



Frontier

KAIST Graduate School of Management

2005 Summer 테크노경영대학원 소식
KAIST Graduate School of Management

KAIST
테크노경영대학원



CEO FORUM 행사 사진



04	나침반	이재규 교수 (KAIST 테크노경영대학원)
05	특별기고	이옥숙 전무이사 ((주)노마랑)
06 10 12	News	제2회 KAIST CEO 포럼 테크노 뉴스 고위경영자과정 뉴스
14	Feature Article	글로벌 MBA 랭킹
18 20	KGSM Research	입소문과 마케팅 2005 한국경영정보학회 최우수논문상
22	Career Development	경력개발 ABC
26	Globalization	Exchange Program – JEAN EMILE's life in Korea
28 30 32	캠퍼스탐방	2005 See KAIST 경력개발 소그룹 S.I.F.E 소개 사진으로 보는 KGSM 이모저모
34	교양코너	Neil Young Never Sleeps
35	알림란	여름의 테크노인, 동문회비 납부안내



32 contents

Frontier

KAIST Management Update

Frontier 32

테크노경영대학원 계간지
2005 SUMMER Vol.10 No.2 (통권32호)

발행일 2005년 7월 25일
 발행인 박성주
 편집인 김동석
 기 획 황은정
 취 재 강병욱, 김경수, 박홍석, 이웅선, 전인혜, 한철우
 표 지 조혜순 (AIM 22기 조성식 대표이사 사모)
 발행처 KAIST 테크노경영대학원
 서울 동대문구 청량리 2동 207-43
 TEL (02) 958-3246 FAX (02) 958-3243
 디자인 경희정보 디자인팀 Designest (02) 2263-7534

한국경영학의 블루오션



이재규 교수

KAIST 테크노경영대학원

우리나라의 경제규모와 수출규모가 세계 10위를 넘나들고 있다. 이런 결실을 맺은 데는 산업전선에서 땀 흘린 근로자와 함께 탁월한 경영자가 있었다. 그럼에도 불구하고 우리나라 경영자의 경험을 경영학에 반영하지 못한 것은 한국경영학의 열등감에 기인한다. 선진국에서 배운 것도 제대로 적용하지 못한 우리나라의 경영 현실로 비치는 것이다. 이것이 옳은 평가인 측면이 있음을 인정한다. 그럼에도 불구하고 우리나라 경영학이 나아가야 할 길을 다음과 같이 제안 하고자 한다.

1 경영학은 제한적 과학이다.

경영과 사회현상은 하나님께서 창조한 자연과학처럼 하나의 법칙으로 설명되지 않는 경우가 많다. 그럼에도 불구하고 IT를 사용하여 정보관리를 효율적으로 하고, 의사결정문제를 수리적 모델로 최적화하거나 통계적 예측을 하는 기법들은 경영의 수준을 그만큼 높여준다. 경영과학과 경영정보학을 이용하여 경영 활동의 과학적 요소를 확대해 나가야 하겠다. 그러나 경영문제가 과학적 요소뿐만 아니라 사회적 요소도 많은 만큼, 문제를 현학적으로 과학화하는 우를 범하지 말아야 하겠다.

2 경영학은 전문 상식이다.

그런데 성공한 사업가는 경영학을 체계적으로 공부하지도 않은 경우가 많다. 그러므로 경영의 기본은 상식임을 인정하지 않을 수 없다. 상식이 부족한 경영과학자에게 맡겨진 경영은 재앙이 되고 만다. 그러므로 유능한 경영자는 건전한 상식, 논리적 사고와 언어구사능력, 사회성과 리더십, 그리고 현장 경험과 산업전문지식을 소양으로 갖추고 있다. 상식이 경영능력이라면 경영학은 설자리를 잃고 마는가? 그렇지 않다. 경영학은 여러 경영자의 경험을 일반화하고 분류하는 역할을 해야 할 것이다. 지나치게 과학화 하려 하지말고 오히려 교훈적 경험이 공유되게 하는 것이 중요할 것이다. 경영학교육은 이런 상식의 역량 강화를 중요한 축으로 포함시켜야 할 뿐만 아니라, 변화의 시대에 평생 지속 교육의 차원으로 제공되어야 할 것이다.

3 경영학은 가치관에 관한 학문이다.

그런데 전문 상식이 많은 경영자들이 조직이나 개인의 이익을 위해서라면 비윤리적 행위를 범하고 만다. 기업에서나 관료사회에서나 마찬가지이다. 이런 유혹을 이길 수 있는 능력은 경영 기법도, 상식도 아닌 가치관에서 나온다. 법적 징계가 사후적 교훈을 주지만 유혹을 이길 수 있는 근본적 힘은 체화된 윤리와 신앙에서 나온다. 그러므로 건전한 가치관을 제공할 수 있는 인격을 신앙교육과 구분하는 것은 본질을 망각한 접근방법이다. 군에서 훌륭한 용사를 배출하기 위해 신앙을 갖게 하듯, 경영학에서도 훌륭한 경영자를 배출하기 위해 경영현장과 관련된 문제에 관한 신앙교육을 시켜야 한다. 기업이 이윤을 극대화하기 위해서 고객에게 친절해야 한다는 교육보다, 사람은 서로 사랑해야 한다고 배운 결과 그 적용으로 고객에게도 친절하고, 다른 사람에게 범하지 않은 인격을 갖게 하는 것이 교육의 근본이 되어야 할 것이다.

4 경영학은 우리문제의 해결 결과이다.

경영학의 어머니는 어려운 경영문제이다. 그런 면에서 우리 기업들이 안고 있는 고질적 문제가 경영학 연구의 기회이어야 하고, 이를 해결한 방법이 다른 나라에게 교훈이 될 경영학 진리가 되어야 한다. 우리의 문제는 무엇이며 어떤 목표를 달성해야 할 것인가? IMF의 금융위기 탈출, 노사평화 정착, 양질의 교육제도 확립, 세계적 연구력의 보유, 행정부의 효율성 극대화, 정치의 도덕성 확립, 한민족의 평화통일 달성, 계층간 갈등의 해소와 지속성장, 세계최고의 기업경쟁력, 쾌적한 환경 속의 행복한 삶 - 이런 목표들이 경영학의 목표이어야 한다. 우리나라가 안고 있는 경영문제는 한 기업만을 관찰해서 해결되지 못하는 것이 대부분이다. 사회학과 정치학과 행정학과와 벽을 허문 삶의 현장에서의 경영학을 찾아야 할 것 같다. 왜냐하면 그것이 우리 문제의 성격이기 때문이다. 이런 문제에 대해 경영학자들이 연구할 바를 찾지 못하고 미시적 생산 판매에만 집착하면, 우리나라 경영학자는 서구학자들이 만들어 놓은 틀에 인정 받기 위한 연구를 따라갈 수 밖에 없다. 이 본질을 극복해야 한다. 이것이 한국경영학의 비전이며 블루오션이다. **Frontier**

학교 발전기금을 낼 수밖에 없었던 이유



이옥숙 전무이사

(주)노마랑

어머니가 42세, 아버지가 50세 때, 7남매의 막내로 태어났다. 늦둥이인 셈이다. 사랑이란 사랑은 온갖 독차지 하며 자랐던 행운아였다.

넘치는 사랑 속에서 자라 바보일정도로 자신만만한 아이였던 것 같다. 중학교때 배우기 시작한 영어가 재미있어 나와 비슷한 미국 친구를 초청하여 영어공부와 한글 공부를 서로 교환하며 배우면 되겠다는 생각을 하고 여러 경로로 미국 친구를 찾아보기도 했었다. 그런데 아주 슬픈 사실은 미국에서는 우리가 그러하듯 한국어가 교과과정의 하나가 아니라는 것이었다. 그 후로 고민을 시작하기 시작했다. 누가 우리의 위치를 이 지경으로 만들어 놓았는가? 분명 당파싸움과 채국정책 등으로 일괄했던 우리 조상들 때문이라고 결론을 지었다.

영똥하나 아무지게 마음먹은 것은 내가 어른이 되면 반드시 우리의 위치를 확고히 해야겠다는 것이었다. 우선은 점수를 잘 받아 일류학교에 진학하는 일이 무엇보다 중요한 것이었기 때문에 고민은 고민이고 주어진 과제들을 잘 해내야 하는 것이다. 그것이 존경 받는 조상이며, 원망 받지 않는 조상이 되는 것이라 믿었기 때문이다.

어느 때는 1주일을 밤을 새워 공부하여, 콩나물시루 같은 버스에서조차도 옆 사람의 등에 기대어 잠을 자기도 했다. 이렇게 주어진 일에 최선을 다하며 세월이 흐르면서, 남들

처럼 결혼도하고 아이도 낳고, 사업도 하여 온 좋게 돈도 벌고..... 존경 받는 조상이 되겠다는 영똥한 결심은 까맣게 잊은 채.

50이 훌쩍 넘은 어느 날, 다시 고민하기 시작했다. 중학교 때 고민했던 것을... 소득수준이야 많이 늘어났다 하지만, 여전히 취약한 우리의 입지를 받아들이 수 밖에 없는 현실을... 그곳에서 우리의 처지를 이 지경으로 만든 장본인중에 나도 끼어있음을 발견하였다!! 무엇으로 이 책임을 조금이라도 면할 수 있을 것인가?

우리 후손들이 틈새에서 숨쉬기 어려워할 것을 조금이라도 도울 수 있는 것 이 있다면 그것을 하는 것이 내가 이세상에 태어나 할 수 있는 유일한 방법이라는 생각을 하게 되었다.

일찍부터 나는 사업을 하였고 이로 인해 돈을 벌었으니 돈으로 이책임을 면하는 것이 내가 할 수 있는 일 중에서 제일 쉬운 일이라는 결론을 얻게 되었다. 그래서 선택한 것이 학교발전기금이었다.

사업이 번창할수록 나의 학교 발전기금은 늘어날 것이라는 기대를 하면서 발전기금에 대한 변을 대신하고 싶다. **Frontier**



CEO FORUM

제2회 KAIST CEO 포럼, 제주 샤인빌에서 열려... - 가치창출을 통한 기업성장 -

지난 해에 이어 두번째로 6월 30일부터 7월 2일까지 제주도 샤인빌에서 열린 ‘제2회 KAIST CEO 포럼’은 100여명의 고위경영자과정 동문과 가족 그리고 교수진 등 총 200여명이 참석해 동문간, 사제간에 더욱 깊은 교류를 나누는 의미 있는 교육과 체험의 장이 되었다. 올해는, 국내의 시장의 규모가 빠르게 확장됨에 따라 그 주제를 <가치창출을 통한 기업성장>으로 정하고 새로운 경영기법들을 토론할 수 있도록 프로그램을 준비했다.

작년에 이어 올해도 배순훈 위원장과 러플린 교수의 인사말과 배보경교수의 사회로 6월 30일 오후 3시 ‘제2회 KAIST CEO 포럼’이 시작됐다. 첫날에는 세계적 전략 컨설팅 기업인 Monitor Group의 Chakravorti 박사가 ‘The Slow Pace of Fast Change’를, KDI 김중수 원장이 ‘글로벌 경제환경과 혁신 중소기업의 육성과제’를 주제로 강연하였고, 그 후 진행된 현용진 교수 (‘가치의 발견과 전달-시장지향적 사고의 틀’), 박광우 교수 (‘기업 지배구조와 기업가치창출’), 그리고 보스턴컨설팅 서울사무소 이병남 대표 (‘고급시장 신사업 발굴전략: Trading Up’)의 Knowledge Update에서는 동문들이 각 관심 분야에 참석해 각자의 의견을 나누는 기회를 가졌다.

저녁 ‘저녁만찬과 교류’에서는 김영걸 교수가 직접 진행하는 레크리에이션을 통해 모든 참석자들이 함께 어우러지는 시간을 보냈다.

둘째 날에는 USC(남가주 대학) 박충환 석좌교수의 ‘브랜딩 전략에 의한 가치창출’ 강연을 시작으로 교수와 사례기업의 주제발표 후 각자의 의견 및 상황을 상호교환하는 형식의 Breakout Session이 진행되었다.

저녁에는 특별히 우리나라 중요무형문화재 제17호 봉산탈춤 예능보유자 김기수(金琪洙·70)씨와 그의 제자들의 봉산탈춤 공연은 AIM 동문과 가족들의 찬조출연으로 흥미를 더했고, 이어 진행된 불꽃놀이 아래에서의 한바탕 탈춤마당은 전체 동문이 하나가 되는 소중한 시간이었다.

마지막 날은 과정별 동문모임으로 제주도의 푸르른 자연 속에서 골프와 친교의 시간을 즐기며 2박3일 간의 일정을 되돌아 보는 시간으로 마무리 되었다.

< Breakout Session >

	내 용	좌 장
Breakout Session I	1. 가치창출을 위한 경영자의 전략적 의사결정 2. 전략적 연대와 가치창출을 위한 협상기술 3. 경영혁신과 전략경영의 실제적인 수단으로의 BPM (LG전자 사례) Business Process 혁신: 홍성완 LG전자 BPM Consulting 상무	박남규 교수 김철호 교수 이병태 교수
Breakout Session II	1. AIM: 비즈니스 성장전략 (LG화학 사례) Globalization을 통한 중국에서의 성장 전략: 유철호 LG화학 화성산업본부 사장 2. K-CEO: 지식경영을 통한 기업의 가치창출 (대웅제약 사례) 대웅제약 지식경영: 전우방 대웅제약 상무 (이브자리 사례) 지식경영 활성화 요인과 사례토의 고준홍 이브자리 사장 3. AVM: 중소벤처기업의 기회포착과 자금조달 (인터베스트㈜ 특강) How to Attract Venture Capitalists: 정성인 인테베스트㈜ 대표 (㈜다원텍 사례) DAWINTECH의 기회포착과 국제화: 김광식 ㈜다원텍 대표 4. ATM: 유비쿼터스 경영환경에서의 기업가치창출 (KT 사례) U-City와 KT 추진전략: 고성목 KT 상무 (SK Telecom 사례) Ubiquitous Computing: 이종현 박사	한인규, 이희석 교수 김영걸, 김영배 교수 배종태 교수 안재현 교수

■ 다음은 ‘제2회 KAIST CEO 포럼’ 행사 후 진행위원 강평회에서 인터뷰한 내용이다.



1) 작년 제1회 KAIST CEO 포럼과 이번 제2회 행사가 차별화되는 점은 무엇입니까?

물론 주제 자체도 달랐지만, 구체적인 예로 Breakout 세션을 통해 동문 기업들 간의 실질적인 협력이 이루어지고 있다는 겁니다. Breakout 세션은 작년과 마찬가지로 교수와 사례기업의 주제발표가 있는 후 각자의 의견 및 상황을 상호교환하는 형식으로 진행되었지만, 의견의 상호교환이 보다 활발하게 이루어졌으며 coffee break를 통해 참여하신 분들간 의견이 보다 자유롭고 깊이 있게 오갈 수 있었습니다. 실제로 한 동문 제조기업과 디자인 회사가 함께 협력하기로 하였고, 또 다른 제조기업도 통신기업과 함께 인텔리전트 제품을 공동개발

하기로 하는 등 포럼장에서 실제적인 시너지와 협력이 이루어졌습니다.

특히 세션 마지막인 둘째날, 만찬에 앞서 배순훈 위원장님이 전체 세션내용을 일목 요연하게 정리해 주셔서 참으로 도움이 되었다고 많은 동문들이 말씀해 주셨습니다.

2) 다음 제3회 KAIST CEO때 특별히 보장하거나 추가하고 싶은 프로그램 혹은 계획이 있으신지요?

내년은 KAIST 테크노경영대학원 개원 10주년을 맞이하는 해입니다. ‘제3회 KAIST CEO 포럼’을 10주년 기념행사와 겸해서 진행할 계획입니다.

올해 동문들로부터 평가가 매우 좋았던(5점 만점에 4.7이상) 박충환 교수님의 기초발표(제목: Value Creation by Branding Strategy)나 Breakout 세션들을 좀더 강화하고, 강의장 밖에서 각자의 관심 내용을 보다 자유롭게 의견을 나눌 수 있도록 Coffee Break시간을 좀더 확보하려 합니다. 그리고, 보다 많은 분들이 참석할 수 있도록 시기를 일주일 정도 앞당겨 상반기 결산 일정 때문에 참석하지 못한 분들도 함께 할 수 있도록 하고, 아주 작은 부분까지도 좀더 세심하게 배려하여 동문들의 만족도를 더욱 높이도록 하겠습니다. 또한 3회 때는 보다 많은 가족분들이 참여할 수 있도록 가족 프로그램을 더욱 보강할 계획입니다. 2회 포럼이 전체적으로 1회 때보다 내용이나 진행이 더 좋아진 것을 바탕으로 내년 3회는 확실한 동문행사로 자리매김 할 수 있다고 봅니다.

3) 마지막으로 이번 행사에서 특별히 인상에 남는 것은 무엇입니까?

첫날 저녁만찬 이후 김영걸 교수님이 진행한 레크리에이션은 참가자 모두가 더욱 가까워져 하나가 될 수 있도록 확실한 촉매역할을 했습니다. 동문들의 특성을 잘 알고 있는 교수가 직접 진행을 함으로써, 더 많은 웃음과 재미를 자아내었고 단 한 분의 동문도, 가족도 자리를 뜨지 않았습니다. 그리고, 둘째 날 바다를 바라보며 진행된 야외 바비큐장에서의 만찬은 제주의 바닷바람이 그 맛을 더해 주었으며, 만찬 이후 봉산탈춤 전수와 팀과 동문과 가족이 출연한 ‘봉산탈춤’ 공연은 우리의 전통문화를 접할 수 있는 소중한 기회가 되었습니다. 특히 마지막에 바다에서 쏘아 올려지는 불꽃놀이와 흥겨운 우리 장단은 우리 모두의 어깨를 절로 들썩들썩하게 하여 참석자 모두가 탈춤과 강강수월래를 추는 등, 이 모든 것이 행사를 더욱 빛나게 하지 않았나 싶습니다.



AIM 6기 올림픽스포츠클럽퍼레이션 이관식 대표이사

이번 포럼은 KAIST의 가치를 다시 한번 인정하게 하는 자리였습니다. 포럼의 주제가 가치창출에 대한 것인 만큼 포럼을 통해 다시 한번 KAIST의 브랜드 가치에 대해 생각할 수 있었고, 무엇보다 경영자에게 꼭 필요한 가치창출에 대한 새로운 시각을 가질 수 있도록 도움을 준 유익한 포럼이었습니다. KAIST의 가치는 1)학문적 바탕 위에 2) 창조적인 기획력과 3) 서비스마인드로 무장한 ‘faculty 군단’이 아닐까 생각합니다. / 이관식 동문은 KLPGA 회장 역임하면서 여자 프로골퍼들의 해외진출에

혁명적인 역할을 수행하였다.

CEO FORUM



ATM 471 한국폴리콤주
박세운 대표이사

작년 1회 KAIST CEO 포럼에 참석한 과정 동기와 교수님의 추천으로 거절하지 못하고 바쁜 중에 참석한 포럼. 복잡하게 얽힌 회사 일에서 도피하고 싶었던 충동도 있었습니다. 도피성 여행, 아무 생각 없이 시간을 흘려 보내고 싶었습니다. 출발할 때부터 감기로 상태가 좋지 않아 돌아올 때는 흐느적 거리는 몸이었지만 머리만은 뭔가로 꽉 채워진 한결 여유롭고 확신에 찬 상태, 큰 선물보따리를 등에 지고 돌아오는 기분이 들었습니다. 흘려 보내려 떠난 여행에서 나를 채워주고 힘을 실어준 그것은... 자신의 일은 무엇이고 무엇을 위해 사는지 스스로를 확신하고 있는 사람들, 그들이 함께 만들어 내는 교향곡 중심에서 벗어날 땀 위태로워 보이다가도 어느새 다시 내재하고 있는 무게중심으로 모두를 안정시켜주는 여유로움... 그분들은 카이스트 교수진들... 그리고 지원을 맡은 학생분들, 직원분들 이었습니다. 서로가 서로를 이끌어주고 도와주며, 자신의 역할에 충실한 조직이었습니다. 구태여 포럼의 주제를 ‘가치창출을 통한 기업성장’으로 하지 않았더라도 우리는 그분들이 연출한 극의 제목이 ‘가치를 찾아 노력하는 사람들’이라는 것을 분명 알 수 있었습니다. 일부러 연출하지 않더라도 그분들의 삶에 대한 사상과 진실이 우리나라와 보여진 시간, 3일간의 시간은 그렇게 기억하고 싶습니다. / 박세운 동문은 원격회의(Teleconferencing)에 대한 토털 솔루션을 제공하는 컨퍼런스 전문기업인 ‘한국폴리콤’을 통해 한국의 가상기업을 선도하고 있다.



AIM 1671 AVM771 (주)인산가
김윤세 대표이사 사장(맨 왼쪽)

브랜드 가치 창출에 대한 적지 않은 깨달음 수확.
올해는 한 해의 절반을 제주도에서 열린 KAIST CEO 포럼에 참석해 공부하는 것으로 결산하게 된 데 대해 더 없는 보람과 기쁨을 느낍니다. 쫓기듯 바쁘게 살아갈 수밖에 없는 일상을 벗어나 마치 다른 세상에 온 듯한 느낌을 주는 제주도에서의 2박3일 일정은 ‘지켜우리만치’ 시키는 공부로 인해 다소 빡빡한 일정을 보냈음에도 불구하고 참석자 모두가 함께 즐긴 봉산 탈춤과 반나절의 운동 프로그램까지 곁들여 행사의 의미와 재미를 한층 만끽하게 해주었습니다. 오랜 만에 만난 동문들과의 주석(酒席)도 기억에 남고 교수님들의 장외(場外) 교육 역시 제주에서의 즐거운 추억거리로 보태졌습니다. 이번엔 참석한 배순훈 교수님을 위시하여 모든 교수님들의 강의 내용이 많은 것을 일깨워주는 계기가 되었는데 특히 ‘기업 경영에서의 브랜드 가치를 어떻게 창출할 것인가’에 대한 미국 Southern California대 박충환 석좌교수의 강의를 통해 적지 않은 깨달음을 얻게 된 것은 이번 제주 포럼 최대의 수확으로 생각합니다. 다음 행사를 위해 한 가지 건의 드리고 싶은 점은 다른 기관 단체들과의 차별화 노력의 일환으로 강도 높은 교육을 시키는 것도 좋지만 자유시간을 조금만 더 배정해주셔서 늘 일에 찌들고 시간에 쫓기며 지내온 사업가로서의 인생행로를 되돌아볼 기회와 가족, 동문, 교수님들과의 격의 없는 대화시간을 좀더 가질 수 있었으면 좋겠다는 말씀을 드립니다. 뜻 깊은 행사를 준비해주신 모든 분들께 다시 한번 감사드립니다. / 김윤세 동문은 한국적인 것에 바탕을 둔 품의 기업 ‘인산가’를 운영하면서 죽열을 통한 웰빙시대 주도하고 있다.



변정욱
AIM 971 간설근로자공제회
안광우 이사장 배우자

평소 고르지 못한 제주 날씨에 장마예보까지 발령되어 다소 불안한 마음으로 제주 샤인빌에 도착했습니다. 바로 Monitor Group의 「기업성장 이론」에 대하여 영어 강의를 들었는데, 물론 잘 알아들을 수는 없었으나 국제화 시대에 CEO들이 어떤 SIANCE여야 하는가를 암시해주는 것 같아서 본인을 비롯하여 참석한 모든 분들에게 그들의 명성과 더불어 유익한 시간이었으리라 생각합니다. 저녁만찬과 함께 김영걸 교수님의 진행으로 재미있고 건전한 여흥이 이어져 다소간에 서먹한 만남을 오랜 친숙한 만남으로 바꿀 수 있었습니다. 다음날은 동반자 Program으로 이미 친숙해진 사모님들과 Golf와 ‘푸른 여름사진 담기’ 등에 어우러져 모처럼 만에 쌓였던 스트레스들을 멀리멀리 날려보낼 수 있었습니다. 이어서 두 번째 만찬과 함께 ‘해변의 봉산탈춤’공연은 참으로 새롭고 멋이 있었습니다. “우리 것이 좋은 것이여”를 실감했었고 탈춤 고수들과 더불어 동반한 어머니 탈춤꾼들의 공연은 흥겹고 모두모두 같이 즐거웠습니다. ‘역시 KAIST다운 선택은 품격이 존재하는구나!’라는 생각이 들었습니다. 제주의 장마철 곳은 날씨마저도 우리들의 행사를 지원해주듯이 살쾅살쾅 비쳐가면서 우리들의 「동락」을 축하해주지 않았나 생각됩니다. 가정의 CEO인 주부들이여, 알차고 항상 새로움을 창출할 것으로 기대되는 KAIST CEO FORUM에 적극 참여합시다.

/ 변정욱 사모는 동반자 프로그램 ‘Golf’에서 멋진 포즈와 퍼팅으로 많은 사람들의 시선을 끌었다.



조혜순: AIM 22기
한국쌔스소프트웨어(주)
조성식 대표이사 배우자

학교의 배려로 동문들의 가족들에게 제공된 동반자 프로그램에 따라 사진작가 강태길 선생님의 인도로 몰랐 오름에 올랐습니다. 제주도의 속살이라 하는 원시림 가운데 연보라 빛과 흰색의 산수국이 녹색의 풍성한 잎사귀와 조화를 이루어 울창한 숲속의 향기와 함께 우리들의 마음과 카메라 렌즈를 사로 잡았습니다. 출발 직전 사진에 대하여 무지한 학생(?)들에게 짧은 시간에 무엇을 가르쳐야 할까 한참 고민하신 후 “사진에 대한 이전의 편견과 선입견을 다 버리고 오늘 숲 속에서 여러분의 마음에 끌리는 것들을 담아 보세요.”라고 말씀하신 탓에 평화로운 호수, 꽃, 나무, 돌... 등을 야간의 신비감까지 느끼며 사진에 담을 수 있었습니다.

산에서 내려와 루게릭 병으로 얼마 전 이 세상을 떠난 김영갑 사진작가의 갤러리 ‘두모악’을 방문하였습니다. 20여 년 동안 제주도의 초원과 오름과 바다를 거닐며 자연의 신비와 생명을 사진에 옮겨놓은 그 분의 작품들을 보면서 순수한 자연을 사랑하는 마음이 제게도 전해지는 것 같았습니다.

해질 무렵 샤인빌 바닷가에서 바베큐로 즐거운 저녁식사와 봉산탈춤을 감상한 후 우리들도 함께 봉산탈춤에 합류하였습니다. 그러나 복장과 탈을 쓰고 보니 시야가 가려져 탈을 쓰지 않고 연습할 때와는 도무지 다른 상황이더군요. 우리 고유의 춤과 동작인데 어찌 그다지도 팔, 어깨, 다리, 몸, 머리가 따라주지 않던지... 그래도 탈춤이 이렇게 어렵고 힘든 것을 함께 경험 하면서 모두가 더욱 한 마음이 되었으리라 생각해 봅니다.

AIM 22기 배우자들을 대상으로 한 배보경 교수님의 첫 강의(주제: 변화란?)와 그 동안 배우자들 프로그램에 댄스, Table styling, computer, 봉산탈춤, 사진 찍기 등을 통해 새로운 경험과 변화를 시도할 수 있도록 도와주신 여러 교수님들, 프로그램과 행사때마다 곁에서 도와주신 스태프들에게 감사드립니다.

지금쯤 AIM 22기 모두가 마지막 날 이 밤에 피곤한 몸을 뒤척이며 아쉬움으로 쉽게 잠을 이루지 못하겠지요...

/ 조혜순 사모는 동반자 프로그램 ‘제주자연을 나의 디카에...’에서 제주의 자연을 한폭의 수채화처럼 디카에 담아 우수작으로 선정되는 영예를 안았다.



학생참가도우미와 테크노경영 MBA 1년차 신은정 (왼쪽에서 세번째)

MBA는 미래의 CEO가 될 학생들을 키우는 곳이고 또 학생들은 미래의 CEO가 될 준비를 스스로 해야 한다고 생각합니다. 그런 면에서 이번 우리학교에서 주최한 제2회 KAIST CEO포럼에 학생 도우미로 참여하게 된 것은 너무나 좋은 기회였던 것 같습니다.

CEO들을 위한 특별 강의로 USC 박충환 교수님의 ‘브랜딩 전략에 의한 가치창출’과 BCG 이병남 부사장님의 ‘고급시장 신사업 발굴전략’ 등 쉽게 들을 수 없는 비싼 강의를 공짜로 들을 수 있었고 또 각 세션 장마다 진행된 여러 강의들은 정말 흥미 진진한 내용들이었습니다.

제주도의 환상적인 풍광과 더불어 고급스러운 리조트, 저녁 만찬과 야의 바베큐 파티 등은 고급문화 체험으로도

훌륭한 경험이었습니다. 세션 강의 조교와 행사장 안내 등을 하면서 여러 교수님들을 알게 되었는데 수고한다고 학생들의 이름표를 보며 직접 이름을 불러 주시고 따뜻한 격려도 잊지 않으셨습니다. 동료 학생들과의 끈끈한 팀워크를 이룬 것도 기쁜 일 중의 하나였는데 바쁘고 힘든 일정에도 짜증 한번 내는 사람이 없었고 빠진 일들이 있으면 서로서로 챙겨주면서 늘 화기애애한 분위기 속에서 일할 수 있었습니다.

또 이번 행사를 통해서 우리학교가 교수님들을 비롯해 동문들이 학교 발전을 위해 얼마나 애쓰고 있는지도 알게 되었습니다. 학교를 위한 작은 기여, 우리 학생들이 학교의 여러 행사에 직접 참여해 보기를 권하고 싶습니다. 한편 학교에서도 학생들을 도우미로 참여시킬 때 우리 KAIST MBA 학생들은 다종다양한 직장에서 전문가 수준의 높은 퀄리티를 보유한 사람들이 많기 때문에 학생들의 전문성을 발휘할 수 있는 다양한 기회가 주어질 수 있으면 좋겠다는 생각도 해보았습니다. / 신은정 학생(테크노경영 MBA 1년차)은 쉐리테크에서의 방송기획 경력과 벤처포럼 세미나의 성공적인 행사기획으로 “올해의 KSVM 회원상”을 수상 한 바 있다.

교육부, 국내 MBA스쿨 대표사례로 본교 소개

장기화된 경기침체로 국가 경제를 이끌 인재양성에 더욱 관심이 몰리고 있는 가운데 김진표 교육부 장관이 지난 5월 19일 발표한 '경영전문대학원 설립案'에 본교가 우수사례로 소개되었다. 교육부는 국제 수준의 전문가 양성이 시급한 경영 금융 물류 분야 교육시스템을 학부 중심의 현행 경영대나 경영학과 중심에서 전문대학원으로 전환하도록 권장할 것이며, 현재 제대로 운영되고 있는 경영대학원은 국내에 KAIST 테크노경영대학원이 유일하다는 것이 발표의 주된 내용. 이번 발표에 대해 국내 경영대학들은 학부를 축소 또는 폐지하면서까지 경영전문대학원을 설립할 수는 없는 것이 현실이라고 말하고 있으나, 이미 정통 MBA과정을 운영하고 있는 본교의 입장에서 다시 한번 대중들에게 KAIST 테크노경영대학원의 우수성을 알릴 수 있는 계기가 되었다.

이재규 교수, 싱가포르경영대학교 부임



85년 KAIST 테크노경영대학원 교수로 부임해 국내 경영정보학 분야 교육을 개척해온 이재규 교수가 오는 9월부터는 SMU(Singapore Management University) IS 학과의 부학장으로 부임한다. 지난 20여 년 간 이재규 교수는 전자상거래 전문 학술지인 'ECRA' 총괄편집위원장, 한국경영정보학회장을 역임했고, 현재는 국제전자상거래연구센터 소장직을 함께 맡고 있다. 올 초에는 전자산업 CIO

협회의 초대회장으로, 6월에는 웹코리아 포럼 제2대 의장으로 선출되는 등 학계 및 업계의 발전을 위한 다양한 활동을 펼쳐왔다. 아울러 2004년에는 급격히 변화하는 전자상거래 분야의 이슈를 교재로 구성해 매일경제신문사로부터 올해의 이코노미스트상을 수상하기도 했고, KAIST 테크노경영대학원 동문들로부터 '2004년 올해의 KAIST 테크노 교수상'을 받기도 했다.

김명수 학생(박사과정) 등, 한국경영정보학회 논문상 수상

지난 5월 17일 한국경영정보학회 '2005 춘계학술대회'에서 본교 김명수 학생(지도교수 안재현)과 경희대 경영학과 김재경 교수(KAIST 산업공학 박사 출신), 숙명여대 경영학과 서보밀 교수(KAIST 경영공학 박사 출신)가 논문상을 수상했다.

김명수 학생(경영공학 박사 5년차)은 <Sources of Trust toward a market-maker in the e-marketplace> 논문으로 논문대회 행동부문 최우수 논문상을, 김재경 교수는 P2P환경에서의 하이브리드 기법을 이용한 추천방법론을 설명한 <A Peer-oriented collaborative Recommendation for Content-Based Image Retrieval> 논문으로 기술연구부문 최우수논문상을 각각 수상했다. 서보밀 교수는 <The Impact of Customer Trust and Perception of Security Control on the Acceptance of Electronic Commerce> 논문으로 신진연구자 논문상을 수상했다.

「관련기사 P.20~21」

오성원, 서민수, '보험상품 공모전' 대상



현대 해상이 창사 50주년을 기념해 개최한 '보험 상품 아이디어 공모전'에서 테크노MBA 1년차 오성원, 서민수학생이 정보보호 보장성 보험인 'Info-save' 상품 제안으로 영예의 대상을 차지했다.

이들의 논문은 정보화 시대 도래와 맞물려 많이 발생하는 개인정보 누출의 피해를 보상하는 상품

을 제시함으로써 포화상태에 놓여있는 보험시장에서 신규 영역을 개척한 동시에 시장이 필요로 하는 점을 잘 파악했다는 평가를 받았다. 특히 개인정보 보호를 위해 정보 누출 피해의 등급을 정하고 이에 맞는 보상체계를 체계적으로 구축한 작업과 마케팅 방법 및 해결과제가 지 꼼꼼히 제시했다는 점에서 높은 점수를 얻은 것으로 알려졌다.

시상식은 7월 6일 현대해상 광화문 본사에서 열렸으며, 이들은 상패와 500만원의 상금을 받았다.

자동차 기술·경영전공(ATMP) 과정 개설

본교는 오는 9월 자동차 기술·경영전공(ATMP) 과정을 개설한다. 이는 국가전략산업인 자동차산업의 글로벌 리더가 될 고급기술경영인력 육성을 위해 과기부와 협력해 개설되는 과정으로, 기술을 알고 비즈니스 마인드를 가지고 있으면서 전략적 사고가 가능한 기술인력 양성이 목표로 한다.

2년제 정규 공학석사 과정으로 20명을 선발하며, 교육대상은 참여 기업의 파견직원과 일부 이공계 대졸자이다. 교육은 1학기는 서울 흥릉 캠퍼스에서, 나머지 3학기는 대전 본원에서 이루어질 계획이며, 시장과 기업의 요구를 대폭 반영한 성공적 산학협동 맞춤형 교육 모델로 만든다는 계획이다.

배순훈 교수, '한국경제 성장과 미래' TV 특강



배순훈 교수가 '한국경제의 성장과 미래'를 주제로 6월 6일부터 5일 동안 EBS TV를 통해 특강을 했다. <기획특강>이라는 프로그램으로 소개된 5회에 걸친 강의는 각각 '산업혁명과 세계화', '변화하는 자만이 살아 남는다', '변화 만들기', '한국경제의 경쟁력 높이기', '2010년 한국,

그 후'라는 주제로 이루어졌다. 국내외 기업들의 다양한 사례와 역사적 사건들을 되새기며 현재의 한국경제 발전을 위한 묘안을 발견할 수 있는 강의로, 배순훈 교수 특유의 미소와 유머로 시종일관 방청객과 시청자의 시선을 사로잡는 방송이었다. EBS 홈페이지(www.ebs.co.kr)를 통해 VOD를 볼 수 있다.

KGSM '발전후원의 밤' 행사 개최



본교 대외협력위원회(위원장: 한인구 교수)는 지난 6월 1일, 신라호텔에서 학교 후원자들에게 감사의 뜻을 표시하고 지속적인 후원을 당부하는 '발전후원의 밤' 행사를 열었다.

김진재 발전후원회장(한나라당 최고위원)의 인사와 박성주 대학원장의 환영사를 시작으로, 영상을 통해 학교의 과거 현재 미래를 짚어 보고, 발전후원회 현황 및 회원을 소개하는 시간을 가졌다. 식사 후 펼쳐진 재학생들의 재즈댄스 공연으로 분위기가 무르익었고, 대학원 및 후원회 발전을 기원하고 학교 발전기금에 대한 의미를 되새겨보는 뜻깊은 시간이 되었다. 이날 행사에는 김진재 한나라당 최고위원을 비롯 20명의 발전후원회원과 교수 10여 명이 참석했다.

동문네트워크의 자리 '홈커밍데이'



지난 5월 14일 화창한 토요일 오후 1시부터 서울 홍릉캠퍼스 수펙스경영관에서는 100여 명의 동문과 교수가 참석한 가운데 '2005 홈커밍데이 행사'가 열렸다. KGSM 앙상블의 오프닝 연주와 재학생 재즈댄스 공연을 시작으로, 테크노 MBA 1기의 입학 10주년과 경영과학 11기의 졸업 20주년을 기념하며 기념식수를 했고, 동문진출현황 설문조사와 우수박사논문 시상도 진행되었다. 특히 정신과 전문의이자 음악평론가로 활동하는 국내 최초 클래식 전문 음반매장 '풍월당' 박종호 대표의 '21C 문화트렌드-오페라' 특강과 본교 안병훈 교수의 '기업의 사회책임경영' 특강은 바쁜 기업인으로 활동 중인 동문들에게 값진 휴식과 교육의 기회가 되었다. 이날 행사는 원형광장에서의 기념촬영과 MBA 2000학번 동문과 대학원장과의 간담회로 마무리됐다.

학생생활상담실 개설

본교는 대학원 학생 및 직원들을 대상으로 생활에서 느끼는 적응 및 심리적 문제해결에 도움을 주기 위한 학생생활상담실을 열고 이임순 상담심리전문가를 임용했다. 심리학 박사인 이임순 상담사는 다년간 임상심리상담 및 학생생활상담을 해온 경험을 바탕으로 학생들이 겪는 각종 대인관계, 개인적인 좌절, 공포감 등의 문제들을 개인상담, 집단상담 및 심리평가 등을 통해 극복할 수 있도록 도울 예정이다.

개인상담은 △대인관계, 교우관계, 이성교제 등에서의 어려움, △불안, 우울, 강박적 사고, 중독 등 정서 및 행동문제 △금연, 다이어트, 성문제 등 신체 및 건강문제 △기타 신경증 및 성격문제 등의 주제에 대해 가능하며, 집단상담은 공통된 주제에 대해 같은 고민을 하는 10명 내외의 내담자들과 상담자가 함께 대화를 하는 방식으로 구성되며, 심리검사는 기본적인 성격검사, 지능검사, 투사적 성격검사, 종합심리검사, 기타 진로탐색, 우울척도 등이 포함된다.

상담시간은 매주 화요일과 금요일 오전 9시부터 오후 5시까지이며, 개인상담은 예약시스템을 통해 신청하면 email로 일정을 확정해 준다.

22기 보광 부부동반 워크숍(AIM)

과정의 중반을 넘어서면서 부부동반 워크숍이 지난 5월 13일~14일 보광 휘닉스파크에서 진행되었다. 5월 중순임에도 이제 서야 봄을 맞은 듯 싱그러운 보광에서 부부동반으로 진행된 이번 워크숍에서는 친목의 시간과 배وج경 교수의 “변화관리와 리더십”을 주제로 한 강의로 진행되었다. 특히 과정생 배우자 모임인 ‘초월회’가 결성되었으며 6월 제주도 CEO 포럼에서 다시 만나기로 기약했다.

22기 배우자 특강(AIM)



지난 5월 25일에는 22기 배우자를 위한 특강이 진행되었다. 한인구 교수의 “배우자를 위한 정보화 특강”과 국내 제1호 푸드 스타일리스트 강홍준 선생의 “Food Styling 과 Table Setting” 강의는 감성을 자극하고 감각의 수준을 한층 높여 주었다. 바쁜 일상 중에 가족에 대한 의미를 되새길 수 있는 사랑으로 가득한 따뜻한 시간이었다.

총동창회 특별 조찬세미나(AIM)



2005년 총동창회 회장단 특별 조찬 세미나가 지난 6월 10일(금) 오전 7시 신라호텔

다이너스티 홀에서 열렸다. 연사로 초청된 한나라당 박근혜 최고위원은 ‘무엇이 진정한 개혁인가?’라는 주제연설에서 “우리나라를 일류국가로 만들고, 국민을 더 잘살게 하고, 편안하며 안전한 선진한국을 만드는 것이 진정한 개혁”이라고 밝히며, 선진한국을 만드는 방법으로 선(先) 경제선진화, 촘촘한 사회안전망 구축을 통한 ‘그늘 없는 공동체’ 구현, 법치주의에 기반한 성숙한 민주주의 실현 등을 제시했다. 조찬에는 전 여육 한나라당 대변인 외에 16명의 정당 관련자와 160명의 AIM 동문들이 참석했다.

8기 신입생 환영회 및 총동문회 발대식(AIC)



지난 4월 30일 AIC 8기 신입생 환영회 및 총동문 발대식이 청계산 옛골에서 열렸다. 바쁜 일정 중에 AIC 1기부터 8기에 이르기까지 많은 동문들이 참석하여 청계산 등반과 저녁회식에서 함께 담소를 나누는 등 즐거운 시간을 가졌다. 이번 발대식을 계기로 AIC 동문회가 더욱 활성화 되어 동문들간의 친목도모와 정보 교류의 장으로 발전해 나갈 것을 기대한다.

8기 컨설팅 워크숍(AIC)

AIC 8기 과정생들은 지난 6월 24일(금)~25일(토) 양일에 걸쳐 공기 좋고 아름다운 강촌리조트에서 그 동안 강의시간에 학습한 컨설팅 주제에 대한 실제경험과 문제 및 해결방안 도출, 프리젠테이션 등의 컨설팅트트의 기본소양을 배양했다. 이번 워크

숍을 통해 이론적인 지식 습득 외에 실제 기업사례인 (주)이브자리를 대상으로 컨설팅을 수행하고(경영전략, 인사전략, eBusiness 전략, 재무전략 부문) 컨설팅 결과를 기업의 CEO에게 보고하는 기회를 마련함으로써 보다 실용적이고 효과적인 학습의 기회를 제공하는 시간이 되었다.

4기 입학식(HMC)



기존 기술생산경영 전문가과정과 함께 그 동안 다른 학교에서 교육하던 전략경영 과정도 신규 개설하게 됨에 따라, 지난 4월 29일, 제4기 입학식 및 오리엔테이션이 SUPLEX 경영관 최정현홀에서 진행되었다. 기업의 일반관리자로 구성된 이번 HMC 4기 총 51명(기술생산경영 전문가과정 31명, 전략경영 전문가과정 25명)은 앞으로 12월 2일 수료식까지 각 분야의 기초 및 심화 교과목을 학습하고 통합적 문제해결 능력을 키우게 된다.

4기 Field Trip(HMC)



4기 과정생들은 5월 20, 21일 양일간 삼성SDI(주) 중앙연구소와 대전 인공지능센터로 Field Trip을 다녀왔다. 삼성SDI(주)의 혁

신활동 및 신제품 개발 현황을 소개받고, 대전본원에서는 인공위성센터 및 성공사례 전시관을 견학하였다. 이튿날, 과정생 전원이 계룡산 정상에 올라 앞으로의 교육 일정을 무사히 소화할 수 있는 체력을 유감없이 보여주었다.

동문기업 (주)도움 방문(ATM)



지난 4월 14일(목)에 7기 과정생들과 교수들은 인천에 위치한 ATM 동문기업인 (주)도움을 방문했다. '행복은 경영자의 의무이다.'라고 조용하게 말하는 박영호 대표이사의 강의에 동감하며, 회사 곳곳에 묻어 있는 섬세함과 직원들의 밝은 표정을 통해 대표이사의 철학과 마음을 느낄 수 있었다. 방문일정 후에는 (주도움의 배려로 식사와 즐거운 여흥시간이 진행되었다.

TU Media 방송센터 방문(ATM)



지난 5월 12일(목) 7기 과정생들과 교수들은 국내 유일의 위성 DMB 사업자로 선정된 TU Media 방송센터를 방문했다. 이날은 TU Media 서영길 대표이사와, KAIST 경상현, 차동완, 안재현, 배보경 교수가 함께했으며, 서울산업대 최성진 교수와 TU Media

나용수 상무의 강의와 TU Media의 방송현장을 견학하는 일정으로 진행되었다. 7기 과정생들은 각 강의시간 동안 현재 이슈화되고 있는 사안들에 대해 함께 논의해 볼 수 있었으며, 직접 위성방송 시설과 방송현장을 시찰하는 시간을 가졌다.

SK 울산 Complex 현장견학(K-CEO)

4월 22, 23일 양일간 SK 울산 Complex 현장견학이 진행되었다. 여러 임원과 공장장이 시설물 견학과 함께 직접 설명까지 하는 배려를 아끼지 않았다. SK KM팀의 주진복 팀장이 SK 게스트 하우스에서 특강을 진행하였으며 귀가 후, 롯데시네마의 김광섭 대표가 특별히 준비한 롯데시네마에서의 영화관람을 하기도 하였다. 현장견학은 23일 통도사 견학을 마지막으로 마무리되었다.

매일경제 신문사 견학(K-CEO)

4월 28일, 매일경제 신문사를 방문하여 신문의 제작과정을 관람하고, MBN 스튜디오에서 실제 방송이 제작되는 과정을 둘러보았다. 이후 요즘 가장 인기 있는 자문가 1순위로 꼽히는 고종완 대표가 부동산 재테크에 대한 강의를 진행했다. 지난 1~2년 사이에 고종완 대표의 예측이 부동산 시장에 적중했던 이유로 대중적인 인기도 높았고 또한 수강생들의 관심도 컸다. 특히 지루하게 느낄 수 있는 경영 또는 문화 강의와는 달리 동석한 배우자 들에게도 관심 있는 주제로 진행되어 매우 호응이 높았다.

Follow Up Session (CJ-KAIST AMP)

CJ-KAIST AMP follow-up Session이 5월 10일 최종현 A홀에서 진행되었다. 이는 지난 2월 15일부터 23일까지 진행되었던 CJ-KAIST AMP 과정에 참가한 CJ 신

임원들을 대상으로 실시한 것으로, 86시간의 집중교육을 통해 배운 경영이론과 현장의 노하우를 접목하여 전략경영, 마케팅, 조직관리 등의 각 분야의 실제 사례를 가지고 프리젠테이션 하는 형식이었다. 이러한 두 차례의 교육을 통해 본 과정에 참여한 20명의 CJ 신입임원들은 맡은 분야에 대한 주도권을 가지고 전략적 실행력을 바탕으로 조직과 구성원을 효율적으로 이끌어 나갈 수 있는 역량을 갖추었다.



2기 배우자 초청간담회 (Executive MBA)



봄학기 7주를 마친 4월 16일(토), 2기 과정생 배우자를 초청하여 간담회를 가졌다. 배보경 교수의 안내로 봄기운이 가득한 캠퍼스를 투어하고, 아트리움으로 자리를 옮겨 3개의 그룹으로 나뉘어져 저녁식사와 함께 즐거운 대화를 나눴다. 저녁식사를 마친 후, 본격적으로 시작된 게임은 김영걸 교수의 진행으로 그룹별/개인별 제기차기, 커플 대항 모자 뺑기, '오페라의 유령'의 한 장면을 연상케 하는 커플 풍선게임, 팀별 cross 퍼즐게임, 마지막으로 부부간에 서로에 대해 얼마나 많이 알고 있는지를 테스트 해보는 등 다채로운 게임으로 유쾌한 시간을 보냈다.

Feature Article





프롤로그

MBA 스쿨을 졸업했거나 입학 예정자들은 MBA 스쿨의 글로벌 랭킹을 궁금해한다. 보통 ‘MBA 랭킹’이라 하면 대부분 미국 MBA 스쿨만을 떠올리기 마련인데, 조사기관마다 US와 Non-US를 구분해서 랭킹을 매기느냐, 아니냐의 차이가 있을 뿐 유럽이나 아시아 국가들도 랭킹에 오르고 있다.

올해 1월 국정홍보처에서 운영하는 인터넷 홍보 서비스인 국정브리핑은 세계 속 한국의 위상을 평가하면서 금융, 교육, 서비스 부문이 제조업에 비해 취약하며, 그 중 교육 부문에 대해서는 영국 파이낸셜타임즈가 발표한 100대 MBA 랭킹에 한국의 경영대학은 하나도 선정되지 못했다고 보도했다. 또한 지난 5월 19일에는 정부가 경영전문대학원, MBA 설립을 적극 추진하겠다는 발표가 있었는데 김진표 경제부총리는 기자회견에서 “세계 100대 경영대학원, MBA 과정 국제랭킹에 우리나라 대학이 하나도 거기에 들어간 게 없습니다.” 라고 말했다. 이는 파이낸셜타임즈에서 발표한 MBA 랭킹을 현재 우리나라 MBA 수준을 평가하는 기준으로 삼아 얘기한 내용들이다.

반면 MBA 랭킹에 대한 논란은 공공연히 있어왔다. 2004년 4월 하버드 비즈니스 스쿨과 와튼 스쿨은 순위의 타당성이나 각종 데이터에 의문을 갖고 비즈니스위크(BW)의 MBA 랭킹 조사에 참여하지 않기로 한 바 있다. 또한 올 4월 미국 샌프란시스코에서 열린 AACSB 총회 특별위원회는 ‘Media Rankings and AACSB International’라는 보고서를 통해 언론 기관에서 발표하는 MBA 랭킹의 문제점을 지적하면서 랭킹이 가질 수 밖에 없는 오류와 부작용에 대해 보고한 적 있다.

이번 특집에서는 먼저 MBA 랭킹 항목 및 내용을 검토하고, 문제점 및 이슈가 되는 사항을 찾아보고자 한다. 또한 타 아시아 국가들의 동향은 어떤지 몇몇 우수

MBA 스쿨을 살펴보고 KAIST 테크노경영대학원이 MBA 랭킹에 있어 향후 어떻게 대응해 나아갈 수 있는지에 대한 방향성을 점검해 보고자 한다.

1. 글로벌 MBA 랭킹 조사 기관

- 기관별 평가 항목 및 내용

MBA 스쿨에 대한 순위는 여러 언론 매체에서 발표하고 있다. 가장 먼저 MBA 랭킹을 발표한 곳은 비즈니스위크(BW)로 1998년에 시작되었으며, 그 외 대표적인 MBA 랭킹 조사 매체로는 영국 일간지인 파이낸셜타임즈(FT)와 월스트리트저널(WSJ), US News & World Report 등이 있다. MBA 랭킹 조사는 커리큘럼과 교수 중심으로만 운영되고 있었던 MBA 스쿨이 ‘고객’인 학생과 기업체의 요구에 좀 더 귀를 기울이고 만족스러운 서비스를 제공해주어야 한다는 시각에서 출발했다고 한다. 또한 예비 지원자가 여러 MBA 프로그램 중에서 어느 프로그램을 선택할지를 결정하는데 도움을 주고자 하는 목적도 있다.

비즈니스위크는 미국 MBA 스쿨을 중심으로 랭킹을 발표하고, 그 외 다른 지역은 ‘Non-US Top10 MBA’로 묶어 따로 발표한다. 반면 파이낸셜타임즈는 전 세계 MBA 프로그램 전체를 대상으로 ‘The Top 100 Full-Time Global MBA’을 100위까지 발표한다. 평가 항목을 살펴보면 비즈니스위크의 경우 재학생과 졸업생의 설문문을 통해 측정한 ‘재학생 및 졸업생의 만족도’에 가장 큰 비중을 두는 반면, 파이낸셜타임즈는 동문의 졸업 후 연봉수준과 다양성에 높은 점수를 부여한다. 또한 월스트리트저널은 기업 인사 담당자 설문문을 통해 ‘어떤 MBA를 졸업한 학생이 기업체에서 더 유능한가’에 초점을 맞춘다.

다음은 대표적인 두 조사 기관 비즈니스위크와 파이낸셜타임즈의 랭킹 선정 기준 항목을 비교한 것이다.

[표 1] 비즈니스위크와 파이낸셜타임즈 랭킹 비교

평가기관	주요 평가 대상	방법론	핵심기준	Non U.S. MBA 순위
FT	1. The Top 100 Full-Time Global MBA 프로그램 2. The Top 40 European Business Schools 3. The Top 75 Global Executive MBA	1. The Top 100 Full-Time Global MBA 프로그램 2. The Top 40 European Business Schools 3. The Top 75 Global Executive MBA	1. Alumni Survey 2. Business School Survey 3. Research Survey	- London Business School(5) - INSEAD (8) - IESE Business School (12) - IMD (13) - Institute de Empresa (19) - University of Toronto (21) - CEIBS (22) - York University (22) - Oxford (25) - Rotterdam School of Management (29) - Hong Kong UST Business School (44) - Chinese University of Hong Kong(69)
BW	1. US Top 30 MBA 프로그램 2. Non-U.S. Top 10 MBA 프로그램 3. U.S. Next 20 Also considered for Ranking (U.S. and international)	1. 온라인 조사와 Self-Report를 병행 2. 기업채용담당자 Survey 3. Alumni Survey 4. Business School Survey	재학/졸업생 만족도 - 입시 - 학생 지원금 - 수업 - 학생생활 - 취업지원	- Non-US Top 10 MBA 프로그램 - Queens - IMD - INSEAD - ESADE - London Business School - Western Ontario - IESE - HEC Paris - Toronto - HEC- Montreal

2. 글로벌 MBA 랭킹 선정의 이슈 및 문제점

하버드 비즈니스 스쿨과 와튼 스쿨이 2004년 4월 비즈니스위크 MBA 랭킹 조사에 참여하지 않기로 하였다. 아시아에서도 KAIST 테크노경영대학원과 홍콩 과기대가 주도하여 싱가포르 언론사의 아태지역 MBA스쿨 순위 조사 평가 기준에 대해 반박하는 공동 성명서를 발표한 바 있다.

MBA 랭킹 조사의 문제점이 무엇인지 좀 더 자세히 알아보기 위해 앞서 소개했던 AACSB 총회 특별위원회에서 발표된 'Media Rankings and AACSB International' 보고서의 내용을 요약하면 다음과 같다. “최초에 랭킹을 시작한 취지도 그러했듯이 랭킹 발표는 학생들이 학교를 선택하는데 도움을 주고 학생과 기업 등 수요자의 요구에 귀를 기울이게 만든다. 이렇게 랭킹은 긍정적인 효과로 작용하기도 하지만 문제점도 안고 있다. 먼저, 학교의 질을 평가할 수 있는 수치가 존재하지 않는다는 점이다. 여러 가지 평가 항목을 종합하여 하나의 수치로 만들면서 인위적으로 가중치를 부여하게 되는데 이 과정에서 오류가 발생할 수 밖에 없다. 둘째로 학교에서 랭킹 평가 기관마다 다르게 요구하는 자료를 작성하기 위해 많은 비용을 지출해야 한다. 셋째로 학교에서 제출하는 자료에 대한 신빙성에 문제가 있으며 랭킹을 높이기 위해 근본적인 질 향상보다는 수치를 올리기 위한 ‘줄게 보이기’에 더 신경을 쓴다는 점이다. 이러한 문제점 해결을 위해 표준화되고 검증된 자료의 공공데이터베이스 구축과 다양성을 감안한 평가 모델의 지속적인 연구 개발이 필요하다. 그리고 대학 평가를 랭킹이 아닌 특성별 평가로 전환해야 한다.”

박성주 KAIST 테크노경영대학원장은 AACSB 이사회 집행 위원으로서 보고서에서 지적한 문제점들에 의견을 같이 한다. 그에 덧붙여 MBA 랭킹은 발표하는 언론 매체에서 잡지나 신문을 많이 팔기 위한 상업적인 도구로 이용되고 있고, 측정 방법에 있어서도 불합리성이 존재하는데, 예를 들어 아시아권 MBA 학교의 경우 졸업생이 대부분 전반적인 연봉 수준이 낮은 아시아권에서 Job을 잡기 때문에 평균 연봉에서 미국의 MBA 학교 졸업생보다 낮을 수 밖에 없는 지역적 특성을 반영하지 않기 때문에 아시아권 국가에 불리하게 작용한다는 것이다. 궁극적으로는 하나의 점수로 만들어 랭킹을 매기기 보다는 아카데미, 리소스, 리서치 등 몇 개의 큰 영역에 대해 국가신용등급이나 회사신용등급처럼 rating을 주는 방식으로 나아가는 것이 바람직하다고 말한다.

한편, KAIST MBA Director 조연주 교수는 MBA 랭킹의 긍정적인 효과에 더 비중을 두고 있다. 랭킹은 학교가 학생과 기업의 요구에 귀를 기울이게 만들며 평가 항

목에 맞추려는 노력들이 실질적인 질적 향상으로 이어질 수 있다는 입장이다. 물론 평가를 잘 받기 위해서만 신경을 쓴다면 안되겠지만 랭킹은 각 MBA 학교가 어느 부분이 부족한지, 어떤 방향으로 나아갈지를 제시해 준다는 것이다. 그리고, KAIST 테크노경영대학원은 아직은 랭킹에 대한 비판 보다는 랭킹을 학교 발전을 위한 수단으로 활용해 나갔으면 하는 바램을 덧붙였다.

3. 타 아시아권 국가들의 동향

[표 1]에서도 볼 수 있듯이 2005년 1월 발표한 파이낸셜타임즈의 'The Top 100 Full-Time Global MBA 프로그램' 랭킹에 중국 상하이(上海) CEIBS(차이나·유럽 인터내셔널 비즈니스 스쿨, 중국명으로는 中歐工商學院)이 22위에, Hong Kong UST Business School(홍콩 과학기술대 경영대학원)이 44위에, Chinese University of Hong Kong(홍콩중문대)가 69위에 오르는 등 아시아권 MBA 스쿨의 약진이 두드러진 현상을 볼 수 있다. CEIBS의 경우 2003년 90위에서 2004년 53위 그리고 올해 22위에 오르는 비약적인 순위 상승을 거듭하고 있다. Hong Kong UST Business School의 경우 작년 69위에서 올해 44위에 올랐으며, Chinese University of Hong Kong의 경우 2003년 77위에서 작년에는 100위권 밖이었으나 올해 다시 69위로 100위권 안에 재 진입했다.

중국대학들의 MBA 랭킹 100위 진입을 간과해서는 안 된다고 본다. 글로벌 MBA 랭킹에 대한 비판적인 시각도 있지만, 그 취지와 긍정적인 효과를 고려한다면 얼마든지 학교의 발전을 위해 활용할 여지가 있을 뿐 아니라, 학교의 수준을 평가하는 객관적인 잣대가 되는 것이다.

그렇다면 중국의 MBA 스쿨들이 급부상할 수 있었던 이유는 무엇일까?

중국 경제의 급성장과 다국적 기업들의 중국 진출이 늘면서 중국 MBA에 대한 수요가 늘었고, 그에 따라 외국인들의 중국 MBA 입학이 늘어나고 있는 환경적인 요소도 크게 작용했다. 하지만 이러한 요구에 부응하는 커리큘럼 개발, 교수진 확보, 과감한 투자 등의 노력이 없었다면 불가능했을 것이다.

22위를 차지한 CEIBS는 영어권도 아니고, 서구식 교육 환경도 아닌 중국 본토인 상하이에 있는 학교라는 점이 주목할만하다. CEIBS는 1994년 유럽연합(EU) 정부와 상하이시 정부가 총 4100만 유로를 공동 출자해 세운 학교다. 이 학교 졸업생의 '졸업 후 3년 이내 임금 인상률'은 191%로 전세계 MBA스쿨 중 2위이며 '졸업 후 3개월 이내 취업률'은 99%로 세계 1위로 평가됐다. '재학 중



학생들의 국제경험'도 세계 4위로 나타났다. 하지만 무엇보다도 가장 큰 요인은 'Globalization'에 있다. 교수진의 70%가 비(非)중국 국적자이며 외국인 학생은 전체의 20%를 차지해 외국 교수(학생) 비율도 높다.

조연주 교수는 44위에 오른 홍콩 과기대나 순위에는 오르지 않았지만 최근 비약적으로 발전하고 있는 청화대를 아시아권에서 KAIST 테크노경영대학원의 가장 강력한 경쟁 대상으로 꼽았다. 두 학교 모두 기술적인 바탕 위에서 경영을 접목시켜 발전한 MBA 스쿨로서 KAIST 테크노경영대학원과 비슷한 성격을 띤 학교들이다.

청화대는 후진타오(胡錦濤) 국가주석을 비롯해 과거 중국 공산당 고급 간부의 산실이었던가 1970년대 후반 덩샤오핑(鄧小平) 집권 이후 인재 육성 방향을 바꾸어 시장 경제를 지향하게 되었고 그 중심에 경영대학원이 있다고 미국 경제지 포천 최신호는 전했다. MIT와의 제휴를 통하여 MIT교수들이 강의를 하고, 청화대 교수진 120명 중 30% 이상이 MIT에 정기적으로 교환교수로 나가 새로운 경영 흐름을 익히고 있다. 외국인 학생의 비율은 약 20% 정도이다. 수업은 영어와 중국어 2가지로 제공하고 어느 수업이든 선택해서 들을 수 있도록 운영하고 있다. 그리고, 청화대 경영대학원은 세계적인 경영인들로 구성된 '국제 자문단'의 뒷받침을 받고 있다. 한크 폴슨 골드만 삭스 최고경영자(CEO)와 존 브라운 영국석유(BP) CEO, 요르마 올리라 노키아 CEO, 리 스콧 월마트 회장 겸 CEO, 이데이 노부유키(出井伸之) 전 소니 회장 등이 대표적인 자문위원들이다. 자문위원들이 이끄는 일부 기업은 재정 지원에도 앞장서고 있다.

4. KAIST 테크노경영대학원의 현재와 미래

KAIST 테크노경영대학원은 지금까지 대표적 MBA 랭킹 조사 기관의 발표 순위에 진입하지 못했다. 물론 우리나라 MBA 스쿨 중 어느 한 곳도 아직 랭킹에 진입한 적은 없다. 앞서 랭킹에 대한 비판적인 시각과 문제점 지적이 있다고 언급했지만, 그럼에도 불구하고 "KAIST 테크노경영대학원이 글로벌 MBA 랭킹에 진입해야 하는가?"라는 질문에 박성주 대학원장은 "몇 위라는 순위가 중요한 것은 아니지만 전체 5% 이내 상위 등급에 진입해야 한다는 목표는 가지고 있다. 상위 등급이 랭킹 기준에 비추어 100위권 정도가 아닌가 생각한다. 학교의 수준을 공식적으로 입증해 보일 수 있다는 측면에서 랭킹에 진입할 필요는 있다."고 말했다.

아직까지 국내에서는 MBA에 대한 인식이 부족하다. 일반인들은 물론이고, 기업 인사담당자, 직원 교육담당자, 신문 기자들조차도 일반 경영대학원과 MBA 프로그

램과의 차이를 구분하지 못한다. 이러한 상황에서 MBA 졸업생들의 '졸업 후 3년간 연봉상승률'에 대한 결과가 좋게 나올 수가 없고 'MBA 취득 후 100% 연봉상승'과 같은 미국의 현실을 적용시킬 수도 없다. 또한 졸업생들은 FT 랭킹의 필요성과 본인에게 미칠 영향을 생각지도 못한 상태에서 이메일로 설문 요청을 받는다. 당연히 응답률이 저조할 수 밖에 없다. 파이낸셜타임즈의 경우 설문 응답률이 20% 미만인 경우는 평가 대상에서 아예 제외시킨다. 학교 내부적으로 평가 항목에 대한 부분별 역량을 보완해 나가는 것도 중요하지만, MBA 프로그램에 대한 올바른 인식과 동문들이 FT 랭킹의 필요성을 느껴 설문에 적극적으로 응답하는 것이 무엇보다 중요하다. 이에 KAIST 테크노경영대학원은 잠재 수요자와 기업 인사/교육 담당자, 홍보매체 기자들을 대상으로 일반 경영대학원과 MBA 프로그램의 차이점을 알리기 위한 노력을 하고 있다. 또한 동문들에게 MBA 랭킹이 무엇인지, 왜 필요한지, 어떻게 참여할 수 있는지 등에 대해 안내하면서 적극적인 설문 참여를 유도하고 있다.

2003년 AACSB 인증을 취득함으로써 국제 수준의 연구, 질 높은 교수진, 새로운 프로그램 개발, 활발한 산학협동에서 높은 점수를 받아 국제적인 경영대학원으로 인정 받았지만, 여기에 안주하지 않고, 글로벌 MBA 랭킹 100위 진입을 통해 세계적인 경영대학원의 위치를 확고히 해나기 위해서는 아직 가야 할 길이 멀다. 외국인 교수 및 학생 증가, 국제화 프로그램 강화, 동문 네트워크 활성화, 취업 및 경력개발 지원 프로그램 강화 등 많은 과제들이 남아있다. 단/중/장기 세부적인 action plan을 세워 체계적으로 보완을 해나가야 할 것이다.

맺음말

'랭킹' 자체에 목적을 두는 것이 아니라, 글로벌 MBA 랭킹의 '취지와 긍정적인 효과'를 살려 부족한 점을 보완하고 강점을 더욱 강화시키는 과정이 중요할 것이다. KAIST 테크노경영대학원이 AACSB 국제 경영대학 인증에 이어 글로벌 MBA 랭킹 진입의 목적을 달성하기를 기대해본다. **Frontier**

입소문과 마케팅



한민희 교수

KAIST 테크노경영대학원

운전하면서 라디오에서 들은 에피소드 하나를 간단히 소개한다. DJ가 신청곡을 받아 들려주는 한 라디오 프로였다. 어떤 소녀가 전화를 하여 아래와 같은 일화를 이야기 하였다. 그 소녀는 산 지 얼마 안된 신발의 장식이 떨어져 길가 간이 건물 속의 한 구두 방을 찾았다. 말을 하려는 데 노트를 내미는 부부를 보니 귀머거리 부부였다. 글로 장식을 고쳐 달라는 요청을 하니 옆에 있는 소파에 앉아 기다리라고 표현을 하고 남편은 장식을 고쳤다. 소파에서 기다리는 동안 라디오에서는 음악이 들려오고 있었다. 장식을 고친 다음 부인은 신발을 깨끗하게 닦아서 내밀었고, 그를 본 남편은 부인에게 뭐라고 인상을 짓더니 봉투에 정성껏 담아서 돌려주었다. 신발은 새 것같이 깨끗하였고 받는 값도 비싸지 않았다. 그 때 마침 라디오에서는 엘피스 프레슬리의 Love me tender가 울려 나오고 있었다. 이 소녀는 DJ에게 이런 에피소드를 이야기 하며 정성껏 신발을 수리해준 두 부부에게 고맙다는 말을 하면서 그때 들은 Love me tender를 꼭 듣고 싶다고 신청하였다.

입소문이란 말하지 않고는 참을 수 없는 소비자로부터 나온다. 위의 소녀는 라디오에 이 일화를 말하기 전에 많은 주변 사람에게 이 이야

기를 했을 것이다. 그리고, 그 말을 할 때마다 구두 고칠 때의 그 기억이 되살아나면서 그 때의 감동을 반복해서 다시 체험할 수 있었을 것이다. 한번의 감동은 이렇게 감동을 재생산 한다. 이 소녀는 귀머거리 부부의 멋진 마케팅에 반복하여 감동하며 행복할 수 있는 것이다. 또 서비스 제공자의 입장에서 볼 때 광고나 홍보 비용을 들이지 않았는데도 이 소녀는 긍정적 정보를 라디오 청취자를 포함하여 다양한 사람들에게 전달하고 있다. 어떤 광고나 홍보 보다는 열정적으로 신뢰감 있게.

과연 무엇이 이 소녀를 그렇게 감동하게 하고 그 경험을 수없이 말하게 만들었을까? 물론 적절한 가격에 기대 이상의 수선 서비스를 제공한 것도 중요했을 것이다. 그러나, 기대 이상의 수선 서비스 만으로 그렇게 되었을까? 아마도 이 소녀는 본인들은 듣지도 못하는 음악을 고객이 필요

할 것이라는 이유만으로 제공한 그 고객지향적인 마음이 너무 고마웠을 것이다. 그리고, 깨끗하게 닦은 신발을 봉지에 포장해서 주는 고객에 대한 그 정성이 고마웠을 것이다. 고객지향적인 사고, 정보를 활용한 고객위주의 마케팅 계획과 실천, 적절한 가격에 제공되는 서비스나 상품의 높은 품질도 중요하겠지만 그 위에 고객에 대한 정성이라는 마케팅 마음(Marketing Heart)이 얹혀짐을 고객이 아는 순간 감동이라는 체험을 하게 만들고 그러한 감동체험이 입소문을 만들어 낸 것이다.

많은 회사들이 체험을 통해 입소문을 유발하는 마케팅을 기획하고 실천하고 있다. 이들은 특별한 감성적인 체험을 할 수 있는 무대를 제공함으로써 고객들이 직접 체험하고 이 체험을 이야기하도록 만든다. 이동통신 서비스인 TTL은 임은경이라는 모델을 중심으로 신비감을 조성하고 이동통신이라는 핵심 서비스 외에 커플과 친구들이 유대감을 높이고 함께 체험할 수 있는 장소와 이벤트 기회를 제공함으로써 많은 입소문을 만들어 낸 마케팅을 실천하였다. 1822세대 여성을 겨냥한 라네즈결은 전지현이 올챙이썰고 춤을 추는 동화상을 인터넷에 유포하고 전지현 따라하기 같은 이벤트를 진행함으로써 타겟 소비자층이 이를 친구들과 인터넷으로 이야기할 수 있는 Word-of-Finger를 조장하여 효과적인 입소문 마케팅을 실천하였다. 또 과거 018의 이동통신 서비스는 I Click U Festival이라는 광고 캠페인을 통해 친구의 친구를 사랑하는 광고를 제공하면서 시청자들이 투표에 의하여 삼각관계에 있는 이들 중 누가 진정한 애인관계를 맺어갈 지를 결정하는 캠페인을 수행하여 고객들의 입소문을 촉진함과 함께 새로운 광고를 찍을 때 마다 모든 언론의 집중 조명을 받았다.

미국 시장을 중심으로 기술된 마케팅 서적에는 입소문과 관련된 내용이 많지 않지만 한국 시장은 상대적으로 입소문의 역할이 매우 크다. 우리는 좁은 공간에서 함께 살아가는 소비자이며 소비자간 접촉과 교류가 많다. 우리는 선택할 때 다른 사람의 의견을 주의 깊게 듣고 신뢰하며 함께 결정하는 경우도 많다. 또한 집에서 광고를 보면서 물건을 선택하는 것이 아니라 길거리나 가게를 돌며 선택을 한다. 이런 상황에서 입소문은 대단히 중요한 역할을 한다. 그러나, 입소문이 구매에 어떤 과정으로 영향을 미치는지에 대해서는 아직 충분한 연구결과가 제시되지 못하고 있다.

입소문은 소비자의 체험과 밀접히 연결되어 있다. 소비자가 감동을 받았을 때, 신나는 체험을 했을 때, 특이한 것을 보았을 때, 스릴감을 강하게 느꼈을 때, 가까운 사람과 공유하고 싶은 체험을 했을 때 이러한 체험들이 소비자의 머리 속에 인상 깊게 자리잡아 이를 반복해서 재생하고 재체험하면서 입소문을 내는 것으로 보인다. 그런데 성공적인 체험을 위해서는 타겟 고객에게 구체적인 포지션을 만들어 전달하는 일반적인 마케팅과는 달리 무대(stage)라고 표현하는 잘 차려진 체험의 장으로 소비자를 초대하는 마케팅이 필요하다. 초대받은 소비자들이 어떻게 체험하는가는 사람마다 상황마다 다르며 마케팅 프로그램으로 통제하기가 어렵기 때문에 상당히 다른 마케팅 패러다임이 요구된다.

어떤 상품이나 서비스라는 외부자극에 노출되어 그것을 감성적 체험으로 받아들인 사람들만이 그에 대한 입소문을 낼 수 있다. 그 입소문이 그가 속한 사회에 자극과 흥분의 요소로 작용하면 소비자는 그 상품이나 서비스에 심취(infatuation)하게 되고 그가 속한 사회의 구성원들과 함께 상품이나 서비스에 대한 열렬한 지지행동을 자극하게 된다. 그것은 다시 구성원들의 입소문을 만들어 내고 이러한 순환이 반복되는 과정에서 구매나 재구매가 촉진된다. 이러한 순환에서 소비자의 열정과 흥분은 촉매역할을 하게 된다. 따라서, 이를 염두에 둔 통합적 마케팅 커뮤니케이션은 적절한 타이밍에 고객을 자극하고 흥분시키며, 또한 열정을 불러 일으키는 요소를 넣게 된다. 슈퍼볼 광고라던가 유명한 영화나 드라마에 상품을 참조하는 Product Placement같은 요소가 그것이다.

입소문 마케팅은 기획하는 회사에게는 아직 실패율이 높은 위험한 전략에 속한다. 그러나, 체험이라는 부분이 더 중요해지고 인터넷을 통한 입소문 효과도 커지는 추세를 볼 때 입소문 마케팅을 규명하는 연구는 점점 많아지리라 생각된다. 특히 우리나라 같이 입소문이 더욱 중요한 시장에서는 입소문 마케팅의 연구가 절실히 요구된다. **Frontier**

2005

한국경영정보학회 춘계학술대회 최우수논문

(Sources of Trust toward a Market-maker in the e-marketplace)

김명수 (경영공학 박사5년차)

[수상자 소개]

- 1999년 KAIST 테크노경영대학원 경영공학 석사 입학
- 현재 정보통신 경영전략 연구실(지도교수: 안재현) 박사 5년차
- 관심분야 텔레콤 산업, 전자 상거래 분야 고객 행태 분석 및 사업 전략 수립
- 수행 프로젝트 초고속 인터넷 고객 만족도와 수익성 관계 분석(KT, 2003)
고객 이탈 방지 전략(KTF, 2002)
통신 서비스 실패 원인 분석(정보통신부, 2001) 등
- 향후 목표 텔레콤 전문회사 전문가(이론과 실무의 균형 중시)

[수상사유와 소감]

먼저, 많은 훌륭한 논문들 중, 수상을 하게 되어 영광으로 생각합니다. 최근 중요한 이슈로 떠오르고 있는 전자시장이라는 새로운 영역에서 신뢰에 기반한 기존 연구가 드물었을 뿐 아니라, 거래 구성원인 구매자와 판매자의 행위 특성을 동시에 비교한 연구가 없었다는 점이 좋은 평가를 받지 않았나 생각합니다. 그리고 이 자리를 빌어, 본 연구를 같이 하시면서 항상 꼼꼼하게 지도해 주신 저희 지도교수님께 감사하다는 말씀을 꼭 드리고 싶습니다.

[수상논문 내용]

인터넷의 급속한 성장이 이룩한 가장 큰 업적들 중 한가지는 바로 전자시장(e-marketplace: electronic marketplace)의 등장이다. 전자시장의 등장으로 인해 인터넷 이용자들은 기존의 오프라인 시장에서와 같은 구매 정보를 얻기 위한 탐색비용과 학습비용 등을 획기적으로 줄일 수 있어, 보다 효율적인 구매가 가능해졌다. 이에 따라 소비자들의 온라인상에서의 구매가 새로운 패러다임으로 형성되게 되자 기업들은 앞다투어 전자시장 구축에 박차를 가하고 있다. 전자시장이란 시장을 형성하는 시장형성자(market-maker)가 존재하고, 상품이나 서비스를 구입하고자 하는 구매자와 반대로 팔고자 하는 판매자를 불러들여 거래가 이루어지게끔 유도한 후, 일정 수수료를 제공 받는 수익모델을 지닌 형태의 온라인 상의 시장을 가리킨다. 따라서 시장형성자는 일종의 거래 중개인의 역할을 하게 되며, 시장형성자의 역할은 크게 세 가지로 요약될 수 있다. 첫째, 구매자와 판매자를 모아 서로 연결시켜 주는 것과 둘째, 웹사이트를 통한 거래 장소를 제공



하는 것. 셋째, 거래 성사를 위해 거래 당사자들이 서로 신뢰할 수 있도록 최대한의 조치를 취하는 것이다. 대표적인 시장으로는 이베이와 같은 인터넷 옥션 사이트가 이에 해당된다. 많은 수의 구매자와 판매자가 이베이라는 시장형성자의 웹사이트에 모여 거래를 하고, 또한 이베이는 거래의 신뢰성을 제공하기 위해 판매자와 구매자 각자의 신용도 관련 정보를 제공할 뿐만 아니라 에스크로우 서비스(Escrow service: 구매자가 물건을 인도 받았다는 확인 후, 판매자에게 물품대금을 지급하는 제도) 등을 제공하는 점을 생각해 보면 쉽게 연상이 될 수 있다.

전자시장은 이처럼 구매자와 판매자 양자가 손쉽게 거래 상대를 만날 수 있어 효율적인 면에서 많은 장점을 제공 하긴 하지만, 반드시 해결해야 할 큰 과제거리를 안고 있다. 그것은 바로 신뢰의 문제이다. 특히, 온라인에서와 같이 인적 접촉 없이, 불확실성이 높고 통제가 힘든 상황에서 거래할 경우는 더더욱 신뢰의 중요성은 커지게 된다. 실제 인터넷 이용자들이 온라인 구매를 꺼리는 가장 큰 이유는 바로 온라인 구매에 대한 신뢰의 부족 때문이다. 먼저 사업자 측, 시장형성자의 입장에서 보면, 구매자에게는 원하던 상품이나 서비스가 판매자로부터 전달되도록 해야 하며, 판매자에게는 구매대금이 정확하게 지급되도록 해야 한다. 구매자의 경우는, 일차적으로 직접적인 상품이나 서비스 제공자인 판매자에 대한 신뢰가 필요하다. 하지만 판매자에 대한 신뢰에 앞서, 우선 온라인 상에서 발생할 수 있는 거래 관련 안전성 -온라인 지불 방식의 안전성, 개인 신상/금융거래 정보 등의 유출 방지 등- 이 확보되어야 한다. 바로 이러한 거래를 위한 제도적 장치를 마련하고 확고히 하는 역할이 시장형성자의 몫이므로, 거래 성사를 위해선 구매자의 시장형성자에 대한 신뢰가 중요한 것이다. 마지막으로 판매자의 입장에서는 시장형성자에 대한 거래완결 관련 신뢰가 필요하다. 과연 판매한 상품/서비스에 대한 대금회수가 가능한가라는 것이 그 내용이 된다.

따라서, 본 연구에서는 전자중개시장에서의 구매자와 판매자 각각의 시장형성자에 대한 신뢰 모형을 제시하고, 이 두 모형간의 공통점과 차이점을 파악하였다. 즉, 전자시장에서 시장형성자에 대한 신뢰가 어떻게 형성되고, 그러한 신뢰를 형성하게끔 하는 주요 인자는 어떤 것들인지, 이 시장의 주요 구성원인 구매자와 판매자별로 비교하였다. 이를 위해 우리나라의 대표적인 전자시장으로 성장한 온라인 지식거래 사이트를 운영하는 A기업의 구매자와 판매자에 대한 설문 데이터를 이용하여 분석하였다.

분석 결과, 구매자의 경우, 시장형성자의 명성과 웹사이트의 거래 안전성, 이용 용이성, 해당 사이트에서의 거래 기간 등이 시장형성자의 신뢰를 형성하는 주요인이었고, 판매자의 경우는 시장형성자의 명성, 웹사이트의 거래 안전성, 제공 받는 정보의 질 등이 신뢰 형성 요인으로 나타나, 시장형성자의 입장에서 보면 구매자와 판매자에게 차별적인 신뢰 제공 전략이 필요함을 보여 주었다. 따라서 본 연구는 향후 온라인 수익 모델 중 주류로 부상할 것으로 예상되는 전자시장이라는 영역에 대한 실증적인 연구로 학계와 산업계에 유용하게 활용될 것으로 기대한다. **Frontier**

“MBA는 경력개발이다.”



MBA Director
조연주 교수

지난 Frontier 봄호에서 “경력개발은 엄정한 자기평가에서 시작한다”고 이미 정의한 바있다. 경력개발에서 자기평가가 가장 중요한 이유는 본인이 가장 좋아하는 일이 무엇인가를 찾아내는 일이었다. 자신이 가장 좋아하는 일을 찾아서 할 때 장기적으로 만족스러운 직장생활을 할 수 있다는 것이 지난 20년 이상 전문 직장인을 대상으로 한 조사 결과 밝혀진 사실이다.

그렇다면 비즈니스 스쿨에서 자신이 가장 좋아하는 일을 찾아내고 이에 걸맞는 경력개발을 하기 위해 무엇을 해야 하는지, 경력개발 과정을 지원하기 위해 설립된 경력개발센터에서는 학생들의 전반적인 경력개발과 취업활동을 어떻게 도와줄 수 있는지 등에 관한 내용을 간단하게 소개하고자 한다.

“MBA는 경력개발이다”

MBA 학위를 받고 10년이 지난 졸업생들을 대상으로 MBA 학위가 진정 가치가 있는지를 조사한 결과, 응답자 대부분이 그 동안 기업에서 임원으로 승진하고 연봉수준이 높아지는 데 결정적인 도움을 준 동인은 바로 MBA 학위를 통해 얻은 ‘자신감’과 ‘지식습득’이었다고 밝혔다(BusinessWeek, 2003). 다만, 졸업생들이 한가지 아쉬워한 점이 있다면, 기존 MBA 과정은 CEO가 되기 위한 제반 훈련에 초점을 맞추었지, 중간관리자로서 필요한 실질적인 정보, 즉 리더십 등 ‘soft skills’에 관한 훈련이 부족했다고 지적하였다. 이로써 향후 비즈니스 스쿨에서 강조해야 할 교과과정이 무엇인지 분명해진 셈이다.

최근 발표된 MBA 랭킹의 경우, 인사담당자들이 MBA 졸업생의 자질 중 예년에 비해 훨씬 좋아진 점이 능력과 스킬이라고 했는데, 이는 학교에서 실제 경험을 강조하는 교과과정을 도입하고 있기 때문이다(BusinessWeek, 2004). 같은 조사에서 학생들이 높이 평가한 학교 측의 노력은 다양하게 개선된 취업지원과 리더십 관련 교과과정 등이었다.

MBA 가치가 좋은 직장고 고액의 연봉보다 본인이 원하는 도전적인 업무를 찾고 승진기회가 열려 있는 직장에서 그 동안 갖고 닦은 핵심역량을 발휘하는 것으로 평가받는 것이라면, 이를 위해 MBA 과정은 기본적인 경영지식을 습득하면서 동시에 전반적인 경영능력을 키울 수 있도록 경력개발 서비스를 제공하는 넓은 의미로 해석되어야 한다.

경력개발센터의 설립

앞서 말한 바와 같이 MBA 가치가 기본지식과 경력개발이라는 넓은 의미로 재해석되면서 선진 MBA 과정들은 다양한 교과과정 개편을 시도하고 있는데, 몇 가지 특징을 요약하면 다음과 같다(Bisoux, 2005).

1. MBA 1년 차부터 경영 분야 외에 전공트랙을 선택하게 해서 지속적, 체계적으로 경력개발 하도록 한다.
2. 학생들의 문제해결 능력을 향상시키기 위해 직접 회사 프로젝트에 참여하도록 한다.
3. 협상, 커뮤니케이션 등 특정 전문분야는 외부 전문가를 기용하여 보완한다.
4. 비즈니스 윤리와 리더십 관련 과목을 강화하여 소프트이슈를 다루도록 한다.
5. 글로벌 능력을 키우기 위해 외국과 자매결연을 맺고 현장을 방문하여 공동 프로젝트를 수행하도록 한다.

이 같은 전반적인 경력개발을 위해 선진 MBA 과정에서는 우선적으로 경력개발센터를 설립하여 학생들의 경력개발을 체계적, 단계적, 총체적으로 지원하고 있다. 대표적으로 Wharton, Harvard, Stanford, Kellogg MBA의 경력개발센터를 소개하면 다음과 같다.

[표 1] Top-B School의 경력개발센터

과정명	경력개발 프로그램	조직	취업지원 프로그램
Wharton MBA	• Leadership Development • Entrepreneurial Resources • Global Consulting Practicum • Alumni Networks and Mentors • Student Clubs • Career Management Services • Online Career Statistics	Career Management Services (전체 17명, 산업별 전문가 12명)	• Career-planning workshops (1년) • Individual career counseling • Career treks (학생클럽과 파트너) • Employer information sessions • Web-based resume books • Interviewing on campus • On-line job posting
Harvard MBA	• Self-Assessment (CareerLeader) • Career Teams (small-groups led by 2nd year students) • One-on-one mentoring via career counselor	Career Services Office	• The job bank & HBS Intranet • Treks (학생클럽과 파트너십) • Networked job search • Alumni advisory network • Career workshops & events
Stanford MBA	(CMC 활동 중심)	Career Management Center (전체 17명, 산업별 전문가 5명)	• Core services (career advising, career strategies workshops) • Job search tools (resume book, career fair, on-campus recruiting) • Marketing (relationship with firms) • Clubs/events of interest
Kellogg MBA	• Team-oriented approach to the job-search process • Admin, faculty and staff • Students with similar interests • Kellogg's diverse alumni base	Career Management Center	• Self-assessment workshops • Resume critiques, videotaping of simulated interviews • Kellogg Career Network • Career resource center

앞의 <표1>에서 알 수 있듯이, 선진 MBA 경력개발센터의 가장 큰 특징은 먼저 경력개발 전반에 관한 큰 그림을 정의하고 나서 다양한 형태의 취업활동 프로그램을 시행하고 있다는 점이다. 예를 들면, Wharton MBA의 경우, 리더십과 벤처정신을, Harvard는 리더십, 글로벌 마인드, 윤리와 비영리 조직 포괄 등 명확한 경력개발의 비전에 의해 세부 활동을 실시하고 있다. 두번째 Top-B School은 체계적인 경력개발을 위해 '경력개발센터(Career Management Center)'를 설립하여, 작게는 5명(Tshnghua MBA), 크게는 17명(Wharton MBA)으로 구성하고 있는데, 이 중에 산업별 전문가를 반드시 포함하고 있어 학생들이 수시로 전문분야별 진로상담을 할 수 있도록 한다. 이밖에 경력개발센터가 동문 네트워크 및 학생 클럽과 유기적인 관계를 형성하고 있다는 점, 자기평가, 직무적합성,

리더십 진단 등 자기평가는 필수로 하고 있으며, 신입생 오리엔테이션 과정에서 경력계획을 시작하게 하여 경력개발 과정을 지속적으로 밟도록 하고 있다. 또한 별도의 경력개발 website를 구축하여 real-time 정보 및 one-stop 서비스 제공, on-line recruiting이 가능하도록 한다는 점이 특징적이다.

이 같은 선진 MBA 과정의 경력개발센터를 벤치마킹하여 우리 학교에도 조만간 경력개발센터가 설립될 예정이며, 그 동안 취업지원실을 통해 산발적으로 추진되어온 경력개발과 취업활동 지원체제가 지속적으로 업그레이드될 예정이다.

취업활동 Tips

경력개발센터 서비스의 가장 중요한 부분인 취업활동 지원과 관련하여 특별한 주목이 필요한 9가지 질문은 서로 연관이 있으며, 취업활동 프로세스 관점에서 단계적, 체계적으로 접근할 필요가 있다(2004 MBA Career Services Council 자료 참조).

[표 2] 취업활동 단계별 질문과 Tips

단계	질문	취업활동 Tips	자원
1	자기평가 1: Who am I?	- List your interests, drivers, and motivators. - Collect past experiences & accomplishments.	진단도구 (CareerLeader, MBTI)
2	자기평가 2: What do I want to do?	- Basic drivers include: Culture, compensation, function, industry, location, growth opportunities. - Prioritize drivers and add specifics to your list.	CareerLeader 진단, 가족, 활동단체, 면담, 특강, 동문 등
3	자기평가 3: How do I focus my interests?	- Use drivers & competencies evaluated in steps 1 & 2. - Formulate various scenarios using your drivers. - Develop a career search focus statement. - Create a 60-second "elevator" statement.*	위와 같음.
4	탐색과정 1: How do I identify employers that fit my interests?	List companies that fit your interests.	국내기업 및 외국상공회의소 자료, 각종 비즈니스 잡지 등
5	탐색과정 2: Which 2 or 3 best match me?	- List your top 2 or 3 employers and the reasons why they are your top choices. - Develop a "general" resume.	회사 홈페이지, 기업설명회, 관련 잡지 및 단체, 동문, 회사 방문 등
6	탐색과정 3: What can I learn about these employers?	- Summarize your top employers' culture, trends, competition, needs, etc. - List initial contacts at your targeted employers.	해당회사 사이트, 회사파견자, 동문, 네트워크, 각종 설명회, 면접
7	탐색과정 4: What opportunities do they have for me?	- Find out what is currently open. - Identify the skill sets needed. - Who have they recruited in past. - Determine how well you match the above. - Create "customized" resumes.	회사 홈페이지, 인사담당자, 면접, 해당 회사용 이력서, 현장연구, 채용현황 문의 (교수, 동문)
8	실전 1: How should I interview for these jobs?	- Prepare to vary what you are seeking and know how much you will move. - List possible Q&As to targeted interview. - Mock interviews.	취업지원센터, 모의면접, 필요한 역량, 기업설명회, 인사담당자, 네트워크
9	실전 2: How do I negotiate an offer?	- List concerns, thresholds, and alternatives. - Mock negotiations.	경력개발 전문가, 교수, 협상스킬 워크샵

앞의 <표2>에서 취업활동 세번째 질문인 "How do I focus my interests?"에 대한 답변은 몇 가지 실습에 의해 가능하다. 이전 단계에서 본인이 좋아하는 일과 잘 할 수 있는 일, 가치를 두고 있는 일, 그리고 본인이 처해 있는 상황 등을 종합하여 실제 희망 직종과 업무가 무엇인지 간단하게 작성해보는 연습을 할 수 있다. 또는 소위 'elevator pitch'와 같이 짧은 시간에 핵심내용을 전달할 수 있는 '자기소개서(elevator statement)'를 다음과 같이 작성할 수 있다.

[표 3] 60-second 'elevator' statement

질문	답변
Who am I?	제 이름은 조연주입니다.
Why am I talking with you?	저희 학교 MBA Director가 만나보라고 하셨습니다.
What is my objective?	앞으로 Human Resource Management 분야에서 일하고 싶습니다.
What are my strengths?	전에 KT R&D Group HR부서에서 일한 경험이 있고, 내년 2월에 KAIST MBA 학위를 받습니다.
How did I achieve these strengths?	KT에서 다양한 HR 프로그램을 개발 운영했으며, KAIST에서는 HR 과목 수강과 방학 때 HR 관련 인턴을 했습니다.
What are my passions?	저는 사람들을 도와 성과를 내게 하는 일을 좋아합니다.
How do these apply to your company/industry/location?	다양한 HR 프로그램 개발 경험과 관련 사례 공부와 HR 컨설팅 업체인 귀사의 컨설팅 분야를 넓히는 데 도움이 될 것입니다.
What do I want from you?	귀사의 핵심역량인 글로벌 리더십 분야를 배우고 싶습니다.
상기 질문에 대한 답변을 종합하고, 아주 자연스럽게 들릴 때까지 계속 연습한다.	

맺는말

경력개발은 엄정한 자기평가에서 시작한다는 것을 전제로, 지금까지 경력개발의 필요성과 경력개발센터, 구체적인 취업활동 단계별 중요한 질문과 한가지 실습사례를 알아보았다.

MBA 가치와 질적 수준을 평가하는 중요한 세가지 잣대인 우수한 학생, 질 높은 교과과정(과 교수진), 그리고 좋은 직장에 진출한 훌륭한 졸업생 등은 장기적인 경력개발의 관점에서 보면 단지 객관적인 지표에 불과하다. 반면, MBA 학위를 통해 얻게 되는 지식과 자신감, 리더십이라는 주관적인 지표는 평생교육 관점에서 MBA 학위의 진정한 가치가 되며, 이를 위해 학교 측 지원 주체인 경력개발센터의 존재이유가 있게 된다.

따라서 MBA 과정은 단순히 좋은 직장과 높은 연봉을 보장하는 수단이 아니라, 기본 경영지식과 스킬, 리더십과 자신감을 높여주는 총체적인 경력개발 과정의 일환으로 보는 것이 투자 대비 효과를 정당하게 평가하는 바람직한 정의가 될 것이다. **Frontier**



JEAN-EMILE's life in Korean

Name: JEAN-EMILE GERMEQUET(22 years old)

Nationalities: Swiss & South African(Dual)

ACADEMIC INFORMATION

- * Home Institution: ESCP-EAP European School of Management
- * Country: France
- * Major area of study: Business
- * Year of Study: Masters
- * Anticipated date of Graduation: September 2006
- * Exchange Period: Spring semester (March 2~June 18, 2005)

Trying to find something intelligible about these past four months spent in Korea is not an easy task. A succession of kaleidoscope-like images flashes past and trying to find a coherent and understandable pattern in all this makes my head feel a little dizzy. What I can definitely say, however, is that these past months have not been dull. Getting to know a little about this country has been an interesting and exciting experience. But how can I convey a clear portrait of this country in just a few short words? Well, I suppose that the best thing for me to do is to start with the most memorable aspect of my sojourn here: the people.

In the James Bond film "Goldfinger" the hat throwing henchman of the criminal mind is supposedly Korean. This fiendish individual, I must admit, was about the most extensive exposure I had



had to Koreans before coming here. And while I was not expecting to see millions of hat tossing murderers, this was an image that was in my head. Needless to say I soon flung that stereotype aside. From beginning to end, I was amazed by the incredible hospitality of the Koreans. Often, I, and I think I can speak for all the exchange students, were made to feel that, although we were 10 000 km from home, we belonged right here. Being made to feel this welcome in such a different country will be the most unforgettable memory that I will take back with me. This made the whole experience so much more enjoyable and easy.



Many people asked me why Korea when I told them I was coming here for an exchange program. Why not something more well known and more conventional like the US or Great Britain? "Well", I would reply, "I know very little about this country except that it has a very impressive economic track record over the past 30 years and I would like to try and find out what makes this country so special." I did not fully understand, I think, exactly what I was coming to look for but I thought that this was a unique opportunity to come and stay in Korea for four months, time enough I felt to give me a chance to delve into some of the secrets of this country. And if I did not know what I was looking for before, I most certainly did find it.

In the beginning, I felt a bit lost in this strange land. Even as simple a task as going out to eat was a challenge. Soon things became easier and getting to know the ropes was not as difficult as I expected. Learning how to read Korean was an essential part of the experience and was a great help in reading restaurant menus or catching the express intercity coach.

These all soon became mundane occurrences whereas they had once been adventures within themselves. As soon as I had got the hang of the different system, I was surprised at the ease and the efficiency. Traveling around, be it by coach or by train, became more than easy and we managed to visit many parts of the country. Soeraksan near Sokcho, Bulguksa near KyongJu, Sopyojong at sunrise on Jeju Island...the list goes on and on. There are many worthwhile places to see, temples, palaces, mountains, cities, and all readily accessible from the KAIST campus. The food had been another area of discovery. Picking randomly from a menu generally turns up something rather surprising, and this is how we got to eating MonGae and Hessam; two popular types of seafood that look rather peculiar and taste even more so. Some of us managed to eat the highly controversial dog meat, and I must admit that I was really surprised at how tasty the meat was. The gastronomic highlight was however live octopus. To have to fight it into your mouth, only to have it stick to your palette or your teeth is an unforgettable experience.

The traveling and discovering of Korean life was a lot of fun but we did come here originally to study and KAIST set about to do just that! I quickly got used to sitting at my desk in my lab for long hours. The lab system was a surprise to me, never having seen or heard of it before. This is a very good way to get to know people and to feel included in the Korean way of life. We managed to find time to do many activities together. We were invited out to drink, to museums, out to drink, to play soccer, out to drink, out to dinner, out to drink... But possibly one of the more exceptional things at KAIST was the mentor program. Without my mentor, Sang Pil, I would have found it a lot harder to integrate into the system. He provided me with invaluable tips and countless tricks to Korea, and this made my stay here a lot more meaningful. All in all, these past four months have provided me with a window to a different world, one that I hope to return to one day and learn more about. This has been an unforgettable semester and I will look back on Korea with many fond memories.

SeeKAIST 학술행사 현장을 찾아...

대전 본원 최대의 학술행사인 'SeeKAIST 2005'가 지난 5월 25일부터 3일간 본원 학부체육관에서 개최되었다.

1992년도부터 시작된 SeeKAIST 올해 행사에는, 50여 개의 학과, 연구소, 산업체, 과학고들이 참가했다. 특히 이번 행사는 '로봇기술과 문화의 만남' 이라고 소개 될 만큼 로봇관련 기술들의 성과가 풍부하였다. 본원의 로봇 관련 연구센터가 총 출동하여 HUBO 모형이나 의료용 로봇, 인공지능을 이용한 로봇축구, 인간-로봇 상호작용을 위한 기술 등 다양한 기술을 자랑했으며, 일반인 뿐 아니라 어린이들로부터도 큰 관심을 받았다.

특히 기계공학과 권동수 교수를 비롯해 이정주 교수, 윤용산 교수팀은 '최소침습수술(복강경수술)'과 '정형외과수술(고관절 전치환 수술)'을 대상으로 개발 중인 의료용 로봇 원형 수술 시스템을 선보였다. 권 교수는 "로봇을 이용한 수술은 기존 수술 법에 비해 최소 부위만 절개하고도 좀더 정확하게 수술할 수가 있다"며 "의사의 제어부담을 최소화하고 외부 움직임에 대한 간섭을 줄임으로 집중도를 더욱 높일 수 있다"고 설명했다.

문화행사도 함께 곁들여졌는데, 학생들이 직접 제작한 악기를 이용한 음악회가 바로 그것이다. 이 악기들은 구조를 재구성하여 최고의 소리가 나도록 제작된 것으로 직접 연주한 한양대 관현악과 학생들은 악기의 소리가 매우 좋다고 극찬했다.





이와 더불어, KAIST의 기술력을 이전 받은 씨체널안경, 케어텍, 유진테크 등의 기업들은 양말, 안경, 공기청정기 등의 제품을 ‘KAIST’ 브랜드 명으로 선보이기도 했다. 이 기업들은 KAIST 발전기금재단에서 인증해 정식으로 KAIST 브랜드를 취득한 기업들이다.

이렇듯 이번 행사는 최첨단 기술들과 다양한 성과들을 홍보하면서 본원의 역량을 대내외에 알리는 기회가 되었으며, 일반인들에게는 멀게만 느껴지던 과학에 좀더 친숙해지는 계기를 만들었다. 초등학교 3학년과 5학년 두 아이와 행사장을 둘러본 대전 대덕 초등학교 학부모 김수진 씨는 “처음에는 아이들이 어려워하고 흥미 없어 할까 걱정했는데, 준비하신 분들의 친절할 설명과 직접 접해본 첨단 기술들에 아이들이 무척 재미있어 했다.”며 “다음 행사에도 꼭 참석하고 싶다”고 말했다.

또한 올해는 특별히 KAIST 학생축제 대동제(24일~26일), 학생취업설명회(25일~27일), ‘학부모의 날 행사’ 등 다양한 부대행사가 동시에 진행되어 더욱 화려하게 이번 행사를 장식했다.



신설 동아리 S.I.F.E.를 만나다.

최근 2년 사이에 테크노경영대학원 학생들의 소모임 내지는 동호회가 부쩍 늘고 있는 추세다. 학생들은 부동산, 엔터테인먼트, 컨설팅, 경영전략, 창업 등 관심분야에 대하여 보다 전문적인 정보교류와 커리어 관리를 위해 이미 활발한 동아리 활동을 진행 중이다. 한편, 스포츠, 영화 등 동호회 성격의 소모임도 수적으로 다양화 되고 있다.

그런데, 이 중에 이제 막 문을 연 신설 동아리 하나를 소개 해 보고자 한다. 바로 S.I.F.E.(Student In Free Enterprise)이다. 학생들의 꽃동네 봉사활동, 학생회 차원에서 실시하고 있는 불우 청소년 과외봉사활동 등 테크노경영대학원의 사회봉사 활동은 물론 나날이 확대되어 오고 있다. 그러나, 학교에서 배운 경영학적 지식을 이용하여 실질적으로 지역사회에 기여한다는 S.I.F.E.의 취지는 뭔가 신선한 구석이 있다.

S.I.F.E.의 초대 동아리 회장을 맡게 된 이대환 군(테크노경영 MBA 2년차)를 만나서 자세한 소개와 포부를 알아보기로 하자.

S.I.F.E. 어떤 동아리 인가?

SIFE는 Students in Free Enterprise의 약자로, 1975년 미국에서 시작된 비영리 교육 봉사 조직이다. SIFE의 취지는 학생들이 학교에서 배우고 경험한 것을 그런 기회를 갖지 못한 일반 과 폭넓게 공유하자는 것이다. 이 과정을 통해서 학생들도 더 학교 밖의 세계로부터 더 큰 배움을 얻고, 지식과 경험의 공유를 통해 다른 사람들의 삶에도 긍정적인 영향을 줄 수 있도록 하기 위하여 노력하고 있다.

SIFE는 미국에 본부를 두고 있으며 현재 45개 국가에 사무소를 두고 있지만, 봉사활동은 이들 조직에 의해 수행되는 것은 아니다. 실제 봉사 활동은 각국 대학의 학생들에 의해 이루어지며, SIFE 조직은 이런 봉사활동들을 독려하기 위한 역할만을 수행한다. 실제 활동 방향에 있어서는 SIFE는 매우 자유로운 단체이다. 학생들은 스스로의 봉사활동을 선택하고 스스로 정한 방법에 의해 자유롭게 실행할 수 있다. 단, SIFE 활동은 다른 사람의 삶을 지속 가능하게 변화시킬 수 있는 교육 봉사 활동이어야 한다. 물질적으로 혹은 근로를 제공하는 방법으로 봉사하는 것도 분명 의미 있는 일이겠지만, 그 활동과 영향력이 한시적일 수 있다. 따라서, SIFE가 추구하는 것은 보다 근본적인 변화이며, 어려운 사람들에게 필요한 기술이나 지식, 능력을 갖추게 하여 그들의 삶을 그들이 원하는 방향으로 스스로 변화시킬 수 있는 힘을 길러 주는 것이라 할 수 있다.

테크노경영대학원내 동아리 창립에 이르기까지 어떤 준비과정을 거쳤나?

내가 SIFE를 처음 알게 된 것은 지난 겨울방학에 일본 도쿄에서 열렸던 사업계획서 컴피티션



에 참가했다가 우연히 SIFE에 대한 이야기를 듣게 되면서였다. 그 때 SIFE에 대한 설명과 한국에서도 시작할 계획을 하고 있다는 이야기를 듣고 KGSM에서도 시작을 했으면 좋겠다는 생각을 하게 되어 준비하기 시작했다. 처음에는 어떻게 시작을 해야 하나 난감하기도 했었는데 일단 메일과 게시물을 통해 경영대학원 학생들에게 홍보를 시작하자 관심을 가지고 회신을 주시는 분들이 예상 외로 많았다. 또 참여 의사를 밝혀주신 분들도 대부분 매우 봉사 의지와 신념이 강한 분들이어서 지금까지도 서로에게 많은 자극이 되고 있다. 현재까지 참여의사를 보여주신 분들은 약 30명 정도인데 이 중 교환학생으로 국외에 나가 있거나 그 밖의 다른 사정으로 활동을 보류 중인 인원을 제외하고 약 20명 정도가 활동을 하고 있다. 이들은 각각 어려운 처지에 있는 다양한 사람들을 대상으로 하는 교육 봉사 프로젝트에서 활동 중이다.

SIFE 지도교수님은 교양 영어 수업을 맡고 계신 Joe Dewberry 선생님께서 맡아 주셨다. 동아리 활동에 잘 맞을 것 같다는 생각이 들어 부탁을 드렸는데, 생각했던 것보다도 훨씬 열성적이었다. KGSM 마케팅 디렉터를 맡고 계신 조연주 선생님도 여러 가지로 많은 도움을 주고 계시다.

설립 첫 해인 올해 구체적 활동 과제는 무엇인가?

올해는 일단 조직 체계를 정비하고 동아리와 동아리의 활동을 지속 가능하도록 유지할 수 있는 틀을 다지는 것이 가장 중요하다고 생각하고 있다. 현재 실행중인 3개의 프로젝트는 새터민(탈북 주민), 외국인 노동자, 어려운 환경의 초·중학생들을 대상으로 하고 있는데 진행이 쉽지는 않다. SIFE가 추구하는 봉사는 보통 생각하는 봉사활동이 아닌 지속적으로 스스로가 스스로를 도울 수 있도록 하는 봉사활동이기 때문이다. 따라서, 올해에는 큰 욕심은 내지 않으려고 하고 있습니다. SIFE가 KAIST 내에서 다른 학생활동들과 긍정적인 시너지를 낼 수 있는 지속 가능한 하나의 동아리로 자리잡을 수 있다면 일단 소기의 목적을 달성하는 것이라고 생각합니다. 이를 위해서 다른 사회단체와의 교류를 통해 서로 힘이 될 수 있는 관계를 만들기 위해 노력하고 있다. 학생회 산하의 봉사부와의 협력을 할 수 있는 방법을 모색하고 있고, 학교 내의 다른 동아리들, 학교 밖의 여러 사회단체들이나 기업들과의 연계도 추진 중에 있다.

향후 중장기적으로 S.I.F.E.의 나아가야 할 방향은?

다른 대학들의 SIFE활동에도 긍정적인 영향을 줄 수 있는 좋은 사례를 많이 만들고 싶다. 또한, 학생과 동아리가 서로 도움이 될 수 있는 관계를 계속 유지하는 것이 중요하다는 생각인데, 이를 위하여 국내 외 기업과 사회단체, 대학들과 연계하여 같이 활동을 하면서 사회적 관계를 넓힐 수 있고 경력에도 도움이 될 수 있는 다양한 경험을 할 수 있는 기회를 되도록 풍부하게 제공하려고 한다.

그 밖에 학우들에게 하고 싶은 이야기가 있다면...

SIFE의 봉사 활동에 참여하는 학생들은 자유로운 형태로 스스로의 배움과 경험의 영역을 넓이면서도 과정에서의 보람을 느낄 수 있을 것이다. 그리고 학생들과 함께 어려운 환경의 사람들에게 도움을 주시고 싶은 분들은 SIFE에서 그 방법을 찾을 수 있을 것이다. KAIST의 신생동아리로서 SIFE는 아직 극복해야 할 어려움이 많다. 이 어려움을 극복해 나가는데 힘을 주실 분들은 언제든지 주저 없이 SIFE의 문을 두드려주시기 바란다.

- SIFE KAIST 커뮤니티: <http://sifekaist.cyworld.com>
- 대표 e-mail: blenz@kgsm.kaist.ac.kr

김경수 기자

사진으로 보는 KGSM 이모저모

이번 호에서는 눈코 뜰새 없이 바쁜 학교생활 가운데에서도 빛나는 순간을 포착한 학생들의 사진을 공모해 보았다. 재치만점 모습, 즐거운 일상탈출, 멋진 풍경 사진 등 모두 50여 장에 가까운 사진이 응모되었다. 각 작품의 치열한 경합 속에 프론티어 편집위원회에서 엄정한 심사 과정을 거쳐 최우수 1점, 우수 3점,佳作 5점 등 모두 9점의 작품을 선정했다. 최우수작으로는 다소 딱딱해지기 쉬운 졸업사진의 분위기를 엮기적인(?) 포즈로 한방에 날려버린 MIS 전공의 박보혜씨의 사진이 선정되었다.



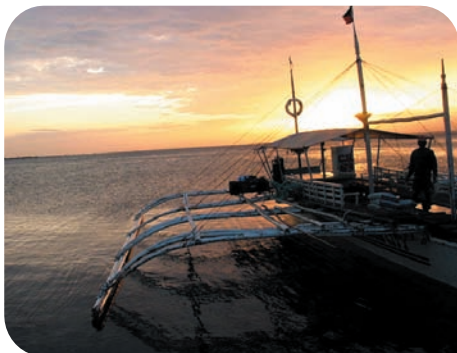
최우수작: MIS MBA 2년차 박보혜

하루하루를 맛있게 재미있게 요리하고 싶습니다. 작은 조각처럼 보이던 일상의 평범한 시간들도 보석처럼 빛나는 특별한 시간으로 바뀔 수 있게요. 대부분의 사람들은 마음의 지배를 받죠. 그러나 행동으로 마음을 지배하는 사람이 됩시다. 지금 이순간 특별한 행동을 해보세요. 정말 특별한 사람이 됩니다.



우수작: 테크노경영 MBA 1년차 변해성

2005년 4월 30일, 북한산 백운대 앞 계단. 미스 북한산 선발대회. 아래부터 현우송(미스제주 진), 이혜승(미스서울), 변해성(미스부산 진), 이승식(미스서울 및 대전), 박형식(미스제주 선), 최경화(미스서울), 한세원(미스서울), 홍영철(미스서울), 이준상(미스대구), 사진 및 심사위원 조영오(테크노MBA 1년차). 대회 결과 미스 서울 이혜승 양을 제외하고 모두 Miss가 아닌 것으로 밝혀져 파문. 이혜승양 단독 수상 ^^;



우수작: 테크노경영 MBA 2년차 예희상

지난 겨울방학 때 필리핀 세부에 갔었는데 '올랑고'라는 섬에 새 구경하러 갔다가 망원경으로 몇 마리 보고, 돌아오는 배를 타려는데 고개를 들자 꿈같은 풍경이 내 눈앞에 펼쳐져 있더군요~ ^^



우수작: 경영공학 석사2년차 황우남

경영공학 04학번들끼리 이번 봄학기에 남이섬으로 MT 갔을 때 찍은 사진입니다. 남이섬의 오솔길을 다같이 떠들며 거닐다가 문득 아이디어가 스쳐서 찍게 되었네요. 오솔길이랑 사진이 너무 잘 어울리죠?



가작: 테크노경영 MBA 1년차 조영오

학교 졸업하고 정말 오랜만에 '중간고사'라는 걸 치르고 나니 다들 허탈하고 놀란 마음에 공황상태였죠. 그래서 심기일전하자며 해성이가 제안을 해서 4월 30일 날 북한산을 찾게 되었네요. 가파른 오르막, 툭툭 채이는 돌 뿌리, 아슬아슬한 바위길을 지나 정상에 다다르니, 맑은 공기와 펼쳐진 풍경이 기다리더군요. "야호" 하니 마음이 탁 트이고, 모두 하나되어 북한산만큼 커다란 마음을 안고 돌아왔습니다.



가작: 텔레콤경영 MBA 2년차 한승돈

프랑스 파리 ESCP-EAP 교환학생 시절. 가족과 자동차를 렌트하여 주로 캠핑장을 이용하며 유럽 전역을 여행하였다. 벨기에 수도 브뤼셀에 도착하였을 때 마침 2년에 한 번씩 시청 앞 광장 전체가 꽃으로 뒤덮이는 '오메강(Ommegang) 꽃 축제'에 참여할 수 있었다. 그것도 단 하루 일반에게 공개되는 축제에 말이다.(광장 뒤로는 유명한(?) '오줌싸개 동상'이 있다.)



가작: MIS MBA 2년차 박장주

MIS 여학우들 졸업사진 촬영에 불쑥 끼어 든 경식 형. but, 곧바로 자신의 행동을 후회하며 무지 쑥스러워하는 경식 형. 이 천진난만한 모습에 다시 환하게 웃는 여학우들...(정은 누나, 인혜)



가작: 테크노경영 MBA 2년차 김광현

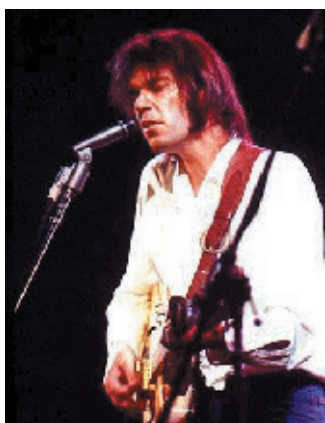
2004년 4월 연구실 517호와 524호가 Joint하여 춘천으로 랩 MT를 다녀왔습니다. 전날 과음으로 지친 몸들이었지만, 다시는 오지 못할 추억을 만들기 위해 상추 한 장으로 부케를 던지는 장면을 재현하였습니다.



가작: 경영공학 2년차 방민석

2004년 3월 6일, 전국적으로 폭설이 내린 날 캠퍼스 공관 옆 오르막길을 올라와 소정사로 이어지는 산길에서 찍은 사진입니다. 우리학교에도 이런 데가 있나 하실 것 같습니다. 조그마한 캠퍼스지만 잘 둘러보면 아름다운 풍경을 찾으실 수 있을 겁니다. ^^

Neil Young Never Sleeps...



음악을 좋아하는 사람들이라면 누구나 한번쯤은 어떤 음악가를 가장 좋아하는지, 어떤 음악을 가장 좋아하는지에 대해서 생각해보거나 대화를 나눈 적이 있을 것이다. 그럴 때면 너무나 많은 ‘가장 좋아하는’ 음악가들 사이에서 딱 한 명을 끄집어 내기란 쉽지 않다. 필자 역시 오래 많은 음악을 들어왔지만 이러한 질문을 받으면 난감해하곤 한다. 하지만 언제부턴가 그래도 한 명을 꼽으라면 Neil Young이라고 말하겠다고 마음먹었다. 그리고 이 자리를 빌어 Neil Young에 관한 얘기를 짧게 하고자 한다.

Neil Young은 그가 해외에서 누리는 명성에 비해 국내에는 그다지 알려지지 않은 사람 중 한 명이다. 그나마 그를 기억하는 사람이라면 오래 전 Harvest 앨범에 실렸던 ‘Heart of Gold’ 썸을 떠올릴 것이다. 사실 ‘기억’이란 표현은 맞지 않다. 그는 40여 년이 지난 지금도 한결같이 곡을 쓰고 녹음하고 있다. 그를 알지 못하는 사람이라면 패닉의 히트곡 ‘달팽이’가 Neil Young의 ‘After the Gold Rush’를 표절한 곡임을 밝힌다면 조금 친숙하게 느껴질 지도 모르겠다. Neil Young에게 자주 붙는 수식어 중엔 ‘Maverick’과 ‘Chameleon’이 있다. 상반되는 듯한 두 개의 수식어가 한 사람에게 붙는다는 것이 조금은 의아할 수도 있지만 그의 음악을 듣다 보면 왜 이런 수식어들이 붙게 되었는지를 쉽게 알 수 있다. 그는 지금까지 40여장의 앨범을 발표하면서 Folk, Grunge Rock, Blues, Rock&Roll, Country 등 수많은 장르에 걸쳐 앨범을 발표하였다 - 사실 우리에게 친숙한 위의 곡들과 달리 그는 해외에서 Grunge Rock의 대부로 추앙 받고 있다. ‘On the beach’ 같은 곡에서는 한없이 애절한 Blues를 경험할 수 있고, ‘Hey, Hey, My, My’에서는 강렬한 Rock을, ‘Harvest Moon’에서는 너무나 아름다운 사랑을, ‘Dead Man’ 영화음악에서는 뭐라 표현하기 힘든 아방가르드적인 그만의 음색을 경험할 수 있다. 하지만 그가 그 시대의 주류를 따라 음색을 바뀌어갔다고 말하는 사람은 아무도 없다. 오히려 이러한 다양한 장르의 음악을 추구하면서도 그는 자신만의 음악을 창조해냈고 그래서 그의 음악 속에는 Neil Young의 음악이라고 구분 지을 수 있는 공통된 요소가 숨어있다. - 그는 놀랍게도 40년 동안 똑 같은 모습과 똑 같은 목소리로 연주하고 노래한다. 그의 다듬어지지 않은 듯한 기타 연주와 목소리는 그를 보다 친숙하고 편하게 느끼게 해주는 매력이 있다. 1945년에 태어났으니 이제 환갑을 지난 나이다. 하지만 그는 지금도 ‘Garage’에서 Grunge를 연주하면 열정을 불태우고 있다.

〈추천 앨범〉

Everybody Knows This Is Nowhere(1969), After the Gold Rush(1970), Harvest(1972), On the Beach(1974), Tonight's the night(1975), Zuma(1975), Rust Never sleeps(1979), Sleeps with Angels(1994), Are You Passionate(2002) **Frontier**

2005년 여름의 테크노인

2005년 여름의 테크노인으로 대학원 홍보 및 MBA 기획을 담당하고 있는 황은정씨가 선정되었다.

황은정씨는 1997년 2월에 입사하여 9년간 카이스트에서 근무하며 MBA 전공사무실에서 통신경영/정책전공, 경영정보전공, 금융공학전공을 담당하였고, 이후 MBA 마케팅그룹의 주무역할을 하면서 대학원 홍보, Frontier 발간, MBA 기획 업무를 담당해오고 있다. 특히, 대학원 홍보업무를 수행함에 있어, 항상 대학원에 대한 보도자료를 수시로 발굴하고 가다듬어 기사화에 애쓰고 있으며, 국내 언론보도에 적극적이고 능동적으로 대처하여 대학원의 위상을 알리는데 큰 역할을 하고 있다. 대학원의 얼굴이라 할 수 있는 Frontier지와 email 뉴스레터를 발간 및 지원함으로써 대학원의 소식과 사업을 널리 알리며 홍보하는데 기여하고 있다. 아래는 황은정씨의 수상소감이다.



“제가 이 상을 받을만한지는 잘 모르겠습니다만, 무엇보다도 학교에 ‘테크노인’과 같은 제도가 있어 사기 진작도 되고 동기부여도 될 수 있어 좋은 것 같습니다. 이 상의 취지와 의미가 좋은 전통으로 자리잡았으면 좋겠습니다. 현재 하고 있는 일이 대학원 홍보와 MBA 기획인데 배울 것이 많은 분야라고 생각을 합니다. 항상 배우는 자세로 임하면서 누가 이 자리에 오더라도 어떠한 일을 어떻게 하면 된다는 것을 쉽게 알 수 있도록 업무를 체계화하도록 노력할 것입니다. 노력하는 자세로 남들에게 본보기가 되어 이 상의 의미가 잘 새겨질 수 있도록 하겠습니다.

마지막으로 추천해주신 분과 선정위원회 여러분, 주위에서 도와주신 여러 직원 분들, 그리고 마케팅실 식구들에게 감사드립니다.” **Frontier**

동문회비 납부 안내

“동문회비 납부 참여, 나부터의 실천이 동문회와 모교발전의 원동력이 됩니다.”

* 동문회비 사용 용도

- 동문주소록 제작
- 동문회 발전을 위한 기금적립 및 각종 동문행사 운영
- 모교 발전사업 지원

* 동문회비 납부 안내

- 연회비 30,000 원(중신회비 200,000 원)
- 회비 납부구좌: 기업은행 001-115367-01-012(예금주: KAIST 동문회)
- 문의: MBA 마케팅실(iwantbe@kgsml.kaist.ac.kr, 02-958-3246)

* 여력이 되시는 동문께서는 중신회비를 납부해 주실 것을 권유해드립니다.

