

한국경영학회 60주년을 맞아 살펴본 경영학과 경영교육의 전개와 과제*

이영면(주저자)

동국대학교 서울 경영대학 교수
(youngman@donguk.edu)

이순룡(공저자)

동국대학교 서울 경영대학 명예교수
(pro21st@naver.com)

이 글은 한국경영학회 창립 40주년을 맞은 1997년에 기념논문으로 발표된 이후, 다시 20여 년의 변화를 정리하는 글이다. 한국 경영학은 1945년 광복 전에는 독일과 일본의 경영경제학의 영향 하에 있다가, 광복이후 미군정에 의한 실무와 제도에서 미국의 영향을 많이 받게 되었다. 그러다가 1950년대 중반 미국의 경영학교육 원조에 따라 각 대학에 경영학과가 설치되고, 경영자교육 및 교환교수제도가 활발히 이루어졌다. 1970년대 들어서 미국에서 경영학박사 학위를 취득하고 국내 대학에 교수로 임용된 수가 급격히 증가하였으며, 이후 미국식 경영학교육이 활발하게 확산되었다. 이후 2016년에는 전국 4년제 대학에 592개의 경영관련 학과가 개설되어 있고, 그 외에도 경영대학원과 경영전문대학원에서 경영교육이 이루어지고 있다.

그러나 이러한 양적인 경영학교육 확대에도 불구하고 아직도 한국경영학에 대한 연구는 초기 단계라고 할 수 있으며, 국내의 경영학자 양성은 이제 겨우 초보 단계를 벗어났다고 할 수 있다. 또한 국내학자들이 세계수준의 학술지에 다수 논문을 게재하지만 아직은 국내 대기업집단이나 K-Management를 기반으로 한 연구는 많지 않고, 해외학술지 게재가 교수 채용과 승진의 필수요건으로 작용하다보니 부작용 또한 발생하고 있다. 이제 우리 한국형 경영에 대한 실체 파악과 이를 다른 국가에 확산하려는 노력, 그리고 학부교육과 석사교육에서 이론만이 아닌 실무전문성을 강화하는 경영교육이 활발하게 이루어져야 할 것이다.

주제어: 한국경영학회, 60주년, 경영학, 경영교육, 경영학석사

1. 경영학 도입기의 재조명

필자가 경영학회 창립 40주년을 기념하여 1998년 『경영학연구』에 게재한 ‘한국의 경영학 재조명’이란 논문을 게재한 지 어느덧 20년의 시간이 흘러서 한국경영학회가 창립 60주년을 맞게 되었다. 경영학회 창립 30주년을 맞아서 발간된 『한국경영학 30년』이란 책에서 송기철은 우리나라 경영학연구의 과제로

한국경영의 특질 혹은 한국경영론의 연구가 부족하다고 서술하고 있다(송기철, 1988, p.69). 같은 책에서 집필에 참여한 당시의 저명한 경영학회 회원들도 현황에 대한 설명은 하고 있지만, 한국적 경영의 특질에 대해서는 구체적으로 언급한 내용을 찾기가 어렵다. 다시 30여년이 지난 지금도 한국 경영학에 대해 명확히 정의하고 특징을 찾아내는 것은 여전히 어려운 과제다. 그러나 20년전 필자들의 발표이후 한국 경영학은 또 다른 발전을 이루어 낸 것도 사실

최초투고일: 2016. 8. 3 게재확정일: 2016. 9. 29

* 한국경영학회 60주년 기념논문으로 정규 심사 프로세스를 통하여 게재여부가 결정됨.

본 논문은 한국경영학회 60주년 회고 사업 지원과 동국대학교 연구비 일부 지원에 의해 수행되었습니다. 본 논문의 초고작성에 도움을 준 동국대학교 서울 이상철 교수, 이준서 교수, 전승우 교수와 꼼꼼하게 읽고 지적해 주신 익명의 심사위원에게 감사드립니다.

이다. 본 연구에서는 한국경영학회 창립 40주년을 기념해 발표한 논문을 간략히 정리하고, 그 이후 20여 년간 변화된 한국 경영학의 모습을 서술한 한 이후, 미래의 방향과 과제에 대해 간략히 제안을 하고자 한다.

1.1 경영학 도입기의 재조명

필자가 1997년에 한국경영학회창립 40주년 기념 심포지움에서 발표한 논문 ‘경영학 도입기의 재조명’을 간단히 정리해 보면 당시 기준으로 우리나라에 경영학이 공식적으로 도입된 지 40년이 지났지만, 여전히 한국 경영학이 정립되지 못하고 있다고 강조하였다(이순룡 · 이영면, 1998, p.209). 그 내용을 요약하면 다음과 같다.

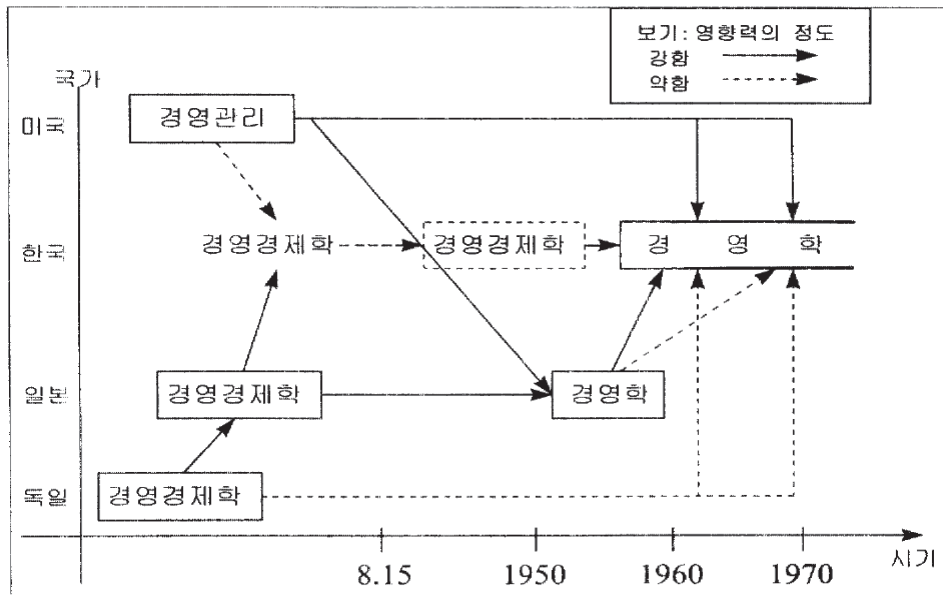
해방이후 한국의 경영학은 기존 일본의 교육, 문헌, 유학과 독일의 문헌을 중심으로 한 경영경제학의 영향력으로부터 점차 다양한 분야를 포함한 미국 경영학의 영향을 받게 되었다(이순룡 · 이영면, 1998). 구체적으로 6.25 전쟁으로 인한 한국군과 미군과의 교류과정에서 미국경영학의 기획제도와 경영관리론이 한국에 이전되었다. 1955년 이후에 국내 각 대학에 경영학과가 설치되기 시작하였고, 교과과정도 미국경영학의 영향을 많이 받았다. 1950년대 중반에는 충주비료공장을 비롯한 기간산업의 건설에서 미국식 경영방식이 도입되기 시작하였다. 1958년부터 시작된 워싱턴 프로젝트(Washington Project)를 포함하여 미국내 연구와 유학이 급격하게 증가하였으며, 이 시기를 전후로 한국생산성본부, 한국경영학회, 각 대학의 경영연구소들이 설립되었다.¹⁾

1950년대 도입기의 경영학교육을 보면 미국경영학이 확산되어 가는 과정이라고 볼 수 있는데, 송기철에 따르면 미군정의 행정과 기업관리, 미국의 군사고문단, 미국에서 장단기교육을 받고 입국한 국내 학자, 미국경영학자 및 경영실무자들의 방한, 기업인의 미국시찰 등을 확산경로로 지적하고 있다(송기철, 1967, p.74). 대학에서도 1955년부터 주요대학들에 경영학과가 설치되기 시작해서 1973년에는 전국의 47개 대학에 경영학과가 설치되었다(이순룡 · 이영면, 1998, p.713). 1962년에 개최된 경영학교과과정연구회의 연구결과를 보면 경영학의 세부 전공으로 인사, 재무, 생산, 배급, 회계, 경영일반, 및 보조과학으로 구분하고 있어서 경영정보 분야를 제외한다면 요즘의 세부 전공과 크게 다르지 않음을 알 수 있다(이기율, 1965, p.48-49).

경영학관련 서적으로는 1954년 9월에 장왕사에서 발간한 정수영의 『경영경제학』을 시작으로, 1958년 소진덕의 『경영경제학』, 1959년 장홍식 · 이근희의 『경영관리론』 등이 초기 경영학관련 서적이라고 할 수 있다. 1965년 전후에는 각 기능별로 서적이 출판되었고 사전류와 총서류의 서적도 활발히 출판되었다(김용배, 1965).

1955년에는 충주비료공장을 포함하여 미국의 경제 원조를 바탕으로 진행된 기간산업의 건설과 미군 관련 공사에서 품질관리 활동이 이루어졌고, PERT/CPM도 일부 기업에서 활용되었다(나창수, 1972; 이순룡, 1995). 산학협동차원에서는 1960년부터 야간대학원에서 경영학교육이 시작되었고, 한국생산성본부와 같은 단체에서도 경영진단이나 프로젝트가 활발히 진행되기 시작하였다.

1) 한국연구재단에 등록된 대분류 사회과학 중분류 경영학에 관련된 기관을 보면 110여개 중에 설립일이 확인된 기관 중에는 한국경영학회가 1956년 5월 10일로 가장 빠르다. 그 이후 한국방경영분석학회가 1973년 1월 17일, 한국회계학회가 1973년 10월 22일 등이며, 한국중소기업학회, 한국인사관리학회, 한국증권학회가 1978년에 설립되었다.



출처: 이순룡·이영면(1998), "한국경영학 도입기의 재조명," 경영학연구, 27(3): 709-727의 <그림 1> '한국 경영학의 성립에 대한 각국의 영향'을 그대로 옮겨서 제시함

<그림 1> 한국경영학의 성립에 대한 각국의 영향

필자가 작성한 논문의 후반에서는 경영학회 창립 40주년을 기념하면서 우리나라에 경영학이 도입된 역사를 간단히 살펴보고, 마지막 결론을 대신하여 '한국형 경영'은 없는가라는 질문을 던졌다. 물론 한국기업의 특질을 설명하려는 노력은 1960년대부터 시작되어 왔다(송기철, 1967). 그러나 양적인 면에서나 질적인 면에서 부족한 상황으로 판단하였다. 그리고 외국의 경영이론이 과연 우리에게 맞는가라는 질문에 대한 검증적 차원의 연구, 실증분석 중심에서 벗어난 연구방법, 한국 경영학에 대한 교육 확대 등을 제시한 바 있다(이순룡·이영면, 1998).

이후 지난 20년 동안 한국에서의 경영학은 많은 발전을 거듭하였다. 매년 여름 한국경영학회가 주관하는 통합경영 학술대회에는 30여개 이상의 경영학 관련 학회들이 참여하고 있으며, 한국연구재단에 등

록된 경영관련 학회는 그 수가 100개를 넘는다. 본 연구에서는 국내에서 경영학과 경영교육을 중심으로 지난 20여 년 동안의 주요 변화를 살펴보고 맺음말을 적어보고자 한다.

II. 경영학 교육의 확산

2.1 경영학과와의 확산

지난 20여 년을 살펴볼 때 가장 크게 변화한 것은 경영학과와의 확산이다. 과거 1950년대 후반과 1960년대 초반, 경영학은 대부분 상학과에서 분리되거나 명칭변경을 통해서 만들어졌다. 그러다가 1980년대

에는 대부분 대학교에 경영학은 기본적인 학과로 설치되었다. 아마도 큰 비용이나 시설투자 없이 교육이 가능하다고 생각했기 때문일 것이다. 졸업정원제를 겪으면서 기존 정원의 세 배를 넘어서는 정도로 정원도 급격하게 증가하였다.

대학알리미에서 공식적으로 구분하는 기준에 따르면 경영학은 소분류 기준이며, 대분류 기준인 인문사회 계열에서 중분류 경영·경제 계열의 하나로 구분된다. 여기에는 경영학과 구분하여 경영정보학, 금융·회계·세무학, 무역·유통학, 광고홍보학, 관광학, 부동산 등이 별도로 되어 있으며 경제학도 포함되어 있다. 대학알리미의 구분에 따른 경영학의 학과명은 부록에 있는 <부표 1>에서 보는 바와 같다. 여기 학과명에는 4년제 대학, 전문대학, 대학원, 및 대학원대학교에서의 경영학을 모두 포함하고 있다.

대학알리미를 이용하여 4년제 대학에 설치된 경영 관련 학과를 살펴보면, 2016년 4월을 기준으로 전국의 191개 4년제 대학에 설치된 경영학과가 592개 학과로 검색된다.²⁾ 물론 여기에는 단순한 경영학 전공만이 아니라 다양한 명칭의 경영전공이 포함되어 있다. <표 1>에는 국내 4년제 대학에 설치된 경영 관련 학과를 중분류 기준에 따라 구분해본 결과다. 따라서 이 표는 학과명에 경영이란 단어 포함된 경우를 기준으로 구분한 결과다. 추가적으로 대학알리미에 따르면 대학원에는 285개 경영 관련 학과가 개설되어 있으며, 전문대학에는 315개 학과가 개설되어 있다.

이후에는 경영학 내에 일부 분야가, 예를 들면 회

계학, 경영정보학 등이 별도의 학과로 설치되기 시작하였고, 업종별로 특화된 호텔경영학이나 관광경영학 등도 다수의 대학에 설치되었다. 최근에는 경영대학 내에 금융공학이나 계리학(actuary science) 등의 특수한 분야를 집중적으로 공부하는 학과들도 설치되고 있다. 거기에 경영학과 다른 학문이 서로 융합되었다고 볼 수 있는 부동산학 등도 증가되는 추이를 보인다.

한 동안 경영학과는 소위 문사철에 비해 졸업 후 취업이 잘 되는 학과로 통했고, 실제로 취업률이 상대적으로 높았다. 그러나 최근에는 경영학과를 포함한 전반적인 문과분야의 학과 취업률이 이공계에 비해 많이 낮아지는 추이를 보여서 문제점으로 지적되고 있다. 그 결과 일부 경영학과는 명칭을 산업이나 특정대상을 기준으로 구체화하는 경우가 많아지고 있다. 또한 경영학과 정원이 축소되었다는 소식은 쉽게 듣는 소식이 되었다.³⁾

2.2 경영전문대학원

두 번째 이슈로는 경영전문대학원의 등장이다. 교육부는 지난 2008년부터 심도 있는 전문교육을 표방하면서 법학, 의학, 그리고 경영학 등에 대해서 전문대학원 체제를 도입하고 기존의 특수대학원에 비해 두 배 가까운 학점이수를 요구하는 전문대학원 체제를 출범시켰다. 하지만 10년이 가까워지는 2016년 시점에서 보면, 법학전문대학원을 제외하더라도, 의학전문대학원은 전국의 40여 개 대학의 의학교육

2) 대학알리미(<http://academyinfo.go.kr>)는 교육관리기관의 정보공개에 관한 특례법, 고등교육법, 교육공무원법에 따라 교육부 산하의 한국대학교육협의회(총괄관리기관)내 대학정보공시센터에서 운영하는 사이트다. 각 대학들이 작성하여 제출하는 공시자료를 정리한 사이트이며, 2016년 기준으로 대학은 국립 29개, 공립 1개, 사립 161개 등 총 191개 대학이 있으며, 산업대학 2개, 교육대학 10개, 전문대학 137개, 방송통신대학 1개, 사이버대학 19개, 기술대학 1개, 각종학교 2개, 그리고 44개 대학원대학교도 고등교육법에 따라 공시대상 학교에 포함된다. 한국폴리텍대학이나 한국과학기술원 등 그 외 다른 법률에 의한 17개 대학도 공시대상이다.

3) 대학 이공계 열풍에... 경영-외국어학과 축소 '날벼락' (동아일보, 2016.6.2)

〈표 1〉 국내 4년제 대학교의 경영학 관련 학과명: 2016년 4월 기준

중분류	학과(전공, 학부)명
일반 경영	경영, 기업경영
회계·세무·재무·금융·부동산	경영회계, 세무경영, 세무경영, 파이낸스경영, 파이낸스보험경영학, 금융보험수리, 금융경영공학, 보험경영, 재무금융경영, 금융세무경영, 부동산·세무경영
경영정보·경영과학	경영정보, e-비즈니스, e-비즈니스경영정보, 국방경영과학, 국제경영정보학, 유통경영정보
산업경영공학	산업경영, 시스템경영공학, 산업시스템경영, 산업경영공학, 경영공학, 산업경영공학, 산업경영공학
관광·호텔·레저·(외식·조리)	관광경영, 호텔경영, 호텔관광외식경영, 관광호텔외식경영, Hospitality경영, 관광레저항공경영, 관광레저경영, 호텔관광경영, 항공관광호텔경영, 호텔조리외식경영, 호텔관광경영, 국제관광경영, 외식산업경영, 호텔·컨벤션경영, 호텔외식경영, 여가서비스경영, 관광서비스경영, 호텔관광외식경영, 호텔관광경영, 호텔외식관광프랜차이즈경영, 호텔마이스경영, 호텔경영컨벤션, 호텔조리식당경영, 컨벤션호텔경영, 레저관광경영, 관광호텔경영, 호텔조리외식경영, 호텔카지노관광경영
외식·조리	외식사업경영, 외식서비스경영, 외식조리경영, 외식유통경영, 외식경영, 조리산업경영, 외식창업경영, 외식프랜차이즈경영,
기술·IT벤처·미디어콘텐츠	기술경영, 테크노경영, IT경영, 산업기술경영, 마이스터경영, IT경영, 데이터경영, 기술경영공학, 글로벌테크노경영, 융합·기술경영, 벤처경영, 미디어콘텐츠경영
국제·물류·항공	글로벌경영, 국제경영, 아세안지역경영, 경영통상, 국제통상·경영물류유통경영, 항공경영, 글로벌통상경영, 항공서비스경영, 철도경영물류,
문화·예술	문화예술경영, 문화관광경영, 서양화미술경영, 실버문화경영, 뷰티예술경영, 음악예술경영, 문화·디자인경영, 한국문화·경영전공, 뷰티디자인경영, 미용예술경영
의료	병원경영, 헬스케어경영, 의료경영, 국제의료경영, 보건행정경영, 보건의료경영, 글로벌의료서비스경영, 보건의료경영
스포츠	스포츠경영, 스포츠경영연계, 스포츠지도경영, 스포츠복지경영
특정 산업 중심	산림경영, 안보경영, 공공서비스경영, EMU경영, 경영부동산학, 유통경영, 해운경영, 철도경영, 부동산금융·자산경영, 철도운수경영, 가족자원경영, 창업경영컨설팅, 해운항만경영, 얼굴경영, 공연기획경영, 차문화경영, 웨딩파티산업경영, 문화산업경영
복지	경영복지, 복지경영, 복지시설경영
융합·복합	마케팅지속경영리더십, 융합경영, 휴먼서비스경영, 글로벌환경경영, 디지털융합경영, 융합기술경영, 기술경영융합, 디지털경영전공
기타	빅데이터경영통계, 경영컨설팅, 중소기업경영, 혁신경영, 기초경영, 강소기업경영, 창의경영, 인사조직·전략경영, 환경안전경영
학부단위	경영경제학부, 경영회계학부, 경영정보회계, 인문사회경영계열, 영어·글로벌경영, 기계·산업경영공학부, 기계산업경영공학부

주: 위의 분류는 필자가 편의상 정리한 것이며, 대학알리미에서 제시된 대로 특정한 순서가 없이 무작위로 위치하였고, 학과명에 '경영'이란 단어가 포함된 경우를 기준으로 구분하였기 때문에, 대학알리미의 학문분류기준과는 차이가 있음

은 5개 대학만을 제외하고 다시 의과대학으로 전환하였다. 경영전문대학원의 경우 기존의 약 100여개 특수대학원이었던 경영대학원 중에서 13개만이 경영전문대학원으로 체제를 전환하였고, 2010년 이후에 전문대학원으로 전환한 경영대학원은 없다. 교육부에서도 경영전문대학원으로 전환을 통해 전문화되고 심도 있는 경영학교육을 시행하겠다고 발표했지만, 경영전문대학원 중에서 4-5개 대학만을 집중적으로 지원할 뿐, 나머지 경영전문대학원에 대한 재정적인 지원은 없다. 그런 상황에서 경영학교육시장에서는 경영전문대학원과 경영대학원이 병존하는 상황이 지속되고 있고, 소비자인 경영학석사 지원자들도 혼란스럽기는 마찬가지다.

그렇다면 이러한 상황을 어떻게 개선할 것인가? 가장 근본적인 문제는 경영전문대학원에서 심도 있는 전문교육을 받은 MBA 졸업생들의 연봉이 그만큼 상승하지 않는다는 점이다. MBA 교육이 가장 활성화되어 있는 미국의 경우, 언론사에서 몇 년 만에 MBA 학비를 회수할 수 있는 가를 기준으로 MBA의 서열을 매기기도 한다. 하지만 우리나라는 아직 그와 같은 통계를 찾아보기 쉽지 않고, 제시되는 통계에 대해서도 신뢰하기 어렵다. 각 경영전문대학원의 홍보물에는 졸업생의 성공적인 스토리가 제시되지만, 들리는 이야기로는 MBA 학위가 연봉상승 등에 큰 효과는 없다고 한다. 그러다보니 대부분의 경영전문대학원이 필수적으로 요구되는 주간과정 즉 full-time 학생으로 운영되는 과정은 최소한으로 운영하면서, 야간과정이나 주말과정, 즉 직장이 있는 part-time 학생들을 중심으로 운영하는 경향을 보인다.

경영전문대학원은 동북아 금융허브의 달성을 위한 경영환경 기반 조성을 위해 국제 수준의 경영 등 관련 전문대학원 양성 필요성이 제기된 이후 기존의 일

반 및 특수대학원과의 차별적인 운영으로 한국형 MBA(경영전문대학원)의 정체성을 정립하고자 2006년에 8개교, 2007년에 5개교, 2010년에 1개교 등이 개설되었으며, 2011년부터 2013년까지는 6개 대학이 신청하였으나 심사결과 모두 탈락하였다(교육부, 2015a). 이후 2015년까지 13개 대학이 운영되고 있는데 2015년의 경우 2,023명 모집에 3,326명이 지원하여 평균 경쟁률은 1.64:1을 기록하였고 55개국에서 외국인 신입생 134명을 유치하였다고 발표하였다(교육부, 2015b). 취업률을 보면 2015학년도 13개 대학 주간과정 졸업생 569명 중에 취업자는 440명으로 77%의 취업률을 보였다. 그러나 대학별 개별과정을 보면 절반정도인 다수 과정에서 지원자가 모집정원에 미달하는 결과를 보이고 있다. 특히 주간은 일부 대학교를 제외하고는 미달하는 경우가 과반수를 차지하고 있어서, 경영전문대학원의 교육프로그램에 대한 근본적인 개선이 요구되고 있다고 하겠다.

결국 기존의 경영대학원과 큰 차이를 보이지 않고 있다는 점이다. 이는 근본적으로 경영대학원이든 경영전문대학원이든 현장에서 바로 활용할 수 있는 지식과 경험을 제대로 교육하지 못하고 있다는 점이다. 개인적인 판단을 전제로 이에는 몇 가지 이유가 있을 수 있다. 첫째는 교수진의 한계라고 하겠다. 우리나라 경영전문대학원은 성균관대학교의 SKKU 등을 제외하고는 대부분 교수들이 경영전문대학원과 학부에 공동으로 소속되어 있다. 전형적인 경우는 한국에서 대학을 졸업하고, 별다른 직장경험 없이 한국을 포함해 해외대학에서 박사학위를 취득한 후, 시간강사나 다른 대학에서 교수생활을 하다가 현재 대학의 교수가 된 경우이다. 대부분은 경영학에 대한 실무적인 경험도 많지 않고, 주로 연구실에서 기업과 경영을 접한 경우이다. 하지만 국내외 각종 대학

평가에서는 전임교원의 여부를 평가기준으로 하기 때문에, 기업에서 현장경험이 풍부한 경영진을 강사로 활용하는데도 어려움이 따른다. 대기업의 경영진으로 많은 경험을 가진 외부교수들을 전임으로 채용하는 것은 제도상 많은 어려움이 따른다. 결국 앞에서 언급한 SSCI 논문을 다수 게재한 학자들이 강의 책임을 지는 경우가 많으니, 기업 실무 현장에 직접적으로 도움을 주는 지식과 경험을 전달하는 데는 한계가 있을 가능성이 높다.

두 번째로는 학생의 한계이다. 소수의 전일제(full-time) 학생들을 제외하면, 대다수 야간이나 주말과정의 학생들은 직장과 병행하는 학위과정에 대해 시간적으로나 체력적으로 많은 어려움을 느낀다. 재직하는 회사에서 공식적으로 학위공부를 인정해주고, 장학금이라도 지급하는 경우는 정말 많은 혜택을 받는 경우라고 할 수 있다. 다수의 경우는 비공식적으로 눈치를 보며 학교에 다니기 때문에 제대로 출석하는 것도 어렵고, 과제를 작성해서 제출하고 토론하는 수업에 적극 참여하기는 더욱 어렵다. 그렇다보니 기존의 네트워크 중시 특수대학원 교육 방식이 유지되는 경우가 많다. 교수로부터 경험과 지식을 배우기보다는, 동료와 선배로부터 배우는 학교 교육이 된다. 이러한 상황이 개선되어야 할 필요가 있다.

III. 지난 20년 동안 한국 경영학의 학문적 고민

3.1 한국경영학에 대한 고민

지난 20여년 동안의 가장 큰 변화는 한국 경영학

에 대한 고민들이 구체적인 성과물로 나오기 시작했다는 점이다. 물론 1970년대에도 한국경영학회의 학술지인 경영학연구에 게재된 논문에서도 한국 경영학에 대한 논의가 있었다. 예를 들면 백종현(1972)은 경영학전공 교과목 편성의 개편을 주장했고, 황일청(1977)은 한국적 마케팅을 강조하였다. 이후에도 예를 들어 보면 조동성·이지환(1993)은 우리나라 특징이라고 할 수 있는 재벌의 기업승계유형과 다각화전략에 대해서, 송광선(1996)은 중소기업을 중심으로 국내 혁신기업의 유형별 특성에 대해서, 임준철(1997)은 제조기업들의 상황적합적 기업전략의 유형을 분류해서, 백기복·신제구·차동옥(1998)은 국내에서의 리더십 연구를 비판적으로 정리해서, 그리고 이덕로·서도원(1998)은 한국기업의 경영특성에 대해 종단적 연구결과를 발표한 바 있다.

그러나 이러한 연구에도 불구하고 김인수(2000)는 한국의 경영학연구가 이대로는 안된다는 비판적 입장의 논문을 발표하였다. 그는 2000년을 기준으로 지난 30여 년간 4천 편이 넘는 논문이 학회지에 게재되었지만, 우리 기업환경에 적절한 이론을 개발하는데 별 도움을 주지 못하고 있다고 강조하였다. 주장의 핵심적인 내용을 보면 첫째, 선진국 이론의 연역적 가설 검증에 치중된 분석적 연구 중심이고, 둘째, 많은 수의 실증분석 연구논문에 대한 비평적 고찰논문이 없다는 점이다. 이러한 경향은 지금도 존재하고 있다고 할 수 있다.

그러나 최근 들어 한국의 경영에 대한 고민이 많아지고 구체적인 연구결과가 제시되고 있는 점은 다행스럽다고 하겠다. 일례로 우선 Harvard Business Review(2016) 사이트를 검색한 결과 Korea에 대한 사례는 2015년 4월까지 97개가 검색되었다. 물론 모든 사례가 한국 중심의 사례는 아니고 북한 사례도 있기는 하다. 우리나라에 대한 최초의 사례는

1984년 대우그룹의 리더십사례였으며, 이후 1994년에 두 번째 사례가 제시되나 이후에는 매년 여러 개의 사례가 추가되고 있으며, 조직전략분야에서도 우리나라 사례가 개발되어 게재되었다.

우리나라 경영의 특성에 대한 논문들이 저명국제 학술지에 게재되기 시작하였다. 예시적으로 보면 2000년에 국제학술지인 *Academy of Management Journal*에 대기업집단(그룹)의 그룹 내의 기업간 무형자원과 정보자원의 공유에 대한 긍정적 효과를 제시하고 있다(Chang and Hong, 2000). Bae and Lawler(2000)는 우리나라의 조직과 인적자원 관리전략을 설명하고 있다. *Strategic Management Journal*에 한국기업 근로자들의 특성과 전략(Lee and Miller, 1999)에 대해, 대기업집단의 경제적 영향력(Chang and Hong, 2002)에 대해 설명하고 있다.

이후에도 우리나라 특성에 대한 연구는 지속적으로 발표되고 있다. 국내에서 발표된 인사조직분야 연구를 중심으로 보면, 유규창·김동원(2003)은 우리기업들의 인적자원관리 시스템에 대한 유형을 구분하고 그 유형의 결정요인에 대해 분석하였으며, 장덕신·이상천·김승범(2003)은 우리나라 전자기업들의 핵심역량을 분석하였다. 강태구·한영일(2007)은 국내 제조업의 국제화과정의 결정요인에 대한 실증분석을 하였고, 홍성훈(2006)은 국내 상장 제조기업들이 해외자회사를 어떻게 소유하는지에 대한 구조를 분석하였다.

또한 인사조직분야에서는 수년에 걸쳐 K-Management(한국적 경영)라는 주제하여 한국 경영학의 인사조직분야에 대한 고민을 구체적으로 풀어나가고 있다. 2015년 봄에는 그 동안의 성과물이 책자로 발간된 바 있다. 10여 명의 인사조직분야 최고 권위자들로 구성된 집필진은 한국 기업들의 과거와 현재 그리고

미래에 대한 내용을 잘 정리하여 제시하고 있다.

최근에는 한국기업의 경영성공을 설명하기 위해서 Kim·Lee·Almacen·Enriquez·Lynn(2016)은 기존의 스피드경영, 신바람 경영, 파괴적 혁신, 창조경영과 같은 조직구성원의 행동결과 관점에서 벗어나 '꿈'과 '홍'을 중심으로 K-경영모델을 설계하고, 구체적으로는 '위기 속에서 꿈을 가지고 미래를 향해 지속적으로 도전해 가는 한국적 기업가 정신(K-Entrepreneurship)'을 강조하고 있다. 대표적인 사례로는 현대자동차를 들면서 1998년 외환위기 상황에서 미국에서 10-10선언으로 조직역량을 결집한 결과 2004년 도요타 품질을 극복하고 GT5(Global Top 5)의 목표를 향해 도전하는 과정을 들고 있다. 그러면서 이러한 접근 방식을 William Ouchi의 Z이론이나 카이젠 중심의 도요타 방식과 같은 일본식 경영과도 비교하고 있다.

재무분야에서는 국내 자료를 활용한 논문도 세계적 저명학술지에 게재되기도 한다. 재벌위주의 국내 기업지배구조가 워낙 특이한 형태라, 학문적 공헌점을 인정받고 있기 때문에 풀이된다. 기업지배구조와 관련된 연구는 많은 학자들에 의해 진행되고 있으며 특히 강준구와 배기홍이 다수의 논문을 발표했다. 이들은 기업지배구조와 기업가치간의 관계에 대해 주주의 인센티브(2012), 이해관계자(2011), 외국투자자(2010), 재벌의 사모모집시 터널링효과(2006), 금융위기(2004), 재벌의 인수합병(2002) 관점에서 분석을 실시하였다. 또한 KOSPI 200 지수 옵션이나 선물거래량이 세계적 수준을 기록함에 따라 이와 관련된 연구도 활발히 전개되고 있다. 이에 따라 1990년부터 2015년까지 재무분야의 최상위 3개 저널(*Journal of Finance*, *Journal of Financial Economics*, *Review of Financial Studies*)에 국내 대학 소속으로 게재한 논문은 총

에도 김민성 · 정형록 · 김미옥 · 박진하(2015)와 손성진(2014)은 관리회계 분야 사례 및 연구논문을 정리한 바 있다. 마케팅분야에서는 유창조 · 여준상(2010)이 마케팅연구와 소비자학연구에 게재된 논문의 연구대상 및 연구 방법론을 분석하여 향후 연구 방향에 대한 시사점을 제공하였다. 그 외에 현인규 · 박정섭 · 박소진(2009)은 유통정보학회지의 186편의 논문을, 김애랑 · 조우정(2013)은 스포츠경영학의 한국과 미국 학술지를 비교분석하여 연구의 질적 제고방안을 제시한 바 있다.

현정석 외(2016)의 결론을 보면 여러 가지 제안을 하고 있지만, 특히 사회적 이슈를 선도해 나가는 연구주체의 선정의 필요성을 강조하고 있다. 과거 동반성장, 초과이익공유제, 통일시대의 기업경영 등 논란이 되는 이슈가 많았으나 그런 사회적 이슈에 대한 연구가 최근 줄어들고 있다는 점을 지적하고 있다.

3.2 경영학분야의 일반대학원 교육과 경영학자 양성

국내에 경영학이 도입된 초기인 1950년대와 1960년대에는 필자가 20년전 발표한 논문에서 설명한 대로, 기존의 일본-독일의 경영경제학 전통 하에 미국식 경영학의 도입이 확대되는 추이를 보였다. 송기철(1988, p.53)이 서술한 1946년 고려대학교 경성대학 상학과 교수진을 보면 전임강사 이상 9명 중 경성제대 1명을 제외하고 8명 모두가 일본 대학 출신이었다(소진덕 외, 1983, p.53). 하지만 1960년대 중반이후 국제부흥개발은행(International Bank for Reconstruction and Development, IBRD)의 장학금을 통해 미국에 다수의 유학생이 파견되고, 이들이 귀국하면서 국내 경영학은 미국 경영학의 영향을 크게 받았다. 일본이나 독일을 포함한 유

럽의 학자양성 교육방식은 대규모 강의방식이 아니라 도제식이었으며, 지도교수의 개인적 · 비공식적 교육 훈련 방식이 매우 중요한 교육방식이었다. 반면에 미국식의 경우는 대학원이라고 하더라도 강의방식이 중요한 역할을 하였다. 이 강의방식은 대규모 전문인력 양성에 효과적인 방법이라고 할 수 있다.

1960년대 후반부터 귀국한 다수의 미국유학 경영학박사들은 미국방식, 즉 강의방식을 통해 경영학자를 양성하게 되었다. 이러한 강의방식은 우리나라의 학점방식 대학교육체계와도 연계되어 자연스럽게 확대되었다. 현재의 대학원교육이 주로 강의방식이고, 일부 학점에 대해서만 개별지도 방식을 인정하고 있는 점은 생각해 보면, 그 배경을 이해할 수 있을 것이다. 반면에 일본이나 유럽에 간 유학생의 숫자는 미국에 비해 수적으로 열세이고, 이는 최근의 경향과도 다르지 않다. 구체적인 숫자는 파악하기 어렵지만, 일본과 유럽에서 유학한 경영학박사들을 다 포함해도 미국에서 학위를 취득한 박사에게 비해 절대적으로 숫자가 작을 것으로 생각한다.

다음은 이렇게 강의방식으로 형성된 교육방식의 대상자들이다. 미국이나 유럽의 경우에는 다수의 박사과정생들이 전일제 학생으로 공부하면서, 대학에서 학비면제는 물론 생활비까지 지원받는 것이 일반적이다. 하지만 우리나라는 상황이 많이 다르다. 국내 최고의 대학이 박사과정 학생들에게 학비를 면제하고, 생활비를 지급하는 것은 그다지 오래 전 일이 아니다. 다행스럽게도 일부 대학이기는 하지만 전일제 학생만을 대상으로 박사를 양성하고, 학비는 물론 생활비 등도 지급하고 있어서, 향후 국내 경영학분야의 교육과 연구수준이 더 높아질 것으로 예상된다. 나아가서 일부 대학의 예이기는 하지만 박사학위를 취득하기 전에 해외 학습과 연구를 필수요건으로 하고, 유명학술지에 논문게재도 필수요건으로 하

고 있어서 박사학위 취득자의 연구역량도 향상되고 있음도 다행스러운 점이라고 하겠다. 최근에는 국내에서 박사학위를 취득하고 해외 대학에 교수로 임용되는 경우가 점차 늘어나고 있는 점은 이러한 현상을 반증하는 결과라고 하겠다.

3.3 학술논문게재와 교수업적 평가

지난 20여 년 동안에 국내 경영학계에서 가장 두드러진 변화의 하나는 아마도 학술지에 대한 평가방식의 변화일 것이다. 과거 경영학분야에서 가장 권위있는 학술지는 『경영학연구』였으며 그 외에도 여러 경영관련 학회에서 학술지를 발간하였다. 그런데 국내 대학의 순위 경쟁이 심해지면서 외국 학술지 논문게재편수가 중요한 평가기준으로 포함되었고, 이후 국내 대학들은 교수채용과 승진심사 등에서도 외국 학술지 그 중에서도 특히 Thompson Reuters에서 발표하는 사회과학인용색인(Social Science Citation Index, SSCI)에 포함되는 학술지에 게재한 논문을 기준으로 적용하는 경우가 많아졌다.

이러한 변화에는 국내에서 중앙일보의 대학평가와 해외의 대학평가기관이 많은 영향을 미쳤다. 20년 이상 우리나라 대학들의 평가를 계량화해서 발표한 중앙일보에서는 연구업적에 대한 평가를 외국 학술지 특히 경영학을 포함한 사회계열의 경우 SSCI 등재 학술지에 게재된 논문편수를 기준으로 하였다. 계량적 대학평가를 중시할 수밖에 없는 국내 대학들은 교수의 채용과 승진에 일정량의 SSCI 등재 논문을 요구하였고, 이 기준은 경영학분야의 다수 교수들에게 상당한 영향을 미쳤다. 이러한 현상은 최근까지도 유지되고 있어서 대부분 교수들은 국내 학회 참석을 꺼려하거나, 국내 학회발표에는 공저자인 대학원생만을 보내는 등의 경우까지 발생하고, SSCI

논문 게재만을 중시하는 경향이 강한 것이 현실이다.

다만 최근에 일부 변화가 있어서 서울대학교 공과대학도 사회계열의 SSCI와 유사한 SCI 논문의 비중을 낮추는 움직임들이 보이기는 하지만, 여전히 경영학분야에서 SSCI 게재논문은 절대적인 평가기준이 되었다. 중앙일보에서는 국내 학술지와 최근에는 국내 저서에 대해서도 연구실적으로 인정하고 있다. 하지만 조선일보가 Thompson과 함께하는 아시아지역대학평가나 세계대학평가에서는 국내 학술지는 인정받지 못하고 있는 현상이 계속되고 있다. 물론 국제학술지 그것도 국제적으로 인정받는 학술지에 한국의 경영학 교수들이 논문을 싣는다는 것은 글로벌화에 걸맞는 한국 경영학의 글로벌화이고 환영할만한 일이다. 이제 경영학분야의 최고 학술지에서 한국인의 이름을 보는 것이 어려운 일이 아니며, 일부 국내 경영학자들은 글로벌 수준에서도 그 연구역량을 인정받고 있다.

그러나 그에 따른 문제점도 생각해볼 시기가 되었다. 첫째는 한국의 특수한 상황을 고민하는 연구보다는 글로벌 수준에서, 한걸음 나아가서는 외국의 기업과 근로자, 경영상황을 고민하는 연구결과들이 많아져서 상대적으로 우리 기업들에게 주는 시사점을 찾기 어려운 논문들이 많아지고 있다는 점이다. 극단적인 예를 들어 본다면 국제학술지에 다수의 논문을 게재한 국내학자들이 막상 국내 기업들을 대상으로 강연하기 어려운 상황들이 발생한다.

다음으로는 경영학분야 중에서도 상대적으로 SSCI 등재 학술지에 게재가 용이한 분야에 연구와 논문이 편중되는 현상을 보인다는 점이다. 전체적으로 국제학술지에 논문을 등재하는 초기 단계이기 때문에 발생하는 현상이라고 할 수 있으나 일례로 인사조직관리분야에서는 미시수준의 조직행동 분야에 다수의 논문이 발표되고 있고, 거시조직론이나 인적자원관

리, 그리고 노사관계 등의 분야에는 논문발표 비중이 상대적으로 많이 줄어들고, 실제로 그쪽 분야를 연구하겠다는 신진학자들의 수도 많이 줄어들었다. 물론 경영학이란, 실용학문이고 기업과 사회에서 요구하는 분야에 연구자들이 많은 것은 당연한 일이라고 하겠으나, 실제 시장에 존재하는 기업에 시사점을 충분히 주지 못하는 논문들이 다수 발표되는 문제점이 발생할 가능성도 존재한다.

또한 그 동안 경영학분야에서 가장 인정받던 경영학연구가 그 위상이 상대적으로 유지되지 못할 가능성이 있다. 물론 경영학분야에서는 여전히 최고 수준을 유지하고 있지만, 대부분의 대학교에서는 경영학연구가 SSCI 학술지만큼 평가받지 못하는 경우가 많다. 다만 최근 한국연구재단에서 등재지 중에 우수 등재지를 선정하여, 해외의 등재지 수준만큼 평가점수를 주도록 한다는 계획이 발표되고 시행되고 있는 점은 다행스럽다고 하겠다.

그렇다면 어떻게 해야 할 것인가? 해외 우수 학술지에 논문을 게재하는 것은 당연히 지속적으로 권장되어야 한다. 하지만 국내 학술지에 대한 평가수준도 올라갈 수 있도록 적극적인 노력이 기울여져야 한다고 생각한다. 우선은 학술지에 게재되는 논문의 언어를 기존의 국어중심에서 영어와 병행하는 전략이 필요할 것이다. 그리고 시간이 걸리더라도 경영학연구를 포함한 국내 학술지들도 해외의 학술지평가환경에 적극 대응하여 SSCI외에도, SCOPUS, JCR 등과 같은 학술지색인에 포함되는 노력을 기울여야 할 것이다.

또한 최근 우리 경제가 어려워지고 저성장체제로 전환하고 있지만, 그럼에도 불구하고 글로벌 기업에 부럽지 않은 다수의 기업들이 있다. 그리고 지난 수십 년 동안의 한국경제 성장에 대한 비결과 대기업들에 대한 관심은 여전하다. 연구주제의 선정에 있

어서 우리 기업과 우리 시장, 우리 근로자들의 특성, 해외진출 전략 등 우리의 특징과 장점에 대한 연구도 활발히 진행되어야 할 필요가 있다.

이를 위해서는 한국연구재단이 연구재정을 지원하는 경우, 평가기준에 우리 기업이나 우리 근로자 등 우리 상황을 연구하는 과제에 대해서 가점을 주거나, 우리 주제에 대하여 해외연구자들과 공동으로 연구하는 과제에 대해 가점을 주는 방식을 생각해볼 수 있을 것이다.

3.4 경영학 교수의 구성변화

첫 번째는 국내 박사학위 취득자의 대학교수 비율 증가를 들 수 있다. 최근 들어 서울을 포함한 수도권 대학의 교수직에도 국내 박사학위취득자들의 임용비율이 증가한 것으로 생각된다. 그 첫 번째 이유는 국내 박사학위자의 연구 수준이 올라간 것이라고 하겠다. 일부 대학이기는 하지만 박사학위 과정 중에 해외에서의 연수성격의 연구를 필수화하고 있으며, 일부 국내 박사학위취득자는 미국을 포함한 해외대학의 교수임용에도 성공하고 있다. 이는 전반적인 교육수준의 향상에 따른 자연스런 결과라고 하겠다.

물론 전체적으로 보면 국내에서는 10여개 대학 정도에서만 전일제 박사과정 학생을 육성하고 있으며, 나머지는 주로 파트타임 박사과정 학생들이라고 하겠다. 특히 최근 베이비부머세대의 1차 직장 은퇴와 함께 장년층 박사과정 학생들이 증가하고 있어서, 이들의 임용에 대해서도 고민할 필요는 있을 것이다. 비록 파트타임 박사과정이라고 하지만 충분한 실무경력을 가지고 강의능력이 훌륭하다면 실무경력 교수로의 임용도 검토해 볼 필요가 있다.

두 번째는 여성 교수들의 점진적인 증가라고 하겠다. 국공립대는 여성교수의 채용이 전제되어야 남성교수를

채용할 수 있는 적극적 고용개선조치(Affirmative Action) 프로그램으로 여성 교수들의 비율이 증가하고 있다. 그러나 사립대학들의 경우는 그러한 프로그램의 강제성이 약하고 대학의 구조조정 등과 맞물려 교수채용 자체가 이루어지고 있지 않는 경향을 보여서 여성 교수의 비율이 증가하고 있는 형편이 되지는 못한다.

세 번째 외국국적의 교수문제다. 아직 제한적으로 외국국적의 교수가 임용되고 있지만 글로벌화 교육을 위해서는 일정 수준까지 외국국적의 교수를 적극 채용하고 활용할 필요가 있다. 영어를 포함한 외국어로 진행되는 경영학교육이 활성화될 필요가 있으며 외국국적이면서 외국어에 능한 교수들이 강의와 연구를 진행하도록 해야 할 것이다.

3.5 경영컨설팅과 기업내 경영 교육

1990년대까지만 하더라도 국내에 전문적인 경영컨설팅도 자리 잡지 못하고 있었으며, 기업교육에 대한 전문가도 많지 않았고, 경영관련 전문컨설턴트도 많지 않았다. 그래서 그 역할을 대학의 경영학과 교수들이 수행한 경우가 많았다. 대기업의 중장기 경영전략 컨설팅 프로젝트도 국내 우수 대학의 교수들이 책임을 지고 컨설팅팀을 운영해 나갔다. 그 규모도 수석원에서 수석역원에 달했다. 하지만 해외 전문컨설팅 기업들이 한국에 지사를 설치하고, 국내 토종 컨설팅기업이 설립되면서 컨설팅은 교수의 역할을 벗어나는 추이를 보이게 되었다. 이제는 대기업의 컨설팅의 경우 교수가 전적으로 책임지는 경우는 많지 않게 되었고, 개인자격으로 참여하는 정도의 수준이다.

기업 내 경영관련 교육도 마찬가지로의 경로를 밟고 있다. 아직 컨설팅 수준까지는 아니지만 과거에 비

해서 대학의 교수가 기업교육을 담당하는 비율이 낮아지고 있는 것은 사실이다. 과거 기업교육에 대한 시설과 장비 등은 기업이 담당하고, 교육훈련프로그램 구축과 운영은 대학의 교수가 담당했던 역할분담은 이제 더 이상 일반적인 모습이 아니다. 기업들은 사내 강사를 양성함으로써 좀 더 실무중심적인 교육과 훈련을 가능하게 되었다. 이는 대학교수의 현실 감각 약화와도 연계될 수 있다고 하겠다. 경영학의 경우 현장에 대한 실무지식과 경험이 부족한 경우 경영관련 실무자에게 제대로 된 지식을 전달하기 어렵기 때문이다.

IV. 한국 경영학과 경영교육의 향후 과제

지금까지 한국경영학회 창립 60주년을 맞아서 지난 60여년 동안 국내에서 경영학이 어떻게 도입되었고 어떻게 발전하였으며, 경영관련 교육과 한국 경영학의 정체성에 대해 간략히 살펴보았다. 그렇다면 한국의 경영학과 경영교육은 앞으로 어떻게 나가야 할 것인가?

4.1 한국경영의 정체성 확보와 확산

한국경영학회가 창립된 지 이제 60년이 지났다. 지난 40주년 기념 때와는 달리 우리 한국 경영학에 대한 관심과 고민들이 구체적인 성과로 제시되고 있음은 다행스럽다고 할 것이다. 하지만 우리나라도 글로벌 경제의 한 축으로 편입된 환경 하에서 우리 기업들이 우리의 특징과 장점을 살리고 부족한 점을 고쳐나가는 데는 아직도 갈 길이 멀다고 하겠다.

해방이후 70여년에 걸친 우리나라 경제의 발전은

우리 기업의 발전과 궤를 같이 한다고 하겠다. 특히 대기업집단, 그룹의 영향력은 긍정적인 면과 함께 부정적인 면이 동시에 존재한다. 이에 대한 심도 있는 연구도 진행되어야 할 것이다. 물론 최근에 이러한 연구가 다채롭게 진행되는 면이 있다. 경영학회 60년을 기념하여 발표된 논문을 기준으로 살펴 보면, 장용선(2016)은 현대그룹의 관계사를 중심으로 지난 60년을 조직정체성 관점에서 조망하면서 메타 정체성의 여명기, 형성기, 그리고 정착기로 구분하였다. 그는 1998년 이후 경제위기 극복 및 경제체질 개선기로 보면서 현대 관계사의 메타정체성도 성숙기를 지나 재조정이 필요한 시기로 정의하고 있다. 이정기·이장우(2016)는 최근 이슈인 공유가치 창출(CSV)에 대한 이론적 고찰을 바탕으로 하면서, 국내 기업들을 분석대상으로 사례분석을 시행한 연구이다. 국내 대기업인 삼성전자, SK텔레콤, 유한킴벌리, CJ제일제당 등의 4개를 분석하고, 명제를 도출하여 CSV의 성공적인 실천을 위한 실천전략을 제시함으로써 우리 기업들에게 시사점을 제공하고 있다. 김동철·김정원(2016)은 우리 사회의 특징 중에 하나라고 할 수 있는 사회적 기업에 대한 분석을 통해 사회적 기업의 특성 및 지역에 따른 성과의 차이를 확인하였으며 정책적 시사점을 도출하여 제시하고 있다. 이러한 예는 일부에 불과하다.

우리나라 K-경영을 해외에 확산하려는 노력도 필요하다. 예를 들면 한국형 경영 즉 K-경영의 콘텐츠를 개발하여 최소한 아시아 지역과 태평양 연안의 개발도상국에 전파할 수 있을 것이다. 현재 상황을 보면 우리 경영교육 수준이 홍콩이나 싱가포르, 중국과 같은 아시아권 경영대학보다 낮다고 하기 어려운 형편이다. 하지만 아시아의 다수 국가는 한국의 K-경영에 대해서 많은 관심을 가지고 있다. 그러한 수요에 대응하지 못하고 있는 것이 현실이다. 따라

서 그러한 수요에 적극 대응하는 노력이 필요하다.

이를 위해서는 단계별 접근이 필요하다. 우선 1단계에서는 우리 기업의 성공사례를 적극 개발하여 해외 국가들에 확산할 수 있어야 한다. 단순한 경영사례만이 아니라 다양한 기업경영관련 정보를 제공하는 풍부한 콘텐츠 구축이 필요하다. 이를 바탕으로 2단계에서는 경영대학간 협력이나 주요 기업에 대한 경영컨설팅도 진행될 수 있으며, 우리나라의 K-경영을 이해하는 단계에 따라 인증을 주는 제도도 생각해 볼 수 있을 것이다. 마치 한국어나 한국사 인증제도와 유사한 방식을 추진해 볼 수 있다.

우리 기업들이 글로벌 경쟁을 이겨나가기 위해서는 경영학이 튼튼하게 뒷받침해야 한다. 기업경영이란 반드시 이론적인 면만을 가지고 가는 것은 아니지만, 이론적인 무장이 튼튼할 때 성공확률은 높아진다. 그리고 경영 일반론에 대한 연구도 중요하지만 우리 기업에 시사점을 줄 수 있는 한국기업의 경영론에 대한 연구도 더욱 강화되어야 한다. 이를 위해서는 단순히 경영학자만의 노력으로는 부족하다. 경영계와 함께하는 노력, 그리고 우리나라 전반적인 학문의 정체성 확보와도 연결된다고 하겠다.

4.2 경영학 교육: 학부와 경영(전문)대학원, 그리고 경영학자 양성

지금까지 국내에서 경영학 교육은 비교적 쉽게 이루어졌다. 사실 실제 경영학 교육을 진행했다기보다는 경제성장기에 전문성보다는 인성을 준비시켜 기업에 공급했고, 기업이 실질적인 경영교육을 대신 수행했다고 할 수 있다. 하지만 이제 상황이 변했다. 경영학 졸업장만을 가지고, 기업에 취직하기는 어려운 상황이 되었다. 단순한 졸업장이 아니라 진정으로 기업경영을 이해하고, 직접 경영할 수 있는 예비

경영자들을 양성해야 할 것이다. 이를 위해서는 단순한 경영이론을 가르치는 것이 아니라, 실제 경영 현장에서 활용할 수 있는 리더십과 경영기법을 현장 교육 중심으로 가르치는 것이 중요하다. 또한 대기업만을 대상으로 할 것이 아니라 중소기업 경영도 가르치고, 창업이나 벤처, 사회적 기업 등 사회의 수요에 적극 대응하는 이슈들을 잘 포함해서 교육해야 할 것이다. 국내시장만이 아니라 글로벌 시각을 갖춘 리더를 양성할 수 있어야 한다.

소위 MBA에 대한 교육도 마찬가지다. 일부 경영전문대학원을 제외하고는 최소 45학점을 가르쳐야 하는 경영전문대학원의 운영이 쉽지 않은 상황이다. 기존의 경영대학원 체제와 달리 제대로 경영을 가르치겠다고 했지만, 졸업해도 생각만큼 연봉상승을 얻기가 어렵다. 기업현장에서는 여전히 경영대학원과 경영전문대학원의 차이를 인식하지 못하고 있다. 물론 이러한 현상에는 현재의 경영전문대학원 교육훈련프로그램에 문제가 있다고 할 수밖에 없다. 비용이 문제가 아니라 제대로 교육받고 훈련된 졸업생을 배출하지 못하기 때문이다.

기존 체제를 유지하는 경영대학원의 경우는 공식적인 통계를 찾기 어려워서 분석을 할 수 없었다. 그러나 경영대학원의 경우도 현재에 안주하지 않고 다양한 변화를 모색해서 단순한 네트워크 구축이 아니라, 진정으로 경영을 가르치고 배우는 교육학습의 기회를 제공해야 할 것이다. 초기 경영대학원의 최고위과정이 상대적 우위를 점했다고 한다면, 요즘은 거의 모든 학문분야에서 최고위과정을 운영하고 있으며, 인문학 인기를 반영하듯 인문학분야 최고위과정이 오히려 더 인기과정으로 운영되고 있음을 유의해서 살펴야 한다.

박사과정의 경우 경영학박사가 모두 대학이나 연구소같은 연구위주 직업을 갖는다고 전제할 필요는

없지만, 그럼에도 불구하고 독립적으로 연구할 수 있는 학자양성에 초점을 두고 육성해야 할 것이다. 그렇게 하기 위해서는 학비와 생활비를 지원하는 풀타임 전일제 학생에 대한 재정적 지원제도를 더욱 확대할 필요가 있다.

참고문헌

- 강태구·한영일(2007), “한국제조기업의 국제화 과정 결정요인에 관한 실증적 연구,” **경영학연구**, 36(1), 91-112.
- 교육부(2015a), 2016학년도 경영(금융·물류) 전문대학원 설치 기본계획(안), 5월, 교육부 대대학사제도과.
- 교육부(2015b), 한국형 경영전문대학원(MBA) '15학년도 신입생 모집 및 운영현황, 보도자료, 교육부 홍보담당관실.
- 김동철·김정원(2016), 사회적 기업 성과분석에 관한 연구, (사)한국경영학회 창립 60주년 논문공모 우수논문상, **Korea Business Review**, 20(2), 143-162.
- 김민성·정형록·김미옥·박진하(2015), “한국 관리회계 사례논문의 연구동향,” **관리회계연구**, 15(1), 71-112.
- 김애랑·조우정(2013), “스포츠경영학의 연구동향 비교분석: 한국스포츠산업경영학회지와 북미스포츠경영학회지를 중심으로,” **한국스포츠산업·경영학회지**, 18(6), 17-28.
- 김용배(1965), **경영학원론**, 서울, 법문사.
- 김인수(2000), “한국의 경영학연구,” **경영학연구**, 29(3), 293-314.
- 김효근·이현주·문윤지(2003), “한국 경영현상 분석을 위한 연구방법론의 재고-질적연구방법론을 중심으로,” **Korea Business Review**, 6(2), 47-64.

- 나창수(1972), “품질관리제도의 현황과 방향,” **품질관리**, 7(2).
- 동아일보(2016.6.2.), “대학 이공계 열풍에... 경영-외국어 학과 축소 ‘날벼락’.”
- 백기복 · 신제구 · 차동욱(1998), “한국경영학계의 리더십 연구 30년 : 문헌검증 및 비판,” **경영학연구**, 27(1), 113-156.
- 백종현(1972), “한국대학 경영학교육에 관한 반성 - 교과목 편성과 그 운영을 중심으로 -, **경영학연구**, 2, 148-161.
- 소진덕(1958), **경영경제학**, 서울, 동국문화사.
- 소진덕 · 이장호 · 송기신 · 박대희 · 최종현 · 신정식 · 장수호 · 최종태 · 송기철 · 이정도 · 박영병 · 김기영 · 황일청 · 이경용 · 조소운 · 강석호 · 김병기 · 추휘석 · 신현주 · 김종영 · 오덕균 · 백종현 · 김원수 · 지청 · 유성재 · 이진주 · 김인수 · 최병룡 · 용세중 · 김홍범 · 이학중 · 조동성 · 이성택 · 김해천 · 오세철 · 정구현 · 이행술 · 임종원 · 이경현 · 어윤대 · 한희영 · 허철부 · 신유근 · 조익순 · 지용희 · 이재범 · 서남원 · 송 자(1983), **한국경영학 30년 - 회고와 전망-**, 서울, 서울대학교출판부.
- 손성진(2014), “한국 관리회계 학문분야의 연구동향과 미래 연구 방향: 계량서지학적 관점에서 연구내용과 생산성 분석,” **회계저널**, 23(6), 347-393.
- 송광선(1996), “한국 혁신기업의 유형별 특성에 관한 실증적 연구 : 중소기업을 대상으로,” **경영학연구**, 25(2), 31-60.
- 송기철(1967), “한국의 풍토경영학(2),” **기업경영**(고려대학교 기업경영연구소), 통권 11-12, 72-74.
- 송기철(1988), “한국의 경영학 회고와 전망 - 고려대학교를 중심으로-,” 소진덕의 47인, **한국경영학39년 - 회고와 전망-**, 서울, 서울대학교출판부, 31-69.
- 유규창 · 김동원(2003), “한국기업의 인적자원관리 시스템의 유형 분류와 결정요인에 관한 연구,” **경영학연구**, 31(7), 1887-1915.
- 유창조 · 여준상(2010), “마케팅분야의 국내연구에 대한 내용분석: 연구대상 및 연구 방법론 중심으로(2000-2009),” **소비자학연구**, 21(2), 321-340.
- 이기율(1965), **경영학원론**, 서울, 법문사.
- 이덕로 · 서도원(1998), “한국기업의 경영특성에 관한 중단적 연구,” **경영학연구**, 27(4), 911-936.
- 이순룡(1995), **품질경영론**, 서울, 법문사.
- 이순룡 · 이영면(1998), “한국경영학도입기의 재조명,” **경영학연구**, 27(3), 709-727.
- 이정기 · 이장우(2016), 공유가치 창출(CSV) 전략의 유형화와 실천전략, (사)한국경영학회 창립 60주년 논문공모 우수논문상, **Korea Business Review**, 20(2), 59-83.
- 임준철(1997), “한국제조기업의 상황적합적 기업전략의 유형 분류에 관한 연구,” **경영학연구**, 26(2), 427-451.
- 장덕신 · 이상천 · 김승범(2003), “한국전자 기업의 핵심역량과 생산전략 차원,” **경영학연구**, 32(3), 689-705.
- 장용선(2016), 다중 조직정체성 관점에서 조망한 현대그룹 3사의 60년사: 메타정체성 진화 과정을 중심으로, **Korea Business Review**, 20(2), 85-199.
- 장지인 · 윤병섭(2009), 『경영교육연구』 10년: 성과와 시사점, **경영교육연구(현 KBR)**, 13(1), 167-190.
- 장홍식 · 이근희(1959), **경영관리론**, 서울, 일신사.
- 정수영(1954), **경영경제학**, 서울, 장왕사.
- 조동성 · 이지환(1993), “한국재벌의 기업승계유형이 다각화전략에 미친 영향,” **경영학연구**, 22(2), 121-140.
- 최원석 · 윤성만 · 윤소라(2015), “특별기고논문: 한국 회계학 연구의 40 년 회고와 전망,” **회계저널**, 24(1), 305-350.
- 현인규 · 박정섭 · 박소진(2009), “한국유통경영학회 연구동향 분석,” **유통경영학회지**, 12(5), 25-44.
- 현정식 · 고창열 · 이경은(2016), 한국경영학 연구동향과 미래 연구방향: KBR을 중심으로, (사)한국경영학회 창립 60주년 논문공모 우수논문상.
- 홍성훈(2006), “한국상장 제조기업의 해외자회사 소유구조에 관한 연구,” **경영학연구**, 35(1), 307-330.
- 황일청(1977), “한국적 마케팅의 토착화문제,” **경영학연구**,

- 6, 134-135.
- Kim Ki-Chan · Lee Sung-Sang · Jamille Almacen · John Laurence Enriquez · Lynn Hyung-Gu (2016), The D-S-E Behavioral Model of K-Management and K-Entrepreneurship: The Case of Hyundai Motors, *Korea Business Review*, 20(2), 1-32.
- Bae, Johngseok and John J. Lawler(2000), "Organizational and HRM Strategies in Korea: Impact on Firm Performance in an Emerging Economy," *Academy of Management Journal*, 43(3), 502-517.
- Chang, Sea Jin and Jaebum Hong(2000), "Economic Performance of Group-Affiliated Companies in Korea: Intragroup Resource Sharing and Internal Business Transactions," *Academy of Management Journal*, 43(3), 429-448.
- Chang, Sea Jin and Jaebum Hong(2002), "How much does the business group matter in Korea?," *Strategic Management Journal*, 23(3), 265-274.
- Lee, Jangwoo and Danny Miller(1999), "People Matter: Commitment to Employees, Strategy, and Performance in Korean Firms," *Strategic Management Journal*, 20, 579-593.
- Harvard Business Review(2016), <https://hbr.org/search?N=0+4294941619+4294967060+4294941618+4294967063&Ntt=Korea>에 서 2016.2.17.에 내려받음.

〈부표 1〉 대학알리미의 구분에 따른 경영학의 학과명

소분류	학과(전공, 학부)명
경영학	영어와 비즈니스영어전공, 경영계열, 경영과, 경영전공, 골프경영과, 공업경영과, 관광경영과, 관광경영전공, 관광호텔경영계열, 관광호텔경영과, 관광호텔경영전공, 기업경영과, 농업경영과, 디지털경영계열, 디지털경영과, 디지털경영전공, 디지털마케팅과, 디지털비즈니스계열, 마케팅경영과, 마케팅경영전공, 마케팅과, 마케팅전공, 마케팅정보과, 마케팅정보전공, 물류경영과, 산업경영과, 서비스마케팅전공, 외식산업전공, 중국비즈니스과, 중국비즈니스전공, 중소기업경영과, 창업경영과, 철도경영정보과, 철도운수경영과, 카지노경영과, 카지노전공, 컨벤션산업관리과, 테크노경영계열, 테크노경영과, 테크노경영전공, 품질경영과, 품질경영전공, 항공경영과, 호텔경영과, 호텔경영전공, 호텔경영정보전공, 호텔경영학과, 호텔관광경영계열, 호텔관광경영과, 호텔관광경영전공, 호텔식당경영과, 호텔외식경영과, 호텔카지노과, e-비즈니스계열, E-비즈니스과, 관광레저경영과, 부동산경영전공, 비즈니스경영과, 서비스경영 전공, 서비스산업경영과, 외식경영계열, 지적부동산정보과, 호텔·레스토랑경영과, 호텔·외식경영전공, 호텔매니지먼트과, 경영·광고계열, 관광레저경영전공, 경영학부, 경영서비스계열, 광고마케팅학부, 레스토랑창업·경영과, 마케팅홍보과, 샵마스터·경영계열, 서비스경영과, 카지노경영전공, 호텔외식경영전공, 웨딩매니지먼트과, 지적부동산과, 철도경영과, 토지행정과, e-비즈니스과, 창업경영계열, 프랜차이즈비즈니스전공, 서비스경영계열, 운영과, 병원의료경영전공, 경영정보학과, 관광외식사업과, 외식호텔경영전공, 마케팅경영계열, 경영IT계열, e-비즈니스과, 텔레마케팅정보과, 골프산업경영전공, 병원경영과, 텔레마케팅과, 콜마케팅과, 복지경영과, 기업경영전공, e-비즈니스경영전공, 비즈니스계열, 기업시스템계열, 외식호텔경영과, 호텔관광외식경영전공, 마케팅복지경영전공, 외식사업전공, 카지노관광계열, 샵마스터·경영과, 한중일비즈니스계열, 중국비즈니스과, 호텔·외식경영과, 레스토랑창업·운영과, 병원의료경영전공, 경영정보학과, 한중교류과, 경영학과, 중국비즈니스정보과, 관광경영학부, 경영학부 마케팅경영전공, 경영학부 기업경영전공, 경영학부 e-비즈니스경영전공, 관광경영통역과, 샵마스터.마케팅과, 중국마케팅과, 프랜차이즈전공, 호텔관광경영학과, 국제비즈니스과, 마케팅컨설팅관리과, 경영학전공, e-비즈니스경영과, e-비즈니스전공, 텔레마케팅정보전공, 프랜차이즈경영과, 관광호텔경영, 마케팅관리과, 호텔외식경영계열, 서비스경영계열, 관광호텔경영학부, 서비스마케팅과, 호텔·외식·관광계열, 외식·음료창업전공, 호텔·리조트전공, 프랜차이즈서비스창업과, 하우징코디네이터과, 항공컨벤션경영과, 국제경영과, 병원의료경영계열, 병원코디네이터전공, 중국비즈니스학과, 정보경영과, e-비즈니스과(인문사회계열), e-비즈니스경영과(공학), 복지시설경영과, 한중비즈니스과, 서비스창업경영과, 골프산업경영과, 프랜차이즈과, 글로벌경영과, 비즈니스과 마케팅관리전공, 비즈니스과 경영전공, 디자인경영과, 비즈니스사무학과, 호텔리조트경영과, 샵마스터·유통경영계열, 샵마스터·유통경영과, 경영과(경영전공), 경영과(중국비즈니스전공), 글로벌비즈니스과, 외식프랜차이즈경영과, 차이나비즈니스과, 컨택마케팅과, 콜매니저경영과, 광고·마케팅과, 비즈니스과, 외식서비스경영전공, 호텔관광과, 호텔서비스과, 호텔/관광경영과, 호텔외식경영과(인문), 관광외식복지전공, 물류유통과, 복지경영계열, 비서경영과, 사회실무학부, 기업경영시스템계열, e-비즈니스정보계열, 글로벌IT비즈니스과, 협동조합경영과, 호텔조리과, 외식산업경영전공, 골프산업전공, 건설경영학과, 경영경제학과, 경영관리전공, 경영관리학과, 경영일반전공, 경영전공, 경영컨설팅학과, 경영학, 경영학과, 경영학부, 경영학전공, 경영학학술협동과정, 관광·통상·경영학과, 관광경영과, 관광경영전공, 관광경영학과, 관광경영학전공, 관광서비스경영전공, 관광서비스경영학과, 국가경영전공, 국제경영·통상학전공, 국제경영전공, 국제경영학과, 국제경영학전공, 국제비즈니스학과, 국제컨벤션·이벤트학과, 글로벌경영전공, 글로벌경영학과, 급식경영전공, 급식관리학과, 기술경영전공, 기술경영학과, 기술경영학협동과정, 기업경영전공, 기업경영학과, 노사관계전공, 노사관계학과, 농축산경영학과, 대학경영전공, 디자인경영공학과, 디자인경영학과학과협동과정, 디지털경영학협동과정, 디지털경영학과, 디지털중소기업경영전공, 마케팅전공, 마케팅학과, 모바일 비즈니스 MBA전공, 문화산업학과, 문화예술경영학과, 미술경영전공, 미용경영, 미용산업경영학과, 벤처경영학과, 벤처중소기업학과, 병원경영학과, 병원서비스경영학과, 보석마케팅 및 벤처창업전공, 보육경영학전공, 브랜드매니지먼트전공, 비즈니스컨설팅학과, 산업경영학과, 삼성전자Techno-MBA학연산업협동과정, 서비스경영전공, 서비스경영학과, 서비스마케팅및컨설팅전공, 서비스투자컨설팅전공, 수산경영학과, 스포츠경영전공, 스포츠경영학과, 스포츠관리전공, 스포츠산업경영학과, 스포츠산업학과, 안전보건경영학과, 여행항공크루즈경영전공, 연구개발경영전공, 영상비즈니스학과, 예술경영전공, 예술경영학과, 외식경영과, 외식경영전공, 외식벤처창업경영전공, 외식산업경영전공, 외식산업경영학과, 외식창업경영전공, 외식컨설팅경영전공, 유아보육경영학과, 의료경영학과, 이벤트국제회의학과, 인터넷마케팅전공, 인터넷비즈니스전공, 전자상거래협동과정, 정보경영학과, 정보통신경영학과, 조리외식산업학과, 주택경영학과, 중국비즈니스과, 중소기업개발학과, 중소기업경영전공, 중소기업경영지도학과, 중소기업경영학과, 중소기업학과, 중소및벤처기업학과, 지식경영전공, 창업경영학과, 축산경영학과, 테크노경영공학과, 테크노경영학과, 테크노MBA학과, 품질경영전공, 품질·환경경영전공, 학교경영관리전공, 항공경영학과, 해사경영학과, 해외시장개발학과, 호텔경영전공, 호텔경영학과, 호텔관광경영전공, 호텔관광경영학과, 호텔관광경영학전공, 호텔관광외식경영과, 호텔외식경영학, 호텔카지노컨벤션경영전공, 환경경영전공, e-비즈니스 솔루션전공, e-비즈니스학과, e-Business경영학과, E-Business학과, E-MBA과정, IT비즈니스학과, IT컨설팅전공, MBA, MBA과정, Siebel EC-MBA, Socio-MBA리더십학과, 벤처창업학전공, 문화예술경영전공, 외식산업컨설팅학전공, 조리외식경영학과, 중국비즈니스학과, 컨벤션경영학과, 한방산업학과, 디지털경영전공, 식품유통경제학과, 노사조정학과, 축산경영·유통경제학과, 보육경영전공, 호텔·외식경영, 식품경영 및 외식산업관리전공, 병원경영학전공, 스포츠경영정보학과, 테크노경영학전공,

(계속)

소분류	학과(전공, 학부)명
경영학	뮤직비즈니스전공, 국제비즈니스학과, 글로벌MBA학과, 서비스벤처창업경영전공, 서비스경영 및 컨설팅전공, 문화산업경영학과, 창업학과, 디자인경영전공, 디지털경영정보학과, 리더십교육전공, 브랜드매니지먼트학과, 컨벤션전시학과, 정보경영전공, 스포츠마케팅전공, 창업경영전공, 창업컨설팅학과, 창업컨설팅전공, e비즈니스전공, MBA과정, MIS전공, 산업기술경영전공학연산협동과정, 글로벌비즈니스학과, IT경영학부, 영상경영학과, 의료경영전공, 지식경영학과, SAP e-ERP MBA전공, 경영·무역전공, 문화영상창업전공, 투자경영학전공, 디자인매니지먼트전공, 해양산업경영학과, 리더십학과, 리더십학협동과정, 글로벌프로젝트경영학과, 콜마케팅학과, 중소기업및벤처기업학과, 스포츠산업경영전공, 정보기술경영학과, 생산·경영정보전공, 인력경영학과, 컨벤션이벤트경영학과, 철도경영정책학과, 기술경영정책학전공, 자산관리경영학전공, 창업컨설팅학과, 레포츠경영학과, 여가경영학과, 보건경영학과, 항공경영학과, 호텔관광외식경영학과, E-BIZ 경영학, 축산경영유통경제(학연산)학과, 호텔·외식·금융경영전공, 금융MBA, Korea MBA, Global MBA, 중소기업진흥공단(학연산협동과정), 글로벌비즈니스전공, 삼성전기MBA전공, CAU-Leader MBA, Global BRICs MBA, 패션매니지먼트학연협동과정, 의료경영학전공, 이벤트·국제회의학과, 외식조리경영전공, 호스피탈리티경영전공, 서비스벤처창업전공, 비즈니스운영관리전공, SL Techno MBA 과정 산학협동과정, 아세안통상경영전공, 중국통상경영전공, 기술경영·경제·정책전공, 경영(학연산)학과, 호텔외식경영학과, 보건의료경영학과, 조선해양 MBA전공, 전략경영학과, 전문경영학과, 호텔·관광경영학과, CO-MBA, General-MBA(weekend), General MBA(evening), General MBA(full-time), 의료경영학과(학연산협동과정), 보석마케팅 및 디자인경영전공, 서비스창업 및 컨설팅경영전공, 호텔 컨벤션경영학과, 창업전략학과, GMBA학과, 우정경영학과, 경제·품질정책학과, 벤처비즈니스, 전시·컨벤션경영학전공, 관광·외식경영학과, 항공경영전공, 자산운용경영학전공, 문화경영학전공(학과간협동과정), 프로젝트경영학과, 국제학과 국제경영학전공, 문화·경영학과, 대학경영학과, Entrepreneurship MBA, 경영학과 원주, 철도테크노경영학과, 연예매니지먼트학과, 국제비즈니스학협동과정, 전시킨벤션경영학과, 문화경영학과, 식품비즈니스경영학과, 실버마케팅학과, 재테크경영학과, 벤처창업경영학과, 테크노경영학부, 테크노경영대학원(경영공학전공), 관광·외식경영학과, 항공경영전공, 자산운용경영학전공, 비즈니스경제학전공, 호텔·컨벤션경영학전공, 웰스매니지먼트학과, 호텔외식경영학전공, 물류MBA과정, 글로벌물류MBA과정, 사회적기업학과, 미용경영학과, 컨설팅학과, 지식서비스&컨설팅학과, 디지털중소기업경영학, 경영학석사학위과정, MBA학과, 전시킨벤션학과, S³ Asia MBA, 경영대학원, Finance MBA, 호텔·컨벤션경영학과, 중국경영학과, 아세안지역통상경영전공, 정책·공공경영학과, 기술경영전공대학원, IT경영학과, 골프MBA학과, 전문문화학과(학과간협동과정), 뷰티예술경영학과, 정보통신기술경영학, 마케팅·생산전공, 새만금관광경영학과, 컨벤션전시이벤트학과, 호텔리조트학과, 협동조합경영학과, 기술경영·경제·정책전공협동과정, 미술경영전공협동과정, 문화경영 및 관광전공, 온라인쇼핑MBA, 엔터테인먼트 비즈니스학과, 항공서비스경영학, 축산경영·유통경제(학연산)학과, 뉴미디어학부(경영), 프랜차이즈학과, 외식경영학과, MOT 과정, TOP 과정, Executive MBA, 테크노경영대학원, 경영전문대학원프로그램, IT경영학과학제간프로그램, 경영과학과(IT경영학), 디지털기술경영학과, Culinary MBA학과, 르프르동블루호스피탈리티경영전공, 온라인쇼핑 경영학석사, MOT MBA, 기술경영정책학, Pharm-MBA, 노동·경영학과, C-MBA전공, 호텔외식MBA, 컨설팅학전공, 기술경영학전공, 컨설팅경영학과, 서비스시스템경영공학전공(학과간협동과정), 한국여성리더십학과, 기술·경영컨설팅학과, 경영학과 국제경영전공, 경영학과 중국경영전공, 경영학과 경영전공, 경영학과 경영컨설팅전공, 경영학과 e-Business전공, 경영학과 브랜드매니지먼트전공, 문화예술경영학과 박물관 미술관 경영전공, 문화예술경영학과 공연예술경영전공, 문화예술경영학과 문화예술정책전공, IT컨설팅학과, 호텔·관광·외식경영학과, 글로벌스포츠산업학과, 국제비즈니스협동과정, 융합기술학과, 프랜차이즈경영학과, 기술정책협동과정, 테크노경영협동과정, 사회적기업학협동과정, 경영학과(학연산협동과정), KMBA, FCMB, 벤처·정보경영학과, 건설안전경영학과, 그린에너지경영학전공, 기업컨설팅학과, 교육컨설팅전공, 글로벌비즈니스·커뮤니케이션학과, 기술경영공학과, 리더십과코칭전공, 스포츠산업테크노학과, 패션비즈니스학과, MICE경영학과, 외식조리경영학과, 호텔외식서비스경영학과, 한국비즈니스전공, 기술경영/정보시스템/기업가정신, 마케팅국제경영, 매니지먼트, EMBA, AFMBA, 문화산업학과(문화산업경영전공), 아이엠비에이전공, 이그제큐티브전공, 지속가능경영학전공(학과간협동과정), 정보미디어전공 MBA프로그램, 테크노경영전공 MBA프로그램, 금융전공 MBA프로그램, 벤처정보경영학과, MICE융합학과, 이그제큐티브전공 MBA프로그램, 아이엠비에이전공 MBA프로그램, 웰빙레저서비스경영학과, 글로벌비즈니스및금융학과, 중국지역통상경영전공, 학술과정, 발달복지·보육경영전공, 직업학전공, 디지털미디어비즈니스학과, 인사관리전공, 인사관리학과, 인사조직전공, 인사조직행정전공, 여성인적자원개발전공, 조직관리전공, 인력관리학과, 인적자원관리학과, 인력개발학과, 인적자원개발전공, 건설경영관리학과, 경영과학과, 경영과학전공, 기술경영 대학원과정, 산업경영학과(학연산협동과정), 서비스시스템경영공학과, 벤처공학, 산업환경학과, 와인·소믈리에학과, 패션·텍스타일매니지먼트전공, 패션·텍스타일인터넷창업전략전공, 패션·텍스타일 마케팅 전공, 패션디자인·비즈니스학과, 엔터테인먼트경영전공, 레저스포츠학과, 골프경영학과, 아세안비즈니스학과, 문화예술경영학과, FIT, 경영·회계·관광경영·무역학과과, 경영경영정보학부, 경영경제전공, 경영경제학과과, 경영경제학부, 경영계열, 경영관광경영학과과, 경영관광정보학부, 경영관광학부, 경영관광회계학부, 경영관리학전공, 경영대학, 경영무역학부, 경영전공, 경영정보학과, 경영통상학과, 경영학과, 경영학과과, 경영학과, 경영학부, 경영학전공, 경영행정학과과, 경영행정학부, 골프경영전공, 관광, 호텔, 외식경영학부, 관광경영학과, 관광경영학부, 관광경영학전공,

(계속)

소분류	학과(전공, 학부)명
경영학	국제경영(중국,일본)전공, 국제경영,정보시스템학부, 국제경영전공, 국제경영학과, 국제경영학부, 국제경영학전공, 국제비즈니스학부, 국제산업정보학과, 국제정보경영학부, 국제회의산업과, 기업경영학과, 기업관리학과, 디지털경영정보학전공, 디지털경영학과, 디지털경영학부, 디지털경영학전공, 디지털비즈니스학부, 마케팅 · 생산전공, 마케팅학전공, 미술경영전공, 벤처경영학과, 벤처중소기업학부, 벤처투자정보학전공, 병원경영학과, 병원경영학전공, 비즈니스전공, 산업경영학과, 산업경영학부, 생활경영학과, 수산경영학과, 수산경영학전공, 스포츠경영학과, 스포츠경영학전공, 영상비즈니스전공, 예술경영전공, 외식경영전공, 외식산업전공, 외식산업학과, 외식경영학과, 의료경영학전공, 인터넷경영정보학전공, 인터넷마케팅과, 인터넷비즈니스학과, 정보경영과학부, 정보경영학과, 정보경영학부, 조리외식산업학과, 조직전략 · 국제경영전공, 창업경영학과, 축산경영 · 유통경제학전공, 축산경영학과, 축산경영학전공, 테크노경영정보학과, 테크노경영학부, 해운경영학과, 해운경영학부, 호텔경영전공, 호텔경영학과, 호텔경영학전공, 호텔관광경영학과, 호텔관광경영학부, 호텔관광경영학전공, 호텔관광대학, 호텔관광학부, e-비즈니스전공, e-비즈니스학과, E-비즈니스학부, e-비즈니스학전공, 관광경영외국어자율전공, 마케팅전공, 예식산업학과, 제테크전공, 컨벤션산업학과, 컨벤션학전공, 항공서비스경영학과, 해양산업경영학부, 호텔 · 컨벤션경영학전공, E경영학과, e-비즈니스학과, 벤처경영학부, 경영통상학부, 정보기술경영전공, 벤처경영학전공, 벤처비즈니스전공, 비즈니스경제학과, E-비즈니스전공, 호텔관광경영전공, 글로벌경영학과, 국제(중국)경영학과, 국제호텔외식경영학과, 호텔외식경영학전공, 경영 · 국제통상학과, 골프경영학과, 관광산업학과, 경영계열학부, 인터넷경영학과, 철도경영학과, 국제관광경영학부, 국제관광경영학전공, 중국비즈니스전공, 외식급식경영학과, 창업 · 서비스경영전공, e-비즈니스IT학부, 중국비즈니스학부, IT경영학부, 벤처농업경영학과, 정보컨설팅학과, 의료경영학부, 외식산업학부, 조리외식경영전공, 호텔 · 컨벤션경영학과, 창업경영전공, 경영학부 경영학전공, 호텔외식경영학과, 콜마케팅학과, 아동벤처산업학과, 경영 · 관광학부(경영학전공), 경영 · 회계 · 보험금융학부(경영학전공), 중소기업창업과정, 컨벤션경영학과, 관광경영전공, e비즈니스경영정보전공, 관광경영관광개발학과, 경영학과(전문), 철도경영학부, 부동산통상학부, 국제호텔관광경영학전공, 호텔이벤트경영전공, 외식산업경영전공, 경영대학 경영학부, 스포츠경영관리학전공, 부동산금융보험학과, e-비즈니스및창업학전공, Marketing전공, Management전공, 호텔컨벤션 · 외식경영학부, 국제지역비즈니스학전공, 서비스경영학부, 외식창업경영전공, 철도 · 경영학부, 정보경영전공, 글로벌경영학부, 외식경영학과, e-Biz전공, 상경대학 경영학전공, 관광대학 관광경영학전공, 관광대학 호텔경영학전공, 창업경영 · e-biz전공, 외식경영학전공, 호텔컨벤션경영학전공, 관광레저경영학전공, 외식산업경영학과, 경영관리전공, 아시아비즈니스학과, 아시아비즈니스학과, 호텔 · 이벤트경영전공, 기업경영학전공, 경영대학 경영학과, 레저관광경영학과, 경영관리학과, 스포츠마케팅학과, 의료산업학부, 철도경영학전공, 서비스마케팅전공, 아시아경영학전공, 철도경영전공, 컨벤션산업전공, 벤처중소기업학부 중소기업학전공, 벤처중소기업학부 벤처창업학전공, 경영경제학부 경영학전공, e-비즈니스경영정보전공, 르꼬르동블루외식경영전공, 외식창업프랜차이즈학과, 기업정보관리학과, 부동산건설경영전공, 경영 · 통상학부, 보석딜리학과, 중국비즈니스학부(인문사회과학대학), 경영학과(인문사회과학대학), 글로벌비즈니스전공, 호텔경영 · 컨벤션학과, IB Major, 경영학(글로벌), 서비스경영전공, 운수경영전공, 경영관리전공(경영대학), 경영학부(경영대학), IT경영학과, 비즈니스정보통계학과, 외식경영학전공(인문사회계열), 외식경영학과(인문사회계열), 경영학전공(학점), 호텔경영학전공 관광대학, 관광경영학전공 관광대학, 경영학전공 상경대학, 국제경영관광학부, 경영학과(경영대학), 예술경영과, 벤처중소기업학과, 물류경영학과, 외식농수산경영학과, 병원관리학부, 관광스포츠경영학부, 파이낸스경영학과, International Business학부, 실비경영컨설팅학과, 글로벌경영학전공, 경영학과, E-마케팅전공, 경영학과(IT경영학), 창업학과, EMU경영학부, 지식경영학부, 국제비즈니스학전공, 정보통신경영학전공, 기술경영학과, 국제경영(중국 · 일본)전공, 호텔카지노관광경영학과, 기업경영학부, 기업경영전공, 컨벤션관광경영전공, 서비스경영학과, 글로벌비즈니스학과, 국제호텔관광경영학과, 융합경영학과, 글로벌마케팅학과, Department of International Business, 경영학과(경영전공), 경영학과(미술경영전공), 의료IT마케팅학과, 경영학과, E-마케팅전공, 경영학과(IT경영학), 창업학과, EMU경영학부, 지식경영학부, 국제비즈니스학전공, 외식서비스경영학과, 교통서비스경영학과, 해양산업경영학과, 의료경영서비스학과, 글로벌테크노경영프로그램, 글로벌비즈니스학부, 문화예술경영전공, 식당인재학부 공공경영학전공, 레저산업학부, 레저정보산업학전공, 호텔조리 · 외식경영학전공, 경영부동산학부, Hospitality경영학부, 중국통상 · 비즈니스전공, 경영학부 e-business 전공, 경영, 금융학과, 경영학부 융합경영전공, 경영 · 경영정보학부, 국제비즈니스학부, International Business 전공, 호텔 · 관광경영학부, 예술기획경영전공, 연합전공 글로벌환경경영학, e비즈니스학과, 경영학부(경영학전공), 글로벌비즈니스학부(야), 기술경영학전공, 디지털비즈니스전공, 리더십과조직과학전공, 서비스경영학부관광경영전공, 시니어비즈니스학과, 엔터테인먼트경영학과, 제테크 · 자산관리학과, 창업학부, 창업학전공, 호텔관광외식경영학과, 관광호텔외식경영전공, 철도경영물류학과, 패션비즈니스학과, 문화산업경영학과, 컨벤션학과, 요양시설경영학과, 여가서비스경영학과, 국제학부(글로벌경영학), 의료경영전공, 호텔관광외식경영학부, 관광대학, 국제관광경영학과, 경영 · 관광학부(관광경영학전공), 관광 · 호텔경영학전공, 호텔 · 관광이벤트학과, InternationalBusinessAdministration, 경영사무학부, 경영회계학부, Finance전공, 자산관리프로그램전공, 경영사무학과, 골프지도경영전공, 아시아통상경영학전공, 상경계열, 상경자율전공부, 상경정보학과, 상경학부,

(계속)

소분류	학과(전공, 학부)명
경영학	상경대학 경상학부, IR Major, KMU International School, 병원관리학과, FIS학부, 항공운항학과, 지식서비스&컨설팅 연계전공, 벤처산업공학전공, 테크노경영공학과, 호텔식품외식학부, 외식·급식경영학전공, 외식경영학전공(자연과학계열), 호텔·조리학과, 패션디자인·비즈니스전공, 패션디자인·비즈니스학과, 패션디자인·비즈니스전공, 국제스포츠레저전공, 국제스포츠레저학부, 스포츠경영전공, 건강레저산업학과, 콜라캐팅매니저과, 생산품질관리과, 엔터테인먼트경영과, 보안카지노경영과, 국제관광경영전공(공동학위), 항공·컨벤션경영계열, 세부비즈니스와 중국비즈니스전공, 항공관광경영과, 경영서비스과, 경영행정과, 보석감정&디자인과, 지식산업인재학부, 국제의료경영학과, 경영분석·통계전공, 호텔조리·외식경영학과, 공공서비스경영학과, 외식농산업경영학과, 물류비즈니스학과, 호텔조리외식경영학과, 항공관광호텔경영학과, 호텔·관광경영전공, 글로벌경영학과(글로벌테크노경영프로그램), 글로벌경영학과(경영학전공), 글로벌경영학과(경영학 프로그램), 글로벌경영학과(글로벌테크노경영전공), 영상비즈니스과, 글로벌인재학부 글로벌리더전공, 비즈니스리더융합전공, 경영학과(경영학트랙), 신산업경영학과(야), 문화·디자인 경영전공, 창의기술 매니지먼트전공, 산업정보융합학부, 경영학과(글로벌경영학트랙), 글로벌인재학부 자기설계전공, 경영학부(e-비즈니스전공), 경영학전공 트랙, 경영학과(후진학), 엔터비즈니스학과, 문화예술경영전문가융합전공, Global Frontier School, IT창업학과, 글로벌서비스경영학과, 창의문화산업학과, 미디어경영학과, 공연예술경영학과, 비즈니스분석, 자산관리서비스전공, 품질·기술경영전공, 경영학과_경영컨설팅·서비스전공, 컨벤션전시경영학과, FTA비즈니스학과, 프로젝트관리및기술경영학과, 한류MBA학과, 사회적기업가 MBA, 프로페셔널 MBA, 테크노경영MBA, 기술경영전문대학원프로그램, IMBA, 정보미디어MBA, 프랜차이즈창업경영과, 경영학과, 사회적기업학 전공, 글로벌건설경영학과, 해양경영정책학과, 경영학과(6학기), Asia MBA, GSB, MS, 원자력경영전공, 관광경영전공/호텔관광외식경영학부, 외식경영전공/호텔관광외식경영학부, 호텔경영전공/호텔관광외식경영학부, 관광레저경영전공, 빅데이터경영 MBA, Leadership MBA, 비즈니스통상학과, 정보경영프로그램, 이크제큐티브MBA, 상경학부 국제경영(중국·일본)전공, 상경학부 E-마케팅전공, IT융합비즈니스전공, 경영MBA전공, 글로벌창업전공, 디지털기술경영전공, 출판경영학과, 식품경영 및 외식산업전공, 산업기술경영학부, 디지털융합비즈니스학과, 글로벌관광경영학과, 글로벌통상경영학과, 스마트비즈니스학과, Global MBA(Full-time), 마이스터경영학과, 금융·고객서비스과, 중소기업컨설팅학과, 호텔외식관광프랜차이즈경영학과, 호텔, 외식경영학과, 세종시리쿠즈 경영학석사, 경영학석사, 프랜차이즈 경영학석사, 회계재무 경영학석사, 마케팅정보컨설팅학과, 외식음료전공, 해양수산경영학과, 도장경영전공, 소상공인창업경영학과, 콘텐츠경영학과, Part-time MBA, 글로벌경영학과, 호텔&카지노과, 벤처창업학과, 국제학부 국제산업정보학과, 사회적기업전공, 경영학과(P), 호텔외식산업과(자연과학), 외식서비스경영전공, 관광외식산업학과, 국제마케팅학과, 해양수산경영학과, 스포츠경영, 창업학전공, 기술경영학과(기술경영전문대학원), 창업컨설팅전공, 문화경영관광전공, 농업경영학과, 글로벌전략경영협동과정, e-비즈니스전공, 융합컨설팅학과, 호텔·컨벤션전공, 기술경영학과(학연산업협동과정), 유통서비스경영과, 글로벌 경영학부, 외식사업경영학과, 글로벌창업경영학과, 레저&리조트학과, 경영컨설팅협동과정, 경영학과 유통경영전공, 경영학과 마케팅경영전공, 이노비즈니스학과, 통일뉴프런티어경영학과, 외식경영학과, 외식경영학전공/호텔관광외식경영학부, 융합경영학과, 글로벌비즈니스와 중국비즈니스전공, 국제루즈&카지노학과, 글로벌외식산업컨설팅학과, 벤처창업전공, 중앙아시아비즈니스전공, 중남미비즈니스전공, 글로벌건설학과, TOP MBA, MICE·의료관광전공, 마산업학과, 글로벌프랜차이즈전공, 경영학부(글로벌금융전공), 부동산·세무경영학과, 방재안전관리학전공, 글로벌호텔매니지먼트학과, 글로벌의료서비스경영학과, 숏브릿지경영학부, 린튼글로벌비즈니스스쿨, 지식재산벤처경영, 국제경영학부 국제경영전공, 국제경영학부 글로벌비즈니스전공, Hospitality MBA학과, 협동조합경영과(2년제), 협동조합산업과, 공공경영전공, 호텔관광경영학전공/호텔관광외식경영학부, 비즈니스와 중국비즈니스전공, 벤처창업기업학과, 앙트르프러너십전공(학과간협동과정), 서비스경영공학전공(학과간협동과정), 신산업융합학과(야), 뉴미디어경영학과, Professional MBA, 경영학과(S), 벤처 및 기술사업화 경영, 서비스컨설팅전공, 관광이벤트국제회의학과, 금융이크제큐티브MBA, 문화융합창업경영학석사, 세종-에리조나주립대복수경영학석사, 글로벌한류비즈니스학과, 경영세무회계과, 한중무역통상경영전공, 글로벌골프전공, 호텔관광경영과(자연과학), 벤처기술경영학과, 문화영상창업전공(예체능), 기업재난관리학, Leadership & HR MBA, Euro-Asia MBA, 연합전공 벤처경영학, 호텔관광·외식경영학과, MOTD MBA, 한중비즈니스학과, 녹색경영정책프로그램, 기업컨설팅학과, HR서비스전공, 고용서비스전공, 항공경영학과, 마케팅비즈니스학과, 외식산업경영학과, MBA전공, 기술혁신·기업가정신학과, 호텔카지노관광경영전공, 식음료경영학과, 중소기업경영혁신학과, 경영학과(F), 스마트경영계열, 철강산업경영계열, 디자인경영융합학부, 외식서비스경영학전공, 경영·회계학과, 보건서비스경영학과, 사회적경제학과, 비즈니스 분석, 상경학부 글로벌경영전공, 융합관광학과, 호텔마이스터경영학과, 경영학부(산업경영전공), 경영학부 (IT경영전공), 문화영상창업학과, 경영학부(경영전공), IT경영, SICA Culinary-MBA학과, 외식조리학부 외식산업경영전공, 경영학, 기술경영학부, 글로벌비즈니스학, 경영학부(신), 글로벌경영학과(기업경영전공), 아시안비즈니스경영학석사, 경영학과(글로벌테크노경영전공), 경영학과(경영학전공), 국제비즈니스학과

The Development of Business Administration Discipline and Education at the 60th Anniversary of the Korean Academic Society of Business Administration

Young-Myon Lee* · Soon-Ryong Lee**

Abstract

To review the changing role of Korean Academic Society of Business Administration(KASBA) to cope with rapidly changing business environment in last two decades after the earlier paper was written for 40th anniversary of KASBA is the goal of this paper. Under Japanese colonial period until 1945, Business Economics from Germany and Japan was a cornerstone for setting Business Administration as an academic field in Korea. After the Liberation of 1945, U.S. military government influenced significantly the business in practice and in academia. In the mid-1950s, with a support for setting management education by U.S. government, many universities in Korea began to establish the departments of business administration and many practitioners and scholars visited U.S. to learn business administration. After 60 years later in 2016, 592 undergraduate departments of business administration in 4-year universities are established and many graduate programs are operating for business administration education in Korea.

With these numerous education programs, however, both the research for Korean-style management and the education of scholars in Korean universities are still in its early stage. Many Korean scholars are writing papers in prestigious academic journals but the topics of many of those papers are not related to Korean business issues. In some cases, the requirement of writing papers in foreign journals for promotion at universities produced unexpected negative results such as not knowing Korean business issues or not attending academic meetings held in

* Professor, Business School, Donnguk University_Seoul, First Author

** Professor Emeritus, Business School, Donnguk University_Seoul, Co-Author

Korea. Now, it is time to sketch and define the Korean-style management and dispatch it to other developing countries in the world. Also, the practice-oriented management education should be emphasized in undergraduate business educations and MBA programs in Korean universities.

Key words: Korean Academic Society of Business Administration, 60th Anniversary, Business Administration Discipline, Management Education, Master of Business Administration

-
- 동국대학교_서울 경영대학에 재직중인 이영면 교수는 연세대학교 경영학과와 서울대학교 대학원을 졸업하였으며, 미국 Minnesota대학교에서 Industrial Relations(노사관계/인적자원관리)로 박사학위를 취득하였다. Industrial & Labor Relations Review, Journal of Industrial Relations 등에 논문을 발표했으며, 고용관계론, 직무만족의 의미와 측정, The Development of Human Resource Management Across Nations 등의 저서가 있다. 연구분야는 비정규직, 비노조근로자대표제도, 고성과작업조직, 윤리경영 등이다.
 - 동국대학교_서울의 이순룡 명예교수는 고려대학교 상과대학 및 동대학원 경영학과를 졸업하였으며, 동국대학교에서 경제학박사를 취득하였다. 한국경영학회 부회장, 한국생산관리학회장, 한국품질재단 이사장을 지냈으며, 저서로는 품질경영문헌상을 수상한 품질경영론, 제품 서비스 생산관리론과 생산운영관리 등이 있다. 한국품질경영학회 석좌회원으로 주요 연구분야는 생산운영관리와 품질경영(품질코스트)이다.