

경영대학 경영학부 경영학전공 교육과정 시행세칙

제 1 장 총 칙

제1조(교육목적 등) ① 경영학전공의 교육목적은 인성과 지성이 조화되고, 글로벌 마인드와 커뮤니케이션 능력이 탁월한 책임경영 리더를 육성하는 데 있다.

② ①항의 교육목적을 달성하기 위하여, 경영학전공의 세부교육목표는 다음 각 호와 같다.

- 1) 책임경영: 조직의 1차적 이해관계자를 포함한 사회 커뮤니티의 기대와 요구에 부응하고 윤리경영을 선도하는 경영 리더를 위한 교육
- 2) 인성과 지성의 조화를 추구하는 통합 교육: 경영학적 지식뿐만 아니라 인문학적 소양과 기술적 능력을 통합적으로 제공하는 교육
- 3) 산업에 대한 이해: 전통적인 제조 및 서비스 산업은 물론, 21C 지식사회의 첨단 금융/보험, 정보통신, 의료, 문화 산업에 대한 전문적 지식과 통찰력을 키워주는 교육
- 4) 글로벌 경영 및 다문화적 적응력: 다문화적 환경에서 글로벌 경영을 선도할 수 있는 자질을 함양하는 교육
- 5) 적극적 참여와 소통의 기술: 다양한 이해관계자의 의견을 소통시키는 커뮤니케이터로서의 자질을 육성하는 교육

③ ②항의 세부교육목표를 달성하기 위한 본 시행세칙은 경영학부 내 경영학전공의 교육과정 및 운영 전반에 관한 세부 사항과 절차 등을 정하는 것을 목적으로 한다.

제2조(일반원칙) ① 경영학을 단일전공 또는 다전공 하고자 하는 학생은 이 시행세칙이 정하는 바에 따라 교과목을 이수해야 한다.

② 교과목의 선택은 단계별 난이도와 심화 정도에 따라 체계적으로 이수하도록 권장하며 지도교수와 상의하여 결정할 수 있다. 구체적인 교과목 이수체계는 ‘별표4 교육과정 이수체계도’와 같다.

③ 본 시행세칙 시행 이전 입학자에 관한 사항은 대학 전체 전공 및 교양교육과정 경과조치를 따른다.

제 2 장 교 양 과 정

제3조(교양이수학점) 교양과목은 교양교육과정 기본구조표에서 정한 소정의 교양학점을 취득하여야 한다.

제 3 장 전 공 과 정

제4조(졸업이수학점) 경영학전공의 최저 졸업이수학점은 130학점이다.

제5조(전공이수학점) ① 경영학전공을 위한 개설과목은 ‘별표1 교육과정편성표’와 같으며 다음과 같이 요약된다.

구분	과목명(학점수)	
전공 기초	책임경영(3), 회계원리(3), 경제학원론(3), 경영통계학(3)	
전공 필수	재무관리(3), 마케팅원론(3), 조직행동론(3), 생산운영관리(3), 경영정보시스템(3), 관리회계1(3), 졸업논문(0)	
전공 선택	재무금융	투자론(3), 금융파생상품론(3), 국제재무관리(3), 보험학원론(3), 계량보험론(3), 기업재무론(3), 보험경영론(3), 통화와금융의이해(3), 증권시장의이해(3), 금융리스크관리(3), 재무금융세미나(3)
	마케팅	소비자행동론(3), 유통관리론(3), 국제마케팅(3), 마케팅조사론(3), 마케팅전략(3), 광고론(3), 고객관계관리(3), 브랜드관리(3), 신상품마케팅(3)
	인사조직	인적자원관리(3), 노사관계론(3), 전략경영론(3), 조직구조론(3), 리더십개발(3), 인간관계론(경영)(3), 국제인적자원관리(3), 조직개발(3), 경영역량개발(3)
	계량생산	경영과학(3), 품질경영(3), 서비스운영관리(3), 공급사슬관리(3), 경영과의사결정(3), 비즈니스게입(3), 경영시뮬레이션(3), 생산운영관리세미나(3)
	MIS	인터넷과전자상거래(3), e-비즈니스시스템(3), 의사결정모형및분석(3), 비즈니스모델론(3), 정보시스템개발론(3), 디지털미디어경영(3), 전략정보시스템(3), 정보통신및네트워크경영(3), MIS세미나(3)
경영대학 공통	경영특강(3), 경영커뮤니케이션(3), 경영수학(3), 국제경영(3), 중소기업경영론(3), 경영인턴십(3), 회사법(3), 유가증권법(3), 재무제표분석(3), 가치평가론(3), 미래전략과경영혁신(3)	

② 경영학전공을 단일전공, 다전공으로 이수하고자 하는 자는 본 시행세칙에서 지정한 소정의 전공학점을 이수하여야 한다.

전공유형 구분	졸업이수 학점	교양 (후마니타스)	전공이수학점			전공소계
			전공기초	전공필수	전공선택	
단일전공	130	35	12	18	39	69
다전공	130	35	12	18	27	57

1) 단일전공과정: 경영학전공자로서 단일전공자는 전공기초 12학점, 전공필수 18학점을 포함하여 전공학점 69학점 이상 이수하여야 한다.

2) 다전공과정: 경영학전공자로서 타전공을 다전공과정으로 이수하거나, 타전공자로서 경영학전공을 다전공과정으로 이수하는 자는 전공기초 12학점, 전공필수 18학점을 포함하여 전공학점 57학점 이상 이수하여야 한다.

제6조(졸업시험) ① 경영학전공을 단일전공과정 또는 다전공하는 자는 본 전공에서 정한 졸업시험을 통과해야 한다.

② 졸업논문제는 따로 실시하지 않으며, 졸업시험을 통과한 자는 학칙 제57조(졸업논문)에서 정한 졸업논문심사를 통과한 것으로 본다.

③ 졸업시험 응시대상은 3학년 과정 이상을 수료하고 재학 또는 수료 중인 자로 한다.

④ 졸업시험의 출제 및 심사 등 제반 운영에 관한 사항은 경영대학 운영위원회에서 정한다.

제7조(다전공 과정) ① 경영대학 이외 단과대학의 타전공자가 경영학전공을 다전공으로 이수하는 경우, 경제학원론, 회계원리, 경영통계학 3과목을 선수강한 이후에 여타의 전공과목을 수강할 수 있으며, 다전공 이수요건 과목과 경영학전공 이수요건 과목이 중복되는 경우에는 추가로 전공선택 과목을 이수하여야 한다.

② 경영대학 내에서 2개 전공을 다전공하는 경우에는 전공과목이 일부 중복 인정된다. 구체적으로 경영학전공자가 경영대학내 타전공을 다전공으로 이수하거나 경영대학내 타전공자가 경영학전공을 다전공으로 이수하는 경우에는 아래 표에 제시한 각 전공별 학점 및 총 전공학점을 이수하면 된다. 단, 경영대학내 3개 전공을 모두 다전공하는 경우에는 제3전공에 대해서 전공선택 과목을 중복 인정하지 않는다.

다전공 유형			전공						전공 소계	전공 계
			전공 기초	전공필수			전공선택			
구분	제1전공	제2전공		경영	회계·세무	경영	의료경영	회계·세무		
경영학전공자가 경영대학 내 타전공 다전공	경영학		12	15	3	27	-	-	57	-
		의료경영학	-	-	-	-	18	-	18	75
		회계·세무학	-	-	9	-	-	9	18	75
경영대학 내 타전공자가 경영학전공 다전공	의료경영학		12	15	3	9	18	-	57	75
		경영학	-	-	-	18	-	-	18	
		회계·세무학	9	12	12	9	-	9	51	75
		경영학	3	3	-	18	-	-	24	

③ 경영학전공자가 타 학부 또는 타 대학의 전공을 다전공으로 이수하는 경우에는 해당 전공의 교육과정 시행세칙을 따른다.

제8조(타전공과목 인정) ① 단일전공자에 한하여 경영대학 내 타전공의 전공과목을 포함하여 타 대학 또는 학부(과)의 전공과목도 9학점까지 전공선택 과목으로 인정한다.

② 경영학전공의 타전공 인정과목은 '별표2 타전공인정과목표'와 같다.

제9조(대학원과목 이수) ① 3학년 2학기부터 학부학생의 이수가 허용된 대학원 과목을 최대 9학점까지 수강할 수 있으며, 그 취득학점은 전공선택 과목의 학점으로 인정한다.

② 대학원 과목 수강을 위해서는 전학년 평점평균이 3.4 이상이어야 하고, 해당 교과목 담당교수의 허락을 득한 후 학부와 대학원 학과장의 승인을 받아야 한다.

제10조(기타과목의 이수) ① 경영인턴십의 학점 및 운영은 한 학기에 3학점 신청 가능하고, 재학기간 중 1회를 초과하여 신청할 수 없다. 학점의 취득 인정기준은 경영대학 내규에서 정한다.

② 해외 연수학점, 취업스쿨 관련 학점, 교직원 관련 학점 등은 대학 전체 해당 규정에 따라 전공 및 교양 학점으로 인정할 수 있다.

제11조(전과생 및 편입생의 전공과정) 전과생과 학사편입생의 경우 학적 취득 시 인정된 학점 이외에는 본 세칙이 정하는 바에 따라 학점을 취득하여야한다.

제 4 장 기 타

제12조(영어전용트랙과정) ① 경영학전공에서는 영어교육의 확대 및 내실화를 통한 영어 경쟁력 제고를 위해 영어전용트랙을 운영한다.

② 영어전용트랙과정을 단일전공 또는 다전공 과정으로 이수하고자하는 자는 '별표 5 영어전공트랙과정'에서 정한 바에 따라 최소이수학점 이상을 영어로 개설된 강의를 수강하여야 한다.

제13조(전공과목 설치 및 폐쇄) 전공과목의 설치와 폐쇄는 다음 원칙에 따른다.

① 전공기초와 전공필수 과목은 매 학기 복수의 반을 개설하며, 영어전용트랙과정 이수자를 위해 각 과목별로 영어강의 1강좌 이상 개설을 원칙으로 한다.

② 전공과목은 경영대학 내 설치된 교과과정 운영에 관련된 위원회의 의결과 관련 부서의 승인에 의하여 폐쇄될 수 있다.

부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2012년 3월 1일부터 시행한다.

부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2013년도 9월 1일부터 시행한다.

제2조(졸업시험 실시에 따른 경과조치) ① 개정안 제6조(졸업시험)에서 정한 졸업시험은 2013년 9월 1일 이후 재적 중인 모든 학생을 대상으로 한다.

② 이 시행세칙 시행 이전에 입학한 자로서 전공지도교수의 승인을 받은 자는 졸업시험 대신 졸업논문을 제출할 수 있다.

[별표]

1. 교육과정 편성표 1부.
2. 타전공인정과목표 1부.
3. 전공 교과목 해설 1부.
4. 교육과정 이수체계도 1부.
5. 영어전용트랙과정 이수체계도 1부.

[별표1]

교육과정 편성표

전공명: 경영학부 경영학전공 (Major in Management)

구분	순번	이수구분	과목구분	교과목명	과목코드	학수번호	학점	시간			개설학기			교과구분				비고		
								이론	실기	실습	이수학년	1학기	2학기	부전공	영어전용트랙	문제해결형교과	PF평가			
	1	전공기초	2	경영통계학	MGMT1001	015561	3	3				1	○	○						
	2	전공기초	2	경제학원론	MGMT1002	017532	3	3				1	○	○						
	3	전공기초	2	책임경영	MGMT1003	721381	3	3				1	○	○						
	4	전공기초	2	회계원리	ACCT1001	415742	3	3				1	○	○						
	5	전공필수	2	경영정보시스템	MGMT2001	015011	3	3				2	○	○						
	6	전공필수	2	관리회계1	ACCT1002	030961	3	3				2	○	○						
	7	전공필수	2	마케팅원론	MGMT2002	102624	3	3				2	○	○						
	8	전공필수	2	생산운영관리	MGMT2003	170701	3	3				2	○	○						
	9	전공필수	2	재무관리	MGMT2004	294184	3	3				2	○	○						
	10	전공필수	2	조직행동론	MGMT2005	311473	3	3				2	○	○						
	11	전공필수	3	졸업논문(경영학)	MGMT4025	312181	0	0				4	○	○					○	
	12	전공필수	3	졸업논문(e비즈니스)	MGMT4026	457131	0	0				4	○	○					○	
	13	전공선택	2	경영수학	MGMT1004	014701	3	3				1	○	○						
	14	전공선택	2	경영커뮤니케이션	MGMT1005	721531	3	3				1	○	○						
	15	전공선택	2	경영과학	MGMT2006	014426	3	3				2	○	○						
	16	전공선택	3	리더십개발	MGMT2007	593131	3	3				2	○	○						
	17	전공선택	2	소비자행동론	MGMT2008	181593	3	3				2	○	○						
	18	전공선택	2	유가증권법	ACCT2002	248181	3	3				2	○	○						
	19	전공선택	3	인간관계론(경영)	MGMT2009	445631	3	3				2	○	○						
	20	전공선택	2	투자론	MGMT2010	375611	3	3				2	○	○						
	21	전공선택	2	회사법	ACCT2003	416711	3	3				2	○	○						
	22	전공선택	3	가치평가론	ACCT3001	481901	3	3				3	○	○						
	23	전공선택	3	경영시뮬레이션	MGMT3001	721411	3	3				3	○	○						
	24	전공선택	3	계량보험론	MGMT3002	466861	3	3				3	○	○						
	25	전공선택	3	국제경영	MGMT3003	041221	3	3				3	○	○						
	26	전공선택	2	국제마케팅	MGMT3004	042701	3	3				3	○	○						
	27	전공선택	3	국제재무관리	MGMT3005	043931	3	3				3	○	○						
	28	전공선택	3	금융파생상품론	MGMT3006	047582	3	3				3	○	○						
	29	전공선택	2	노사관계론	MGMT3007	072425	3	3				3	○	○						
	30	전공선택	3	마케팅조사론	MGMT3008	103721	3	3				3	○	○						
	31	전공선택	2	보험학원론	MGMT3009	457071	3	3				3	○	○						
	32	전공선택	3	비즈니스모델론	MGMT3010	721501	3	3				3	○	○						
	33	전공선택	3	서비스운영관리	MGMT3011	173201	3	3				3	○	○						
	34	전공선택	2	유통관리론	MGMT3012	251841	3	3				3	○	○						
	35	전공선택	3	의사결정모형및분석	MGMT3013	593231	3	3				3	○	○						
	36	전공선택	2	인적자원관리	MGMT3014	262111	3	3				3	○	○						
	37	전공선택	3	인터넷과전자상거래	MGMT3015	262671	3	3				3	○	○						
	38	전공선택	3	재무제표분석	ACCT3005	294462	3	3				3	○	○						
	39	전공선택	3	전략경영론	MGMT3016	297311	3	3				3	○	○						
	40	전공선택	3	정보시스템개발론	MGMT3017	488911	3	3				3	○	○						

구분	순번	이수구분	과목구분	교과목명	학수번호	과목코드	학점	시간			개설학기		교과구분				비고			
								이론	실기	실습	이수학년	1학기	2학기	부전공	영어전용트랙	문제해결형교과		PF평가		
	41	전공선택	2	조직구조론	MGMT3018	310971	3	3				3	○	○						
	42	전공선택	3	중소기업경영론	MGMT3019	320032	3	3				3	○	○						
	43	전공선택	3	품질경영	MGMT3020	382711	3	3				3	○							
	44	전공선택	3	e-비즈니스시스템	MGMT3021	721511	3	3				3		○						
	45	전공선택	3	경영과의사결정	MGMT4001	014372	3	3				4	○	○						
	46	전공선택	3	경영역량개발	MGMT4002	014742	3	3				4	○	○						
	47	전공선택	3	경영인턴십	MGMT4003	485241	3	3				4	○	○					○	
	48	전공선택	3	경영특강	MGMT4004	015611	3	3				4	○	○						
	49	전공선택	3	고객관계관리	MGMT4005	460221	3	3				4	○							
	50	전공선택	3	공급사슬관리	MGMT4006	433132	3	3				4		○						
	51	전공선택	3	광고론	MGMT4007	032374	3	3				4	○							
	52	전공선택	3	국제인적자원관리	MGMT4008	429881	3	3				4	○							
	53	전공선택	3	금융리스크관리	MGMT4009	721401	3	3				4		○						
	54	전공선택	3	기업재무론	MGMT4010	431203	3	3				4	○							
	55	전공선택	3	디지털미디어경영	MGMT4011	593241	3	3				4	○							
	56	전공선택	3	마케팅전략	MGMT4012	102671	3	3				4	○	○						
	57	전공선택	3	보험경영론	MGMT4013	137073	3	3				4	○	○						
	58	전공선택	3	브랜드관리	MGMT4014	460231	3	3				4	○							
	59	전공선택	3	비즈니스게임	MGMT4015	721421	3	3				4		○						
	60	전공선택	3	생산운영관리세미나	MGMT4016	170722	3	3				4		○						
	61	전공선택	3	신상품마케팅	MGMT4017	593121	3	3				4		○						
	62	전공선택	3	재무금융세미나	MGMT4018	721391	3	3				4	○							
	63	전공선택	3	전략정보시스템	MGMT4019	297442	3	3				4	○							
	64	전공선택	3	정보통신및네트워크경영	MGMT4020	721521	3	3				4	○	○						
	65	전공선택	3	조직개발	MGMT4021	593151	3	3				4		○						
	66	전공선택	2	증권시장의이해	MGMT4022	320821	3	3				4	○	○						
	67	전공선택	2	통화외금융의이해	MGMT4023	375572	3	3				4	○	○						
	68	전공선택	3	MIS세미나	MGMT4024	003782	3	3				4	○	○						
	69	전공선택(교직)	1	교과교육론(상업정보)	EDU2107	457431	3	3				3	○							
	70	전공선택(교직)	1	교과교재연구및지도법(상업정보)	EDU2140	457421	3	3				3		○						
	71	전공선택(교직)	1	교과논리및논술(상업정보)	EDU2179	707061	3	3				3	○	○						
	72	전공선택	3	미래산업과경영역신	MGMT3022	027151	3	3				3	○	○						신규

[별표2]

타전공 인정 과목표

순번	대학	과목개설전공명	과목코드	교과과목명	학점	인정이수구분	비고	
1	경영학부	의료경영학전공		의료경영학전공에서 개설되는 모든 전공과목		전공선택		
2	경영대학	회계·세무학과		회계·세무학과에서 개설되는 모든 전공과목		전공선택		
3	정경대학	사회과학부	256621	의료사회학	3	전공선택		
4			162541	사회심리학	3	전공선택		
5		경제학부	016841	경제수학	3	전공선택		
6			010291	거시경제학1	3	전공선택		
7			647292	거시경제학2	3	전공선택		
8			115983	미시경제학1	3	전공선택		
9			486591	미시경제학2	3	전공선택		
10			071891	노동경제학	3	전공선택		
11			597021	SAS를이용한계량경제학	3	전공선택		
12			410991	화폐금융론	3	전공선택		
13			165411	산업조직론	3	전공선택		
14			026381	공공경제학	3	전공선택		
15			무역학부	042811	국제무역론	3	전공선택	

※ 단일전공자에 한하여 경영대학 내 타전공의 전공과목을 포함하여 타 대학 또는 학부(과)의 전공과목도 9학점까지 전공선택 과목으로 인정한다.

[별표3]

경영학부 경영학전공 교과목 해설

- 전공기초

MGMT1003 책임경영 (Fundamentals of Responsible Management) 3-3-0

탈 산업화 시대의 글로벌 기업환경과 인류의 새로운 문명시대로의 진입은 이제 전혀 새로운 경영 패러다임을 요구하고 있다. 전통적인 산업화 시대의 기술과 자본 중심의 관료적 통제시스템 관점에서의 기업조직 경영은, 자본과 인간과 자연이 그 본성의 상태에서 상호 유기적 관계를 이루어 가는 거대한 생태 시스템 안에서의 조화의 관점으로 기업경영 패러다임을 전파시키고 있는 것이다. 본 과목은 UN PRME 선도대학으로서 사회적 책임 경영교육을 미션으로 설정하고 있는 경희대학교 경영대학 학생들로 하여금 책임경영 패러다임에 대한 이론과 실제에서의 기초적인 이해를 가지도록 함으로써 미래 기업경영 리더로서 윤리적 경영과 사회적 책임 의식을 고취할 수 있도록 함을 교육목표로 한다.

The course provides students with an overview of newly emerging stakeholder management paradigm in today's post-industrial knowledge based economy. Emphasis is placed on students gaining a practical understanding of ethical theories of corporate social responsibility and the application of these theories in ethical decision-making in various functional areas of management studies such as Marketing, Human Resource Management, Finance, Production Management, MIS, etc. In addition, a primary focus of the course is challenging students to analyze and resolve the kinds of moral problems and ethical dilemmas they may face in their own business, professional, or personal lives as prospective responsible business leaders. Kyung Hee University's School of Management, as a leading UN PRME participant, opens this course as a compulsory course for all students with management major.

MGMT1001 경영통계학 (Business Statistics) 3-3-0

기업환경을 둘러싸고 있는 불확실성 속에서 합리적인 의사결정을 내리려면 객관적이고 정확한 정보가 필요하다. 통계학은 현상을 나타내는 자료를 수집, 정리, 분석하여 정보를 산출하는 방법론이다. 본 강의에서는 기업환경에 관련된 자료를 획득하여 이를 분석하고 해석하는 절차를 배운다. 강의주제는 확률분포 이론, 통계적 검정, 분산분석, 회귀분석, 비모수통계분석 등을 포함한다.

Objective, accurate information is required for reasonable decision-making in the uncertain environment around corporate. Statistics is a methodology on the data collection and analysis to produce useful information. In this lecture, this process is emphasized for the students. Topics include probability distribution theory, statistical test, analysis of variance, regression analysis, and non-parametric statistics.

MGMT1002 경제학원론(Principles of Economics) 3-3-0

경제학에 대한 기본적인 지식을 배우며, 특히 수요와 공급과 공급의 변화에 중심을 둔다. 그리고 경제현상에서 나타나는 것을 경제학적인 이론을 이용하는 방법을 중심으로 수업을 하여 경제학에 대한 지식을 재미있게 배울 수 있는 기회를 학생들에게 제공한다.

Principles of Economics is designed to provide students with a comprehensive background in basic economic theories and principles. Simultaneously, Principles of Economics lets the students to be exposed to all aspects of domestic and international economy, including institutions, concepts, policy and the tools of analysis. The purpose of the economics is to cultivate the economic expertise to meet the challenges of rapidly changing economic needs of the society.

ACCT1001 회계원리 (Introduction to Accounting) 3-3-0

회계를 처음 공부하는 학생들을 위한 과목으로써 회계학의 기초가 되는 개념들을 집중적으로 논의한다. 회계학의 역사, 회계학에서 다루는 문제, 현대회계모형(발생주의), 회계측정의 개념, 회계순환구조의 이해가 이 과목의 중심적인 과제이다. 아울러 자산, 부채, 자본, 수익, 비용에 대한 회계처리문제를 예시하고, 회계자료의 이용에 대해서도 논의한다.

As the first course in accounting, basic concepts of accounting are discussed. History of accounting, measurement,

identification, ways of reporting, accounting cycle, and modern accounting model(namely, accrual basis) are main topics in this course, Basic principles applicable to the corporate form of Business are the primary focus of the class.

- 전공필수

MGMT2001 경영정보시스템 (Introduction to Management Information Systems) 3-3-0

정보화 시대로 진입함에 따라 경영 환경의 급격한 변화가 예상되고 있다. 본 강좌는 정보기술과 정보시스템에 대한 전문적인 지식을 전수하고 정보기술과 정보시스템응용의 최신 추세(BPR, downsizing, Benchmarking, Multimedia 등)를 분석하여 이를 바탕으로 21세기 기업의 정보시스템 활용전략을 상세히 설명하고자 한다.

This introductory course focuses on information technologies and information systems for the 21th enterprise. A survey of information technologies includes business process reengineering, downsizing, benchmarking, value-added network, information super highway. Interconnection with information technologies, the information system infrastructure is described for operational, managerial, top levels of the enterprise.

ACCT1002 관리회계1 (Management Accounting 1) 3-3-0

원가회계는 기업조직원 특히 경영층의 합리적인 의사결정을 위한 제품 원가정보의 제공을 주된 목적으로 하는 회계분야이다. 이 강의의 주요 내용은 원가의 흐름을 추적하여 정확한 제품 원가를 산출하는 방법과 산출된 원가정보의 효율적 분석방식에 관한 것이다. 본 강의는 원가 회계 더 나아가 관리회계의 첫 과정이므로 교과서와 숙제를 통해 강의 내용을 숙지시키게 된다.

(Prerequisite : Introduction to Accounting) Cost accounting is concerned with the accumulation and use of accounting information for the management of a firm. A major objective of this course is to provide knowledge of cost accounting. Students will learn how costs are cumulated, recorded, and identified with goods as they move through the manufacturing process because this is an introductory course, we must cover the basic vocabulary and mechanics of cost accounting, chiefly via textbook and homework problem route.

MGMT2002 마케팅원론 (Principle of Marketing) 3-3-0

현대기업의 성패는 마케팅에 있다. 마케팅의 발전과정을 검토하여 현대마케팅의 특성을 구명하고 접근방법을 개발한다. 그리고 급변하는 마케팅환경을 분석/조사하여 기업의 대응방안을 모색한다. 그 대응방안으로서 제품정책, 가격정책, 유통정책, 촉진정책에 관한 이론 및 실제를 교육한다.

The success or failure of modern corporations are based on the marketing. The purpose of this course is to research a specific character of marketing, to develop a approach method and to analyze marketing environment. This will define the response of corporation. In response strategies, students will study products, pricing, placing and promotion policy.

MGMT2003 생산운영관리 (Operations Management) 3-3-0

고객에게 최상의 품질을 갖춘 서비스를 제공하는 것은 현대 경영에 있어 결정적인 요구사항 이다. 이 과목은 일반 기업뿐만 아니라 공기업과 제반 공공단체를 포함한 모든 조직에서의 제품과 서비스의 구매, 생산, 조달 과정에 초점을 둔다. 학생들은 어떻게 부가가치과정들(value creation processes)이 작동되는지, 어떻게 그 과정들이 향상되어 질 수 있는지를 이론적 분석도구와 사례 등을 통해 심도 있게 배우게 된다.

This course is designed to examine the importance of operations management not only in private companies but also public organizations. It covers the concepts, theories, and analytical tools for effective operations management for manufacturing and service production. Topics include productivity management, quality management, inventory control, logistics management, and service management. This class does not have any prerequisite, but Business Statistics could be a great help for the class.

MGMT2004 재무관리 (Financial Management) 3-3-0

재무관리에 관한 기초개념, 예를 들면 금융시장, 화폐의 시간적 가치, 위험분석, 자본비용 등을 이해시키고 다음에 자본에

산, 자본구조의 선택, 운전자본관리 등의 의사결정을 통하여 재무관리담당자가 기업의 가치를 극대화 시키는 방법을 이해시킨다.

Financial management is intended for introductory finance course. It begins with discussion of basic concepts, including financial market, time value of money, risk analysis and valuation models, and cost of capital. Subsequently this course intends to explain how financial managers can help maximize the value of their firms by making better decisions in such areas as capital budgeting, choice of capital structure and making capital management.

MGMT2005 조직행동론 (Organizational Behavior) 3-3-0

조직행동론은 개인과 집단이 조직 안에서의 행동에 영향을 미치는 과정을 연구하는 분야로서, 주로 조직 내 미시적인 차원, 즉 개인 및 대인관계, 집단 등에 관련된 이슈들을 다룬다. 궁극적으로는 수강생들이 효과적인 관리자가 될 수 있도록 인간관계 기술의 발전을 돕고자 하는 것이 이 과목의 목표이다.

Organizational Behavior is a multidisciplinary research field that investigate the processes that individuals and groups influence the behaviors in organizations. The focus of the course is the micro level in organizations - issues concerning individuals, interpersonal relations, and groups. The overall purpose of the course is to help you develop the people skills you need to be effective employees or managers in organizations.

- 전공선택(재무/금융)

MGMT2010 투자론 (Investments) 3-3-0

이 과목은 증권시장, 포트폴리오 이론, 위험과 수익, 효율성, 기본적 및 기술적 분석, 주식과 채권의 가치평가 등 기본적인 개념들을 소개한다. 특히, 자본자산가격결정모형은 시장 효율성과 주식평가와 관련하여 광범위하게 다루어진다. 선물·옵션과 같은 난이도가 높은 주제는 시간이 허용되는 범위 내에서 다루어진다.

This course aims to introduce the basic concepts such as securities market, portfolio theory, risk and return, market efficiency, fundamental and technical analysis, equity valuation and bond pricing. Especially, CAPM will be covered widely in relation with market efficiency and stock valuation. More advanced topics such as futures market and financial option also will be studied if time is permitted.

MGMT3006 금융파생상품론 (Financial Derivatives) 3-3-0

이 과목은 선도, 선물, 옵션 시장 등 다양한 파생상품 시장의 본질과 기능; 이윤추구를 목적으로 하는 투기적 거래; 포트폴리오 전략에 있어 파생상품의 역할 등을 학습한다. 주요 내용은 선도, 선물, 스왑, 옵션 시장 등 다양한 파생상품시장; 여러 가지 파생상품 의 가치평가; 파생상품을 이용한 헤지 또는 투기 전략; 포트폴리오 전략 등을 포함한다.

The course is designed to study the natures and functions of various derivatives markets such as forward, futures and options markets; hedging for risk reduction; speculative trading for profit; and the role of derivatives products in portfolio strategy. Main topics in this course include various derivatives markets such as forward, futures, swap and options markets; valuation of various derivatives products; strategies for hedging and speculative trading using derivatives; and portfolio strategies using derivatives.

MGMT3005 국제재무관리 (International Finance) 3-3-0

본 과목은 다국적 기업의 재무관리를 효율적으로 수행하기 위하여 필요한 기본이론과 국제재무환경을 이해시키는 데에 그 목적이 있다. 이를 위하여 국제금융시장, 환율이론, 환위험관리, 신국제금융수단, 직접외국투자결정방안 등의 주제를 다룬다.

The purpose of this course is to provide the students possessing a solid understanding of business and finance with a sophisticated understanding of decision making related to the financial management activities of the multinational firm.

MGMT3009 보험학원론 (Principle of Insurance and Risk Management) 3-3-0

학생들에게 보험학의 기본 원칙과 개념을 설명함으로써 보험산업 전반에 대한 이해와 금융의 한 축으로서 보험이 왜 필

요한지를 국내 및 국제적 관점에서 바라보는 기회를 제공함에 과목의 주된 목적이 있음.

The principle of insurance and risk management is designed to provide a clear and concise introduction to the concepts of insurance and its industry. And also, we discuss the key functions of each types of insurance and finally consider why insurance is purchase and how in a national and international context.

MGMT3002 계량보험론 (Actuarial Mathematics) 3-3-0

계량보험론적 관점에서 중요하게 설명되고 있는 과학적, 합리적 보험료 산정 원칙 및 방법, 보험회사 부채 평가 방법, 손익분석 방법에 대한 이론을 습득한다. 주요 내용은 이차론, 위험률 산정(Mortality Table), 보험료율 산정(pricing), 책임준비금산정(liability valuation), 손익분석(profit and loss analysis)등을 다룬다. 현대 계량보험론적 접근인 확률론적 접근에 중요성을 둔 보험수리학이다.

The major objectives of this course are to integrate life contingencies into a full risk theory framework and to demonstrate the wide variety of constructs which are then possible to build from basic models at the foundation of actuarial science. ① The deterministic rate approach is briefly described for completeness and is a tool in some developments. ② This course is based largely on the much fuller use of a probabilistic approach in the treatment of the mathematics of life contingencies.

MGMT4010 기업재무론 (Corporate Financial Policy) 3-3-0

본 강좌는 일반기업이나 금융기업에 진출하여 최고 재무정책을 수립하거나 거기 필요한 정책을 조언해 주는 컨설팅에 관심있는 학생들에게 필요한 지식을 강의한다. 투자 의사결정과 자본조달 정책, 배당정책, 위험관리 및 M&A를 비롯한 기업 지배제도 등이 주요 주제이다. 재무관리를 이미 수강한 학생들을 대상으로 하는 본 강좌는 초급 수준의 재무관리에서 충분히 다룰 수 없었던 기업재무이론과 기업의 지배 및 경영권시장 문제 등을 연구하여 전략적 의사결정의 기반을 마련하려는 것이다.

This is a practice-oriented course dealing with top financial policy based on the current theory of corporate finance. This course explains investment strategy, capital structure and dividend policy and considers mechanisms to mitigate agency problems among various stakeholders of a firm. Students must take Financial Management before enrolling this advanced course.

MGMT4013 보험경영론 (Management of Insurance Service Providers) 3-3-0

종합금융화 환경에서 보험서비스 상품을 취급하는 보험사를 주축으로 하는 금융회사의 경영의 제반 측면 및 주요 현안 이슈에 대해 이론과 사례 연구를 통해 고찰한다.

Various issues and theoretical concepts in connection with pricing, underwriting, marketing, reinsurance, alternative risk transfer, claim settlement and risk management, risk-based capital, enterprise risk management, case analysis.

MGMT4023 통화와금융의이해 (Understanding of Money and Finance) 3-3-0

금융현상을 이해하기 위해 금융시장, 금융구조, 통화정책, 거시경제현상의 연계관계에 대한 논의가 체계적으로 이루어진다. 금융시장을 이해하기 위해 이자율의 결정이론, 이자율 기간구조, 주식시장에 대한 논의가 이루어진다. 또한 금융구조에 대한 경제분석과 중앙은행의 역할과 통화정책, 통화정책전략, 통화정책의 전달경로에 대한 논의도 이루어진다. 이에 더하여 개방경제하에서 통화, 환율, 금리, 인플레이션 간 관계를 살펴 보면서 금융현상에 대한 이해를 심화시킨다.

To understand some important financial phenomenon in a global context, an economic approach to financial markets, financial structure, monetary policy and macroeconomic movements is provided. The behavior and determination of interest rates, the risk and term structure of interest rates, the stock market and the efficient market hypothesis are discussed in detail to understand financial markets. An economic analysis of financial structure, the role of central banking and the conduct of monetary policy, monetary policy strategy and transmission mechanisms of monetary policy are also discussed. In addition the linkage among monies, exchange rates, interest rates and inflation is extensively examined using open macroeconomic models to deepen our understanding of various financial phenomenon.

MGMT4022 증권시장의이해 (Securities Markets) 3-3-0

국제화, 자유화, 종합금융, Cyber Finance가 동시에 이루어지고 있는 최근 우리나라 증권시장은 엄청난 구조변화를 직면하고 있다. 이에 따라 본 과목에서는 수강생들에게 최근 발전되고 있는 각종 증권이론의 소개와 아울러 산업계 실무에서

어떻게 이들을 실질적으로 응용하는가를 접목하여 연구하고 학습하고자 한다. 우리나라 증권시장 발전에 일익을 담당할 전문가를 양성하고자 하는 목적 하에, 자본주의의 꽃이라고 불리는 증권시장에 관심이 있는 학생은 전공이나 학부에 관련없이 누구나 이수할 수 있다. 다만 본 과목에서는 증권제도와 실무를 중심으로 현실적 이슈를 다루기 위해서 흥미있고 유익한 강의와 발표로 진행 될 뿐만 아니라, 모의투자 게임은 물론 실제 주식단말기를 이용한 주식거래 패턴 및 종목분석과 투자 Timing 분석을 실시할 예정이다.

In this course, we are searching for the practical issues on the financial securities markets. Securities are traded in the primary and secondary markets. The primary market connects the users of capital with the suppliers or savers. The secondary market consists of organized exchanges (e.g., NYSE, AMEX, KSE) and the over-the-counter market (e.g., NASDAQ, KOSDAQ, ECN). The students are encouraged to follow up the new trading mechanisms as well as the traditional trading techniques to be the financial leader in the 21C in this class.

MGMT4009 금융리스크관리 (Financial Risk Management) 3-3-0

이 과목은 금융위험의 내용과 성격을 이슈별로 깊이 있게 고찰하고, 효과적 대응을 위한 전략방안을 체계적으로 연구한다. 특히 이자율위험, 시장위험, 신용위험, 부외거래활동위험, 운영위험, 국가위험, 유동성위험 등에 대한 측정과 영향에 대한 논의가 이루어지고, 금융기관의 부채 및 유동성관리, 예금보험과 기타 채무보증, 자본적정성, 업무영역분산, 영업지역분산, 대출판매와 증권화 등과 같은 관리전략이 검토된다.

This course analyzes financial risks, intensively discusses various strategies for risk management. In particular, measurements and influences of interest rate risk, market risk, credit risk, off-balance-sheet risk, operational risks, sovereign risk and liquidity risk are discussed in detail. And, financial institutions' management strategies such as liability and liquidity management, deposit insurance and other liability guarantees, capital adequacy, product diversification, geographic diversification, loan sales and securitization are examined.

MGMT4018 재무금융세미나 (Seminar in Finance) 3-3-0

이 과목은 재무금융 분야의 중요한 특수하거나 고급 주제, 시의성 있는 이슈 등을 다룬다. 학생들이 필요한 내용을 적시에 학습할 수 있도록 강의의 세부적 내용은 미리 정해져 있지 않다. 기업재무, 투자론, 통화금융, 보험 등 분야에서 강의 목적에 따라 강좌별로 새로운 내용으로 구성될 수 있다.

This course is reserved for special and advanced topics and contemporary issues in finance. Detailed contents are not pre-determined in order to provide room for adapting to the needs of the students. Each class may discuss different issues in corporate finance, investments, money and banking and insurance, depending on the purpose of a lecture.

- 전공선택(마케팅)

MGMT2008 소비자행동론 (Consumer Behavior research) 3-3-0

현대 마케팅의 요체는 소비자이다. 소비자의 행동에 영향을 미치는 외적 환경요인과 내적 심리적 요인의 내용 및 특성을 규명하고 소비자가 특정상황에서 어떠한 의사결정과정을 거치게 되는가를 조사한다. 그래서 소비자가 왜 특정상품표어나 특정점포를 선택하는 이유를 밝혀 그들의 구매행동을 예측할 수 있게 한다.

Customer is a basis of modern marketing. The objectives of this course are to create an understanding of external environment factors and internal psychology factors and to research for what Decision-Making process in different condition. so, this will include defining the problem why customer choose the certain brand products and store.

MGMT3012 유통관리론 (Marketing Channel Management) 3-3-0

본 강의는 유통시스템에서 발생하는 물류, 정보 그리고 행태적 흐름을 주로 평가하는데 그 목적이 있다. 유통 시스템에 관한 깊이 있는 연구를 통해 마케팅과 물적 유통관리에 적용되는 시스템 환경과 조직 그리고 시스템관리측면을 분석한다. 특히 기업의 전사적 전략에 있어서 유통경로 전략의 역할, 마케팅경로전략, 경로디자인 월분석 및 경로관계관리 그리고 성과측정 등에 중점을 두고 강의한다.

This course critically evaluates the physical, information, and behavioral flows, that occur within the channel system. This in-depth analysis of the channel system will study the environment, structure and management of systems as they are

applied to marketing and logistics management. Particular attention is devoted to the role of distribution channel strategy in corporate strategy, design and analysis of marketing channels, management of channel relationships, and performance measurement.

MGMT3004 국제마케팅 (International Marketing) 3-3-0

국제마케팅에서의 특정한 이론적 연관성 및 관리적, 전략적 이슈에 대한 이해를 도모한다. 이 과목의 내용은 크게4가지로 구분한다. (1) 마케팅 컨셉트의 이해및국제 마케팅에 대한 조망, (2) 국제마케팅 환경의 분석, (3) 국제시장에서의 마케팅 믹스의 이해, (4) 전략적 마케팅 이슈를 다룬다.

This course pursues to have the students understanding on the specific theoretical contexts and managerial and strategic issues in international marketing. The course could be divided as four steps: (1) Understanding of marketing concept and international marketing perspective, (2) Analyzing international marketing environment, (3) Understanding of Marketing Mix in international arena, (4) Strategic marketing issues

MGMT3008 마케팅조사론 (Marketing Research) 3-3-0

문제 인식에서부터 자료를 수집하고 이를 컴퓨터 시스템과 다양하게 구비된 분석 S/W를 이용하여 분석하고, 그 결과를 정확하게 판독하여 마케팅 의사결정에 유용한 효과적인 정보를 추출할 수 있는 능력을 배양하는 것을 본 과목의 목적으로 하고 있다. 본 과목에서는 학생들은 우선 기본적인 통계 이론과 수학적 지식에 대하여 복습을 하고, 일반적인 마케팅 조사 실행 과정에 대하여 학습한 후, 자료 분석에 필요한 다양한 분석방법을 이론적으로 이해하고 실습하도록 한다. 조사실행과정에서는 문제를 파악하고 현상을 조사하기 위한 설문지 작성하는 방법에서부터 구체적인 조사절차 등에 이르는 조사방법에 대한 이론적인 학습을 한다. 이 과정에서 SPSS 등과 같은 분석프로그램을 사용하는 방법에 대하여 실습을 통해 학습하고, 분석 결과를 정확하게 해석하여 도출된 정보를 실제적인 의사결정에 효과적으로 적용하는 능력을 배양하게 된다.

As an introductory marketing research course, the objective of this course is to teach students the scientific process and techniques for conducting marketing research. Marketing research requires understanding marketing problems, designing the research process, understanding the result, and applying the obtained knowledge to solving business problems. This course thus provides students with the capability of attacking divers marketing research problems with scientific knowledge and analyzing techniques.

MGMT4012 마케팅전략 (Marketing Strategy) 3-3-0

본 강의는 마케팅 전략의 관점에서 오늘날 마케팅의 여러 기능을 분석하는데 그 목적이 있다. 즉, 문제점을 파악하여 자료를 수집하고 분석함으로써 전략적, 전술적 마케팅 의사결정 및 최적안을 이끌어내는 능력을 개발한다. 덧붙여 이러한 결론을 구두나 서면으로 체계적으로 답변할 수 있는 능력을 함양시킨다.

This course is designed to provide students with an analysis of today's marketing functions as viewed from the perspective of the marketing strategy. The objective of this course is to develop the ability to probe problems and organize and analyze data to support strategic and tactical marketing, recommendations. In addition, to develop the ability to defend these recommendations in convincing oral and written reports.

MGMT4007 광고론 (Advertising) 3-3-0

본 과목은 기업의 핵심적인 활동의 하나인 마케팅 커뮤니케이션을 광고를 통해 구현하는 방법을 공부한다. 여러 촉진 활동 중 광고와 판촉의 개념과 이론을 소개하며 이를 브랜드 매니저 입장에서 전략적으로 사용하는데 중점을 둔다. 구체적으로 광고와 판촉관리를 위한 이론적 기반을 철저히 탐구하고 이를 실제 광고 및 판촉에 응용하는 경험을 체득하게 된다.

Advertising is a tool of promoting organization's tangible / intangible products. Advertising is paid, one-way communication through a medium in which the sponsor is identified and the message is controlled by the sponsor. Variations include publicity, public relations, etc.. Every major medium is used to deliver these messages, including: television, radio, movies, magazines, newspapers, video games, the Internet (see Internet advertising), and billboards. This course is required the following courses as prerequisite: the principles of marketing, consumer behavior.

MGMT4005 고객관계관리 (Customer Relationship Management) 3-3-0

고객관계관리 (customer relationship management, 이하 CRM)는 고객정보를 활용하여, 기존고객의 유지와 활성화를 도모함으로써 기업의 경쟁력을 강화하고자 하는 것을 그 목적으로 하고 있다. 기업들은 경쟁의 심화와 시장의 포화와 같은 시장환경의 변화에 적응해 나가기 위해 기존고객에 대한 관리에 관심을 갖게 되었고, IT의 발전에 따라 고객데이터베이스를 활용하여 고객관리를 보다 체계적으로 수행할 수 있게 되었다. 이 강좌에서는 고객의 유지, 강화, 획득 등을 위한 CRM 전략을 수립하고 실행하는데 필요한 내용들을 다루고 있다. 또한 CRM의 효율적인 수행을 위해 어떠한 조직체계가 요구되고 있는지에 대한 내용도 포함된다.

CRM seeks to obtain competitive edge by retaining and reinforcing current customers. In this process customer information contained in the customer database plays a critical role. Adoption and development of CRM is related to the change of market environment like fierce competition and market saturation. In order to adapt to such a change firms began to pay attention to the current customers and using the IT systematically manage current customers. In this lecture we are going to deal with CRM strategies for the acquisition, retention, reinforcement of the customers. The effective organization structure and organization culture for the CRM implementation is also included.

MGMT4014 브랜드관리 (Brand Management) 3-3-0

브랜드, 즉 상표를 광고, 판촉 등에 의해 널리 알림으로써 경쟁자의 동일 제품과 자기 제품을 차별해서 경쟁상 유리한 입장을 구축하는 마케팅 전략을 공부한다. 주로 차별화(differentiation)에 의한 브랜드 이미지를 구축하는 방법을 공부한다.

A brand which is widely known in the marketplace acquires the brand awareness and image. As managing its brand awareness and image, Brand Management is the application of marketing techniques to a specific product, product line, or brand. It seeks to increase the product's perceived value to the customer and thereby increase brand franchise and brand equity. Marketers see a brand as an implied promise that the level of quality people have come to expect from a brand will continue with future purchases of the same product. This may increase sales by making a comparison with competing products more favorable. This course is required the following courses as prerequisite: the principles of marketing, consumer behavior, marketing research.

MGMT4017 신상품마케팅 (New Product Marketing) 3-3-0

기존의 제품을 제공하는 기업은 계속적인 혁신을 통해서 경쟁기업의 침투를 방어하려고 할 것이다. 대부분의 신제품은 짧은 기간 내에 수용할만한 이익을 창출하지 못하고 실패한다. 시장실패의 이유는 무엇인가? 신상품마케팅은 제품도입기에 혁신소비자층을 확보하기 위한 세분시장의 선정문제, 특히 초기시장에서 다수의 주류시장으로 확산해야 하는 캐즘을 넘어야 하는 문제, 소비자의 제품전환의 문제 및 후발진입기업들과의 시장경쟁의 문제, 개방정책 대. 폐쇄정책의 문제 등 다양한 이슈를 포함한다. 이 과목은 신제품개발에 초점을 두어 강의를 진행하고 B2B의 교환 및 인터넷을 포함한 첨단기술제품에 보다 강조를 하여 강의한다.

A firm providing the existing product try to defend the market by continuous innovation. Most of new products fail to create profits enough to maintain the market within the short period of time. What causes market failure? New product marketing focuses on the selection of a segment market for capturing innovators in the introduction period of a product life cycle, the crossover of chasm for diffusion of the product innovation to the mainstream market, a consumer's switching behavior between products, market competition with late entrants and a policy on the open versus closed systems. This subject specially tackles new product development, B2B exchanges and high technology products including internet and more.

- 전공선택(인사/조직)

MGMT3014 인적자원관리 (Human Resource Management) 3-3-0

조직의 인적자원을 효과적으로 확보, 배치, 훈련, 평가, 보상, 개발, 유지하기 위해 인적자원관리자/부서의 기능 및 역할과 그들의 전략적 파트너십/변화리더십을 이론적, 실증적 접근방법들을 다룬다.

Recruitment, Selection, Staffing, Human Resource Development, Performance Management, Reward management, and HR Professional's role - Strategic partnership, HR leadership etc.

MGMT3007 노사관계론 (Labor Management Relations) 3-3-0

산업화가 심화됨에 따라 노사간에 갈등은 많아지지만, 그것을 평화적이고 생산적인 방향으로 해결하지 못하면 기업도 국가도 경쟁에서 살아남을 수 없다. 본 과목에서는 학생들로 하여금 노사관계의 이론과 실재를 학습케 함으로써 장차 조직체 운영에 대비토록 한다.

As a result of industrialization conflicts become unavoidable between labor and management. How to resolve these conflicts peacefully and induce productive cooperation between the two parties are sine qua non for a successful business. The course is designed to acquaint the students with theories and practices of labor management relations at each of the firm, industrial and national levels, so as to prepare students as future managers, union leaders or government officials. Main focus will be put on Korean industrial relations system. However foreign countries, institution, practices and experiences will be also referenced for a better understanding of the subject matter.

MGMT3016 전략경영론 (Strategic Management) 3-3-0

경영전략 개념에 대한 이해와 사업부전략 및 기업전략의 기본적 이론과 분석틀을 제시한다. 경영전략 분석을 통하여 학습자에게 전략적 사고의 기본이 되는 문제해결 능력 및 통합적 안목 제고를 목적으로 한다.

It aims to provide understandings of the basic concept of basic strategy, of the basic theories and frameworks for business strategy and corporate strategy. It also seeks to offer students problem-solving ability and comprehensive understanding which are the basis for strategic thinking.

MGMT3018 조직구조론 (Organizational Theory) 3-3-0

조직구조론에서의 조직의 효과를 극대화시키는 요인 중 하나로서 조직구조를 다룬다. 조직구조의 의미 및 유형과 더불어 어떤 유형이 21C조직에 적합한지를 논의한다. 그 후 조직구조 형성에 영향을 미치는 제 요인을 하나하나 다루는데 전략, 규모, 기술, 환경, 파워를 논의하여 그들이 구조에 어떤 영향을 어떻게 미치는 지 파악한다. 마지막으로 효과적 구조를 설계하기 위하여 이들 영향요소를 어떻게 다루어야 조직의 성과를 극대화하는지 논의한다. 종합하면, 학생들로 하여금 기능논리에서 벗어나 조직의 구조가 얼마나 어떻게 중요하게 작용하는지를 알게 하고 그 구조를 설계하는 능력을 키우는데 목적을 두고 있다.

Organization theory treats organization structure as one of the main factors increasing organizational effectiveness. Meaning and typology of organizational structure will be discussed with much focus on those of the twenty-first century. Factors that influence the structuring of organization (e.g., strategy, size, technology, environment, power) will be treated in detail. In sum, this course aims students to have an ability of designing effective organization structure in addition to their understanding of its meaning.

MGMT2007 리더십개발 (Leadership development) 3-3-0

다양한 조직들에서 요구되어지는 리더십 진단 및 역량개발을 위한 이론적, 실증적 접근방법들을 다룬다. 효과적 리더들의 사례연구들과 이를 설명하는 다양한 이론적 접근방법들의 이해를 통해 조직의 효과성을 높이기 위한 리더십 역량개발에 대한 이해를 높이는데 초점을 맞춘다.

Understanding leadership diagnosis, studies on leadership traits and behaviors, leadership development practices and evaluation approaches.

MGMT2009 인간관계론(경영) (Human Relations in organizations) 3-3-0

조직의 성공을 위해서는 상품의 질 제고와 고객관리뿐 아니라 직장내 인간관계의 관리와 유지가 필수적 요인이다. 이를 위해서는 인간의 행동이 조직 내에서 그리고 조직을 통하여 어떻게 상호작용하는지를 이해해야만 한다. 이를 위해 본 강좌에서는 리더십, 동기부여, 창의성, 조직변화 및 혁신, 조직내 의사소통 등을 중점적으로 다룰 것이다.

For an organization to succeed, managing and maintaining human relations in organizations are important as well as improving the quality of product and managing client relationships. This course will show the students how they can become more effective in their work and personal life through knowledge of and skill in human relations. A major theme of this class is that career and personal success are related. Students will be encouraged to discover the management style that best suits the needs of a given work environment.

MGMT4008 국제인적자원관리 (International Human Resource Management) 3-3-0

치열한 국가간 경쟁과 글로벌 경영 환경 속에서 기업에 존재하는 인적자원관리의 문제점들을 글로벌 경영 시각에서 분석한다. HRM 효율성을 증대시키기 위해 국가간 경계를 넘는 인적자원을 개발하고, 다문화 환경에서 인적자원관리의 문제에 대한 해결 방법을 체계적으로 배우는 과정이다. 다국적기업에서의 HRM 문제도 다룬다.

This course provides a systematic procedure to learn how to solve HRM problems in a keen rivalry and global environment changes to increase organizational efficiency.

MGMT4021 조직개발 (Organizational Development) 3-3-0

변화하는 조직환경에 대응하여 조직, 집단, 개인의 적응력을 향상할 수 있는 기법들을 이론적, 실증적, 임상적 연구결과들에 입각하여 다룬다. 경영진단 및 컨설팅, 변화관리, 조직문화개발, 집단역학관리 등이 주요 주제로 논의된다.

Understanding various organizational interventions including management counselling, change management, development, organizational culture development, group dynamics management etc.

MGMT4002 경영역량개발 (Management Skill Development) 3-3-0

조직내에서 요구되는 핵심역량의 개발을 이론적 실증적 임상적 연구들에 입각하여, 다양한 기법들(예, 사례연구, Role playing, 시뮬레이션 등)을 통하여 개발하는데 초점을 맞추어 조직진단, 문제해결, 의사소통, 갈등관리, 스트레스관리, 동기유발, 팀개발 등의 주제들을 다룬다.

Application of various approaches to managerial competence development, including organizational diagnosis, problem solving, communication, conflict resolution, stress management, motivation, team building etc.

- 전공선택(계량생산)

MGMT2006 경영과학 (Management Science) 3-3-0

경영과 의사결정은 경영자의 다양한 의사결정 문제에서 적절한 해를 찾기 위한 체계적인 접근방법을 다룬다. 의사결정론 게임이론을 비롯하여, 경영과학의 제이론(선형계획법과 민감도분석, 정수계획법, 수송문제와 할당문제 등)에 대한 기본개념과 도식적이거나 수학적인 해법에 대한 이해를 포함하여 실제 문제에의 응용모형에 대해 배운다.

This course deals with several systematic quantitative methods for managerial decision making problems. The main topics are the basic concepts and graphical or mathematical solving methods of decision theory, game theory, linear programming and sensitivity analysis, integer programming, transportation problems, assignment problems, and so on as well as their application models to real life systems.

MGMT3020 품질경영 (Quality Management) 3-3-0

품질은 제품이나 서비스를 사용하기에 적합한 특성을 의미한다. 그러나 품질의 정의는 더 적극적으로 이루어지게 되어서, 이제는 고객만족 내지는 고객성공과 같은 전략적의미를 가지게 되었다. 본 강의에서는 제조업과 서비스업의 품질개념을 살펴보고, 또한 신제품 개발 시의 품질기능전개나 프로세스의 품질개선 등에 관하여 공부한다. 통계적 품질관리와 고객만족은 공부하여야 할 중요한 내용이다.

Quality generally means fitness of usage of products and services. Furthermore, the definition of quality is extended to customer satisfaction and even customer success. In this lecture students learn quality function deployment for the new product development and quality improvement of process as well as concepts on quality of products and services. Statistical quality control and customer satisfaction are also included in the course.

MGMT3011 서비스운영관리 (Service Operations Management) 3-3-0

서비스의 특성을 토대로 서비스 전략, 서비스와 정보기술, 서비스품질, 서비스생산성을 강의와 사례를 병행하여 다룬다. 특히 서비스의 성격과 일반 제조업과의 차이점, 서비스 유형 및 전달과정 등의 핵심 개념을 중점적으로 배우며, 새로운 서비스의 개발과 확산과정, 서비스가격의 최적화 및 전략 등을 이론과 사례분석을 통해 강의한다.

This course covers issues such as the characteristics, types, and delivery processes of various kinds of services. It first outlines the basic concept of service delivery process and service management, and provides practical knowledge of the

current service quality improvement systems. Service diversification strategies, the proliferation process of new services, the analytical frameworks for service development, and the optimal pricing models of services will also be presented throughout this class.

MGMT4006 공급사슬관리 (Supply Chain Management) 3-3-0

본 과목에서는, 제조업뿐만 아니라 서비스업까지 포함한 광범위한 의미에서 경영조직이 글로벌 경쟁환경에서 당면하는 문제점들을 소개하고, 생산운영관리 차원에서의 해결방안을 모색한다. 특히 의사결정론적 관점에서 문제에 대한 접근법과 대안창출을 집중적으로 교육한다. 대표적인 예로 생산 및 서비스 설비의 입지선정 문제와 글로벌 물류관리 등을 들 수 있다. 이러한 목적을 위하여 생산운영관리를 선수과목으로 지정한다.

Through this course, the students are led to analyze decision-making processes for global operations and design effective global strategies for the global companies. The course consists of some separate modules, each of which is focused on specific subjects of global operations management: for example, global location decisions and logistics. The students are expected to study the reading materials assigned for each class before the class begins. Furthermore, this class has pre-requisites such as operations management at undergraduate level.

MGMT4001 경영과의사결정 (Management and Decision Analysis) 3-3-0

기업의 환경이 더 복잡해지고 미래가 불확실하게 되면서 관리의 과학적 접근법이 필요하게 되었다. 본 강의에서 학생들의 문제 해결 능력을 고양시키는데 목표를 두고 서술적 모형과 규범적 모형을 대상으로 모델구축방법과 시스템이론을 공부한다. 구체적으로 선형계획법, 재고 및 유통관리 모형, 대기행렬 이론 등을 공부하고 이를 실제문제에 응용하는 방법을 배우게 된다.

Due to the increasing complexity and uncertainty of business environment, it is getting necessary to make use of scientific approaches. The primary purpose of this course is to enlarge the problem-solving capability of student. Student will study methodology of model-building and system theory in both descriptive and normative cases. Emphasis is on the applications of real-world problem with the use of LP, Queuing, Transportation, etc.

MGMT4015 비즈니스게임 (Business Games) 3-3-0

본 과목은 비즈니스 세계에서 벌어지는 전략적 상황, 특히 생산 스케줄이나 설비용량 및 투자 결정, 로지스틱스, 공급/판매사슬에서의 파트너십, 가격정책 등 제반 운영전략(operations strategy)을 대상으로 한다. 의사결정이론 및 게임이론 등을 바탕으로 이론적인 측면을 다루기도 하고, 관련 사례(case study)를 수업시간에 토론할 것이다. 또한 가상기업에 대한 팀별 시뮬레이션을 통해 비즈니스 게임 상황을 체험하는 기회도 가진다. 시뮬레이션은 온라인에서 시행되며, 이를 위해 모든 학생은 해당 웹사이트 등에 정식으로 가입해야 한다. 이론-사례연구-시뮬레이션 간의 비중은 담당 교강사의 강의 목적과 상황에 따라 다를 수 있다.

This class deals with operations strategy in the current global competitive environment. Typical topics include production scheduling, capacity investment, logistics, supply/sales channel management, pricing policy etc. Theoretical backgrounds like decision analysis and game theory, case studies, and team-based simulations are three core components of this class. In the simulation section, students are divided into management teams of 1 to 5 persons and assigned to run a virtual company (for e.g., an athletic footwear company) in head-to-head competition against companies run by other class members. Companies compete in a global market arena, selling goods (for e.g., branded and private-label athletic footwear in an athletic footwear case) in multiple geographic regions.

MGMT3001 경영시뮬레이션 (Management Simulation) 3-3-0

이 과목에서는 공학뿐만 아니라 경영/경제학 및 제반 사회과학에서도 널리 사용되고 있는 시뮬레이션 방법론을 배운다. 시뮬레이션은 실험실에서의 실험이 어려운 사회과학에 오히려 적합한 연구방법론이 된다. 특히 모형화 및 정식화 과정과 확률모형에 의한 해법 등을 소개하고, 시뮬레이션 기법을 적용하여 마케팅, 재무, 생산 등의 분야에서 경영사례를 분석하고, 전반적인 경영 과정에 대해 체계적으로 이해하도록 한다. Crystal Ball과 @RISK와 같은 Excel-based 시뮬레이션 소프트웨어를 이용한 연습과 term project를 수행한다.

This class provides an overview of basic tools and major topics in computer simulation: particularly, in the context of

business, economics, and other social science applications. It also includes some advanced topics like concepts and applications of agent-based simulation and system dynamics. Some case studies are analyzed and discussed with assistance of simulation softwares like CrystalBall and @Risk. Business Statistics and elementary knowledge and skills in computer are the prerequisites to this class.

MGMT4016 생산운영관리세미나 (Operations Management Seminar) 3-3-0

생산 및 서비스운영관리, 경영과학에서 소개된 기초 분석방법과 상위 분석방법에 대해 심도있게 학습하고, 다양한 사례연구 발표 및 토론을 통해 수리적 분석방법에 대한 이해력과 응용력을 높인다.

Through various case studies and in-depth discussions on basic and advanced analytic methods which are necessary in the analysis of (Service) Operations Management and Management Science, this course will provide students with opportunities of developing analytical skills and of improving practical ability.

- 전공선택(MIS)

MGMT3015 인터넷과전자상거래 (Internet and Electronic Commerce) 3-3-0

본 과목 개설의 주된 목적은 인터넷과 전자상거래를 어떻게 경영에 이용하여 기업의 경쟁력을 향상시킬 수 있는가 하는 것이다. 다음의 내용이 주로 논의될 것이다. 인터넷과 전자상거래의 현황과 전망, 전자상거래사업의 유형과 특성 및 전자상거래사업의 구성요소, 인터넷을 이용한 마케팅과 광고환경의 변화와 인터넷마케팅 전략수립, 기타 법적 요인과 사회적 변화.

This course deals with how to apply Internet and Electronic Commerce(EC) to business in order to accomplish competitive values. What this course address is as follows. Present and future of Internet and EC; Types, attributes, and components of EC; Changes in advertising and marketing environment with Internet and developing the Internet marketing strategies; Legal factors and social impact of Internet and EC.

MGMT3021 e-비즈니스시스템 (e-Business Systems) 3-3-0

인터넷은 그동안 기업에 많은 영향을 주었고, 이러한 대표적인 사례가 전자상거래이다. 하지만 인터넷은 기업의 상거래만 변화를 준 것이 아니라, 기업의 모델과 구조에도 영향을 주었다. 인터넷의 영향에 따른 기업의 비즈니스 모델과 구조를 총칭하여 e비즈니스(eBusiness)라고 불리우며, 본 과목에서는 e비즈니스 개념을 소개하고 e비즈니스시스템의 각 구성요소를 설명한다. e비즈니스시스템 구성요소로는 ERP(Enterprise Resource Planning), CRM(Customer Relationship Management), SCM(Supply Chain Management), EP(Enterprise Portal), SEM(Strategic Enterprise Management) 등이며, 이러한 구성요소의 실제 사례를 함께 학습한다.

Internet has influenced business. For example, it results in e-commerce(electronic commerce). From the viewpoint of business and management, internet technology has changed business model and structure greatly. This area is called e-Business(electronic business). This course introduces the concept of e-Business Systems and each part of e-Business Systems will be explained such as ERP, CRM, SCM, EP, SEM, etc. This course also shows recent business cases of e-Business Systems.

MGMT3013 의사결정모형및분석 (Business Data Analysis) 3-3-0

현대 기업의 정보시스템에 저장되어 있는 다양한 데이터를 통합하고, 분석하여 필요한 정보 및 지식을 추출할 수 있는 방법론을 강의한다. 기초적인 데이터 분석부터 시작하여 OLAP, 데이터 웨어하우징, 데이터 마이닝 등의 학습을 통해 학생들은 자연스럽게 데이터 분석 능력 및 정보시스템에 대한 체계적인 이해 능력을 습득하게 된다.

This course attempts to enhance students' abilities to deal with diverse data from information systems. The course provides students with an understanding of elementary data analysis, OLAP (OnLine Analytic Processing), and Data Mining.

MGMT3010 비즈니스모델론 (Business Model Development & Evaluation) 3-3-0

Business의 기획, 실행, 평가 능력을 함양하기 위해서, Business Model의 정의와 역할, 개발, 표현, 평가 방법론을 학습하고, Business Model에 대한 여러 이론을 통합적으로 이해한다. 각종 이익 모형을 학습하고 분석 및 적용 능력을 기르며, Business Model의 진화전략을 구성하는 기본 이론을 학습하고, 거시적 감각을 체득한다.

For the capability of developing and evaluating business models of a company, this course deals with the definitions and roles of business models, business model development and analysis techniques, and profit model taxonomy etc.

MGMT3017 정보시스템개발론 (Information Systems Development) 3-3-0

최근 유무선 네트워크 기술의 사용으로 다양한 정보시스템들이 출현되고 있다. 본 과목은 경영정보시스템 과정의 중급수준으로서 인터넷기반, 더 나아가서 유비쿼터스 네트워크 기반의 경영정보시스템을 개발하기 위해 소프트웨어 분석 및 설계 방법론에 대한 기본지식을 습득하고, 기업 경영활동에 응용될 수 있는 소프트웨어를 익히는 것을 목적으로 한다. 특히 성공적으로 본 과목을 이수할 경우 스프레드시트와 자바, 웹서비스, 데이터베이스, 그리고 무선단말기에서 작동되는 에이전트기술 등을 다루게 될 것이다.

Recently, a variety of information systems are emerging by the use of fixed/wireless network. This course, as an intermediate unit of Management Information System track, aims to investigate the methodology of Systems Analysis and Design and hence to develop software for enterprise business activities. Especially, on successful completion of this course, the students should be able to make use of spreadsheets, Java-based program, Web service, database, and agent programs that run on wireless devices, etc.

MGMT4011 디지털미디어경영 (Digital Media Management) 3-3-0

포털, 검색, 커뮤니티, 동영상 서비스, IPTV, DMB, Mobile Internet, 유비쿼터스 미디어 등 날로 그 영역을 넓히고 있는 디지털미디어의 비즈니스적 속성을 파악하고, 디지털 미디어 산업의 현황과 비즈니스모델들을 탐구한다. 디지털 미디어 관련 이론을 학습하고, Web2.0, UCC, Collective Intelligence 등 새로운 미디어개념들과 이를 활용한 미디어 경영전략을 논의하며, 유비쿼터스 환경에서 새롭게 나타날 미디어와 상거래의 통합 등에 대한 이론, 사례를 학습한다.

This course deals with the domain of digital media such as Internet portal, search, community, video services, IPTV, DMB, Mobile Internet, and ubiquitous media. Along with the new media concepts such as Web 2.0, UCC, and collective intelligence, the business aspects of digital media, its industry and business models, media theory are discussed with respect to management and business strategy.

MGMT4019 전략정보시스템 (Strategic Information Systems) 3-3-0

기업에게 정보기술과 정보시스템은 더 이상 기업 인프라가 아닌 전략의 도구로 바뀌었다. 기업이 경쟁우위를 유지하기 위한 정보기술 및 정보시스템 활용 방법론과 사례를 학습한다. 방법론은 주로 정보전략계획(Information Strategic Planning) 방법론이나 엔터프라이즈아키텍처(Enterprise Architecture) 방법론을 중심으로 공부하고, 사례는 그동안 가장 많이 얘기되었던 전통적인 해외사례와 최근에 국내에서 적용되었던 국내사례를 살펴보고자 한다.

In the past, Information Systems(IS) or Information Technology(IT) had been regarded as an efficient tool for processing corporate transactions or an infrastructure for integrating management functions. Recently, IS or IT have been as a strategic tool for acquiring competitive advantages. This course, called 'Strategic Information Systems(SIS)', provides students with methodologies and cases using IS or IT strategically. SIS methodologies focus on Information Strategic Planning(ISP) or Enterprise Architecture(EA) methodology. SIS cases include traditional business cases in overseas and current business cases in Korea.

MGMT4020 정보통신및네트워크경영 (Telecommunications & Network Management) 3-3-0

디지털 네트워크 시대의 경영자의 기본적 소양 개발을 위해 이 교과목에서는 정보통신의 기술적 사회적 동향과 경영활동에 전략적으로 미치는 영향에 대해 폭넓게 다룬다. 이를 위해서 통신 기술의 전략적 활용과 컴퓨터 네트워크 관리 방법, 네트워크 기술의 사회적 측면, 그리고 최신 정보통신 관련 동향 등에 대해서 학습한다.

For the basic capability of managers in digital network age, this course deals with the technological and social trends in business data communications and their impacts on strategic business applications. It covers the strategic use of telecommunications, management of computer networks, social aspect of networks, and new trend of telecommunications.

MGMT4024 MIS세미나 (Seminar in Management Information Systems) 3-3-0

경영정보시스템의 기술, 사업, 방법론, 연구 측면에서의 다양한 최근 동향을 내부 교수와 외부 초청 강사의 특강을 통하여 교육하고, 이를 통해 학생들의 이론 응용 및 실무 적용 감각을 높인다.

This course provides students with the recent trends of Management Information Systems area from various

perspectives: technology, business, methodology, and research. Through the lectures from faculty members and invited speakers, students are equipped with the capability of theoretical understanding and practical application.

- 전공선택(경영대학 공통과목)

MGMT1004 경영수학 (Business Mathematics) 3-3-0

경영수학은 경제학, 경영학 및 사회과학에서 사용되는 다양한 의사결정 해법에 필요한 기초 수학기론과 응용을 다룬다. 경영현상에 대한 분석 및 의사결정 과정에서 필요한 방정식과 부등식, 선형대수, 행렬, 확률론, 기초적인 미분과 적분 등의 수학적 기법들이 주요 내용이다.

This course introduces the concepts for basic mathematical topics needed in the various decision making tools for economics, management and social sciences. The main topics are systems of equations and inequalities, linear algebra, matrix, elementary probability, basic calculus, and so on, which are arising in the processes of analysis and decision making.

MGMT1005 경영커뮤니케이션 (Business Communication) 3-3-0

글로벌 환경에서 기업의 국가 경제적, 사회적 역할이 커질수록 기업과 관련된 이해관계자들 간의 효과적인 커뮤니케이션은 기업이 성장하고 성공하는 데 필수적인 조건이다. 따라서 본 과목은 커뮤니케이션 방법과 문화적 이해를 경영에 연계 시킴으로써, 기업 경영에 필수적인 커뮤니케이션과 소통의 역할에 대한 기초적인 이해를 바탕으로 학문적, 실무적인 커뮤니케이션 역량을 체계화 하도록 돕는다. 구체적으로 본 과목에서는 경영환경에서의 커뮤니케이션에 대한 이해, 커뮤니케이션에 영향을 미치는 문화에 대한 이해, 다문화에 대한 접근 방법, 그리고 다양한 경영업무에 적용되는 다문화 커뮤니케이션 기술 등을 학습한다.

In this globalized society, effective business communication is crucial for success domestically and internationally. This course connects business communication and understanding of cultural priorities with actual business practices, which are culturally based. By combining intercultural communication skills with business, this course helps students become successful communicators in culturally diverse workplace environments both at home and abroad. This course has three major parts: (1) an understanding of culture and how to get to know unfamiliar cultures for business, and how to understand culture's impact on communication; (2) the application of intercultural communication skills to specific business communication tasks; and (3) the implications of intercultural business communication for the domestic multicultural/international/global firm.

MGMT4004 경영특강 (Special Topics in Management) 3-3-0

경영학 분야에서 최근 토픽을 선정하여 학생들로 하여금 실천적인 경영학을 깊이 있게 이해하도록 하는 목적으로 본 강의가 개설된다. 예를 들어, 벤처기업, 창업, 고객만족경영, 중소기업, 기술개발 등 다양한 토픽을 특색 있게 다루고 있다.

Current management topics are selected to provide deep understanding in business administration, including venture business, customer satisfaction management, small-medium size firms, technology development, etc.

MGMT3003 국제경영 (International Business) 3-3-0

국제시장 환경에서의 기업활동의 원칙과 구조를 이해할 수 있도록 국제기업활동의 이론적 배경에 대한 지식을 전달하는 것이 이 과목의 목적이다. 이 과목의 내용은 크게4가지로 설정한다. (1) 국제시장에서의 기업활동의 이해, (2) 세계시장에서의 직접투자 와 위험분석, (3) 국제무역이론 및 투자이론의 이해, (4) 기타 기업전략에 관한 이슈 등을 다룬다.

This course pursues to provide the students with a theoretical background in international business so that they will understand the principles and structures of business activities in the international market environment. The course could be designed as follows: (1) Understanding of Business activities in international arena, (2) Analyzing foreign direct investments and risks in global markets, (3) Understanding of international trade and investments theory, (4) other issues regarding business strategies.

MGMT3019 중소기업경영론 (Management of Small Business) 3-3-0

이 과정은 국가 경제에서 중소기업의 역할과 기능 및 기술집약적 중소기업환경 개선과 전략을 다룬다. 또한 사례중심으로 창업관련 실천적 능력 개발과 학생들로 하여금 학문적 지식과 성공기업 경영을 하기 위한 조건 등을 연구한다.

This course will discuss role and functions of small business in a national economy, and current problem in managing small business, and try to seek policy implications and management strategies for sound development of small business.

MGMT4003 경영인턴십(Business Internship)

경영인턴십은 경희대학교 경영대학과 기업 간 긴밀한 협조와 산업체의 적극적인 지원을 바탕으로, 경영대학 학생들로 하여금 국내/외 경영 현장을 직접 경험하게 함과 동시에 전공 이수학점(인턴십 유형과 기간 등에 따라 최소 1학점에서 최대 9학점까지 탄력적으로 부여)을 취득할 수 있는 과목이다. 특히 경영대학 학생들을 국내/외 기업/기관 및 영업 현장에 보내어 기업 환경과 해외 사업에 대한 학생들의 인식과 감각을 높인다. 인턴십 프로그램은 단순한 현지방문 또는 견학과는 근본적으로 다른 산학협동 프로그램이며, 특히 국외 기업/기관에 대한 경우 국제화 프로그램에도 해당된다.

The Business Internship class is for all business students. Throughout the class, students will experience and enhance interview and communication techniques, business meetings and negotiation skills. This class focuses not only on Korean business culture but also on global business environment, and involves on-the-job training and business writing. Therefore, in classes, emphasis is first placed on exposing students to real business situations. Students in this class will gain valuable opportunities to explore major business functions such as accounting, financing, slaes & marketing, operations, and personnel management.

ACCT2003 회사법(Law of Corporations) 3-3-0

본 과목은 상법총칙의 기본적인 내용과 회사법을 강의한다. 회사법의 기초 이론 강의를 통하여 회사의 종류와 그 법률관계의 내용을 살펴보고 특히 주식회사에 대하여 회사의 설립, 회사의 기관, 자본조달방법 등에 대하여 논의한다.

For the students who do not have any legal mind, it is difficult to understand the Companies Act. There are three concept which are very important to understand the companies Act, especially in company limited by shares act. These are the capital, limited liability of shareholder and the action. The legal concept of these in Companies Act is different from that of in a area of the management or the accounting. This subject is aimed for the students who do not have any opportunity to study legal subject.

ACCT2002 유가증권법(Commercial Papers Law) 3-3-0

본 강좌에서는 유가증권, 어음 및 수표의 개념과 종류에 대해 살펴보고 어음수표법의 기본원리를 이해시키는데 중점을 둔다. 어음수표법의 기본적인 내용을 학습한 후에는 어음의 발행, 배서, 소구 등에 대하여도 논의가 이루어진다.

By studying the negotiable instruments law(e.g. note, check law), we come to know how frequently the negotiable instruments are used in our society. The negotiable instruments have credit, payment, delivery and collection functions. We focus this lecture on the interpretation of the korean note act and check act and so the students make it in full use in our society.

ACCT3005 재무제표분석(Financial Statement Analysis) 3-3-0

본 과목은 기업분석에 대한 지식을 전달하는데 그 목적이 있다. 이를 위하여, 우선 재무제표를 통해 전달되는 회계수치를 해석하고 활용하는 방법에 대하여 학습한다. 구체적으로, 수익성분석, 영업활동의 수익성과 및 레버리지 효과에 대한 분석, 재무위험의 분석, 지속적 이익과 일시적 이익의 분석, 현금흐름표 분석, 회계방법에 대한 분석 및 가치평가이론과 개념 등에 대하여 논의가 이루어진다. 또한 회계정보의 한계성을 극복하고 보다 정확한 의사결정을 위하여, 기업환경, 경쟁구조 등 비회계자료를 활용하여 기업분석하는 방법도 논의한다.

This course is designed to provide knowledge of business analysis. To do this, an extensive discussion of how to interpret and use accounting numbers in financial statements is made. Issues covered are profitability analysis, analysis of operating profitability and financial leverage effects, analysis of financial risk, analysis of persistent and transitory earnings, analysis of cash flow statements, analysis of accounting methods, and valuation theory and concepts. To mitigate the limitation of accounting information and make the more accurate decisions, the discussion of business analysis is also extended to how to use non-accounting data including business environment, market competition structure and so on.

ACCT3001 가치평가론(Valuation Theory) 3-3-0

이 과목에서는 기업가치 평가방법에 대한 심도 있는 논의가 이루어진다. 본 과목에서 다루어지는 주요 가치평가모형과 기법에는 배당할인평가모형, 현금흐름할인모형, 초과이익모형, EVA모형, P/E와 P/B를 이용하는 추가배수기법 등이 포함되며 이들 모형을 실무에서 적용하는 절차에 대하여도 구체적인 논의가 이루어진다.

This course provides an in-depth discussion of how to value a firm and its equity. Valuation models and techniques covered in the course are: dividend discount model, discounted cash flow model, residual income valuation model, residual operating income(EVA) valuation model, and valuation methods using price multiples such as price-to-earnings ratios and price-to-book ratios. Implementation issues for each valuation model are also discussed.

EDU2107 교과교육론(상업정보)(Teaching Unit Analysis (Commercial Information)) 3-3-0

교과교육의 이론적, 역사적 배경, 교과교육의 목표 및 중·고등학교 새 교육과정의 분석 등 교과교육 전반에 관하여 연구한다.

The course aims to understand the characteristics of various subject matters and the basic models of curriculum for each discipline and foster the ability to select and organize desirable curriculum contents.

EDU2140 교과교재연구및지도법(상업정보)(Lesson Plan for Teaching Materials (Commercial Information)) 3-3-0

교과의 성격, 중·고등학교 교재의 분석, 수업안의 작성, 교수방법 등 교과지도의 실제경험을 쌓게 한다.

Learners in the course are able to promote the basic competency as curriculum expert to guide their students in each subject matter and utilize appropriate teaching method in relation to the age and developmental level of the students, the subject-matter content, the object of the lesson, and evaluation method.

EDU2179 교과논리및논술(상업정보)(Logics and Essay (Commercial Information)) 3-3-0

상업정보 분야의 내용을 비판적으로 분석하고 논리적인 사고를 기초로 한 논술 능력을 배양한다. 또한 논리와 사고, 논술 지도에 관련한 이론을 학습하며, 주제별 다양한 논술 작성 및 논술 첨삭 연습을 통해서 논술지도법을 학습한다.

Build essay skills based on critical analysis of commercial information and logical thinking. Also, learning theory of logic, circumstance and by essay composing and essay writing in diverse topics as well as essay correction exercise will learn about essay teaching methodology.

MGMT3022 미래산업과경영혁신(Future Growth Engine Industries and Management Innovation) 3-3-0

지난 20년간 신성장동력산업을 성공적으로 창출시키지 못함으로 인해서 한국경제는 저성장의 늪에 빠져있다. 본 강좌에서는 한국경제의 산업구조에 대한 분석에 기초하여 향후 성장잠재력과 실현가능성이 높은 신성장동력에 관해 소개한다. 대표적으로 ICT융합산업, 문화컨텐츠산업, 의료관광산업, 녹색성장 및 바비오산업의 현황을 분석하고 발전전략을 논의할 것이다. 대부분의 신성장동력에 적용될 수 있는 경영혁신이론인 파괴적 혁신이론, 플랫폼경영 및 생태계구축, 거시조직이론, 기술 축적 및 이전과 산업진화이론 등에 관해 학습할 것이다.

For the last 20 years, Korean economy has entered in an era of low-growth because it could not create and develop new growth engine industries successfully. This course introduces future new growth engines which have high potential to grow and feasibility by analyzing the industry structure of Korean economy. Specifically, this course provides analysis of current situations in ICT convergence industry, cultural contents industry, medical tourism industry, and green growth and bio industry, as well as discussing development strategies for the future. Students also can learn about disruptive innovation theory, platform management and building ecosystem, macro organization theory, accumulation and transfer of technology and industry evolution theory.

[별표4]

교육과정 이수체제도

전공명 : 경영학부 경영학전공

과정명 : 일반

■ 교육과정의 특징

- 학문적 지식과 실무적 능력을 두루 갖춘 학생을 육성
- 글로벌 마인드를 갖춘 차세대 경영 리더를 양성

■ 학년별 교육과정의 특성

- 1학년: 교양 과정과 전공교양을 중심으로 하여 학습역량의 토대를 개발하고자 함
- 2학년: 경영학 분야의 기본적 경영기능(business functions)에 대한 이해에 중점을 두고 전공필수 중심의 교육과정을 제공하여 경영학에 대한 기본적 이해 수준을 높이고자 함
- 3학년: 제반 경영기능에 대한 구체적인 경영학적 지식과 산업에 대한 이해를 높이는 체계적이고 종합적인 전공 프로그램을 제공
- 4학년: 경영학적 지식을 산업에 연계하는 단계로서 다양한 산업 및 직종에 특화된 지식과 기술적 이해를 완성하는 심화된 교육 프로그램과 인턴십 등의 산학연계 프로그램을 제공

■ 교육과정 이수체제도

학년 과목구분	1학년	2학년	3학년	4학년
전공기초	책임경영 경제학원론 회계원리 경영통계학			
재무금융	관리회계1	재무관리 투자론 보험학원론 통화와금융의이해 증권시장의 이해	금융과생상품론 기업재무론 계량보험론 국제재무관리 보험경영론	재무금융세미나 금융리스크관리
마케팅		마케팅원론 소비자행동론 유통관리론 국제마케팅	마케팅조사론 광고론 고객관계관리 브랜드관리	마케팅전략 신상품마케팅
인사조직		조직행동론 인적자원관리 노사관계론 조직구조론	리더십개발 조직개발 전략경영론	국제인적자원관리 인간관계론(경영) 경영역량개발
계량생산		생산운영관리 경영과학	품질경영 서비스운영관리 경영시뮬레이션 경영과의사결정	비즈니스게임 공급사슬관리 생산운영관리세미나
MIS		경영정보시스템	인터넷과전자상거래 e비즈니스시스템 의사결정모형및분석 정보시스템개발론 비즈니스모델론	전략정보시스템 디지털미디어경영 MIS세미나 정보통신및네트워크경영
경영대학 공통과목	경영수학 경영커뮤니케이션	회사법 유가증권법	국제경영 중소기업경영론 재무제표분석 가치평가론	경영특강 경영인턴십 졸업논문(0)

[별표5]

영어전용트랙과정

전공명: 경영학부 경영학전공

트랙명: 영어전용트랙

■ 트랙과정 개요

- 저학년년부터 지속적으로 영어강의를 수강하도록 제도적으로 유도하여 졸업생의 영어 경쟁력 제고
- 전체영어강의의 확대 및 내실화로 수강생의 강의 이해도 및 만족도 증대
- 외국인 학생의 유치증대로 경영대학의 홍보 및 교류확대

■ 교육과정

전공형태	구분	이수학점	이수내용
단일 전공	전공기초	12학점	경영학전공의 전공기초(12학점)와 전공필수(18학점)는 전체영어강의 21학점 이상을 포함하여 영어(전체 또는 부분영어)강의를 30학점 이상 수강하여야함.
	전공필수	18학점	
	전공선택	39학점	경영학전공의 전공선택(39학점) 학점 중 전체영어강의 15학점 이상을 포함하여 영어(전체 또는 부분)강의를 39학점 이상 수강하여야 함.
다전공	전공기초	12학점	경영학전공의 전공기초(12학점)와 전공필수(18학점)는 전체영어강의 21학점 이상을 포함하여 영어(전체 또는 부분)강의를 30학점 이상 수강하여야 함.
	전공필수	18학점	
	전공선택	27학점	경영학전공의 전공선택(27학점) 학점 중 전체영어강의 15학점 이상을 포함하여 영어(전체 또는 부분)강의를 27학점 이상 수강하여야 함.