

문화예술경영학과

Department of Arts and Cultural Management

1. 학과소개

(1) 학과사무실

- 가. 위치 : 중앙문화예술관 8층 806-2호
- 나. Tel : 02) 820-6965 / Fax : 02) 825-5406
- 다. 웹사이트 : <http://cafe.naver.com/caucab>

(2) 학과소개

문화산업은 고부가가치 산업으로 선진 각국은 경쟁적으로 투자하고 있으며 향후 국가 경쟁력 제고를 위해 반드시 육성해야 할 산업으로 인식되고 있다. 이를 위해 창작 역량(과거 문화예술 영역)의 제고뿐만 아니라 산업의 활성화를 위한 다양한 노력(전통적 사회과학 영역)이 요구되고 있다.

따라서 본 학과는 문화예술 분야의 도메인 전문가와 사회과학 분야 학자들과의 공동연구를 통하여 새로운 융합학문 분야를 창출하고, 문화예술과 사회과학(경영·경제·무역 등)의 접목을 통하여 우리나라의 예술문화산업을 견인할 경영학 석·박사급 전문 인력을 양성하는 것을 목표로 교육한다.

(3) 교육목표와 방법

- 가. 문화산업을 견인할 고급인력 양성
문화콘텐츠 및 상품 수출이 증대되고, 우리나라에 대한 호감도가 상승함으로써 한류 확산이 지속되고 있으나 지역에 따라서 한류의 분위기도 발생하는 등 국제 상황
이 시시각각 변함에도 문화예술 분야의 산업정책 차원에서 대응할 수 있는 전문 고급 인력을 양성하고자 한다.
- 나. 문화예술산업의 글로벌 경쟁력 제고를 위한 문화산업혁신 연구체계 구축
한정된 인적·물적·예술적 자원을 결합하여 문화예술과 소비자를 효과적으

(6) 참여 교수진

- 가. 전임교수진

로 매개하는 능력을 갖춘 고급인력을 양성하기 위해 필요한 교육 인프라를 구축하고자 한다.

- 다. 우수한 연구실적을 위한 체계적 지원
인문사회분야와 예술분야 내 전문지식을 습득하기 위해 참여교수진과 대학원생의 공동 연구 활동을 효과적으로 수행할 수 있는 환경을 조성한다.

(4) 세부전공

- 가. 전시경영전공(Exhibition Directing and Management)
- 나. 공연경영전공(Public Performance Directing and Management)
- 다. 콘텐츠경영전공(Contents Directing and Management)

(5) 학위 유형

- 2014학년도 입학년도까지
- 가. 경영학석사(Master of Business Administration)
- 나. 경영학박사(Ph. D. of Business Administration)

2015학년도 전반기 입학생

- 가. 경영학석사
(Master of Science in Arts and Cultural Management)
- 나. 경영학박사
(Ph. D. in Arts and Cultural Management)

2015학년도 후반기 입학생부터

- 가. 문화예술경영석사
(Master of Science in Arts and Cultural Management)
- 나. 문화예술경영박사
(Ph. D. in Arts and Cultural Management)

교수명	직위	최종출신교	학위명	연구분야	이메일
권혁인	교수	파리5대학	공학박사	비즈니스모델링, 서비스사이언스	hikwon@cau.ac.kr
송정석	조교수	Michigan State Univ	경제학박사	비즈니스경제, 무역정보분석	jssong@cau.ac.kr
이승하	교수	중앙대학교	문학박사	현대시	shpoem@lycos.co.kr
이재신	교수	코넬대학교	언론학박사	미디어 수용	tjslee@cau.ac.kr
조은숙	부교수	뉴욕대학교	교육학박사	무용이론	eschod@hanmail.net
최명길	조교수	KAIST	산업공학박사	MIS	mgchoi@cau.ac.kr
한주희	부교수	엑서터대학교	경영학박사	인적자원관리, 조직변화론	jhan02@hanmail.net
허 식	교수	Univ. of Kansas	경제학박사	노동경제학, 노사관계론	shikheo@cau.ac.kr
류승완	교수	Univ. of New York at Buffalo	산업공학박사	산업공학, 정보통신, 정보서비스	ryu@cau.ac.kr
진현정	교수	펜실베이니아 주립대학교	경제학박사	식품경제, 소비자경제	hyunjin@cau.ac.kr
현명호	교수	중앙대학교	임상심리학박사	임상심리, 성격심리, 건강심리	hyunmh@cau.ac.kr
나영	교수	Rutgers 대학교	경영학박사	재무회계	nayoung@cau.ac.kr
김현철	조교수	오클라호마 주립대	경영학박사	창업	hckim@cau.ac.kr
김택훈	부교수	School of Visual Art	MFA	애니메이션 프로듀싱	takhoonkim@naver.com
이주희	교수	Ochanomizu Univ	비교문화학(무용학)박사	무용음악	kintaro64@hanmail.net
전병준	교수	Oregon State	경영학박사	경영조직	blessyou@cau.ac.kr
임성준	교수	Texas at Austin	경영학박사	경영전략, 엔터테인먼트경영	slimb@cau.ac.kr
박양우	교수	한양대학교	관광학박사	문화정책, 문화관광	ywpark1010@cau.ac.kr

나. 경임교수진

교수명	직위	최종출신교	학위명	연구분야	이메일
류귀진	경임교수	중앙대학교	경영학박사	산업간융합, 비즈니스모델	dolsol@cau.ac.kr
박순태	경임교수	서울벤처전문대학원	문화산업경영학	문화산업, 디지털시대 저작권정책모형	soontae60@daum.net
김대진	경임교수	중앙대학교	경영학박사	IT 서비스전략, 소비자 수용	yauchee@empas.com

2. 학과내규

(1) 선수과목

가. 선수과목은 하위과정의 전공(학과)을 달리하여 입학한 석박사과정생, 외국대학(원), 특수 및 전문대학원 출신자의 경우, 교과내용이 상이함에서 오는 현 전공에 대한 기본지식의 부족을 보충하고자 학과에서 교수회의를 거쳐 지정한 과목이다.

나. 선수과목 대상

1) 석사학위과정

경영학, 경제학 등 사회과학 관련학과 이외의 타 전공 분야 졸업자로서 학과(부) 및 전공을 달리해 석사학위과정에 입학한 자는 다음의 표에 명시된 과목 중 15학점(경영학원론 필수 포함하여 5개 과목)을 이수하여야만 졸업학위논문 제출자격을 갖는다. 단, 학부과정에서 취득한 과목 중 “다.선수과목 이수 대상 과목 현황” 표에서 제시한 과목과 동일하거나 유사한 과목을 이수한 경우 해당 과목의 선수학점을 인정받도록 한다(해당과목 성적이 70/100 이상이어야 함). 또한, 유사과목의 경우, 수강신청시 학과장의 승인을 얻어 수강하도록 한다. 여기서 선수과목은 이수학점과 관계없이 이수하여야 하며, 졸업에 필요한 학점에 포함되지 아니한다.

2) 박사학위과정

경영학, 경제학 등 사회과학 관련학과 이외의 타 전공분야 졸업자로서 전문 및 특수대학원, 외국 대학에서 학위를 취득하고 박사학위과정에 입학한 자는 다음의 표에 명시된 과목 중 석사과정에서 개설된 9학점 이상을 이수하여야만 졸업학위논문 제출자격을 갖는다. 단, 석사과정에서 취득한 과목 중 “다.선수과목 이수 대상 과목 현황” 표에서 제시한 과목과 동일하거나 유사한 과목을 이수한 경우 해당과목의 선수 학점을 인정받도록 한다. (해당과목 성적이 70/100 이상이어야 함) 또한, 유사과목의 경우, 수강신청시 학과장의 승인을 얻어 수강하도록 한다. 여기서의 선수과목은 이수학점과 관계없이 이수하여야 하며, 졸업에 필요한 학점에 포함되지 아니한다.

다. 선수과목 학점인정

- 1) 경영학과와 관련된 동종전공, 부전공, 복수전공일 경우에는 선수과목 이수를 면제할 수 있다.
 - 2) 본 학과에서 개설된 선수과목을 이수한 경우 선수과목으로 인정한다.
 - 3) 본 학과는 학과간 협동과정으로 경영학과에서 개설된 선수과목을 이수한 경우에도 선수과목으로 인정한다.
 - 4) 경영기획, 마케팅, 재무관리 등 인정된 업무경력이 3년 이상일 경우 학과심사위원회의를 통하여 선수과목 이수 면제여부를 결정할 수 있다. (선수과목 학점인정 양식을 학과에서 받아 학과에 제출하면 매학기 학과심사위원회의를 통해 인정 여부가 결정됨)
- ※ 학과심사위원회의는 학과장을 포함하여 개최하도록 하며 1학기에 1회씩 열리는 것을 원칙으로 한다.

라. 선수과목 이수 대상 과목 현황

1) 2011년 전반기 이후 입학생

석사*(선택 5과목)		박사**(선택 3과목)	
학점	교 과 목 명	학점	교 과 목 명
3	경영학원론(필수)	3	조직행위론
3	경영정보시스템	3	인사관리론
3	회계학원리	3	마케팅관리론
3	경제학원론	3	재무관리
3	조직행동론	3	경영정보론
3	마케팅	3	경영전략
3	인사관리	3	문화산업 인적자원개발론
3	재무관리	3	문화예술산업 재무분석
3	생산관리	3	문화예술 마케팅
3	경영전략	3	문화예술 E-Business
		3	문화예술 조직행동론
		3	문화예술기업 회계관리

2) 2015년 전반기 이후

석사*(선택 5과목)		박사**(선택 3과목)	
학점	교 과 목 명	학점	교 과 목 명
3	경영학원론(필수)	3	조직행위론
3	경영정보시스템	3	인사관리론
3	회계학원리	3	마케팅관리론
3	경제학원론	3	재무관리
3	조직행동론	3	경영정보론
3	마케팅	3	경영전략
3	인사관리	3	문화예술 재무분석
3	재무관리	3	문화예술 마케팅
3	생산관리	3	문화예술 사례연구방법론
3	경영전략	3	문화예술 경영전략
		3	문화산업 인적자원개발론
		3	문화예술 자원마련

3) 2016년 전반기 이후

석사*(선택 5과목)		박사**(선택 3과목)	
학점	교 과 목 명	학점	교 과 목 명
		3	조직행위론
3	경영	3	인사관리론
3		3	마케팅관리론
3		3	재무관리
3		3	경영정보론
3		3	경영전략
		3	문화예술 재무분석
		3	문화예술 마케팅
		3	문화예술 사례연구방법론
3	예술	3	문화예술 경영전략
3		3	문화산업 인적자원개발론
3		3	문화예술 자원마련
3			

* 석사과정은 학부 개설과목 중에서 선택이며, 총 5과목을 이수해야 함

※ 선수과목 학점은 졸업이수학점에 미포함

(2) 교과과정 구성

가. 타학과 개설과목의 수강 학점 상한

재학 중 타 학과에서 개설한 과목의 수강은 석사과정은 9학점, 박사과정은 12학점, 석·박사학위 통합과정은 18학점까지만 허용함

나. 학위과정별 교과과정 구성

1) 석사과정

- ① 졸업에 필요한 학점 : 총 10과목 30학점, 전공연구 2학점
- ② 교과목 체계도 : 공통필수과목 4과목(통계학, 사회과학연구방법론 포함), 세부전공별 필수과목 2과목 반드시 이수
- ③ 재학 중 동일 교·강사가 담당하는 교과목은 3과목을 초과하여 수강할 수 없음

2) 박사과정

- ① 졸업에 필요한 학점 : 총 10과목 30학점, 전공연구 4학점
- ② 교과목 체계도 : 공통필수과목 4과목(통계학, 사회과학연구방법론 포함), 세부전공별 필수과목 3과목 반드시 이수
- ③ 재학 중 동일 교·강사가 담당하는 교과목은 3과목을 초과하여 수강할 수 없음
- ④ 2013.1학기부터 박사과정 수강신청은 박사필수과목, 석박공동필수과목, 석박공동 세부전공별 선택과목에 한해 학점을 인정함

3) 석·박사학위 통합과정

- ① 졸업에 필요한 학점 : 총 20과목 60학점, 전공연구 4학점
- ② 교과목 체계도 : 공통필수과목 4과목(통계학, 사회과학연구방법론 포함), 세부전공별 필수과목 3과목 반드시 이수
- ③ 재학 중 동일 교·강사가 담당하는 교과목은 6과목을 초과하여 수강할 수 없음
- ④ 석·박사 공동과목으로 개설된 필수과목을 석사과정에서 이미 이수한 경우, 박사과정에서는 이를 제외하고 세부전공별 필수과목을 3과목 이상 이수해야 하며, 타전공 필수과목을 이수하여도 무관함.
- ⑤ 2013.1학기부터 박사과정 수강신청은 박사필수과목, 석박공동필수과목, 석박공동 세부전공별 선택과목에 한해 학점을 인정함

(3) 지도교수 배정 및 세부전공 선택

가. 지도교수 배정

1) 석사학위과정

- ① 1차 학기에 재학 중인 학생은 학기 중에 지도 교수를 선정하여야 하며, 지도교수 선정 방식은 조교의 안내를 받아 학과의 내규에 따라 진행하도록 한다.
- ② 공동지도교수 선정은 3차 학기 안에 주지도교수님과의 상의 후 선정하여야 하며, 선정 방식은 조교의 안내를 받아 학과의 내규에 따라 진행하도록 한다.
- ③ 지도교수 신청은 학과에 구비된 신청서류를 작성하여 제출해야 한다.
- ④ 지도교수는 교수 및 학생의 사정으로 인하여 이후에 변경할 수 있다.
- ⑤ 본인의 세부전공을 결정한 후에는 전공에 따른 교과과정에 맞춰서 강의를 수강하여야 한다. (* 교과과정표 참조)
- ⑥ 전공 및 지도교수가 결정된 이후, 4차 학기 수강신청 시 지도교수가 개설하는 전공연구 I (2학점)을 수강하여야 한다.
- ⑦ 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

2) 박사학위과정

- ① 1차 학기에 재학 중인 학생은 학기 중에 지도 교수를 선정하여야 하며, 지도교수 선정 방식은 조교의 안내를 받아 학과의 내규에 따라 진행하도록 한다.
- ② 공동지도교수 선정은 3차 학기 안에 주지도교수님과의 상의 후 선정하여야 하며, 선정 방식은 조교의 안내를 받아 학과의 내규에 따라 진행하도록 한다.
- ③ 지도교수 신청은 학과에 구비된 신청서류를 작성하여 제출해야 하며, 지도교수의 최종선정은 학생의 의사를 최대한 반영하여 교수회의를 거쳐서 이루어진다.
- ④ 지도교수는 교수 및 학생의 사정으로 인하여 이후에 변경할 수 있다.
- ⑤ 본인의 세부전공을 결정한 후에는 전공에 따른 교과과정에 맞춰서 강의를 수강하여야 한다. (* 교과과정표 참조)
- ⑥ 전공 및 지도교수가 결정된 이후, 3차 학기 수강신청시부터는 지도교수가 개설하는 전공연구 II (3차학기)·III (4차학기)을 수강하여야 한다.
- ⑦ 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

3) 석·박사학위 통합과정

- ① 1차 학기에 재학 중인 학생은 학기중에 지도 교수를 선정하여야 한다.
- ② 지도교수 신청은 학과에 구비된 신청서류를 작성하여 제출해야 한다.
- ③ 지도교수는 교수 및 학생의 사정으로 인하여 이후에 변경할 수 있다.
- ④ 본인의 세부전공을 결정한 후에는 전공에 따른 교과과정에 맞춰서 강의를 수강하여야 한다. (* 교과과정표 참조)
- ⑤ 전공 및 지도교수가 결정된 이후, 7차 학기 수강신청시 지도교수가 개설하는 전공연구 II (7차학기)·III (8차학기)을 수강하여야 한다.
- ⑥ 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

나. 세부전공 선택

세부전공은 1차 학기말까지 선택하여, 세부전공배정요청서를 제출해야 한다.

(4) 학위논문 제출자격시험

대학원시행 외국어시험과 학과시행 종합시험을 통과해야 학위논문 제출 자격을 갖는다.

가. 외국어시험

외국어(영어)시험은 1차 학기 때부터 신청 가능하며, 성적은 100점 만점에 60점 이상을 합격으로 한다. 다만, TOEFL 530점(CBT233점, IBT91점), TOEIC 780점 이상, TEPS 664점 이 취득자는 어학시험 대체 인정서를 제출함으로써 합격한 것으로 본다(단, 어학시험 대체인정서 제출일 현재 유효한 성적표에 한함).

단, 외국인 학생은 한국어능력시험을 추가로 시행하며, 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

나. 전공시험

석사학위과정은 학과 공통필수과목 1과목, 본인 전공분야의 전공필수과목 2과목으로 한다.

박사학위 과정은 학과 공통필수과목 1과목, 본인 전공분야의 전공필수과목 3과목으로 한다.

* 석사과정 종합시험에서 이미 응시했던 과목은 박사과정 종합시험 대상 과목이 될 수 없음

다. 출제 및 평가

- 1) 종합시험 출제는 해당과목 담당교수가 한다.
- 2) 종합시험 평가는 해당과목 담당교수 1인과 관련분야 교수 1인의 평가 점수를 평균으로 한다.
- 3) 과목당 100점 만점에 평균 80점 이상을 취득하여야 합격. 불합격시 불합격 과목 각각에 대하여 1번의 기회 더 부여한다. 단, 응시생에게 불가피한 사유가 있다고 인정되는 경우 학과 전체교수회의의 결정으로 두 번째 재시험의 기회를 부여한다.
- 4) 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

(5) 논문 프로포절 심사

가. 석사 및 박사논문 프로포절 심사

1) 시기 및 장소

석·박사 논문 프로포절 심사는 본 논문 심사 학기 이전에 실시한다. 장소는 논문 프로포절 심사 일정이 확정된 이후에 추가로 홈페이지 및 학과 사무실 게시판을 통해 공고한다.

2) 심사위원회의 구성

석·박사논문 프로포절 심사위원회는 지도교수를 포함하여 석사 3인 이상, 박사 4인 이상으로 구성하며, 심사위원장은 학과장이 맡도록 한다.

3) 심사과정

- ① 석·박사논문 프로포절 심사 대상자는 박사과정 재학생 및 수료생이 이에 해당된다.
- ② 석·박사논문 프로포절 심사를 원할 경우 학기 초에 대학원 조교에게 통보를 하며, 안내를 받도록 해야 한다.
- ③ 석·박사논문 프로포절 심사 대상자들은 심사일 일주일전까지 발표자료를 지도교수를 포함한 전체 교수 및 대학원 조교에게 직접, 또는 이메일, 우편 등을 통하여 전달하여야 한다.
- ④ 석·박사논문 프로포절 심사 대상자들은 심사당일 발표자료 사본을 준비하여 참석자들에게 배부하며, 개인별로 20~30분간 논문내용에 대해서 발표를 실시하도록 하고, 심사위원은 논문주제의 타당성, 연구방법의 타당성 등을 엄밀히 심사하여 수정·보완이 필요한 사항을 지적한다.
- ⑤ 석·박사논문 프로포절 심사는 심사에 참석한 학과 교수 3분의 2 이

상의 찬성을 얻어야 통과되며, 프로포절 심사에 합격하여야만 학위논문심사를 받을 수 있다.

- ⑥ 석·박사논문 프로포절 심사결과 불합격한 경우 당해 학기에는 다시 심사를 받을 수 없다.(단, 학과전체교수회의 결과에 따라 변경될 수 있음)

(6) 학위논문 제출자격

가. 석사과정

- 1) 본 대학원 석사학위과정 수료자 또는 수료 예정자
- 2) 석사학위 논문제출자격시험에 합격한 자
- 3) 연구윤리 및 논문작성법 특강 이수(2011년 3월 입학생부터 해당) 후 논문제출승인서 제출 시 인터넷에서 연구윤리서약서 동의를 클릭하여 제출한 자
- 4) 논문제출 이전학기에 석사논문 프로포절 심사를 통과한 자
- 5) 연구실적이 총 150점 이상인 자(아래 표 참조)
- 6) 학과에서 지정한 공통필수과목 4과목(통계학, 사회과학연구방법론 포함) 및 세부전공별 필수과목(2과목), 선수과목(5과목, 해당되는 경우)을 이수한 자
- 7) 논문 지도교수로부터 1학기 이상 논문 지도를 받은 자
- 8) 입학 후 5년을 초과하지 아니한 자. 다만, 논문 제출시한 최종학기에 지도교수의 해외연수, 신분변동, 공공성을 띤 학생의 해외연수, 해외유학, 해외근무 또는 6개월 이상의 입원 치료 등의 사유가 발생한 경우에는 최장 1년간 그 기간을 연장 할 수 있다.
(단. 병역으로 인한 휴학기간은 미산입)

9) 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

나. 박사과정

- 1) 본 대학원 박사학위과정 수료자 또는 수료 예정자
- 2) 석사학위 논문제출자격시험에 합격한 자
- 3) 연구윤리 및 논문작성법 특강 이수(2011년 3월 입학생부터 해당) 후 논문제출승인서 제출 시 인터넷에서 연구윤리서약서 동의를 클릭하여 제출한 자
- 4) 논문제출 이전학기에 박사논문 프로포절 심사를 통과한 자
- 5) 학진등재후보지 이상의 학술지에 주저논문 1편 게재를 포함하여 연구실적이 총 200점 이상인 자(아래 표 참조)
- 6) 학과에서 지정한 공통필수과목 4과목(통계학, 사회과학연구방법론 포함) 및 세부전공별 필수과목(3과목), 선수과목(3과목, 해당되는 경우)을 이수한 자
- 7) 논문 지도교수로부터 2학기 이상 논문지도를 받은 자
- 8) 입학 후 8년을 초과하지 아니한 자. 다만, 논문 제출시한 최종학기에 지도교수의 해외연수, 신분변동, 공공성을 띤 학생의 해외연수, 해외유학, 해외근무 또는 6개월 이상의 입원 치료 등의 사유가 발생한 경우에는 최장 2년간 그 기간을 연장 할 수 있다.
(단. 병역으로 인한 휴학기간은 미산입)
- 9) 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

구분	저자 수					비고
	단독	2인	3인	4인	5인 이상	
A&HCI, SCI, SSCI (E)	300	260	240	220	200	· 지도 교수와 공동논문인 경우 저자수에서 제외
기타 국제학술지 (Scopus, EI)	250	220	200	170	150	
학술진흥재단 등재지	200	150	130	110	90	
학술진흥재단 등재지 후보	150	120	100	80	60	
국제학술대회	100	90	80	60	50	· 발표자가 3개국 이상
국내학술대회	50	40	30	20	10	
학과 논문지 게재	70	60	50	40	30	· 지도 교수와 공동논문인 경우 저자수에서 제외
학과 학술대회 발표	30	20	10	-	-	
저서	200	170	150	130	100	
공연 및 전시	50					· 포스터 또는 팸플릿 증빙 · 공연/전시와 인터넷고서는 합하여 100점 초과 안됨 · 인터넷고서의 기간 및 내용은 지도교수가 판단 및 인정 인터넷 고서는 학과양식에 작성 · 전공연구세미나 등 학과 연구 활동 및 성과에 따라 부여
인터넷고서	100					
연구활동	50					

※ 본 규정은 학과 운영 세칙에 따라 보완 및 수정될 수 있으며, 졸업 기준에 대해서는 결정은 전체 교수회의를 통함

(7) 학위논문 본심사

가. 석사논문심사

- 1) 심사위원회의 구성
 - ① 3인(주지도교수 1인 포함)의 심사위원회는 본 대학교의 교수, 부교수, 박사학위를 소지한 조교수 및 박사학위를 소지한 본교 비전임교수, 명예교수, 타 대학교수 및 기타 논문지도 자격이 있다고 인정되는 연구 경력자로 대학원장의 승인을 받은 자가 가능하다.
 - ② 외부심사위원은 1인까지 위촉 가능하다.
 - ③ 심사위원은 논문심사가 개시된 이후에는 교체가 불가능하다.

2) 심사과정

- ① 석사논문심사는 폐쇄형발표와 내용심사 및 구술시험으로 하고, 논문심사 일정 및 장소는 심사일 이전에 학과사무실 게시판과 학과 홈페이지에 공고하도록 한다.

② 논문심사와 구술시험은 각각 100점 만점으로 하여, 각각 평균 80점 이상, 논문심사위원 3분의 2 이상의 찬성으로 통과한다.

3) 기타 사항은 대학원 시행세칙에 따른다.

나. 박사논문심사

- 1) 심사위원회의 구성
 - ① 5인(주지도교수 1인 포함)의 심사위원회는 본 대학교의 교수, 부교수, 박사학위를 소지한 조교수 및 박사학위를 소지한 본교 비전임교수, 명예교수, 타 대학교수 및 기타 논문지도 자격이 있다고 인정되는 연구경력자로 대학원장의 승인을 받은 자가 가능하다.
 - ② 외부 심사위원은 최소 1인은 의무적으로 위촉하되 2인을 초과할 수 없다.
 - ③ 심사위원은 논문심사가 개시된 이후에는 교체가 불가능하다.
 - ④ 심사위원은 학기당 2편을 초과하여 논문심사가 불가능하다.
 - ⑤ 박사논문 심사위원회에는 해당 논문 프로포절 심사위원 중 반드시 2인

이 포함되어야 한다.

2) 심사과정

- ① 박사논문심사는 2회 이상이어야 하며, 각 심사일의 간격은 최소한 7일 이상으로 하고, 심사위원 5분의 4이상의 출석으로 진행해야 한다.

(8) 기타내규

가. 매 학기 수강학점은 9학점 이내(선수과목 제외)로 수강할 수 있다. 다만, 전 학기 성적 평균평점이 4.30 이상인 자는 1회에 한하여 3학점까지 초과하여 수강할 수 있다.

나. 학위과정별 졸업 이수학점 내역

구분	수업 (재학) 연한	수료학점 (학점)		비고
		교과학점	전공연구	
석사	2(5)년	30	2	전공연구 I 은 3~4 학기 중 수강
박사	2(8)년	60	4	전공연구 II·III 동시 학점이수 불가

※ 박사학위 과정 수료를 위해 필요로 하는 64학점은 석사과정에서 30학점까지 인정받을 수 있다.(전공연구 제외)

다. 전공 연구 이수 요건

1) 석사학위과정

전공연구 I 과목을 3차 또는 4차 학기 중 이수하도록 한다.

2) 박사학위과정

전공연구 II는 3차 학기, 전공연구 III은 4차 학기 중 이수하도록 한다.

3) 전공연구 과목을 수강하기 위해서는 수강하고자 하는 학기의 직전 학기에 지도교수 배정원을 반드시 제출해야 하며, 전공연구 과목은 논문지도교수에서 신청해야 한다.

4) 전공연구는 이수학점과 관계없이 각 과정의 해당 학차 때 이수하도록 한다.

3-1. 교과과정 (2014학년도 까지)

구분		공연경영전공	전시경영전공	콘텐츠경영전공
공통필수과목 (석박공통)		통계학 문화예술산업 비즈니스모델 설계	사회과학연구방법론 문화산업정책론	
석사	공통 필수과목 (박사 선수과목 석사는 전선)	문화산업 인적자원개발론 문화예술산업 재무분석 문화예술 마케팅 문화예술 E-Business	문화예술 조직행동론 문화예술기업 회계관리 문화예술 경영전략	
	세부전공별 필수과목	공연예술 기획 및 경영 공연예술 산업의 이해 공연기획과 자원마련 공연예술 마케팅 공연기획 조사 공연예술 사례분석 문화예술콘텐츠 정보서비스	전시기획의 실제 영상문화의 이해 전시기획과 자원마련 전시산업 마케팅 현대미술과 전시경영 전시경영 사례분석	콘텐츠기획론 콘텐츠산업의 이해 문화콘텐츠 산업정책과 법규 디지털콘텐츠와 테크놀로지 콘텐츠 마케팅 콘텐츠기획과 자원마련 문화·콘텐츠산업창업론 콘텐츠경영 사례분석 콘텐츠와 중독
박사	세부전공별 필수과목	공연경영 재무분석 공연예술 마케팅 세미나 공연단체 인사조직관리 공연예술과 기술경영 공연기획 경영전략	전시경영 재무분석 전시산업 마케팅 세미나 갤러리와 조직성과 미래전시관과 서비스경영 전시기획 경영전략	콘텐츠경영 재무분석 콘텐츠 마케팅 세미나 콘텐츠경영과 인사관리 디지털콘텐츠와 기술경영 디지털콘텐츠와 경영전략 문화예술 무역
세부전공별 선택과목 (석박공통)		공연예술단체 경영 문화공간 경영론 공연기획과 법규 공연 및 축제 동향 소비자분석과 관객개발	문화 예술 작품 가치 평가 박물관·미술관학 영상문화와 광고기호학 문화공간 프로젝트 기획 문화콘텐츠와 문화산업 소장품과 정보관리	콘텐츠기획 사례분석 미디어 마케팅 문화기호학과 문화콘텐츠 해외콘텐츠 비즈니스 동향연구 디지털콘텐츠 서비스디자인 게임경영 기획
전공연구		전공연구 I	전공연구 II, III	

3-2.교과과정 (2015학년도 부터)

구분		공연경영전공	전시경영전공	콘텐츠경영전공
공통필수과목 (석박공통)		통계학 문화예술산업 비즈니스모델 설계	사회과학연구방법론 문화산업정책론	
석사	공통 필수과목 (박사 선수과목 석사 전공선택)	문화예술 재무분석 문화예술 마케팅 문화예술 사례연구방법론	문화예술 경영전략 문화산업 인적자원개발론 문화예술 자원마련	
	세부전공별 필수과목	공연예술 기획 및 유통 공연예술 마케팅 국제 공연경영 공연기획과 자원마련 소비자분석과 관객개발	전시기획의 실제 국제 전시경영 전시기획과 자원마련 문화예술 창업론 현대미술과 전시경영	게임콘텐츠 기획 문화콘텐츠와 행동 콘텐츠기획과 자원마련 문화콘텐츠 정보서비스 영상콘텐츠 기획
박사	세부전공별 필수과목	공연예술 사례분석 공연영상산업과 문화콘텐츠 공연예술 법규 및 윤리 공연예술 마케팅 세미나 공연예술 기획 및 유통 세미나	전시산업 마케팅 세미나 전시기획 경영전략 갤러리와 조직성과 전시기획 세미나 전시문화 행정	콘텐츠 마케팅 세미나 디지털콘텐츠 산업정책 문화콘텐츠와 저작권법 디지털콘텐츠와 기술경영
세부전공별 선택과목 (석박공통)		공연예술단체 경영 및 행정 공연 및 축제 비즈니스	문화 예술 작품 가치 평가 박물관·미술관학 전시 법규 및 윤리 문화공간 프로젝트 기획 예술전시산업정책	콘텐츠기획 사례분석 문화콘텐츠 경영전략 국제 콘텐츠 비즈니스
전공연구		전공연구 I	전공연구 II, III	

교과과정 설명 (2014학년도 까지)

가. 공통필수과목 |석박공통|

통계학 (Advanced Statistics) 3학점

경영학을 비롯한 사회과학의 계량적 연구에 중요하게 사용되는 회귀분석, 분산분석, 다변량 분석 등의 이론적기초가 되는 수리통계학을 학습하는 것을 목적으로 한다. 학습하는 세부 내용은 확률이론, 확률변수, 확률분포, 표본이론, 점추정, 구간추정, 가설검정, 그리고 베이지안 이론 등이다. 특히 본 교과목은 “사회연구방법론”의 선수과목으로서 수강생들이 연구설계와 자료분석을 위주로 하는 연구방법론을 수행할 수 있는 이론적 근간을 제공할

사회과학연구방법론

(Research Method of Social Science) 3학점

사회과학에서 필요로 하는 조사 및 분석 방법을 이해하기 위해 통계적 회귀분석을 공통으로 하고, 연구 설계와 자료 분석을 위주로 하는 연구방법론 소개

문화예술산업 비즈니스모델 설계

(Business Model Design in Cultural Industry) 3학점

공연, 전시, 콘텐츠 등 문화예술산업 전반에서 일어날 수 있는 다양한 비즈니스모델을 설계하기 위해 필요한 개념, 구성요소, 핵심프로세스 등을 설계하고 발전시킬 수 있는 능력 배양

문화산업정책론(Cultural & Arts Policy Analysis) 3학점

문화산업의 개념과 특성, 특히 문화와 경제, 문화와 과학의 관계를 검토하고, 문화산업의 특성으로서 고부가가치산업, 국가이미지교양사업, 지식집약사업 및 고용창출 효과를 분석함. 이를 위해 국내외의 문화산업의 환경변화를 분석하고, 분야별 문화산업의 현황과 전망을 검토

전공연구 : 학위취득을 위한 논문 주제 연구

전공연구 I (Studies in Major Field I) 2학점

전공연구 II (Studies in Major Field II) 2학점

전공연구 III (Studies in Major Field III) 2학점

나. 공통필수과목 |석사과정|

문화산업 인적자원개발론

(Cultural Industry Human Resource Management) 3학점

문화예술단체 운영에 있어 중요한 인적자원관리를 보다 과학적이고 효율적으로 수행할 수 있는 경영방법을 찾기 위해 조직경영에 있어서의 기본적인 특성에 대한 이해를 기반으로 하여, 이론과 현실을 연계한 전문적 인적자원 관리기법을 습득함

문화예술기업 회계관리

(Accounting Management for Cultural & Arts Company) 3학점

거래 및 사건이 회계정보로서 포착, 기록, 처리되는 과정에 대한 기본개념을 이해하고, 세부개념으로 자산, 부채, 자본 및 관련 손익항목과 현금흐름표 항목 등을 통해 기업의 재무상태 및 경영성과를 분석하는 방법을 이해함

문화예술 경영전략

(Cultural & Arts Strategic Management) 3학점

문화예술기업을 둘러싸고 있는 다양한 경영환경 요소의 변화를 이해하고, 기업의 목표달성을 위해 유연한 전략적 사고 체계 수립과 의사결정을 수행할 수 있는 기업 및 사업단위 차원의 전략유형, 전략수립논리 등을 이해함

문화예술 마케팅

(Cultural & Arts Marketing Management) 3학점

문화예술상품을 기획하고, 마케팅 활동을 위해 필요로 하는 개념, 분석기법 및 실제 활동 등을 소개하여 문화예술기업의 마케팅 과제를 분석하고, 해결하는 과제를 직접 수행함으로써 마케팅 이론이 실무에 적용되는 과정을 이해함

문화예술산업 재무분석

(Financial Analysis in Cultural Industry) 3학점

자본조달 및 운용의 결정, 투자결정, 포트폴리오 결정 등 재무의사결정에 관한 기본 이론을 이해하고 이를 응용할 수 있도록 하며, 기업재무에 관한 이슈 해결방안 연구

문화예술 조직행동론

(Cultural & Arts Organizational Behavior) 3학점

문화예술기업의 지속적 성장과 운영체계를 구축하기 위해 필요한 조직경영에 있어서 기본적 특성을 이해하고, 동기부여, 인지 및 학습, 커뮤니케이션, 리더십, 조직 내 갈등, 조직문화, 의사결정 과정 등을 이해함

문화예술 e-Business

(e-Business Approach for Cultural & Arts Industry) 3학점

: 공연, 전시, 콘텐츠 등 다양한 문화예술상품을 최종 고객에게 전달하기 위해 정보통신기술(ICT, Information & Communication Technology) 을 활용한 실제 사례와 이론적 기법을 이해함

다. 공연경영전공(Public Performance Directing)

|공연전공 석사과정 필수과목|

공연기획과 자원마련

(Fundraising in Public Performance) 3학점

자원조성에 있어서 국내외의 예술단체에 대한 지원 현황과 후원자와 지원 대상인 문화예술단체와의 관계 파악, 문화예술기관 또는 단체의 재정적 상태에 영향을 줄 수 있는 매니지먼트, 리더십 등 다양한 요소를 고찰하며 가능성 있는 자원조성 기획을 위한 여러 자료, 방법, 테크닉을 연구

공연기획 조사

(Public Performance Directing Research) 3학점

공연기획을 위한 기초자료조사에서부터 구체적 분야에 대한 자료조사와 분석 및 연구에 대한 방법론을 훈련. 자료조사의 목표와 기준, 방법(method), 매체의 활용과 자료축적 및 데이터베이스화의 방법 등을 실습

공연예술 기획 및 경영

(Public Performance Planning & Management) 3학점

공연을 위한 초기 기획단계에서부터 제작과정에 따른 기본 계획안 작성 및 홍보전략, 재정총당 등 기획업무에 관한 전반적인 것을 연구함

공연예술 마케팅 (Public Performance Marketing) 3학점

경영학적 접근에 의한 마케팅의 기본내용을 바탕으로 예술단체 및 기관에서의 마케팅 활동 분석 및 관객조사, 시장세분화, 마케팅믹스 등을 중심으로 연구

공연예술 사례분석

(Case Study of Public Performance) 3학점

공연장의 역사와 종류, 그리고 공연장의 일반적 구조와 운영의 여러 요소들을 살피되, 이론적인 내용과 국내외의 사례를 비교해가며 살핌으로써 예술행위의 중요한 장이자 예술경영의 대상의 하나인 공연장에 대해 넓고 정확한 이해를 가지도록 함

문화예술콘텐츠 정보서비스

(Culture-Art contents Information Service) 3학점

문화예술, 특히 공연영역의 축적되어있는 콘텐츠 정보를 창작, 소재발굴, 아이디어구상, 콘텐츠 기획개발, 마케팅과 유통등 경영과정에서 서비스측면으로 어떻게 접근하고 활용해야 하는지 정보서비스의 대한 이해를 통해서 접근하고 연구함

공연예술 산업의 이해

(Understanding of Public Performance Industry) 3학점

공연산업의 개념과 특성을 이해하고, 현재 진행되고 있는 다양한 비즈니스모델에 대한 분석을 통해 미래 신사업 기회를 도출할 수 있는 계기 마련

|공연전공 박사과정 필수과목|

공연경영 재무분석

(Financial Analysis for Public Performance Management) 3학점

공연기업의 자본조달 및 운용의 결정, 투자결정, 포트폴리오 결정 등 재무의사결정에 관한 기본 이론을 이해하고 이를 응용할 수 있도록 하며, 기업재무, 증권, M&A 기업 및 금융기관 구조조정, 기업지배구조 등과 같은 기업재무에 관한 시사적인 이슈들을 학습범위로 설정한다.

공연기획 경영전략

(Strategic Management for Performance Planning) 3학점

성공적 공연기획을 위해 고려해야 되는 환경적 변수를 도출하고, 최적의 의사결정을 도출하는 과정을 이해함

공연단체 인사조직관리

(Human Resource Management for Performance Management) 3학점

공연기업의 핵심 자원인 인적자원에 대한 체계적 관리 역량 향상을 위해 선발(채용)-배치-교육-성과평가-경력관리 등 일련의 활동을 중심으로 실 사례를 기반으로 이해함

공연예술과 기술경영

(Public Performance Management & Management of Tehcnology) 3학점

유지컬, 연극 등 공연 전반에서 사용되는 정보통신기술 적용 기법과 이론적 접근법에 대한 이해

공연예술 마케팅 세미나

(Marketing Seminar for Public Performance Management) 3학점

공연기업의 경영학적 접근에 의한 마케팅의 기본내용을 바탕으로 예술단체 및 기관에서의 마케팅 활동 분석 및 관객조사, 시장세분화, 마케팅믹스 등을 실 사례 중심으로 연구

|공연전공 석박공통 선택과목|

공연기획과 법규(Policy of Public Performance) 3학점

공연기획에 있어 문화예술진흥법, 공연법, 저작권법, 문화산업진흥기본법, 영화진흥법, 음반비디오물·게임산업물에 관한 법률 등 관련법의 활용 및 적용 사례 분석을 통해 효과적으로 대응할 수 있는 능력 배양

공연 및 축제 동향

(Trend of Public Performance & Festival) 3학점

국내외에서 펼쳐지고 있는 다양한 공연 및 축제 동향 등에 대한 방문 등을 통한 사례 분석을 통해 장·단점 및 보완점 등을 도출하여, 기획에 적용할 수 있는 능력 배양

공연예술단체 경영

(Public Performance Organization Management) 3학점

공연예술단체를 효과적으로 운영하기 위한 예술단체 경영의 현장감 있는 사례연구와 전문적인 경영 자세들을 통해 공연 예술단체 경영에 대해 학습

문화공간 경영론(Cultural Space Management) 3학점

예술 공급과 참여가 이루어지는 극장, 미술관, 박물관, 문화의 집, 문화예술회관 등 문화공간의 운영 실태를 분석하고 미래 수요를 수용할 수 있는 대안 모색함

소비자분석과 관객개발

(Consumer Analysis & Positioning) 3학점

예술단체 및 기관에서의 마케팅활동의 실제분석에 있어 관객조사, 시장세분화, 표적화, 마케팅믹스 등을 중심적 내용으로 다룸. 또한 우리나라 문화예술마케팅에 있어서의 관객 개발에 대한 개념과 방법을 미시적, 거시적 관점으로 접근

라. 전시경영전공(Exhibition Directing)

|전시전공 석사과정 필수과목|

영상문화의 이해 (Understanding for Image Culture) 3학점

현재 전시를 위해 활용되고 있는 공간, 기계, 장비 등 다양한 미디어의 종류와 특성을 이해하고, 향후 미래 전시회에서 활용될 수 있는 매체에 대한 연구 및 토론

전시경영 사례분석

(Case Study of Exhibition Management) 3학점

전시장의 역사와 종류, 그리고 전시장의 일반적 구조와 운영의 여러 요소들을 살피되, 이론적인 내용과 국내외의 사례를 비교해가며 살핌으로써 예술작품의 중요한 장이자 예

출경영의 대상의 하나인 전시장에 대해 넓고 정확한 이해를 가지도록 함

전시기획과 자원마련 (Fundraising in Exhibition) 3학점

전시회를 위해 필요한 자원을 마련하기 위한 민간 및 공공 재정 활용 방안 모색

전시기획의 실제

(Case Study of Exhibition Directing) 3학점

전시의 종류, 그리고 전시관의 일반적 구조와 운영의 여러 요소들을 살펴보고, 이론적인 내용과 국내외의 사례를 비교해 가며 살피므로써 전시기획에 대해 넓고 정확한 이해를 가지도록 함

전시산업 마케팅 (Art Exhibition Marketing) 3학점

국내외 전시산업 마케팅에 대한 이론적 검토와 사례연구를 통해 그것의 장단점, 제약점, 개선안 등을 논의하며, 최종적으로는 국내현실을 감안한 실험적인 마케팅 전략을 이론에 맞추어 설계 및 제작

현대미술과 전시경영

(Modern Arts & Exhibition Management) 3학점

전시를 위한 초기 기획단계에서부터 제작과정에 따른 기본 계획안 작성 및 홍보전략, 재정총당 등 기획업무에 관한 전반적인 것을 연구함

|전시전공 박사과정 필수과목|

갤러리와 조직성과

(Gallery & Organizational Performance Management) 3학점

박물관, 미술관 등 전시영역의 기업을 구성하고 있는 큐레이터, 학예사, 스태프 등에 대한 체계적 관리 역량 향상을 위해 선발(채용)-배치-교육-성과평가-경력관리 등 일련의 활동을 중심으로 실 사례를 기반으로 이해함

미래전시관과 서비스경영

(Service Management for Future Museum & Exhibition Center) 3학점

미술관, 박물관 등 전시 영역에서 사용되는 정보통신기술 적용 기법과 이론적 접근법에 대한 이해

전시경영 재무분석

(Financial Analysis for Exhibition Management) 3학점

박물관, 미술관 등의 자본조달 및 운용의 결정, 투자결정, 포트폴리오 결정 등 재무의사결정에 관한 기본 이론을 이해하고 이를 응용할 수 있도록 하며, 기업재무, 증권, M&A 기업 및 금융기관 구조조정, 기업지배구조 등과 같은 기업 재무에 관한 시사적인 이슈들을 학습범위로 설정한다.

전시기획 경영전략

(Strategic Management for Exhibition Planning) 3학점

성공적 전시기획을 위해 고려해야 되는 환경적 변수를 도출하고, 최적의 의사결정을 도출하는 과정을 이해함

전시산업 마케팅 세미나

(Marketing Seminar for Exhibition Industry)

전시기업의 경영학적 접근에 의한 마케팅의 기본내용을 바탕으로 예술단체 및 기관에서의 마케팅 활동 분석 및 관객

조사, 시장세분화, 마케팅믹스 등을 실 사례 중심으로 연구

전시문화 행정 (Administration of Exhibition Culture)

3학점

전시진행의 전 과정에서 발생하게 되는 각종 행정, 법률, 법제의 문제에 대한 정확한 이해를 통해 실제 사례해결 능력을 키우도록 함

|전시전공 석박공통 선택과목|

문화공간 프로젝트 기획 (Art Space Project Planning) 3학점

문화공간의 계획 전반에 대한 사항과 특히 박물관 설립 및 전시기획의 계획 단계별 실제 응용사례를 중심으로 연구

문화 예술 작품 가치 평가

(Value Evaluation of Art Work) 3학점

조각품, 그림, 고문서 등 다양한 문화 예술 작품에 대한 가치를 평가하고, 향상시킬 수 있는 다양한 도구와 방법 등에 대한 연구

문화콘텐츠와 문화산업

(Cultural Contents & Cultural Industry) 3학점

문화콘텐츠의 역할과 전망, 문화기호학의 변화와 미래에 대한 연구

박물관미술관학(Museology) 3학점

박물관과 박물관자료, 박물관을 움직이는 사람, 박물관을 이용하는 사람, 박물관의 사회적 기능과 역할 등에 관한 학예, 기술적 지식과 경험, 관련분야의 제이론과 방법론에 대한 연구와 토의를 통해 신박물관운동에 대한 동향과 박물관 전문 인력이 갖추어야 할 박물관학의 이론과 실무를 습득

소장품과 정보관리

(Collection Information Management) 3학점

전시관의 구성요소인 다양한 자료를 효과적으로 관리하고 운영하기 위하여 자료의 수집, 분류, 등록, 보존, 관리 등에 대한 기초적인 관리요소와 과학적 관리시스템을 통한 수장고 및 시설의 관리 등에 대한 학습

영상문화와 광고기호학

(Film Culture & Advertisement Semiotics) 3학점

전시관의 구성요소인 다양한 자료를 효과적으로 관리하고 운영하기 위하여 자료의 수집, 분류, 등록, 보존, 관리 등에 대한 기초적인 관리요소와 과학적 관리시스템을 통한 수장고 및 시설의 관리 등에 대한 학습

마. 콘텐츠경영전공(Contents Directing)

|콘텐츠전공 석사과정 필수과목|

디지털 콘텐츠와 테크놀로지

(Digital contents & Technology) 3학점

기술의 발달로 인한 다매체 시대에 콘텐츠의 중요성은 날로 높아지고 있기에 테크놀로지와 콘텐츠의 관계에 대한 토론을 통해 미디어 산업과 콘텐츠에 대한 심도 있는 이해 시도

문화콘텐츠 산업정책과 법규

(Law & Policy in Cultural Contents Industry) 3학점

문화콘텐츠를 개발하기 위해 필요한 산업정책과 법규를 국내의 것만 국한시키지 않고 해외의 것을 포함하여 다양하게 살펴보고, 저작권에 관한 법규를 중심으로 연구하여 문화콘텐츠 산업이 발전할 수 있는 방안 도출

문화·콘텐츠산업 창업론

(The Principle of Culture-Industry Start-up Business) 3학점

화산업 및 콘텐츠 산업이 21세기 핵심산업으로 부각되면서 다양한 산업과의 융합을 통해 새로운 신사업 개발을 촉진하고 있어, 문화·콘텐츠산업을 중심으로 한 신사업 개발을 위한 체계적인 방법론을 습득

콘텐츠경영 사례분석

(Case Study of Contents Management) 3학점

게임, 영화, 방송 등 콘텐츠 기업의 역사와 종류, 그리고 전시장의 일반적 구조와 운영의 여러 요소들을 살펴되, 이론적인 내용과 국내외의 사례를 비교해가며 살피므로써 예술작품의 중요한 장이자 예술경영의 대상의 하나인 콘텐츠 기업에 대해 넓고 정확한 이해를 가지도록 함

콘텐츠기획과 자원마련

(Fundraising in Contents Business) 3학점

콘텐츠 비즈니스를 위해 필요한 재원을 마련하기 위한 민간 및 공공 재정의 활용 방안 모색

콘텐츠기획론(Content Directing Methodology) 3학점

콘텐츠 비즈니스를 추진하기 위해 콘텐츠 아이템 선정, 포트폴리오 구성, 타당성 조사, 추진조직 구성, 추진전략 도출 및 실행 등을 위한 방법론 연구

콘텐츠 마케팅(Content Marketing) 3학점

전통적 마케팅 영역을 활용하여 콘텐츠 비즈니스에 특화된 마케팅 방법론 도출

콘텐츠산업의 이해

(Understanding of Contents Industry) 3학점

경제학, 경영학, 사회학, 심리학, 지리학, 공학, HCI 등 기존의 학문적 전통으로부터 문화콘텐츠산업에 적용 가능한 논의들을 찾아 이를 응용하여 문화콘텐츠 대한 분석력과 예측력을 키우기 위해 다양한 방법들을 터득한 후 이에 기반하여 사례연구를 수행

콘텐츠와 중독

(contents and addiction) 3학점

디지털 콘텐츠의 범람과 함께 다가온 현 시대의 콘텐츠 중독수준을 파악하며 경영학, 경제학, 사회학, 심리학 공학 등 기존 학문적 전통으로부터 이러한 사회적 문제에 대한 연구

|콘텐츠전공 박사과정 필수과목|

디지털콘텐츠와 경영전략

(Digital Contents & Strategic Management) 3학점

디지털콘텐츠 기획과 서비스 전달을 위해 고려해야 되는 환경적 변수를 도출하고, 최적의 의사결정을 도출하는 과정을 이해함

디지털콘텐츠와 기술경영

(Digital Contents & Management of Tehcnology) 3학점

콘텐츠산업에서 사용되고 있는 디지털 매체와 정보통신기술의 적용 사례를 통해 콘텐츠산업의 발전모습과 미래를 예측

콘텐츠경영과 인사관리

(Contents Management & Human Resource Management) 3학점
게임, 영화, 방송 등 콘텐츠기업의 인적자원에 대한 체계적 관리 역량 향상을 위해 선발(채용)-배치-교육-성과평가-경력관리 등 일련의 활동을 중심으로 실 사례를 기반으로 이해함

콘텐츠경영 재무분석

(Financial Analysis for Contents Management) 3학점

게임, 영화, 방송 등 콘텐츠기업의 자본조달 및 운용의 결정, 투자결정, 포트폴리오 결정 등 재무의사결정에 관한 기본 이론을 이해하고 이를 응용할 수 있도록 하며, 기업재무, 증권, M&A 기업 및 금융기관 구조조정, 기업지배구조 등과 같은 기업재무에 관한 시사적인 이슈들을 학습범위로 설정한다.

콘텐츠 마케팅 세미나

(Marketing Seminar for Contents Management) 3학점

콘텐츠기업의 경영학적 접근에 의한 마케팅의 기본내용을 바탕으로 예술단체 및 기관에서 마케팅 활동 분석 및 관객조사, 시장세분화, 마케팅믹스 등을 실 사례 중심으로 연구

|콘텐츠전공 석박공동 선택과목|

게임경영 기획 (Game Directing) 3학점

고객 분석을 통해 나타난 수요와 기대를 충족시키기 위해 필요한 다양한 유형의 게임을 기획 및 설계

디지털콘텐츠 서비스디자인

(Digital Contents ServiceDesign) 3학점

콘텐츠의 구성 및 프로세스를 연구하고 영화, TV, 애니메이션, 게임 등의 디지털 콘텐츠의 원용기술과 산업현황, 사례 등을 연구하고 새로운 미디어 특성에 따른 창의적 비즈니스 콘텐츠 모델을 디자인하고 개발

문화기호학과 문화콘텐츠

(Cultural Semiotics & Cultural Contents) 3학점

문화를 기호학으로도, 콘텐츠로도 연구해볼 필요가 있음 문화기호학과 문화콘텐츠가 만나는 지점이 있는지 연구하는 학문

미디어 마케팅(Media Marketing) 3학점

디지털 미디어 영역에서의 전통적 마케팅 접근법을 활용하여 수행할 수 있는 다양한 비즈니스모델에 대한 이론 연구와 사례 분석을 통한 이해

콘텐츠기획 사례분석

(Case Study of Contents Directing) 3학점

국내외의 우수한 콘텐츠기획 사례에 대한 비교 분석 연구

해외 콘텐츠 비즈니스 동향 연구

(Contents Business Trend in Abroad) 3학점

미국, 일본 등 콘텐츠 비즈니스 선진국의 주요 비즈니스 모델, 산업 트렌드 등에 대한 이해를 통해 신규 비즈니스 기회를 도출하고, 사업화 추진할 수 있는 역량 확보

교과과정 설명 (2015학년도 부터)

가. 공통필수과목 |석박공통|

통계학 (Advanced Statistics) 3학점

경영학을 비롯한 사회과학의 계량적 연구에 중요하게 사용되는 회귀분석, 분산분석, 다변량 분석 등의 이론적기초가 되는 수리통계학을 학습하는 것을 목적으로 한다. 학습하는 세부 내용은 확률이론, 확률변수, 확률분포, 표본이론, 점추정, 구간추정, 가설검정, 그리고 베이지안 이론 등이다. 특히 본 교과목은 “사회연구방법론”의 선수과목으로서 수강생들이 연구설계와 자료분석을 위주로 하는 연구방법론을 수행할 수 있는 이론적 근간을 제공함

사회과학연구방법론

(Research Method of Social Science) 3학점

사회과학에서 필요로 하는 조사 및 분석 방법을 이해하기 위해 통계적 회귀분석을 공통으로 하고, 연구 설계와 자료 분석을 위주로 하는 연구방법론 소개

문화예술산업 비즈니스모델 설계

(Business Model Design in Cultural Industry) 3학점

공연, 전시, 콘텐츠 등 문화예술산업 전반에서 일어날 수 있는 다양한 비즈니스모델을 설계하기 위해 필요한 개념, 구성요소, 핵심프로세스 등을 설계하고 발전시킬 수 있는 능력 배양

문화산업정책론(Cultural & Arts Policy Analysis) 3학점

문화산업의 개념과 특성, 특히 문화와 경제, 문화와 과학의 관계를 검토하고, 문화산업의 특성으로서 고부가가치산업, 국가이미지고양사업, 지식집약사업 및 고용창출 효과를 분석함. 이를 위해 국내외 문화산업의 환경변화를 분석하고, 분야별 문화산업의 현황과 전망을 검토

전공연구 : 학위취득을 위한 논문 주제 연구

전공연구 I (Studies in Major Field I) 2학점

전공연구II (Studies in Major Field II) 2학점

전공연구III (Studies in Major Field III) 2학점

나. 공통필수과목 |석사과정,박사선수|

문화예술 재무분석

(Financial Analysis in Cultural & Arts Industry) 3학점

기업의 자산, 부채, 자본 및 관련 손익항목과 현금흐름표를 통해 기업의 재무상태 및 경영성과, 그리고 현금흐름을 이해한다. 또한 기업의 자본조달 및 운용에 관한 재무의사결정의 기본 이론을 터득함으로써 기업경영 이슈를 분석하며,

재무제표와 거시경제 및 산업동향 등의 계량/비계량 정보를 활용하여 기업의 경영성과를 예측하는 활동을 이해한다.

문화예술 마케팅

(Cultural & Arts Marketing Management) 3학점

문화예술상품을 기획하고, 마케팅 활동을 위해 필요로 하는 개념, 분석기법 및 실제 활동 등을 소개하여 문화예술기업의 마케팅 과제를 분석하고, 해결하는 과제를 직접 수행함으로써 마케팅 이론이 실무에 적용되는 과정을 이해함

문화예술 사례연구방법론

(Study of Art and culture with the practical cases) 3학점

현대 사회에는 다양한 문화 예술 활동을 통해 무수한 독자 콘텐츠 혹은 복합 콘텐츠들이 쏟아지고 있다.

이를 이론적으로 분석하기 위해 우리는 다양한 분석 도구를 습득하고 살펴보아야 할 것이다. 이 과목은 한편으로, 실제 문화예술 콘텐츠 사례를 통해서 이론들이 가지는 강점과 약점을 정리하고, 다른 한편으로, 학생들이 직접 다수의 콘텐츠에 이 이론들을 실제 적용하는 실습을 해보는 것을 주된 내용으로 한다.

문화예술 경영전략

(Cultural & Arts Strategic Management) 3학점

문화예술기업을 둘러싸고 있는 다양한 경영환경 요소의 변화를 이해하고, 기업의 목표달성을 위해 유연한 전략적 사고 체계 수립과 의사결정을 수행할 수 있는 기업 및 사업단위 차원의 전략유형, 전략수립논리 등을 이해함

문화산업 인적자원개발론

(Cultural Industry Human Resource Management) 3학점

문화예술단체 운영에 있어 중요한 인적자원관리를 보다 과학적이고 효율적으로 수행할 수 있는 경영방법을 찾기 위해 조직경영에 있어서의 기본적인 특성에 대한 이해를 기반으로 하여, 이론과 현실을 연계한 전문적 인적자원 관리기법을 습득함

문화예술 자원마련 (Fundraising in Culture Arts) 3학점

자원조성에 있어서 국내외의 문화예술에 대한 지원 현황과 효율적인 자원 조성을 위한 여러 자료, 방법, 테크닉을 연구

다. 공연경영전공(Public Performance Directing)

|공연전공 석사과정 필수과목|

공연예술 기획 및 유통 (Public Performance Planning & Management& distribution) 3학점

공연을 위한 초기 기획단계에서부터 제작과정에 따른 기본 계획안 작성 및 홍보전략, 재정총당 등 기획업무에 관한 전반적인 연구하며 공연의 유통과정에 대한 탐구가 이루어짐

공연예술 마케팅 (Public Performance Marketing) 3학점

경영학적 접근에 의한 마케팅의 기본내용을 바탕으로 예술단체 및 기관에서의 마케팅 활동 분석 및 관객조사, 시장세

문화, 마케팅믹스 등을 중심으로 연구

국제 공연경영

(International Performance Management) 3학점

공연경영 현장의 경험과 실제에 기반하여 클래식 콘서트, 오페라, 연극, 무용 등 순수예술분야와 뮤지컬 등 일부 대중 예술분야를 망라하여 기획단계에서부터 프로그래밍과 예산 편성, 제작과 홍보 등 각 단계의 중요 요소를 연구한다. 또한 한류에 발맞추어 우리 공연예술의 세계화 방안에 대한 향후 발전계획을 수립한다.

공연기획과 자원마련

(Fundraising in Public Performance) 3학점

재원조성에 있어서 국내외의 예술단체에 대한 지원 현황과 후원자와 지원 대상인 문화예술단체와의 관계 파악, 문화예술기관 또는 단체의 재정적 상태에 영향을 줄 수 있는 매니지먼트, 리더십 등 다양한 요소를 고찰하며 가능성 있는 재원조성 기획을 위한 여러 자료, 방법, 테크닉을 연구

소비자분석과 관객개발

(Consumer Analysis & Positioning) 3학점

예술단체 및 기관에서의 마케팅활동의 실제분석에 있어 관객조사, 시장세분화, 표적화, 마케팅믹스 등을 중심적 내용으로 다룸. 또한 우리나라 문화예술마케팅에 있어서의 관객개발에 대한 개념과 방법을 미시적, 거시적 관점으로 접근

|공연전공 박사과정 필수과목|

공연예술 사례분석

(Case Study of Public Performance) 3학점

공연장의 역사와 종류, 그리고 공연장의 일반적 구조와 운영의 여러 요소들을 살피되, 이론적인 내용과 국내외의 사례를 비교해가며 살핌으로써 예술행위의 중요한 장이자 예술경영의 대상의 하나인 공연장에 대해 넓고 정확한 이해를 가지도록 함

공연영상산업과 문화콘텐츠(The performing visual industry & culture contents) 3학점

한국 공연영상산업의 실태를 각종 공연장을 찾아가서 직접 확인하며, 한국의 실정에 맞는 새로운 문화콘텐츠 개발을 위해 연구하고 논의하는 교과목.

공연예술 법규 및 윤리 (Arts Law and Ethics) 3학점

문화예술의 활동과 관련 경영을 위한 제도적 인프라에 해당하는 '문화예술 법규와 윤리의식'에 관한 이론적 기초를 제공하여 학문의 통합성 및 향후 문화예술활동 수행에 있어서의 사회성, 현실성 재고

공연예술 마케팅 세미나

(Marketing Seminar for Public Performance Management) 3학점

공연기업의 경영학적 접근에 의한 마케팅의 기본내용을 바탕으로 예술단체 및 기관에서의 마케팅 활동 분석 및 관객조사, 시장세분화, 마케팅믹스 등을 실 사례 중심으로 연구
공연예술 기획 및 유통 세미나

(Semina for Public performance and Distribution) 3학점

공연기획에 대한 전반적인 활동을 사례 중심으로 연구

|공연전공 석박공동 선택과목|

공연예술단체 경영 및 행정

(Management & Administration in Performing Arts Organization) 3학점

공연예술단체의 조직관리, 자원관리, 프로그램기획 등을 조사 분석하고 사례연구를 통하여 예술단체의 경영과 행정을 이해하게 함으로써 현장실무 능력을 높임.

공연 및 축제 비즈니스

(Distribute Value in the field of Performing Arts and Festivals) 3학점

공연예술 작품 및 활동은 역사와 환경이 만들어낸 다양한 문화현상의 하나로 동시대성을 특징으로 한다. 이는 자신으로 환원 가능한 독점적 소유물이 아니며 분배를 통해 확산될 때 더 큰 부가가치를 만들어낸다. 예술활동을 집약해 가치를 재생산하는 축제는 또한 유통 및 소통채널의 하나로 부가가치를 확장하는데 기여한다. "공연 및 축제 비즈니스"는 동시대인이 공유하는 예술활동에 대해 사회적 합의 또는 동의를 끌어내는 활동 전반을 아우르는 것을 목표로 한다.

문화예술 정책

(Policy of Culture & Arts) 3학점

문화정책은 정부의 공식적인 방침이자 계획으로 예술현장에서 이루어지는 예술경영과 밀접한 관련이 있기 때문에 예술경영을 공부하려면 문화정책을 아는 것이 기본이다. 이에 문화정책과 연관된 예술경영 전략 수립 능력을 제고하기 위해 문화정책의 이론과 실무를 배움으로써 정부의 문화정책 흐름과 구체적 내용을 습득한다.

라. 전시경영전공(Exhibition Directing)

|전시전공 석사과정 필수과목|

전시기획의 실제

(Case Study of Exhibition Directing) 3학점

전시의 종류, 그리고 전시관의 일반적 구조와 운영의 여러 요소들을 살피되, 이론적인 내용과 국내외의 사례를 비교해가며 살핌으로써 전시기획에 대해 넓고 정확한 이해를 가지도록 함

국제 전시경영 (Intrrnational Exhibition) 3학점

국제 비즈니스의 중요한 수단인 국내외 무역전시회의 학습을 통해 국제비즈니스 기회창출 방법 모색한다. 전시산업의 사전기획 및 시장조사, 바이어 선정 및 접촉, 부스 디자인, 전시장 배치, 국제전시회 마케팅, 전시회 평가 등 주요 프로세스별 국제 전시시장에서의 경쟁력 제고방안을 논의한다.

전시기획과 자원마련 (Fundraising in Exhibition) 3학점

전시를 위해 필요한 재원을 마련하기 위한 민간 및 공공 재정의 활용 방안 모색

문화예술 창업론(Culture and Art Entrepreneurship) 3학점

문화예술산업의 콘텐츠는 연속적인 혁신이 일어난다. 혁신

이 비즈니스 형태로 수요자와 만남은 비즈니스 창업의 연속이다. 본 학과목은 문화예술산업에서 신사업의 기획, 분석, 실행에 필요한 창업가 정신, 창업 경제성 분석, 사업계획서 개발과 실행, IT 시스템을 활용한 창업 방법론 등을 강의한다. 본 학과목은 이론 강의, 발표, 실습 등으로 구성된다.

현대미술과 전시경영

(Modern Arts & Exhibition Management) 3학점

전시를 위한 초기 기획단계에서부터 제작과정에 따른 기본 계획안 작성 및 홍보전략, 재정총당 등 기획업무에 관한 전반적인 것을 연구함

|전시전공 박사과정 필수과목|

전시산업 마케팅 세미나

(Marketing Seminar for Exhibition Industry)

전시기업의 경영학적 접근에 의한 마케팅의 기본내용을 바탕으로 예술단체 및 기관에서의 마케팅 활동 분석 및 관객 조사, 시장세분화, 마케팅믹스 등을 실 사례 중심으로 연구

전시기획 경영전략

(Strategic Management for Exhibition Planning) 3학점

성공적 전시기획을 위해 고려해야 되는 환경적 변수를 도출하고, 최적의 의사결정을 도출하는 과정을 이해함

갤러리와 조직성과

(Gallery & Organizational Performance Management) 3학점

박물관, 미술관 등 전시영역의 기업을 구성하고 있는 큐레이터, 학예사, 스태프 등에 대한 체계적 관리 역량 향상을 위해 선발(채용)-배치-교육-성과평가-경력관리 등 일련의 활동을 중심으로 실 사례를 기반으로 이해함

전시기획 세미나(Seminar for Exhibition) 3학점

전시분야는 신지식 산업이고 서비스 산업이다. 전시회의 기획, 마케팅, 운영, 사후관리 등 전체적인 과정에 필요한 이론적, 실무적 접근방법에 의한 응용연구를 통하여 전시기획의 과학화를 도모하고, 이와 함께 전시회 관련 제반 마케팅 전략을 연구하고, 현장실습을 병행하여 실시한다.

|전시전공 석박공통 선택과목|

문화 예술 작품 가치 평가

(Value Evaluation of Art Work) 3학점

조각품, 그림, 고문서 등 다양한 문화 예술 작품에 대한 가치를 평가하고, 향상시킬 수 있는 다양한 도구와 방법 등에 대한 연구

박물관·미술관학(Museology) 3학점

박물관과 박물관자료, 박물관을 움직이는 사람, 박물관을 이용하는 사람, 박물관의 사회적 기능과 역할 등에 관한 학예, 기술적 지식과 경험, 관련분야의 제이론과 방법론에 대한 연구와 토의를 통해 신박물관운동에 대한 동향과 박물관 전문 인력이 갖추어야 할 박물관학의 이론과 실무를 습득

전시 법규 및 윤리 (Law and Ethics for Exhibition) 3학점

전시, 콘텐츠(문화산업) 관련법, 저작권법 등 문화예술

현장과 밀접한 관련이 있는 문화예술관련 각종 법령 및 제도를 분석하고, 국내외 전시진행 과정에서 직면하게 되는 주요한 저작권 분쟁사례들을 살펴보고 해결방법을 검토한다.

문화공간 프로젝트 기획 (Art Space Project Planning) 3학점

문화공간의 계획 전반에 대한 사항과 특히 박물관 설립 및 전시기획의 계획 단계별 실제 응용사례를 중심으로 연구

예술전시 산업정책 (Policy Analysis for Exhibition) 3학점

전시산업에 관한 국내외 정부 및 지방자치단체의 주요 정책과 제도, 법규를 중점적으로 연구함으로써 동 산업의 지원정책 내용과 향후 정책방향을 제시한다. 정부의 조직과 직제, 정부의 문화재정, 정부산하 문화예술기관의 운영, 정부의 문화정책 사례 등 주요 전시산업정책과 관련된 내용을 다룬다.

마. 콘텐츠경영전공(Contents Directing)

|콘텐츠전공 석사과정 필수과목|

게임콘텐츠 기획

(Game Contents Directing Methodology) 3학점

게임콘텐츠 비즈니스를 추진하기 위해 콘텐츠 아이템 선정, 포트폴리오 구성, 타당성 조사, 추진조직 구성, 추진전략 도출 및 실행 등을 위한 방법론 연구

문화콘텐츠와 행동 (Cultural contents and behavior) 3학점

인간행동 및 심리적 측면에서 문화와 콘텐츠를 이해하여 이를 효율적으로 활용하고 가치 창출 및 증가시키는 방향을 학습한다.

영상콘텐츠 기획

(Production Planing for Animation Contents) 3학점

애니메이션 및 영상콘텐츠와 관련된 프로젝트 펀딩전략을 세워보고 실제 제작에 요구되는 효율적인 스태프관리, 스케줄링을 연구하며, 우리나라 시장에서 이익실현이 가능한 영상 콘텐츠를 기획해 본다.

콘텐츠기획과 자원마련

(Fundraising in Contents Business) 3학점

콘텐츠 비즈니스를 위해 필요한 자원을 마련하기 위한 민간 및 공공 재정의 활용 방안 모색

문화콘텐츠 정보서비스

(Cultural contents&Informatiun) 3학점

문화예술경영에서 디지털콘텐츠를 포함하는 다양한 문화예술 콘텐츠 및 관련정보의 생산, 유통, 소비 및 지원을 위한 서비스 개발, 적용, 평가, 마케팅 등의 다양한 콘텐츠 서비스 경영기법을 학습한다.

|콘텐츠전공 박사과정 필수과목|

콘텐츠 마케팅 세미나

(Marketing Seminar for Contents Management) 3학점

콘텐츠기업의 경영학적 접근에 의한 마케팅의 기본내용을 바탕으로 예술단체 및 기관에서 마케팅 활동 분석 및 관객 조사, 시장세분화, 마케팅믹스 등을 실 사례 중심으로 연구

디지털콘텐츠와 기술경영

(Digital Contents & Management of Tehcnology) 3학점

콘텐츠산업에서 사용되고 있는 디지털 매체와 정보통신기술의 적용 사례를 통해 콘텐츠산업의 발전모습과 미래를 예측

디지털콘텐츠 산업정책

(Policy for digital Contents Industry) 3학점

디지털 콘텐츠를 개발하기 위해 필요한 산업정책을 국내의 것만 국한시키지 않고 해외의 것을 포함하여 다양하게 살펴보고 구하여 문화콘텐츠 산업이 발전할 수 있는 방안 도출

문화콘텐츠와 저작권법

(Cultural Contents and Copyrights)3학점

문화예술활동의 결과물에 해당하는 저작권에 대한 체계적 이해와 관련지식의 습득으로 관련학문의 통합성 재고

|콘텐츠전공 석박공통 선택과목|

콘텐츠기획 사례분석

(Case Study of Contents Directing) 3학점

국내외의 우수한 콘텐츠기획 사례에 대한 비교 분석 연구

문화콘텐츠 경영전략

(Strategic Management for Cultural Contents) 3학점

문화콘텐츠 기획과 서비스 전달을 위해 고려해야 되는 환경적 변수를 도출하고, 최적의 의사결정을 도출하는 과정을 이해함

국제콘텐츠 비즈니스

(Contents Business Trend in Abroad) 3학점

미국, 일본 등 콘텐츠 비즈니스 선진국의 주요 비즈니스모델, 산업 트렌드 등에 대한 이해를 통해 신규 비즈니스 기회를 도출하고, 사업화 추진할 수 있는 역량 확보