

경영학전공 교육과정 시행세칙

제 1 장 총 칙

제1조(전공설치목적) 경영대학은 기업경영에 관한 실천적인 학문탐구를 통하여 전문경영자로서의 역량과 리더십을 갖춘 미래의 전문경영인 육성을 그 사명으로 하며, 특히 전문 경영인으로서 요구되는 다양한 지식과 경험을 전수하기 위해 경영학 전공을 설치한다. 본 시행세칙은 경영학부 내 경영학전공의 교육과정 및 운영 전반에 관한 세부사항과 절차 등을 정하는 것을 목적으로 한다.

- 제2조(일반원칙)** ① 경영학을 단일전공, 다전공 하고자 하는 학생은 이 시행세칙이 정하는 바에 따라 교과목을 이수해야 한다.
- ② 교과목의 선택은 단계별 난이도와 심화 정도에 따라 체계적으로 이수하며 지도교수와 상의하여 결정할 수 있다.
- ③ 모든 교과목은 학년, 학기 구분없이 수강할 수 있다.

제 2 장 교 양 과 정

제3조(교양과목 이수) 교양과목은 본 대학교 교양과정기본구조표에서 정한 소정의 학점을 취득하여야 한다.

제4조(전공교양 이수) 전공교양과목은 **경영학원론(3학점), 회계원리(3학점), 경제학원론(3학점), 경영통계학(3학점) 12학점**을 반드시 이수해야 한다.

제 3 장 전 공 과 정

제5조(전공과정 이수) ① 경영학전공의 전공과목은 단일전공의 경우 전공필수 18학점을 포함하여 57학점 이상을 이수하여야 하며, 다전공 이수자의 경우 전공필수 18학점을 포함하여 45학점 이상을 이수하여야 한다. 단, 다전공 이수요건 과목과 경영학 전공 요건과목이 중복되는 경우에는 추가로 전공선택 과목을 이수해야 한다

② 경영대학 내에서 경영학전공, 의료경영학전공, 회계·세무학전공 중 2개 또는 그 이상을 다전공으로 이수하고자 하는 경우에는 각각의 전공에서 전공필수를 포함하여 전공과목을 39학점 이상 이수하여야 한다. 단, 이 경우 전공 상호간에 전공필수 과목을 중복하여 인정하지 않기 때문에 중복되는 전공필수 학점의 수만큼 전공선택 학점을 추가로 취득하여야 한다.

③ 다전공 이수자의 경우 경영학원론, 경제학원, 회계원리 3과목을 선수강한 이후에 여타의 전공과목을 수강할 수 있다.

④ 상기 ②항과는 별도로 경영대학 내에서 글로벌경영전공프로그램을 이수하고자 하는 경우에는 단일전공이나 다전공에 관계없이 글로벌경영전공프로그램에서 지정하는 제1영역을 포함하여 24학점 이상을 취득하여야 한다. 단, 이 경우 경영대학 내의 경영학전공, 의료경영학전공, 회계·세무학전공과 글로벌경영전공 프로그램 상호간 전공필수과목을 중복하여 인정하지 않는다. 따라서 중복되는 전공필수 학점의 수만큼 전공선택 학점을 추가로 취득하여야 한다.

⑤ 경영학전공의 전공필수 및 전공선택 과목은 다음과 같다.

구분	분 야	과 목 명(학점수)
전공필수	-	재무관리(3),마케팅원론(3),조직행동론(3),생산운영관리(3),경영정보시스템(3),관리회계1(3)
전공선택	재무금융	투자론(3),금융과생상품론(3),국제재무관리(3),보험학원론(3),위험관리(3),계량보험론(3),재무/금융사례연구(3),기업재무론(3),금융기관경영론(3),보험경영론(3),통화와금융의이해(3),증권시장의이해(3)
	마케팅	소비자행동론(3),유통관리론(3),국제마케팅(3),마케팅조사론(3),인터넷마케팅(3),마케팅전략(3),광고론(3),고객관계관리(3),브랜드관리(3),서비스마케팅(3),신상품마케팅(3)
	인사·조직	인적자원관리(3),노사관계론(3),전략경영론(3),조직구조론(3),리더십개발(3),인간관계론(경영)(3),국제인적자원관리(3),조직개발(3), 경영역량개발(3)
	계량생산	경영과학(3),품질경영(3),물류관리(3),서비스운영관리(3),공급사슬관리(3),관리경제학(3)경영과의사결정(3),비즈니스게임과시뮬레이션(3)
	MIS	경영과컴퓨터(3),인터넷과전자상거래(3),e-비즈니스시스템(3),의사결정모형및분석(3),경영정보통신(3),비즈니스모델개발과평가(3),전자상거래구축및사례(3),정보시스템개발론(3),디지털미디어경영(3),eCRM(3),전략정보시스템(3),네트워크경영(3),지식경영(3),MIS 세미나(3)
일반	경영특강(3),조사방법론(3),경영영어(3),경영수학(3),글로벌경제환경의이해(3),글로벌경제의이론과정(3),국제경영(3),중소기업경영론(3),기업전략경제학(3),무역과경영(3),다국적기업론(3),국제경영전략(3),윤리경영(3),경영인턴십(3),유세미나(1),회사법(3),유가증권법(3)	

제6조(타전공과목의 이수) ① 단일전공자에 한하여 경영대학 내 타전공의 전공과목을 포함하여 아래의 예시된 범위 내에서 타 대학 또는 학부의 전공과목도 9학점까지 전공선택 과목으로 인정한다.

② 경영학전공의 타전공 인정과목은 '별표2 타전공인정과목표'와 같다.

제7조(대학원과목의 이수) 4학년은 대학원 해당 학과 주임교수의 승인을 받아, 학부학생의 이수가 허용된 대학원 과목을 최대 12학점까지 이수할 수 있으며, 그 취득학점은 전공선택과목의 학점으로 인정한다.

제8조(기타과목의 이수) ① 해외 연수학점, 취업스쿨 관련 학점, 교직원관련 학점 등은 해당 규정에 따라 전공 및 교양 학점으로 인정할 수 있다.

② 경영인턴십의 학점 및 운영은 한 학기에 3학점 신청 가능하고, 재학기간 중 1회를 초과하여 신청할 수 없다. 학점의 취득 인정 기준은 경영대학 내규에서 정한다.

제 4 장 졸업요건

제9조(졸업이수학점) ① 경영학전공의 최저 졸업이수학점은 130학점이다.

② 경영대학생이 졸업을 인정받기 위해서는 본 시행세칙이 정하는 바와 같은 학점 이수 이외에 별도로 '별표 4 경영대학 졸업인증제'에서 지정하는 소정의 자격이 인정되어야만 한다.

③ 졸업사정은 졸업 당해 학기에 학생이 전산으로 입력한 전공을 기준으로 실시한다.

제10조(전공이수학점) ① 경영학전공을 단일전공으로 이수하고자 할 경우, 졸업이수 요건을 충족하기 위해 필요한 과목 유형별 최소학점 기준은 아래와 같고 이 기준을 상회하는 학점은 전공선택이나 자유선택 등의 학점으로 인정된다.

구분	전공교양 학점	전공 학점			전공인정에 필요한 (전공필수 외의) 전공선택 최소 이수요건
		전공필수	전공선택	계	
단일전공	12학점	18학점	39학점	57학점	39학점 중 30학점 (5조 ②항 참조)

② 상기①항의 전공선택 최소 이수요건이라 함은 경영학전공에서 개설된 전공선택 과목 중에서 취득해야 하는 최소한의 기준을 말하고 그 이상의 필요학점은 경영학 전공을 포함한 경영대학내의 타전공의 전공선택 과목에서 자유로이 선택하여 이수할 수 있다.

③ 경영학전공 학생으로서 타전공 또는 글로벌경영전공을 다전공하거나 타전공 학생으로서 경영학전공을 다전공과정으로 이수하는 학생의 졸업에 필요한 유형별 최소 기준은 아래와 같다.

구분	전공교양 학점	전공 학점			전공인정에 필요한 (전공필수 외의) 전공선택 최소 이수요건
		전공필수	전공선택	계	
다전공	12학점	18학점	27학점	45학점	27학점 중 27학점 (5조 ②항 참조)

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

부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2008년도 3월 1일부로 전면 시행한다.

부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2010년도 3월 1일부로 전면 시행한다.

제2조(전공과정에 대한 경과조치) 제3장 제5조 전공과정의 경우 2007학년도 이전 학번 대상의 통계학(과목코드:37418)을 2010년 1,2학기까지 개설하여 2007학년도 이전 학번들의 전공필수로 인정하도록 한다.

제3조(타전공과목의 이수에 대한 경과조치) 제3장 제6조 ②항 타전공과목의 이수의 경우 2003학년부터 적용하되 2002학번 이전 입학자에 대하여는 전공지도교수의 확인을 통해 인정할 수 있다.

[별표1]

교육과정 편성표

(경영학부 경영학전공)

순번	이수구분	과목 코드	교과목명	학점	시 간			이수 학년	개설학기		영어 강의	비고
					이론	실기	실습		1학기	2학기		
1	전공교양	01593	경영학원론	3	3			1	○	○		
2	전공교양	01753	경제학원론	3	3			1	○	○		
3	전공교양	41574	회계원리	3	3			1	○	○		
4	전공교양	01556	경영통계학	3	3			1	○	○		
5	전공필수	10262	마케팅원론	3	3			2	○	○		
6	전공필수	31147	조직행동론	3	3			2	○	○		
7	전공필수	17070	생산운영관리	3	3			2	○	○		
8	전공필수	29418	재무관리	3	3			2	○	○		
9	전공필수	01501	경영정보시스템	3	3			2	○	○		
10	전공필수	03096	관리회계1	3	3			2	○	○		
11	전공필수	45713	졸업논문(e비즈니스)	0	0			4	○	○		
12	전공필수	31218	졸업논문(경영학)	0	0			4	○	○		
13	전공선택	37561	투자론	3	3			2	○	○		
14	전공선택	04758	금융과생상품론	3	3			3	○	○		
15	전공선택	04393	국제재무관리	3	3			3		○		
16	전공선택	45707	보험학원론	3	3			3	○	○		
17	전공선택	48218	위험관리	3	3			3	○			
18	전공선택	46686	계량보험론	3	3			3	○	○		
19	전공선택	46700	재무/금융사례연구	3	3			4	○			
20	전공선택	43120	기업재무론	3	3			4	○			
21	전공선택	04734	금융기관경영론	3	3			4		○		
22	전공선택	37557	통화와금융의이해	3	3			4	○			
23	전공선택	13707	보험경영론	3	3			4	○	○		
24	전공선택	32082	증권시장의 이해	3	3			4		○		
25	전공선택	18159	소비자행동론	3	3			2	○	○		
26	전공선택	25184	유통관리론	3	3			3	○	○		
27	전공선택	04270	국제마케팅	3	3			3	○	○		
28	전공선택	10372	마케팅조사론	3	3			3	○			
29	전공선택	26256	인터넷마케팅	3	3			3	○			
30	전공선택	17312	서비스마케팅	3	3			3	○			
31	전공선택	10267	마케팅전략	3	3			4	○	○		
32	전공선택	03237	광고론	3	3			4	○			
33	전공선택	46022	고객관계관리	3	3			4	○			
34	전공선택	46023	브랜드관리	3	3			4		○		
35	전공선택	59312	신상품마케팅	3	3			4		○		
36	전공선택	44563	인간관계론(경영)	3	3			2	○	○		
37	전공선택	59313	리더십개발	3	3			2	○	○		
38	전공선택	26211	인적자원관리	3	3			3	○	○		
39	전공선택	07242	노사관계론	3	3			3		○		

순번	이수구분	과목 코드	교과목명	학점	시 간			이수 학년	개설학기		영어 강의	비고
					이론	실기	실습		1학기	2학기		
40	전공선택	29731	전략경영론	3	3			3	○	○		
41	전공선택	31097	조직구조론	3	3			3	○	○		
42	전공선택	42988	국제인적자원관리	3	3			4	○			
43	전공선택	59315	조직개발	3	3			4		○		
44	전공선택	01474	경영역량개발	3	3			4	○	○		
45	전공선택	01442	경영과학	3	3			2	○	○		
46	전공선택	38271	품질경영	3	3			3	○			
47	전공선택	11163	물류관리	3	3			3	○			
48	전공선택	17320	서비스운영관리	3	3			3	○	○		
49	전공선택	59316	비즈니스게임과시뮬레이션	3	3			4		○		
50	전공선택	01437	경영과의사결정	3	3			4	○	○		
51	전공선택	43313	공급사슬관리	3	3			4		○		
52	전공선택	03089	관리경제학	3	3			4		○		
53	전공선택	59322	경영과컴퓨터	3	3			2	○	○		
54	전공선택	26267	인터넷과전자상거래	3	3			3	○	○		
55	전공선택	44556	e-비즈니스시스템	3	3			3		○		
56	전공선택	59323	의사결정모형및분석	3	3			3	○			
57	전공선택	48193	비즈니스모델개발과평가	3	3			3	○	○		
58	전공선택	01521	경영정보통신	3	3			3	○			
59	전공선택	48891	정보시스템개발론	3	3			3		○		
60	전공선택	45711	전자상거래구축및사례	3	3			4		○		
61	전공선택	29744	전략정보시스템	3	3			4	○			
62	전공선택	48198	eCRM	3	3			4		○		
63	전공선택	59324	디지털미디어경영	3	3			4	○			
64	전공선택	46695	네트워크경영	3	3			4	○	○		
65	전공선택	47689	지식경영	3	3			4	○			
66	전공선택	00378	MIS세미나	3	3			4	○	○		
67	전공선택	01470	경영수학	3	3			1	○	○		
68	전공선택	31017	조사방법론	3	3			2	○	○		
69	전공선택	01476	경영영어	3	3			1	○	○		
70	전공선택	49112	글로벌경제환경의이해	3	3			2		○		
71	전공선택	04122	국제경영	3	3			3	○	○		
72	전공선택	32003	중소기업경영론	3	3			3	○	○		
73	전공선택	59325	글로벌경제의이론과정책	3	3			3		○		
74	전공선택	59327	무역과경영	3	3			3		○		
75	전공선택	49061	기업전략경제학	3	3			3		○		
76	전공선택	47115	국제경영전략	3	3			4	○	○		
77	전공선택	08004	다국적기업론	3	3			4	○			
78	전공선택	01561	경영특강	3	3			4	○	○		
79	전공선택	59333	윤리경영	3	3			4	○	○		
80	전공선택	59334	유세미나	1	1			2-4	○	○		
81	전공선택	48524	경영인턴십	3	3			4	○	○		
82	전공선택	24818	유가증권법	3	3			2	○	○		
83	전공선택	41671	회사법	3	3			2	○			

[별표2]

타전공 인정 과목표

순번	대학	과목개설전공명	과목코드	교과목명	학점	인정이수구분	년도/학기	
1	법과대학	법학부	11641	민법총칙	3	전공선택		
2			16721	상법 I	3	전공선택		
3			48558	상법 IV	3	전공선택		
4	정경대학	사회과학부	40170	행정학원론	3	전공선택		
5			16193	사회복지개론	3	전공선택		
6			25662	의료사회학	3	전공선택		
7			16254	사회심리학	3	전공선택		
8		언론정보학부	03237	광고론	3	전공선택		
9			31124	조직커뮤니케이션	3	전공선택		
10			46771	캠페인기획	3	전공선택		
11			40424	현대사회와 미디어	3	전공선택		
12			46770	미디어교육	3	전공선택		
13		경제학부	01029	거시경제학 I	3	전공선택		
14			01033	거시경제학 II	3	전공선택		
15			11598	미시경제학 I	3	전공선택		
16			11600	미시경제학 II	3	전공선택		
17			07189	노동경제학	3	전공선택		
18			31048	조세론	3	전공선택		
19			59702	SAS를이용한계량경제학	3	전공선택		
20			41099	화폐금융론	3	전공선택		
21			18404	수리경제학	3	전공선택		
22			16541	산업조직론	3	전공선택		
23			02638	공공경제학	3	전공선택		
24			무역학부	04281	국제무역론	3	전공선택	
25				10776	무역경영론	3	전공선택	
26		04388		국제자원론	3	전공선택		
27		04233		국제금융론	3	전공선택		
28		호텔관광대학	관광학부	43409	관광학원론	3	전공선택	
29				40863	호텔경영학개론	3	전공선택	

[별표3]

선수과목 지정표

순번	전공명	교과목명(후수과목)			선수과목			비고
		과목코드	교과목명	학점	과목코드	교과목명	학점	
1	경영학전공	26211	인적자원관리	3	31147	조직행동론	3	
2	경영학전공	59315	조직개발	3	31147	조직행동론	3	
3	경영학전공	17320	서비스운영관리	3	17070	생산운영관리	3	
4	경영학전공	01437	경영과 의사결정	3	01422	경영과학	3	
5	경영학전공	59316	비즈니스 게임과 시뮬레이션	3	01556	경영통계학	3	
					01422	경영과학	3	
					17070	생산운영관리	3	
6	경영학전공	38271	품질경영	3	01556	경영통계학	3	
					17070	생산운영관리	3	
7	경영학전공	11163	물류관리	3	17070	생산운영관리	3	
8	경영학전공	43313	공급사슬관리	3	17070	생산운영관리	3	
9	경영학전공	37561	투자론	3	29418	재무관리	3	
10	경영학전공	26256	인터넷마케팅	3	10262	마케팅원론	3	
11	경영학전공	59312	신상품마케팅	3	10262	마케팅원론	3	
					10372	마케팅조사론	3	
12	경영학전공	31017	조사방법론	3	01556	경영통계학	3	
13	경영학전공	49061	기업전략경제학	3	01753	경제학원론	3	
					11598	미시경제학	3	
14	경영학전공	59325	글로벌 경제의 이론과 정책	3	01753	경제학원론	3	

[별표4]

졸업능력 인증제도

1. 목 적 : 세계화 정보화 시대에 부응하는 우수 인재를 양성하고, 모든 졸업생이 사회에서 필요로 하는 일정 수준의 능력을 갖추도록 지도하며, 그 능력을 대학이 자체적으로 인증함으로써 졸업생의 사회진출을 실질적으로 지원하고, 학생 개개인에게 학습의 자세와 방향을 제시함으로써 면학분위기를 조성하여 궁극적으로 경영대학의 발전을 도모 하고자 한다.

2. 적용 대상 : 2003학년부터

3. 적용기준 : 총 졸업 인정 학점을 취득한 자 중에서도 아래의 요건 중 하나 이상을 충족한 자에 한하여 졸업 자격을 인정한다.

1) 공인 TOEIC 800, TOEFL 94점(IBT)/240점(CBT), TEPS 689 이상 성적 제출자

2) 중국어 HSK 6급 또는 일본어 JPLT 3급 이상 취득자

3) 국가고시(사시, 행시, 외시, CPA, 세무사, 보험계리사, 공인감정사, 변리사) 1차 이상 합격자

4) 자격증(정보처리사 1급, 사회조사분석사, 투자상담사, 금융자산관리사, 증권분석사)취득자

5) 해외 자매대학에서 6학점 이상 취득자

6) 전국 규모의 대학생 논문 대회 입상자

7) 경영대학 교수회의에서 상기 기준에 준하는 자격이 있다고 인정되는 자

4. 경과조치 : 2002학번 이전 입학자에 대하여는 기존의 CRS제도 적용을 면제하고 본 졸업인증자격 제도를 준수토록 권장한다. 단, 일정 수준 이상의 학습능력이 인정되는 경우에 교수회의 결의로써 졸업자격을 포괄적으로 인정할 수 있다.

[별표5]

경영학부 경영학전공 교과목 해설

01593 경영학원론 (Principle of Business Management) 3-3-0

경영학원론의 주제는 경영학문을 수학하는 사람의 기초적 학문으로서 경영학의 기본적이고 원론적인 내용을 다루게 된다. 특히 본 과목은 경영학의 각 연구 분야와 영역이 광범위하고 또 이론적 발전과 관리기술의 발달이 급속히 이루어지고 있음에 따라 기초적인 이론과 관리기술을 체계적으로 이해시키고 경영학의 전모를 포괄적으로 이해시키는 데 중점을 둔다.

The subject of principle of Management is involved to the basic theory and principles contents of management, specially the dynamic economic, social, political and technological environment in which we live continually place demands on managers to change, improve, and learn more about their jobs, superiors, and subordinates the principle of Management is a current, relevant response to those mandates for excellence in the practice of Management, specially lectured to principle theory of management and educate the newly appointed manager and provide a comprehensive, up-to-date review for the experienced practitioner.

01753 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 society.

41574 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.

0155601 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 확률분포이론, 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.

29418 재무관리 (Fundamentals of 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.

10262 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.

31147 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.

17070 생산운영관리 (Operations Management) 3-3-0

고객에게 최상의 품질을 갖춘 서비스를 제공하는 것은 현대 경영에 있어 결정적인 요구사항이다. 이 과목은 일반 기업뿐만 아니라 공기업과 제반 공공단체를 포함한 모든 조직에서의 제품과 서비스의 구매, 생산, 조달 과정에 초점을 둔다. 학생들은 어떻게 부가가치공정들(value creation processes)이 작동되는지, 어떻게 그 공정들이 향상

되어 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.

01501 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 21st 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.

03096 관리회계 I (Cost Accounting) 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.

37561 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.

047582 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.

04393 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, 직접외국투자 결정방안 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.

45707 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.

48218 위험관리 (Risk Management) 3-3-0

이 과목은 금융제도 및 금융산업에 대한 개관과 함께 금융기관의 위험 및 위험관리 기법을 다룬다. 금융기관이 직면하는 다양한 위험을 이해하고, 측정 및 관리를 위한 이론과 기법을 연구한다.

This course provides an overall view of the financial system and industry, and deals with the nature and the management technique of risks of financial institutions. Students learn various risks of financial institutions. Further, they study the measurements and the managements of risks from both theoretical and practical viewpoints.

46686 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.

46700 재무/금융 사례연구 (Case Studies in Finance) 3-3-0

이 과목은 재무/금융 이론 과목들을 학습한 학생들이 이론을 창의적으로 이용하여 분석하고 의사결정에 활용하는 능력을 배양하는 것을 목적으로 한다. 사례를 활용하여 금융시장과 투자 여건에 기초한 경영의사 결정, 금융상품의 고안 및 활용 등을 경험하게 하여 기업의 재무담당자 또는 금융전문가의 소양을 개발한다.

In this course, students have chances to apply financial theories, which they studied, to practical matters such as financial analysis and decision-making. Using cases, it exposes students to managerial decision-making related to capital markets and investment environment. This course also covers the design and the utilization of financial instruments. It helps to develop the attitudes for either financial manager or financial specialist.

43120 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. 투자의사결정과 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.

04734 금융기관경영론 (Financial Institutions Management) 3-3-0

금융기관이 직면하게 되는 경영위험의 내용과 성격을 이슈별로 깊이 있게 고찰하고, 경영위험에 효과적으로 대응하기 위한 전략방안을 체계적으로 연구한다. 특히 금융기관이 직면하는 이자율위험, 시장위험, 신용위험, 부외거래활동위험, 운영위험, 국가위험, 유동성위험 등에 대한 측정과 영향에 대한 논의가 이루어지고 부채 및 유동성관리, 예금보험과 기타 채무보증, 자본적정성, 업무영역분산, 영업지역분산, 대출판매와 증권화 등과 같은 관리전략이 검토된다. 이에 더하여 금융시장의 통합과 글로벌화에 따른 다양한 규제에 대한 논의도 이루어진다.

The contents and features of management risks faced by modern financial institutions are analyzed in detail, and a greater emphasis is placed on an extensive discussion on various strategies modern financial institutions may adopt for managing risks effectively. In particular, measurements and influences of interest rate risk, market risk, credit risk, off-balance-sheet risk, operational risks, sovereign risk and liquidity risk, etc. are discussed in detail and management strategies such as liability and liquidity management, deposit insurance and other liability guarantees, capital adequacy, product diversification, geographic diversification, loan sales and securitization, etc. are extensively examined. In addition, various regulatory issues which are closely related to integration

and globalization of financial markets are also discussed

37557 통화와 금융의 이해 (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 살펴보면서 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

13707 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

32082 증권시장의 이해 (Securities Markets) 3-3-0

국제화, 자유화, 종합금융, Cyber Finance가 동시에 이루어지고 있는 최근 우리나라 증권시장은 엄청난 구조 변화를 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.

18159 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.

25184 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.

04270 국제마케팅 (International Marketing) 3-3-0

국제마케팅에서의 특정한 이론적 연관성 및 관리적, 전략적 이슈에 대한 이해를 도모한다. 이 과목의 내용은 크게 4가지로 구분한다. (1) 마케팅 컨셉트의 이해 및 국제 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

10372 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.

26256 인터넷마케팅 (Internet Marketing) 3-3-0

정보통신기술의 발달과 그에 따른 마케팅 환경의 변화에 대한 충분한 이해를 통하여, 고객 정보를 바탕으로 한 e-마케팅의 중요성을 숙지하고, 이를 통하여 고객과의 관계 확립, 그리고 궁극적으로 기업의 이익으로 전환 시킬 수 있는 방법에 대한 기본적인 이해와 수행 능력을 배양을 목적으로 하고 있다. 이를 위해서 일반적인 마케팅은 물론 발달된 정보통신 환경에서 중요하게 부각되는 e-비즈니스와 인터넷 마케팅, 인터넷 마케팅믹스, 데이터웨어하우징과 데이터베이스 마케팅, 다이렉트 마케팅, 이메일마케팅, 텔레마케팅, 기업에서 고객을 관리하기 위해 필수적인 툴인 CRM의 정의에서부터 다양한 데이터마이닝 기법, CRM을 전략적으로 활용하기 위한 방안 등에 대하여 자세히 설명하고자 한다.

Among various business functional areas, marketing could be the most promising and profitable in terms of an effective application of expanding information technology. This cross-disciplinary affiliation will be providing the greatest competitive edge to the organizations by improving the efficiency and effectiveness of their marketing activities in many important ways. Thus, the goal of this course is to prepare students for a research career which can meaningfully combine marketing and diverse information techniques.

17312 서비스마케팅 (Service Marketing) 3-3-0

서비스 산업의 발달로 금융, 부동산, 여행, 통신 등의 서비스 분야에서도 마케팅 전략의 중요성이 강조됨에 따라 생긴 개념이 서비스 마케팅이다. 서비스산업에서 효과적인 마케팅을 위해서는 이러한 서비스의 특성을 파악하여 상품 마케팅과는 차별화된 전략이 필요하며, 마케팅 믹스를 계획하고 실행함에 있어서는 제품(product), 가격(price), 유통(place), 촉진(promotion) 등의 4P 믹스 이외에 사람(people: 직원, 고객 등 서비스 참여자), 물리적 증거(physical evidence: 서비스 환경), 서비스 제공과정(process of service assembly)의 3P 믹스 요소를 추가하여 함께 고려한다.

10267 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.

03237 광고론 (Advertising) 3-3-0

본 과목은 기업의 핵심적인 활동의 하나인 마케팅 커뮤니케이션을 광고를 통해 구현하는 방법을 공부한다. 여

러 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.

46022 고객관계관리 (Customer Relationship Management) 3-3-0

유통과정에서 생산자가 소비자와 의사소통하는 채널을 디자인하고 관리하는 법을 배운다. 주요 주제는 최종 소비자의 욕구를 파악하여 소비자를 분류하고, 최적의 고객관리 전략을 도출하며, 마케팅 전략과 연결된 고객관리 개념을 설정하는 것 등이다.

46023 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.

59312 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 a 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.

44563 인간관계론 (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.

59313 리더십개발 (Leadership development) 3-3-0

다양한 조직들에서 요구되어지는 리더십 진단 및 역량개발을 위한 이론적, 실증적 접근방법들을 다룬다. 효과적인 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.

26211 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.

07242 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 실체를 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.

29731 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.

31097 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.

42988 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.

59315 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.

66791 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.

01422 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 할당 문제 등)에 대한 기본개념과 도식적이거나 수학적인 해법에 대한 이해를 포함하여 실제 문제의 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.

38271 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.

11163 물류관리 (Logistics Management) 3-3-0

디지털 시대에 인터넷 마케팅 등을 지원하기 위한 물류개선에 대한 필요성은 더욱 높아지고 있다. 이런 관점에서 본 강좌는 원료 및 자재의 구매, 생산, 분배 및 유통의 제반 활동을 지원하는 공급사슬관리(SCM, Supply Chain Management)적 시각에서 물류의 각 구성 요소별 주제를 다룬다. 또한 물류 개념의 범위를 확대하여, 국가간에 발생하는 물적 흐름인 국제 물류에도 초점을 둔다. 국제물류에 대한 기본적인 이해를 바탕으로 항만 및 항공 물류, 복합일관수송 등의 주제들도 소개된다.

This course is designed to help undergraduate students broaden their understanding of operations problems related to procurement and distribution management. It also presents the concepts and methodologies for effective decision making related to the business logistics management. Topics include the management of transportation and distribution, inventory control, production planning and scheduling, international logistics and logistics organizations.

17320 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.

59316 비즈니스 게임과 시뮬레이션 (Business Games and 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 경영과정에 대해 체계적으로 이해하도록 한다. 필요한 경우 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 CrystallBall. Business Statistics and elementary knowledge and skills in computer are the prerequisites to this class.

01437 경영과 의사결정 (Management and Decision Analysis) 3-3-0

기업의 환경이 더 복잡해지고 미래가 불확실하게 되면서 관리의 과학적 접근법이 필요하게 되었다. 본 강의에서 학생들의 문제해결 능력을 고양시키는데 목표를 두고 서술적 모형과 규범적 모형을 대상으로 모델구축방법과 시스템 이론을 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.

433132 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.

03089 관리경제학 (Managerial Economics) 3-3-0

관리경제학은 위험과 불확실성하에서 운영되는 기업의 의사결정과정에서 경제적 원리와 방법을 적용시키는 학문이다. 또한 관리경제학은 여러 가지 제약조건 하에서 조직의 목표를 가장 효율적으로 달성하는 방법을 찾게 해주며, 기업과 사회의 중요한 경제적 문제에 대한 해법과 분석을 경제 이론과 방법론 등을 통해 설명한다. 본 강좌는 미시경제의 영역인 수요와 생산이론을 기초로 하여 기업의 가격결정 및 수입관리, 투자 의사결정 등의 문제를 다룬다. 기업의 문제를 해결하기 위한 의사결정문제 있어서 가장 중요한 것은 기업이 직면하고 있는 제약을 이해하는 것이다. 이러한 제약은 기업 자신에게 내재되어 있을 수도 있고 혹은 기업외적인 환경에 의해 부과될 수도 있다. 관리경제학은 기업의 문제를 해결하기 위하여 이러한 제약조건들을 고려한 후의 의사결정이라는 현실적인 접근법에 따라 기업이 당면한 실제 문제들을 이론적인 측면에서 심도 있게 다룬다.

The course covers microeconomic concepts relevant to managerial decision-making. Topics include demand and supply analysis, consumer demand theory and pricing decision, forecasting, production and cost analysis, market structure, risk analysis and regulatory theory. Applications, including simulation, are used for an understanding of the economic tools and their potential use for solving real-world problems.

01438 경영과 컴퓨터 (Management And Computers) 3-3-0

본 교과목은 정보화라는 사회적 추세와 기업경쟁력 확보를 위한 정보기술의 활용요구를 만족시키기 위한 도구로서의 컴퓨터의 활용에 관한 제반사항을 다룬다. 강의내용은 크게 3부분으로 구성된다. Part 1. 컴퓨터의 이해와 OS; Part 2. 경영실무에 적용되는 WP, DB, Spreadsheet 등 응용 S/W; Part 3. 컴퓨터 통신과 인터넷.

This course deals with the strategic use of computers and IT in business applications. To accomplish this objective, this course consists of 3 major parts, -Part1. Introduction of computers and OS; Part2. Application S/W such as WP, DB, Spreadsheet etc.; Part3. Computer communications and Internet.

26267 인터넷과 전자상거래 (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 전략 수립, 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.

45711 전자상거래 구축 및 사례 (Electronic Commerce Implementation and The Case Study) 3-1-2

이 과목에서는 전자상거래를 구축하여 운영하는 실습을 통하여 e-비즈니스 전반에 대한 폭넓은 이해를 돕는다. 주로 다루어지는 내용은 데이터베이스, HTML, C# 그리고 자바스크립트와 같은 웹 애플리케이션 구축을 위한 필수요소들이 강의될 것이다. 또한 기업사례를 통하여 전자상거래 우수사례를 발굴하여 발표한다.

This course helps understand how the e-business components interact with each other by implementing web site such as Internet shopping mall. Essential components for web application will be dealt with; Database, HTML, C# and Javascript, etc. It also involves students' presentations about best practices of EC company's web sites all over the world.

01521 경영정보통신 (Business Data Communications) 3-3-0

이 교과목에서는 정보통신기술의 최근 동향과 이를 제반 경영활동에 전략적으로 활용하는 방안을 폭넓게 다룬다. 이를 위해서 통신의 기본개념과 원리, 적용기술, 통신 H/W와 S/W, 네트워크 및 통신경영 등을 학습한다. 또한, 인터넷(Internet)과 인트라넷(Intranet)에 대해서도 강의한다.

This course deals with the technological trends in business data communications and their impacts on strategic business applications. It covers several issues including: knowledge for selecting appropriate communications H/W and S/W; practical application of strategic use of telecommunications/ computer networks; management of telecommunications.

48891 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 및설계 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.

59323 의사결정모형 및 분석 (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.

29744 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 국

내사례를 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.

44556 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.

46844 비즈니스모델개발과 평가 (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.

46695 네트워크 경영 (Network & Management) 3-3-0

디지털 네트워크 시대의 경영자의 소양을 위해 사회연결망, 네트워크과학과 그 응용, 경제학과 사회과학에서의 네트워크 논의, 경영과학에서의 네트워크 기법, Peer-to-Peer 네트워크의 이해와 비즈니스 응용, Ubiquitous Network에 대해서 균형적으로 학습한다.

For the basic capability of managers in digital network age, this course deals with social network, the new science of complex networks, economic and social scientific aspects of networks, management scientific approaches to networks, the understanding of peer-to-peer networks and business applications, and ubiquitous networks etc.

47689 지식경영 (Knowledge Management and Systems) 3-3-0

본 과목은 현대사회의 의사결정과 부가가치의 창출, 그리고 제도적 변화에 가장 핵심적인 요소 중의 하나로 부각되고 있는 ‘지식’을 어떻게 전략적이고 체계적으로 창출하고 관리할 것인가라는 주제를 다룬다. 먼저 지식 정보 이론, 지적자본론 등을 통해 지식이 현 사회 경제 체제에서 차지하는 의미와 역할을 고찰하고, 기업, 정부, 국가 등 각 구성단위가 지식을 효과적으로 창출하고 관리하기 위한 방법론과 사례를 기술/시스템적인 측면을 강조하여 학습하며, 지식경영을 성공적으로 수행하기 위한 전략, 추진 방법론 등과 관련된 이론과 사례를 학습한다. 지식경영시스템의 관점에서 다양한 의사 결정 지원 기법 (사례 기반, 지식 기반, 귀납적 학습, 신경회로망, 유전알고리즘)과 실제 시스템 활용 방법, 현실 적용 사례 등을 학습함으로써, 의사결정지원시스템에 대한 인식을 제고하고 이의 설계/활용 능력을 갖추게 한다.

This course deals with the design and implementation of knowledge management & engineering and decision support & knowledge systems from various disciplines such as decision making theory, knowledge theory, artificial intelligence techniques.

59324 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

48198 eCRM (eCRM) 3-3-0

웹과 모바일 환경에서 발생하는 다양한 데이터를 통합하고 분석하는 방법론을 학습하고 이를 이용하여 eCRM을 구현하기 위한 고객세분화, 캠페인관리, 상품추천 등에 대하여 강의한다. 강의는 다양한 관련논문과 실제 사례 등을 통하여 학생들과의 토론을 중심으로 이루어지며 이 강의를 수강한 학생들은 고객관리에 대하여 깊이 있는 이해를 할 뿐만 아니라 다양한 사례를 분석할 수 있는 능력을 갖게 된다.

This course attempts to enhance students' abilities to deal with the kinds of managing the relationships to customers. The course provides students with an understanding of various theories and concepts pertinent to eCRM such as customer segmentation, campaign management, product recommendation, and so on.

00378 MIS 세미나 (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.

01470 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.

01476 경영영어 (Business English) 3-3-0

고급 경영인으로서 필요한 가장 기본적인 영어실력을 함양하고 나가서 TOEFL, GMAT, GRE 등의 시험과 외국 경영대 학원을 목표로 공부하는 학생들의 기초적 소양을 길러 주는 것을 목표로 한다.

This course provides students with study activities for improving overall english skill in business as well as practice with skills that are needed for TOEIC (Test of English for International Communication)

31017 조사방법론 (Research Methodology) 3-3-0

본 강의는 기업경영에 관련된 현상을 과학적이고 체계적으로 조사 연구하는 목적을 가진다. 이를 달성하기 위해, 문제의 제기, 문헌연구, 결과 분석, 결론, 참고문헌 등을 작성하는 방법을 순차적으로 공부한다. 그리고 자료의 수집 및 분석을 위해서, 설문지 작성법이나 고급통계학 등에 관하여 공부하며, 최종보고서를 작성하여 발표하는 기회를 가진다. SPSS통계패키지가 사용된다.

The purpose of this course is primarily concerned with studying scientific, systematic research on the business phenomena. In order to accomplish this, students learn about the statement of problems, literature survey, analyses of results, conclusions, and reference. In addition, they study the procedure of making questionnaire and the major contents of advanced statistics, with an opportunity of presenting their final reports. SPSS package is provided for this course.

04122 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 크게 4가지로 설정한다. (1) 국제시장에서의 기업활동의 이해, (2) 세계시장에서의 직접투자과 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.

49112 글로벌 경제환경의 이해 (Understanding of Global Business Environment) 3-3-0

본 강좌는 국제경영의 핵심적인 측면에 대한 체계적인 이해를 목적으로 개설한다. 국경을 초월하여 경영활동을 하는 기업을 어떻게 전략적으로 경영해 나갈 것인가에 초점을 둔다. 이문화간의 차이와 정치 및 법률체계의 상이점 등 다국적 기업의 성과에 영향을 미칠 수 있는 중요한 환경적인 영향을 고찰한다. 국가와 지역사회의 차이점에 대한 요소들을 분석하며, 국제적인 업무를 조직하고 통제하는 방법들을 살펴본다.

This course provides a systematic understanding of critical aspects of the international business. We focus on how to strategically manage firms that conduct business across national boundaries. We examine two important environmental influences that can affect the performance of multinational corporations differences across cultures and differences in national systems of politics and laws. We analyze forces that maintain differences between countries and regions. We also explore methods of organizing and controlling international operations.

59327 무역과 경영 (Introduction to Trade) 3-3-0

무역의 역사적 기원과 국제 무역의 흐름을 이론적으로 연구하고, 관세, 다국적기업의 행태, 수출입 절차, 종합 무역상사, 해외자본시장, 세계무역환경과 국제무역사례에 대하여 살펴본다.

Dealing with the law of comparative advantage, international trade equilibrium with increasing cost, the Heckscher-Ohlin Model, alternative trade theory and empirical testing, the terms of trade, growth and trade, system of the world trade organization and so on.

32003 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.

59325 글로벌 경제의 이론과 정책 (Global Economcs: Theory and Policy) 3-3-0

노동생산성과 비교우위론, 무역의 이익과 교역조건, 헉셔-올린 무역이론과 소득분배, 규모의 경제와 무역, 생산요소의 국제적 이동, 무역정책의 수단, 무역정책의 정치경제,特惠무역협정과 다자간무역협정(WTO), 수입대체정책과 수출촉진정책, 무역과 경제발전 등을 다룬다.

Dealing with labor productivity and comparative advantage, gains in trade and terms of trade, Heckscher-Ohlin model and Income distribution, standard trade model, economies of scale and international trade, international factor movement, instruments of trade policy, political economy of trade policy, trade policy in developing countries, and controversies in trade policy.

49061 기업전략경제학 (Strategic Economics) 3-3-0

이 과목은 기업전략을 경제원칙에 입각하여 이해하는 것을 목적으로 한다. 이 과목에서는 전략과 관련된 기본 경제원칙들, 기업의 사업영역, 다각화, 경쟁자와 경쟁, 전략적 몸던지기, 가격경쟁, 진입과 퇴출, 산업분석, 경

쟁우위를 확보하기 위한 전략적 위치잡기, 경쟁우위의 유지, 경쟁우위의 원천들, 주인-대리인 문제, 기업내부의 인센티브, 전략과 기업조직, 기업환경, 힘, 기업문화, 전략과 경영책임자 등에 대해 살펴본다.

The objective of this course is in helping students to understand business strategy through basic economic principles. Topics of this course are followings: Boundaries of the Firm, Diversification, Competitors and Competition, Strategic Commitment, Dynamics of Pricing Rivalry, Entry and Exit, Industry Analysis, Strategic Positioning for Competitive Advantage, Sustaining Competitive Advantage, Origins of Competitive Advantage, Agency and Performance Measurement, Incentives in Firms, Strategy and Structure, Environment, Power, Culture, Strategy and the Manager.

08004 다국적기업론 (Multinational Enterprise) 3-3-0

다국적기업의 경영행태, 생성동기, 타국에 미치는 영향 등을 토론하고 세계적다국적기업과 한국의 다국적기업을 비교 강의함.

This course will explore the determinants of national and regional competitiveness by building on the perspective of multinational enterprise. The course will probe the ultimate determinants of a nation's or region's management that are rooted in the global enterprise strategy and operating practices of locally-based enterprise.

47115 국제경영전략 (International Business Strategy) 3-3-0

본 과목의 목적은 국제경영전략의 핵심적인 맥락을 체계적으로 이해하는데 있다. 글로벌기업들이 국제적으로 어떻게 전략적으로 핵심경영전략을 해외기업환경에 적응시키는가에 초점을 둔다. 오늘날 다국적기업들에게 폭넓은 글로벌전략이 요구되기 때문에 종합적이고 범세계적인 측면에서 이러한 글로벌 전략에 대한 이해가 요구된다.

This course provides a systematic understanding of critical aspects of the international business strategy. We focus on how to strategically manage global firms that operate in foreign countries by adapting their core business strategy to international environments. As multinational corporations today need comprehensive global strategies, students are required to understand such strategies on an integrated and worldwide basis.

01561 경영특강 (Special Topics in Management) 3-3-0

경영학 분야에서 최근 토픽을 선정하여 학생들로 하여금 실질적인 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.

59333 윤리경영 (Business Ethics) 3-3-0

현대 사회에서 강조되고 있는 기업의 사회적 책임, 경영인의 도덕적 품격 등에 관한 관심을 전통윤리와 접합하면서 이해하고 강조하고자 하는 것이 이 과목의 목적이다. 기업윤리 및 기업의 사회적 책임과 관련된 다양

한 국내외의 사례를 다루면서, 윤리적인 가치관과 기업경영에서 발생하는 제반 문제들을 어떻게 해석하고 조화시키며, 접합시킬 수 있는가 하는 것이 주된 관심사이다.

59334 유세미나 (You Seminar) 1-1-0

표준화된 경영대학의 교과과정의 단점을 보완하여, 경영대학의 비전인 21C 지식사회에 적합한 글로벌 경영인 양성이라는 교육이념을 구현하기 위한 과목이다. 자유로운 형식으로 지도교수가 운영하는 세미나를 통하여 형식적인 학생지도 차원을 넘어, 진정한 의미에서의 진로지도를 실현하며, 교수와 학생들의 상호 소통과 이해를 높여 신뢰와 화합을 도모한다. 또한 학생들로 하여금 지도교수의 전공영역에 관련된 심도 있는 연구를 이해할 수 있는 기회를 제공한다. 경영대학의 모든 교수들이 참여하여 다양하고 광범위한 주제를 중심으로, 경영대학 2학년 1학기부터 4학년 1학기에 있는 학생들을 대상으로 세미나 형태로 소규모 모임으로 운영된다. 학생들은 한 학기에는 1학점만 신청가능하며, 3번 신청하여 3학점 이상 취득하여야 졸업논문을 대체할 수 있다.

48524 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.

회사법(Law of Corporations) 3-3-0

본 과목은 경영학부 학생을 대상으로 상법총칙의 기본적인 내용과 회사법을 강의한다. 회사법의 기초 이론 강의와 함께 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.

24818 유가증권법(Commercial Papers Law) 3-3-0

본 강좌에서는 유가증권, 어음 및 수표의 개념과 종류에 대해 살펴보고 어음수표법의 기본원리를 이해시키는 데 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.