

교과목 개요

● 경영학개론 (Introduction to Management) 3-3-0-0

현대 기업의 기본문제의 이해를 통하여 후속되는 생산판매, 재무, 인사, R&D 등의 관리문제연구에 기초를 제공하는데 목적이 있다. 따라서 내용에서는 경영학의 제반개념, 학술용어, 일반이론, 학문체계, 당면문제 등의 이해에 중점을 두면서 각론에 관한 개략적인 이해도 제공한다.

● 법학입문 (Introduction to Law) 3-3-0-0

법학의 기초적인 개념, 특히 법규범의 도덕, 관습, 종교 등 규범과의 관계 및 법 효력, 법 해석 등에 관해 고찰한다. 그리고 기초적인 법학 지식의 습득과 더불어 법이란 무엇인가를 쉽게 이해할 수 있도록 사례를 통한 영역별 법학입문 과정을 목표로 한다.

● 전공의이해 (Understanding of Major) 3-3-0-0

법은 사물의 본성에 기초하여 제정되며, 경제와 경영과 관련된 법률을 이해하기 위해서는 경제 및 경영 현상을 이해해야 한다. 사회는 법률과 계약의 범위에서 움직이며, 기업의 경영활동도 마찬가지이다. 법학은 논리적 추론에 기초하고, 경영학은 실사구시의 접근방법을 따르는 경우가 많다. 따라서 경영학과 법학은 서로를 필요로 함에도 그 접근방법에 본질적 차이가 있으며 이를 동시에 이해하기는 쉽지 않다. 이 과목은 양 전공에 대한 기초적인 이해로 경영과 법을 동시에 아우를 수 있는 마인드를 배양하는 것을 목표로 한다.

● 경제학개론 (Introduction to Economics) 3-3-0-0

현실경제생활에서 발생하는 제반문제의 원인과 이를 해결하기 위한 기본적인 원리를 포괄적으로 살펴본다. 개별경제주체인 가계의 구성원인 개인 그리고 이윤극대화를 추구하는 기업은 어떻게 경제원칙을 달성하는가? 그리고 정부는 어떤 경제정책을 사용하여 국민의 복지를 증진시킬 수 있을까 하는 경제개념과 원리를 파악하는데 있다.

● 경영조직론 (Organization Theory) 3-3-0-0

경영조직론은 사람의 문제를 다루는 가장 기초적인 학문이다. 사람자체에 대한 이해뿐만 아니라 사람과 사람간의 관계나 일(직무), 조직간의 상호작용에 초점을 두며 조직에 속한 사람들의 행동과 내면적 세계 그리고 상호간의 교류현상을 연구한다. 경영조직론 연구의 체계는 3가지로 개인차원, 집단차원 그리고 조직차원으로의 접근이다. 개인차원에서는 성격, 행동, 태도, 가치관, 지각, 인지 등의 개인적 속성에 대한 접근을 하며 집단차원에서는 의사결정, 커뮤니케이션, 권력과 정치, 리더십, 갈등에 대한 접근을 한다. 마지막으로 조직차원에서는 조직변화와 개발, 조직구조, 전략 그리고 조직문화 등에 대하여 접근을 한다. 이러한 접근을 통해 이론과 더불어 실제 사례를 통한 적용의 예를 살펴봄으로써 경영조직론에 대한 올바른 이해와 향후 실제 적용에 있어 폭넓은 시각을 제공한다.

● 회계원리 (Principles of Accounting) 3-3-0-0

회계의 개념적 기초와 회계의 사회적 역할을 다루고, 회계의 내용을 포괄적으로 소개함으로써 회계를 처

음에 대한 학생들이 경제사회의 복잡한 현실 문제를 쉽게 이해할 수 있도록 도움을 주고자 한다. 또한 회계정보의 공급자 중심의 시각과 회계정보의 수요자 중심의 시각이 균형을 이루도록 본 강좌를 이끌고자 한다.

● 경영통계 (Management statistics) 3-3-0-0

오늘날 기업경영과 관련된 다양한 현상 및 분석이 요구되는 대상들을 과학적이고 분석적으로 접근하기 위해서 기본적으로 필요한 중요한 개념과 이론이 바로 확률 및 통계학이다. 확률 및 통계학적 개념과 이론은 복잡하고 불확실한 현실의 다양한 문제 상황에서 수집되는 각종 자료를 최적의 의사결정을 위해서 체계적으로 분석하는 논리 체계로서 매우 중요하다. 본 강의에서는 이러한 필수적인 개념과 그 관련 기법들의 기본에 대하여 손쉽게 이해하고 실무의 통계분석 능력을 가질 수 있도록 하고자 한다. 이를 위하여 여러 가지 분석기법들에 대하여 가능한 수학을 사용하지 않고 충실히 해석하고자 한다.

● 조직행동론 (Organizational Behavior) 3-3-0-0

서로 다른 인간을 관리하고 있기에 인간행동에 대하여 여러 사회과학에서 연구하여 나온 학문을 토대로 조직과 인간행동에 대해 좀 더 정확하고 객관적인 이론과 개념, 이해를 찾는 것을 말한다.

● 마케팅원론 (Principles of Marketing) 3-3-0-0

과거의 기업은 제품이나 서비스를 먼저 생산하고 이를 사후적으로 판매하는 방식을 취하였다. 따라서 마케팅 관리는 단순히 판매하는 방식과 광고들에 치중되는 관리였다. 그러나 오늘날의 기업은 이런 방식을 취하지 않는다. 먼저 소비자의 요구나 욕구, 성격, 규모 등을 파악한 다음 표적시장을 선정한다. 그런 다음 이를 토대로 소위 4P라 불리는 제품(product), 가격(price), 유통(place), 촉진(promotion), 마케팅 믹스 활동을 전략적으로 수행한다. 즉, 단순히 관리만 하는 것이 아니라 마케팅 계획, 마케팅 집행, 마케팅 통제, 마케팅 분석이라는 순환고리에 따라서 활동한다. 이와 같이 오늘날의 마케팅 관리는 기업의 입장에서가 아니고 소비자 또는 고객 만족을 전제로 수행되므로 고객지향성(consumer orientation)이란 특성을 갖고 있고, 아울러 전략적으로 수행되므로 전략적 마케팅(strategic marketing)으로서의 특성도 아울러 지니고 있다.

● 재무금융의이해 (Essentials of Corporate Finance) 3-3-0-0

본 교과목은 경영학 전공 저학년 학생들을 대상으로 기업재무 및 금융투자 분야와 관련된 기초적 지식을 배양하는 것을 목표로 한다. 본 교과목에서는 다루는 주요 내용은 재테크, 재무설계 등을 중심으로 한 개인 재무관리에 관한 영역과 금융제도, 금융상품, 화폐의 시간적 가치, 기대수익률, 위험 등에 관한 기본적 개념이다. 본 교과목은 기업재무 및 금융투자 분야와 관련된 심화이론을 다루기 전에 수강하여야 하는 선수과목의 성격을 지닌다.

● 경영과학 (Management Science) 3-3-0-0

경영에 관련된 다양한 의사결정 문제를 수리적인 모형으로 표현하고 과학적 방법들을 통해 최적의 대안을 제시하는 방법을 학습한다.

● 재무관리 (Financial Management) 3-3-0-0

기업가치의 극대화라는 재무관리 목표를 달성하기 위하여 재무담당자가 수행하여야 할 중요한 재무의사결정인 투자결정과 자본조달결정에 관한 제반 이론을 소개하고, 각 이론이 실제 기업경영에 어떻게 활용될 수 있는지 학습함으로써 재무관리의 실무능력을 배양한다.

● 국제경영 (International Business) 3-3-0-0

점차 증가하고 있는 기업의 해외 진출과 관련하여 다국적 기업들의 글로벌 경영을 이해하는데 그 초점을 두고 있다. 기업이 글로벌 무대에서 경영 활동을 하는 데 있어 어떻게 지속 가능한 경쟁우위를 만들어내고 이를 유지하는지에 대하여 탐색하기 위하여 관련된 개념, 이론, 분석 방법을 학습한다. 다양한 기업의 글로벌 경영 사례를 통해 글로벌 경영에 있어 발생하게 되는 이슈들과 문제점, 그에 대한 합리적 대안들을 모색해 봄으로써 실제 경영현장에서 필요한 능력을 배양하는 것을 목표로 한다.

● 중급회계 I (Intermediate Accounting I) 3-3-0-0

회계원리에서 다룬 내용을 기초로 한국채택국제회계기준(K-IFRS)을 중심으로 세부적 회계주제에 대한 구체적인 회계처리방법, 재무제표 작성 및 공시방법을 학습한다. 중급회계의 내용은 매우 방대함으로 중급회계 1, 중급회계2로 나누어 강의한다. 중급회계1의 강의내용에는 재무보고의 개념체계, 재고자산, 유형자산, 무형자산, 재고자산, 수익인식 등에 대한 내용을 포함한다.

● 인적자원관리 (Human resource management) 3-3-0-0

조직의 구성원들이 지니고 있는 잠재적 능력을 최대한 발전시키고, 이를 효과적으로 이용할 수 있는 노동력의 관리방안을 체계적으로 연구함을 목적으로 하며, 학습을 통해 수강생으로 하여금 기업인사의 철학, 가치관의 정리 및 이론의 습득, 문제해결과 의사결정능력 등을 배양토록 한다.

● 마케팅조사 (Marketing Research) 3-3-0-0

사회경제 및 사회변동을 정확히 파악하기 위한 기초이론을 학습함으로써 사회현상에 대한 서술 및 설명을 통계학적 방법으로 접근하는 사고를 갖게 한다. 조사, 연구에 관련된 이론과 분석방법을 습득토록 한다.

● e-비즈니스 (e-business) 3-3-0-0

제4차 산업혁명과 더불어 급속하게 발전하는 정보통신기술, 디지털 경제 인프라의 확충, 급증하는 인터넷사용 인구는 우리의 경제와 산업 그리고 기업에 커다란 변화를 초래하고 있다. 본 과목은 디지털 플랫폼이 강조되는 시대의 흐름에 부응하는 디지털 경제 및 e-비즈니스의 관련된 지식을 소개함으로써 산업 예비 인력들에게 미래 경영환경에 대처하는 능력을 배양한다.

● 경영전략론 (Strategic Management) 3-3-0-0

환경변화에서 오는 기회를 포착하고 위협을 회피하는 등 환경변화에 적응하기 위한 기업의 대응전략계획의 수립과 수행 평가의 전략경영과정과 경쟁전략, 다각화전략, 수직통합과 아웃소싱, 전략적 제휴 등 기업전략과 경영혁신에 관한 기본개념과 이론 기법을 공부한다. 또한 경영전략의 개념과 전략수립의 기법에 대한 이해를 증진하기 위하여 관련 사례를 통해 연구발표와 토의를 한다.

● 증권투자론 (Investments and Security Analysis) 3-3-0-0

증권시장은 기업에게 자금을 제공함으로써 국가경제 발전에 기여하는 한편 투자자에게는 금융상품에 대한 투자 기회를 제공한다. 본 교과목은 증권시장 및 금융상품에 대한 이해를 기초로 증권투자와 관련된 제반 이론을 학습하고, 모의주식투자를 통해 투자 이론의 실무 적용 가능성을 경험하는 기회를 제공한다.

● 공급사슬관리론 (Supply Chain Management) 3-3-0-0

운송 및 보관 등 전통적인 물류의 역할과 함께 전략적 측면에서 조직의 공급사슬관리를 이해한다. 조직 공급사슬의 설계, 계획, 운영, 성과 이론을 학습하고, 경쟁전략과 공급사슬전략 정합성의 중요성을 이해

한다. 최적의 공급사슬관리를 위한 다양한 분석방법을 학습하고 적용하는 방안에 대해 논의한다.

● 세무회계 (Tax Accounting) 3-3-0-0

재무제표와 그에 대한 데이터를 활용하여 법인세법에 따라 기업이 매년 납부하여야하는 법인세액을 산출하는 능력을 키우는데 중점을 둔다. 법인세법을 이해하기 위해 세법의 기초 지식과 논리를 배운다.

● 중급회계Ⅱ (Intermediate AccountingⅡ) 3-3-0-0

회계원리에서 다룬 내용을 기초로 한국채택국제회계기준(K-IFRS)을 중심으로 세부적 회계주제에 대한 구체적인 회계처리방법, 재무제표 작성 및 공시방법을 학습한다. 중급회계의 내용은 매우 방대하므로 중급회계 1, 중급회계2로 나누어 강의한다. 중급회계2의 강의내용에는 금융자산, 금융부채, 충당부채와 우발부채, 자본, 종업원급여 등에 대한 내용을 포함한다.

● 유통관리론 (Channel Management) 3-3-0-0

생산된 제품이 소비자에게 이전되는 과정에 관여하는 다양한 마케팅 경로의 유형과 기능을 고찰하고, 마케팅 경로의 설계 및 관리와 관련된 이론과 실무를 학습한다. 특히 변화하는 마케팅 환경에 적합한 마케팅 경로 전략을 개발하기 위해서 기업이 해결해야 할 현실적인 문제를 중점적으로 분석하고 연구한다.

● 산업의료원 I,Ⅱ (Industrial Clinic I,Ⅱ) 3-2-2-0

산업현장의 애로사항을 팀별 산학협동으로 연구 및 학습하는 과제 중심형 과목

● 원가관리회계 (Cost & Management Accounting) 3-3-0-0

생산 활동과 관련된 원가의 행태와 원가계산 방법을 학습하고 관리회계의 다양한 의사결정 사항을 다룸으로써 합리적인 의사결정을 수행할 수 있는 능력을 기른다.

● 금융상품세미나 (Seminar in Financial Instruments) 3-3-0-0

선물, 옵션, 스왑 등의 파생금융상품의 핵심적인 개념과 거래제도에 대한 이해를 기초로 파생금융상품의 가격결정, 파생금융상품을 활용한 투자전략 및 위험관리 등에 관한 이론을 학습하고, 이러한 이론이 증권, 금융 산업의 실무 분야에 어떻게 적용할 수 있는지를 논의한다.

● 광고론 (Theory of Advertising) 3-3-0-0

통합적 마케팅커뮤니케이션(IMC)이라는 관점을 기반으로, 기업이 전달하는 메시지 방법, 브랜드관리와 매체활용에 대해, 그리고 이를 받아들이는 소비자행동에 대해 이해하고자 한다.

● 공급사슬전략 (Supply Chain Strategies) 3-3-0-0

본 교과목은 글로벌 가치사슬의 관점에서 다양한 공급사슬 전략을 이해하고, 글로벌기업의 공급사슬 전략과 운영에 대한 다양한 사례분석을 통해 최적의 공급사슬 구현을 위한 운영전략과 기법을 논의한다.

● 기업가정신 (Entrepreneurship) 3-3-0-0

급속한 경영환경 변화 속에서, 지속가능한 발전을 추구하는 기업가나 새로운 기회를 추구하는 창업가는 끊임없이 새로운 것을 만들어서 가치를 창출해야 하며 그 바탕에 기업가정신이 요구되고 있다. 이제는 관리자보다 기업가가 더 필요한 세상이 되어가고 있다. 본 교과목에서는 무엇인가 새로운 것을 만들어 가치를 창출하는 변화지향적 경영방식인 기업가정신(Entrepreneurship)과 기업가적 경영(Entrepreneurial Mana

gement)에 대해 학습하며, 기업가정신의 핵심요소와 기업가형 경영자, 기업가적 과정, 사내기업가정신과 사내벤처, 벤처 기업의 성장과 수확, 기업가정신 생태계 등에 대해 다룬다.

● 리더십 (Leadership) 3-3-0-0

기업을 포함한 모든 종류의 조직에서 리더십은 큰 변화를 가져올 수 있는 핵심적 능력으로 주목받아 왔다. 본 과목은 비전 혹은 목적 성취를 위해 집단에 영향을 미칠 수 있는 능력인 리더십에 집중하여, 뛰어난 리더가 지닌 특성과 행동이 무엇인지를 탐구함으로써 이 시대가 요구하는 리더십이란 무엇인가에 대한 해답을 찾아가고자 한다. 이를 통해 학생들이 올바른 리더십을 갖춘 인재로 성장할 수 있도록 하는데 그 목적이 있다.

● 소비자행동론 (Consumer Behavior) 3-3-0-0

소비자의 구매 및 소비와 관련된 의사결정에 영향을 미치는 경제적, 심리적, 사회적 요인을 연구하고 이들을 마케팅 전략에 활용하는 방안을 검토한다. 구체적으로 소비자의 행동 및 의사결정에 미치는 이론들을 전통적인 미시경제학과 이에 반하는 현상을 소비자의 행동을 중심으로 설명하는 행동경제학을 학습하고 소비자의 판단 및 이해에 미치는 이론들을 심리학, 사회학, 기타 문화인류학에 기반하여 학습함으로써 소비자를 대상으로 한 기업 마케팅 전략을 수립할 수 있다.

● 현장실습 (Field Practice) 3-0-6-0

전공 관련 산업체에서의 인턴십을 통해 직무 지식을 습득한다. 수업에서 배운 이론을 실무에서 직접 적용해보며 견문을 넓히고, 희망 산업에 종사하기 위하여 준비하여야 할 자질이 무엇인지 알고 준비한다.

● 경영학세미나 (Management Seminar) 3-3-0-0

체계적인 의사 아래에서 일정한 계속적 시설을 기초로 하여 활동하는 조직체의 구조행동의 원리를 연구하는 사회과학인 경영학을 배우면서 학생들이 공동으로 토론, 연구함으로써 경영학에 대한 이해도를 높인다.

● 국제마케팅 (International Marketing) 3-3-0-0

최근 경제활동은 "국제화"라는 흐름으로 대별된다. 이와 같은 발전은 "글로벌리제이션", "다국적 기업" 등의 표제어를 통해 특성 지워지며 기업경영의 새로운 도전으로 나타나게 된다. 기업 환경에서 부분적으로 혁명적인 변화를 겪게 되며 이는 특히 우리나라의 경우 해외(수출)지향/의존의 경제구조를 갖기 때문에 이와 같은 국제화에 발 빠르게 적응하지 않으면 경제발전은 물론 전체 사회에 미치는 영향이 지대하리라 생각해볼 수 있다. 경쟁의 국제화/세계화의 틀 속에서 국제적인 경쟁우위를 확보/유지하는 것은 기업경영의 핵심과제이며 중요한 도전이 되고 있다. 혁신을 통한 해외에서의 국제적 경쟁우위의 획득과 효율적인 응용/수행이 국제마케팅이 다루는 핵심적인 대상이라 말할 수 있다. 따라서 본 과목은 국제기업의 마케팅 활동을 대상으로 하여 환경의 이해/분석과 마케팅 전략 및 마케팅믹스(제품, 가격, 유통, 촉진)의 세부영역을 중심으로 다룬다.

● 경영분석 (Business Analysis) 3-3-0-0

경제성장과 금융시장이 발전함에 따라 기업의 이해관계자들이 기업의 현재 상황을 평가하고 미래를 전망하고자 하는 욕구가 증가하고 있다. 본 교과목은 재무제표 및 자본시장 공시 자료 등의 양적 정보와 더불어 기업 내외의 다양한 질적 정보를 이용하여 기업 활동을 평가, 진단하며 나아가 기업의 미래를 예측하는 데 요구되는 이론 및 분석방법을 학습하고, 이를 실무분야에 적용할 수 있는 능력을 배양한다.

● 융합·창업종합설계 I, II (Convergence·Startup Capstone design I, II) 3-0-0-3

사회 또는 산업체가 필요로 하는 문제에 대해서 학생들이 팀을 이뤄 스스로 기획, 설계, 제작하여 종합적인 문제해결에 다다른 프로젝트 방식으로 전공 간 융복합적 주제를 다루며, 창업으로 연계할 수 있는 실용적 교과이다.

● 상법과세법 (Commercial and Tax Law) 3-3-0-0

기업의 경영활동은 상법의 체계에서 이루어진다. 상법에 관한 체계 및 기본원리에 대해 살펴본다. 이러한 이해를 기초로 상법의 체계와 원리가 세무와 회계제도에 어떻게 흡수되었는지 탐구한다. 특히, 상법에서 정하는 기업관련 제도가 회계보고의무와 법인세의 납세의무와 어떻게 연결되어 있는지 다룬다. 또한 상법에서 정하는 합병 및 분할과 같은 특수문제와 관련한 회계 및 세무이슈를 살펴본다.

● 설득과경영혁신세미나 (Influence and Innovation Seminar) 3-3-0-0

본 교과목은 서비스 러닝(지역문제 해결형)을 위해 개설된 과목이다. 지역사회에 도움이 될 수 있는 경영혁신 방법을 모색한다. 이를 위해 소비자의 행동심리를 공부하고 설득방법론에 대해 공부한다. 배운 경영지식을 활용해 지역사회에 도움이 될 수 있는 방법을 찾고 프로젝트를 수행한다.

● 경영사례연구 (Business Case Study) 3-3-0-0

경영학 세부 전공 분야인, 마케팅, 인사관리, 공급사슬관리, 재무관리, 전략경영, 회계 등의 영역과 관련된 다양한 사례를 학습함으로써 경영학 이론을 실무에 적용하여 응용하는 능력을 배양한다.