

경영대학 경영학과 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 교육 목적을 달성하기 위하여, 경영학과의 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 경영학과 전공교육과정 및 운영 전반에 관한 세부사항과 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 120학점이다.

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

구분	과목명 (학점수)	
전공기초	경영통계학(3), 경제학원론(3), 책임경영(3), 회계원리(3)	
전공필수	경영정보시스템(3), 관리회계1(3), 마케팅원론(3), 생산운영관리(3), 재무관리(3), 조직행동론(3), 졸업논문(경영학)	
전공 선택	재무금융	투자론(3), 금융파생상품론(3), 국제재무관리(3), 보험학원론(3), 계량보험론(3), 기업재무론(3), 보험경영론(3), 금융리스크관리(3), 재무금융세미나(3), 금융자산론(3), 금융시장론(3)
	마케팅	소비자행동론(3), 유통관리론(3), 국제마케팅(3), 마케팅조사론(3), 마케팅전략(3), 광고론(3), 고객관계관리(3), 브랜드관리(3), 신상품마케팅(3), 영업관리론(3)
	인사조직	인적자원관리(3), 노사관계론(3), 전략경영론(3), 리더십개발(3), 국제인적자원관리(3), 조직개발(3), 인사조직세미나(3), 조직이론(3)
	생산운영	경영과학(3), 품질경영(3), 서비스운영관리(3), 공급사슬관리(3), 비즈니스게임(3), 생산운영관리세미나(3), 비즈니스어널리틱스(3), 기업과사회-부의공진화(3), 스마트팩토리(3), 프로젝트관리(3)
	MIS	의사결정모형및분석(3), MIS세미나(3), 경영프로그래밍(3), 전자상거래(3), 디지털비즈니스(3), 디지털미디어경영(3), 빅데이터경영(3), 창업과비즈니스모델(3), 데이터관리및응용(3), 시비즈니스(3), 머신러닝응용(3), 정보보호(3), 4차산업혁명과지속가능사회(3)
	경영대학 공통	경영특강(3), 경영커뮤니케이션(3), 경영수학(3), 국제경영(3), 경영인턴십(3), 회사법(3), 유가증권법(3), 재무제표분석(3), 가치평가론(3), 미래산업과경영혁신(3), 캡스톤디자인(경영학)(3), 캡스톤디자인2(경영학)(3), 독립심화학습1(경영학과)(3), 독립심화학습2(경영학과)(3), 통계기반데이터분석(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	120	32	12	18	33	63
다전공	120	32	12	18	21	51

1) 단일전공과정: 경영학전공자로서 단일전공자는 전공기초 12학점, 전공필수 18학점을 포함하여 전공학점 63학점 이상 이수하여야 한다.

2) 다전공과정: 경영학전공자로서 타전공을 다전공과정으로 이수하거나, 타전공자로서 경영학전공을 다전공과정으로 이수하는 자는 전공기초 12학점, 전공필수 18학점을 포함하여 전공학점 51학점 이상 이수하여야 한다.

③ 경영학과에서 개설한 영어전용트랙 또는 시비즈니스트랙, **데이터사이언스&컨설팅트랙**을 이수하고자 하는 자는 본 시행세칙에서 지정한 소정의 트랙 이수학점을 충족하여야 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 경영대학에서 정한다.

⑤ **현장연수활동현장실습(장/단기)** 또는 **창업현장실습**으로 학점 이수 또는 캡스톤디자인(경영학)을 이수한 학생은 졸업시험을 대체할 수 있다.

제7조(다전공 과정) ① 경영대학 이외 단과대학의 타전공자가 경영학전공을 다전공으로 이수하는 경우, 경제학원론, 회계원리, 경영통계학 3과목을 선수강한 이후에 여타의 전공과목을 수강할 수 있다.

② 경영대학 내에서 2개 전공을 다전공하는 경우에는 전공과목이 일부 중복 인정된다. 구체적으로 경영학전공자가 회계·세무학 전공을 다전공으로 이수하거나 회계·세무학 전공자가 경영학전공을 다전공으로 이수하는 경우에는 아래 표에 제시한 각 전공별 학점 및 총 전공학점을 이수하면 된다.

다전공 유형			전공				전공 소계	전공 계	
			전공 기초	전공필수		전공선택			
구분	제1전공	제2전공		경영	회계·세무	경영	회계·세무		
경영학전공자가 회계·세무학 전공 다전공	경영학		12	15	3	21	-	51	66
		회계·세무학	-	-	9	-	6	15	
회계·세무학 전공자가 경영학전공 다전공	회계·세무학		9	12	12	6	6	45	66
		경영학	3	3	-	15	-	21	

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, 취·창업스쿨 관련 학점, 교직원 관련 학점 등은 대학 전체 해당 규정에 따라 전공 및 교양 학점으로 인정할 수 있다.

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

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.

③ 영어전용트랙과정의 학생들은 타 단과대학에서 영어로 개설된 강의를 수강할 수 있으며 세부사항은 경영대학장과 타 단과대학 학장이 협의하여 정한다.

④ 경영학전공내 영어전용트랙과정 학생의 교육수월성을 위해 경영학 전공 내 각 교수는 전공과목의 전체영어강좌 개설을 위해 노력한다.

제13조(A비즈니스트랙과정) ① 경영학과에서는 시기법을 활용한 기업 디지털 트랜스포메이션과 신제품/신서비스 개발 능력 및 시관련 윤리적 소양 제고를 위하여 A비즈니스트랙을 운영한다.

② A비즈니스트랙을 이수하기 위해서는 신청기간에 본인이 직접 신청하고 졸업 시 트랙 이수 여부 확인 후 트랙이수를 인증한다.

③ A비즈니스트랙을 이수하고자 하는 자는 ‘별표 6 A비즈니스트랙과정’에서 지정한 교육과정을 이수하여야 한다.

④ A비즈니스트랙은 2015학번부터 이수 가능하다.

제14조(데이터사이언스&컨설팅트랙) ① 경영학과에서는 데이터를 활용한 기업 의사결정 방식 변화에 따라 데이터 기반 의사결정 및 컨설팅 프로젝트 관리 능력을 제고하기 위하여 데이터사이언스&컨설팅트랙을 운영한다.

② 데이터사이언스&컨설팅트랙을 이수하기 위해서는 신청기간에 본인이 직접 신청하고 졸업 시 트랙 이수 여부 확인 후 트랙이수를 인증한다.

③ 데이터사이언스&컨설팅트랙을 이수하고자 하는 자는 ‘별표 7 데이터사이언스&컨설팅트랙’에서 지정한 교육과정을 이수하여야 한다.

④ 데이터사이언스&컨설팅트랙은 2015학번부터 이수 가능하다.

제15조(전공과목 설치 및 폐기) 전공과목의 설치와 폐기는 다음 원칙에 따른다.

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

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

제16조(타 전공자 선수과목 이수 의무) ① 타전공자가 경영학전공 과목을 이수하고자 할 경우, 경제학원론, 회계원리, 경영통계학 3과목을 선수강한 이후에 여타의 전공과목을 이수할 수 있다.

② 회계·세무학과 전공자는 자체 전공교육과정 시행세칙에 따른다.

③ 예외 사항은 경영대학장이 별도로 결정할 수 있다.

제17조(SW교육 졸업요건) 2018년 이후 경영대학 경영학과 입학생(편입생, 순수외국인 제외)은 SW교양 또는 SW코딩 교과목에서 총 6학점을 이수하여야 한다. 구체적인 SW교양 및 SW코딩 교과목 목록은 소프트웨어교육교과운영시행세칙을 따르되, 반드시 후마니타스칼리지 개설 SW교과목을 이수하여야 한다.

제18조(교직과정 이수) ① 경영학과 전공생 또는 다전공생으로 교직과정을 이수하는 학생은 본교 교직교육과정 기본구조표에서 정한 교직과정 이수요건을 취득하여야 한다.

② 경영학과 교직이수예정자로 선발되지 않았거나, 선발된 후 중도 포기하는 자는 ‘별표1 교육과정편성표’의 전공선택(교직) 과목을 이수하였을 경우 자유선택 학점으로 인정한다.

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.

부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2016년 3월 1일부터 시행한다.

부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2017년 3월 1일부터 시행한다.

부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2018년 3월 1일부터 시행한다.

부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2019년 3월 1일부터 시행한다.

제2조(졸업학점 및 전공학점 변경에 따른 경과조치) 개정안 제5조(전공이수학점)의 전공학점은 단일전공자는 2018학년부터 적용하고, 다전공자는 2019학년도 선발자부터 적용한다.

부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2020년 3월 1일부터 시행한다.

부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2021년 3월 1일부터 시행한다.

[별표]

1. 교육과정 편성표 1부.
2. 타전공인정과목표 1부.
3. 전공 교과목 해설 1부.
4. 교육과정 이수체계도 1부.
5. 영어전용트랙과정 이수체계도 1부.
6. 시비즈니스트랙과정 이수체계도 1부
7. 데이터사이언스&컨설팅트랙 이수체계도 1부

[별표1]

교육과정 편성표

전공명: 경영학과 경영학전공 (Major in Management)

구분	순번	이수구분	과목구분	교과목명	과목코드	학수번호	학점	시간			이수학년	개설학기		교과구분					비고	
								이론	실기	실습		1학기	2학기	부전공	영어전용트랙	문제해결형교과	교직기본이수교과	PN평가		
학부 과정	1	전공기초	2	경영통계학	MGMT1001	015561	3	3		1	○	○		○					데이터사이언스&컨설팅트랙	
	2		2	경제학원론	MGMT1002	017532	3	3		1	○	○		○						
	3		2	책임경영	MGMT1003	721381	3	3		1	○	○		○						
	4		2	회계원리	ACCT1001	415742	3	3		1	○	○		○						
	5	전공필수	2	경영정보시스템	MGMT2001	015011	3	3		2	○	○		○						
	6		2	관리회계1	ACCT1002	030961	3	3		2	○	○		○						
	7		2	마케팅원론	MGMT2002	102624	3	3		2	○	○		○						
	8		2	생산운영관리	MGMT2003	170701	3	3		2	○	○		○						
	9		2	재무관리	MGMT2004	294187	3	3		2	○	○		○						
	10		2	조직행동론	MGMT2005	311473	3	3		2	○	○		○						
	11		3	졸업논문(경영학)	MGMT4025	312181	0	0		4	○	○		○				○		
	12		3	졸업논문(e비즈니스)	MGMT4026	457131	0	0		4	○	○						○		
	13	전공선택	2	경영수학	MGMT1004	014701	3	3		1	○	○		○						
	14		2	경영커뮤니케이션	MGMT1005	721531	3	3		1	○	○		○						
	15		2	경영과학	MGMT2006	014426	3	3		2	○	○		○						
	16		3	리더십개발	MGMT2007	593131	3	3		2	○	○		○						
	17		2	소비자행동론	MGMT2008	181593	3	3		2	○	○		○						
	18		2	유가증권법	ACCT2002	248181	3	3		2	○	○		○						
	19		2	투자론	MGMT2010	375611	3	3		2	○	○		○						
	20		2	회사법	ACCT2003	416711	3	3		2	○			○						
	21		3	가치평가론	ACCT3001	481901	3	3		3		○		○						
	22		3	계량보험론	MGMT3002	466861	3	3		3	○	○		○						
	23		3	국제경영	MGMT3003	041221	3	3		3	○	○		○						
	24		2	국제마케팅	MGMT3004	042701	3	3		3	○	○		○						
	25		3	국제재무관리	MGMT3005	043931	3	3		3		○		○						
	26		3	금융파생상품론	MGMT3006	047582	3	3		3	○	○		○						
	27		2	노사관계론	MGMT3007	072425	3	3		3		○		○						
	28		3	마케팅조사론	MGMT3008	103721	3	3		3	○			○						데이터사이언스&컨설팅트랙
	29		2	보험학원론	MGMT3009	457071	3	3		3	○	○		○						
	30		3	서비스운영관리	MGMT3011	173201	3	3		3	○	○		○						
	31		2	유통관리론	MGMT3012	251841	3	3		3	○	○		○						
	32		3	의사결정모형및분석	MGMT3013	593231	3	3		3	○	○		○						시비즈니스트랙 데이터사이언스&컨설팅트랙
	33		2	인적자원관리	MGMT3014	262111	3	3		3	○	○		○						
	34		3	재무제표분석	ACCT3005	294462	3	3		3	○	○		○						
	35		3	전략경영론	MGMT3016	297311	3	3		3	○	○		○						
	36		3	품질경영	MGMT3020	382711	3	3		3	○			○						
	37		3	경영인턴십	MGMT4003	485241	3	3		4	○	○						○		
	38		3	경영특강	MGMT4004	015611	3	3		4	○	○		○						
	39		3	고객관계관리	MGMT4005	460221	3	3		4	○			○						
	40		3	공급사슬관리	MGMT4006	433132	3	3		4		○		○						
	41		3	광고론	MGMT4007	032374	3	3		4	○			○						
	42		3	국제인적자원관리	MGMT4008	429881	3	3		4	○			○						
	43		3	금융리스크관리	MGMT4009	721401	3	3		4		○		○						

[별표2]

타전공 인정 과목표

전공명: 경영학과 경영학전공 (Major in Management)

순번	대학	과목개설전공명	학수번호	교과목명	학점	인정이수구분	비고
1	경영대학	회계·세무학과	-	회계·세무학과에서 개설되는 모든 전공과목		전공선택	
2	정경대학	사회학과	SOC2012	사회심리학	3	전공선택	
3		경제학과	ECON1004	경제수학	3	전공선택	
4			ECON2011	커시경제학1	3	전공선택	
5			ECON2012	커시경제학2	3	전공선택	
6			ECON2001	마시경제학1	3	전공선택	
7			ECON2002	마시경제학2	3	전공선택	
8			ECON2042	미시경제학	3	전공선택	
9			ECON2043	거시경제학	3	전공선택	
10			ECON3052	노동경제학	3	전공선택	
11			ECON3041	SAS를이용한고급계량경제학	3	전공선택	
12			ECON3031	화폐금융론	3	전공선택	
13			ECON3001	산업조직론	3	전공선택	
14		ECON4053	공공경제학	3	전공선택		
15	무역학과	TRADE3006	국제무역론	3	전공선택		

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

경영대학 경영학전공 교과목 해설

- 전공기초

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 수요의 도출과 공급의 변화에 중점을 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 societ

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 진화시키고 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.

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 회계 분야이다. 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 규명하고 접근방법을 개발한다. 그리고 급변하는 마케팅환경을 분석/조사하여 기업의 대응방안을 모색한다. 그 대응방안으로서 제품정책, 가격정책, 유통정책, 촉진정책에 관한 이론 및 실례를 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 공정들이 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 자본예산, 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 기본적 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 파생상품의 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 필요한지를 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 이자론, 위험률 산정(Mortality Table), 보험료를 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 기업지배제도 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.

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 강의목적에 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.

MGMT2012 금융자산론 (Financial Assets) 3-3-0

이 과목은 금융의 수단인 자산들의 종류와 특성을 이해하고, 효율적인 자산운용 체계를 모색한다. 전통적인 주식, 채권 및 현금성자산 뿐 아니라 파생상품과 구조화상품, 그리고 대체자산으로 분류되는 부동산, 사회간접자본, 실물원자재, 사모펀드 등 중요한 자산군들의 구조와 특성을 이해한다. 나아가서, 이들을 포함하는 포트폴리오 차원의 컴퓨터

This course aims to introduce various types of financial assets and their attributes, and pursues efficient asset management. It covers traditional assets including stocks, bonds and cash equivalents, and structured financial products. In addition, the universe of financial assets are extended to include the alternative assets such as real estates, infra-structures, real assets, and private funds. Understandings of risk-return profiles of various assets warrant efficient portfolio management including assets allocation, risk management and performance evaluation.

MGMT3036 금융시장론 (Financial Markets) 3-3-0

이 과목은 금융시장, 금융시스템 및 금융기관 경영을 포함하는 넓은 의미의 금융시장을 학습한다. 금융의 원리와 금융시장의 구조를 이해하고, 국가의 금융시스템을 구성하는 제도와 법규, 관행들을 금융현실과 연관지어 파악하며, 그 안에서 활동하는 금융기관의 경영을 체계적, 유기적으로 파악하고 리스크관리를 모색한다.

This course provides understandings of the financial markets and financial system, and the management of financial institutions. It elicits the principles and structures of the financial markets, and the institutional components, regulation and conventions relevant to the reality. The operations and risks of financial institutions are analyzed in depth as well.

- 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 특정상품이나 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 크게4 가지로 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 도출 된 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 고

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 제품과를 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 지속적인 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.

MGMT4028 영업관리론(Principles of Sales Management)3-3-0

영업관리론은 크게 영업사원의 영업 활동과 관련된 파트와 영업관리자의 영업관리 활동과 관련된 파트로 나누어진다. 영업 활동과 관련된 파트에서는 판매과정, 구매과정, 기존고객의 관리, 고객관계전략 등의 내용이 다루어지며, 영업관리 활동과 관련된 파트에서는 채용, 교육훈련, 리더십, 동기부여, 성과평가, 보상 등의 내용이 다루어진다.

Contents of 'sales management' can be divided into two parts : sale activities performed by salespeople and sales management activities performed by sales manager. In the first part, such topics as sales process, purchase process, management of current customers, customer relationship strategies will be discussed. In the second part, sales manager's activities such as hiring, training, leadership, motivation, performance evaluation, compensation will be discussed.

- 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 제공을 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.

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.

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 해결방법을 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.

MGMT3025 인사조직세미나 (Human Resource & Organization Seminar) 3-3-0

본 과목은 인사조직 분야의 실무/학계의 최신 동향에 관한 이론/방법론에 관하여 학생들의 이해를 증진시키는 데 목적을 두고 있다.

The purpose of this course is to deliver the understanding of the most recent trend of academic research and managerial practices in the area of human resource management and organization studies to the undergraduate students.

MGMT3037 조직이론 (Organization Theory) 3-3-0

경영학 인사조직(매니지먼트) 분야의 이론적 틀은 조직내에서 인간 행동을 탐색하는 미시적 접근과 산업과 시장 환경 속에서 조직간에서 발생하는 조직의 행동을 탐색하는 거시적 접근으로 구성되어 있다. 조직행동론이 조직내의 인간행동에 관한 이론적 탐색을 목적으로 하는 과목이라면, 조직이론은 조직간의 행동에 관한 이론적 탐색을 다루는 과목이다. 이 과목은 경영학 매니지먼트 분야의 연구 활동의 이론적 기반을 제공하는 조직이론을 다수 소개하여, 이론적 정교성과 과학적 엄정성을 근간으로 하는 실증 연구를 이해할 수 있는 지식과 소양을 쌓는 것으로 목적으로 한다.

In general, "organization theory" refers to a research area in which researchers attempt to build and test theories about organizations, organization-environment relations, and organizing processes. Unlike "organizational behavior" focusing on individual attitudes and behaviors in intra-organizational contexts, organization theory deals mainly with inter-organizational phenomena as an academic discipline taught at management school. In this course, students will be introduced to several established theories about organizations, and they will be encouraged to become knowledgeable scholars or practitioners with better understandings about scientifically rigorous studies.

- 전공선택(생산운영)

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 수학적 해법에 대한 이해를 포함하여 실제 문제에서의 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 전략적 의미를 가지게 되었다. 본 강의에서는 제조업과 서비스업의 품질개념을 살펴봄, 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 물류 관리 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.

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.

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.

MGMT3024 비즈니스어널리틱스 (Business Analytics) 3-3-0

본 수업을 통해 학생들은 경영분석이 무엇인지 배우게 될 것이다. 비즈니스 어널리틱스란 데이터를 기반으로 하여 통계 및 계량 분석, 탐색적 분석, 예측모형 등을 통해 기업 내에서 의사결정을 수행하는 프로세스를 의미 한다. 학생들은 R 언어를 활용하여 다양한 계량 모형들을 배우게 될 것이다. 데이터 마이닝, 계량경제학, 최적화, 시각화, 시뮬레이션 등 다양한 분석 방법을 배우게 될 것이다. 학생들은 또한 케이스와 프로젝트 발표 등을 통해 참여하게 될 것이다.

This course provides an introduction to the field of business analytics, which has been defined as the extensive use of data, statistical and quantitative analysis, exploratory and predictive models, and fact-based management to drive decisions and actions. Students are required to implement the appropriate

quantitative methods in R. The methods include data mining, econometrics, optimization, Visualization, Statistics, Simulation, Natural language processing, etc. Text and web mining are discussed, and the application of selected data mining techniques to business decision making situations is illustrated. Students actively participate in the delivery of this course through case and project presentations.

MGMT4033 기업과사회-부의공진화 (Coevolution of Firms, Society and Wealth) 3-3-0

20C와 21C를 거치면서 형성된 (신)자본주의체제에서 기업을 비롯한 경영조직의 본질에 대해 심층적으로 공부함으로써, 조만간 구체화될 4차 산업혁명시대의 생산방식과 기업 및 조직의 변화에 대비할 수 있도록 한다. 먼저, 조직과 기업의 진화에 관한 역사적 맥락과 철학적 탐구(전략적 협력 이론, strategic cooperation theory 등)로 시작하여, 기업과 시장을 비롯한 경제적 제도가 사회에서 공진화(co-evolution)하는 과정을 다루는 이론적 내용(기업이론, firm theory)을 공부한다. 본 과목을 공부함으로써 경영·경제학 전공의 예비 졸업생들은 4차 산업혁명을 주도할 기업의 본질과 역할에 대하여 보다 뚜렷한 이해와 비전을 갖출 수 있다

This course presents in-depth study of the nature of organization and management particularly in the corporations of the (new) capitalism formed through 20C and 21C. Thus, the students taking this course will be able to prepare for the change of the production method and enterprise and organization in the fourth industrial revolution era. The class will start with the historical context and philosophical inquiry (evolution theory, strategic cooperation theory, etc.) about the evolution of organization and enterprise, and theoretical content that deals with the process of co-evolution of economic systems including corporations and markets (eg. firm theories). By studying this course, preliminary graduates of management and economics major can gain a clear understanding and vision about the nature and role of the institutions that will lead the fourth industrial revolution.

MGMT3040 프로젝트관리 (Project Management) 3-3-0

프로젝트 목표를 성공적으로 달성하기 위하여 프로젝트를 기획하고, 추진하는 실행 계획에 대하여 지식, 기술, 기법 및 역량 등을 적용하여 프로젝트 이행 절차를 감시, 통제 및 종료

-신규 프로젝트를 착수하기 위하여 사전 프로젝트 환경 분석, 타당성 조사 및 비즈니스 케이스 개발을 수행하고 프로젝트 성공에 필요한 기준을 수립

-프로젝트의 작업 및 인도물을 식별하고 정의하며, 프로젝트를 성공적으로 완료하기 위해 프로젝트에 포함할 사항과 제외할 작업을 정의하고 통제

-단위 활동들의 순서를 정하고 각 활동의 수행에 필요한 자원을 할당함으로써 소요시간을 산출하여 프로젝트 전체 일정을 수립하고 이를 주기적으로 평가, 조정 및 관리

-승인된 예산 범위에서 프로젝트를 완료할 수 있도록 원가산정, 예산수립, 필요자금 조성 및 집행을 통해 진도상황을 모니터링하고 원가를 통제

-프로젝트 목표에 영향을 미칠 수 있는 리스크를 식별, 평가, 대응 및 통제

-프로젝트의 요구사항을 충족하기 위한 품질정책, 품질목표, 품질책임 사항을 결정하고, 이를 준수할 수 있는 품질보증 및 통제를 계획하고 확립하는데 요구되는 프로세스를 관리하고 수행하며, 프로젝트 수행조직이 품질운리를 실천할 수 있도록 지휘하고 통제

-프로젝트 외부에서 제품, 서비스 또는 결과물을 획득하기 위해 조달계획을 수립하고, 공급자 선정 및 조달통제

-프로젝트 이해관계자들에게 적시에 필요한 정보와 의사소통 요구사항을 제공하기 위해 의사소통 방안을 계획 수립하고, 의사소통 계획에 따라 필요한 정보를 수집 배포하며, 배포된 정보가 이해관계자의 의사소통 요구사항을 만족하는지 모니터링 및 조정

To accomplish the project goal, plan/monitor/control the project

-carry out environment analysis, feasibility analysis, business case development

-define tasks and deliverables

-decide the task sequence and allocate the resource

-derive the cost, establish the budget, monitor the progress

-identify the risk

-decide the quality policy and perform quality assurance and quality control

-establish communication plan

MGMT4038 스마트팩토리 (Smart Factory) 3-3-0

스마트 팩토리를 구성하고 운용할 수 있는 아래와 같은 역량을 소개함

-설비의 요구성능을 규정하고 실현하기 위해서 최적의 설비를 설계할 수 있도록 시스템의 기술규격을 검토하고, 설비간 상호 운용성을 분석

-시스템의 검토 및 구성을 통해 스마트설비와 로봇의 협업

-센서의 종류선정, 위치, 동작, 구성, 센서신호전송, 하드웨어구성을 검토

-생산설비와 관련된 기계장치에 필요한 센서, PLC, 구동장치를 활용

-스마트설비의 인적·물적요소에 관한 안전사고 예방

-설비에 요구되는 성능을 실현하기 위해 최적화를 검토

-감시제어장치의 운영환경을 확인하고 사용자 편의성을 고려한 감시화면과 감시제어프로그램 활용

-사용자의 요구에 적합한 스마트설비의 메커니즘구성, 구성부품과 제어방식을 결정

Introducing the competency to construct and operate the smart factory including but not restricted to the following:

-define the required performance; check the system spec; and analyze the interoperability

-collaborative robot

-sensors and PLC

-occupational safety

-system optimization

-user experience

-smart factory mechanism

- 전공선택(MIS)

MGMT3013 의사결정모형및분석 (Decision Analysis) 3-3-0

기업경영자들이 흔히 직면하는 불확실성하에서 복잡하고 정의하기 어려운 다양한 유형의 의사결정 문제를 효과적이고 효율적으로 해결할 수 있도록 하기 위하여 기술적(descriptive) 접근방법에 의한 의사결정이론과 개념들을 소개한다. 수강을 마치고 나면 자신이 의사결정할 때, 기존의 직관에 의존한 잘못된 편향에 빠지지 않고 보편적이고 타당한 입장에서 의사결정이 가능하게 되며, 다른 사람들의 의도나 편향을 파악하여 중요한 결정에서나 협상에서의 우위를 점할 수 있는 능력을 자연스럽게 습득하게 된다.

This course introduces decision theory and concepts by a descriptive approach to effectively and efficiently solve complex and difficult-to-define types of decision-making problems under the uncertainty. This course introduces various decision analysis cases that can be faced in real life along with decision theory. After completing this course, when making a decision, you will not fall into the wrong bias depending on the existing intuition. This will enable them to make decisions, and to learn the intentions and biases of others so that they will naturally gain the ability to take advantage of important decisions and negotiations.

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 적응 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.

MGMT2011 경영프로그래밍 (Computer Programming for Business) 3-3-0

본 과목에서는 경영인 스스로가 자신의 어플리케이션 프로그램을 작성할 수 있도록 한다. 본 과목은 실무 위주이며 수업 시간에 직접 코딩하는 연습을 하게 된다. 다루게 되는 주제는 전산 기초와 프로그래밍 기초, 그리고 특정 프로그래밍 언어(예: R, Java 등) 활용 등이다. 본 과목의 일환으로서 또는 숙제나 기말 프로젝트의 형태로 학기말에 소규모의 어플리케이션을 개발하게 될 것이다. 본 과목을 수강하기 위해서 사전에 별도의 전산관련 배경지식을 요구하지 않는다.

In this course, you will learn the fundamentals of programming so you can start writing your own applications. The course will be very hands-on and you are expected to code during the class. The topics will include - fundamentals of computer science, programming basics, coding with a specific programming language (R, Java, etc.). As part of the class and homework assignment, you are expected to build a small application by the end of the class. No programming background is required.

MGMT3033 데이터관리및응용 (Data Management and Applications) 3-3-0

정보자원관리의 핵심은 데이터자원관리이다. 최근에는 빅데이터가 화두가 되면서 더욱 데이터자원관리가 중요해지고 있다. 본 강좌에서는 경영학적인 측면에서 데이터자원관리의 관련된 다양한 기술들을 공부한다. DBMS, Data Model, Data Warehouse, OLAP, Data Mining, Data Architecture, No SQL, Data Governance 등을 공부한다. 특히 데이터모델링과 데이터아키텍처에 대해서 상세한 기법을 공부한다.

Data Resource Management(DRM) is the core concept of the Information Resource Management. Recently DRM becomes more important than before because Big Data has affected various industries enormously. In this course, all related areas of DRM will be studied. This course covers DBMS, Data Model, Data Warehouse, OLAP, Data Mining, Data Architecture, No SQL, Data Governance. Especially, Data Model and Data Architecture will be focused in the viewpoint of business modelling.

MGMT3034 전자상거래 (E-Commerce) 3-3-0

전자상거래는 기업이 생존하고 성공하기 위해서 네트워크 기술을 이용하여 기업의 전반적인 가치사슬을 재구성하고 새로운 비즈니스 모델을 정립하는 것이다. 4차산업혁명 시대에는 AI, 사물인터넷 그리고 빅데이터와 같은 지능화 기술을 활용하여 전자상거래가 더욱 빨라지고, 1:1 고객 맞춤형 마케팅은 더욱 정교해질 것이며 블록체이라는 새로운 전자상거래 인프라 기반에서 더욱 안전하고 신뢰할 수 있는 거래가 이루어질 것이다. 카카오택시, 배달의 민족 등과 같은 새로운 비즈니스 모델(020서비스)도 등장하여 온라인과 오프라인 비즈니스가 융합되면서 새로운 고객 가치를 창출하고 있다.

전자상거래 과목은 전자상거래에 대한 정확한 이해를 돕고 이를 4차산업혁명 시대의 기업이나 조직에 새로운 전략적 기회로써 활용할 수 있도록 하는 데 초점을 맞추고 있다.

E-commerce is the use of network technology to reconstruct the enterprise's overall value chain and establish a new business model in order for the company to survive and succeed. In the era of the Fourth Industrial Revolution, e-commerce will become faster by utilizing intelligent technologies such as AI, the Internet of Things and big data, one to one marketing will become more sophisticated, and safer and more reliable transactions will be made under the new e-commerce infrastructure, called blockchain. New business models (020 services) such as KakaoTaxi and BaeMin(food delivery service using smartphone app) have also emerged, creating new customer value as online and offline businesses converge.

This class deals with an accurate understanding of e-commerce and making it available to companies or organizations in the era of the Fourth Industrial Revolution as a new strategic opportunity.

MGMT3035 디지털비즈니스 (Digital Business) 3-3-0

정보기술이 보편화되면서 많은 기업들에게 영향을 주었다. 1990년대에 인터넷 기술을 활용한 새로운 비즈니스 모델 및 정보시스템을 구축하기 시작하였고 이러한 개념이 정립되어 e비즈니스라는 개념이 나타났다. 2010년대에는 빅데이터와 인공지능 등 4차 산업혁명기술을 활용한 기업의 혁신이 시작하였고 이러한 개념이 정립되어 디지털비즈니스라는 개념이 나타났다.

본 강좌에서는 디지털비즈니스 개념이 어떻게 도래했는지 이해하고 디지털비즈니스의 구성요소 및 실제 사례를 공부한다. 특히 파괴적 혁신, 고객경험, 플랫폼비즈니스, 데이터분석 등을 공부한다. 그리고 산업별 디지털비즈니스의 특성도 분석해 본다.

Many corporations have been influenced from the worldwide spreading of the information technologies. In 1990s, new business model and information systems were made by Internet technologies in the concept of e-business. In 2010s, the technologies from the 4th Industrial Revolution have innovated corporate business models and processes in the concept of Digital Business. Recently, 'Digital Transformation' is one of the most important keyword in management innovation.

In this course, we will study the concept and components of Digital Business and review their business cases. Especially, destructive innovation, customer experience, platform business, data analytics are covered in this course. Also the characteristics of each industry by Digital Business will also be discussed.

MGMT3038 빅데이터경영 (Big Data Management) 3-3-0

모바일 시대 이후에 기업에 가장 큰 영향을 줄 수 있는 분야로 빅데이터 또는 비즈니스분석을 얘기하고 있다. 본 과목은 빅데이터와 비즈니스분석을 소개하는 과목이다. 전반적인 소개를 하지만, 본 과목은 빅데이터 기술보다는 빅데이터 활용에 대하여 집중하고자 한다. 특히 데이터 과제 발굴, 정형 데이터 분석, 비정형 데이터 분석, 데이터 시각화 등을 다룬다. 이와 관련된 산업별 빅데이터 사례를 공부하고자 한다. 또한 빅데이터를 넘어서 오픈데이터와 마이데이터 개념과 사례도 공부하고자 한다.

Big Data or Business Analytics have been most influential to corporations in post mobile era. This course is the introduction to Big Data and Business Analytics and covers all related areas. Nevertheless, the utilization of Big Data would be more focused rather than their technologies. Especially, data project feasibility study, structured data analytics, unstructured data analytics, data visualization will be studied in this course. Various business cases of each industry will be reviewed. Also the concepts and the cases of Open Data and My Data will be studied in this course.

MGMT3039 정보보호 (Information Security) 3-3-0

본 과목은 정보보호 및 정보윤리에 관한 전반적인 내용을 학습한다. 본 과목에서는 정보보호 개념, 암호, 시스템 보안과 네트워크 보안, 인증 등의 학습을 목표로 하며 인적정보 보호, 물리적 정보보호, 재난 복구 계획, 접근 통제 등에 관해 학습한다. 또한 책임경영의 틀 속에서 정보 윤리, 정보기술 윤리, 정보시스템 윤리 등 다양한 영역의 윤리 이슈를 사례와 함께 다룬다. 이 과목을 통해 학생들은 안전하고 지속가능한 정보사회를 유지시켜나가는 동기와 능력을 배우게 될 것이다.

This course covers general information on information security and information ethics. This course aims to study information security concepts, cryptography, system security, network security, and authentication. Students will learn about personal information protection, physical information protection, disaster recovery plan, and access control. It also deals with ethical issues in various areas such as information ethics, information technology ethics, and information system ethics within the framework of responsible management. Through this course, students will learn the motivations and abilities to maintain a safe and sustainable information society.

MGMT4037 AI비즈니스 (AI Business) 3-3-0

인공지능(AI)의 올바른 정의와 발전 역사를 이해하고, AI의 여러 방법론과 응용 분야에 대해서 개관한다. 이를 위해 여러 가지 AI 알고리즘 및 방법론에 대해서 직접 활용할 수 있을 정도로 학습하고, 이러한 AI 방법론이 기업에서 활용된 사례를 공부하며, AI의 비즈니스 적용 방법론에 대해서 학습한다. 이를 통해 AI를 활용한 디지털 트랜스포메이션(Digital Transformation) 시대의 기업 대응 전략과 새롭게 나타나고 있는 인공지능 비즈니스 모델 및 사례에 대해 학습한다.

The purpose of this class is to help students understand the concept and history of artificial intelligence

(AI) and the various methods and applications of AI. In this course, students will learn about various AI algorithms and methodologies, learn how AI methods are used in companies, and learn about business application methodologies of AI. Through this course, students will learn about corporate strategies in the age of digital transformation using AI and emerging AI business models and cases.

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

디지털 제품, 스마트 커넥티드 제품, 소셜 미디어 등 각종 디지털 미디어 제품, 서비스, 콘텐츠, 비즈니스 모델을 설계개발하고, 사업개발과 조직 구성을 해나가는 과정에서 나타날 수 있는 이슈를 학습한다. 학생들은 자신의 기술적 준비 상황과 관심사에 따라 역할을 선택하고, 개인과 그룹별로 프로젝트를 진행함으로써, 디지털 미디어 비즈니스를 성공시키는 데 필요한 요소들을 체득하게 될 것이다. 이 과정에서, 인공지능 기술 등의 스마트 기술, 사물인터넷 기술 등을 학습하며, 미디어/네트워크 이론, 경제/경영 이론과 사례 등을 학습한다.

Through this course, students can get hands-on experience in digital media business such as digital product, smart connected products, and social media etc. to help design and develop new products, services, content and business models. Students will choose the roles they can contribute to a digital media business according to their technical readiness and interests, and will work on individual and group projects to gain the elements necessary to succeed in a digital media business. In this course, we will learn smart technologies such as artificial intelligence and communication technology such as 5G and Internet of Things technology as well as media/network theory, economics/business theory and case studies.

MGMT4039 머신러닝응용 (Applied Machine Learning) 3-3-0

기계학습은 환경으로부터 데이터 관찰과 경험을 통해 성능을 계속적으로 향상시킬 수 있는 문제해결 시스템을 연구하는 인공지능의 한 분야이다. 본 과목에서는 기계학습에 관한 이론 및 기업에서의 실제적인 활용 방법들에 관해 학습한다. 감독 학습과 무감독 학습 및 강화학습에 관한 기본 원리와 이론적인 배경을 공부하며 이들에 대한 구체적인 알고리즘을 학습한다. 베이지안, 의사결정나무, 인공신경망, SVM, 딥러닝 및 기타 최근 기계학습 알고리즘을 다루며, 재무, 마케팅, 생산 등 다양한 분야에서 활용하는 방법을 다룬다.

Machine learning is a field of artificial intelligence that studies problem solving systems that can continuously improve the quality of decision making and individual and corporate performance through observation and experience of data from the environment. In this course, we will learn about the theory of machine learning and practical application methods in the company. Students will learn the basic principles and theoretical backgrounds of supervised learning and supervised learning and reinforcement learning, and learn specific algorithms for these. This course deals with Bayesian, decision trees, artificial neural networks, SVM, deep learning and other recent machine learning algorithms, and how to use them in various fields such as finance, marketing, production.

MGMT4040 4차산업혁명과 지속가능사회 (The 4th Industrial Revolution and Sustainable Society) 3-3-0

4차산업혁명 기술은 초연결성, 초지능성을 지향하면서 기업의 자동화, 고도화, 그리고 서비스의 개인화를 가능하게 하고 있다. 이러한 이유로 4차산업혁명 기술의 요소 기술들을 기업 혁신에 활용하려는 시도가 활발하게 진행되고 있다. 그리고 동시에 인간성의 말살, 기계에의 종속, 빈부격차의 심화, 일자리의 감소 등 지구의 지속가능성이 위협받을 수도 있다. 학생들은 4차산업혁명의 요소기술에 대한 이해를 하고, 이것을 통해 지구와 사회를 포용할 수 있는 방안을 학습하게 될 것이다. 이에 본 수업에서는 4차산업혁명 기술윤리, 사회적책임, 사회적 기업에서의 4차 산업혁명 기술 응용에 대한 이슈도 다루게 된다.

The 4th Industrial Revolution Technology is aiming for super connectivity, super intelligence, enabling automation, advancement and personalization of service. For this reason, attempts have been made to utilize the elemental technologies of the fourth industrial revolution technology for corporate innovation. At the same time, the sustainability of the earth can be threatened by the elimination of humanity, the dependence on machinery, the widening gap between rich and poor, and the decline of jobs. Students will understand the elemental technology of the Fourth Industrial Revolution and learn how to embrace the earth and society

through this. In this class, the fourth industrial revolution technical ethics, social responsibility, and application of the fourth industrial revolution technology in social enterprises will be discussed.

MGMT4041 창업과비즈니스모델 (Startup and Business Model) 3-3-0

이 과목은 혁신 기업을 창업하는 방법론에 대해서 학습하고, 이를 실습하는 것을 목표로 한다. 이 과정에서 혁신 기업의 DNA라고 할 수 있는 비즈니스 모델을 개발하고 평가하기 위해, 비즈니스 모델 이론과 사례를 학습한다. 이 과목은 실제 창업을 할 구체적 아이디어를 가진 학생들만 수강을 할 수 있는데, 수강 과정을 통해 창업이 얼마나 어려운지를 실감하게 되고, 창업의 의지가 감소하게 된다. 그럼에도 창업을 하겠다는 학생은, 아이디어를 실제 현장에서 테스트하는 과정을 필수적으로 겪음으로써, 자신의 사업 가설을 수정하는 경험을 가지게 되고, 학기말에는 자신의 사업 계획을 공개적으로 평가받는 기회를 가지게 된다.

This course aims to learn about the methodology of starting up an innovation-driven enterprise(IDE) and practice it. Students will learn business model theory and cases to have the abilities to develop and evaluate business models, which are the DNA of IDE. This course is for students who have concrete ideas for actual start-up. Students will realize how difficult it is to start a business through the course and reduce the will to start a business. If we have a student who still wants to start a business, he or she will have the experience of modifying his / her business hypothesis by having to undergo the process of testing the idea in the actual field. At the end of the semester she/he has an opportunity to get the public feedback on his business plan.

- 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 연계시킴으로써, 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.

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, sales & 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 주가배수기법 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.

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.

MGMT4030 캡스톤디자인(경영학) (Capstone design(Management)) 3-3-0

경영학을 기반으로 하여 산업체 혹은 사회가 필요로 하는 과제를 기획 및 수행하는 교과목이다. 경영학을 토대로 기업, 사회문제를 해결하는 능력을 배양하며, 이를 통해 창의성과 실무능력, 팀워크 리더십을 배양한다. 또한 현업에 있는 경영 전문가를 초빙하여 특강과 과제를 수행하게 하여 기업 및 사회적 현안에 필요한 능력 역시 배양하게 된다. 끝으로 산학협력을 통한 최종 프로젝트를 수행하여 시제 문제를 해결 할 수 있는 능력을 더욱 키우고자 한다.

In this capstone design class, undergraduate students will plan and conduct industry-related projects by using management theories and practices. By doing so, they can enhance creativity, practical abilities, team-works, and leadership. Also experts in industries will be invited as mentors, and will be co-worked together for their assignments. Moreover, students will conduct final projects with firms.

EDU3330 상업교육론 (Commercial Teaching Unit Analysis) 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.

EDU3331 상업교재연구및지도법 (Commercial Lesson Plan for Teaching Materials) 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.

EDU3332 상업논리및논술 (Commercial Logics and Essay) 3-3-0

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

Build essay skills based on critical analysis of commercial 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.

EDU3333 전사적자원관리 (Enterprise Resource Planning) 3-3-0

고객만족의 가장 기본이 신속하고 정확한 업무처리이다. 이것은 각 부서간 정보공유를 위한 인프라와 통합정보 시스템(ERP, Enterprise Resource Planning)이 구축되어야만 가능하다. 1990년대 이후 우리나라에서는 대기업을 중심으로 ERP를 구축해 왔으며 지금은 상당수의 중소기업도 ERP를 사용하여 업무처리를 하고 있다. 이제 ERP는 기업의 선택사항이 아니라 필수사항이 된 것이다. ERP의 영역은 인사관리, 회계관리, 생산관리, 조달(물류)관리등 회사 내부의 관리가 필요한 모든 부분의 시스템을 통합하는 것이다. 본 교과목에서는 시스템 실습을 통하여 ERP의 개념과 회사업무프로세스를 이해한다.

The pre-requisite to customer satisfaction is the precise processing of customers' requirements at right time. This is not possible without an integrated information system, like ERP (Enterprise Resource Planning), which makes possible sharing information between organizations. Since 1990, many Korean companies have implemented ERP system and at the present time most companies are now using ERP. In this competitive business environment, ERP is a required tool for survival. ERP deals with human resource, financial and accounting, production, purchase and logistics managements. We learn through this course the concepts of ERP and the business processes that EPR supports, which are practiced with workflows in lab sessions.

MGMT4034 독립심화학습1(경영학과) (Independent Learning & Research(Business Administration)) 3-3-0

학생과 교수 간 독립적인 학문적 소통을 통해 학생이 관심 있는 문제에 대해 몰입하여 연구하도록 한다. 심화연구를 통해 비판적, 대안적 사유를 강화하고 학문적 역량을 기른다. 경영학전공과 관련된 주제에 대하여, 학생과 교수가 일대일로 상호작용하면서 학습하는 형태로 제공된다. 학생이 교수의 지도를 받아 한 주제에 대해 몰입하여 학습하고 그 결과를 보고서나 소논문 등의 형태로 제출한다.

This course encourages independent academic communication between a student and a professor and leads the student to engage in research on the issues he or she is interested in. Through intensive studies, the course strengthens critical thinking and develops academic capacity. It is provided in the form that the student and the professor interact with each other on a pre-defined topic in business major. The student is guided by the professor and produces outputs in the form of a report or a short academic paper.

MGMT4035 캡스톤디자인2(경영학) (Capstone design2(Management)) 3-3-0

경영학을 기반으로 하여 산업체 혹은 사회가 필요로 하는 과제를 기획 및 수행하는 교과목이다. 경영학을 토대로

기업, 사회문제를 해결하는 능력을 배양하며, 이를 통해 창의성과 실무능력, 팀워크 리더십을 배양한다. 또한 현업에 있는 경영 전문가를 초빙하여 특강과 과제를 수행하게 하여 기업 및 사회적 현안에 필요한 능력 역시 배양하게 된다. 끝으로 산학협력을 통한 최종 프로젝트를 수행하여 시제 문제를 해결 할 수 있는 능력을 더욱 키우고자 한다.

In this capstone design class, undergraduate students will plan and conduct industry-related projects by using management theories and practices. By doing so, they can enhance creativity, practical abilities, team-works, and leadership. Also experts in industries will be invited as mentors, and will be co-worked together for their assignments. Moreover, students will conduct final projects with firms.

MGMT4036 독립심화학습2(경영학과) (Independent Learning & Research(Business Administration)) 3-3-0

학생과 교수 간 독립적인 학문적 소통을 통해 학생이 관심 있는 문제에 대해 몰입하여 연구하도록 한다. 심화연구를 통해 비판적, 대안적 사유를 강화하고 학문적 역량을 기른다. 경영학전공과 관련된 주제에 대하여, 학생과 교수가 일대일로 상호작용하면서 학습하는 형태로 제공된다. 학생이 교수의 지도를 받아 한 주제에 대해 몰입하여 학습하고 그 결과를 보고서나 소논문 등의 형태로 제출한다.

This course encourages independent academic communication between a student and a professor and leads the student to engage in research on the issues he or she is interested in. Through intensive studies, the course strengthens critical thinking and develops academic capacity. It is provided in the form that the student and the professor interact with each other on a pre-defined topic in business major. The student is guided by the professor and produces outputs in the form of a report or a short academic paper.

EDU4108 상업교수법 (Teaching Methods of Business Education) 3-3-0

상업교과를 위한 교수방법의 이론과 실재를 다루고, 상업교육현장에서 적용할 수 있는 실제적인 교수 기법을 제공한다.

The course covers the theories and practice of teaching methods for business education, and provides students with practical teaching methods that can be applied into education field.

MGMT1006 통계기반데이터분석 (Statistical Data Analysis) 3-3-0

경영통계학에 이어 수강하는 본 교과목에서는 소규모 및 대규모 데이터 분석 및 시각화에서 요구되는 데이터 분석 개념과 프로그래밍 기술을 학습한다. 수강생들은 통계 소프트웨어 패키지를 사용하여 데이터 관리, 기술통계 요약, 데이터 시각화, 추론 및 가설 검정, 선형 모델, 데이터 마이닝 기술, 텍스트 분석 등 일련의 데이터분석 방법론을 배우고 실습한다. 특히 이 교과목은 경영 관련 데이터 셋에 적용되는 실제 문제를 분석하고 의사결정 하는 데 중점을 둔다. 따라서 교과목을 수강한 후에는 학습한 데이터 분석도구에 익숙해져서 향후 연구 및 비즈니스 환경에서 적용할 능력을 갖출 것으로 기대한다.

Following from the introductory statistics class, this course will provide the data analytics concepts and programming skills required in small and large-scale data analysis and visualization. Using the statistical software packages, students will study and practice a series of methodologies: including data management, descriptive summary, data visualization, inference and hypothesis testing, linear models, data mining techniques, text analysis, etc. In particular, while learning all the techniques, this course will focus on solving the real-life problems and making decisions as applied to business related data sets. By the end of the course, students will be familiar with the learned data analytic tools and will be ready to implement them in both research and business settings.

교육과정 이수체계도

전공명 : 경영학과 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 교육 과정을 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 완성 하는 심화된 교육 프로그램과 인턴십 등의 산학연계 프로그램을 제공

▣ 교육과정 이수체계도

학년 과목구분	1학년	2학년	3학년	4학년
전공기초	책임경영 경제학원론 회계원리 경영통계학			
재무금융	관리회계1	재무관리 투자론 보험학원론 금융자산론	금융파생상품론 기업재무론 계량보험론 국제재무관리 보험경영론 금융시장론	재무금융세미나 금융리스크관리
마케팅		마케팅원론 소비자행동론 유통관리론 국제마케팅	마케팅조사론 광고론 고객관계관리 브랜드관리 영업관리론	마케팅전략 신상품마케팅
인사조직		조직행동론 인적자원관리 노사관계론	리더십개발 조직개발 전략경영론 인사조직세미나 조직이론	국제인적자원관리
생산운영		생산운영관리 경영과학	품질경영 서비스운영관리 비즈니스어널리틱스 프로젝트관리	비즈니스게임 공급사슬관리 생산운영관리세미나 기업과사회-부의공진화 스마트팩토리
MIS		경영정보시스템 경영프로그래밍	의사결정모형및분석 데이터관리및응용 전자상거래 디지털비즈니스 빅데이터경영 정보보호	MIS세미나 AI비즈니스 디지털미디어경영 머신러닝응용 4차산업혁명과지속가능사회 창업과비즈니스모델
경영대학 공통과목	경영수학 경영커뮤니케이션 통계기반데이터분석	회사법 유가증권법	국제경영 재무재표분석 가치평가론 미래산업과경영혁신	경영특강 경영인턴십 졸업논문(경영학) 캡스톤디자인(경영학) 캡스톤디자인2(경영학) 독립심화학습1(경영학과) 독립심화학습2(경영학과)

영어전용트랙과정

전공명: 경영학과 경영학전공

트랙명: 영어전용트랙

▣ 트랙과정 개요

- 저학년부터 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	33학점	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	21학점	경영학전공의 전공선택(27학점) 학점 중 전체영어강의 15학점 이상을 포함하여 영어(전체 또는 부분)강의를 27학점 이상 수강하여야 함.

시비즈니스트랙과정

전공명: 경영학과 경영학전공

트랙명: 시비즈니스트랙

▣ 트랙과정 개요

- AI기술 주도로 지구, 사회, 산업 및 기업의 구조적 변화가 예상되는바 경영학 전공생들도 이에 대한 소양과 대응능력을 함양하도록 교과 과정 설계
- 과목과 관련성이 높은 산업체와 담당 교수가 연합하여 교과과정을 개발
- AI관련 활용 지식 뿐 아니라 AI윤리 등 윤리적 역량도 투철한 실무형 인재 양성

▣ 트랙과정 이수요건

- 경영학 전공기초(경영통계학, 경제학원론, 책임경영, 회계원리) 및 전공필수(경영정보시스템, 관리회계, 마케팅 원론, 생산운영관리, 재무관리, 조직행동론) 과목 이수자
- 성적 2.7점 이상인 자
- 트랙과정 이수자의 경우도 단일전공 이수를 위한 전공기초, 전공필수, 전공선택 등 학과 지정 기본이수요건을 반드시 충족하여야 함
- 시비즈니스는 필수 이수이며, 캡스톤디자인(경영학)이나 현장실습 중 하나는 필수 이수

▣ 트랙과정 이수과목표

트랙명	이수 학점	구분	이수과목명	비고
시비즈니스트랙	15학점	트랙 필수	시비즈니스(3), 캡스톤디자인(경영학)(3), 독립심화학습(3), 현장실습	캡스톤디자인(경영학), 독립심화학습(3)과 현장실습 중 하나 이상 선택 필수 *최대6학점까지 인정가능 [단, 담당교수 확인서 필요]
		트랙 선택	경영프로그래밍(3), 의사결정모형및분석(3), 빅데이터경영(3), 디지털비즈니스(3), 4차산업혁명과 지속가능사회(3), 머신러닝응용(3)	

◦ 본교 소프트웨어융합학과에서 개설 중인 다음 과목 중 트랙 선택학점으로 최대 6학점까지 인정 가능.

데이터마이닝, 고급데이터마이닝, 금융공학, 프로세스마이닝, 서비스데이터사이언스, 금융데이터분석, 데이터사이언스 및 시각화, IoT소프트웨어, Java프로그래밍, 인공지능, 정보보호, 웹/파이선프로그래밍
--

◦ 비교과로 AI, 빅데이터 관련 국내외 봉사활동이나 자격증 취득을 위한 동아리 활동을 장려함

데이터사이언스&컨설팅트랙

전공명: 경영학과 경영학전공

트랙명: 데이터사이언스&컨설팅트랙

■ 트랙과정 개요

- 4차 산업혁명시대에 맞춰 데이터를 기반으로 의사결정 방식 능력을 배양
- 최근 기업들이 데이터를 자산으로 인식하고 있으며 이를 토대로 의사결정을 내리고 있음. 이에 경영과 데이터 분석 기술을 동시에 지니는 인력을 키워냄
- 데이터 엔지니어가 아닌 경영의 관점에서 데이터 컨설턴트 양성을 목표로 함
- 한국능률협회컨설팅, (주)비투엔, BC카드, 그리고 삼성 KPMG 협업으로 데이터와 컨설팅 업무에 능통한 인재를 같이 양성

■ 트랙과정 이수요건

- 경영학 전공기초(경영통계학, 경제학원론, 책임경영, 회계원리) 및 전공필수(경영정보시스템, 관리회계, 마케팅원론, 생산운영관리, 재무관리, 조직행동론) 과목 이수자
- 성적 2.7점 이상인 자
- 트랙과정 이수자의 경우도 단일전공 이수를 위한 전공기초, 전공필수, 전공선택 등 학과 지정 기본이수요건을 반드시 충족하여야 함
- 비즈니스어널리틱스와 프로젝트 관리는 필수 이수이며, 캡스톤디자인(경영학)이나 현장실습 중 하나는 권고사항

■ 트랙과정 이수과목표

트랙명	이수 학점	구분	이수과목명	비고
데이터 사이언스& 컨설팅 트랙	15학 점	트랙 필수	비즈니스어널리틱스(3), 프로젝트관리(3)	
		트랙 선택	경영프로그래밍(3), 마케팅조사론(3), 머신러닝응용(3), 의사결정모형및분석(3), 독립심화학습(3), 경영통계학(3), 캡스톤디자인(경영학), 현장실습	캡스톤디자인(경영학)과 현장실습 중 하나 이상 선택 권고

◦ 본교 소프트웨어융합학과 및 경제학과에서 개설 중인 다음 과목 중 트랙 선택학점으로 최대 6학점까지 인정 가능.

객체지향프로그래밍, 데이터베이스, 고급데이터마이닝, 금융데이터분석, 데이터사이언스, 머신러닝, 계량경제학, 빅데이터통계학, 경제수학

◦ 비즈니스어널리틱스 수업 후 캡스톤디자인 수강 권고

◦ 비교과로 비즈니스어널리틱스, 데이터분석, 컨설팅 관련 국내외 활동, 공모전, 그리고 자격증 취득을 위한 동아리 활동을 장려함