

加圖立關東大學 一般研究所

全球學系 美容經營專業

碩士學位課程 (Global Beauty Business)

外國學生專班 (外加名額)

1. 專業介紹

美容經營專業碩士學位課程，是為因應全球美容產業的快速成長、K-Beauty 在世界市場的持續擴展，以及人工智慧（AI）與數位科技的發展，而設立的跨領域碩士學位課程。旨在培養具備美容產業經營、行銷、傳播及數據應用能力的專業人才。

本專業以經營管理學與美容產業學的融合為基礎，系統性教授美容消費者行為與趨勢分析、品牌策略與廣告傳播、媒體與數位傳播、市場調查與數據分析、全球美容事業及 K-Beauty 策略等內容。尤其著重培養運用 AI 進行消費者與市場數據分析、美容趨勢預測、個人化行銷、內容製作及品牌傳播等未來美容產業所需的數位實務能力。

課程以美容經營學為核心，設置美容消費者行為與趨勢、美容品牌與廣告傳播、美容媒體傳播、AI 美容數據分析與市場調查、全球美容事業與 K-Beauty 等專業課程。此外，透過組織行為學、經營研究方法論、經營統計學及全球經營學等課程，同時培養學生的經營管理基礎及研究分析能力。

本專業將有效運用加圖立關東大學一般研究所現有的教育資源與專任教師進行教學。透過招收外國留學生外加名額，在不影響現有研究所招生名額的情況下，吸引優秀的國際人才，並促進大學國際化，以及 K-Beauty 與 AI 美容事業在全球市場的發展與推廣。

【表 1-1 專業概況】

項目	內容
專業名稱	美容經營（Global Beauty Business）
所屬研究所	一般研究所
學位課程	碩士學位課程
學位名稱	工商管理碩士（Master of Business Administration）
招生對象	外國人及旅外國民（依《研究所學則》第 4 條第 1 項第 2 款，以外加名額招生）
修業年限	2 年（4 學期）；適用縮短修業年限規定時，最短為 1 年（依《學則》第 8 條第 2 項）
授課語言	雙語授課（韓語 + 中文，必要時輔以英語）
畢業方式	論文制與學分修畢制並行
設置形式	一般研究所新設專業

以上內容整理了本專業所屬研究所、學位課程、學位名稱、招生對象、修業年限、授課語言及畢業方式等基本事項。本專業以外國人及旅外國民為招生對象，採外加名額方式招生，並同時實施論文制與學分修畢制。

2. 教育目的

美容經營專業碩士學位課程以仁川天主教學園「真理」的創立精神及大韓民國的基本教育理念為基礎，旨在培養能夠從產業與文化的角度綜理解美容領域，並以經營管理的觀點進行企劃、設計與營運的專業人才。

現代美容產業已不再侷限於單純的美容技術，而是發展為需要消費者體驗、品牌價值、數位與媒體傳播、人工智慧 (AI) 與數據應用，以及全球市場拓展等綜合經營能力的產業。因此，本專業將經營管理學的理論基礎與美容產業的實務專業相結合，培養能夠企劃美容品牌與商業模式、分析市場，並在全球環境中具備競爭力的專業人才。

本專業最終旨在將美容的範疇由「技術層面的美容」擴展為「經營、文化、傳播及數位產業層面的美容」，並培養能夠在 K-Beauty 全球化及 AI 美容產業發展的具體環境中實踐專業能力的國際化人才。

3. 教育目標

本專業的教育目標，是使學生能夠系統性理解美容產業的主要經營管理功能，並具備從消費者、品牌、媒體、數據及全球市場等多元觀點進行綜合分析與實際應用的專業能力。

第一，在**知識層面**，透過美容經營學，系統性學習美容產業的結構與經營原理；透過美容消費者行為與趨勢課程，建立理解消費者與市場的理論基礎。並透過美容品牌與廣告傳播、美容媒體傳播等課程，學習現代美容產業的品牌與傳播策略；透過全球美容事業與 K-Beauty 課程，理解海外市場拓展及全球經營策略。此外，透過經營研究方法論、經營統計學，以及 AI 美容數據分析與市場調查，培養以數據為基礎的分析與決策能力。

第二，在**能力層面**，透過組織行為學與全球經營學，深化對組織營運及國際商業環境的理解；並透過專業進階課程與案例研究，培養規劃美容品牌與事業、設計媒體與數位傳播策略，以及制定全球市場拓展策略的實務應用能力。同時，透過團隊專案、案例分析及成果發表，強化問題解決能力，以及跨文化溝通與合作能力。

第三，在**態度層面**，培養學生作為全球公民應具備的倫理意識與反思態度。透過與不同國籍學生共同學習的環境，提升跨文化敏感度及相互尊重的態度，並理解與實踐美容產業的社會責任、永續發展、ESG、公平貿易及動物福利等價值，成長為具備成熟專業素養的人才。

4. 學系專任教師名單

依據《研究所學系（專業）設置標準相關規定》第 2 條，新設一般研究所碩士學位課程時，須配置至少 5 名相關領域的專任教師。本專業由經營管理學、統計學、廣告公關學、美容設計學，以及人工智慧與數據科學等與美容經營具有學術關聯性的領域教師共同參與，包含預定聘任教師在內共計 6 名，符合專業設置標準。

本專業參與授課的專任教師，與美容經營各領域具有以下學術關聯性。

徐正雲教授專長為經營管理學與會計學，透過經營研究方法論課程，提供美容產業研究所需的方法論基礎；並於美容消費者行為與趨勢課程中，從行為經濟學的觀點教授消費者決策結構與購買行為。

李昌均教授專長為經營管理學與經營資訊系統（MIS），透過組織行為學與全球經營學課程，提供美容企業組織營運、資訊系統應用及國際商業環境的理論與實務基礎。

金明鍾教授專長為統計學，負責建立美容市場分析與數據導向決策的方法論基礎。透過經營統計學、美容數據分析與市場調查等課程，教授消費者分析、市場區隔、需求預測及品牌績效衡量等數據導向美容經營所需的核心理論方法。

鄭賢珠教授專長為廣告公關學與新聞傳播學，提供現代美容產業所需的品牌傳播與媒體傳播專業。考量廣告、媒體及網紅傳播在 K-Beauty 全球化過程中所扮演的重要角色，廣告公關學與新聞傳播學是本專業的核心學術領域之一。鄭賢珠教授將負責美容品牌與廣告傳播、美容媒體傳播等課程，深入教授訊息策略與媒體策略。

方孝珍教授專長為美容設計學與美容學，是本專業美容產業專業教育的核心教師。她將多年來在美甲、彩妝及皮膚美容等實務領域的研究經驗，以及國家資格考試命題、審查、國際展覽與評審活動中所累積的實務專業，與經營管理知識相結合進行教學。本專業中將負責或共同開設美容經營學、全球美容事業與 K-Beauty、美容數據分析與市場調查等課程。

○○○教授（預定聘任）專長為人工智慧、電腦工程或數據科學相關領域，負責將 AI 技術應用於美容產業的經營、行銷與服務教育。主要內容包括運用生成式 AI 製作美容內容、分析消費者與市場數據、預測美容趨勢、規劃個人化商品與服務、顧客關係管理，以及 AI 數位行銷等未來美容產業所需的核心理論能力。同時，也將教授 AI 應用過程中的數據倫理、個人資料保護、演算法公平性及生成內容著作權等議題。本專業中將負責 AI 美容商業、AI 美容數據分析與市場調查等課程，或與相關領域的專任教師共同授課。

【表 4-1 專任教師及預定聘任教師名單與授課科目】

No.	姓名	職稱	專業領域	最高學位	所屬單位	碩士課程授課科目	備註
1	徐正雲	助理教授	經營管理學、會計學	博士	創業支援團	經營研究方法論、美容消費者行為與趨勢	主任教授
2	鄭賢珠	教授	廣告公關學	博士	三一融合學院	美容品牌與廣告傳播、美容媒體傳播	
3	李昌均	助理教授	經營管理學、經營資訊系統 (MIS)	博士	三一融合學院	組織行為學、全球經營學	
4	金明鍾	助理教授	統計學	博士	三一融合學院	經營統計學、美容數據分析與市場調查 (共同授課)	
5	方孝珍	副教授	美容設計、美甲美容	博士	人文服務學院	美容經營學 (專業必修)、全球美容事業與 K-Beauty、美容數據分析與市場調查 (共同授課)	
6	預定聘任	待定	經營管理學	博士	待定	人力資源管理、教育訓練與人才發展	中華圈教授
7	預定聘任	待定	人工智慧 (AI)、數據分析	博士	待定	AI 美容商業、AI 數位行銷	

本表整理了參與本專業的 5 名專任教師及 1 名預定聘任教師之姓名、職稱、專業領域、最高學位、所屬單位與授課科目。

目前已配置的 5 名專任教師均直接負責本專業的核心課程，實質符合「相關領域專任教師」的設置要求。未來預計再聘任 1 名中國籍經營管理學專業教師，以強化人力資源管理、教育訓練及人才發展領域的教學。

5. 課程設置

5-1. 課程設置概況

碩士學位課程依據《一般研究所學務運作規定》第 9 條第 1 項，分為專業必修、專業選修及論文研究三大領域。

專業課程由 1 門專業必修課程 3 學分及 9 門專業選修課程 27 學分組成，共開設 10 門課程、合計 30 學分。論文研究課程另行設置，成績採合格 (Pass) 或不合格 (Fail) 方式評定，學生須取得 1P (合格)。

依據《一般研究所學務運作規定》第 9 條第 1 項，專業必修課程的學分不得超過全部專業課程學分的 50%。本課程規劃的專業必修課程為 3 學分，占全部 30 學分的 10%，符合相關規定。

【表 5-1 課程設置概況】

類別	課程數量	學分	比例	備註
專業必修	1 門	3 學分	10.0%	體現專業核心定位的課程
專業選修	9 門	27 學分	90.0%	進階與應用領域
論文研究	1 門	1P	-	採論文制之學生修讀
合計（專業課程）	10 門	30 學分	100%	

本表整理了專業必修、專業選修及論文研究三大領域的課程數量、學分與比例。

課程由 1 門專業必修課程（3 學分，占 10.0%）、9 門專業選修課程（27 學分，占 90.0%）及 1 門論文研究課程（1P）組成，符合《一般研究所學務運作規定》第 9 條所規定之專業必修學分不得超過總學分 50%的限制。

5-2. 各學期課程規劃方案

各學期課程分為學分修畢制與論文制兩種修業方式。

學分修畢制適用縮短修業年限規定時，最短可於 1 年內完成；論文制則依正常修業年限，以 2 年課程方式實施。兩種方式均以相同的 4 學期課程架構為基礎，並依學生所選擇的畢業方式與修業年限，調整課程修讀時間及各學期的學分配置。

第 1 學期開設的經營管理共同課程，將與全球心理專業及人力資源管理專業共同開設與運作，以提升課程運作效率及不同專業之間的融合性。

【表 5-2a 方案 A - 學分修畢制（1 年課程）】

學期	課程	學分	累計學分
第 1 學期 (正規學期)	組織行為學、經營研究方法論、經營統計學 ※ 與其他專業共同授課	9 學分	9 學分
暑期 (季節學期)	美容經營學（專業必修）、美容消費者行為與趨勢	6 學分	15 學分
第 2 學期 (正規學期)	全球經營學 ※ 與其他專業共同授課 美容品牌與廣告傳播、AI 應用美容媒體與數位傳播	9 學分	24 學分

寒假 (季節學期)	全球美容事業與 K-Beauty、AI 美容數據分析與市場調查	6 學分	30 學分
合計	專業必修 1 門 (3 學分) + 專業選修 9 門 (27 學分)	30 學分	-

第1學期正規課程修讀3門課程 (9學分)、暑期課程修讀2門課程 (6學分)、第2學期正規課程修讀3門課程 (9學分)、寒假課程修讀2門課程 (6學分)，於1年內共修畢30學分。符合每學期最多9學分、每次季節學期最多6學分的修課上限規定。

【表 5-2b 方案 B - 論文制 (2 年課程)】

學期	課程	學分	累計學分
第 1 學期	組織行為學、經營研究方法論、經營統計學 ※ 與其他專業共同授課	9 學分	9 學分
第 2 學期	全球經營學 ※ 與其他專業共同授課 美容經營學 (專業必修)、美容消費者行為與趨勢	9 學分	18 學分
第 3 學期	美容品牌與廣告傳播、AI 應用美容媒體與數位傳播、全球美容事業與 K-Beauty、論文研究	9 學分 + 1P	27 學分 + 1P
第 4 學期	AI 美容數據分析與市場調查、論文審查	3 學分	30 學分 + 1P
合計	專業必修 1 門 (3 學分) + 專業選修 9 門 (27 學分) + 論文研究 1P	30 學分 + 1P	-

本方案為分 4 學期修畢 1 門專業必修課程 (3 學分)、9 門專業選修課程 (27 學分) 及論文研究 1P 的標準課程規劃。學生自第 3 學期開始進行論文研究，並於第 4 學期完成論文撰寫與審查。

6. 專業課程

6-1. 碩士課程科目一覽

本專業的碩士課程由 10 門專業課程 (1 門專業必修課程 + 9 門專業選修課程) 及 1 門論文研究課程組成。

本節將各課程的編號、課程名稱 (韓文及英文)、課程類別、學分、授課時數、開課學期、授課教師及課程概要等內容進行系統性整理。

【表 6-1 碩士課程科目一覽】

學期	課程	學分	累計學分
第 1 學期	組織行為學、經營研究方法論、經營統計學 ※ 與其他專業共同授課	9 學分	9 學分

第 2 學期	全球經營學 ※ 與其他專業共同授課 美容經營學 (專業必修) 、美容消費者行為與趨勢	9 學分	18 學分
第 3 學期	美容品牌與廣告傳播、AI 應用美容媒體與數位傳播、 全球美容事業與 K-Beauty、論文研究	9 學分 + 1P	27 學分 + 1P
第 4 學期	AI 美容數據分析與市場調查、論文審查	3 學分	30 學分 + 1P
合計	專業必修 1 門 (3 學分) + 專業選修 9 門 (27 學分) + 論文研究 1P	30 學分 + 1P	-

本表整理了 1 門專業必修課程「美容經營學」、9 門專業選修課程「組織行為學、經營研究方法論、經營統計學、全球經營學、美容消費者行為與趨勢、美容品牌與廣告傳播、AI 應用美容媒體與數位傳播、全球美容事業與 K-Beauty、AI 美容數據分析與市場調查」，以及 1 門論文研究課程「論文研究 (1P) 」的詳細資料。

6-2. 課程詳細說明及各週授課內容

本節列出各課程的課程類別、學分與授課時數、開課學期、授課語言、課程概要及授課教師等基本資料，並依此系統性規劃 15 週的授課內容。

11 門專業課程原則上於第 7 週進行期中考試，並於第 15 週進行期末考試。論文研究課程則採指導教授個別指導方式進行，從研究主題選定、論文撰寫至最終評定，依各階段逐步實施。

【表 6-2 碩士課程各科目每週學習內容】

1. 美容經營學

週次	授課內容
1	課程說明及美容產業的概念與範圍
2	美容產業的結構與價值鏈
3	美容企業經營的特殊性
4	美容品牌與定位基礎
5	美容服務經營與顧客體驗
6	美容產品企劃與商品化
7	期中考試
8	美容通路與全通路經營
9	美容行銷組合的理解
10	美容企業財務管理基礎
11	美容產業的人力資源管理
12	美容創業與商業模式

13	美容產業的 ESG 與永續發展
14	美容經營案例分析與發表
15	期末考試

2. 組織行為學

週次	授課內容
1	課程說明及組織行為學的架構與分析層次
2	個人行為基礎：人格、知覺與學習
3	激勵理論：內容理論 (Maslow、Herzberg)
4	激勵理論：過程理論 (Vroom、Adams)
5	團體行為與團隊效能
6	溝通與衝突管理
7	期中考試
8	領導理論的發展與現代觀點
9	權力與政治：組織內影響力的心理
10	組織文化的形成、維持與改變
11	組織設計與結構的行為意涵
12	組織變革與創新管理
13	壓力與幸福感：組織層面的觀點
14	組織行為案例分析與討論
15	期末考試

3. 經營研究方法論

週次	授課內容
1	課程說明及經營研究的意義與程序
2	研究問題的提出與理論背景檢討
3	研究設計：量化研究與質性研究
4	抽樣設計與資料蒐集方法
5	問卷調查法與量表開發
6	實驗設計與準實驗設計
7	期中考試
8	質性研究方法：個案研究、紮根理論與敘事研究
9	訪談、觀察與文獻分析方法
10	效度與信度的概念
11	論文架構與撰寫原則
12	研究倫理與 IRB
13	混合研究方法與三角驗證

14	研究計畫書撰寫與發表
15	期末考試

4. 經營統計學

週次	授課內容
1	課程說明及經營統計基礎
2	描述統計：平均數、變異數及分布的解讀
3	機率分布與抽樣分布
4	假設檢定的邏輯與第一類、第二類錯誤
5	t 檢定與平均數比較
6	變異數分析 (ANOVA) 與多重比較
7	期中考試
8	相關分析與簡單迴歸分析
9	多元迴歸分析與變數選擇
10	邏輯斯迴歸與分類
11	因素分析與降維
12	結構方程模型概要
13	美容與行銷數據分析實務
14	統計軟體 (R / SPSS) 的應用
15	期末考試

5. 全球經營學

週次	授課內容
1	課程說明及全球經營環境
2	跨國企業理論與發展
3	國際市場進入策略：出口、授權與直接投資
4	全球策略：標準化與在地化
5	文化差異與 Hofstede、GLOBE 研究
6	全球供應鏈管理
7	期中考試
8	全球組織結構與協調
9	全球行銷策略
10	全球財務管理與匯率風險
11	跨文化談判與溝通
12	新興市場進入策略
13	ESG 與全球企業責任
14	全球經營案例分析

15	期末考試
----	------

6. 美容消費者行為與趨勢

週次	授課內容
1	課程說明及美容消費者行為研究範圍
2	美容消費者的動機與需求
3	美容消費者的資訊處理與涉入程度
4	美容產品選擇與購買決策
5	美容消費者的品牌態度
6	不同世代的美容消費行為：Z 世代與千禧世代
7	期中考試
8	男性美容消費行為的興起
9	環保、純素及 Clean Beauty 趨勢
10	K-Beauty 與韓流消費心理
11	數位原生世代的美容消費
12	美容消費趨勢分析方法
13	不同文化圈的美容消費差異
14	美容消費者案例分析與發表
15	期末考試

7. 美容品牌與廣告傳播

週次	授課內容
1	課程說明及美容品牌的概念
2	美容品牌識別與定位
3	品牌價值主張（BVP）的設計
4	美容廣告的創意策略
5	美容廣告的訊息設計
6	廣告訴求策略：理性、感性及社會性訴求
7	期中考試
8	美容廣告的媒體組合
9	全球美容廣告案例分析
10	美容品牌危機與管理
11	品牌延伸與品牌組合策略
12	奢華美容與大眾美容的廣告差異化
13	美容廣告倫理與法規
14	廣告活動企劃與發表
15	期末考試

8. 美容媒體傳播

週次	授課內容
1	課程說明及美容媒體生態系統的理解
2	傳統美容媒體：雜誌與電視的角色
3	數位媒體平台的特性
4	SNS 美容行銷：Instagram 與 TikTok
5	YouTube 美容內容的發展
6	美容網紅的類型與影響力
7	期中考試
8	網紅合作與合約管理
9	品牌內容與品牌新聞學
10	美容直播電商與可購物內容
11	美容媒體聲譽管理
12	危機情況下的媒體應對策略
13	全球美容媒體策略的在地化
14	媒體行銷活動企劃與發表
15	期末考試

9. 全球美容事業與 K-Beauty

週次	授課內容
1	課程說明及全球美容市場概況
2	全球美容大型企業策略：L' Oréal 與 Estée Lauder
3	K-Beauty 的成長與韓流效應
4	K-Beauty 出口市場的變化
5	北美市場進入策略
6	歐洲市場進入策略
7	期中考試
8	東南亞市場進入策略
9	中國市場的機會與風險因素
10	中東與非洲新興市場
11	全球美容法規與認證
12	清真、純素等特殊市場
13	全球美容產業併購與投資趨勢
14	K-Beauty 案例分析與發表
15	期末考試

10. 美容數據分析與市場調查

週次	授課內容
1	課程說明及美容市場調查的作用
2	美容市場調查設計
3	量化調查：問卷與銷售數據分析
4	質性調查：焦點團體訪談與深度訪談
5	美容消費者市場區隔方法
6	市場規模推估與競爭分析
7	期中考試
8	社群聆聽與文字探勘
9	電子商務數據的應用
10	美容趨勢監測方法
11	品牌績效衡量：銷售額、知名度與忠誠度
12	新產品測試與概念評估
13	數據視覺化與報告撰寫
14	美容數據分析專案發表
15	期末考試

11. AI 美容商業與數位行銷

週次	授課內容
1	課程說明及 AI 美容產業的理解
2	人工智慧與生成式 AI 的基本概念
3	全球美容企業的 AI 應用案例
4	AI 消費者數據分析與顧客區隔
5	個人化推薦與客製化美容服務
6	運用 AI 進行美容市場與趨勢預測
7	期中考試
8	運用生成式 AI 製作美容內容
9	AI 數位廣告與行銷活動自動化
10	AI 聊天機器人與顧客關係管理 (CRM)
11	AI 美容產品與服務企劃
12	虛擬體驗、皮膚診斷與影像分析技術的應用
13	數據倫理、個人資料保護、演算法公平性與著作權
14	AI 美容商業專案企劃與發表
15	期末考試

12. 論文研究

週次	授課內容
----	------

1	與指導教授協議研究主題
2	先行研究及相關文獻檢討
3	研究問題的精進與研究假設的提出
4	確定研究設計與研究方法
5	IRB 審查與研究倫理檢討
6	制定並執行資料蒐集計畫
7	期中指導：檢查研究進度
8	實施資料蒐集
9	資料分析
10	研究結果的解釋與討論
11	撰寫論文初稿
12	指導教授審閱與修改
13	論文發表與公開指導
14	完成最終論文
15	最終評定及合格判定 (P)

7. 系所內規 (碩士課程)

為確保美容經營專業順利運作，特制定並實施以下系所內規。本內規未規定之事項，準用研究所學則及《一般研究所學務運作規定》。

第 1 條 (目的)

本內規旨在規範加圖立關東大學一般研究所美容經營專業碩士學位課程運作所需之細部事項。

第 2 條 (入學資格)

- ① 得申請本專業者，應為外國人，或在國外完整修畢相當於小學、中學及大學教育之全部課程，並持有學士學位之旅外國民（或經認定具同等以上學歷者）。
- ② 入學甄選採書面資料審查方式辦理（《學務運作規定》第 5 條第 2 項）。

第 3 條 (修習學分及畢業方式)

- ① 論文制：應修畢專業必修及專業選修課程至少 24 學分、論文研究至少 1P，並通過論文審查。

- ② 學分修畢制：應修畢專業必修及專業選修課程至少 30 學分，提交由系所（專業）主任教授指定的替代認定成果，包括參與研究計畫、產學合作成果及學術發表等，並通過綜合考試。替代認定成果的具體標準，另經研究所運營委員會審議通過後訂定。
- ③ 畢業所需之全部學期平均成績應達 3.0 以上。

第 4 條（選課）

- ① 每學期選課上限為 9 學分（《學務運作規定》第 13 條第 2 項）。
- ② 每次季節學期最多可修讀 2 門課程、6 學分。
- ③ 必須修畢專業必修課程「美容經營學」3 學分。

第 5 條（指導教授）

- ① 指導教授應於第 1 學期開始後 60 日內聘任（《學務運作規定》第 17 條）。
- ② 指導教授應由校內與學生專業領域相同的專任教師擔任（《學務運作規定》第 18 條第 1 項）。本專業所稱「專業領域相同」的教師，包括經營管理學、美容經營、美容設計、廣告公關學及統計學等與美容經營具有學術關聯之領域的專任教師。
- ③ 研究主題具有跨領域性質時，得由主任教授提議聘任共同指導教授（《學務運作規定》第 17 條第 3 項）。

第 6 條（論文研究）

- ① 採論文制之學生，應依《學務運作規定》第 16 條第 1 款，於 1 個學期內修讀論文研究課程，並取得至少 1P（合格）。
- ② 論文研究課程採指導教授個別指導方式進行，並應配合提交學位論文計畫書的學期，即第 3 學期修讀。
- ③ 學位論文計畫書應經指導教授及主任教授審核後，提交研究所教務組（《學務運作規定》第 15 條）。

第 7 條（資格考試）

- ① 外國語文考試：以韓語考試方式實施。取得 TOPIK 5 級以上者，或完成 300 小時韓語教育者，得免試（《學務運作規定》第 19 條第 1 項第 1 款之二）。報考資格為註冊滿 2 學期以上，並取得至少 6 學分（《學務運作規定》第 21 條）。
- ② 綜合考試：從專業必修及專業選修課程中選定 3 門，以筆試方式實施。
- ③ 綜合考試報考資格：通過外國語文考試、取得至少 18 學分、已修課程平均成績達 B0 以上，並註冊滿 3 學期以上（《學務運作規定》第 21 條第 2 項第 1 款）。

第 8 條（論文審查）

- ① 論文審查委員會由包含指導教授在內的 3 名委員組成（《學務運作規定》第 27 條第 1 款）。
- ② 論文得以韓文或英文撰寫；以英文撰寫時，應附韓文摘要。

第 9 條（縮短修業年限）

依學則第 8 條第 2 項，取得規定學分並符合畢業條件者，得在 1 年範圍內縮短修業年限。具體條件另經學務運作委員會審議後訂定。

第 10 條（獎學金）

本專業學生之獎學金，依研究所獎學金發放規定中的外國學生獎學金標準辦理。

第 11 條（其他事項）

本內規未規定之事項，準用研究所學則及《一般研究所學務運作規定》。其他必要之細部事項，經系所教師會議討論後，由主任教授決定。