3인 이내로 하며, 지도교수가 추천한 외부 전문가 중에서 선정함.
다) 박사과정 심사위원 5인 중 3인 이상은 박사학위를 소지하여야 함.

2) 심사 방법

가) 석사학위 논문심사위원회는 심사위원 전원이 출석하여야 하며, 박사학위 심사위원회는 심사위원은 5분의 4 이상의 출석하여 심사하여야 함.
나) 학위청구논문 심사는 논문심사와 구술심사(최종심사)로 하며 구술심사 시 제출자를 출석시켜 심사 함.
다) 논문심사는 논문제출자의 소속, 성명, 논문제목, 심사일시와 장소 등을 게시하여 공개심

사 하는 것을 원칙으로 하되, 심사위원회의 요청이 있을 경우 비공개로 실시할 수 있음.

3) 합격 기준

가) 석사학위 : 심사위원 3분의 2 이상의 합격 판정

나) 박사학위 : 심사위원 5분의 4 이상의 합격 판정

바. 최종 제본논문 인쇄 및 제출

- 심사용 논문 제출자는 심사 과정에서 지적된 사항을 수정 보완하고 인쇄 제본한 후 논문심사위원의 날인을 받아 석사 4부, 박사 4부를 제출하여야 함.

사. 학위논문의 공표

- 박사학위를 받은 자는 학위를 받은 날로부터 1년 이내에 박사학위논문을 공표하여야 함.

8. 학점기반 석사과정

가. 대상 전공 : 이중언어트랙 **(정원외 외국인에 한함)**

나. 과정 언어 : 한국어, 중국어, 영어

다. 졸업 요건

1) 이수학점

가) 최저 30학점 이상으로 한다.

나) 학점 이수 필수사항 : 핵심(9학점 이상) + 심화(6학점 이상)

① 핵심 : 연구조사방법론, 캡스톤설계 + [3학점 이상 핵심과목 선택]

핵심과목
경영학원론, 경제학원론, 국제경영론, 기업재무론, 확률및통계학

② 심화 : 세부분야별 심화 과목 중 2과목 선택

세부분야	심화 과목
기업경영	마케팅원론, 전략경영과 경쟁우위, 기술경영과 혁신전략, 조직행동론, 인적자원관리론, 기업가정신연구
금융부동산	회계원리, 금융시장론, 국제금융, 부동산 재무론, 투자론
미디어경영	미디어와 네트워크 경영, 한류 컨텐츠 경영, 미디어 경영경제론, 미디어와 문화컨텐츠 경영, 소셜 비즈니스 마케팅

2) 종합시험

- 이중언어트랙 석사과정은 별도의 종합시험을 시행하지 않음

3) 외국어시험

- 한국어능력시험(TOPIK) 3급 이상 취득

4) 학점기반 석사과정 논문대체학점 이수

- 학위취득은 논문대체학점이수를 통하여 취득함.
- 논문을 대신하여 논문대체과목(캡스톤설계)을 이수한 경우에는 논문 제출과 동등한 자격으로 인정함.
- 논문대체학점으로 인정받기 위해서는 재학 중 마지막 학기에 논문대체과목(캡스톤설계)을 수강신청하여야 하며, 논문대체과목의 성적은 B(3.0) 학점 이상 취득하여야 함.

5) 연구보고서

- 연구보고서는 희망자에 한해 제출한다.

9. 영어트랙 박사과정

가. 모집 시기: 매년 전기

나. 모집 정원: 최대 30명

다. 자격 요건: 공인어학성적이 아래에 제시된 점수 이상인 자. 단, 신청일 기준 2년 이내 취득 성적만 인정

구분	TOEFL			New TEPS	IELTS
	PBT	CBT	IBT		
점수	550	210	80	437	5.5

라. 과정 언어: 영어

마. 졸업 요건

1) 이수 학점: 총 36학점

가) 공통필수 6학점 + 나) 전공 선택 24학점(이중언어트랙 최대 2과목, 분야별 개설 교과목 6과목) + 다) 박사논문연구 6학점

구분	1학기	여름	2학기	겨울
1학년	공통 2과목	이중언어트랙 1과목	전공 3과목	
2학년	박사논문연구 1과목	이중언어트랙 1과목	전공 3과목	박사논문연구 1과목

가) 공통필수 2과목: 연구방법론, 데이터분석

나) 전공 선택 8과목: 분야별 개설 교과목 6과목 + 중문석사 2과목

- 이중언어트랙 과목은 최대 2개까지 수강할 수 있으며, 분야별 개설 교과목 8과목을 이수해도 무방함
- 분야별 개설 교과목과 이중언어트랙 과목이 유사할 경우 수강 불가
- 세부분야별 개설 교과목

  마케팅: 소비자행동 세미나, 마케팅리서치 세미나

  재무: 기업재무 이론과 실증 세미나(신설), 가격결정 이론과 실증 세미나(신설)

  BA: 비즈니스 애널리틱스 실증 세미나, 비즈니스 인텔리전스 실증 세미나

  매니지먼트: 국제경영세미나, 인적자원관리세미나

- 이중언어트랙 개설 교과목

  핵심: 경영학원론, 경제학원론, 마케팅원론, 한국경제사회의 이해

  심화(기업경영): 기술경영과 혁신전략, 전략경영과 경쟁우위, 조직행동론

  심화(금융부동산): 국제금융, 부동산 재무론, 투자론

  심화(미디어경영): 미디어 경영경제론, 미디어와 네트워크 경영, 한류 컨텐츠 경영

다) 박사논문연구 2과목: 논문 지도 과목

2) 종합 시험

가) 종합시험 과목: 분야별 개설 필수과목 2개

나) 종합시험 응시 자격: 일반대학원 박사과정 규정에 따름

다) 종합시험 면제 조건: 한국연구재단 등재 학술지, SCIE급 학술지 또는 SCOPUS 학술지에 주저자로 2편의 논문을 게재

3) 학술지 논문 게재

- 학위청구논문 신청 전 학술지 논문 1편 게재 필수

* 한국연구재단, SCIE급, SCOPUS 학술지 이상의 논문을 기준으로 함

* Peer - reviewed 중국 저널(영문 작성)

부 칙

제1조(시행일) 이 개정 내규는 2023년 03월 01일부터 시행한다.

교과과정표

(각 세부분야 내 교과목은 대상과정별로 가나다 순으로 정렬됨)

▣ 경영학 전공

◎ 마케팅 세부분야

교과목	학수번호	학점	대상과정	이수구분
경로관리연구	415792	3	석사	심화
경로관리특강	031515			심화
고객관계관리연구	415794			심화
국제마케팅연구	415796			심화
마케팅관리연구	415797			핵심
마케팅리서치	031688			핵심
마케팅리서치특강	200226			심화
마케팅특수논제 1	416437			심화
마케팅특수논제 2	416438			심화
브랜드마케팅연구	415798			심화
서비스마케팅연구	415802			심화
소매관리연구	415803			심화
소비자행동론연구	200629			핵심
촉진관리연구	415810			심화
프랜차이즈전략연구	416436			심화
경로관리세미나	415756	3	박사	핵심
고객관계관리연구세미나	415752			심화
고급경로관리	031726			심화
고급마케팅리서치	300441			심화
국제경영환경론	416433			심화
국제마케팅세미나	300454			심화
마케팅관리세미나	415758			심화
마케팅다변량분석	416434			심화
마케팅리서치세미나	415759			핵심
마케팅특수논제 1 세미나	416446			심화
마케팅특수논제 2 세미나	416447			심화
브랜드마케팅세미나	415783			심화
서비스마케팅세미나	415761			핵심
소매관리세미나	031793			심화
소비자행동론세미나	415762			핵심

교과목	학수번호	학점	대상과정	이수구분
촉진관리세미나	415769			심화
프랜차이즈전략경영세미나	300498			심화

◎ **매니지먼트 세부분야**

교과목	학수번호	학점	대상과정	이수구분
국제경영론	416429	3	석사	핵심
인적자원관리	300136			핵심
조직행동론	300019			핵심
국제경영세미나	416445	3	박사	핵심
매니지먼트세미나	416431			심화
인적자원관리세미나	300481			핵심
인적자원관리특별연구	416430			심화
전략경영세미나	300120			핵심
전략사례론	416432			심화
조직이론세미나	300229			핵심
조직행동론세미나	300489			핵심
조직관리론	300487	3	공통	심화
조직이론	300228			전공
조직행동특별연구	300490			심화

◎ **재무/보험 세부분야**

교과목	학수번호	학점	대상과정	이수구분
금융기관론	031574	3	석사	심화
기업재무	031684			핵심
사회보험	300468			심화
생명보험	415801			핵심
손해보험	300472			핵심
투자론	200412			핵심
기업재무세미나	031719	3	박사	핵심
사회보험세미나	031718			심화
생명보험세미나	031716			핵심
손해보험세미나	031692			핵심
재무관리특수논제	031713			심화

교과목	학수번호	학점	대상과정	이수구분
투자론세미나	300046			핵심
파생상품세미나	031797			핵심
인수합병과지배구조	300483	3	공통	심화
채권분석	300451			심화

◎ **회계 세부분야**

교과목	학수번호	학점	대상과정	이수구분
관리회계연구	032531	3	석사	심화
비영리회계연구	032532			심화
세무회계연구	200586			심화
원가회계연구	032525			핵심
재무회계연구	032522			핵심
행동회계연구	032502			심화
회계감사연구	032501			심화
회계이론연구	200501			핵심
회계학강론연구	416442			심화
회계학연구방법론연구	415805			심화
회계학특수논제연구	415820			심화
금융시장세미나	300460	3	박사	핵심
회계이론세미나	032721			핵심
고급회계학세미나	032759			핵심
원가회계세미나	415823			핵심
금융공학	300456	3	공통	심화
금융시계열분석	300458			심화
금융시장	300459			심화

◎ **BA (Business Analytics) 세부분야**

교과목	학수번호	학점	대상과정	이수구분
경영과학세미나	416448	3	박사	심화
데이터애널리틱스	416441			심화
디지털경영론	416946			핵심
딥러닝	300246			핵심
머신러닝	300251			핵심
비즈니스인텔리젼스	416439			심화
데이터시각화	300485	3	공통	심화

교과목	학수번호	학점	대상과정	이수구분
데이터애널리틱스	416714			핵심
블럭체인과암호화폐	416721			심화
비즈니스모델	416802			심화
비지니스애널리틱스프로젝트	416723			심화
소셜데이터분석	416717			심화
소셜비지니스모델	416719			심화

◎ MS (Management Science) 세부분야

교과목	학수번호	학점	대상과정	이수구분
대기행렬이론	416444	3	석사	핵심
의사결정	415808			심화
생산·운영관리	신설 요청			핵심
확률및통계학	신설 요청			핵심
공급사슬관리세미나	415774	3	박사	핵심
대기행렬네트워크	416449			심화
생산·운영관리세미나	415785			심화
서비스운영관리	416443			핵심
운영관리연구세미나	416450			심화
의사결정세미나	300480			핵심
확률및통계학세미나	415750			심화
구매관리	415782	3	공통	심화
물류관리	415779			심화
시뮬레이션	300474			심화
최적화기법	300493			심화
통계데이터분석	416713			핵심
품질경영	415781			심화

▣ 지속가능경영학 전공

◎ 지속가능경영 세부분야

교과목	학수번호	학점	대상과정	이수구분
기업가정신연구	416759	3	석사	심화
기업윤리와사회책임경영연구	416753			심화
기업지배구조연구	417039			심화
다변량분석연구	416747			핵심

교과목	학수번호	학점	대상과정	이수구분
사회적가치연구	417045			심화
연구방법론연구	416746			핵심
지속가능경영연구	416751			핵심
지속가능경영전략연구	416755			심화
지속가능경제성분석연구	416769			심화
지속가능금융과 SRI 연구	416765			심화
지속가능마케팅연구	417047			핵심
지속가능마케팅전략연구	417037			심화
지속가능마케팅조사연구	417053			핵심
지속가능비즈니스모델연구	417043			심화
지속가능시니어산업연구	417041			심화
지속가능시니어행동연구	417035			심화
지속가능회계및보고연구	416761			심화
친환경설계및청정생산연구	416763			심화
기업가정신세미나	416760	3	박사	심화
기업윤리와사회책임경영세미나	416754			핵심
기업지배구조세미나	417040			심화
다변량분석세미나	416748			핵심
사회적가치세미나	417046			심화
연구방법론세미나	416799			핵심
지속가능경영세미나	416752			핵심
지속가능경영세미나	416801			핵심
지속가능경영전략세미나	416756			핵심
지속가능경제성분석세미나	416770			심화
지속가능금융과 SRI 세미나	416766			심화
지속가능마케팅세미나	417048			핵심
지속가능마케팅전략세미나	417038			심화
지속가능마케팅조사세미나	417054			핵심
지속가능비즈니스모델세미나	417044			심화
지속가능시니어산업세미나	417042			심화
지속가능시니어행동세미나	417036			심화
지속가능특별논제 1	417033			심화
지속가능특별논제 2	417034			심화
지속가능회계및보고세미나	416762			심화
친환경설계및청정생산세미나	416764			심화

▣ **이중언어트랙**

◎ **기업경영 트랙**

과 정	학수번호	학점	대상과정	이수구분
경영학원론	416870	3	석사	핵심
경제학원론	416871			핵심
국제금융	416950			심화
기술경영과 혁신전략	416948			심화
마케팅원론	416874			심화
미디어 경영경제론	417126			심화
미디어와 네트워크 경영	417031			심화
	417003			심화
부동산 재무론	000029			핵심
연구조사방법론	416949			심화
전략경영과 경쟁우위	300019			심화
조직행동론	007637			핵심
캡스톤설계	200412			심화
투자론	416872			심화
한국경제사회의 이해	417149			심화
한류 컨텐츠 경영	400079			심화
회계원리	300136			심화
인적자원관리론	417287			심화
미디어산업과 문화컨텐츠 경영	417055			핵심
확률및통계학	416759			심화
기업가정신연구	300459			심화
금융시장론	신설예정			심화
소셜 비즈니스 마케팅				

◎ **금융부동산 트랙**

과 정	학수번호	학점	대상과정	이수구분
경영학원론	416870	3	석사	핵심
경제학원론	416871			핵심
국제금융	416950			심화
기술경영과 혁신전략	416948			심화

과 정	학수번호	학점	대상과정	이수구분
마케팅원론	416874			심화
미디어 경영경제론	417126			심화
미디어와 네트워크 경영	417031			심화
부동산 재무론	417003			심화
연구조사방법론	000029			핵심
전략경영과 경쟁우위	416949			심화
조직행동론	300019			심화
캡스톤설계	007637			핵심
투자론	200412			심화
한국경제사회의 이해	416872			심화
한류 컨텐츠 경영	417149			심화
회계원리	400079			심화
인적자원관리론	300136			심화
미디어산업과 문화컨텐츠 경영	417287			심화
확률및통계학	417055			핵심
기업가정신연구	416759			심화
금융시장론	300459			심화
소셜 비즈니스 마케팅	신설예정			심화

◎ **미디어경영 트랙**

과 정	학수번호	학점	대상과정	이수구분
경영학원론	416870	3	석사	핵심
경제학원론	416871			핵심
국제금융	416950			심화
기술경영과 혁신전략	416948			심화
마케팅원론	416874			심화
미디어 경영경제론	417126			심화
미디어와 네트워크 경영	417031			심화
부동산 재무론	417003			심화
연구조사방법론	000029			핵심
전략경영과 경쟁우위	416949			심화

과 정	학수번호	학점	대상과정	이수구분
조직행동론	300019			심화
캡스톤설계	007637			핵심
투자론	200412			심화
한국경제사회의 이해	416872			핵심
한류 컨텐츠 경영	417149			심화
회계원리	400079			심화
인적자원관리론	300136			심화
미디어산업과 문화컨텐츠 경영	417287			심화
확률및통계학	417055			핵심
기업가정신연구	416759			심화
금융시장론	300459			심화
소셜 비즈니스 마케팅	신설예정			심화

교과목 개요

▣ **필수 과목**

▶ **석사 과정**

· **연구방법론 (Research Methods)**

본 과목은 석사과정생들이 연구를 하는데 있어서 알아야 할 기본적인 조사방법론에 대한 이해와 함께 실무에서 필요한 실사 등을 통하여 실제 데이터를 얻는 방법과 분석하는 방법 등에 대한 기초적 이해를 할 수 있도록 한다. 이를 위해 SPSS 및 SAS 등 대표적인 통계처리 프로그램의 실습을 병행한다.

▶ **박사 과정**

· **연구방법론세미나 (Seminar in Research Methods)**

본 과목은 경영학의 제반 연구과제들과 관련하여 나타날 수 있는 연구조사방법론 상의 다양한 문제들을 실제 분석사례와 함께 이론 및 응용 전반에 걸쳐서 고찰함으로써 조사를 수해하고 연구논문을 작성하는 데 필요한 방법론적인 내용을 검토한다. 이를 위해 SPSS, SAS, 그리고 LISREL 등 대표적인 통계처리 프로그램의 실습을 병행하며, 응용과제들에 대한 자료 조사 및 분석 방법 들을 연마한다.

▣ **경영학 전공**

◎ **마케팅 세부분야**

▶ **석사 과정**

· **경로관리연구 (Supply Chain Management)**

본 강좌는 석사과정생들이 경로관리에 대한 이해를 하도록 하여, 급변하는 유통환경 하에서 전략적 경로관리를 어떻게 해야 하는 가에 대한 이해를 할 수 있도록 한다. 즉, 본 과목은 마케터가 표적시장이 '원하는 바'를 충족시키기 위하여 유통전략을 어떻게 구사하며, 이를 전략적으로 활용할 것인가에 대한 유통경로전략을 이론과 사례 연구를 통하여 학습하도록 한다.

· **경로관리특강 (Special Lecture on Supply Chain Management)**

본 강좌는 석사과정생들이 경로관리에 대한 이해를 하도록 하여, 급변하는 유통환경 하에서 전략적 경로관리를 어떻게 해야 하는 가에 대한 이해를 할 수 있도록 한다. 즉, 본 과목은 마케터가 표적시장이 '원하는 바'를 충족시키기 위하여 유통전략을 어떻게 구사하며, 이를 전략적으로 활용할 것인가에 대한 유통경로전략을 이론과 사례 연구를 통하여 학습하도록 한다.

· **고객관계관리연구 (Relationship-Oriented Marketing)**

정보기술의 발전에 따라 고객의 행동 데이터의 축적 및 분석이 더욱 용이해지고 있다. 이러한 기술적 기반 위에 고객 마케팅 경험의 향상을 위해 활용할 수 있는 고객관리 기법을 데이터 베이스 마케팅의 입장에서 조망하고, 데이터베이스에 근거한 마케팅 관리기법을 습득한다. 이에 따라 고객관리기법의 실무적 적용능력을 갖추도록 한다.

· **국제마케팅연구 (International Marketing)**
시장의 국제화와 함께 국경과 문화를 뛰어남는 마케팅 활동의 통합 및 적응능력이 요구되고 있다. 이에 따라 국제마케팅 특강에서는 해당영역의 전문지식을 체계적으로 전달하는 것을 목표로 한다.

· **마케팅관리연구 (Marketing Management)**
현대 산업사회에서 생산자와 수요자의 욕구를 공통적으로 충족시키면서 생활의 품질을 향상시키기 위한 유일한 방법은 양자 간의 교환인데, 교환은 기업을 비롯한 모든 경제 활동 주체의 복지와 밀접한 관계를 갖는다. 마케팅은 그러한 교환의 성공 가능성을 관리하는 활동이라고 할 수 있으며, 최근 적용 범위에서 기업을 넘어서 비영리 기관과 아이디어를 전파하기 위한 캠페인으로 확장되는 추세이며 매우 추상적인 개념의 가치에도 다양하게 시도되고 있다. 마케팅 전략의 핵심 구성요소는 시장세분화를 통해 표적시장을 선택하고 그러한 표적시장 내에서 바람직한 포지션을 설정한 후, 그러한 목표 포지션을 마케팅 믹스의 구성요소를 통해 커뮤니케이션하는 등 네 가지이다. 따라서 본 강좌는 교환 잠재력을 계획적으로 관리하고 유지함으로써 경영 목표를 효율적으로 달성할 수 있는 전략적 사고능력을 배양하는 것을 목적으로 한다.

· **마케팅리서치 (Marketing Research)**
본 강좌는 강력한 의사결정지향성을 견지하는데, 효과적인 마케팅 리서치는 의사결정자의 정보욕구로부터 도출된 건전한 조사목적의 개발을 요체로 한다. 의사결정지향성을 강조하기 위해 본 강좌는 첫째, 모든 조사 프로젝트는 그 자체가 목적이 아니라 마케팅 정보 시스템 속으로 축적되는 지속적인 조사의 흐름 중 일부임을 인식 하고 둘째, 실무적으로 유용하다고 판명된 기법과 방법론들의 가정, 제한점, 잠재적 적용가능성 등에 관한 지식 을 연구하며 마케팅 리서치를 수행할 실무적 능력을 배양한다.

· **마케팅리서치특강 (Special Lecture on Marketing Research)**
마케팅 리서치는 시장정보의 획득, 가공 및 분석을 수행하여 마케팅 활동을 지원하는 영역이다. 최근 이 분야는 정보통신기술의 발달과 함께 급속한 발전을 보이고 있다. 이에 따라 마케팅 리서치 특강에서는 해당영역의 전문지식을 체계적으로 전달하는 것을 목표로 한다.

· **마케팅특수논제1 (Special Topic in Marketing 1)**
급격히 변화하는 기업환경 속에서 기존의 틀을 깨는 다양한 형태의 마케팅 기법이나 이와 관련된 새로운 개념들이 등장하고 있다. 하지만 이러한 논제들에 대해서 기존의 과목에서 다루지 못하는 경우 마케팅 특수논제 과목을 설정하여 운영한다.

· **마케팅특수논제2 (Special Topic in Marketing 2)**
급격히 변화하는 기업환경 속에서 기존의 틀을 깨는 다양한 형태의 마케팅 기법이나 이와 관련된 새로운 개념들이 등장하고 있다. 하지만 이러한 논제들에 대해서 기존의 과목에서 다루지 못하는 경우 마케팅 특수논제 과목을 설정하여 운영한다.

· **브랜드마케팅연구 (Brand Marketing)**
재화 및 서비스시장에서는 모든 일반제품과 서비스 상품시장에 있어 각기 다른 제품명 혹은 서비스 상품명 들이 치열하게 경쟁하고 있다. 이러한 시장경쟁의 주요한 도구로서 인식되는 브랜드라는 측면에 대한 체계적인 마케팅적 사고를 갖도록 하기 위해 본 강좌는 소비자행동의 분석 및 전략적 브랜드 관리를 위한 전체적인 프레임웍을 제시하고, 그에 필요한 여러 개념, 전략 및 분석도구들을 제시하고자 한다. 또한 브랜드 Building 을 할 수 있는지 살펴본다. 브랜드 가치측정에서는 브랜드자산의 구성요소와 가치측정 방법을 알아보고, 브랜드 자 산을 통한 Leverage전략과 신제품 출시와 관련된 활용방안 등을 고찰하며 끝으로, 브랜드 강화 및 재활성화전략을 이해한다.

· **서비스마케팅연구 (Service Marketing)**
본 강좌는 서비스산업이나 제조업체의 서비스 부문에 대해 관심을 갖고 그러한 분야로 진출할 계획을 갖고 있는 학생들을 위해 설계되었다. 이 과정의 목적은 높은 품질의 서비스를 개발하여 고객가치를 제공하는데 있어서의 고려해야 할 다양한 변수들을 평가하고 그러한 변수들을 효과적으로 조합하기 위한 전략, 도구, 접근방법 등에 대해 연구하며 실무적 사례를 함께 검토한다.

· **소매관리연구 (Retailing Management)**
최근 정보통신기술의 발전에 따라 소매기관의 소비자 정보를 근간으로 하는 경로권력이 급격히 증가하고 있다. 또한 이러한 변화는 소매기관의 관리 상에 있어 새로운 도전과제를 야기한다. 이에 따라 소매관리 특강에서는 해당영역의 전문지식을 체계적으로 전달하는 것을 목표로 한다.

· **소비자행동론연구 (Consumer Behavior)**
본 강좌는 학부과정을 이수한 석사과정생들이 소비자행동에 관한 기본적인 이론적 틀을 학습하고, 표적시장을 어떻게 분석·선정하여 전략적 마캐팅의사결정을 할 것인가에 대한 과정을 이해하도록 한다. 이를 위하여 본 과목은 소비자행동의 모형을 이해하고, 분석하여 전략적 시사점을 도출하도록 하는 데 그 목적을 둔다.

· **촉진관리연구 (Promotion Management)**
본 강좌는 석사과정생들이 광고, 판매촉진, 인적판매, 직접 마케팅, 공공관계 및 홍보, 기 업 광고 등 통합적 마케팅 커뮤니케이션의 요소에 대한 기본적인 이해를 하고, 이를 전략적 마케팅 관점에서 어떻게 활용할 수 있는 가에 대하여 이론적 학습과 사례연구를 통한 연구를 통하여 촉진마케터로서 가져야 할 자질을 연마하는데 그 목적을 둔다.

· **프랜차이즈전략연구 (Franchise Strategic Research)**
프랜차이즈 산업에서 가맹본부와 가맹점이 서로 전략적인 파트너로서 서로 상생할 수 있는 방법을 연구한다. 특히, 프랜차이즈 산업의 성공사례 및 전략을 배우는 과정으로 구성되어 있다.

· **경로관리세미나 (Seminar in Supply Chain Management)**

경로관리 세미나는 기업과 기업간 (BtoB) 관계를 이론적으로 정립한 내용을 배우는 과정으로서, 기업관 관계에서 보다 효율적이고 장기적 관계를 유지하는데 밝혀내는데 그 중점을 두고 있다. 일반적으로 제조업과 소매업간의 관계나 도매상과 소매상과의 관계등 다양한 유통산업과 관련된 업체들 간의 관계가 주로 연구의 대상이 된다.

▶ **박사 과정**

· **고객관계관리세미나 (Seminar in Relationship-Oriented Marketing)**

정보기술의 발전에 따라 고객의 행동 데이터의 축적 및 분석이 더욱 용이해지고 있다. 이러한 기술적 기반 위에 고객 마케팅 경험의 향상을 위해 활용할 수 있는 고객관리 기법을 데이터 베이스 마케팅의 입장에서 조망하고, 데이터베이스에 근거한 마케팅 관리기법을 습득한다. 또한 현재 실무에서 활용되고 있는 고객관리에 대한 개선방안을 모색하여 연구결과를 제안하여 기업의 고객관리를 향상시킬 수 있는 연구결과를 생산할 수 있는 이론적 기반을 갖춘다.

· **고급경로관리 (Advanced Supply Chain Management)**

본 강좌는 마케터들이 잠재고객들의 '원하는 바'를 충족시키기 위하여 유통설계를 어떻게 해야 하는 가에 대한 이해를 할 수 있도록 한다. 즉, 본 과목은 마케터가 표적시장의 '원하는 바'를 충족시키기 위하여 적절한 시점과 장소에서 어떻게 자신의 제품과 서비스를 전달할 것인가를 연구하기 위하여 유통경로가 바람직한 기능을 제대로 발휘할 수 있도록 경로관리를 어떻게 해야 하는 가에 대하여 이론 및 사례 연구를 통하여 경로관리전략을 학습하도록 한다.

· **고급마케팅리서치 (Advanced Marketing Research)**

마케팅 리서치는 시장정보의 획득, 가공 및 분석을 수행하여 마케팅 활동을 지원하는 영역이다. 최근 이 분야는 정보통신기술의 발달과 함께 급속한 발전을 보이고 있다. 이에 따라 고급마케팅 리서치에서는 해당영역에서의 새로운 연구주제를 발굴하여 연구역량을 갖추도록 하는 것을 목표로 한다.

· **국제경영환경론 (International Business Environment)**

본 강의에서는 글로벌 시대에 맞추어 기업이 보유한 자원과 목표를 기업이 처한 경제적, 사회적, 문화적, 정치적, 법적 환경에 어떻게 적응하고 전략을 수립하는지에 대해 구체적으로 다루게 된다.

· **국제마케팅세미나 (Seminar in International Marketing)**

국제마케팅은 미국 및 유럽의 다국적기업중심의 마케팅 활동과 일본의 종합상사 중심의 마케팅 활동을 환경 및 전략의 두 가지 차원에서 비교·분석한 후 한국 종합상사의 진로를 탐구한다. 본 강좌의 주요 내용은 종합상사와 국민경제, 종합상사의 경영관리, 종합상사의 미래전략 등이다.

· **마케팅관리세미나 (Seminar in Marketing Management)**

현대 산업사회에서 생산자와 수요자의 욕구를 공통적으로 충족시키면서 생활의 품질을 향상시키기 위한 유일한 방법은 양자 간의 교환인데, 교환은 기업을 비롯한 모든 경제 활동 주체의 복지와 밀접한 관계를 갖는다. 마케팅은 그러한 교환의 성공 가능성을 관리하는 활동이라고 할 수 있으며, 최근 적용 범위에서 기업을 넘어서 비영리 기관과 아이디어를 전파하기 위한 캠페인으로 확장되는 추세이며 매우 추상적인 개념의 가치에도 다양하게 시도되고 있다.

· **마케팅다변량분석 (Multivariate Analysis in Marketing)**
본 과정은 마케팅 분석에 필요한 다변량 분석(요인분석, 회귀분석, MANOVA 등)에 관한 포괄적인 지식을 배우는 과목으로서, 마케팅과 관련된 데이터를 다양한 통계기법으로 분석하는 방법을 배운다.

· **마케팅리서치세미나 (Seminar in Marketing Research)**
마케팅 리서치는 시장정보의 획득, 가공 및 분석을 수행하여 마케팅 활동을 지원하는 영역이다. 최근 이 분야는 정보통신기술의 발달과 함께 급속한 발전을 보이고 있다. 이에 따라 마케팅리서치세미나에서는 해당영역에서의 새로운 연구주제를 발굴하여 연구역량을 갖추도록 하는 것을 목표로 한다.

· **마케팅특수논제1세미나 (Special Topic in Marketing 1 Seminar)**
급격히 변화하는 기업환경 속에서 기존의 틀을 깨는 다양한 형태의 마케팅 기법이나 이와 관련된 새로운 개념들이 등장하고 있다. 하지만 이러한 논제들에 대해서 기존의 과목에서 다루지 못하는 경우 마케팅 특수논제 과목을 설정하여 운영한다.

· **마케팅특수논제2세미나 (Special Topic in Marketing 2 Seminar)**
급격히 변화하는 기업환경 속에서 기존의 틀을 깨는 다양한 형태의 마케팅 기법이나 이와 관련된 새로운 개념들이 등장하고 있다. 하지만 이러한 논제들에 대해서 기존의 과목에서 다루지 못하는 경우 마케팅 특수논제 과목을 설정하여 운영한다.

· **브랜드마케팅세미나 (Seminar in Brand Maketing)**
과목의 수업 목표는 통합적 마케팅 커뮤니케이션 환경에서의 브랜드관리, 브랜드마케팅, 브랜드전략 연구 전반에 관한 이해의 향상이다.
학기 초 브랜딩 관련 주요 개념에 대한 포괄적 이해를 시작으로, 학기 전반에 걸쳐 브랜딩에 관한 경험적 연구를 분석한 우수 논문들에 대한 이론적 세미나, 심층적 토론, 실증적 해석을 한다. 학기 말에는 브랜딩 이론과 실제에 관한 지식을 실제 브랜드 전략 사례에 적용하여 분석한다.

· **서비스마케팅세미나 (Seminar in Service Marketing)**
서비스 산업의 발달로 금융, 부동산, 여행, 통신 등의 서비스 분야에 특화된 마케팅 전략의 중요성이 강조되었다. 서비스는 형체가 없는 무형성, 생산·구매·소비가 동시에 이루어지는 동시성 혹은 비분리성, 표준화와 규격화가 어려운 이질성, 보관과 저장이 불가능한 소멸성이라는 특성으로 정의된다. 효과적인 마케팅을 위해서는

상품마케팅과는 다른 차별화된 전략이 필요하며, 이에 관련된 차별화된 연구를 진행하고 서비스 산업에 적용해 본다.

· **소매관리세미나 (Seminar in Retailing Management)**
소매업을 둘러싼 경영환경은 날로 심화되고 있으며 소비수요의 감소, 법적 규제 강화, 경쟁격화, 소비자시 장의 질적 변화 등 기업 성장을 제약하는 제반 요인이 정착화하고 있다. 이와 같은 환경 하에서 소매업은 제휴, 합병, 시장·점포개발, 상품개발, 인재개발 등 경영구조의 변혁은 물론 관리측면에서의 경영혁신을 추진하고 있 다. 본 강좌는 유통이론 체계의 구축, 유통기능과 본질의 분석, 시장·점포개발, 머천다이징, 프로모션 등 마케팅 기능의 강화와 업종·업태, 기업규모의 범위를 넘어선 공통의 혁신과제를 중심으로 체계적 학습을 연구하고 진행한다.

· **소비자행동론세미나 (Seminar in Consumet Behavior)**
본 과목은 소비자행동연구의 기본이 되는 소비자 정보처리 과정 (consumer information process; CIP)에 관한 인지심리학적 관점의 다양한 이론들과 행동경제학 관점에서 본 소비자 의사결정이론(Behavioral Decision Theory; BDT)을 이해하고 인간의 행동과 관련된 연구에 필요한 기초지식을 제공하는데 목표를 둔다.

· **촉진관리세미나 (Seminar in Promotion Management)**
촉진관리는 기업이 소비자들에게 자신들의 제품을 알리고 경쟁자와 차별화하는 모든 수단과 관련된 기업 활동이다. 광고, PR, 판매촉진, 인적판매, 다이렉트마케팅, 행사와 경험 등의 전통적인 촉진수단부터 디지털 시대의 자발적인 촉진인 입소문, 추천 등 다양한 촉진관리수단을 연구한다. 마케팅 커뮤니케이션, 디지털 마케팅 등 다양한 주제를 다루며 관련된 이론과 실제를 연구한다.

· **프랜차이즈전략경영세미나 (Seminar in Franchise Strategic Management)**
급변하는 마케팅환경 하에서 경쟁기업에 비하여 차별적 우위를 누리기 위한 FC기업의 마케팅전략 수립에 학습 목표를 둔다. 이를 위해 FC산업의 경영환경 전반에 관련된 사업과의 상호관계를 분석하며 FC기업의 합리적인 경영관리를 구현하기 위한 각종 방법을 세미나 교육 등을 중심으로 FC학문의 이론과 실제를 연구한다.

◎ **매니지먼트 세부분야**

▶ **석사 과정**

· **국제경영론 (International Management)**
본 과목은 기업의 국제화와 관련해서 각종 이론 및 실무적 토대를 구축하고 기업의 구체적인 국제화 활동을 이해하도록 한다. 동시에 기업의 해외진출 제반 방식에 관한 지식 및 실무를 파악해야 하며 사례연구를 통해 현장감 있는 강의도 진행 될 계획이다.

· **인적자원관리 (Human Resource Management)**
경영요소인 인적자원의 효율적 관리의 필요성이 증대되고 있다. 인사관리특강은 기업 내지 조직체의 목적을 달성하기 위하여 인적자원을 합리적으로 확보, 유지,

발전시키는데 관련되는 제 활동을 계획, 조직, 지휘, 통제하는 것이다. 이 과목은 이를 위한 기능적, 제도적, 그리고 인적자원 접근에 관한 이론과 기법을 소개한다.

· **조직행동론** (Organizational Behavior)
현대의 조직을 인간행동의 시스템이라고 할 때 조직목표의 달성을 위해서는 조직구성원의 행동동기화 만족, 상호작용, 목표 등을 이해, 예측하고 변화시켜야 한다. 이 과목은 조직체 내의 개인과 집단의 행동, 조직의 목표의 통합, 조직의 효율성을 연구 분석하여 이에 연관되는 기법과 이론을 소개하여, 동시에 조직의 구조와 환경에 대해서도 논한다.

▶ **박사 과정**

· **국제경영세미나** (Seminar in International Management)
본 과목은 학생들이 국제경영 분야를 보다 잘 이해할 수 있도록 국제경영 분야의 토대가 되는 여러 이론을 배우고 이론을 통해 국제경영에서의 실무 또한 잘 이해할 수 있도록 한다.

· **매니지먼트세미나** (Seminar in Management)
본 과목은 매지니먼트 분야 대학원 학생들의 석사 및 박사 학위논문 작성과정에 도움을 주기 위하여 마련된 과목이다. 학위논문 주제를 탐색하여 논문주제를 정하고, 그 주제와 관련된 선행연구를 검토하고 연구방법론을 공부한다. 이를 바탕으로 하여 학생들은 각자의 연구모형과 가설설정, 자료수집방법을 포함하는 연구계획서를 작성한다.

· **인적자원관리세미나** (Seminar in Human Resource Management)
경영요소인 인적자원의 효율적 관리의 필요성이 증대되고 있다. 인사관리특강은 기업 내지 조직체의 목적을 달성하기 위하여 인적자원을 합리적으로 확보, 유지, 발전시키는데 관련되는 제 활동을 계획, 조직, 지휘, 통제하는 것이다. 이 과목은 이를 위한 기능적, 제도적, 그리고 인적자원 접근에 관한 이론과 기법을 소개한다. 박사과정 교과목 특성상 주로 논문 중심으로 연구한다.

· **인적자원관리특별연구** (Special Research in Human Resource Management)
본 과목은 인적자원관리의 최신 연구주제들을 다룬다. 학생들은 최근의 인적자원관리 연구논문과 이슈들을 탐구하고 토론한다.

· **전략경영세미나** (Seminar in Strategic Management)
급변하는 경영환경에 대응하여 조직의 전략적 대응방안이 중요해지고 있다. 본 교과목에서는 전략경영을 시스템적으로 파악하여 환경분석, 전략수립, 전략집행, 평가와 피드백에 관해 학습하고, 나아가 중소기업의 전력경영, 다국적 기업의 전략경영, 전략적 기술경영 등에 관해 심층적으로 학습한다.

· **전략사례론** (Case in Strategy)

기업의 경영전략 및 관리에 대한 노하우를 사례를 중심으로 소개하여 살아 움직이는 경영 현장의 이야기를 통해 학생들이 경영진 관점에서의 경영 활동에 대하여 이해하도록 한다.

· **조직이론세미나 (Seminar in Organizational Theory)**
조직에 대한 현대이론과 경험연구들에 대한 비판적 검토와 분석을 통해 조직설계, 변화, 재 조직화, 조직간 등의 주제를 다룬다.

· **조직행동론세미나 (Seminar in Organizational Behavior)**
현대의 조직을 인간행동의 시스템이라고 할 때 조직목표의 달성을 위해서는 조직구성원의 행동동기화 만 족, 상호작용, 목표 등을 이해, 예측하고 변화시켜야 한다. 이 과목은 조직체 내의 개인과 집단의 행동, 조직의 목표의 통합, 조직의 효율성을 연구 분석하여 이에 연관되는 기법과 이론을 소개하여, 동시에 조직의 구조와 환경에 대해서도 논한다.

▶ **공통 과정**

· **조직관리론 (Organization Management)**
기업조직의 발전과정상 요청되는 조직 관리의 이론적, 실천적 기반을 연구한다.

· **조직이론 (Organization Theory)**
환경, 조직의 전략, 설계 그리고 성과 들 간의 관계를 설명하는 주요 이론들과 경험연구들을 연구한다.

· **조직행동특별연구 (Special Research in Organizational Behavior)**
현대의 조직을 인간행동의 시스템이라고 할 때 조직목표의 달성을 위해서는 조직구성원의 행동동기와 만족, 상호작용, 목표 등을 이해, 예측하고 변화시켜야 한다. 이 과목은 조직체내의 개인과 집단의 행동, 조직의 목표의 통합, 조직의 효율성을 연구 분석하여 이에 연관되는 기법과 이론을 소개하며, 동시에 조직의 구조와 환경에 대해서도 논한다.

◎ **재무/보험 세부분야**

▶ **석사 과정**

· **금융기관론 (Theory of Financial Institutions)**
최근 자본시장이 발달함에 따라 회계정보이용자들은 유용한 정보로 회계정보와 자산가격간의 관계에 많은 관심을 가지게 되었다. 본 과목을 회계정보와 자산가격간의 이론적 관계와 실증분석을 통해 회계정보의 유용성을 검토한다.

· **기업재무 (Corporate Finance)**
기업이 직면하는 재무의사결정, 특히 자본구조, 배당정책, 자본예산에 관련된 제반 이론을 다룬다.

· **사회보험 (Social Insurance)**
본 과목은 사회보험의 기초이론 및 원리, 사회보장제도에 대한 체계적인 학습을 통해 사회보험의 기능과 효용을 이해하고, 사회적 리스크에 대한 체계적인 관리방법 습득 및 연구를 통해 제 분야에 실제적인 적용이 가능하도록 교과과정이 구성됨. 사회보험 분야의 이론적-실무적 문헌 탐색을 병행하여 논문작성의 요령을 익히는 훈련과정이 되도록 설계됨.

· **생명보험 (Life Insurance)**
본 과목은 생명보험의 기초이론 및 원리에 대한 이해, 인적 리스크의 관리에 대한 체계적인 학습을 통해 생명보험 경영의 제 분야에 실제적인 적용이 가능하도록 교과과정이 구성됨. 생명보험 분야의 이론적-실무적 문헌 탐색을 병행하여 논문작성의 요령을 익히는 훈련과정이 되도록 설계됨.

· **손해보험 (Property-Liability Insurance)**
본 과목은 손해보험의 기초이론 및 원리에 대한 이해, 재산 및 배상책임 리스크의 관리에 대한 체계적인 학습을 통해 손해보험 경영의 제 분야에 실제적인 적용이 가능하도록 교과과정이 구성됨. 손해보험 분야의 이론적-실무적 문헌 탐색을 병행하여 논문작성의 요령을 익히는 훈련과정이 되도록 설계됨.

· **투자론 (Investment Theory)**
현대포트폴리오이론, 자산가격결정이론, 투자성과 측정모형 등과 같은 투자관련 제이론을 연구, 분석한다. 특히CAMP, APT, 시장의 효율성 등을 이론 중심으로 심화 학습한다.

▶ **박사 과정**

· **기업재무세미나 (Seminar in Corporate Finance)**
경영요소인 인적자원의 효율적 관리의 필요성이 증대되고 있다. 인사관리특강은 기업 내지 조직체의 목적을 달성하기 위하여 인적자원을 합리적으로 확보, 유지, 발전시키는데 관련되는 제 활동을 계획, 조직, 지휘, 통제하는 것이다. 이 과목은 이를 위한 기능적, 제도적, 그리고 인적자원 접근에 관한 이론과 기법을 소개한다.

· **사회보험세미나 (Seminar in Social Insurance)**
본 과목은 사회보험의 기초이론 및 원리, 사회보장제도에 대한 체계적인 학습을 통해 사회보험의 기능과 효용을 이해하고 사회적 리스크에 대한 체계적인 관리방법을 익히며, 사회보험 분야의 문헌 탐색을 통하여 논문을 실제로 작성하고 발표하는 훈련과정이 되도록 설계됨.

· **생명보험세미나 (Seminar in Life Insurance)**
본 과목은 생명보험의 기초이론 및 원리에 대한 이해, 인적 리스크의 관리에 대한 체계적인 학습을 하며, 생명보험 분야의 이론적 문헌 탐색을 통하여 논문을 실제로 작성하고 발표하는 훈련과정이 되도록 설계됨.

· **손해보험세미나 (Seminar in Property-Liability Insurance)**
본 과목은 손해보험의 기초이론 및 원리에 대한 이해, 재산 및 배상책임 리스크의 관리에 대한 체계적인 학습을 하며, 손해보험 분야의 이론적 문헌 탐색을 통하여 논문을 실제로 작성하고 발표하는 훈련과정이 되도록 설계됨.

· **재무관리특수논제 (Special Topics in Financial Management)**
현재 진행되고 있는 가장 최신의 재무보험 이론을 통해, 재무보험의 연구흐름을 이해하고, 이들이 기업과 시장 에서 어떻게 적용될 수 있을지를 분석한다.

· **투자론세미나 (Seminar in Investment Theory)**
투자자가 증권투자의 목적을 달성할 수 있도록 최적 포트폴리오를 선택하는 과정을 소개하는 포트폴리오 이론과 투자자들이 규범적인 포트폴리오 이론에 따라 행동하는 경우 나타나는 자본시장의 균형상태를 자 본?자산 가격결정모형(CAPM), 옵션가격결정모형(OPM), 재정가격결정모형(APT) 그리고 현물선물등가이론(Spot-Future Parity Theorem)을 논문 중심으로 학습한다.

· **파생상품세미나 (Seminar in Financial Derivatives)**
본 강좌는 옵션, 선물, 선도계약, 스왑 등 파생금융상품들에 대한 이해와 분석을 목표로 한다. 특히 각 금융상품들이 금리, 상품가격, 외환 등의 재무위험들을 어떻게 관리할 수 있는가 하는 것과 각 경우에서의 파 금융상품들의 가치는 어떻게 평가될 수 있는가 하는가 하는 것이 본 강좌의 핵심이 된다. 주로 논문 중심으로 학습한다.

▶ **공통 과정**

· **인수합병과지배구조 (M&A and Corporate Governance)**
금융 및 상품자산의 이론적 가치 평가 모형을 다룬다. 특히 가치평가의 두 핵심 이론인 균형 이론과 무위험 차익거래 이론을 중심으로 학습한다.

· **채권분석 (Bond Analysis)**
국채와 사채 등 장래 소득이 고정되어 있는 증권을 연구하며, 그러한 고정소득증권의 종류, 특징, 관련 파생상품, 파생상품을 이용한 햇지 전략 등에 대해 연구한다.

◎ **회계 세부분야**

▶ **석사 과정**

· **관리회계연구 (Research in Management Accounting)**
본 강좌는 새로운 생산 환경에서 경영자가 수행하는 계획, 통제 및 특수의사결정을 설명한 다음 이러한 의사결정에 유용한 관리회계정보를 산출하는 방법을 다룬다.

· **비영리회계연구 (Research in Not-For-Profit Accounting)**
비영리기관은 이윤을 목적으로 설립된 기업과 달리 사회욕구충족을 위해 설립된 관계로 회계정보 이용자들을 위한 회계제도와는 다르다. 비영리회계의 개념, 발달과정,

회계원칙에 내재된 이론적 배경을 고찰하고 연구능력을 배양한다.

· **세무회계연구 (Research in Tax Accounting)**
본 강좌는 세무회계의 기초실무지식을 이해한 학생들에게 한 차원 높여 국제간의 과세제도 비교를 비 롯 하여 법인세와 배당소득세의 이중과세제도 해결방법, 법인세 세무조정, 직접세와 간접세의 과세방법, 국세와 지방세 제도와 세무대책 조세 부담률, 국제간 가격이전과세, 세무경영계획과 절세대책 등을 다루게 된다.

· **원가회계연구 (Research in Cost Accounting)**
본 강좌는 외부보고와 관리회계에 기초적으로 사용되는 제품제조원가의 결정과정을 전통적 생산환경과 새로운 생산 환경으로 나누어 분석한다. 특히 본 강좌는 활동기준원가회계(ABC)를 중점적으로 다룬다.

· **재무회계연구 (Research in Finance Accounting)**
본 교과목은 중급 재무회계 과정을 심화하고 연결·합병 혹은 결합 재무제표 작성 등 고급 수준의 회계 내용을 다룬다. 이에 더하여 재무회계 분야에서 연구되고 있는 최근의 논문을 중심으로 토론함으로써 차후의 연구를 준비한다.

· **행동회계연구 (Research in Behavioral Accounting)**
회계학의 한 분야인 행동회계에 관한 연구를 통하여 회계정보를 이용하는 자들의 의사결정과정을 이해함을 목표로 한다. 본 강의를 위해서는 심리학 및 조직행동론 등에 관한 일반적인 이해가 이루어져야 하며, 회계학의 각 분야 예를 들어 재무회계, 관리회계, 회계감사 등에 어떻게 적용되는지를 검토하게 된다.

· **회계감사연구 (Research in Auditing)**
본 강좌는 회계감사의 기초개념을 이해한 학생들에게 회계감사를 이론과 실무 면에서 한 차원 높여 회계감사의 효과를 비롯하여 회계감사 의견명시, 중요한 기준이 되는 중용성의 원칙, 감사보고의 형태, 감사의견의 표시방법, 주요감사기법, 내부통제제도 등에 대하여 사례를 겸하여 연구하게 된다.

· **회계이론연구 (Research in Accounting Theory)**
사회적, 공공적 특수성을 배경으로 생성한 회계학은 정확한 이익측정을 중심으로 발전해 온 관계로 개념의 정의, 측정, 평가에 대한 이론적 고찰과 이론구조, 이론접근방법에 대한 연구가 필요하므로 회계학에 대한 이론적 배경연구와 연구능력배양을 강의 목적으로 한다.

· **회계학강론연구 (Research in International Accounting)**
글로벌 자본시장에서의 국제회계 개념과 중요성을 이해하고, 외국인 학생들에게 자국의 회계기준과 한국의 회계기준을 비교함으로써 향후 연구주제를 찾는데 도움을 주고자 한다.

· **회계학연구방법론연구 (Research in Accounting Research Methods)**
회계학연구에서 적용되고 있는 대표적인 연구방법으로 실증적 연구방법에 대해 학습하고 이를 SAS 및 STATA 등 대표적인 통계처리 프로그램을 통해 실습한다. 이를 통해 회계분야의 실증논문을 이해하고 더 나아가 향후 졸업논문 작성시 연구설계 능력을 갖추는 것이 본 교과의 목표이다.

· **회계학특수논제연구 (Research in Special Topics of Accounting)**
기본적인 회계이론, 재무회계, 세무회계, 원가관리회계 분야에 대한 연구주제를 바탕으로, 현재 학계에서 활발히 토론되고 있는 회계학 관련 주제를 탐색하고 관련 주제의 전망에 대해서 논한다.

▶ **박사 과정**

· **금융시장세미나 (Seminar in Financial Markets)**
금융시장의 정의, 종류, 기능 등에 대해 심도 있게 연구하고, 그러한 금융시장이 제대로 작동하기 위한 조건, 원리, 그리고 규제 등을 학습한다. 단, 논문중심으로 진행한다.

· **고급회계학세미나 (Seminar in Advanced Accounting)**
기업경영활동의 다양화, 복잡화로 인하여 기업에서 발생하는 제반 회계문제도 복잡해지고 있어 서 기업합병과 주식취득에 의한 기업결합, 기업청산, 인적기업, 외화환산 등에 대한 이론적 배경 을 연구하고 회계처리방법에 대한 연구능력을 배양한다.

· **원가회계세미나 (Seminar in Cost Accounting)**
기업의 원가 구조의 복잡성을 이해하고 이를 바탕으로 기업의 여러 가지 경영행태 등을 공부한다. 또한 대리인 이론에 기반하여 기업 내부의 성과평가나 예산 결정 등에 대한 다양한 이론을 탐구하여 원가회계 및 관리회계에 대한 연구능력을 배양한다.

· **회계이론세미나 (Seminar in Accounting Theory)**
회계연구의 기반인 대리인이론(Agent theory)과 정보비대칭(Information Asymmetry)을 이해하고, 이와 관련하여 회계정보 공시(Disclosure)와 기업지배구조(Corporate Governance)의 중요성에 대하여 발표/토론 한다. 또한, 회계학 실증연구의 시초인 Ball & Brown(1986)의 연구부터 최근 주요 실증연구 주제와 현황을 다룬다.

▶ **공통 과정**

· **금융공학 (Financial Engineering)**
금융시장에서 거래되는 주식, 채권 등의 기초자산과 파생상품 등을 이용하여 새로운 금융상품을 디자인하거나, 새로운 금융거래기법을 개발하는 방법론을 배우며, 실제 사례를 통해 적용 능력을 기른다.

· **금융시계열분석 (Time-Series Analysis in Finance)**

재무금융 및 보험 분야에서의 연구에서 주로 사용되는 시계열 분석 기법들, 특히 ARIMA, ARCH, GARCH, GMM 기법 등을 배우고 사례를 통해 적용법을 연구한다.

· **금융시장 (Financial Markets)**
금융시장에서 거래되는 주식, 채권 등의 기초자산과 파생상품 등을 이용하여 새로운 금융상품을 디자인하거나, 새로운 금융거래기법을 개발하는 방법론을 배우며, 실제 사례를 통해 적용 능력을 기른다.

◎ **BA (Business Analytics) 세부분야**

▶ **박사 과정**

· **경영과학세미나 (Seminar in Management Science)**
학생들이 원하는 바에 따라 수업 내용을 유연하게 결정한다. 이미 연구를 하고 싶은 분야가 있는 학생들은 수업 초반에 해당 분야의 중요 논문들을 발표하고 그렇지 않은 경우 강의자가 지정한 논문들을 읽고 발표한다. 수업 후반에는 학생 본인이 생각하고 있는 연구 아이디어에 대해 발표를 한다.

· **데이터애널리틱스 (Data Analytics)**
본 과목은 기업환경에서 다양한 데이터의 획득 및 관리, 데이터의 분석과 분석결과의 프레젠테이션을 포함하는 비즈니스 애널리틱스의 전 과정에 걸친 기본 개념과 주요 기법을 다루는데 목적을 두고 있다. 주요 주제는 SQL을 통한 관계형 데이터베이스의 관리, R을 이용한 다양한 탐색적 데이터분석과 대시보드 작성 등이며, 소셜 미디어 데이터를 포함한 빅데이터의 획득, 관리, 분석과 관련된 기초 개념 및 기법 등을 포함한다.

· **디지털경영론 (Digital Management)**
학습내용으로는 마케팅정보에 기반한 마케팅반응모형, 시계열 분기매출액 예측, KISVALUE를 이용한 상장기업 매출액 분석 등을 위한 실제 현장에서의 사용되고 있는 빅데이타를 기반으로 통계 및 데이타마이닝 분석도구를 이용하고 실습하고 이를 이용하여 정량적이고 계량적인 과제를 수행하는 등 수강자 스스로 예측문제를 해결하는 능력을 배양한다.

· **딥러닝 (Deep Learning)**
애널리틱스 분야의 주요 주제와 이슈들을 대상으로 각 계의 전문가들의 강의와 수업 참여들과의 토론 위주의 세미나를 통한 생생한 학습 효과를 창출한다.

· **머신러닝 (Machine Learning)**
애널리틱스 분야의 주요 주제와 이슈들을 대상으로 각 계의 전문가들의 강의와 수업 참여자들과의 토론 위주의 세미나를 통한 생생한 학습효과를 창출한다.

· **비즈니스인텔리젼스 (Business Intelligence)**

본 강좌는 비즈니스 인텔리젼스 (BI)의 개념을 이해하고 관련된 통계 및 인공지능 기반기법의 적용방법을 이해한다. 실제의 BI프로그램을 실제 사례데이터에 적용하여 BI기법의 이해를 증진시킨다. 빅데이터로부터 최적화 알고리즘인 Linear Programming, Genetic Algorithm 등을 이용하여 유용한 정보를 도출하는 것을 이해하고 비즈니스 인텔리전스 기법을 활용하여 다양한 최적화 분석문제를 해결할 수 있는 능력을 배양한다.

▶ **공통 과정**

· **데이터시각화 (Data Visualization)**

각종 IT기술에 대해서 포괄적 안목과 지식을 교육하는 것을 목표로 한다. 특히, 정보기술의 전략적 활용 방안 및 관리 방법, 의사결정 도구, 시스템의 개발 방법론, 데이터베이스 시스템, 전자 상거래, 무선기술 등의 주제를 경영자 시각에서 사례 토의를 통해 습득한다.

· **블럭체인와암호화폐 (Blockchain and Crytocurrency)**

통계 조사분석을 위한 기본적인 원리로서 기초통계를 근간으로 연관성 분석, 분산분석, 회귀분석, 군집분석, 요인분석, 판별분석, 로지스틱 회귀분석, 의사결정나무 모형 등의 응용통계 분석방법의 원리와 이론을 실제 사례에 적용하는 능력을 배양한다.

· **비즈니스모델 (Business Model)**

본 과목은 비즈니스모델 분석 방법론을 통해 기존의 비즈니스 모델을 분석함과 아울러, 비즈니스 모델 혁신 유형 및 실제 사례들을 학습하여 비즈니스 동향에 대한 지식과 간접경험을 쌓는다. 새로운 비즈니스 및 기술 트렌드로 떠오르고 있는 주제에 대해 학습하며 나아가 새로운 비즈니스 모델을 제시하는 것을 목적으로 한다.

· **비즈니스애널리틱스프로젝트 (Business Analytics Projects)**

국가에서 제공되는 부동산정보, 국민건강정보, 상권정보 등 국가중점 데이터를 중심으로 한 공공 빅데이터와 , 증권, 선물 및 옵션 등의 금융 빅데이터를 기반으로 다양한 비즈니스 애널리틱스 분석기법을 이용하여 실제 비즈니스 환경하에서의 최적화된 솔류션을 제공하고 미래 비즈니스 데이터를 예측할 수 있는 프로젝트를 수행하여 고도화된 데이터 분석가로서의 능력을 확충한다.

· **비즈니스애널리틱스 (Business Analytics)**

본 과목은 빅데이터 기반의 다양한 분석기법의 원리와 개념을 이해하기 위하여 통계예측기법으로서 다중선형분석, k-최근접 이웃기법, 신경망 등을 실제 공공 빅데이터와 금융 빅데이터 사례를 중심으로 학습하고 통계분류방법으로서는 로지스틱 회귀분석, 판별분석, 군집분석, 분류회귀나무 등의, 시계열 데이터 분석 및 평활법 등의 시계열 예측 기법 등의 기법을 학습하여 Business Data Scientist로서의 기본적인 능력을 배양한다.

· **소셜데이터분석 (Social Data Analysis)**

본 강좌는 소셜 네트워크 분석의 이론적 내용과 실무적인 활용역량을 습득하는 것을 목표로 한다. 수강생들은 네트워크 분석지표들에 대한 개념 및 텍스트 마이닝 기법들에 대해 이해하며, 소프트웨어를 이용한 분석과정을 통해서 실무 역량을 높인다. 또한 본 과목은 소셜 네트워크 분석 관련 비즈니스 사례 및 연구 논문들을 소개한다.

· **소셜비지니스모델 (Social Business Model)**
본 과목은 비즈니스모델 분석 방법론을 통해 기존의 (소셜)비즈니스 모델을 분석함과 아울러, 비즈니스 모델 혁신 유형 및 실제 사례들을 학습하여 비즈니스 동향에 대한 지식과 간접경험을 쌓는다. 새로운 비즈니스 및 기술 트렌드로 떠오르고 있는 주제에 대해 학습하며 나아가 새로운 (소셜) 비즈니스 모델을 제시하는 것을 목적으로 한다.

◎ **MS (Management Science) 세부분야**

▶ **석사 과정**

· **대기행렬이론 (Queueing Theory)**
가장 간단한 M/M/1 모형부터 다룬다. 그 기반 위에 일반적 확률 분포를 가정한 모형도 추가해서 배우고 Little의 법칙이나 PASTA 같은 중요한 성질들을 배운다. 완전히 수학적으로 풀기 어려운 복잡한 시스템을 분석하기 위해서 일반적으로 근사 모형을 배우는데 대기행렬이론의 대표적인 근사 모형인 fluid approximation, diffusion approximation에 대해 다룰 것이다.

· **생산운영관리 (Operations Management)**
제품 및 서비스의 생산, 운영과 관련된 개념, 모형 및 이론을 연구한다. 생산시스템, 스케줄링, 재고모형, 자재소요계획(MRP), 설비계획과 관련된 기능별 전략 및 계량적 모형을 포괄적으로 다룬다.

· **의사결정 (Decision Making Theory)**
다양한 경영 활동 중에 일어나는 의사결정에 적용할 수 있는 주요 계량적 예측기법에 대하여 학습한다. 의사결정의 대안 개발에서부터 대안 평가 및 선택 기법, 불확실성에 대한 체계적 분석 등을 포함한다.

· **확률및통계학 (Probability & Statistics)**
대학원 과정에서 요구하는 확률이론과 통계이론을 연구한다. 확률변수와 다양한 이산형, 연속형 확률분포 이론을 체계적으로 공부한다. 모집단으로부터의 샘플링을 통한 추정 및 가설검정의 통계이론을 공부한다.

▶ **박사 과정**

· **공급사슬관리세미나 (Seminar in Supply Chain Management)**
자재 조달 및 재고, 제품 생산 및 재고, 유통 및 판매에 이르는 공급망 체인의 최적화 문제를 연구한다. 조달시간의 단축, 비용의 최소화 및 고객 요구에 대한 대응 등 특정 주제에 대해 집중 분석한다. 석사과정에서 생산운영관리 이론을 선수과목으로 정한다.

· **대기행렬네트워크 (Queueing Network)**
석사 과정에서의 대기행렬이론을 이수하고 나서 듣는다. Reversibility, Jackson network, Kelly network 같은 개념들을 먼저 배운다. 대기행렬이론에서 배운 근사 테크닉을 대기행렬 네트워크 상황에서 어떻게 적용할 수 있을지 배운다. 그리고 콜센터 운영 등에 활용할 수 있는 Halfin-Whitt approximation에 대해서 배운다.

· **생산운영관리세미나 (Seminar in Operations Management)**
재화의 생산기획, 자재조달, 완제품 생산, 재고, 운송의 일련의 프로세스의 효율적 관리를 연구한다. 생산능력의 극대화, 생산비용의 효율화, 품질 향상 등 특정 주제에 대해 집중 분석한다. 석사과정에서 생산운영관리 이론을 선수과목으로 정한다.

· **서비스운영관리 (Service Operations Management)**
본 강의에서는 다음과 같은 주제를 다룬다. 재화와 서비스에는 운영 관리를 하는 데에 있어 어떤 차이점이 있는가? 경영 전략에 따라 어떤 운영 방식을 선택해야 하는가? 서비스에서 품질은 어떻게 정의할 수 있는가? 서비스를 받기 위해 기다리는 시간을 어떻게 관리할 것인가? 서비스 장소는 어떻게 결정할 것인가?

· **운영관리연구세미나 (Seminar in Operations Management)**
학생들이 원하는 바에 따라 수업 내용을 유연하게 결정한다. 이미 연구를 하고 싶은 분야가 있는 학생들은 수업 초반에 해당 분야의 중요 논문들을 발표하고 그렇지 않은 경우 강의자가 지정한 논문들을 읽고 발표한다. 수업 후반에는 학생 본인이 생각하고 있는 연구 아이디어에 대해 발표를 한다.

· **의사결정세미나 (Seminar in Decision Theory)**
기대효용 이론을 포함하여 의사결정 과정의 규범적이며, 계량적인 모형의 설계를 다룬다. 불확실성하에서의 의사결정 모형을 중심으로 소비자 선택이론, 재무이론 등의 응용 분석을 실시한다.

· **확률및통계학세미나 (Seminar in Probability & Statistics)**
대학원 과정에서 요구하는 확률이론과 통계이론을 연구한다. 확률변수와 다양한 이산형, 연속형 확률분포 이론을 체계적으로 공부한다. 모집단으로부터의 샘플링을 통한 추정 및 가설검정의 통계이론을 공부한다.

▶ **공통 과정**

· **구매관리 (Purchasing Management)**
제품생산에 필요한 원재료 및 상품을 될수록 유리한 가격으로, 필요한 시기에 적당한 공급자로부터 구입하기 위한 체계적 기법을 학습한다. 주요 내용은 공급업체 평가 및 관리, 소싱 전략 및 기능, 납기관리 등을 포함하는 조달 업무 등을 포함한다.

· **물류관리 (Logistics Management)**
물품의 원자재를 조달하고 보관하며 하역과 포장, 운송 및 유통에 이르기까지 물품

흐름에 대한 종합적 관리에 대해 연구한다. 물류체계를 개선하기 위한 과학적 분석과 더불어 창의적 아이디어 창출에 대해 분석한다.

· **시뮬레이션 (Simulation)**
경제, 경영 시스템을 분석하기 위하여 개별적 이벤트들의 상호관계를 모형화하고 컴퓨터를 통한 모의실험 방법론을 연구한다. 다양한 시뮬레이션 패키지를 통하여 실제 사례를 분석한다.

· **최적화기법 (Optimization Theory)**
경제, 경영현상의 모형화 및 목적함수의 극점(extrema)을 도출하는 일반적인 방법론을 연구한다. 제약조건을 가지는 최적화 기법으로 라그래인지 방법론, 쿤터커 방법론 등 수리적 접근방법과 경영사례를 분석한다.

· **통계데이터분석 (Statistical Data Analysis)**
통계 조사분석을 위한 기본적인 원리로서 기초통계를 근간으로 연관성 분석, 분산분석, 회귀분석, 군집분석, 요인분석, 판별분석, 로지스틱 회귀분석, 의사결정나무 모형 등의 응용통계 분석방법의 원리와 이론을 실제 사례에 적용하는 능력을 배양한다.

· **품질경영 (Quality Management)**
제품 및 서비스 품질의 경쟁우위 확보는 현대 경영에 있어서 중요한 화두이다. 본 과목에서는 생산 부서 중심의 통계적 품질관리 및 조직의 모든 기능이 전략적으로 참여하는 전사적 품질경영 등을 학습하며 최근 주요 기업에서 실천적인 경영혁신 기법으로 주목 받고 있는 6시그마에 대한 내용을 소개한다.

▣ 지속가능경영학 전공

◎ 지속가능경영 세부분야

▶ 석사 과정

· **기업가정신연구 (Entrepreneurship Study)**
이 과목은 학생들이 기업경영에 필요한 기업가의 지식 내지 소양이 무엇인가를 전반적으로 이해하고, 기술 사업화와 창업에 대한 동기부여를 시키고, 기업가로서 사회적 책임을 이행하기 위한 방법이 무엇인가를 배우도록 해준다.

· **기업윤리와사회책임경영연구**
(Business Ethics and Social Responsibility Management Study)
이 과목은 기업의 지속가능한 성장을 위해서 윤리적 접근이 필요함에 따라 기업이 윤리적 의사결정을 해야 하는 논리를 이해하는데 초점을 둔다. 따라서 학생들은 경영현장에서 발생하고 있는 윤리적 이슈를 경영의 각 기능별로 구분하여 윤리적 이슈에 따른 전략 방안이 무엇인가를 확인한다. 또한, 학생들은 사회적 요구에 따라 기업이 보여준 사회적 성과가 무엇이며, 그 결과 사회적 성과와 재무적 성과의 연관성을 학습한다.

· **기업지배구조연구 (Corporate Governance Study)**
본 과목은 기업 내부의 의사결정시스템, 이사회와 감사의 역할과 기능, 경영자와 주주와의 관계에 대해 연구한다. 본 과목은 기업 내부의 의사결정시스템은 물론 시장에 대한 규제, 금융 감독체계, 관행 및 의식이 무엇인가를 다룬다. 또한, 본 과목은 기업경영자가 이해관계자, 특히 주주의 이익을 위해 제 역할을 다할 수 있도록 감시·통제하는 방안이 무엇인가를 확인한다.

· **다변량분석연구 (Multivariate Analysis Study)**
다변량분석 연구는 복잡한 요인으로 발생하는 다양한 사회현상을 분석하는데 초점을 둔다. 연구문제에 따라 학생들은 실험설계를 통한 실험연구나 1차 데이터를 활용한 실증분석을 하는 분석방법을 배운다.

· **사회적가치연구 (Social Value Study)**
본 과목은 기업이 사회적 가치를 실천하면서도 가치사슬 안에서 비용을 낮추어 이윤을 창출하고 지속가능한 성장을 이루는 사회적 가치 비즈니스에 대한 연구를 다룬다. 또한, 본 과목은 사회적 가치를 반영한 지속가능한 성장을 위한 최적의 방안이 무엇인가를 연구한다.

· **연구방법론연구 (Research Methodology Study)**
사회과학 논문 작성에 사용되는 기초적인 연구방법을 이해하고 해석함으로써 논문의 개념 및 특성에 대한 지식을 함양하고 스스로 연구를 설계하고 분석하는 능력을 배양한다.

· **지속가능경영연구 (Sustainability Management Study)**
이 과목은 미래 인류와 기업을 위한 새로운 성장 패러다임으로 등장한 지속가능 경영의 개념이 무엇인가를 학습한다. 따라서 학생들은 기업경영활동에 영향을 미치는 기업의 환경경영과 사회공헌 활동 등을 포괄하는 개념인 지속가능가능경영이 기업의 경영활동, 그리고 환경, 사회, 그리고 이해관계자들에 미치는 영향을 분석하고, 기업 성공을 위한 가이드라인이 무엇인가를 파악한다.

· **지속가능경영전략연구 (Sustainable Management Strategy Study)**
이 과목은 학생들이 환경경영의 태동 배경과 국제적 동향을 이해하고 체계적인 환경경영을 위한 구체적 실천 절차와 방법, 그리고 전략 등이 무엇인가를 학습하도록 해준다.

· **지속가능경제성분석연구 (Sustainable Economic Analysis Study)**
급변하는 환경기술경영에 필요한 경영지식을 사업화하기 위한 사업타당성 분석(기술성, 시장성, 재무성) 기법에 대하여 학습한다.

· **지속가능금융과SRI연구 (Sustainability Finance and SRI Study)**

은행, 보험, 증권 등 금융시장에서 고려해야 할 지속가능성 이슈와 기법을 다루고, 사회적 책임을 다하는 기업에 대한 투자 확대로 투자수익률 및 기업의 지속가능성 제고를 동시에 달성해 나가는 방법론을 학습한다. 또한, 기업의 재무적 측면뿐 아니라 비재무적 측면인 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance) 등 ESG를 고려하여 장기적 관점에서 투자하는 방식에 대해 연구한다.

· 지속가능마케팅연구 (Sustainable Marketing Study)
마케팅 믹스의 핵심적 요소들을 지속가능경영 관점에서 해석하고 이를 전략적 차원에서 접근하기 위한 이론연구와 사례분석

· 지속가능마케팅전략연구 (Marketing Strategy in Sustainability Management Study)
본 과목은 기업이 기업의 지속가능한 기업목표(경제성, 사회성, 환경성)를 달성하기 위한 마케팅 전략수립 방안을 연구한다.

· 지속가능마케팅조사연구 (Sustainable Marketing Research Study)
본 과목은 기업이 기업의 지속가능한 기업목표(경제성, 사회성, 환경성)를 달성하기 위한 마케팅 전략수립 방안을 연구한다.

· 지속가능비즈니스모델연구 (Sustainable Business Model study)
기업의 지속가능성 제고를 위해 다양한 비즈니스 모델 혁신 유형 및 최근의 비즈니스모델 사례들을 학습하고, 새로운 비즈니스 모델을 제시하는 프로세스를 학습하는 것을 목표로 한다.

· 지속가능시니어산업연구
(Senior Industry Seminar in Sustainability Management study)
본 과목은 학생들이 시니어산업에 대한 조사 및 분석을 통하여 시니어산업부문에서 선도적인 역할을 할 수 있도록 하기 위한 지속가능 경영 방안을 학습한다.

· 지속가능시니어행동연구 (Senior Behavior in Sustainability Management Study)
본 과목은 학생들이 인지심리학 관점에서 시니어의 정보처리과정을 학습하여 시니어행동에 미치는 영향요인들이 무엇인가를 확인하고, 지속가능한 기업전략의 수립을 위한 방안이 무엇인가를 학습하도록 한다.

· 지속가능회계및보고연구 (Sustainability Management Study)
지속가능 회계는 환경경영을 지원하기 위한 시스템이다. 학생들은 환경비용을 규명하고, 측정하여 이를 적절하게 관리하여 경영의사결정에 활용하는 환경회계기법과 그 결과를 기업 이해관계자에게 보고하는 방법을 배운다.

· 친환경설계및청정생산연구 (Eco-green Design and Clean Production Study)
본 과목은 전과정평가(life cycle assessment)에 근거한 친환경 제품 및 친환경설계,

친환경공급망관리, 청정생산 등 제품 및 서비스의 환경성 제고를 위한 실천적 방법론을 학습한다.

▶ **박사 과정**

· **기업가정신세미나 (Entrepreneurship Seminar)**

이 과목은 학생들이 기업경영에 필요한 기업가의 지식 내지 소양이 무엇인가를 전반적으로 이해하고, 기술 사업화와 창업에 대한 동기부여를 시키고, 기업가로서 사회적 책임을 이행하기 위한 방법이 무엇인가를 배우도록 해준다.

· **기업윤리와사회책임경영세미나**
(Business Ethics and Social Responsibility Management Seminar)

이 과목은 기업의 지속가능한 성장을 위해서 윤리적 접근이 필요함에 따라 기업이 윤리적 의사결정을 해야 하는 논리를 이해하는데 초점을 둔다. 따라서 학생들은 경영현장에서 발생하고 있는 윤리적 이슈를 경영의 각 기능별로 구분하여 윤리적 이슈에 따른 전략 방안이 무엇인가를 확인한다. 또한, 학생들은 사회적 요구에 따라 기업이 보여준 사회적 성과가 무엇이며, 그 결과 사회적 성과와 재무적 성과의 연관성을 학습한다.

· **기업지배구조세미나 (Corporate Governance Seminar)**

본 과목은 기업 내부의 의사결정시스템, 이사회와 감사의 역할과 기능, 경영자와 주주와의 관계에 대해 연구한다. 본 과목은 기업 내부의 의사결정시스템은 물론 시장에 대한 규제, 금융 감독체계, 관행 및 의식이 무엇인가를 다룬다. 또한, 본 과목은 기업경영자가 이해관계자, 특히 주주의 이익을 위해 제 역할을 다할 수 있도록 감시·통제하는 방안이 무엇인가를 확인한다.

· **다변량분석세미나 (Multivariate Analysis Seminar)**

다변량분석 연구는 복잡한 요인으로 발생하는 다양한 사회현상을 분석하는데 초점을 둔다. 연구문제에 따라 학생들은 실험설계를 통한 실험연구나 1차 데이터를 활용한 실증분석을 하는 분석방법을 배운다.

· **사회적가치세미나 (Social Value Seminar)**

본 과목은 기업이 사회적 가치를 실천하면서도 가치사슬 안에서 비용을 낮추어 이윤을 창출하고 지속가능한 성장을 이루는 사회적 가치 비즈니스에 대한 연구를 다룬다. 또한, 본 과목은 사회적 가치를 반영한 지속가능한 성장을 위한 최적의 방안이 무엇인가를 연구한다.

· **연구방법론세미나 (Seminar in Research Methodology)**

사회과학 논문 작성에 사용되는 기초적인 연구방법을 이해하고 해석함으로써 논문의 개념 및 특성에 대한 지식을 함양하고 스스로 연구를 설계하고 분석하는 능력을 배양한다.

· **지속가능경영세미나 (Sustainability Management Seminar)**
이 과목은 미래 인류와 기업을 위한 새로운 성장 패러다임으로 등장한 지속가능 경영의 개념이 무엇인가를 학습한다. 따라서 학생들은 기업경영활동에 영향을 미치는 기업의 환경경영과 사회공헌 활동 등을 포괄하는 개념인 지속가능가능경영이 기업의 경영활동, 그리고 환경, 사회, 그리고 이해관계자들에 미치는 영향을 분석하고, 기업 성공을 위한 가이드라인이 무엇인가를 파악한다.

· **지속가능경영전략세미나 (Sustainable Management Strategy Seminar)**
이 과목은 학생들이 환경경영의 태동 배경과 국제적 동향을 이해하고 체계적인 환경경영을 위한 구체적 실천 절차와 방법, 그리고 전략 등이 무엇인가를 학습하도록 해준다.

· **지속가능경제성분석세미나 (Sustainable Economic Analysis Seminar)**
급변하는 환경기술경영에 필요한 경영지식을 사업화하기 위한 사업타당성 분석(기술성, 시장성, 재무성) 기법에 대하여 학습한다.

· **지속가능금융과SRI세미나 (Sustainability Finance and SRI Seminar)**
은행, 보험, 증권 등 금융시장에서 고려해야 할 지속가능성 이슈와 기법을 다루고, 사회적 책임을 다하는 기업에 대한 투자 확대로 투자수익률 및 기업의 지속가능성 제고를 동시에 달성해 나가는 방법론을 학습한다. 또한, 기업의 재무적 측면뿐 아니라 비재무적 측면인 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance) 등 ESG를 고려하여 장기적 관점에서 투자하는 방식에 대해 연구한다.

· **지속가능마케팅세미나 (Sustainable Marketing Seminar)**
마케팅 믹스의 핵심적 요소들을 지속가능경영 관점에서 해석하고 이를 전략적 차원에서 접근하기 위한 이론연구와 사례분석

· **지속가능마케팅전략세미나 (Marketing Strategy in Sustainability Management Seminar)**
본 과목은 기업이 기업의 지속가능한 기업목표(경제성, 사회성, 환경성)를 달성하기 위한 마케팅 전략수립 방안을 연구한다.

· **지속가능마케팅조사세미나 (Sustainable Marketing Research Seminar)**
본 과목은 학생들이 기업의 지속가능 마케팅 의사결정을 지원하기 위한 정보 창출 및 활용 방법을 이해하기 위해 지속가능마케팅 조사의 개요, 측정, 표본이론 및 표본설계, 자료수집방법 등 통계분석기법 등을 학습하도록 한다.

· **지속가능비즈니스모델세미나 (Sustainable Business Model Seminar)**
기업의 지속가능성 제고를 위해 다양한 비즈니스 모델 혁신 유형 및 최근의 비즈니스모델 사례들을 학습하고, 새로운 비즈니스 모델을 제시하는 프로세스를 학습하는 것을 목표로 한다.

· **지속가능시니어산업세미나 (Senior Industry Seminar in Sustainability Management Seminar)**
본 과목은 학생들이 시니어산업에 대한 조사 및 분석을 통하여 시니어산업부문에서 선도적인 역할을 할 수 있도록 하기 위한 지속가능 경영 방안을 학습한다.

· **지속가능시니어행동세미나**
(Senior behavior in Sustainability Management Seminar)
본 과목은 학생들이 인지심리학 관점에서 시니어의 정보처리과정을 학습하여 시니어행동에 미치는 영향요인들이 무엇인가를 확인하고, 지속가능한 기업전략의 수립을 위한 방안이 무엇인가를 학습하도록 한다.

· **지속가능특별논제1 (Special Topics 1 in Sustainability Management)**
본 과목은 급변하는 지속가능경영에서의 특별한 주제를 중심으로 이론적 및 실무적 시사점을 도출하기 위한 학습을 목표로 한다.

· **지속가능특별논제2 (Special Topics 2 in Sustainability Management)**
본 과목은 급변하는 지속가능경영에서의 특별한 주제를 중심으로 이론적 및 실무적 시사점을 도출하기 위한 학습을 목표로 한다.

· **지속가능회계보고세미나 (Sustainability Accounting and Report Seminar)**
지속가능 회계는 환경경영을 지원하기 위한 시스템이다. 학생들은 환경비용을 규명하고, 측정하여 이를 적절하게 관리하여 경영의사결정에 활용하는 환경회계기법과 그 결과를 기업 이해관계자에게 보고하는 방법을 배운다.

· **친환경설계및청정생산세미나 (Eco-green Design and Clean Production Seminar)**
본 과목은 전과정평가(life cycle assessment)에 근거한 친환경 제품 및 친환경설계, 친환경공급망관리, 청정생산 등 제품 및 서비스의 환경성 제고를 위한 실천적 방법론을 학습한다.

▣ 이중언어트랙

▶ 석사 과정

· **경영학원론 (Principles of Business Administration)**
본 과목은 경영에 관한 기본 개념들을 소개하고, 기업을 둘러싼 경영환경 전반에 대한 이해를 돕는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 기업들이 경영 활동을 하는 동기 및 배경에 대해 연구하고, 이들 활동에 있어서 부딪치는 제반 문제점을 분석한다. 아울러 다양한 사례분석을 통해 기업들이 나아가야 할 방향을 함께 모색하기 위한 필수 과목이다.

· **경제학원론 (Principles of Economics)**
본 과목은 경제학의 의의, 수요와 공급이론, 생산자와 소비자의 합리적인 선택 등 개별 경제주체의 행태와 시장의 효율성 및 조직 등 시장경제의 작동에 대한 기초 이론을 습득하는 데에 목적이 있다. 또한 경제학적 접근 방법에 대한 훈련을 통하여 경제적 사고

능력의 배양과 함께 경제학에 있어서의 인센티브, 장기적 기초여건들, 제도, 예측 가능한 경제정책의 중요성 등의 문제점들에 대하여 고민하고, 이를 통해 실물 경제정책과 경영환경에 대한 이해력을 제고한다.

· **국제금융 (International Finance)**
금융은 실물 시장과 연계되어 있으면서 독립적 시장운영 체제를 가지고 있다. 경제가 개방되면서 금융시장은 국제화되었다. 본 과목에서는 국제화된 금융시장의 운영과 변화를 이해하고, 국제수지 및 환율 등 기초지식뿐만 아니라 외환, 국제금융시장 등 국제금융 전반에 대해 포괄적으로 고찰한다. 아울러 국제금융과 관련된 주요 이론과 금융기관 및 기업의 국제금융 관련 실무능력을 배양하는 데 중점을 둔다. 본 강의는 이러한 요소들을 고려해 학생들이 갖추어야 할 국제금융 지식을 소개하고, 이를 기반으로 실제 현장에 적용하는 것을 주목적으로 한다.

· **기술경영과 혁신전략 (Strategic Management of Technological Innovation)**
본 과목은 글로벌경쟁 환경에서 기술의 중요성을 인식하고 기술을 어떻게 경영해야 경쟁우위를 확보하고 기업의 이익을 창출할 수 있는가에 대해 필요한 기본지식과 전략적 사고를 배양하는 것을 목적으로 한다. 기술경영과 기술혁신의 기본이론과 모형에 대해서 학습하고, 기술혁신 전략을 수립하기 위한 모델과 방법론에 대해 고찰한다. 본 과정을 통하여 미래의 CTO(Chief Technology Officer)로서 갖추어야 할 기술경영에 연관된 세부적인 기능에 대한 이해를 넓히고, 기술경영을 달성하기 위한 과학과 기술과 경제, 기술혁신의 개념 및 과정을 이해한다.

· **마케팅원론 (Principles of Marketing)**
본 과목에서는 마케팅에 대한 개념을 이해하고 사례/논문 분석 및 이론 제공을 통하여 다양한 마케팅 전략을 알아본다. 전사차원의 마케팅 전략, 마케팅 의사결정의 통합과 조정, 마케팅 기획 프로세스를 다룬다. 본 과정에서 학생들은 마케팅 사례 준비, 마케팅 환경, 경쟁 상황, 고객 분석, 전략적 마케팅 계획 수립 등을 수행해 봄으로써 마케팅 기획과 전략 수립, 프로그램을 실행하는 스킬을 습득할 수 있다.

· **미디어 경영경제론 (Media Management and Economics)**
본 과목에서는 문화예술산업의 기본적인 경영이론을 학습하며, 미디어 경영경제 연구와 관련된 다양한 주제를 다룬다, 음악을 비롯한 미술, 영화, 방송, 공연, 만화·애니메이션, 게임 등 다양한 문화예술산업 분야의 사회적 위치와 역할을 파악하고, 각 분야의 융합을 통한 새로운 가능성을 연구하고 제시하는 것을 목표로 한다. 나아가 문화예술산업의 경제학적 의미와 미디어 경영의 기본 개념을 바탕으로 각각의 콘텐츠별 선진국 사례와 국내 사례를 비교 분석하여 구체적이고 실제적인 선진 미디어 경영경제 마인드를 익힌다.

· **미디어네트워크 경영 (Media and Network Management))**
본 과목에서는 음악산업, 아티스트 매니지먼트, 뮤직퍼블리싱 산업, 콘서트 산업에 대한 이론과 실무에 관한 지식을 학습한다. 또한, 기획, 투자, 제작, 홍보, 유통에 이르는 비즈니스 체계와 미디어 저작권에 대한 지식을 학습하고, 이와 관련한 실무적인 과정을

익힌다. 또한 미디어는 최종소비자에게 상품이나 서비스가 전달되는 과정에서 여러 주체들이 연결된 상태이기 때문에 단순 선형 구조가 아닌 다층의 복합구조를 가지게 되므로 네트워크 경영 기법을 고찰한다. 그리고 미디어 기업 또는 네트워크 사업모델을 사용하는 기업들의 경영 사례연구를 통해 미디어 기업 경영환경 및 경제시스템을 이해한다.

· **부동산 재무론** (Real Estate Finance)
본 과목은 부동산에 대한 기본 이해와 변화 그리고 변화에 적응하는 경제 주체들의 재무적 운영 및 평가 방식을 이해하는데 필요한 과목으로서, 회계를 기초로 부동산 기업들의 경영방식과 자본 조달 및 운영에 대해 고찰한다. 먼저 부동산 사업 주체 내부의 재무적 운영을 고찰하고, 부동산과 실물시장과의 연관성을 재무적인 관점에서 고찰한다. 또한 수요자들의 재무적 운영과 각 기업들의 부동산 운영을 통한 수익 극대화 및 비용 절감 등을 학습한다.

· **연구조사방법론** (Research and Survey Method)
본 과목은 사회과학 연구에서 필요한 학문적, 실무적 측면의 연구방법론을 습득하는 것을 목적으로 한다. 실제 사례에 대한 조사계획의 수립, 이론 구축(가설 설정), 설문 개발, 데이터 수집, 분석, 결과정리, 보고 및 발표 등을 포함하는 제반 연구 절차를 체계적으로 수행하는 능력을 배양하게 하는 기초 과정이다.

· **전략경영과 경쟁우위** (Strategic Management and Competitive Advantage)
본 과목에서는 변화하는 외부 환경에 대응하기 위한 경영전략과 글로벌 환경 속에서의 비즈니스 업무 관행에 대한 전반적인 내용을 탐구한다. 외부환경 분석과 내부역량 분석을 통하여 경쟁우위를 점하기 위한 전략결정 과정을 관리하는 기법을 고찰하고, 사업수준전략, 기업수준전략을 수립하는 실습을 한다. 이처럼 학생들은 현대 기업이 당면하고 있는 급격한 환경에 대응하기 위한 경영전략과 이의 운영에 대한 실제 사례를 학습함으로써 전문경영인으로서의 자질을 함양할 수 있다.

· **조직행동론** (Organizational Behavior)
본 과목은 조직생활 속에서 나타날 수 있는 인간의 다양한 행동에 관한 지식을 얻기 위해 연구한다. 특히 기업에서 인간의 행동과 조직의 구조 및 기능에 관련되는 제반 현상을 분석, 설명, 예측하고 바람직한 방향으로 변화시키기 위한 제 이론을 학습하고, 조직에서 성공적인 인간관계 및 협동심을 극대화하여 개인 및 조직 목표달성에 공헌할 수 있는 제 기법을 습득한다. 그리고 리더십과 팀 행동으로 리더십에 대한 학습을 통하여 성공적인 조직생활에 도움을 주고 더불어 글로벌 리더로 성장하는데 필요한 리더십을 함양하는 데 목적을 둔다.

· **캡스톤설계** (Capstone Design)
본 과목은 마지막 학기에 학생들이 수행하는 종합설계과목으로서 실제 현장에서 접하는 문제를 적극적으로 해결할 수 있도록 재학 중 배운 전공 지식을 바탕으로 경영학 과정 전체를 경험하고 평가하는 과목이다. 본 과목의 교육목표는 창의력 향상과 현장 적응력

제고를 통하여 취업 후 재교육 필요 없이 곧바로 현장에서 일을 할 수 있는 유능한 인재를 양성하는 데에 있다.

· **투자론 (Investment)**
본 과목에서는 국제간 자본거래의 원리와 형태, 다국적 기업의 직간접 투자행태를 학습함으로써 국제투자의 기본내용과 속성 그리고 다국적 기업에 대한 이해를 증대하여 세계경제 흐름에 대한 국제적인 시각을 배양한다. 또한 투자분석에 대한 과제 및 사례 연구를 통해서 투자전략의 수립, 유지, 수익성 있는 투자 포트폴리오를 평가하는 능력을 배양하고, 투자 이론들이 실제로 적용되는 모습을 이해한다. 이를 통하여 학생들은 금융투자에 친근하게 접근하여 기존의 금융상품은 물론 새로운 금융상품을 올바로 이해하고, 주어진 환경을 적절히 이용할 수 있는 시각을 배양하게 된다.

· **한국경제사회의 이해 (Understanding of Korean Economic and Society)**
본 과목은 한국경제에 대한 체계적이고 종합적인 분석을 통하여 한국경제가 직면하고 있는 문제점들의 본질을 이해하고 새로운 도약을 위한 정책시사점을 도출하는데 목표가 있다. 한국경제발전의 주요한 요인들을 경제이론에 입각하여 분석하고, 경제체제의 변화, 경제발전 단계 등을 고찰한다. 또한 한국 국민들이 실제 경제생활에서 당면하는 주요한 문제들을 소득, 고용, 주거, 의료, 교육, 금융 및 통일 등의 측면에서 살펴보고, 한국사회의 구조적인 변화, 소득분배와 형평의 문제, 산업 부문별 성장전략, 자립경제의 구축 등을 광범위하게 다룬다.

· **한류 컨텐츠 경영 (Hallyu(Korean wave) Contents Management)**
본 과목에서는 한류 컨텐츠의 근원을 이루고 있는 한국 문화의 발생과 기원, 분포 등의 원형을 탐구하며, 한국문화의 고유한 특질과 함께 인류의 보편적인 문화 현상과 공유 가치를 탐구한다. 특히, 한국, 중국, 일본을 중심으로 하는 동아시아의 문화 원류를 파악하여 한국의 문화 정체성을 확립하고 한류가 나아갈 바를 고찰한다. 또한 대중문화콘텐츠가 서로 어떠한 관계를 맺고 있는지 장르별로 탐색하며, 각 문화 현상이 갖는 의의와 영향관계를 파악하고, 글로벌 시장에서 경쟁력을 갖춘 한국의 문화콘텐츠를 고찰한다. 그리고 빠르게 변화해가는 주변 환경에 대응하며 새롭게 개발할 수 있는 컨텐츠 기법을 탐구함으로써 4차 산업혁명 시대에 각광받고 있는 다양한 소셜미디어를 통한 마케팅 기법을 익힌다.