



컨설팅학과 이야기

제목을 클릭하면 자세한 내용을 보실 수 있습니다.

2022년도 전기 석·박사 신입생 모집 및 면접 안내



한양대학교 일반대학원 경영컨설팅학과는 지난 10월 18일 월요일을 기준으로 2022년 전기 석박사 신입생 서류 모집을 마감하였습니다. 경영컨설팅학과에서는 경영컨설팅에 관련한 다양한 방법론, 사례, 연구 등을 활발히 수행하고 있습니다. 특히 실제 현장에 적용 가능한 실전적인 방법론 적용과 시사점 도출을 바탕으로 질 높은 연구성과를 거두고 있습니다. 서류제출자 분들께서는 면접 시험 일정에 유의하셔서 좋은 결실 맺으시길 바랍니다.

면접 시험

2021. 11. 6(토)

합격 발표

2021. 11. 19(금) 14:00 예정

입학지원 상세 페이지

<https://url.kr/egzsc5>

한양대학교 일반대학원 경영컨설팅학과 2021년 전기석·박사신입생모집

CONSULTING

‘최고의 경영컨설팅 인재 양성’

한양대학교 일반대학원 경영컨설팅학과에서 신입생을 모집합니다.

장학금지원

최대 전액 장학금 지원
석사·박사 장학금 지원
※ 상세내용은 홈페이지 참조

입학문의

031-400-5038/경상대학 529호

원서접수

2021년 10월 12일(화)~10월 15일(금) mc.hanyang.ac.kr

홈페이지

페이스북

www.facebook.com/MCHYU



학연산클러스터를 기반으로 한 아시아 No.1 중소기업 컨설팅 R&D Hub 조성사업

비전

국내 컨설팅사의 브랜드화를 통한 중소기업 경쟁력 강화

정책목표

아시아 No.1 경영컨설팅 인력 양성 체계 구축

아시아 No.1 경영컨설팅 R&D 체계 구축

사업목표

인력 양성 방향(GOC)

• 국제화(Globalization) • 혁신(Innovation)
• 창의성(Creativity) • 고객중심(Customer Orientation)

연구방향(C&C)

• 협업(Collaboration)
• 소통(Communication)

인력양성/연구방향

경영컨설팅 교육 네트워크 구축

• 컨설팅 기관과의 협력
• 해외 대학과의 협력
• 학연산클러스터 네트워크 활용

GOC형 교육 프로그램 개설

• 현장 맞춤형 교육 프로그램 개설
• 다양한 융합 및 연계 교육 프로그램 개설
• 학연산클러스터 비학위 교육 프로그램 개설

교육 인프라 구축

• 국내 최고 수준의 교수진 확보
• 국내 최고 수준의 교육 연구 환경 구축
• 우수학생 확보 및 취업지원

경영컨설팅 R&D Hub 구축

• 중소기업형 컨설팅 방법론 개발
• 컨설팅 지식 생태계 구축

추진전략

세계 최초 ESG 기반의 경영 시뮬레이션 Biz-ESG 개발

>>>

1. 세계 최초 ESG 기반의 경영 시뮬레이션 Biz-ESG 개발

한양대학교 김상수 교수님은 (주)비투엘소프트와 협력하여 2021년 10월 세계 최초로 ESG 기반의 경영 시뮬레이션 BIZ-ESG를 개발하였다. ESG 기반의 경영 시뮬레이션 솔루션 BIZ-ESG는 ESG 교육과 진단, 과제 도출까지 융합이 된 액션 러닝 형식의 문제 해결형 시뮬레이션 솔루션이다. 교육생들의 의사결정에 따라 환경(E), 사회 공헌(S), 지배 구조(G) 등급이 각각 도출되며 총 4분기의 진행 과정 중 돌발적인 상황 제시를 통해 ESG 경영의 필요성 제고 및 위기 대처 능력 향상을 병행할 수 있다. BIZ-ESG 솔루션은 11월 세계 최초로 KPC와 함께 론칭 예정이며, Learn By Doing 형식의 교육 프로세스를 통해 교육생의 실질적인 ESG 역량을 향상할 수 있을 것으로 기대되고 있다.

2. "역량 평가 도구로서 경영 시뮬레이션의 활용 방안에 관한 탐색적 연구" 논문 게재 예정

저자 김상수 교수(한양대), 이근필(한양대 경영컨설팅학과), 김지연(이화여대) 의 논문 '역량 평가 도구로서 경영 시뮬레이션의 활용 방안에 관한 탐색적 연구'이 한국경영컨설팅학회에서 발간하는 [경영컨설팅연구]에 2021년 11월 30일 게재될 예정이다. 본 연구는 현대의 경영 환경의 급격한 변화 속에 경영 시뮬레이션이 역량 평가의 도구로써 활용이 가능할 것이라는 가능성에서 출발하였다. 연구 목적은 경영 시뮬레이션을 활용해서 기업들의 핵심 인재의 역량을 평가한 실제 사례들을 분석하고, 이를 기반으로 하여 역량 평가 방법론을 제시하는 데 있다.

3. 2021년도 한국경영교육학회 추계국제학술대회 개최 및 논문 발표

2021년 11월 6일(토) 한국경영교육학회에서 주최하는 추계국제학술대회가 개최되었다. 본 학술대회는 'ESG 경영확산과 경영교육'이라는 대주제로, 'ESG경영', '경영교육/창업', '인사/조직관리', '국제경영/기업분석' 등 8개의 분과로 나뉘어 학술 세미나가 진행되었다. 한양대학교 경영컨설팅학과에서도 2건의 논문이 발표되었다.

세션1		세션2	
세션	경영교육/창업	세션	ESG 경영
투고자	한양대학교 김상수 교수 경영컨설팅학과 심종규 비투엘소프트 조영빈 연구원	투고자	한양대학교 김상수 교수 경영컨설팅학과 이근필 비투엘소프트 조현서 연구원
논문 주제	비대면 환경하에서 경영 시뮬레이션 교육 방법에 대한 사례 연구	논문 주제	ESG 기반의 경영 시뮬레이션 개발에 관한 사례 연구

노지성 박사(지식서비스연구소 전임연구원) 인터뷰

지식서비스연구소 전임연구원이신 노지성 박사께서 학위 과정을 진행중인 원우분들을 위하여 인터뷰에 응해 주셨습니다.

인터뷰에 응해주신 노지성 박사께 감사의 말씀 드립니다.

1. 간단한 자기소개 부탁드립니다

안녕하십니까. 저는 한양대학교 산업경영공학과에서 학부를 마치고, 동 대학원에서 19년도 8월에 공학박사를 받은 노지성 이라고 합니다. 박사를 받고 연구실에서 기술이전 담당 연구원(TLO)로 일하고 있었는데, 현재는 지식서비스연구소의 전임연구원으로 근무하고 있습니다.

2. 수행하고 계시는 업무와 연구는 무엇인가요?

여러가지 업무를 담당 하고 있습니다. 공식적인 업무는 플립러닝 콘텐츠 만들기 및 연구 활동입니다. 구체적으로는 4차산업혁명에 맞는 컨설턴트가 산업에 적용가능한 방법론들에 대한 연구를 하고 있습니다. 예를 들어, 스마트 시티, 스마트 팩토리 등을 포함한 '스마트 X', '인공지능(AI)', '수리최적화', '공급사슬관리(SCM)' 등을 연구하고 있습니다.

3. 지식서비스연구소에서 근무하시면서 특히 어려우신 점은 없으셨나요?

지금은 함께 일을 하게 된 지 2년이 지나 크게 어려운 점은 없으나, 제가 공대출신이다보니 처음 들어왔을 때에는 경영학 전공자들과 사고의 방식이 조금 달라서 함께 일을 할 때 의견의 조율이 어려웠습니다. 예를 들어, 저의 경우에는 세부적인 사항을 보고 일을 하기 때문에, 어떠한 방법론을 적용해도 의도하는 바와 결과가 같으면 상관이 없다고 생각하는데, 경영학도 분들께서는 방법론 사용에 대한 목적을 중시하는 경향이 있었습니다. 그래서 큰 그림을 그리고 세부적인 단계까지 그리면서 결과만을 중요시하는 공대와 다르게 경영은 과정도 중요하게 보는 면이 있어서 초반에는 힘들었습니다.

노지성 박사(지식서비스연구소 전임연구원) 인터뷰

4. 경영학과 산업공학의 차이점이 있다면 무엇인가요?

요즘에는 페이스북의 마크 저커버그나 테슬라의 일론 머스크 같은 공대 출신의 CEO 얘기들이 많은데, 생각이 많이 다른 것 같습니다. 제 생각에 대부분의 공대 출신의 사람들은 시스템 같은 것을 만들면 개발 자체가 즐기 때문에 이를 사업화 하려고 하는 것이 아니라, 오픈소스로 풀려고 하는 경향이 있는 것 같습니다. 그래서 돈으로 만들 수 있는 능력이 많이 없다고 생각합니다. 하지만 경영은 아주 사소한 것이라도 비즈니스 모델로 구현해서 돈을 벌 수 있게 하는 능력이 있습니다. 실무에 있어서는 경영 관점에서는 구현하고 싶은 아이디어들에 대해 여러가지 의견을 제시하는 것에 비해, 공대생들은 기술적인 구현 가능성에 초점을 맞추기 때문에 커뮤니케이션에 어려움이 있을 수 있다고 생각합니다.

5. 경영컨설팅학과에서 학위과정을 진행중인 학생분들께 하시고 싶으신 조언이 있으신가요?

연구와 현실은 많이 다르다고 하셔서 논문 작성에 많이들 어려움을 느끼시고 계신 것 같습니다. 대부분 이러한 이야기를 하시는 분들께서는 연구가 현실과 동떨어져 의미가 없는 것 같아서 현실적인 연구를 하고 싶다고 하시는 데, 현실적인 연구는 사실 프로젝트에 가깝습니다. 그러나 ‘논문 연구’는 사실 5년, 10년 뒤의 미래에 필요한 것을 연구하는 것이기 때문에, 실무에 바로 적용할 수 없다고 해서 현실과 연구의 괴리에 낙담하지 않으셨으면 좋겠습니다. 그리고 학술지 논문 투고에 관해 걱정하시는 분들이 많으셔서 추가적으로 덧붙이자면, 학회별로 중요시하는 부분이 다르다는 것을 염두 하여 준비하시면 좋을 것 같습니다. 예를 들어, MIS 등 경영학 분과를 포함하는 ‘산업공학 관련학회’라면 그 문제를 해결하는 방법론과 알고리즘이 중요하고, ‘경영공학회’와 같이 경영학 중심의 학회라면 사회현상에 이 연구가 왜 필요한지, 또는 왜 최적화를 해야 하는 지가 중요합니다. 잘 참고하셔서 학술지 작성에 도움이 되셨으면 좋겠습니다.



브랜드 경험이란 무엇인가



어느 때부터 브랜드 경험(Brand Experience, BX)이라는 단어가 하나둘 보이기 시작했습니다. 브랜드와 브랜딩이 아닌 ‘브랜드 경험’이란 도대체 뭘까요? 무엇이 같고 무엇이 다른 걸까요?

글자의 의미로만 보았을 땐 브랜드 경험은 브랜딩의 일부입니다. 브랜드 경험이란 단어가 갖는 의미가 어떤 방식으로든 브랜드를 경험시키는 일이라면 이것은 브랜딩의 첫 단계이기 때문입니다. 이후 지속적인 경험을 통해서 해당 브랜드에 열광하는 팬을 만드는 것이 브랜딩이라고 볼 때 더 그렇습니다. 그렇기에 브랜딩이라고 말해도 되는 단어라고 볼 수 있습니다.

하지만 통상적으로 브랜드 경험이라는 단어를 많이 쓰는 곳은 디자인 업계입니다. 주로 시각적 브랜드 아이덴티티의 통일성 확장을 말할 때 브랜드 경험 혹은 브랜드 경험 디자인이란 표현을 많이 쓰는데 필자는 이것을 ‘경험’이란 단어를 포괄하는 정확한 표현이라 생각하지 않습니다. 시각적 통일성만으론 해당 브랜드의 ‘경험’으로 이어지기는 부족하기 때문입니다.

브랜드를 온전히 직접적으로 경험할 수 있는 곳은 오프라인이라고 할 수 있습니다. 그곳에선 해당 브랜드를 보고 만지고 듣고 느낄 수 있기 때문입니다. 가장 대표적인 브랜드 경험의 예가 젠틀몬스터입니다. 그들의 매장 안에서는 그 브랜드가 어떤 것들을 추구하고자 하는지 또 어떤 강점이 있는지 너무 잘 알 수 있습니다. 자연스럽게 이 브랜드가 가고자 하는 방향이나 느낌을 단번에 알 수 있기에 가장 직관적이고 또 적절한 브랜드 경험을 이곳에서 받습니다.

알다시피 젠틀몬스터는 매장마다 시각적 통일성은 전혀 없습니다. 완전히 다른 테마의 매장을 내비다. 하지만 그 안에서 느껴지는 무언가는 늘 동일합니다. 그들의 실험정신과 거의 동물적 감각에 가까운 예술적 표현력입니다. 이것이 젠틀몬스터라는 브랜드의 이미지를 그대로 대변합니다.

다시 처음의 질문으로 돌아가서, 그렇다면 브랜드 경험이란 무엇일까요?

이는 브랜드가 전달하고자 하는 자신만의 고유의 색깔이나 감성, 혹은 추구하는 지향점을 고객들에게 어떠한 ‘매개체(medium)’를 통해 오감으로 전달하는 것이란 생각이 듭니다. 브랜드 아이덴티티가 명확한 브랜드만이 이것이 가능할 것이고, 그것을 직관적으로 가장 잘 보여줄 수 있는 매개체가 바로 오프라인 매장이자 아니 싶습니다. 보고 듣고 만지고 냄새 맡고 느낄 수 있기 때문입니다.

(이미지 출처: 젠틀몬스터)



연구소 및 대학원 11월 일정

날짜	내용	비고
11/6 (토)	2022학년도 전기 신입학 면접시험	-
11/11 (목) ~ 12/2 (목)	신입생 지도교수 배정	-
11/19 (금)	2022학년도 전기 신입학 특별전형 합격자 발표	대학원 홈페이지



[End of Document]