

04 학생들의 최근 3년간 학술 활동

논문 게재

논문명	학술지
Study on Types of Technology Cooperation Partner and Innovation Performance: Focusing on Incremental and Radical Innovation (2019)	International Journal of Innovation Management
고성장기업의 기술혁신활동 특성에 대한 연구 (2019)	기술혁신학회지
개방형 혁신 전략의 선행요인에 대한 연구 (2018)	대한경영학회지
공익 연계 마케팅 기부 규모와 수혜자 심각성이 사치재 구매 의도 및 기업태도에 미치는 영향 (2018)	상품학연구
Kano모델과 Timko모델을 이용한 의료소비자의 병원선택요인의 관한 연구 (2018)	한국병원경영학회
The Impact Of Cultural Distance On The Performance Of Foreign Subsidiaries: Evidence From The Korean Market (2018)	Organizations and Markets in Emerging Economies
R&D 프로세스 성숙도가 제품개발 성과에 미치는 영향: R&D 프로젝트 성과의 매개효과를 중심으로 (2018)	정보처리학회
제1판교테크노밸리 창업생태계 사례연구 (2018)	한국창업학회지
고객참여와 지각된 서비스 품질 및 고객 만족의 비선형 관계에 대한 고찰 (2017)	경영정보논총
이직으로 행복해지는가? : KLIPS를 이용한 이직 전후 직무만족의 변화 분석 (2017)	노동정책연구
친환경 속성 중심성과 조절초점 및 메시지 프레이밍이 제품태도 및 구매의도에 미치는 영향 (2017)	상품학연구
메시지 프레이밍과 조절초점이 공익광고태도 및 친사회적 행동의도에 미치는 영향 (2017)	대한경영학회지
해외 직접 투자기업의 후속 투자 결정 요인에 관한 연구: 한국 진출 다국적 기업을 중심으로 (2017)	한국국제경영학회
해외 자회사의 기업공개 결정요인: 해외자회사의 투자행위적 특성과 최대주주 특성을 중심으로 (2017)	경영학연구
기술협력 파트너 다양성과 혁신성장에 대한 연구: 흡수역량 및 전유성의 조절효과를 중심으로 (2017)	기술혁신연구
코스닥 상장기업의 지배구조와 대리인 비용 (2017)	연세경영연구
항공서비스 고객의 가치창출 행동이 행복에 미치는 영향-조직사회화의 조절효과를 중심으로 (2016)	한국항공경영학회지
How Does Communication Structure Influence Team Performance in Complex Tasks (2016)	디지털융합연구
긍정 리더십이 팀 전략개발에 미치는 영향에 관한 연구: 팀 지식공유와 팀 효능감의 매개효과를 중심으로 (2016)	경영연구
기술협력 파트너 다양성의 선행요인에 관한 실증연구 (2016)	전략경영연구
Effects of displaying social enterprise certification information on consumers' product evaluations and purchase intentions (2016)	Journal of Global Scholars of Marketing Science

논문 게재

논문명	학술대회
The Moderating roles of Scandalized brand's Relative Market Position and The Competing brand's Consumer Loyalty in Spillover of Brand Scandal	2017 EMAC-GAMMA Joint Symposium
How Intentional and Unintentional Verbal Abuses by Regular Customers and Casual Customers Affect Service Employees' Emotional Resources	2017 EMAC-GAMMA Joint Symposium
Going Green or Not?: It's a Matter of How to Frame Price Premiums and Monetary Savings of Eco-Friendly Products and Customers' Environmental Concerns	2017 EMAC-GAMMA Joint Symposium
Values at Social Enterprises in South Korea: The Effects of Person-Organization Value Congruence on Job Satisfaction, Organizational Commitment and Intention to Leave(2016)	2016 2nd Asia Pacific Conference on Advanced Research
How to Present Price Premiums and Monetary Savings of Eco-friendly Products: A Mental Accounting Theory Perspective (2016)	2016 Global Marketing Conference at HK

05 주요 취업 및 학생 재직 현황

취업	컨설팅	러닝메이트, 한국능률협회컨설팅(KMAC), 기술과 가치, 에이블컨설팅
	리서치	SM2네트웍스, 코리아리서치, 컨슈머인사이트
	공공기관	한국산업기술시험원, 송파구 사회적경제지원센터
	금융	M&A거래소
	재단법인	의료기관평가인증원
	교육기관	서경대학교, 경성대학, 동대학원
	화장품제조판매업	지에프씨
재직	리테일	태평양물산, GS리테일
	금융	기술보증기금, 미래에셋생명, 한국산업은행 등
	공공기관	경기테크노파크, 경기과학기술진흥원, 경기창조경제혁신센터 등
	컨설팅	마스터잡, HR C&C, 차인컨설팅 등
	기타	대웅제약, 교보문고, 여기어때 등

Note 취업 : 최근 3년 이내 풀타임 졸업생 / 재직 : 재학 및 수료 3년 이내 파트타임 학생



한양대학교 일반대학원 전략경영학과

Department of Strategic Management,
Graduate School of Hanyang University



마케팅 전공

전략 전공

서비스생산 전공

인사조직 전공



한양대학교 대학원

한양대학교 일반대학원 전략경영학과
(15588) 경기도 안산시 상록구 한양대로 55

Tel. 031-400-5600 KakaoTalk 플러스친구 @한양대전략경영

<http://smgmt.hanyang.ac.kr>

01 전략경영학과 소개

교육목표

본 대학원은 전공 분야에 대한 심도 있는 학문적, 실무적 전문지식을 바탕으로 경영전략의 수립, 이행 및 평가 과정에 관련한 제 이슈들을 파악하고, 이를 체계적으로 분석하여, 창의적이고 실행가능한 해결방안을 제시할 수 있는 능력을 갖춘 우수한 연구 및 전문경영인력을 양성하는 것을 목표로 합니다.

전공분야 (석사· 박사)

마케팅

소비자의 심리를 파악하고 그것을 기업들이 어떻게 전략적으로 활용을 하면 좋을지에 대한 연구를 주로 하고 있으며, 이에 따라 마케팅 관리, 마케팅전략, 소비자행동, 마케팅 세미나 등의 강의가 개설 되어 있습니다.

전략

학부과정에서 배운 경영전략 이론들을 바탕으로 하여 기업의 TMT(Topmanagement team), 기업 규모, 산업 등 기업의 내/외부적 특성과 M&A, 제휴, 해외진출 등 다양한 기업의 활동이 실제 기업에서 어떤 영향을 미치는지를 연구하며,현재 기술경영, 경영전략, 기업가치 등에 관한 세미나식 강의가 진행되고 있습니다.

서비스생산

제품과 서비스 생산의 이루어지는 공급 사슬의 효율적인 운영과 관리를 위한 개념과 이론을 배우는 것을 목적으로 하고 있습니다.시대적 조류에 맞추어 세부적인 연구 주제로 서비스 운영관리, 품질 경영, 데이터마케팅 등의 주제를 중심으로 수업과 연구가 진행되고 있습니다.

인사조직

채용, 평가, 보상 등 인사관리에 관련된 일련의 지식들을 갖추고, 전략적 인적자원 관리를 통한 개인 성과관리 및 조직행동을 이해합니다. 이러한 주제와 관련되어 ‘조직이론’, ‘전략적 인적자원 관리세미나’, ‘조직행동세미나’ 등의 강의가 개설 되어 있습니다.

대학원 전임교원 명단

전공	성명	직위	주요 연구분야	최종학력
인사 조직	심원술	교수	동기유발, 리더십, 성과관리, 국제경영	Univ. of Oregon, ph.D
	전상길	교수	창조적 리더십, 조직문화, 학습과 혁신, 지식경영, 창조적 인적자원관리, 동반성장	고려대, Ph.D
	박경원	부교수	인사/노사관리, 단체협상, 노동시장 규제	Univ. of Minnesota,Ph.D
마케팅	문준연	교수	마케팅전략, 혁신 마케팅, B-to-B 마케팅	Univ. of Connecticut, Ph.D
	송유진	교수	소비자 심리, 글로벌 브랜드, 광고 효과	Univ. of Hawaii, Ph.D
	김준용	교수	소비자 행동, 마케팅 전략, 친환경 마케팅	Univ. of Illinois, Ph.D
	공태식	부교수	서비스 마케팅	서울대, Ph.D
전략	류태수	교수	기술경영,전략경영	게이오대, Ph.D
	고동희	교수	산업조직론, 경쟁전략, 가격전략	UCLA, Ph.D
	서환주	교수	조절이론, 기술경영, 지적재산권 관리	E.H.E.S.S, PH.D
	윤우진	부교수	조직학습, 전략적 제휴, 인수합병	서울대, Ph.D
서비스 생산	원석희	교수	서비스운영,품질경영, 비즈니스모델 개발	Univ. of Nebraska, ph.D
	황승준	교수	SCM, 의사결정분석/응용, 생산시스템 분석	Georgia Tech, Ph.D
	백승현	부교수	데이터마케팅, 품질경영, SCM, CRM	Univ. of Tennessee, Ph.D

02 장학혜택 및 생활 지원

장학혜택

※현재 모든 전일제 학생들이 최소 B급 장학금(300만원)이상을 지원받고 있습니다.

조교 장학금

전일제 학생에 한해 학기당 300만원 지급
(장학금액은 학과 예산에 따라 추가 지급 될 수 있음)

개별지원 가능한 장학금

- 한국장학재단 국가연구장학금 연간 800만원 지급(조교장학금과 별도 지원 가능)
- 교수들이 수행하는 연구과제의 참여연구원에게 연구비 지원(지원금액 상이)

생활지원

- 학생들에게 24시간 개방된 Lab실, 전일제 학생에 한해 개인 전용석 및 PC배정
- 창의인재원 멘토 지원 가능 (기숙사 2인실 무료 제공 및 월 50만원 장학금)

03 입학 및 졸업 요강

전형방법

※본 학과의 석사, 박사, 석박사통합과정 전형은 모두 동일하며 서류심사와 면접으로 구성되어 있습니다.

가. 서류심사 (100점)

- ① 학업계획서 60점
- ② 학부 및 대학원 성적 40점

나. 면접 (100점)

- ① 전공에 대한 지식 30점
- ② 학문에 대한 열정과 진지성 ... 40점
- ③ 전공에 대한 적성 30점

- 각 전형위원의 점수를 평균으로 하여 면접 성적을 산출
- 면접 결시자는 불합격 처리

이수학점

- ① 석사과정 이수학점은 26학점(교과 21 연구 5) 이상, 박사과정 이수학점은 37학점(교과 33, 연구 4) 이상, 석박사통합과정 이수학점은 58학점(교과 51, 연구 7) 이상으로 한다.
- ② 과정이수학점(석사 26, 박사 37, 석박사통합 58) 중 전공이수학점(전략경영학과 개설과목)은 교과학점(석사 21, 박사 33, 석박사통합 51)의 1/2 이상이어야 한다.
- ③ 학위과정 이수학점과 별도로 2016학년 이후 입학자부터는 대학원 학칙에 규정된 연구학점(석사 5, 박사 4, 석박사통합 7)을 반드시 이수하여야 한다.

학위 논문지도 및 심사 요건

- ① 석, 박사과정 공통요건: 어학시험 통과
- ② 박사: 한국연구재단 등재지 2편 이상 또는 SSCI 1편 이상 또는 한양대 등록 기타국제학술지 2편 이상의 학술 논문 게재
- ③ 이 외의 사항은 한양대학교 대학원 학칙에 준다.