

경영학과

1. 학과현황

1.1 연혁

연도	주요연혁	비고
1971년 12월	경영학과(야간) 인가	
1972년 1월	경영학과 석사과정 개설	
1976년 12월	주간경영학과 인가(입학정원 100명)	
1978년 10월	야간경영학과 입학정원 10명 증원	
1983년 2월	대학원 경영학과 박사과정 개설	
1998년 10월	경영학부로 통합, 경영학전공으로 명칭 변경	
2005년 2월	경영학부 폐지, 경영학과로 명칭 변경	
2006년 2월	주간 경영학과 입학정원 10명 증원	
2007년 2월	주간 경영학과 입학정원 30명 증원	

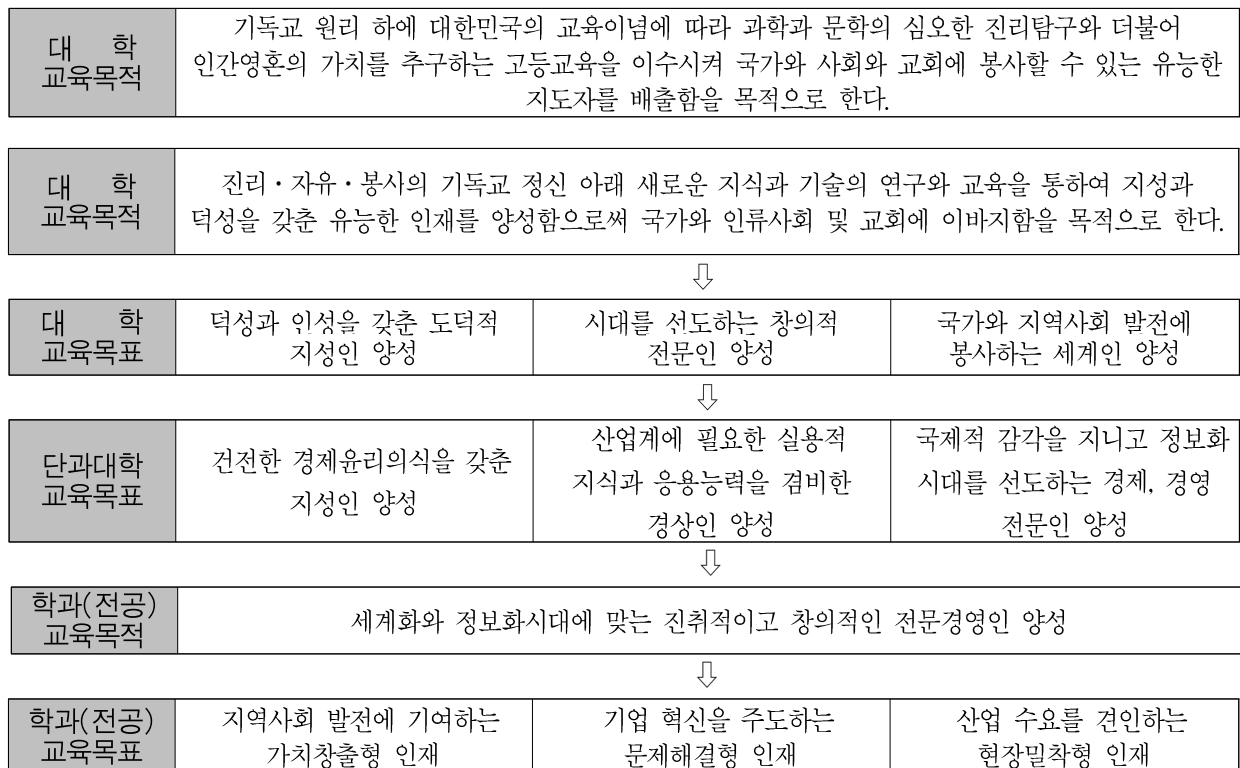
1.2 교수진

성명	출신교			최종 학위명	전공분야	주요담당과목
	학사	석사	박사			
허찬영	한남대	영국Univ. of Wales	영국Univ. of Aston in Birmingham	경영학	인적자원관리	인적자원관리, 노사관계론, 조직개발론
정충영	서울대	KAIST	KAIST	경영공학	디지털경영	디지털경영, 경영정보관리
정강욱	연세대	연세대	연세대	경영학	마케팅	인터넷마케팅, 유통관리, 광고관리, 서비스마케팅
진현웅	연세대	KAIST	KAIST	산업공학	경영과학/ 생산관리	생산운영관리, 경영의사결정, 공급사슬관리
장수덕	계명대	경북대	경북대	경영학	인사조직	조직행동, 거시조직론
양원석	KAIST	KAIST	KAIST	산업공학	경영과학	생산운영관리, 품질경영론
남성집	충북대	Thunderbi rd	Golden Gate Univ	경영학	국제경영	국제경영, 글로벌경영환경

성명	출신교			최종 학위명	전공분야	주요담당과목
	학사	석사	박사			
심용보	연세대	연세대	연세대	경영학	인사조직	인간관계론, 노사관계론, 조직개발론
이진호	서강대	서강대	서강대	경영학	재무관리	재무관리, 투자론
이희태	서울대	서울대	서울대	경영학	마케팅	마케팅관리, 유통관리, 소비자행동, 하 이테크마케팅
이상훈	O h i o S t a t e University	서울대	KAIST	기술 경영학	기술경영	기술경영, 생산운영관리, 혁신전략
정보희	연세대	서울대	서울대	경영학	마케팅	마케팅관리, 소비자행동, 유통관리
박경희	이화여대	이화여대	이화여대	경영학	재무관리	재무관리, 투자론, 경영분석
이정은	동국대	고려대	고려대	경영학	국제경영	국제경영, 글로벌경영전략
황요성	한남대	고려대/한 국도로기술 대학	경희대	경영학	인사조직	경영학원론, 인적자원관리
Daniel George Dahl	Oregon State University	Oregon State University		경영학	MBA	비즈니스 영어 I, II

2. 교육과정

2.1 교육목적 · 교육목표 체계도



2.2 교육과정 편제표

한남대학교 교육목표	학과(전공) 교육목적	학과(전공) 교육목표	전공교과목(명)
덕성과 인성을 갖춘 지성인 양성	세계화와 정보화 시대에 맞는 진취적이고 창의적인 전문경영인 양성	경영학 이론과 경영윤리에 대한 소양 함양	생산운영관리, 마케팅관리, 조직행동, 경영정보 관리, 재무관리, 기술경영, 관리회계, 기업법, 재 무회계, 4차산업혁명과경영, 비즈니스컨설팅, 경 영과사회, 디자인경영
시대를 선도하는 창의적 전문인 양성		세계화 정보화 시대 전문 경영인의 자질 함양	소비자행동, 투자론, 인적자원관리, 혁신전략, 경영의사결정, 유통관리, 품질경영론, 공급사슬 관리, 금융기관론, 비즈니스영어 I, 비즈니스 영어 II, 거시조직론, 기업재무, 조직개발 론, 인간관계론, 글로벌시장진출전략, 기업가정 신과창업, 비즈니스프리젠테이션
국가와 지역사회 발전에 봉사하는 지도자 양성		기업조직의 리더십 함양	경영분석, 인터넷마케팅, 디지털경영, 노사관계 론, 국제경영, 글로벌경영환경, 글로벌경영전략, 재무관리세미나, 광고관리, 시사경영경제, 하이 테크마케팅, 신흥시장연구, 비즈니스데이터분석, 빅데이터경영

2.3 학과(전공) 졸업소요 최저 이수학점 배정표

대학	학과, 부(전공)	전공과목			교양과목						졸업 최저 이수 학점
		필수	선택	소계	필수			선택			
					공통 필수	선택 필수	역량 (학부) 기초	계	부 전공	교직	
경상 대학	경영학과	15	51	66	22	16	9	44	(21)	-	120

2.4 경영학과 교육과정 편성표

학 년	학 기	전공기초		전공일반			
		전공필수 (다전공필수:㉡)	학강실	전공필수	학강 실	전공선택	학강실
1	1	10239 경영학원론 ㉡	330				
	2	10270 경제학개론	330				
2	1	19148 회계원리	330	15224 인적자원관리 ㉡	330	24478 재무회계	330
	2			21071 마케팅관리 ㉡		19487 비즈니스영어 I	330
				14748 생산운영관리		24593 비즈니스프리젠테이션	330
						18426 기술경영	330
						21668 경영정보관리	330
				13031 재무관리 ㉡	330	22596 글로벌경영환경	330
						21669 비즈니스영어 II	330
						22597 시사경영경제	330

학년	학기	전 공 필 수	학-강-실	전 공 선 택	학-강-실
3	1	18432 국제경영	3-3-0	12035 소비자행동 13708 투자론 15332 조직행동론 24599 혁신전략 21737 경영의사결정 24598 4차산업혁명과경영 24603 디자인경영	3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0
	2			16327 광고관리 23121 노사관계론 19488 품질경영론 19489 공급사슬관리 18437 파생금융상품 15010 거시조직론 15225 유통관리 10188 경영과사회 24601 비즈니스데이터분석 23034 글로벌경영전략 재무설계	3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0
4	1			24600 빅데이터경영 10196 기업가치평가 16342 인터넷마케팅 18436 디지털경영 12772 인간관계론 21671 글로벌시장진출전략 24602 신흥시장연구 23028 기업재무 24605 경영캡스톤디자인 I	3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0
	2			20488 비즈니스컨설팅 21676 조직개발론 21677 서비스마케팅 19494 하이테크마케팅 19490 금융기관론 24606 경영캡스톤디자인 II	3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0 3-3-0
학점계		학점(15) - 강의(15) - 실험(0)		학점(117) - 강의(117) - 실험(0)	

교과목개요

11205 마케팅관리 3-3-0

Marketing Management

시장을 창출하고 유지하고 궁극적으로 지배하기 위한 이론적, 전략적 기반을 제공하는 이론과 사례를 제시한다. 다음 주제들을 다룬다. 고객만족, 시장지향적 전략적 계획, 정보수집과 시장 수요 예측, 마케팅환경탐색, 소비자시장과 구매행동, 기업시장과 조직구매행동, 경쟁 분석, 시장세분화와 목표시장, 차별화와 포지셔닝, 신제품관리, 글로벌 시장을 향한 제품개발, 상표관리, 서비스관리, 가격관리, 유통관리, 마케팅커뮤니케이션관리, 인터넷 마케팅 등을 다룬다.

15224 인적자원관리 3-3-0

Human Resource Management

전통적인 인사관리의 일상적인 근로자 활용중심의 관리보다는 장기적, 다면적, 종합적 관점에서 개발 중심적인 관리를 해야 함을 인식시켜 준다. 아울러 조직에 적합한 인적자원의 확보와 확보된 인적자원의 잠재적 능력을 최대한도로 개발하고 이를 조직 목표달성에 효과적으로 이용할 수 있는 각종 관리방안에 대한 연구와 교육을 실시한다.

13031 재무관리 3-3-0

Financial Management

재무관리는 기업에서 자금과 관련된 제반활동을 계획하고 조정, 통제하는 관리 분야라 할 수 있다. 특히 기업에서 필요로 하는 자금의 효율적 조달과 자금의 효율적 활용은 재무관리의 주요 관리 분야이다. 따라서 재무관리 수업의 목적은 기업 가치를 증대시키기 위한 다양한 재무의사결정 이론을 이해시키고 이를 기업경영에 적용시킬 수 있도록 함으로써 기업의 자금관리능력을 제고시키기 위함이다. 재무관리과목에서 다루는 주요 내용으로는 현금흐름의 측정과 자본구조이론, 장단기 자본조달, 배당정책, 운전자본관리, 재무분석과 레버리지분석, 재무계획, 파생금융상품, 기업의 인수·합병 등이 있다.

14748 생산운영관리 3-3-0

Production & Operations Management

제품과 서비스를 생산하는데 있어 생산 활동의 본질을 연구하고 생산경영 문제를 과학적으로 분석할 필요가 있다. 본 강좌에서는 생산의 전략적 목표로서 품질, 원가, 납기, 유연성 등을 유지·향상시키도록 '생산시스템의 설계'와 '생산시스템의 운영 및 통제'로 나누어 체계적으로 연구·검토할 것이다. 주요내용은 생산관리의 기초, 생산전략, 제품설계 및 R&D, 공장입지, 설비 배치, 공장자동화, 총괄생산계획, 일정계획, 재고관리 등이 포함된다.

18432 국제경영 3-3-0

Global Business Management

기업의 경영환경을 세계적 시야로 확대하여 국제기업의 등장, 성장, 배경 등을 연구한다. 특히 세계기업으로 가는 과정에서 요구되는 능력이 무엇이며 성공한 세계기업의 강점과 실패한 기업을 파악하여 글로벌시대에 대응하는 방안을 모색한다. 즉 글로벌 기업의 경영에 필요한 기업경영, 경영전략, 마케팅 등과 글로벌 기업의 발전과정을 살펴본다.

21737 경영의사결정 3-3-0

Management Decision Making

경영전반의 문제 해결을 위한 합리적 의사결정을 위해 주어진 경영 활동을 계량적인 기법으로 파악, 분석, 평가하는데 필요한 개념과 응용방법을 연구한다. 이는 의사결정방법론의 두 기둥의 다른 하나인 정성적 방법에 상대되는 분야로서 본 교과목에서는 주로 선형계획법과 그 응용 모델 위주의 기본개념과 모형 및 응용 사례를 다룬다. 의사결정이 필요한 주어진 상황을 분석하고 이를 계량적으로 모형화하는 과정을 생산 운영, 마케팅, 재무 등 경영관련 제 분야에 응용하여 적절한 의사결정을 수립하는 능력을 배양시킨다.

18426 기술경영 3-3-0

Management of Technology

기술기반경쟁, 지식기반경쟁에 있어서 기술의 중요성이 증대하고 있다. 기술경영은 경영학에서 비교적 새로운 분야이다. 기술경영의 범위는 기업차원에서 기술의

획득, 관리, 활용이다. 이를 위해 기업과 기술문제, 과학기술정책, 기술발전과정, 기술이전, 기술보호, 기술에 측 및 평가, 연구소관리, 신제품개발과, 신기술창업 문제를 다루며 부가하여 경영자가 알아야 할 IT, BT, NT, ET와 같은 미래 기술동향도 다룬다.

21668 경영정보관리 3-3-0
management information system

경영학 전공자가 경영정보기술을 이해하고 취업시 정보관련 업무를 수행할 능력을 배양한다. 정보관리가 현대기업에서는 매우 중요하고, 비록 그 분야에 비전공자이지만 MIS 전공자와 함께 업무를 수행할 경우 성공적으로 업무를 완성시킬 수 있도록 교육과정을 편성한다. 정보시스템 관리 중 주요주제인 경영의사결정과정에서 활용되는 하드웨어, 소프트웨어, 데이터베이스 등을 광범위하게 학습하여, 미래정보사회의 경영환경에 대응토록 한다. 본 과목은 정보 분야가 기존의 경영학 분야에 추가된 관리항목임을 교육하기 위해 교과과정에 실제 실습과정을 도입한다.

22596 글로벌경영환경 3-3-0
Global Business and Economics

기업이 성장하면서 내외 환경에 부딪히면서 적응하여 성공하거나 실패하여 철수, 손실을 보는 경우가 많은데 이를 글로벌시대에서 보편적으로 요구되는 전략적인 문제로 등장하게 되었다. 따라서 글로벌시대에 경영전략은 어떻게 전개되는 것이며 환경적응은 어떻게 하는 것인가가 중요한 과제로 등장하였으며 본 과목은 이러한 적응을 중심으로 전개된다.

21669 비즈니스 잉글리시 II 3-3-0
Business English II

경영 환경의 세계화에 따라 경영과 관련된 전문 용어들을 익혀 경영 관련 자료에 대한 정확하고 신속한 독해 능력을 갖추고 비즈니스 문서 작성 능력을 배양하는 것을 목적으로 한다. 이와 더불어 다양한 시청각 자료를 활용하여 수강생들이 경영 관련 영어 회화 능력을 갖추도록 하고 시사성이 있는 논제 등의 토론을 실시하는 등 국제 감각을 배양시키도록 한다.

12035 소비자행동 3-3-0
Consumer Behavior

경제학, 사회학, 심리학, 문화인류학 등 행동과학 연구성과를 광범위하게 축적하여 사회과학에서 가장 중요한 분야의 하나로 성장한 소비자행동에 대해 학습한다. 소비자행동 모형을 중심으로 하여 소비자행동에 미치는 문화와 사회적 영향 (문화와 비문화, 가족, 사회적 네트워크), 심리적 영향 (지각, 기억, 학습, 이미지, 태도), 의사결정과정(관여도, 의사결정단계, 만족과 불만족)에 대하여 학습한다. 그리고 혁신에 대한 소비자수용과 저항, 컨슈머리즘과 같은 쟁점들을 다룬다.

13708 투자론 3-3-0
Investment in Securities

기업과 관련된 금융이론은 기업재무, 투자론, 금융기관론으로 세분된다. 기업재무가 기업금융이론의 원론이라면 투자론은 기업금융이론의 각론이라 할 수 있다. 기업재무가 기업의 입장에서 자금조달과 운용을 다룬다면 투자론은 개인의 입장에서 금융자산포트폴리오(증권 포트폴리오)에 대한 투자운용전략을 다루는 이론분야이다. 여기에서는 특히 오늘날의 다양한 증권들의 특징과 증권들이 거래되는 시장제도도 함께 연구된다.

15332 조직행동론 3-3-0
Organizational Behavior

조직 및 집단 내에서의 인간의 행동을 설명하는 이론적, 실증적 고찰을 통하여 그 행동에 영향을 주는 요인들을 분석하며 조직발전에 대한 과학적인 연구와 특히 기업의 경영과 행동의 형태를 분석, 체계화 한다. 그 뿐만 아니라 조직의 형태를 현실적으로 분류, 분석하고 조직내의 여러 문제를 해결하기 위한 보다 효율적인 조직구조를 창출하려는 목적을 다하기 위해서 조직구성원의 개인차원, 집단차원, 조직차원 등으로 구분 그들의 행태 연구를 병행한다.

21671 글로벌시장진출전략 3-3-0
Global Market Strategy

본 강의에서 다루는 주된 내용은 다국적기업의 마케팅 활동에 관한 것이다. 물론 다국적 기업의 해외시장 진입 및 현지에서의 마케팅 활동과 관련된 내용도 모두 포함 된다. 특히 마케팅 일반론에서 자세히 다루어지지 못하고 있는 해외시장 평가 및 선택, 시장개척 및 진입 등 국제마케팅 환경에서만 나타나는 특수한 이슈들에

대해 심층적으로 다루게 될 것이다. 물론 이러한 모든 것들은 다국적 기업이 수행하고 있는 국제경영전략의 테두리 내에서 다른 여러 가지 전략적 의사결정과 연계되어 다국적 기업의 전략을 마케팅관점에서 통합하여 고찰할 수 있는 기회를 제공한다.

16327 광고관리 3-3-0 Advertising Management

본 과목은 경영학 전공 학생들에게 필요한 광고에 대한 이해와 IMC(Integrated Marketing Communication) 적 응용력을 배양해 나가는 과정이다. 이를 통해서 학생들에게 광고에 대한 체계적이고 심도 있는 이해를 증진시키며 광고에 관련된 마케팅 문제해결 과정에 광고 원리를 적용해 나가는 능력을 학습시켜 나가는 것이다. 본 교과목의 주요 내용은 마케팅 관점에서 광고의 역할, 소비자 반응, 광고 매체 결정 및 예산 집행, 크리에이티브 관리, 온라인 광고 등으로 구성된다.

23121 노사관계론 3-3-0 Industrial Relations

노사관계의 학문적 체계를 거시적·미시적 관점에서 살펴보고, 그를 토대로 우리나라 기업 내에서 전개되고 있는 노사 간의 당면과제는 무엇이고 해결점은 무엇인지 분석해서 효과적인 노사관리가 될 수 있도록 연구·교육하는데 목적을 둔다. 그 뿐만 아니라 각 나라에서 운용되고 있는 노사관계 관리제도도 분석하고, 우리나라의 제도와 비교도 하여 우리의 현실에 부합될 수 있는 제도도 도입 활용하는 방안도 모색해 본다. 또한 한국형 노사관계 모형개발의 근간이 될 수 있도록 현장실태를 조사 연구하는 교육도 병행한다.

19488 품질경영론 3-3-0 Total Quality Management

품질은 경쟁력의 주요한 요소로서 기업의 시장점유율과 수익성을 높이는 데 결정적으로 주요한 역할을 한다. 실제로 대부분의 기업들은 경쟁력 제고를 위해 지속적인 품질개선에 심혈을 기울이고 있다. 따라서 본 교과목은 종합적 품질경영(TQM)을 체계적으로 이해하고

연구하기 위해 품질관리개론, 통계적 품질관리, TQC, 그리고 ISO 9000 시리즈 등을 통해 고객 지향적 품질경영을 연구한다.

19489 공급사슬관리 3-3-0 Supply Chain Management

기업 간 경쟁이 치열해짐에 따라 기업 내의 부문별 또는 개별기업 별로 다양한 혁신활동을 진행하고 있으나 투입된 노력에 비해 성과가 크지 않다. 따라서 개별기업의 효율적인 관리를 넘어서 원재료 공급업체, 제조업체, 유통업체, 소매업체 등 공급 사슬 상에 놓여있는 모든 구성 요소들을 통합된 개체로 인식하고 이를 관리하는 것이 새로운 경영 패러다임으로 등장하였다. 본 과목에서는 이러한 공급사슬 관리의 개념에 대한 이해와 다양한 구현 전략에 대하여 학습한다. 구현 전략에는 생산계획, 재고관리, 물류관리 등의 공급관리 기능과 수요예측, 판매 계획 등의 수요관리 기능을 포함한다. 특히, 기업현장에서 발생하는 다양한 사례를 발굴하여 토론함으로써 수강생의 다양한 경영분야의 실무 능력 배양을 목적으로 한다.

19490 금융기관론 3-3-0 Financial Intermediaries

기업의 경영환경을 세계적 시야로 확대하여 국제기업의 등장, 성장, 배경 등을 연구한다. 특히 세계기업으로 가는 과정에서 요구되는 능력이 무엇이며 성공한 세계기업의 강점과 실패한 기업을 파악하여 글로벌시대에 대응하는 방안을 모색한다. 즉 글로벌 기업의 경영에 필요한 기업경영, 경영전략, 마케팅 등과 글로벌 기업의 발전과정을 살펴본다.

15010 거시조직론 3-3-0 Organization Theory

거시조직론은 조직과 조직구조가 어떻게 작용하는지를 공부하는 것이다. 본 과목은 상황이론, 조직문화, 자원 의존이론, 거래비용이론, 제도화이론, 조직생태학이론 등을 토대로 학생들은 조직이 최적의 성과를 달성하기 위해 거시적 차원에서 조직설계 및 조직화를 어떻게 해야 할 것인지를 배우게 된다.

15225 유통관리 3-3-0

Marketing Channel Management

제품이 기업으로부터 소비자에게 이전되는 과정인 유통은 유통 구조, 유통 기능, 유통 기관(백화점, 할인점, 편의점 등), 유통 환경 등으로 구성된다. 이에 따라 본 과목에서는 유통관리의 전반적 체계, 환경요소, 도매, 소매, 물류, 유통 조직, 유통 구조, 유통경로 운영 및 평가, 유통의 특수문제 등에 관하여 학습한다. 이를 기반으로 기업 경영에서 유통관리 사항들을 적용하고 이를 응용해 나가는 과정을 통하여 유통에 대한 이해를 증진시켜 나가는 것이 본 교과목이다.

21673 기업재무 3-3-0
Corporate finance

재무관리를 기초로 하여 기업재무의 이론과 실무의 견지에서 심화시켜 다룬다. 화폐의 시간적 가치, 채권과 주식의 평가, 실제적인 자본예산 결정을 다루며, 금융시장의 효율성, 배당정책, 자본구조, 옵션평가, 재무제표 분석, 장단기 재무계획, 단기화폐 시장 등을 다룬다.

10196 기업가치평가 3-3-0
Business Analysis

경영 관리자를 비롯한 투자자, 채권자 등 기업의 여러 이해관계자들이 제반 의사결정을 보다 효율적으로 수행할 수 있도록 기업의 재무 상태와 경영성과 등에 관한 유용한 정보를 제공하기 위한 정보가공시스템이라 할 수 있다. 주요 내용으로는 경영분석자료, 재무비율분석, 비율분석의 응용, 현금흐름분석, BEP분석 및 레버리지 분석, 재무예측과 재무계획, 부실기업예측, 은행여신 및 신용평가, 자본시장과 재무정보 등을 다룬다.

16342 인터넷마케팅 3-3-0
Internet Marketing

본 교과목은 인터넷 시대의 온라인 환경에서 효과적이고 효율적인 마케팅 전략수립을 위한 기초를 정립하고 인터넷마케팅을 이해하는 것에 초점을 두는 과목이다. 이를 위해 온라인 및 오프라인 기업들의 인터넷마케팅에 대해 학습한다. 본 교과목의 주요 내용은 인터넷마케팅의 전반적인 개념에 대한 이해와 온라인에 관련된 마케팅 사례를 연구하고 분석하는 것이다. 이를

기반으로 학생들이 인터넷마케팅 전략, 기획, 실행, 기법 등을 습득하고 인터넷마케팅 실무 능력을 배양해 나가도록 한다.

18436 디지털경영 3-3-0
Digital Management

정보통신기술의 비약적인 발전과 인터넷을 통한 경제의 네트워크화가 진행되면서 새로운 경제패러다임으로 기존 기업경영의 디지털화, 전자상거래 연구가 필요하고 기업내부의 경영효율성 확보를 위해 필수불가결한 것으로 인식되는 ERP에 대한 체계적인 교육과 실습이 필요하다. 본 디지털 경영 전공과정은 국가적으로 부족한 디지털 경영 전문 인력을 적기에 산업 및 연구분야에 투입하여 기업 및 국가산업 발전에 기여하고자 한다. 본 과목은 미래 경영환경 특히 디지털 경영 환경에 대응하기 위해서 유연성 있게 운영한다.

22597 시사경영경제 3-3-0
Current Issues in Business and Management

시사경영경제 문제를 스스로 발굴하고 토론하도록 하여, 최근 기업경영의 흐름을 파악하여 경영자로서 안목을 넓히고 또한 입사면접시험에서 시사경영경제 문제 답변을 준비하는 능력을 배양한다.

20488 비즈니스컨설팅 3-3-0
Business Consulting

경영컨설팅은 기업이 당면한 경영상의 과제들을 분석하여 해결방안을 제시하고 실행과정을 자문하는 업무이다. 본 과목에서는 경영컨설팅의 이론 및 실무를 모두 다룬다. 인사, 마케팅, 재무, 생산운영과 관련한 경영분야의 다양한 컨설팅 방법론과 비즈니스 사례를 학습하고 이를 실제 사례에 적용하여 이론 및 실무 능력을 배양한다.

21676 조직개발론 3-3-0
Organization Development

조직개발이란 효율성이나 효과성 측면에서 기업이 최적의 성과를 달성케 하는 조직차원의 역량을 개발하는 계획적 과정이라 할 수 있다. 따라서 조직개발론은 조직변화, 조직설계, 조직문화, 조직사회화, 조직행동 등의 분야를 포괄한다. 본 과목을 통해 학생들은 조직이 직

면하는 조직개발 이슈들을 해결하기 위한 실제적인 과제들을 공부하게 된다.

21677 서비스마케팅 3-3-0 Services Marketing

현대사회는 서비스사회로 마케팅에서도 서비스의 중요성이 높아지고 있다. 본 과목에서는 서비스마케팅의 이론과 실제에 대하여 학습한다. 기존의 마케팅이 제조업 중심의 마케팅이었다면 서비스마케팅은 제품 중심에서 벗어나서 서비스 자체의 마케팅을 위한 서비스 자체의 특성에 대한 이해와 이를 활용한 차별적인 마케팅에 대한 학습을 한다. 본 과목의 학습 목표는 시장 지향적 서비스마케팅에서 경쟁우위를 창출하는데 필요한 이론적, 실무적 지식을 함양하도록 하는 것이다.

19494 하이테크마케팅 3-3-0 High-Technology Marketing

위험과 불확실성이 높지만 고수익이 예상되는 첨단기술과 제품들의 마케팅에 관한 다음 쟁점들을 다룬다. 첨단기업들의 전략과 문화, 파트너십과 제휴를 중심으로 한 관계관리, R&D와 마케팅의 연계, 마케팅조사, 고객행동에 대한 이해, 제품개발, 유통, 가격결정, 광고와 촉진, 전자상거래, 그리고 사회, 윤리, 규정적 고려사항들을 다룬다.

24605 경영캡스톤디자인 I 3-3-0 Business Capstone Design

본 과목은 기초 전공과목을 이수한 수강생들이 수행하는 종합설계과목으로, 실제 기업 현장에서 발생하는 경영 문제를 학부에서 배운 전공지식을 바탕으로 직접 해결해나가는 과정을 다룬다. 이를 위해 기업경영 상의 문제 발견, 현안 분석, 대안 설계, 실행계획 수립, 결과분석 등의 단계를 수행한다.

24606 경영캡스톤디자인 II 3-3-0 Business Capstone Design

본 과목은 실제 기업현장의 문제 발굴과 현안 분석, 대안 및 해결방안 마련, 실행 등 경영학 지식의 전반을 활용한 종합설계과목을 지향한다.

24478 재무회계 3-3-0 Financial Accounting

회계원리에서 배운 회계 기초 개념 및 순환과정 원리의 토대 위에 회계정보의 주요내용인 자산, 부채 및 자본과 수익 및 비용들의 과목에 대한 회계처리를 체계적으로 습득시킨 후 현금 흐름표 작성원리, 연결재무제표의 기본원리 및 재무제표분석 강의에 도움이 되도록 한다. 이 과정을 거치지 않고는 중급회계, 원가회계 및 세무회계는 물론이고, 고급회계 영역에 접근할 수 없다. 따라서 이 과목은 다른 회계학과목을 수강하기 전 선수과목이 되어야 한다.

24593 비즈니스프리젠테이션 2-2-0 Business Presentation

성공적인 프레젠테이션을 위한 발표 전개 방법을 명확하고 체계적으로 계획할 수 있으며, 시각적 자료와 논리적 자료의 활용으로 프레젠테이션의 이해와 설득력을 높일 수 있다.

24599 혁신전략 3-3-0 Strategic Management of Innovation

혁신의 관점에서 경영관리의 일반원칙과 경영기능별 실천 기법을 토대로 하여 경영자로서 필요한 전략/정책 입안과 실시 및 통제능력을 훈련하고, 실제기업경영에 있어서 환경변화에 대응하는 혁신전략의 수립과 실행에 필요한 능력을 배양토록 한다. 주요내용은 기업의 혁신 이론, 기업내부 능력평가 및 내부자원 분석, 외부환경 분석, 혁신전략수립기법, 전략과 조직관계, 기업성과 측정방안에 관한 것이다.

24598 4차 산업 혁명과 경영 2-2-0 4th Industrial Revolution and Business

제4차 산업혁명 시대의 핵심 가치 기술인 인공지능, 로봇, 빅데이터, 클라우드, 3D 프린팅, 나노, 바이오, 가상화폐, 드론, 인공지능, 무인 자동차, 사이버안보, 공유경제, IoT, 코딩 등의 기술을 학습한다. 또한 미래 사회를 이끌고 있는 기업과 대표적인 4차 산업혁명 기업, 그리고 기업가정신과 혁신 경영 마인드를 학습하여 개인과 기업들이 성과를 내고, 창의적 사고혁신과 리더십으로 문제해결 능력을 배양 하고자 한다.

23034 글로벌경영전략 3-3-0

Global Business Strategy

본 교과목은 글로벌 기업의 가치창출에 관하여 다루고 있다. 본 교과목은 기업의 특정지역 또는 국가 기반 경쟁우위 및 글로벌 기업의 경쟁우위의 기반 및 경쟁우위의 지속적 유지를 위한 신흥국가 및 본국 이외의 해외시장에 진출하는 글로벌 기업의 분석을 주로 하고 있다. 본 교과과정을 수행하기 위하여 글로벌 기업의 복잡한 경쟁환경을 분석하기 위하여 다양한 전략적 시장분석의 틀을 이용한다.

24601 비즈니스데이터분석 3-3-0

Business Data Analysis

본 교과목은 빅데이터를 분석하고, 분석된 데이터를 바탕으로 경영의사결정을 지원하기 위해 새로운 정보를 찾아내는 방법을 다룬다. 본 강좌에서는 데이터 분석 및 관리, 마케팅 조사 등과 관련된 주제를 다룬다.

24600 빅데이터경영 3-3-0

Big-data in Business

본 교과목은 최근 사회 전 영역에 걸쳐서 화두가 되고 있는 빅데이터를 경영활용의 관점에서 살펴보고자 한다. 디지털 기술의 발달로 자료의 생산, 수집, 처리 과정이 체계화되면서, 우리 주변에 산재해 있는 다양한 자료를 활용하여 의미 있는 결과를 도출해 내는 기술은 빅데이터 분석 솔루션 기술 발달과 함께 매우 중요해지고 있다. 이런 시대 환경 변화 속에서 본 강의는 빅데이터 분석 방법을 광범위하면서도 체계적으로 이해하여 경영의사결정에 활용할 수 있는 방안을 논의할 것이다.

12772 인간관계론 3-3-0

Human Relations

인사관리방향이 제도적 측면과 인간관계적 측면으로 집약되므로 종업원이 지니고 있는 잠재능력을 최대한으로 발휘케 하기 위해서는 제도적 측면뿐만 아니라 인간상호관계면, 심리적·사회적·행동 과학적면에 비중을 두고 연구·교육한다. 또한 실제 기업 내에서 동료 간, 상하 간, 그리고 대 고객 및 사회관계에서 필요로 하는 제반관리 기법을 체득시키고, 교육·훈련시킨다.

10188 경영과사회 3-3-0

Business and Society

본 교과목은 인간과 기업 및 그들 공동체로서의 사회에 대한 경영학적인 접근을 통하여 인간의 삶이 행복하고 인간의 삶의 질이 풍요로워질 수 있도록 함에 있다. 먼저 경영을 이해하기 위한 기초적인 이론과 지식을 습득한다. 경영환경과 기업문화 및 기업윤리와 기업의 사회적 책임을 학습한 후에 창업과 기업가 정신 및 경영계획, 조직화, 모티베이션, 리더십, 경영통제를 심층적으로 이해한다. 또한 경영활동의 구체적인 부문별 활동내용으로서 인적자원관리, 마케팅관리, 생산관리, 재무관리 및 회계학에 대한 개략적인 개념을 파악하고 마지막으 미래사회의 경영문제에 대하여 학습한다.

24602 신흥시장연구 3-3-0

Seminar on Emerging Markets

본 교과목은 글로벌 시장에서 그 중요도가 더해져 가는 신흥시장에 대해 연구하기 위함이다. 신흥시장을 연구하기 위해서 본 교과목은 본국과 다른 정치, 경제, 지리적 환경, 사회 문화적 환경 등을 종합하여 분석하는 이론적 방법을 제시한다. 또한 다양한 국가 간의 FTA 또는 지역 경제의 통합(RTA) 및 해당지역에서 경영활동을 하는데 있어 이들이 제공하는 시사점 등을 도출한다.

24603 디자인경영 3-3-0

Design Management

본 교과목은 혁신에 대한 다양한 이론 및 디자인 경영, 기업에서의 혁신적 환경 조성, 혁신 과정을 위한 시스템, 기업의 통합틀로서 디자인 경영, 그리고 경영과정의 기반을 위한 디자인 씽킹 등을 다룬다.

18437 파생금융상품 3-3-0

Financial Derivatives

파생금융상품은 주식, 채권, 환율 등 거래가 빈번하고 가격변동이 심한 1차 원시금융상품에서 파생된 2차 금융상품으로서 원시금융상품의 가격변동에 따라 그 가치가 달라지는 특성을 지닌다. 파생금융상품에는 선물, 옵션, 스왑을 비롯한 각종 혼성 증권이 개발되어 있는데

본 교과목에서는 이들 금융상품들에 관한 이론적 배경, 가격결정원리, 시장현황, 제도 및 규제, 위험회피 및 투자수익증대를 위한 기법 등을 다룬다.

재무설계

3-3-0

Financial Planning

본 과목은 파이낸셜 플래닝을 전반적으로 소개하는 과목이다. 세부적으로는 파이낸셜 플래닝 제도의 역사와 배경, 파이낸셜 플래닝 프로세스, 개인 재무제표, 개인 사용자자산관리, 소비자 신용과 개인 신용관리, 소비자 금융을 다룬다.

19487 비즈니스잉글리시 I

3-3-0

Business English I

본 과목은 경영 환경의 세계화에 따라 경영과 관련된 전문 용어들을 익혀 경영 관련 자료에 대한 정확하고 신속한 독해 능력을 갖추고 비즈니스 문서 작성 능력을 배양하는 것을 목적으로 한다. 이와 더불어 다양한 시청각 자료를 활용하여 수강생들이 경영 관련 영어 회화 능력을 갖추도록 하고 시사성이 있는 논제 등의 토론을 실시하는 등 국제 감각을 배양시키도록 한다.