

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 교육목적을 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), 경영학원론(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), 보험학원론(3), 기업재무론(3), 금융리스크관리(3), 금융자산론(3), 금융시장론(3), 금융모델링및프로그래밍(3), 연금론(3)
	마케팅	소비자행동론(3), 유통관리론(3), 국제마케팅(3), 마케팅조사론(3), 마케팅전략(3), 광고론(3), 브랜드관리(3), 영업관리론(3), 마케팅애널리틱스(3)
	인사조직	인적자원관리(3), 노사관계론(3), 전략경영론(3), 리더십개발(3), 조직개발(3), 조직이론(3), 피플애널리틱스(3), 미래전략과디자인씽킹(3), 리더십과시스템(3)
	생산운영	경영과학(3), 품질경영(3), 공급사슬관리(3), 디지털서비스생태계:설계와운영(3), 운영전략(3), 경영시뮬레이션(3)
	MIS	의사결정모형및분석(3), 경영프로그래밍(3), 전자상거래(3), 디지털미디어경영(3), 데이터기반경영전략(3), 데이터관리및응용(3), A비즈니스(3), 비즈니스애널리틱스(3), 생성형AI응용(3)
	경영대학 공동 (미래경영)	경영수학(3), 경영특강(3), 경영커뮤니케이션(3), 경영세미나(3), 경제학원론(3), 미래산업과경영혁신(3), 기업과사회-부의공진화게임(3), 캡스톤디자인(경영학)(3), 캡스톤디자인2(경영학)(3), 독립심화학습1(경영학과)(3), 독립심화학습2(경영학과)(3), 통계기반데이터분석(3), ESG경영(3), 경영과철학(3), 전사적자원관리(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	29	12	18	33	63
다전공	120	29	12	18	9	39

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

2) 다전공과정: 경영학전공자로서 타전공을 다전공과정으로 이수하거나, 타전공자로서 경영학전공을 다전공과정으로 이수하는자는 전공기초 12학점, 전공필수 18학점을 포함하여 전공학점 39학점 이상 이수하여야 한다.

③ 경영학과에서 개설한 영어전용트랙 또는 데이터사이언스&컨설팅트랙을 이수하고자 하는 자는 본 시행세칙에서 지정한 소정의 트랙 이수학점을 충족하여야 한다.

제6조(졸업논문) ① 졸업논문제는 따로 실시하지 않으며, 졸업시험을 통과한 자는 학칙 제57조(졸업논문)에서 정한 졸업논문심사를 통과한 것으로 본다.

② 경영학전공을 단일전공과정 또는 다전공하는 자는 본전공에서 정한 졸업시험을 통과해야 한다.

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 다음과 같은 경우는 졸업시험을 대체할 수 있다.

1) 현장실습(장/단기), 창업현장실습, 캡스톤디자인(경영학) 중 하나를 이수하여 학점을 취득한 자

2) 공인회계사 자격시험 1차 또는 최종 합격자

3) 한국연구재단 등재지(등재후보지) 또는 국제학술지(SCOPUS/SCI/SCIE/SSCI급)에 주저자(제1저자 혹은 교신저자)로 논문을 게재한 자

4) 교내 및 교외[정부, 지방자치단체, 공공기관, 공인된 학술단체나 협회, 등록된 시민단체(봉사단체)나 민간단

체(법인체) 등]에서 수상 및 공훈실적이 있거나 전공 관련 공인된 경진대회 등에서 입상하여 학과장의 승인을 받은 자

5) 스타트업 혹은 창업사업체(기업)의 설립 혹은 경영(운영)에 핵심경영진으로 참여하여 학과장 승인을 받은 자

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

② 경영대학 내 전공을 다전공하는 경우에는 전공과목이 일부 중복 인정된다. 구체적으로 경영학전공자가 회계·세무학 전공(혹은 빅데이터응용학전공)을 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				
소속 전공	제1전공	제2전공		경영	회계·세무	빅데이터	경영	회계·세무	빅데이터		
경영학	경영학		12	15	3	-	9	-	-	39	51
		회계·세무학	-	-	9	-	-	3	-	12	
경영학	경영학		12	15	3	-	9	-	-	39	57
		빅데이터응용학	-	-	-	9	-	-	9	18	

다전공 유형				전공							전공 소계	전공 계
				전공 기초	전공필수			전공선택				
소속 전공	제1전공	제2전공	제3전공		경영	회계·세무	빅데이터	경영	회계·세무	빅데이터		
경영학	경영학			12	15	3	-	9	-	-	39	69
		회계·세무학		-	-	9	-	-	3	-	12	
			빅데이터응용학	-	-	-	9	-	-	9	18	
경영학	경영학			12	15	3	-	9	-	-	39	69
		빅데이터응용학		-	-	-	9	-	-	9	18	
			회계·세무학	-	-	9	-	-	3	-	12	

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) 해외 연수학점, 취·창업스쿨 관련 학점, 교직원관련 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 경영학전공 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(데이터사이언스&컨설팅트랙) ① 경영학과 데이터를 활용한 기업 의사결정 방식 변화에 따라 데이터기반 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 6 데이터사이언스&컨설팅트랙’에서 지정한 교육과정을 이수하여야 한다.

④ 데이터사이언스&컨설팅트랙은 2015학번부터 이수 가능하다.

제14조(전공과목 설치 및 폐제) 전공과목의 설치와 폐제는 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 폐제될 수 있다.

제15조(타 전공자 선수과목 이수) ① 타전공자가 경영학전공 과목을 이수하고자 할 경우, 경영통계학, 경영학원론, 회계원리 3과목을 선수강한 이후에 여타의 전공과목을 이수할 수 있다.

② 예외 사항은 경영학과장의 심사 후 경영대학장이 별도로 결정할 수 있다.

제16조(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 또는 경영대학 개설 SW교과목을 이수하여야 한다.

제17조(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.

제18조(타 전공 동일 교과목의 전공인정) ① 과목코드(학수번호)가 상이하나 타 전공에서 동일한 교과목을 이수한 경우 이수과목 변경을 통하여 전공과목으로 인정하도록 한다.

② 경영대학 내 전공과 타 단과대학의 전공을 복수로 전공하는 학생의 경우 타 전공에서 이수한 동일한 교과목을 중복으로 인정할 수 있다.

제19조(마이크로디그리 이수) ① ESG경영 마이크로디그리 과정을 이수하고자 하는 자는 ‘별표7 마이크로디그리 이수체계도’에서 지정한 소정의 학점을 충족하여야 한다.

② 타 전공자 중 마이크로디그리를 이수하고자 하는 경우에는 선수과목 이수조항을 예외로 할 수 있다(마이크로디그리 운영지침 제3조 ④항).

제20조(외국인유학생 졸업요건) ① 2024학년도부터 한국어트랙으로 입학한 외국인유학생은 졸업 전까지 한국어능력시험(TOPIK) 4급 이상을 취득해야 한다. 단, 영어트랙 외국인유학생은 제외한다.

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 2018학번부터 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.

부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2022년 3월 1일부터 시행한다.

부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2023년 3월 1일부터 시행한다.

부 칙

제1조(시행일) 본 시행세칙은 2024년 3월 1일부터 시행한다.

제2조(다전공 과정 및 타 전공자 선수과목 이수 의무 관련) 제7조(다전공) ①항 및 제15조(타 전공자 선수과목 이수 의무) ①항의 선수과목(경제학원론에서 경영학원론으로)변경과 관련하여 2025학년도까지 경제학원론도 선수과목으로 인정할 수 있으며, 이 경우 선수과목은 경영통계학, 경제학원론, 회계원리가 된다.

[별표]

1. 교육과정 편성표 1부.
2. 타전공인정과목표 1부.
3. 전공 교과목 해설 1부.
4. 교육과정 이수체계도 1부.
5. 영어전용트랙과정 이수체계도 1부.
6. 데이터사이언스&컨설팅트랙 이수체계도 1부.
7. 마이크로디그리 이수체계도 1부.
8. 경영학과(전공) 전공능력 1부.

[별표1]

교육과정 편성표

전공명: 경영학과 경영학전공 (Major in Management)

순번	이수구분	교과목명	학수번호	학점	시간				이수 학년	개설학기		교과구분					비고
					이론	실기	실습	임상		1학 기	2학 기	부전 공	영어전 용트랙	문제해결 형교과	교직기 본이수	PN 평가	
1	전공기초	경영통계학	MGMT1001	3	3				1	○	○						
2	전공기초	책임경영	MGMT1003	3	3				1	○	○						
3	전공기초	경영학원론	MGMT1007	3	3				1	○	○						
4	전공기초	회계원리	ACCT1001	3	3				1	○	○						
5	전공필수	관리회계1	ACCT1002	3	3				1	○	○						
6	전공필수	경영정보시스템	MGMT2001	3	3				2	○	○						
7	전공필수	마케팅원론	MGMT2002	3	3				2	○	○						
8	전공필수	생산운영관리	MGMT2003	3	3				2	○	○						
9	전공필수	재무관리	MGMT2004	3	3				2	○	○						
10	전공필수	조직행동론	MGMT2005	3	3				2	○	○						
11	전공필수	졸업논문(경영학)	MGMT4025	0	0				4	○	○						○
12	전공선택	경제학원론	MGMT1002	3	3				1	○	○						
13	전공선택	경영수학	MGMT1004	3	3				1	○	○						
14	전공선택	경영커뮤니케이션	MGMT1005	3	3				1	○	○						
15	전공선택	통계기반데이터분석	MGMT1006	3	3				1	○	○						
16	전공선택	경영과학	MGMT2006	3	3				2	○	○						데이터사이언스&컨설팅트랙
17	전공선택	리더십개발	MGMT2007	3	3				2	○	○						
18	전공선택	소비자행동론	MGMT2008	3	3				2	○	○						
19	전공선택	투자론	MGMT2010	3	3				2	○	○						
20	전공선택	경영프로그래밍	MGMT2011	3	3				2	○	○						데이터사이언스&컨설팅트랙
21	전공선택	금융자산론	MGMT2012	3	3				2	○	○						
22	전공선택	경영과학	MGMT2013	3	3				2		○						
23	전공선택	ESG경영	MGMT2014	3	3				2	○							
24	전공선택	경영시뮬레이션	MGMT3001	3	3				3	○	○						
25	전공선택	국제마케팅	MGMT3004	3	3				3	○	○						
26	전공선택	금융파생상품론	MGMT3006	3	3				3	○	○						
27	전공선택	노사관계론	MGMT3007	3	3				3		○						
28	전공선택	마케팅조사론	MGMT3008	3	3				3	○							데이터사이언스&컨설팅트랙
29	전공선택	보험학원론	MGMT3009	3	3				3	○	○						
30	전공선택	유통관리론	MGMT3012	3	3				3	○	○						
31	전공선택	의사결정모형및분석	MGMT3013	3	3				3	○	○						데이터사이언스&컨설팅트랙
32	전공선택	인적자원관리	MGMT3014	3	3				3	○	○						
33	전공선택	전략경영론	MGMT3016	3	3				3	○	○						
34	전공선택	품질경영	MGMT3020	3	3				3	○							
35	전공선택	미래산업과경영혁신	MGMT3022	3	3				3	○	○						
36	전공선택	비즈니스애널리틱스	MGMT3024	3	3				3	○	○						데이터사이언스&컨설팅트랙
37	전공선택	데이터관리및응용	MGMT3033	3	3				3	○							
38	전공선택	전자상거래	MGMT3034	3	3				3	○							
39	전공선택	금융시장론	MGMT3036	3	3				3	○	○						
40	전공선택	조직이론	MGMT3037	3	3				3	○	○						
41	전공선택	데이터기반경영전략	MGMT3038	3	3				3		○						데이터사이언스&컨설팅트랙
42	전공선택	전자적자원관리(ERP)	MGMT3333	3	3				3	○					○		
43	전공선택	금융모델링및프로그래밍	MGMT3334	3	3				3	○	○						
44	전공선택	연금론	MGMT3335	3	3				3		○						
45	전공선택	운영전략	MGMT3336	3	3				3	○	○						
46	전공선택	디지털서비스생태계:설계와운영	MGMT3337	3	3				3	○	○						
47	전공선택	경영세미나	MGMT3339	3	3				3	○	○						
48	전공선택	생성형AI 응용	MGMT3340	3	3				3								
49	전공선택	경영특강	MGMT4004	3	3				4	○	○						
50	전공선택	공급사슬관리	MGMT4006	3	3				4		○						

51	전공선택	광고론	MGMT4007	3	3				4	○							
52	전공선택	금융리스크관리	MGMT4009	3	3				4		○						
53	전공선택	기업재무론	MGMT4010	3	3				4	○							
54	전공선택	디지털미디어경영	MGMT4011	3	3				4	○							
55	전공선택	마케팅전략	MGMT4012	3	3				4	○	○						
56	전공선택	브랜드관리	MGMT4014	3	3				4		○						
57	전공선택	조직개발	MGMT4021	3	3				4		○						
58	전공선택	영업관리론	MGMT4028	3	3				4	○							
59	전공선택	캡스톤디자인(경영학)	MGMT4030	3					4	○	○					○	데이터사이언스&컨설팅트랙
60	전공선택	기업과사회-부의공진화게임	MGMT4033	3	3				4	○							
61	전공선택	독립심화학습1(경영학과)	MGMT4034	3	3				4	○	○					○	데이터사이언스&컨설팅트랙
62	전공선택	캡스톤디자인2(경영학)	MGMT4035	3					4	○	○					○	데이터사이언스&컨설팅트랙
63	전공선택	독립심화학습2(경영학과)	MGMT4036	3	3				4	○	○					○	데이터사이언스&컨설팅트랙
64	전공선택	AI비즈니스	MGMT4037	3	3				4	○							
65	전공선택	피플애널리틱스	MGMT4042	3	3				4	○							
66	전공선택	미래전략과디자인씽킹	MGMT4043	3	3				4	○							
67	전공선택	리더십과시스템	MGMT4044	3	3				4	○							
68	전공선택	마케팅애널리틱스	MGMT4047	3	3				4	○	○						
69	전공선택	상업교재연구및지도법	MGMT3331	3	3				3		○					○	
70	교직전선	상업교육론	EDU3330	3	3				3	○						○	
71	교직전선	상업논리및논술	EDU3332	3	3				3	○	○					○	
72	교직전선	상업교수법	EDU4108	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 /빅데이터응용학과	-	회계·세무학과 /빅데이터응용학과 에서 개설되는 모든 전공과목		전공선택	
2	정경대학	사회학과	SOC2012	사회심리학	3	전공선택	
3		경제학과	ECON1004	경제수학	3	전공선택	
4			ECON2042	미시경제학	3	전공선택	
			ECON2043	거시경제학	3	전공선택	
5			ECON3052	노동경제학	3	전공선택	
6			ECON3041	SAS를이용한고급계량경제학	3	전공선택	
7			ECON3031	화폐금융론	3	전공선택	
8			ECON3001	산업조직론	3	전공선택	
9			ECON4053	공공경제학	3	전공선택	
10		무역학과	TRADE3006	국제무역론1	3	전공선택	

※ 단일전공자에 한하여 경영대학 내 타전공의 전공과목을 포함하여 타 대학 또는 학부(과)의 전공과목도 9학점
까지 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.

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.

MGMT1007 경영학원론 (The Principle of Management) 3-3-0

경영학을 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 이해시키는데 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.

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

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.

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 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.

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 부가가치공정들(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.

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.

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. 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.

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.

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.

MGMT3334 금융모델링 및 프로그래밍 (Modeling and computer programming in finance) 3-3-0

본 교과목은 다양한 재무금융 문제를 해결하기 위한 모델링 방법을 제공하고, 통계, 수치분석 및 시뮬레이션 기법을 구현하는 컴퓨터 프로그래밍을 다룬다.

This course provides modeling methods to solve various financial problems and deals with how to implement

statistical, numerical, and simulation techniques using computer programming languages.

MGMT3335 연금론 (Introduction to Pensions) 3-3-0

이 과목은 노후복지금융제도로써 도입된 다층적 연금제도를 다루며 각 제도별 운영 철학 그리고 미래 전망 등을 학습한다. 특히 국민연금제도는 재정적 지속가능성을 위한 연금개혁 및 연금정치 등 현안 이슈를 평가하고 사적연금제도인 퇴직연금제도와 개인연금제도는 수익률 제고를 위한 다양한 자산운용방법들을 다룬다. 아울러 노인빈곤문제와 관련성이 높은 주택연금제도, 기초연금제도 또한 강의 범위에 둔다.

This course covers the multi-tier pension system introduced as an old-age welfare financing system and learns the operational principles and future visions for each system. In particular, the national pension system evaluates current issues, such as pension reform and pension politics for financial sustainability. Private pension system, including company and personal pension plans, deals with various asset management strategies designed to improve returns. In addition, housing pension system and basic pension system, which are highly related to the social issues of old-age poverty, are also included in the scope of the lecture.

- 전공선택(마케팅)

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

현대 마케팅의 요체는 소비자이다. 소비자의 행동에 영향을 미치는 외적 환경요인과 내적 심리적 요인의 내용 및 특성을 규명하고 소비자가 특정상황에서 어떠한 의사결정과정을 거치게 되는가를 조사한다. 그래서 소비자가 왜 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 도출된 정보를 실제적인 의사결정에 효과적으로 적용하는 능력을 배양하게 된다.

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

MGMT4012 마케팅전략 (Marketing Strategy) 3-3-0

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

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

MGMT4007 광고론 (Advertising) 3-3-0

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

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

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.

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 tow 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.

MGMT4047 마케팅애널리틱스 (Marketing Analytics) 3-3-0

이 과목은 마케팅 의사결정을 위해 필요한 시장과 고객에 대한 정보를 데이터 과학과 마케팅 이론을 토대로 생산해 내는 방법론을 소개한다. 구체적으로, 빅데이터와 스몰데이터, 1차자료와 2차자료를 포함한 다양한 소스의 데이터를 결합하고 통계 및 머신러닝 방법과 마케팅 이론을 연결하여 실행 가능한 인사이트를 도출하는 방법과 과정에 대해 설명한다. 수강생들은 마케팅 문제해결을 위한 데이터 분석 방법을 다양한 분석도구를 혼합하여 개발하고 이를 실제 데이터에 적용하는 과정을 실습과 프로젝트를 통해 경험하게 된다.

This course introduces students to the fundamentals of data-driven marketing, including topics from marketing research and analytics. It examines many different sources of data available to marketers, including data from customer transactions, surveys, pricing, advertising, and A/B testing, and how to use those data to guide decision-making. Through real-world applications from various industries, including hands-on analyses using modern data analysis tools, students will learn how to formulate marketing problems as testable hypotheses, systematically gather data, and apply statistical tools to yield actionable marketing insights.

- 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.

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.

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.

MGMT4042 피플애널리틱스 (People Analytics) 3-3-0

빅데이터, 머신러닝, 인공지능의 등장과 더불어 의사결정권자들이 인적자원 부서에 대해 보다 객관적 증거를 요구하고 있습니다. 인적자원 부서도 증거기반경영(Evidence Based Management)에 입각해서 대안을 제시하는 방향으로 발전해야 합니다. 이를 위해서는 인사부서를 담당하는 담당자들의 People Analytics 역량이 필요합니다. 본 과목은 비판적이고 날카로운 시각을 바탕으로, 조직 내 HR이슈를 도출하여 가설을 수립하고, 데이터를 수집하여 분석하고, 인적자원관리 활동에 의미 있는 시사점을 제시할 수 있는 역량을 함양하는 것을 목표로 합니다.

With the advent of big data, machine learning, and artificial intelligence, decision makers are demanding more objective evidence from human resources departments. The human resources department must also develop to present alternatives based on evidence-based management. To achieve this, people in charge of the human resources department need people analytics capabilities. Based on a critical and sharp perspective, this course aims to develop the ability to derive HR issues within an organization, establish hypotheses, collect and analyze data, and present meaningful implications for human resource management activities.

MGMT4043 미래전략과디자인씽킹(Future strategy and design thinking) 3-3-0

미래에 관한 올바른 예측력을 바탕으로 경쟁력을 확보할 수 있는 전략을 도출하고 그 전략을 실행할 능력을 배양한 총괄 경영인을 배출하는 것은 경영학과 교육의 핵심 과제다. 그 어느 때보다 불확실한 미래를 앞두고 있는 이 시대에 경영전략의 역량과 소양을 갖추는 것은 경영학도의 학습 과제이기도 하다. 본 강좌는 불확실한 외부환경의 변화를 분석하여 대응가능한 미래를 창출하고, 혁신과 창의력을 품은 문제해결 방식을 만들고 실행하는 데 실질적 도움을 주는 여러 전략기법에 관한 학습 기회를 제공한다. 수강생은 시스템 사고를 기반으로 시나리오 플래닝을 실행하며 미래 예측을 수행하고, 디자인 씽킹을 통해 창의와 혁신을 갖춘 해결책을 모색하는 제반 과정에 관해 폭넓은 식견과 실행력을 익히게 될 것이다.

To produce the general managers who are able to predict the future in right ways, develop proper strategies, and implement the selected strategy is the priority task of business education. Facing the era of an uncertain future than ever before, the business students also have to build up the knowledge and capabilities of business strategy. The purpose of this course is to provide the opportunities to learn about how to make prediction about the future of great uncertainty, create innovative solutions through creative problem solving methods, and implement the solutions. In a branch course of strategic management like this, students will learn specifically about strategic techniques such as system thinking, scenario planning, and design thinking, therefore expectedly building up insightful knowledge about various strategic techniques.

MGMT4044 리더십과시스템(Leadership and Systems) 3-3-0

본 과목에서는 시스템적 관점에서 리더십과 관련된 이론적, 실증적, 응용 주제들을 학습한다. 포괄적인 차원에서 리더십은 리더, 구성원, 그리고 상황적 요소로 형성된 통합적 시스템이라고 볼 수 있다. 이러한 관점을 바탕으로 경영과학의 미시적 기반 및 거시적 접근을 통해 학생들에게 리더십 시스템을 이해하는 시야를 갖출 수 있도록 하는 것이 본 과목의 목표이다. 특히 개인 수준(리더와 구성원의 성향/경향), 상호수준(리더와 구성원 간의 대인관계), 그룹/팀 수준(리더십 프로세스 및 리더의 출현), 집단수준(리더 네트워크 및 구조)의 시스템적 관점을 기반으로 기업 내외에서 발생하는 리더십 현상을 살펴보고 이해하기 위하여 다양한 이론, 가정, 프레임워크, 접근법을 탐구한다. This course is aimed to understand the theoretical, empirical, and application issues in leadership through the systems viewpoint. Broadly speaking, leadership is an integrative system composed of leaders, followers, and contexts. In this class, students will comprehend the leadership system using micro-foundation and macro-perspectives of managerial science.

Various theories, underlying assumptions, frameworks and approaches to understand leadership phenomena in business organizations are explored through the systematic viewpoints of independent individuals (leaders or followers characteristics), unique dyads (leader-follower interpersonal relationships), groups/teams (leadership process and emergence), and collectives (leadership network and structure).

- 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 수학적인 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 전략적의미를 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.

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.

MGMT3337 디지털서비스생태계:설계와운영 (Digital Service Ecosystems: Design & Operations) 3-3-0

디지털 서비스 생태계는 기존의 선형적 가치사슬 및 공급사슬과는 다른 방식으로 제품과 서비스를 생산하고 공급한다. 대부분의 경우 디지털 서비스 생태계는 디지털 플랫폼을 기반으로 하며, 생태계 참여자 중심의 거래 환경에서 여러 이해관계자가 연결되 가치를 창출하고 수익을 배분하는 방식을 취한다. 디지털 서비스 생태계의 설계와 운영은 디지털 기술 혁신에 기반하여 이루어지지만, 본 과정에서는 기술적인 측면보다 플랫폼과 생태계 비즈니스모델에 초점을 맞춘다. 예를 들어, 두 개 이상의 집단 간 상호작용을 통해 가치를 창출하는 양면시장과 네트워크 외부성이 대표적인 예이다. 본 과정에서는 서비스 생태계가 성공적으로 운영되기 위한 여러 운영 의사결정과 더불어 생태계 아키텍처의 설계 및 참여자 간 상호작용과 가치 창출을 관리하는 거버넌스 메커니즘 등을 공부한다.

The digital service ecosystem produces and supplies products and services differently from conventional linear value chains or supply chains. In most cases, the digital service ecosystem is organized and governed by a platform, and multiple stakeholders in the ecosystem are connected to create value and share profits. The design and operations of the digital service ecosystem are based on digital technology innovation, but this course focuses on the platform ecosystem business model rather than the relevant technologies: for example, two-sided markets and network externality that create value through interactions between two or more parties in the ecosystem. In this course, students will study several operations decisions for the service ecosystem, as well as the architectural design and governance mechanism of the ecosystem for successful management of interactions and value creations.

MGMT3336 운영전략 (Operation Strategy) 3-3-0

운영전략(Operations Strategy)은 영리기업의 궁극적 목적을 달성하기 위한 기업활동에 있어 경쟁우위를 만들기 위한 주요 원천이며 뿐만 아니라 비영리조직에서 사회 복지와 같은 주요 목표를 효과적 또는 효율적으로 달성하기 위한 주요 기본 수단이다. 운영전략 강좌는 운영관리의 세분화된 미시적 관점에서 탈피하여 조직의 통합적 관점에서 거시적으로 운영적 의사결정을 하는데 그 목적을 두고 있다. 조직 내의 프로세스(processes), 각 기능(functions) 간의 이해 및 공급사슬(supply chain) 내의 구성요소들을 이해함으로써 기업의 최고의 전략적 위치 선정 및 운영적 의사결정을 하는데 그 역할을 있다고 할 수 있다. 이 강좌에서는 운영전략 부분의 주요 활동 및 의사결정에 대해 학습하고 다양한 산업별 분야와 기업들의 사례들을 통해 미래의 예측해보고 과학적이고 합리적인 전략적 의사결정을 실행하는데 그 목적을 두고 있다.

Operations strategy is a major source of competitive advantage in for-profit businesses and the route to achieving social welfare in not-for-profit organizations. The objective of this course is to provide a treatment of operations strategy that is clear, well-structured and interesting. It also seeks to apply some of ideas of operations strategy to variety of businesses and organizations. This course provides a logical path through the key activities and decisions of operations strategy.

MGMT3001 경영시뮬레이션(Business Simulation) 3-3-0

시뮬레이션은 시스템의 복잡성으로 인해 수리적 분석이 불가능한 경우에도 분석 대상 시스템의 구성 요인들간의 관계를 모형화함으로써 관심 특성치에 대한 분석을 가능하게 한다. 특히 확률적 행위들로 구성된 모형의 분석에 적합한 분석 도구이다. 경영학의 마케팅, 재무, 생산 등의 분야에 대한 경영사례를 시뮬레이션을 적용하여 분석하고, 보다 합리적인 경영의사결정 과정을 체계적으로 이해하도록 한다. Crystal Ball과 @RISK와 같은 Excel-based 시뮬레이션 소프트웨어를 이용한 연습과 term project를 수행한다.

The simulation enables the analysis of characteristics of interest by modeling the relationship between the components of the system to be analyzed even when mathematical analysis is impossible due to the complexity of the system. In particular, it is an analysis tool suitable for the analysis of a model composed of probabilistic behaviors. Simulation is applied to analyze management cases in areas such as marketing, finance, and production in business administration, and to systematically understand the more rational management decision-making process. Perform exercises and term projects using Excel-based simulation software such as Crystal Ball and @RISK.

- 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.

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 블록체인이라는 새로운 전자상거래 인프라 기반에서 더욱 안전하고 신뢰할 수 있는 거래가 이루어질 것이다. 카카오택시, 배달의 민족 등과 같은 새로운 비즈니스 모델(O20서비스)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 (O20 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.

MGMT3038 데이터기반경영전략 (Data Driven Business Strategy) 3-3-0 * 과목명변경

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.

MGMT3024 비즈니스애널리틱스 (Business Analytics) 3-3-0

본 수업을 통해 학생들은 경영분석이 무엇인지 배우게 될 것이다. 비즈니스 애널리틱스란 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 모형을 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.

MGMT4037 AI비즈니스 (AI Business) 3-3-0

인공지능(AI)의 올바른 정의와 발전 역사를 이해하고, AI의 여러 방법론과 응용 분야에 대해서 개관한다. 이를 위

해 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.

MGMT3340 생성형AI응용(Generative AI and Implications) 3-3-0

생성형인공지능은 우리가 컴퓨터, 모바일 등을 활용해 소통하는 방식을 완전히 바꾸고 있다. 이 수업에서는 학생들은 생성형인공지능의 개념에 대해 배울 것이다. 또한, 생성형인공지능을 어떻게 비즈니스 현장에서 활용을 할지 배우게 될 것이다. 기술적으로 또한 SoTA 기술 및 LLM 모델 등을 배워, ChatGPT 활용 방안을 배우고, StableDiffusion 기술과 응용방안에 대해 논의하게 될 것이다. 특히, 비즈니스 측면에서 이런 기술들을 어떻게 적용해 나가고 경쟁우위를 가지고 되는지 학생들은 배우게 될 것이다.

Generative AI is changing our definition of the way of interacting with machines, mobiles and computers. In this course, students will learn the concept of Generative AI, where we will cover both the theoretical foundations of Generative models (e.g., Txt2Txt, Img2Txt, Txt2Img, Img2Txt) and business implications. We will also discuss the SoTA technology of Transformers, Language models, Large LM or LLM like Generative Pre-trained Transformers (GPT), paving the way to ChatGPT for Text Generation, and GANs, Diffusion models like DALL-E and StableDiffusion for Image Generation. In addition, we will cover the practical perspectives, where we will deploy such techniques in real world problems. For example, we will discuss the challenges and opportunities that generative AI creates for businesses and will discuss the best practices behind training and deploying them, where it will be able to make good decisions for firms and more quickly build working processes.

- 전공선택(경영대학 공통(미래경영)과목)

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.

※ 회사법, 유가증권법, 재무제표분석, 가치평가론은 회계세무학과 교육과정으로 이동(회세 전선과목)

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.

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.

MGMT3333 전사적자원관리 (Enterprise Resource Planning) 3-3-0

고객만족의 가장 기본이 신속하고 정확한 업무처리이다. 이것은 각 부서간 정보공유를 위한 인프라와 통합정보시스템(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.

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 몰입하

여 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.

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 의사결정하는 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.

MGMT2014 ESG 경영(ESG Performance Management) 3-3-0

본 과목은 2000년대 이후 UN PRI를 중심으로 전세계 기관 투자자들의 관심이 집중되고 있는 ESG(Environmental, Social, and Governance) 성과관리의 의미와 ESG 프레임워크를 중심으로한 기업경영의 전반적인 리스크 관리의 방법론을 학습한다. ESG 성과관리의 각 구성 요소를 소개하고 이러한 구성 요소가 통합되어 기업과 해당 이해 관계자에게 영향을 미치는 방법에 대한 통찰력을 학생들에게 심어주는 것이 이과목의 목표다.

This course introduces the meaning of ESG (Environmental, Social, and Governance) performance management, which has been attracting attention from institutional investors around the world centering on the UN PRI since the 2000s. It also provides students with understanding of the methodology of overall risk management of corporate management centered on the ESG framework. The overall objective of this course is to introduce each component of ESG performance management to students to obtain insight into how these components can be integrated to affect businesses and their stakeholders.

MGMT2013 경영과철학(Management and Philosophy) 3-3-0

본 과목은 경영학의 역사를 철학 사상적으로 조명하고, 인간, 기업, 자본, 사회와 환경 등 기업 경영의 주요 주제에 대해 철학적 접근의 이해를 학생들에게 제공한다. 의사결정, 팀 작업, 협상, 성과 관리와 리더십, 회계, 마케팅, 생산전략 등 기업경영의 여러 주제에 대한 철학적 사유와 분별있는 판단역량을 학생들로 하여금 키울 수 있도록 하고, 비판적 사고와 문제 해결 역량을 통해 경쟁이 치열한 비즈니스 세계에서 이를 적용할 수 있도록 함으로서 지혜로운 책임경영을 실천할 수 있도록 하는 것이 본 과목의 목표다.

The purpose of this course is to provide students with an understanding of the philosophical history of management and philosophical reasoning to the main topics of business management, such as people, business, capital, society and the natural environment. This course is to enable students to develop philosophical reasoning and discerning judgment skills on various topics of corporate management such as decision-making, team work, negotiation, motivation, leadership, accounting, marketing, production strategy, and develop critical thinking and problem-solving skills. The goal of this course is to provide students with wisdom to practice responsible

management by applying philosophical reasoning in the fiercely competitive business world.

MGMT4033 기업과사회-부의공진화게임 (Business & Society: Co-evolutionary Games of 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.

MGMT3339 경영세미나 (Business Seminar) 3-3-0

본 과목은 경영분야의 실무와 학계의 최신 이론이나 방법론에 관하여 학생들의 전반적인 이해를 증진시키는 데 목적을 두고 있다

The purpose of this course is to provide comprehensive understanding of the most recent trend of academic research and managerial practices in the area of business and management study to the undergraduate students

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

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.

MGMT3331 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.

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.

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	경영통계학 경영학원론 책임경영 회계원리			
재무금융		재무관리 투자론 금융자산론	금융파생상품론 보험학원론 금융시장론 금융모델링및프로그래밍 연금론	금융리스크관리 기업재무론
마케팅		마케팅원론 소비자행동론	마케팅조사론 유통관리론 국제마케팅	마케팅전략 브랜드관리 광고론 영업관리론 마케팅애널리틱스
인사조직		조직행동론 리더십개발	전략경영론 조직이론 인적자원관리 노사관계론	조직개발 피플애널리틱스 미래전략과디자인씽킹 리더십과시스템
생산운영		생산운영관리 경영과학	품질경영 운영전략 디지털서비스생태계:설계와 운영 경영시뮬레이션	공급사슬관리 기업과사회-부의공진화게임
MIS		경영정보시스템 경영프로그래밍	의사결정모형및분석 데이터관리및응용 전자상거래 비즈니스애널리틱스 데이터관리기반경영전략 생성형AI응용	시비즈니스 디지털미디어경영
경영대학 공통과목	경영수학 경영커뮤니케이션 통계기반데이터분석 경제학원론 관리회계1	ESG경영 경영과학	미래산업과경영혁신 경영세미나	경영특강 졸업논문(경영학) 캡스톤디자인(경영학) 캡스톤디자인2(경영학) 독립심화학습1(경영학과) 독립심화학습2(경영학과) 기업과사회-부의공진화게임

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(33학점) 학점 중 전체영어강의 15학점 이상을 포함하여 영어(전체 또는 부분)강의를 33학점 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	9학점	경영학전공의 전공선택(9학점) 학점 중 영어(전체 또는 부분)강의를 9학점 이상 수강하여야 함.

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, 경영학원론, 책임경영, 회계원리) 및 전공필수(경영정보시스템, 관리회계1, 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
- 비즈니스애널리틱스는 필수임. 또한, 캡스톤디자인(경영학)과 캡스톤디자인2(경영학) 또는 현장실습 중 하나는 필수사항

▣ 트랙과정 이수과목표

트랙명	이수 학점	구분	이수과목명	비고
데이터 사이언스& 컨설팅 트랙	15 학점	트랙 필수	비즈니스애널리틱스(3)	
		트랙 선택	경영프로그래밍(3), 의사결정모형및분석(3), 경영과학(3), 데이터기반경영전략(3), 독립심화학습(3), 캡스톤디자인(경영학)(3), 캡스톤디자인2(경영학)(3), 현장실습	캡스톤디자인(경영학), 캡스톤디자인2(경영학), 현장실습 중 하나 이상 필수

- 비즈니스애널리틱스수업 후 캡스톤디자인(경영학), 캡스톤디자인2(경영학)과 현장실습 중 하나 이상 수강 필수
- 비교과로 비즈니스애널리틱스, 데이터분석, 컨설팅 관련 국내외 활동, 공모전, 그리고 자격증 취득을 위한 동아리 활동을 장려함

마이크로디그리 이수체계도

마이크로디그리명(영문) : ESG경영(ESG management)

▣ 마이크로디그리 개요

- 가. 마이크로디그리 목표 : 기업의 비재무적 경영평가 지표인 ESG에 대한 이해
- 나. 마이크로디그리 소개 : 기업 수익성에 대한 재무공시와 함께 기업의 비재무적 성과지표로 기업의 미래가치를 판단하는 기준으로 활용되고 있는 기업 활동의 환경, 사회적 책임 이행성과와 지배구조의 투명성에 대해 이해한다.
- 다. 마이크로디그리 이수 역량 및 자격 : 경영학 및 국제학
- 라. 진로와 전망(분야) : ESG 경영컨설턴트, 환경정책분석

▣ 교육과정 이수체계도

- 가. 경영학과 전공 책임경영(3학점), ESG경영(3학점), 국제학과 전공 climate changes and ESG Management(기후 변화와 ESG경영, 3학점), Theory and Practice in ESG Management(ESG의 이론과 사례, 3학점) 총 12학점을 이수하여야 한다.
- 나. 학생은 편성된 학점을 모두 이수해야 한다.

개설 학부(과)명	학수번호	교과목명	학점
경영학과	MGMT1003	책임경영	3
경영학과	MGMT2014	ESG경영	3
국제학과	IS3536	climate changes and ESG Management (기후변화와 ESG경영)	3
국제학과	IS3537	Theory and Practice in ESG Management (ESG의 이론과 사례)	3
총계			12

[별표8] 경영학과(전공) 전공능력

경영학과(전공) 전공능력

1. 대·내외 환경분석

구분	세부 구분		내용
외부	필수	사회 흐름	- 전통적인 경영기법을 바탕으로 다양하게 발전되는 새로운 경영방식에 대한 이해와 미래세대에 요구되어지는 경영인재에 대한 교육의 필요성
		산업 수요	- 다양한 산업과 학문의 융복합을 통한 새로운 기업문화에 대한 사회적 수요 증대 - 급변하는 기술발전에 따른 탁월한 경쟁력과 높은 윤리성을 갖춘 경영인재에 대한 수요
내부	학과(전공) 발전전략		경희대학교의 창학이념과 경영대학의 비전에 부합하는 미래세대를 이끌어갈 깊은 인문학적 사고 및 배려와 이해의 커뮤니케이션 소양을 갖춘 경영리더를 양성함으로써 국제적인 경쟁력을 갖춘 종합 경영학과로써 발전한다.
	재학생 역량분석		매우 우수하고 품성 바르며, 문/이과에 상관없이 고른 인재들이 선발되어 학업에 전념하고 있음. 특히, 다양한 학과에서의 다전공자들 및 다수의 우수한 국제학생들로 구성되어 다양한 학생구성을 이루고 있다.
	의견 수렴 및 요구 분석	재학생	· 방식: 만족도 조사 · 조사대상: 재학생 · 시사점: 재학생의 학생생활 및 교육환경 개선에 대한 요구사항 등을 분석하여 이를 보완하는 교육과정 개편
		졸업생	· 방식: 대면심층면접 · 조사대상: 인접 분야의 대학원생 · 시사점: 경희인으로서 사회적 책임을 다할 수 있는 특별강좌 등을 수시 시행
		교수	· 방식: 교수회의 · 조사대상: 교수 · 시사점: 장학, 행정 제도의 미비점을 보완
산업체		· 방식: 대면심층면접 · 조사대상: 기업 임원 · 시사점: 교육과정과 실무의 괴리도를 분석하여 이를 보완하는 교육과정 개편	

2. 주요 요구 내용

- 기후변화, 팬데믹, 디지털 전환 등으로 촉발된 뉴노멀 시대의 사회, 경제 공동체의 번영을 위한 기업 경영과 역할에 대한 새로운 요구 사항을 정립해야 함. 특히, 급격한 기술발전 속에서 더욱 심각해지는 불평등과 양극화 속에서 미래세대를 이끌어갈 높은 문화 수준의 경영인재가 요구되어짐.

3. 학과(전공) 시사점 도출

- 주요 요구 내용의 달성을 위해서, 미래세대의 개인과 기업, 그리고 사회에 깊은 인문학적 소양을 바탕으로 한 경쟁력을 갖춘 경영인재 양성을 위한 전인적이고 탁월성을 갖춘 경영학과 교육이 필수적임. 특히, 전통적인 경영기법과 이론의 바탕에서 새로운 경영교육의 방향을 제시할 수 있는 교육 프로그램이 필요함.

4. 학과(전공) 교육목표 및 인재상

구분	세부내용		
학과(전공) 교육목표	급변하는 인류 문명 사회 속에서 미래세대를 이끌어 갈 경희대학교의 창학이념에 부합한 글로벌 경영 인재를 양성하는데 있다. 개인, 기업, 그리고 사회에 대한 깊은 이해를 바탕으로, 글로벌 마인드, 배려와 소통의 커뮤니케이션 능력을 갖춘 진취적인 경영리더 양성을 위한 교육을 제공한다.		
학과(전공) 인재상	<p style="text-align: center;">학과 인재상</p> <p>깊은 인문학적 소양과 탁월한 기술적 능력을 통합적으로 갖춘 진취적인 미래세대의 경영리더</p>	<p style="text-align: center;">세부내용</p> <p>미증유의 인류문명의 대전환기속에서 그에 따른 기업과 경영인들에 대한 새로운 책무를 명확히 이해하고, 이를 통한 새로운 비즈니스 모델과 경영인상을 만들어 갈 수 있는 미래세대의 경영리더의 양성이 인류 문명의 존속과 번영에 필수적인 요소가 된다.</p>	<p style="text-align: center;">본교 인재상과의 연계성</p> <p>인류문명의 지속적인 존속과 번영을 위한 문화세계의 창조를 위해서는 타인과 사회에 대한 깊은 이해와 배려를 바탕으로 높은 수준의 시민의식을 갖춘 진취적인 기업인과 경영인재가 필요</p>

5. 학과(전공) 전공능력

인재상	전공능력	전공능력의 정의
<p>깊은 인문학적 소양과 탁월한 기술적 능력을 통합적으로 갖춘 진취적인 미래세대의 경영리더</p>	<p>학문 탐구에 대한 열정과 창의적이고 융합적인 사고와 지식 습득 역량</p> <p>급변하는 미래세대의 경영환경속에서 유연하게 대처하고 진취적으로 도전할 수 있는 전문가</p> <p>인류문명의 대전환기 속에서 사회속에서의 경영인로서의 책무를 인지하는 경영인</p>	<p>전통적인 경영기법과 경영철학의 이해를 바탕으로, 다양한 경영기법을 습득하고, 이를 실질적으로 활용할 수 있는 독립적이고 창의적인 능력.</p> <p>다양한 학문적 교육과 국제적인 교류를 통해서 글로벌 경영리더로서의 역량</p> <p>인류문명의 지속가능한 발전 속에서 기업의 새로운 역할을 이해하고 이를 실천하고 이끌어 갈 수 있는 역량을 가진 경영리더</p>

※ 전공능력이란?

각 단과대학 또는 계열, 학과의 관련 분야에서 요구하는 직무, 과업, 역할을 수행할 때 필요한 지식, 기술, 태도를 포함하는 복합적·종합적 능력

6. 전공능력 제고를 위한 전공 교육과정 구성 및 체계도 정립

가. 전공 교육과정 구성표

전공능력	학년	이수학기	교과목명
전공기초과목과 관련경영공통과목을 중심으로 하여 학습역량의 토대를 마련함	1학년	1학기/ 2학기	- 전공기초과목: 회계원리, 경영학원론, 경영통계학, 책임경영, 경제학원론, 경영커뮤니케이션, 경영수학, 통계기반데이터분석, 관리회계1
전통적인 경영분야 (재무금융, 마케팅, 인사조직, 생산운영관리, MIS)에 대한 기본적인 이해 및 기업의 사회적 역할에 대한 이해	2학년	1학기/ 2학기	- 전공필수과목: 재무관리, 마케팅원론, 경영정보시스템, 생산운영관리, 조직행동론 - 전공선택과목: 투자론, 금융자산론, 소비자행동론, 리더십개발, 경영과학, 경영프로그래밍, ESG경영, 경영과철학
각 경영분야에 대한 보다 심도 깊은 교육 과정 제공. 사회적 수요를 반영함으로써 학습자의 경쟁력을 제고시키는 교육 과정 제공	3학년	1학기/ 2학기	- 전공선택과목: 금융파생상품론, 보험학원론, 금융시장론, 금융모델링및프로그래밍, 연금론, 마케팅조사론, 유통관리론, 국제마케팅, 노사관계론, 전략경영론, 조직이론, 인적자원관리, 품질경영, 디지털서비스생태계:설계와운영, 경영시뮬레이션, 의사결정모형 및 분석, 데이터관리및운영, 전자상거래, 데이터기반경영전략, 비즈니스애널리틱스, 생성형AI응용, 경영세미나, 미래산업과경영혁신
보다 종합적인 경영학도로서의 역량 향상과 실질적인 경영 실무 능력배양을 위한 진취적이고 창의적인 교육과정 제공	4학년	1학기/ 2학기	- 전공선택과목: 금융리스크관리, 기업재무론, 마케팅전략, 브랜드관리, 광고론, 영업관리론, 마케팅애널리틱스, 미래전략과디지털싱킹, 리더십과시스템, 조직개발, 퍼플애널리틱스, 공급사슬관리, 시비즈니스, 디지털미디어경영, 경영특강, 기업과사회-부의공진화게임, 캡스톤디자인(경영학), 캡스톤디자인2(경영학), 독립심화학습1(경영학과), 독립심화학습2(경영학과), 졸업논문(경영학)

나. 전공 교육과정 체계도

구분 \ 학년	1학년	2학년	3학년	4학년
인재상	교양 과정과 전공기초를 중심으로 하여 학습역량의 토대를 마련함	전통적인 경영분야 (재무금융, 마케팅, 인사조직, 생산운영관리, MIS)에 대한 기본적인 이해 및 기업의 사회적 역할에 대한 이해	각 경영분야에 대한 보다 심도 깊은 교육 과정 제공. 사회적 수요를 반영함으로써 학습자의 경쟁력을 제고시키는 교육 과정제공	보다 종합적인 경영학도로서의 역량 향상과 실질적인 경영실무 능력배양을 위한 진취적이고 창의적인 교육과정 제공
전공기초	회계원리, 경영학원론, 경영통계학, 책임경영			
전공필수	관리회계1	경영정보시스템, 마케팅원론, 생산운영관리, 재무관리, 조직행동론		
전공선택	경영수학, 경영커뮤니케이션, 통계기반데이터 분석	투자론, 금융자산론, 소비자행동론, 리더십개발, 경영과학, 경영프로그래밍, ESG경영, 경영과철학	금융파생상품론, 보험학원론, 금융시장론, 금융모델링및프로그래밍, 마케팅조사론, 유통관리론, 국제마케팅, 노사관계론, 전략경영론, 조직이론, 인적자원관리, 품질경영, 운영전략, 디지털서비스생태계:설계와운영, 경영시뮬레이션, 의사결정모형및분석, 데이터관리및운영, 전자상거래, 데이터관리기반경영전략, 비즈니스애널리틱스, 생성형AI응용, 경영세미나, 미래산업과 경영혁신	금융리스크관리, 기업재무론, 마케팅전략, 브랜드관리, 광고론, 영업관리론, 마케팅애널리틱스, 미래전략과디지털씽킹, 리더십과시스템, 조직개발, 피플애널리틱스, 공급사슬관리, SI비즈니스, 디지털미디어경영, 경영특강, 기업과사회-부의공진화게임, 캡스톤디자인(경영학), 캡스톤디자인2(경영학), 독립심화학습1(경영학과), 졸업논문(경영학), 독립심화학습2(경영학과)