

과정별 소개

교과과정 및 집중 연구분야

경영공학부에서는 21세기에 한국을 이끌어 갈 유능한 경영 및 정책전문가 양성을 위하여 지정된 공통과목을 이수한 후 다음과 같은 집중분야를 선택하고, 각 집중분야에서 요구하는 교과목 및 기타 이수요건을 만족하여야 한다.

□ 경영경제 (Managerial Economics)

경영경제 분야는 경영에 대한 시사점 또는 연관성이 강조된 경제학 분야라고 할 수 있다. 따라서, 경제학의 일반적인 영역을 공부하면서, 특히 경영의 주체가 되는 기업과 이들로 구성된 산업 또는 시장에서 나타나는 다양한 전략과 경쟁 현상 등을 주로 연구한다. 또한, 통신산업, 금융산업 등 특정 산업에 대한 연구와 함께, 시장설계, 기업의 사회적 책임, 환경 및 에너지 경제 분야와 기업 경영에 영향을 주는 각종 정부 정책에 대한 연구도 가능하다. 지금까지의 졸업생들의 진로는 매우 다양하며, 학계는 물론 민간 또는 정부출연 경제연구소, 한국은행 등 다양한 금융기관, 굴지의 대기업 등에 진출하고 있다.

□ 금융 (Finance)

금융은 자본시장과 생산시장에서 발생하는 재화 혹은 돈과 관련된 의사결정을 효율적으로 함으로써 시장참여자들의 효용을 증대시키는데 기여하는 학문이다. 금융 분야에서는 경제학, 경영학, 수학 등의 이론을 토대로 자본시장, 기업재무, 그리고 자산가격결정 등과 관련된 이론적인 연구와 분석을 한다. 또한 기존 연구를 기초로 금융자산 가격 및 기업 내의 자본조달, 자산배분, 그리고 지배구조와 관련된 자료의 실증 분석을 통하여 금융시장을 이해하고 발전시키는 것을 목표로 한다.

□ 마케팅 (Marketing)

고객을 위한 가치창출과 고객관계 구축을 통해 고객으로부터 가치를 획득하는 과정으로 마케팅의 연구분야는 구체적으로 시장환경과 전략, 마케팅 목표, STP(Segmentation, Targeting, Positioning), 4P Mix(Product, Price, Promotion, Place), 그리고 고객만족과 성과분석의 영역으로 나누어 볼 수 있다. 각 영역의 연구는 대부분 경제학, 심리학, 사회학, 인류학, 지리학, 언어학 등의 인문사회과학적 기반 위에서 학제적으로 이루어지며, 주로 실증적 분석방법을 많이 택하지만 critical method, ethnographic approach 등과 같은 상대주의적(relativistic) 분석방법도 활용된다. 연구는 순수 이론적인 것과 함께, 실제 기업이 당면한 문제를 해결하기 위한 것도 지향된다. 마케팅연구에 대한 실용적 수요는 급속히 확대되어 가고, 이에 따라 도전적이고 의미가 있는 연구의 기회도 한층 커지고 있다.

□ 생산전략 및 경영과학 (Operations Strategy and Management Science)

경영과학은 실제 경영문제를 해결하기 위하여 과학적이고 분석적이며 전략적인

방법론을 활용하는 학제간 연구분야이다. 기업이나 공공 부문에서 중요한 전략을 선택할 때 미래의 불확실성에 의한 리스크로 어려움을 겪게 되는데, 이를 극복하여 과학적이고 체계적인 의사결정을 할 수 있도록 이론적, 실증적 기반을 제공한다. 경영과학의 응용분야인 생산전략은 기업 경쟁역량 제고를 위한 제조업과 서비스업 가치 사슬(Value Chain)의 전략적 관리와 글로벌 공급사슬관리, 전사적 품질관리(TQM), 신제품 및 신규 서비스 혁신, 그리고 생산시스템의 설계, 계획 및 통제와 관련된 분석기법들을 연구한다. 또한 경기변동이론을 고려한 경기예측, 금융시계열분석, 신상품 수요예측, 공급사슬관리를 위한 자동화된 예측시스템 개발 등을 통하여 불확실성과 관련된 리스크를 관리함으로써 최적의 의사결정이 이루어지도록 한다.

□ 조직 및 전략 (Organization and Strategic Management)

경영 분야는 전략경영, 조직관리 및 리더십, 인적자원관리, 그리고 기술경영 및 기업가정신을 포함한다. 전략경영은 기업의 경쟁력을 높이기 위한 경쟁전략과 다각화전략, M&A 및 국제화 등의 주제를 연구한다. 조직관리 및 리더십은 조직구성원의 개인 행태나 팀 관리, 리더십, 그리고 조직 설계 및 혁신 등의 주제를 연구하며, 인적자원관리는 구성원의 선발/채용, 평가/보상, 교육/개발, 경력관리 및 배치 등의 주제를 연구한다. 기술경영 및 기업가정신은 기술혁신 및 사업화에 대한 전략적 관리와 창업과 관련된 주제를 연구한다.

□ 회 계 (Accounting)

회계 분야에서는 기업의 회계 정보와 회계 시스템이 기업가치 및 자본시장 전반에 미치는 영향을 주요 연구 주제로 한다. 세부적으로는 회계정보의 유용성, 기업 내부자원 관리와 의사결정, 세무 회계, 감사제도, 기업 지배 구조, 회계정보시스템 등에 관련한 다양한 관점에서의 연구를 수행한다. 기존 연구를 바탕으로 기업의 회계 및 재무 정보를 이용한 실증분석 연구를 수행하여, 경영자와 정책 결정자의 다양한 의사결정에 관련한 시사점을 제시하는 것을 목표로 한다.

□ IT경영 (IT Management)

급변하는 IT(Information Technology) 기술은 전통적인 경영방식에 새로운 기회와 변화를 요구하고 있다. IT경영분야에서는 IT와 미디어에 대한 경제성, 디자인 및 개발, 활용 그리고 전략에 대해 연구한다. 특히 IT의 시장, 경제 및 사회적 영향 측면의 경영학적 연구가 그 주 대상이다. 기술적, 경제적 그리고 행동과학적 연구 방법을 응용하여 다양한 최신 분야 학문을 연마하게 될 것이다. 주요 과목으로는 IT경영론, e-Business, IT 전략, 비즈니스 시스템 분석 및 설계, 비즈니스 미디어 통신, IT경영연구방법론, 전사데이터관리전략 및 IT보안윤리 등이 있다.

□ 녹색경영 (Green Business)

기후 변화와 에너지 고갈의 지구적 환경문제에 대비하기 위하여 각 나라와 기업은 대응 방안을 마련해야 한다. 탄소배출권 규제가 국내외적으로 심해지고 있는

가운데 기업은 정부규제와 시장의 변화에 대비하여 성장과 마케팅 전략을 수립하여야 한다. 녹색경영은 기존의 경영기법을 바탕으로 녹색기업 전략, 녹색 마케팅, 탄소배출량의 측정, 녹색사업과 투자의 평가, 녹색 IT의 개발 방안에 관한 연구한다. 녹색경영을 심도 있게 연구하기 위해서는 녹색기술과 산업, 녹색경영론, 녹색정책을 기본적으로 학습하고 경영학의 분야별로 녹색 경영적 요소를 학습하여야 한다. 그래서 녹색경영분야는 기존의 경영학 분야와 복수이수를 권장한다.