

경영학과

(Dept. of Business Administration)

설치 과정 : 석사과정, 박사과정, 석·박사통합과정

학과 소개

기업경영을 연구하는 경영학은 현대 사회과학의 종합학문 분야이자 최첨단 응용 분야로서 그 원리는 기업뿐만 아니라 공공기관과 비영리법인을 포함한 일반 조직으로 확장 적용될 수 있다. 다른 사회과학 분야에 비해 경영학 전공 석사 과정을 이수한 학생들은 취업률과 사회적 성취도 면에서 만족도가 높다. 국민대학교 경영학과에는 우수 교수진이 포진하고 있고, 첨단 강의 시설을 자랑하고 있으며, 개개인의 적성에 맞는 1:1 교육을 지향하고 있다.

교육 목표

급속히 변하는 국내외 경영환경에 적극적으로 대응할 수 있는 경영 전문 인력 양성을 교육목표로 한다. 첫째, 최신 경영학 이론을 충실히 이해하고 관심분야에 대한 연구수행 능력과 실무 적용 능력을 배양한다. 둘째, 체계적인 연구, 지도를 통하여 창의적인 사고와 심층적 학문연구를 할 수 있는 경영자를 육성한다. 셋째, 국제적 감각과 바람직한 인성, 지도력을 갖춘 조직의 리더를 배출한다.

전공 분야

분 야	개 요
매니지먼트 전공 (Management Major)	매니지먼트전공에서는 기업목적을 달성하기 위한 경영전략의 수립, 전략을 효과적으로 실행하기 위한 조직구조와 업무 프로세스의 설계, 인적자원의 개발 및 관리, 앙트러프러너십과 관련된 다양한 이론과 방법론을 터득하게 된다. 이 과정을 성공적으로 수료하면 매니지먼트 이론 연구자, 민간 및 공공기관 연구원, 전략·조직·인사 컨설턴트, 비즈니스 코치 등의 전문직으로 진출할 수 있다. 조직행동론, 조직이론, 인적자원관리, 리더십연구, 전략경영, 코칭심리학, 창업이론세미나 등이 중심교과목이다.
재무 전공 (Finance Major)	재무 전공은 기업의 자본조달과 운영, 금융기관경영 및 금융시장 등을 연구대상으로 하고 있다. 상대적으로 금융부문이 취약한 우리나라 경제의 선진화를 위해서는 우수한 금융 전문인력의 확보가 필수적이며 전 금융산업이 이러한 인식을 공유하고 있으므로 재무, 금융 전공자의 취업 전망은 어느 전공분야보다 밝다. 재무전공은 선진 재무, 금융이론과 기법을 터득한 전문인력 양성을 교육목표로 삼는다. 수학, 통계학 등 기초교육을 중시하고 국제화 시대에 걸맞도록 외국어 교육을 강조한다.
마케팅 전공 (Marketing Major)	마케팅 전공은 소비자의 비즈니스를 파악하여 소비자 관점의 가치를 고객에게 제공하며, 장기적으로 고객과의 관계를 관리하는 순환적인 과정을 연구의 대상으로 한다. 고전 이론과 최신 이론을 학습하고 이론을 실무에 적용할 수 있는 통합적인 응용 능력을 배양함을 교육목표로 삼고 있다. 마케팅 전공 교과는 마케팅 핵심 개념과 이론을 학습하는 기초과목, 마케팅 각론(상품, 가격, 광고, 유통)의 이론과 실무 이슈를 배우는 관리론, 그리고 심화 연구 분야를 다루는 세미나 과목 등 3단계 교과 군으로 구성되어 있다.
창업학전공 (Entrepreneurship Major)	창업학 전공은 혁신적이고 전략적인 사고를 기반으로, 새로운 비즈니스 기회를 찾고추진하는 과정의 매커니즘을 체계적으로 이해하고 분석하는 데 중점을 둔 전공이다. 창업전략, 창업재무, 창업조직행동론, 투자실무, 창업교육 등의 핵심교과목을 통해이론과 방법론을 체계적으로 학습하며, 이를 현장에서 적용할 수 있는 실무능력도 갖추게 된다. 창업학 전공자는 관련 분야의 교육자 및 연구자로서 성장할 기회를 갖게 됨은 물론, 창업가, 벤처캐피탈리스트, 창업컨설턴트, 기술기업의 전문경영인, 창업지원기관 전문인력 등 다양한 관련분야 전문가로 진출할 수 있다.
POL 전공 (Purchasing Operations and Logistics Management)	POL 전공은 구매(Purchasing), 생산운영(Operations), 물류유통(Logistics)을 통합적으로 연구한다. 3가지 세부분야별 전문성을 갖추면서도 이들을 통합한 융합을 강조함으로써 기존의 생산 관리라는 일반적인 개념을 탈피하여 전문성과 다양성을 고루 갖춘 경영전문인을 배출하는 것을 그 목적으로 삼고 있다. 세 가지 각 세부분야별 전문적인 지식과 기술을 습득할 수 있는 다양한 수업이 각 학문분야의 전문 교수진에 의해 제공되며, 본 전공의 재학생은 한 가지 세부분야에 집중함으로써 전문성을 강화하거나 두 개 이상의 분야를 동시에 선택함으로써 다양성과 학문적 융합을 추구할 수 있다.

학과 운영내규

1. 입학 전형

- 1) 석사과정 또는 박사과정 신입생 선발 시 해당전공 또는 학과의 소속 전임교원 3인 이상이 참여하여 동의해야 한다.

2. 선수과목

- 1) 타계열 출신 학생은 다음의 선수과목 중 석사과정은 최대 12학점(택 4), 박사과정 및 석·박사 통합 과정은 최대 24학점(택 8)을 이수하도록 하며, 주임교수의 판단아래 아래의 과목외에 본 대학 학부과정의 다른 과목을 지정할 수 있다.

대상	구분	교 과 목 명	학 점
석사 / 박사 / 석·박사통합과정	학부과목	현대경영과기업가정신	3
		경제학개론	3
		회계학원론	3
		재무관리	3
		투자론	3
		가치평가론	3
		조직행동론	3
		조직이론	3
		인적자원관리	3
		마케팅	3
		소비자행동	3
		전략경영	3
		생산운영관리	3
		재무회계	3
		원가회계	3
		경영통계	3

- 2) 출신 대학에서 이미 이수한 과목이 있는 경우, 학과 주임교수의 승인을 받아 이를 면제 받을 수 있다. 출신대학에 따라 과목명이 상이하므로, 동일한 교과내용으로서 과목명이 다른 경우에는 학과 주임교수의 승인을 받아 이를 이미 이수한 것으로 인정받을 수 있다.
- 3) 출신대학에서 경영통계과목을 이수하지 않은 학생은 본 대학 학부과정에서 경영통계를 선수과목으로 이수해야 한다. 단 학과학사관리위원회의 판단에 따라 이를 면제할 수도 있다.

3. 외국어시험

- 1) 외국어시험의 응시자격 및 응시절차는 대학원 학칙 및 대학원 학사운영규정에 준한다.
- 2) 박사과정은 제2외국어 시험을 실시하지 않는다.
- 3) 외국어 시험(영어) 면제 요건으로 인정하는 학교에서 지정한 온라인 모의 토익의 이수기준은 다음과 같다.
 - 강좌 수강률 70% 이상과 학과 지정 기준 점수인 750점 이상 취득을 모두 충족
- 4) 대학원 학사운영규정 제47조(외국어시험의 면제) 제7항에 의거 다음 각호의 경우 본 내규에 의해 외국어시험을 면제한다.
 - 내국인 중 영문 학위논문 작성자.
 - 영어 응시대상 학생 중 SCOPUS, SCI(E), SSCI급 국제학술지에 주저자(공동주저자 포함)로 1편 이상의 논문 게재자 혹은 게재 승인을 받은 자. 공동주저자의 경우 공동주저자 수만큼 나눠 계산되며, 해당 공저자의 논문 편수의 합이 1편이상이 되어야 인정함. 단, 면제 신청 시 게재 확정 확인(게재예정증명서 제출, 온라인 출간 등)이 가능해야 함. 한국어 응시대상 외국인의 경우 신청이 불가함.

4. 종합시험

- 1) 종합시험의 응시자격 및 응시절차는 대학원 학칙 및 대학원 학사운영규정에 준한다.
- 2) 종합시험은 석사과정 2과목, 박사과정 3과목으로 하며, 시험과목은 각 전공별로 정한다.

5. 학위청구논문

- 1) 논문계획서는 지도교수의 확인을 받아 석사과정은 3차 학기 개강 1주내, 박사과정은 4차 학기 개강 1주내에 주임교수에게 제출하여야 한다.
- 2) 석사과정 및 박사과정의 논문예비심사는 본심사 직전학기에 실시한다.
- 3) 석사, 박사과정, 석/박사 통합과정 모두 논문 예비심사를 실시한다.
- 4) 본심사용 학위청구논문의 제출기한은 전기에 졸업하고자 하는 대학원은 10월 초까지, 후기에 졸업하고자 하는 대학원생은 4월 초까지 제출하여야 한다. 기간 내 제출하지 않은 논문은 심사에서 제외한다.
- 5) 논문심사는 석사과정 1회(발표), 박사과정은 2회(발표1회 필수)를 실시하며, 논문심사 날짜는 지도교수가 심사위원과 협의하여 정한다. 논문은 각 심사일 2주 전에 심사위원에게 제출하여야 한다.
- 6) 학위논문 심사 시 석사과정은 해당 전공 또는 학과의 소속 전임교원 2인 이상, 박사과정은 해당 전공 또는 학과의 소속 전임교원 3인 이상이 심사위원으로 참여하여야 한다.

6. 학과 운영

- 1) 교·강사는 학과 내 개설 과목 중 한 학기에 한 과목만을 담당하는 것을 원칙으로 한다. 한 과목 이상을 담당해야 할 경우 학과 주임교수의 승인을 받아야 한다.
- 2) 타 전공 학생의 수강을 제한해야 하는 경우 주임교수의 승인을 받아야 한다.
- 3) 학위논문 지도는 논문연구를 위한 과목(예: 논문연구), 혹은 수업 이외의 별도의 시간에 이루어져야 한다.
- 4) 학과 내 개설과목 중 두 개 이상의 과목을 통합하여 운영할 수 없다.
- 5) 팀 티칭이 필요한 경우 주임교수의 승인을 받아야 한다.
- 6) 겸임교수 임용 시에 주임교수와 학장의 승인을 받아야 한다.

7. 연계융합전공

- 1) 융합전공명칭은 “AI기반 디지털혁신창업융합전공”으로 한다.
- 2) 연계융합전공의 대상학위과정은 석사/박사/석,박사 통합과정으로 하며, 이를 신청하고자 하는 학생은 1학기 또는 2학기 진급전 신청하여야 한다.
- 3) 연계융합전공을 포기하고자하는 학생은 2학기 종료전까지 신청해야 한다.
- 4) 연계융합전공의 이수학점은 석사12학점, 박사15학점, 석,박사 통합과정은27학점으로 하며, 원소속전공에서 중복인정학점은 최대6학점으로 한다.
- 5) 필수 지정과목 및 각분야 (기획,AI,관리)의 과목은 아래의 표와 같다.

융합전공	과목명		개설학과	이수요건
AI기반 디지털 혁신창업	필수	벤처와투자실무, 혁신창업규제개선세미나, 창업기획과전략, 스타트업컨설팅	경영학과	석사12학점 박사15학점 석,박사통합
	기획	SCM과로지스틱스, 생산관리세미나, 디지털마케팅, AI기반마케팅전략, AI디지털혁신제품기획		
	관리	인적자원관리, 조직행동세미나1, AI기반디지털혁신인사조직,전략경영세미나1		
	AI	머신러닝프로젝트, AI빅데이터분석기획, 데이터기반의사결정, 데이터사이언스세미나	데이터사이언스학과	27학점이상

*필수지정과목에서 3학점이상 필수이수

*기획, 관리, AI중 하나이상의 영역을 택하여 3학점이상 필수 이수

*필수 교과목을 이수하여야 하며, 각 분야 (기획/관리/AI)의 교과목을 한 개 이상 선택하여 이수하여야 함

부 칙

- 이 내규는 2003년 3월 1일부터 시행한다.
 이 변경 내규는 2010년 9월 1일부터 시행한다.
 이 변경 내규는 2011년 3월 1일부터 시행한다.
 이 변경 내규는 2012년 3월 1일부터 시행한다.
 이 변경 내규는 2015년 9월 1일부터 시행한다.
 이 변경 내규는 2019년 3월 1일부터 시행한다.
 이 변경 내규는 2024년 3월 1일부터 시행한다.
 이 변경 내규는 2025년 3월 1일부터 시행한다.
 이 변경 내규는 2026년 3월 1일부터 시행한다.

교과과정표

◦ 전공 공통(Core Courses)

교 과 목	학점	강의	실습	수강대상
경영학연구방법론 (Research Methodology)	3	3	0	석사 (택1)
경영통계학세미나 (Seminar in Business Statistics)	3	3	0	박사 (택2)
경영학연구방법세미나 (Seminar in Research Methodology)	3	3	0	
계량경제학 (Econometrics)	3	3	0	석·박사 공통
연구윤리와논문연구 (Research Ethics & Thesis Study)				
통계자료처리론 (Analysis of Statistic Data)				

◦ 매니지먼트 전공(Management Major)

교 과 목	학점	강의	실습	수강대상
조직행동세미나1 (Seminar in Organizational Behavior I)	3	3	0	석·박사 공통
인적자원관리 (Human Resource Management)	3	3	0	
조직이론세미나1 (Seminar in Organization Theory I)	3	3	0	
전략경영세미나1 (Seminar in Strategic Management I)	3	3	0	
리더십연구1 (Research in Leadership I)	3	3	0	
창업이론세미나 (Seminar in Entrepreneurship)	3	3	0	
논문연구 I (Independent Study I)	3	3	0	
논문연구 II (Independent Study II)	3	3	0	
매니지먼트통계자료처리론1 (Statistical Methods for Management Studies I)	3	3	0	
AI기반디지털혁신인사조직 (AI-based digital innovation personal organization)	3	3	0	박사
매니지먼트연구세미나 (Research Seminar in Management)	3	3	0	
매니지먼트통계자료처리론2 (Statistical Methods for Management Studies II)	3	3	0	
조직이론세미나2 (Seminar in Organization Theory II)	3	3	0	
인적자원개발 (Human Resource Development)	3	3	0	
코칭심리학연구 (Seminar in Coaching Psychology)	3	3	0	
매니지먼트연구방법론 (Research Methodology for Management Studies)	3	3	0	
리더십연구2 (Research in Leadership2)	3	3	0	
전략경영세미나2 (Seminar in Strategic Management II)	3	3	0	
조직행동세미나2 (Seminar in Organizational Behavior II)	3	3	0	

◦ 재무 전공(Finance Major)

교 과 목		학점	강의	실습	수강대상
기업재무이론	(Corporate Financial Theory)	3	3	0	석·박사 공통
재무연구방법론 I	(Research Methodology in Finance I)	3	3	0	
재무연구방법론 II	(Research Methodology in Finance II)	3	3	0	
투자이론및전략	(Investment Theory and Strategy)	3	3	0	
기초재무이론	(Introduction to Financial Theory)	3	3	0	
금융공학	(Financial Engineering)	3	3	0	
기업지배이론	(Corporate Control)	3	3	0	
재무의사결정론	(Theory of Financial Decision Making)	3	3	0	
가치평가세미나	(Valuation Seminar)	3	3	0	
리스크관리세미나	(Risk Management Seminar)	3	3	0	
채권이론	(Fixed-income Securities)	3	3	0	
재무특수과제연구	(Special Topics in Finance)	3	3	0	
재무개별과제연구	(Independent Study in Finance)	3	3	0	
재무논문연구1	(Finance Thesis Research1)	3	3	0	박사
재무논문연구2	(Finance Thesis Research2)	3	3	0	
재무실증연구	(Empirical Finance)	3	3	0	
기업재무세미나	(Seminar in Corporate Finance)	3	3	0	
투자관리세미나	(Seminar in Investment Management)	3	3	0	
자본시장세미나	(Seminar in Capital Market)	3	3	0	

◦ 마케팅 전공(Marketing Major)

교 과 목		학점	강의	실습	수강대상
소비자행동론	(Consumer Behavior)	3	3	0	석·박사 공통
마케팅조사론	(Marketing Research)	3	3	0	
상품관리론	(Product Management)	3	3	0	
유통관리론	(Marketing Channel Management)	3	3	0	
광고관리론	(Advertising Management)	3	3	0	
가격관리론	(Pricing Management)	3	3	0	
마케팅정보시스템관리론	(Marketing Information System Management)	3	3	0	
마케팅전략론	(Marketing Strategy)	3	3	0	
다변량통계분석	(Multivariate Data Analysis)	3	3	0	
서비스마케팅	(Service Marketing)	3	3	0	
브랜드마케팅	(Brand Marketing)	3	3	0	
유통이론세미나	(Seminar in Marketing Channels)	3	3	0	
마케팅정보이론세미나	(Seminar in Marketing Information System)	3	3	0	
마케팅논문연구 I	(Thesis Research I)	3	3	0	
마케팅논문연구 II	(Thesis Research II)	3	3	0	
디지털마케팅	(Digital Marketing)	3	3	0	
AI기반마케팅전략	(AI-based marketing strategy)	3	3	0	
AI디지털혁신제품기획	(AI Digital Innovation Product Planning)	3	3	0	

◦ 서비스경영전공(Service Management Major)

교 과 목		학점	강의	실습	수강대상
서비스경영이론	(Service Manager Theory)	3	3	0	석·박사 공통
서비스경영철학	(Service Management Philosophy)	3	3	0	
서비스경영개별과제연구	(Service Management Independent Study)	3	3	0	
서비스경영기술	(Service Management Technology)	3	3	0	

◦ 창업학전공(Entrepreneurship Major)

교 과 목		학점	강의	실습	수강대상
창업전략	(Entrepreneurship Strategy)	3	3	0	박사
창업재무	(Entrepreneurial Finance)	3	3	0	
창업교육	(Entrepreneurship education)	3	3	0	
창업조직행동론	(Organizational Behavior in Entrepreneurship Field)	3	3	0	
벤처외투자실무	(Venture & Investment Practice)	3	3	0	
정량적연구-1	(quantitative Study-1)	3	3	1	
정량적연구-2	(quantitative Study-2)	3	3	1	
질적연구	(Qualitative Study)	3	3	1	
머신러닝	(Machine learning)	3	3	1	
창업스페셜토픽	(Special Topic in ENT)	3	3	0	
창업학논문연구1	Entrepreneurship Thesis Research 1	3	3	0	
창업학논문연구2	Entrepreneurship Thesis Research 2	3	3	0	

혁신창업규제개선세미나	(Seminar on Innovative Startup Regulation Improvement)	3	3	0	석·박사 공통
창업기획과전략	(Start-up Planning and Strategy)	3	3	0	
스타트업컨설팅	(Startup Consulting)	3	3	0	

◦ 구매생산물류관리 전공(POL: Purchasing, Operations and Logistics Management)

교 과 목		학점	강의	실습	수강대상
로지스틱스전략	(Logistics Strategy)	3	3	0	석·박사 공통
물류정보시스템	(Logistics Information System)	3	3	0	
물류의사결정론	(Logistics Decision Making)	3	3	0	
SCM세미나	(Supply Chain Management Seminar)	3	3	0	
생산관리세미나	(Operations Management Seminar)	3	3	0	
로지스틱스세미나	(Logistics Seminar)	3	3	0	
구매공급관리	(Purchasing and Supply Management)	3	3	0	
공급자관리	(Supplier Management)	3	3	0	
구매협상	(Purchasing Negotiation)	3	3	0	
구매전략	(Purchasing Strategy)	3	3	0	
구매관리세미나	(Purchasing Management Seminar)	3	3	0	
기술경영전략	(Strategic Management of Technological Innovation)	3	3	0	
SCM과로지스틱스	(SCM and Logistics)	3	3	3	

교과목 개요

◦ 전공 공통(Core Courses)

- 경영학연구방법론(Research Methodology)
실증연구의 기본적 연구설계방법 등을 연구하고 주어진 주제에 대하여 실제로 연구를 실행할 수 있는 역량을 개발한다.
- 경영통계학세미나(Seminar in Business Statistics)
기초통계 기본의 이론적 연구와 실제적 연구를 병행하여 연구논문 작성에 필요한 지식을 습득한다.
- 경영학연구방법세미나(Seminar in Research Methodology)
실증연구의 기초적 개념과 방법론을 연구하고 주어진 연구과제에 필요한 실증연구 설계를 수립한다.
- 계량경제학(Econometrics)
본 교과목의 목적은 계량경제학의 기본 기술을 습득하여 자료 분석을 통한 정확한 정보를 추출해내는 것이다. 이것을 위하여 계량경제학의 기초 이론 및 여러 가지 적용방법에 대한 토론을 진행할 것이며 특히 통계프로그램을 위하여 실질적 분석을 수행할 것이다.
- 연구윤리와논문연구(Research Ethics & Thesis Study)
연구 수행 시 당면할 수 있는 윤리적 상황에 대해 미리 논의하여 대비할 수 있게 한다. 또한 학생들이 연구 윤리와 관련된 국제적인 규율을 학습하여 논문 표절을 예방하고 윤리적인 판단을 내리는 목적과 그 중요성을 이해할 수 있도록 한다.
- 통계자료처리론(Analysis of Statistic Data)
통계적으로 획득된 자료를 적은 희생으로 높은 정확성을 효과적으로 찾아내고 요약할 수 있는 처리능력을 연구한다.

◦ 매니지먼트 전공(Management Major)

- 조직행동세미나 1 (Seminar in Organizational Behavior I)
조직행동론은 조직 내에서 개인 혹은 집단 행동에 영향을 미치는 개인적 요인과 상황적 요인들을 고찰하는 학문이다. 본 과목의 목적은 조직행동 분야에서 수행된 주요한 선행연구들을 소개함으로써 학생들이 조직행동 제 분야에서 다루고 있는 이슈들을 파악할 수 있는 이론적 통찰력을 기르는 것이다. 조직행동 전공자들이 수

강해야 할 기초 교과목으로서 본 과목을 통해 학생들은 조직행동 전반의 이론적 흐름에 대한 통찰력을 함양하고, 추후 자신이 수행할 연구 주제와 연계할 수 있도록 훈련한다.

- 인적자원관리(Human Resource Management)

본 과목의 목적은 석·박사과정 학생들로 하여금 인적자원관리와 관련된 제이론 및 사례를 심층적으로 분석하고 적용하는 능력을 습득하는 것이다. 본 과목의 전반부 “현실에서의 인적자원관리”에서는 인적자원관리의 다양한 현상을 소개하여 (예: 모집, 선발, 훈련) 학생이 연구하고 싶은 인적자원관리 주제를 좁혀갈 수 있도록 돕는다. 후반부 “이론적 렌즈”에서는 각 인적자원관리 주제별로 현상을 이해하기 위해 사용되는 이론들을 살펴보고 학생으로 하여금 전반부에서 자신이 정한 연구 주제를 논문으로 진행시킬 때 적용할 수 있는 이론적 틀을 선택하고 구상할 수 있도록 훈련한다.

- 조직이론세미나 1 (Seminar in Organization Theory I)

조직이론의 주요 동향과 쟁점을 알고 싶은 석박사 과정의 학생을 위해 개설된 입문 성격의 과목이다. 현대사회를 지배하고 있는 조직이 어떻게 형성되고, 성장하며, 다른 조직과 상호작용하는지, 조직 내외부에서 발생하는 문제들을 어떻게 해결하는지, 그리고 조직의 생존과 성장을 위하여 필요한 자원을 어떻게 획득하는지를 이해하고자 한다. 모든 (기업)조직은 시장, 장기계약, 합병, 하청관계, 연결망, 조인트벤처, 프랜차이즈, 내부시장 등 다양한 거래형태를 놓고 생존과 번영을 고민하게 된다. 이를 위해 경영학, 경제학, 사회학 등의 학문분야에서 발전해온 조직 형태, 조직 구조와 프로세스를 설명하는 이론을 학습하고, 이에 근거하여 독자적인 연구주제로 발전시킨다.

- 전략경영세미나 1 (Seminar in Strategic Management I)

전략경영은 조직의 비전과 미션, 그리고 목표를 설정하고 그것을 효과적으로 달성하기 위해 자원을 배분하고, 조직활동을 통합적으로 운영하는 고도의 경영행위이다. 전략경영은 조직을 둘러싼 환경의 변화를 분석하고, 조직 내부의 역량을 분석함으로써 조직의 성과를 극대화할 수 있는 전략 수립 및 실행을 가능하게 하는 것이다. 본 과목에서는 경영전략의 수립과 실행 과정에서 분석하고 이해해야 할 환경, 내부역량, 시장, 경영진의 의사결정 등의 이론적 배경과 실행 사례 등을 학습한다.

- 리더십연구1 (Research in Leadership I)

조직행동분야 중 중요한 관심분야인 리더십의 제 이론들을 분석하고 실제조직에서 활동 가능한 방안을 연구한다.

- 리더십연구2 (Research in Leadership II)

리더십연구 2는 실제 경영현장의 리더십 상황을 분석할 수 있는 이론과 방법론을 학습하고 이를 통해 실무적 시사점을 확보하는 방법을 학습하는 교과목이다. 리더십의 제 이론을 토대로 실무에서의 리더십 상황에 적용하여 분석함으로써 리더십 분야의 논문을 작성할 수 있는 역량을 축적하는 것을 목표로 한다.

- 매니지먼트연구방법론(Research Methodology for Management Studies)

본 과목의 목적은 석·박사과정 학생들로 하여금 조직행동 및 인적자원관리 분야에서 사용되는 양적·질적 연구설계 및 분석 방법을 습득하는 것이다. 특히 본 과목에서는 조직행동 및 인적자원관리 연구 분야에서 최근에 응용되고 있는 연구 방법론들을 집중적으로 소개하고 이를 논문 작성에 응용할 수 있도록 훈련한다.

- 매니지먼트통계자료처리론1(Statistical Methods for Management Studies I)

인사조직 및 전략경영에서 주로 쓰이는 기초 통계기법을 이해하고 실습을 통해 이를 활용하는 능력을 익히는 것을 주된 목적으로 한다. 궁극적으로 학생들은 자신이 선정한 연구주제에 적합한 연구모델을 세우고 양적 데이터를 모아 통계분석기법을 사용하여 데이터 분석을 하여 국내 관련 학회 및 저널에 자신의 논문을 발표하는 것을 목적으로 한다.

- 매니지먼트통계자료처리론2(Statistical Methods for Management Studies II)

인사조직 및 전략경영에서 주로 쓰이는 고급 통계기법을 이해하고 실습을 통해 이를 활용하는 능력을 익히는 것을 주된 목적으로 한다. 궁극적으로 학생들은 자신이 선정한 연구주제에 적합한 연구모델을 세우고 양적 데이터를 모아 통계분석기법을 사용하여 데이터 분석을 하여 국내 관련 학회 및 저널에 자신의 논문을 발표하는 것을 목적으로 한다.

- 창업이론세미나(Seminar in Entrepreneurship)
본 과목은 창업에 대한 이론적·실무적 연구에 초점을 맞춘다. 본 과목을 통하여 학생들은 (1) 창업과 관련된 선행연구들을 고찰하며, (2) 창업 분야의 연구 주제를 분석하고 개발하게 된다. 세미나는 전략경영과 밀접하게 연관되어 있기 때문에, 전략경영을 선수과목으로 수강할 것을 추천한다.
- 조직행동세미나2 (Seminar in Organizational Behavior II)
조직행동세미나2 수업에서는 개인차원, 집단차원, 조직차원의 조직행동을 심층적으로 분석하고, 연구 방법론을 적용하여 학생들이 직접 연구를 수행하기 위한 준비를 하는 것을 목적으로 한다. 본 세미나 수업에서 학생들은 조직행동 분야의 연구 주제를 정하여 한 학기 동안 심층적인 스터디를 통해 국내·외 조직행동 관련 학회 및 저널에 발표할 만한 수준의 논문을 작성할 수 있도록 훈련한다.
- 전략경영세미나2 (Seminar in Strategic Management II)
전략경영세미나2는 조직의 전략수립 및 실행을 둘러싼 이론적 배경이 어떻게 발전해왔는가에 초점을 두면서 최신의 이론 및 프레임워크까지 망라하여 분석한다. 전략경영 이론의 발전흐름을 학습하면서 주요 논쟁의 이론적 배경과 방법론 등을 이해하고 분석함으로써 전략경영 주제의 논문을 작성할 수 있는 역량을 축적하는 것을 목표로 한다.
- 논문연구 I (Independent Study I)
이 과목은 박사과정의 학생들에게 담당교수가 학위논문의 주제와 관련 있는 과제를 부여하여 정해진 기간 동안 주제별 문헌조사 및 정리, 설문조사, 데이터정리 및 분석 등을 수행함으로써 학생들이 논문 작성을 위한 프로젝트를 수행하는 교과목이다.
- 논문연구 II (Independent Study II)
이 과목은 박사과정의 학생들에게 담당교수가 학위논문의 주제와 관련 있는 과제를 부여하여 정해진 기간 동안 주제별 문헌조사 및 정리, 설문조사, 데이터정리 및 분석 등을 수행함으로써 학생들이 논문 작성을 위한 프로젝트를 수행하는 교과목이다.
- 매니지먼트연구세미나(Research Seminar in Management)
매니지먼트 전공 박사 학생이 매니지먼트의 다양한 연구 분야를 접하면서 본인의 연구분야를 좁혀가는 방법을 배울 수 있도록 돕는 것을 목적으로 한다. 본 과목을 통하여 학생들은 학위논문 연구주제를 정하고 주제와 관련된 문헌의 전문가가 되는 것을 목적으로 한다.
- 조직이론세미나2 (Seminar in Organization Theory II)
현대 조직의 구조와 프로세스를 보다 심층적으로 이해하기 위하여 사회학, 경제학, 정치학, 심리학 등 사회과학 분야의 다양한 이론과 쟁점을 다룬다. 대표적인 이론으로 관료제론, 조직생태학, 제도학과, 거래비용경제, 사회연결망이론, 의사결정론, 기업지배구조 등을 학습한다. 본 과목은 조직이론의 심화 과목의 성격을 가지므로 조직이론을 선수과목으로 이수하는 것이 바람직하다.
- 인적자원개발(Human Resource Development)
이 과목은 인적자원개발의 다양한 이론적 관점들과 연구들을 전반적으로 살펴보는 것을 목적으로 한다. 학생들은 인적자원 개발의 핵심 개념과 절차, 실무를 학습한다. 또한 조직 내 종업원들로 하여금 현재와 미래의 직무요구를 충족시킬 수 있을 지식과 기술을 제공하기 위해 기업이 제공하는 체계적인 활동들이 무엇인지를 탐색한다. 구체적으로 인적자원개발에서 다루는 주제는 요구평가, 과업분석, 훈련 프로그램 설계와 실행, 경력 개발, 조직개발 등이다.
- 코칭심리학연구(Seminar in Coaching Psychology)
코칭심리학연구 교과목은 학생들로 하여금 코칭 이론에 대하여 전반적으로 이해할 수 있도록 돕기 위한 목적을 가진다. 즉, 조직행동 및 심리학의 행동 과학 영역에서의 연구 이론들과 실무적 지식들을 코칭에 응용하여 코칭을 학문적으로 설명할 수 있는 이론적 통찰력을 함양함을 목적으로 한다. 구체적으로 코칭에 대한 주요 이론들을 리뷰하고, 학생들이 코칭 영역에서의 최신 이슈들에 대한 통섭적인 관점을 갖출 수 있도록 돕는다.
- AI기반 디지털인사혁신조직 (AI-based digital innovation personal organization)
인공지능 기술을 활용하여 채용, 성과 평가, 교육 및 개발, 직원 경험 관리 등 인재 관리의 효율성과 효과성을 높이고 조직의 경쟁력을 강화하는 전략과 방법을 연구한다.

◦ 재무 전공(Finance Major)

- 기업재무이론(Corporate Financial Theory)
기업재무에 관련된 기본이론과 응용방식에 대한 이해를 기초로 자본조달방안, 배당정책, 자본비용 등 재무정책관련 과제를 다룬다.
- 재무연구방법론 I (Research Methodology in Finance I)
재무전공에 필요한 계량적 분석기법을 다룬다. 재무전공에 많이 사용되는 선형대수, 최적화문제, 회귀분석, 기본적 자료정리 분석방법, 컴퓨터를 활용하여 분석하는 기법 등을 다룬다.
- 재무연구방법론 II (Research Methodology in Finance II)
재무전공에서 필요한 응용계량경제분석에 관한 기법을 다룬다. 여기에는 사건연구 및 시계열분석에 관한 기본이론과 응용방법에 대해 연구한다.
- 투자이론및전략(Investment Theory and Strategy)
투자에 관련된 기본이론과 증권투자의 관리방안 및 투자성과의 측정방법, 그리고 포트폴리오 전략 등을 다룬다.
- 기초재무이론(Introduction to Financial Theory)
기업의 재무현상을 분석하고 각종 재무제표를 이용하여 기업성과를 측정할 수 있도록 한다.
- 금융공학(Financial Engineering)
주식, 채권, 전환사채, 옵션, 선물 등 다양한 투자수단의 수익과 위험의 특성을 이해하고 투자수단의 가격결정 모형과 그 응용전략을 다룬다.
- 기업지배이론(Corporate Control)
기업존재이론과 소유경영분리의 대리인 비용이론, 기업도산 및 재조직, 기업지배시장(합병, 공개매수, LBO, 자산매각 등)과 적대적 매수에 대한 방어전략 등을 다룬다.
- 재무의사결정론(Theory of Financial Decision Making)
기업의 자금조달결정은 투자의사결정과 더불어 재무관리의 중요한 부분이므로 최신 이론을 중심으로 이론을 체계적으로 학습한다.
- 가치평가세미나(Valuation Seminar)
기업가치평가를 비롯하여 유, 무형자산의 가치평가 방법을 사례와 이론을 중심으로 다룬다.
- 리스크관리세미나(Risk Management Seminar)
최근에 중요성이 부각되고 있는 재무금융분야의 위험관리와 관련된 사례와 이론을 체계적으로 다룬다.
- 채권이론(Fixed income Securities)
금융시장의 선진화를 위해서는 채권시장의 발전이 필수적이라는 인식이 전 세계적으로 확산되고 있다. 이에 따라 채권가격 및 이자율에 관한 많은 이론 및 실증연구가 진행되고 있다. 본 과목에서는 채권가격 결정 및 투자에 대한 최근의 이론과 실제에 대해 학습한다.
- 재무실증연구(Empirical Finance)
재무관련 실증논문을 중심으로 주요재무의사결정에 대한 실증결과를 이해하고 연구방법론을 다룬다.
- 기업재무세미나(Seminar in Corporate Finance)
기업재무 관련분야에서 최근 논의되는 새로운 개념의 인식과 이론을 중심으로 깊이 있게 연구한다.
- 투자관리세미나(Seminar in Investment Management)
투자이론분야에서 최근 논의되는 새로운 개념의 인식과 이론을 중심으로 깊이 있게 연구한다.
- 자본시장세미나(Seminar in Capital Market)
자본시장에 관련된 최근 이론과 실증연구 결과를 다룬다.
- 재무특수과제연구(Special Topics in Finance)
재무증권관련 주요토픽을 중심으로 자유로운 토론과 연구호기심을 유도하고 학계의 연구관심 과제에 대해

개별 교수방법을 활용하여 해 나가는 과목이다.

- 재무개별과제연구(Independent Study in Finance)
재무를 전공하는 학생이 스스로 연구주제를 선정하여 지도교수 또는 전공교수와 함께 집중탐구하는 과목이다.
- 재무논문연구1(Finance Thesis Research 1)
이 과목은 석/박사 과정의 학생들에게 지도 교수가 학위논문 혹은 연구보고서의 주제와 관련 있는 과제를 부여하여 주어진 기간 동안 주제별 문헌조사 및 정리, 데이터 확보 및 정리 등을 수행함으로써 학위논문 작성에 필요한 준비 또는 연구보고서의 초안을 작성하기 위한 프로젝트를 수행하는 교과목이다.
- 재무논문연구(Finance Thesis Research 2)
이 과목은 석/박사 과정의 학생들에게 지도 교수가 학위논문 작성 혹은 연구보고서의 완성에 필요한 심화된 과제를 부여하여 주어진 기간동안 데이터 분석 및 가설 검증들을 수행하고 궁극적으로는 논문작성을 독려하고 연구보고서의 완성도를 제고하기 위한 프로젝트를 수행하는 교과목이다.

◦ 마케팅 전공(Marketing Major)

- 소비자행동론(Consumer Behavior)
소비자중심의 현대마케팅에서 소비자 행동분석의 중요성을 다각적으로 파악하고 행동과학적인 측면에서 소비자의 행동에 관한 제 모델을 소개하고 각 모델의 적용과 평가에 대해 연구한다.
- 마케팅조사론(Marketing Research)
시장조사의 기본이론과 실무를 숙달하고 새로운 조사 기법의 습득과 개발을 중심으로 연구한다.
- 상품관리론(Product Management)
제품과 서비스를 포함한 상품을 대상으로 신상품 개발, 시장진입 전략, 목표시장의 포지셔닝, 수명주기 관리, 수익관리 등을 주요한 내용으로 한다. 학습하고 상품관리의 의미를 분석한다.
- 유통관리론(Marketing Channel Management)
유통경로의 유형과 기능을 고찰하고 유통경로의 설계 및 관리기법을 소개하고 유통관련 제문제를 실증적 분석을 통해 연구한다.
- 광고관리론(Advertising Management)
광고계획, 매체선택, 광고제작, 광고효과측정 등 광고관리에 대한 기존이론의 습득과 접근방법을 연구한다.
- 가격관리론(Pricing Management)
마케팅 믹스의 중요한 요소인 가격변수에 대해 가격결정이 고려되어야 할 경쟁, 원가구조, 소비자심리 등에 관해 폭넓게 연구한다.
- 마케팅정보시스템관리론(Marketing Information System Management)
기업마케팅의 의사결정의 효율성을 높이기 위한 마케팅관련 정보의 수집, 분류 및 기업내, 외의 정보시스템간의 연계, 관리방법을 연구한다.
- 마케팅전략론(Marketing Strategy)
기업의 전략과 마케팅전략의 연계 및 전략수립 방법과 분석 및 관리방법을 알아보고 사례연구를 통해 실무적 응용 연구한다.
- 다변량통계분석(Multivariate Data Analysis)
마케팅 자료의 분석하는 다양한 방법(회귀분석, 분산분석, 요인분석, 판별분석, 컨조인트 분석)을 학습하여, 마케팅의 관리적 의미를 도출한다.
- 서비스마케팅(Service Marketing)
제품과는 다른 서비스의 특성(무형성, 품질이질성, 소멸성, 생산과 소비의 직접성)으로 인한 품질관리, 프로세스 관리, 수요와 공급관리, 물리환경 관리 등을 주요한 내용으로 한다.
- 브랜드마케팅(Brand Marketing)
현대 마케팅의 핵심 중의 하나인 브랜드 관리에 관한 최신의 이슈를 이론과 실무의 관점에서 다루며, 브랜드 포지셔닝, 브랜드 자산, 브랜드 경쟁 전략 등이 포함된다.

- 유통이론세미나(Seminar in Marketing Channels)
기존유통기관 뿐 아니라 새로운 유통기관, 체계에 대한 이론적인 분석과 물류나 구매와의 연계를 위한 이론을 연구하고 이를 실무적으로 적용한다.
- 마케팅정보이론세미나(Seminar in Marketing Information System)
마케팅 관련 정보의 수집 및 분석에 관한 이론을 분석하고 정보시스템 간의 연계, 관리방법에 관해 이론적으로 분석하고 실무적으로 적용한다.
- 마케팅논문연구 I (Marketing Thesis Research I)
이 과목은 석/박사과정의 학생들에게 담당교수가 학위논문의 주제와 관련 있는 과제를 부여하여 정해진 기간 동안 주제별 문헌조사 및 정리, 설문조사, 데이터정리 및 분석 등을 수행함으로써 학생들이 논문 작성을 위한 프로젝트를 수행하는 교과목이다.
- 마케팅논문연구 II (Marketing Thesis Research II)
이 과목은 석/박사과정의 학생들에게 담당교수가 학위논문의 주제와 관련 있는 과제를 부여하여 정해진 기간 동안 주제별 문헌조사 및 정리, 설문조사, 데이터정리 및 분석 등을 수행함으로써 학생들이 논문 작성을 위한 프로젝트를 수행하는 교과목이다.
- 디지털마케팅 (Digital Marketing)
브랜드 전략 수립, 브랜드 포지셔닝, 시장 분석, 소비자 행동 이해, 브랜드 커뮤니케이션, 디지털 마케팅 등 브랜드 가치를 극대화하기 위한 다양한 마케팅 기법과 실행 전략을 학습한다.
- AI기반마케팅전략 (AI-based marketing strategy)
디지털 기술과 데이터를 활용하여 고객 경험을 개선하고, 맞춤형 마케팅 캠페인, 소셜 미디어 활용, 온라인 광고 최적화, 자동화된 마케팅 프로세스 등을 통해 시장 경쟁력을 강화하고 브랜드 가치를 높이는 전략적 접근 방식을 연구한다.
- AI디지털혁신제품기획 (AI Digital Innovation Product Planning)
인공지능 기술을 활용하여 시장 요구와 트렌드를 분석하고, 제품의 기능과 사용자 경험을 최적화하며, 디지털 환경에서 혁신적인 제품을 설계하고 개발하는 전략과 방법을 연구한다.

◦ 서비스경영 전공 (Service Management Major)

- 서비스경영자론 (Service Manager Theory)
본 과목은 서비스경제시대 영리기업 및 비영리조직 경영자들을 위한 서비스철학 기반의 신경영자 이론을 학습한다.
- 서비스경영철학 (Service Management Philosophy)
신경영으로서 서비스경영의 철학적 이슈를 토론한다. 특히 경영의 목적, 경영의 대상, 경영의 원리 차원 등 상위 수준의 경영철학을 토론한다.
- 서비스경영개별과제연구 (Service Management Independent Study)
서비스경영의 제반 이슈들에 대해 개별 학생들이 각자 자신의 주제를 발전시키며 연구를 진행하도록 지도하고, 연구 방법론과 연구 역량을 배양하도록 한다.
- 서비스경영기술 (Service Management Technology)
본 과목은 서비스경제시대 영리기업 및 비영리조직을 경영하는 서비스철학 기반의 새로운 경영기술을 학습한다.

◦ 창업학 전공 (Entrepreneurship Major)

- 창업전략 (Entrepreneurial Strategy)
창업 전략 과목은 창업 프로세스에서 기업의 비전 및 방향성을 개발하고 효과적인 전략을 설계하는 데

필요한 이론과 도구를 제공한다. 시장분석, 경쟁전략, 혁신전략 등에 중점을 두어 창업자들이 기업을 성공적으로 구축하고 성장시키는 전략적 능력을 갖추 수 있도록 한다.

- ① 비즈니스 아이디어 발굴과 선정, ② 시장 조사 및 경쟁 전략, ③ 비즈니스 모델 개발
- ④ 기술적 혁신과 혁신 전략

- 창업재무 (Entrepreneurial Finance)

창업재무 과목은 창업 기업의 자본 조달, 자금 구조, 재무 분석, 리스크 관리 등을 다루며, 창업자들이 자금을 효과적으로 확보하고 재무적인 결정을 내릴 수 있는 능력을 갖추도록 한다. VC(벤처 캐피털)와의 관계, 투자자 유치 전략에 대한 심도 있는 이해를 제공한다.

- ① 자본 조달과 자금 관리, ② 재무계획 및 예산편성, ③ 투자 평가 및 수익성 분석
- ④ 리스크 관리

- 창업교육 (Entrepreneurship Education)

창업교육 과목은 창업 생태계에서 기업가정신 교육의 중요성에 초점을 맞춘다. 창업 교육의 이론과 실제적인 측면에 대해 다루며, 창업 지식을 가르치고 배우는 방법에 대한 연구를 통해 학생들이 창업 세계에서 리더로 성장할 수 있도록 지원한다.

- ① 창업 리더십과 팀 빌딩, ② 비즈니스 커뮤니케이션, ③ 창업 생태계 이해
- ④ 협업과 리더십 발전

- 창업조직행동론 (Organizational Behavior in Entrepreneurship Field)

이 과목은 창업조직에서의 리더십, 팀워크, 의사결정 등에 대한 행동 및 이론을 다룬다. 창업자들이 조직 내에서 효과적으로 리더십을 행사하고 기업 문화를 구축하는 데 필요한 심층적인 이해를 제공한다.

- ① 창업조직 문화와 구조, ② 리더십 및 의사결정, ③ 조직 내 커뮤니케이션 ④ 변화 관리와 조직적응성

- 벤처와 투자실무 (Venture & Investment Project)

이 과목은 벤처 캐피털과 투자 실무에 중점을 둔다. 투자 평가, 딜 스트럭처링, 포트폴리오 관리 등에 대한 전문 지식을 습득하고, 벤처 투자자 및 기업의 관점에서 실제 케이스 스터디를 통해 경험을 쌓는다.

- ① 벤처 캐피털과 투자 전략, ② 투자 평가와 딜 스트럭처링, ③ M&A 및 사업 인수 합병
- ④ 투자자와의 협상과 커뮤니케이션

- 정량적연구-1 (Quantitative Study-1)

정량적 연구의 기본 원리와 통계 분석 기법에 대한 입문 수업이다. 학생들은 연구 문제를 정의하고 가설을 검증하기 위해 정량적 연구 디자인을 개발하며, 데이터 수집 및 분석을 위한 통계 도구를 습득한다.

- ① 통계학적 분석 및 모델링, ② 연구설계와 실험 설계, ③ 데이터 수집과 분석 방법
- ④ 연구 결과 해석과 논문 작성

- 정량적연구-2 (Quantitative Study-2)

정량적 연구의 심화된 측면을 다루는 이 수업에서는 다양한 통계 모델과 고급 분석 기법에 대해 학습한다. 학생들은 자신의 연구 분야에 대한 정량적 연구를 설계하고 진행하는 능력을 향상시킨다.

- ① 통계학적 분석 및 모델링, ② 연구설계와 실험 설계, ③ 데이터 수집과 분석 방법
- ④ 연구 결과 해석과 논문 작성

- 질적연구 (Qualitative Study)

질적 연구 과목은 인터뷰, 관찰, 콘텐츠 분석 등의 질적 연구 방법을 다룬다. 학생들은 질적 자료 수집과 분석을 통해 복잡한 현상을 이해하고 이를 비즈니스 및 사회 과정에 적용하는 능력을 개발한다.

- ① 인터뷰 및 관찰 기법, ② 콘텐츠 분석과 주관성 평가, ③ 현상 이해와 이론 개발
- ④ 질적 연구 결과 해석과 논문 작성

- 머신러닝 (Machine Learning)

머신러닝 과목은 기계 학습의 원리와 응용에 대해 다룬다. 학생들은 데이터 마이닝, 패턴 인식, 예측 모델링 등을 학습하고 비즈니스 의사 결정과 창업 분야에서의 머신러닝 응용을 탐구한다.

- ① 지도 및 비지도 학습 알고리즘, ② 데이터 전처리와 특성 선택, ③ 모델 평가와 최적화
- ④ 실제 응용과 산업적 측면

- 창업 스페셜 토픽 (Special Topic in ENT)
이 수업은 최신 창업 동향이나 특수 주제에 중점을 둔다. 학생들은 창의적이고 혁신적인 주제를 다루며 실무를 익힌다.
① 실전 창업 프로젝트, ② 현장 실습 및 산업 협력, ③ 혁신과 기술 동향, ④ 윤리와 사회적 책임 경영
- 혁신창업규제개선세미나 (Seminar on Innovative Startup Regulation Improvement)
창업 환경에서의 규제 장벽을 분석하고, 혁신적인 비즈니스 모델이 발전할 수 있도록 규제 개선 방안을 모색하며, 정부, 업계 전문가, 학계와의 협력을 통해 실질적인 정책을 연구한다.
- 창업기획과전략 (Start-up Planning and Strategy)
시장 조사와 분석을 통해 창업 아이디어를 구체화하고, 비즈니스 모델을 설계하며, 성공적인 창업을 위한 전반적인 계획과 실행 방안을 연구한다.
- 스타트업컨설팅 (Startup Consulting)
초기 창업 기업이 직면하는 경영, 마케팅, 자금 조달, 제품 개발, 조직 관리 등 다양한 문제를 해결하기 위해 학제간 공동 프로젝트를 진행한다.
- 창업학논문연구 1(Entrepreneurship Thesis Research 1)
자신의 박사학위논문 주제를 설정하고, 선행연구 검토와 연구질문 도출, 이론적 틀 구성, 연구설계를 체계적으로 수립하도록 지원하는 교과목이다. 수업은 세미나와 개별 지도를 병행하며, 연구윤리 교육, 학술지 동향 분석, 연구모형 설정, 연구계획서 작성 및 발표를 중심으로 진행된다. 수강생은 학기 말까지 박사학위논문 연구계획서 초안을 완성하고 구두 발표를 통해 피드백을 받는 것을 목표로 한다.
- 창업학논문연구 2(Entrepreneurship Thesis Research 2)
창업학논문연구 1에서 수립한 연구계획을 바탕으로, 박사학위논문 연구를 실제로 수행하고 심화하는 과정에 초점을 두는 교과목이다. 수강생은 자료수집과 정제, 정성·정량 분석, 결과 해석, 논문 본문 및 학술논문 초안 작성 등을 지도받으며, 동료 발표와 토론을 통해 연구의 타당성과 완성도를 높인다. 학기 말까지 박사학위논문 핵심 장(이론적 배경, 연구방법, 결과 및 논의 중 상당 부분)을 작성하고, 예비심사 또는 논문 발표를 준비하는 것을 목표로 한다.

◦ 구매생산물류관리 전공(POL: Purchasing, Operations and Logistics Management)

- 로지스틱스전략(Logistics Strategy)
기업의 로지스틱스 정책관리 방안에 관하여 연구한다. 특히 기업의 전략 달성 방법론을 로지스틱의 관점으로 연구한다.
- 물류정보시스템(Logistics Information System)
물류의 흐름 및 이에 따르는 정보의 흐름을 분석하는 정보시스템의 역할 과 기능 구조에 관하여 연구한다. 특히 로지스틱스 분야의 효과성 및 효율성을 분석하는 기능을 위주로 시스템에 바람직한 방향에 관하여 연구한다.
- 물류의사결정론(Logistics Decision Making)
로지스틱스 분야의 계량 경영 기법에 관하여 연구한다. 또한 로지스틱스 분야에 응용되는 의사 결정지원 시스템의 기능 구조 및 분석 방법에 관하여 중점 연구한다.
- SCM세미나(Supply Chain Management Seminar)
공급사슬관리의 기본 원리를 이해하고 효율적인 공급사슬관리를 위한 과학적 경영기법을 이론과 사례를 통하여 학습하며, 공급사슬관리에 관련된 이슈들에 대하여 연구한다.
- 생산관리세미나(Operations Management Seminar)
제품 및 서비스 생산의 효율적인 관리를 위한 과학적 경영기법을 이론과 사례를 통하여 학습하며, 생산관리에 관련된 이슈들에 대하여 연구한다.

- 로지스틱스세미나(Logistics Seminar)
산업 내에서의 물적 유통경로의 유형과 기능을 이해하고 효율적인 유통경로의 유지를 위한 유통망의 설계 및 관리기법들을 이론과 사례를 통하여 학습하며, 로지스틱스와 관련된 이슈들에 대하여 연구한다.
- 구매공급관리(Purchasing and Supply Management)
공급 사슬 망 내에서의 기업 활동의 첫 단계인 구매 및 공급활동을 이해하고 구매 및 조달 프로세스 관리기법, 공급관리의 가치창출과정, 구매과정에서의 협상 등에 대하여 학습한다.
- 공급자관리(Supplier Management)
기업과 공급자의 연계성의 의미와 내용을 파악하고 공급자를 관리하는 다양한 방법을 학습하고 공급자 관리를 통한 기업 경쟁력 창출을 연구한다.
- 구매협상(Purchasing Negotiation)
구매 협상 과정을 이해하고 협상을 준비하고 분석하고 대비하는 체계적인 방법을 학습하며 구매 협상을 성공적으로 만드는 조건과 방법을 학습한다.
- 구매전략(Purchasing Strategy)
기업의 전략과 일치되는 구매 전략을 이해하고 구매의 전략적 활동의 요소들과 방법론을 분석하고 학습하여 기업 경쟁력을 구매 부서에서 창출할 수 있는 방안을 모색한다.
- 구매관리세미나(Purchasing Management Seminar)
최신 구매 연구 분야의 추세와 논문의 흐름 및 글로벌 기업의 구매 선진 사례를 분석하고 학습하여 신 구매 이론과 학습으로 선진 구매를 만들어가는 다양한 방법론과 실행 방법을 학습한다.
- 기술경영전략(Strategic Management of Technological Innovation)
기술경영은 과학기술과 경영 원리를 결합하여 기술을 기업의 경쟁력으로 만들려고 하는 과목이다. 단순한 기술의 개발이 아닌 고객에서 만족을 주고 기업이 시장에서 경쟁 우위를 확보할 수 있는 기술을 개발하는 것으로 기술과 경영 능력을 연결하여 엔지니어링, 경영학, 과학 등에서 도출된 지식을 결합하여 기업의 경쟁력을 창출할 수 있는 기술의 발전과 관리를 연구하는 과목이다.
- SCM과 로지스틱스 (SCM and Logistics)
제품과 서비스의 공급 과정에서 자원, 정보, 물류, 자금 흐름을 최적화하여 비용 효율성과 고객 만족도를 높이는 전략적 기법을 학습한다.