

2022학년도 교과목 해설

① 비즈니스한국어1 (Business Korean 1) 소통, 글로벌

국내 뉴스매체들이 제공하는 다양한 경영·경제 기사 및 논설을 학생들이 직접 중국어로 번역함으로써 핵심 내용을 파악하고 이에 대한 논평을 하는 훈련을 할 뿐만 아니라 경영·경제 분야 한국어 어휘를 습득하도록 한다. 이 수업은 궁극적으로 학생들이 한국어로 된 경영·경제저널을 자유롭게 독해할 수 있는 능력을 갖추도록 돕는 것을 목적으로 한다.

② 비즈니스한국어2 (Business Korean 2) 인문, 소통, 글로벌

국내 경제 전문지의 구체적인 토픽에 대해서 학생들이 직접 중국어로 번역함으로써 핵심내용을 파악하고 이에 대한 논평을 하는 훈련을 할 뿐만 아니라 경영·경제 분야 한국어 어휘를 습득하도록 한다. 이 수업은 궁극적으로 학생들이 한국어로 된 경제 전문지의 내용을 자유롭게 독해할 수 있는 능력을 갖추도록 돕는 것을 목적으로 한다.

③ 한국문화산업의이해 (Understanding K-culture) 인문, 글로벌

한국 문화 콘텐츠와 이를 둘러싼 국내외 시장과 소비자, 연관산업 등 경영환경을 분석함으로써 한국 문화산업의 특성을 이해한다.

④ 경제학개론 (Principles of Economics) 전문

경제현상의 기본구조를 명확히 이해시키고 경제학을 보다 깊이 연구할 수 있는 기초를 확립시킨다. 특히 여기서는 각종 경제모델의 수립, 개발 및 적용과정을 중심으로 연구하게 된다.

⑤ 현대경영과기업가정신 (Contemporary Business and Entrepreneurship) 인문, 전문

자유자본주의 체제하에서의 기업경영과 관련된 전반적 개념을 연구한다. 구체적으로 경영환경을 포함하여 경영활동의 계획, 집행 및 통제기법과 그 밖에 개인 및 집단행동, 조직구조 등과 관련된 기초원리를 연구한다.

⑥ 경영통계 (Business Statistics) 전문

현대 경영학을 공부하는데 필요한 수학의 여러 분야를 취급하며 행렬대수, 미분 및 적분법, Vector 등을 연구하고 기술 통계, 추측 통계의 기본적 방법을 설명하고 그의 응용 방법을 강의한다.

⑦ e-비즈니스개론 (Introduction to e-Business) 전문

기업의 새로운 경영환경, 새로운 경영프로세스를 소개하고 e-비즈니스와 관련된 주제인 e-marketplace, CRM(customer relationship management), ERP(enterprise resources management), SCM(supply chain management)에 관한 강의를 진행한다. 특히 사례를 중심으로 e-business 환경하에서 기업이 실질적으로 행하고 있는 e-process를 강의한다.

⑧ 고급비즈니스한국어1 (Advanced Business Korean 1) 소통, 글로벌

고급한국어과정1에서 중국유학생들의 직장용어(말하기 및 문서작성)능력을 강화하는 과정이다. 고급비즈니스한국어를 수강하기 전 기본적으로 한국어에 대한 능력을 키우기 위한 목적으로 설계되었다.

⑨ 고급비즈니스한국어2 (Advanced Business Korean 2) 소통, 글로벌

가, 보상, 개발과 관련된 관리상의 이슈들을 다룬다. 또한 인적자원 관리자의 관점에서 기업 내 인적자원관리를 둘러싼 조직의 내 외부 상황을 평가하고, 이에 근거한 인적자원 관리 목표의 설정, 인적자원 계획, 목표를 달성하기 위한 적절한 인적자원 관리방안의 선택, 그리고 인적자원관리 활동의 결과를 평가하는 이론적 관점과 실천적인 이슈를 다룬다.

⑲ 유통경영 (Marketing Channels) 전문

유통기구의 유형과 기능을 고찰하고 제고 및 생존을 위해 불가피한 기업들 간 전략적 제휴와 인수·합병 사례들을 분석하고 이를 유형화한다. 나아가서, 이러한 무차별 경쟁시대에 필요한 기업의 생존전략을 제시해 본다.

⑳ 경영의사결정론 (Studies of Management Decision-Making) 전문

성공적인 경영의사결정에는 분석력, 개념화능력, 판단력이 중요하게 작용한다. 기업의 사례, 산업 및 기업 데이터, 가상시나리오를 사용하여 시뮬레이션을 수행함으로써 의사결정의 주요 능력을 배양하고자 한다. 시뮬레이션 도구와 통계분석도구를 사용하며 데이터분석을 교육의 주요 도구로 사용한다.

㉑ 마케팅조사 (Marketing Research) 전문

현대기업의 마케팅 활동에 있어 가장 훌륭한 마케팅 정보를 입수. 분석하기 위한 과학적 조사방법, 판매분석, 수요예측 등 제기어와 마케팅 의사결정에 필요한 정보를 수집, 가공, 처리, 보관, 전파 등을 체계적으로 연구한다.

㉒ IT기술과전략 (Information Technology & Strategy) 전문

빅데이터 시대에 맞아 IT기술 이해에 대해 매우 중요하며 IT기술을 활용하여 빅데이터 시대의 여러 업무를 처리할 수 있는 전략을 가질 필요가 있다고 보인다. 어느 상황에서 맞추는 IT기술을 찾아낼 능력을 키우는 것은 수업의 목표이며 IT전략인재를 양성하는 것은 수업의 실용적 가치이다. 현재 많이 사용하고 있는 IT기술을 살펴하도록 한다.

㉓ 동북아국제경영 (International Business of Northeast Asia) 글로벌, 전문

동북아지역에서 국제경영의 성격과 범위, 국제적 기업 환경과 정치적 위험분석, 해외사업 전략, 국제경영 전략 수립 및 각 기능별 관리법 등 국제경영 이론 전반과 기존의 이론에 대한 체계적인 평가를 시도한다.

㉔ 소비자행동론 (Consumer Behavior) 전문

소비자의 구매동기 및 패턴을 조사하고 분석할 수 있는 이론적인 틀과 사례를 통하여 소비자 행동에 관하여 학습한다.

㉕ 관리회계 (Management Accounting) 전문

유효한 경영관리를 위해 필요한 회계정보의 제공으로서 계획, 예산의 수립, 표준원가제도의 실시, 경영활동의 평가 및 통제의 방법에 관한 이론과 실무를 연구한다.

㉖ 서비스마케팅 (Service Marketing) 전문

서비스를 생산하고 판매하는 서비스기업에 특화된 마케팅 주제와 전략을 학습하는 과목이다. 서비스의 종류에는 금융, 관광, 여행, 레스토랑, 호텔, 통신, 수신서비스 등이 망라되며, 강의와 사례연구 및 발표를 통해 서비스의 특성에 따른 마케팅 이론과 실무를 논의한다.

㉗ 재무회계 (Financial Accounting) 전문

재무회계와 재무보고의 성격, 회계기준의 수립과정 및 이론적 체계와 재무제표 작성과 관련된 회계적 문제

를 다루며, 자산의 평가와 이익측정, 그리고 수익의 측정 및 인식의 문제를 전반적으로 연구한다.

㉘ 기업경영세미나 (Seminar in Business) 인문, 전문

이 과목은 경영학의 세부전공을 통해 지식을 쌓은 학생들을 대상으로 기업 현장 전반의 다양한 현안을 다루면서 이론과 실재를 접목하는 것을 목표로 한다. 학생들은 풍부한 현장 사례를 통해 현실적인 문제를 접하게 되며 학문적 지식을 통해 문제해결능력을 키울 수 있다.

㉙ 데이터사이언스개론 (Introduction to Data Science) 전문

본 과목은 데이터 사이언스 분야의 전반적 큰 그림과 흐름을 파악하고 앞으로 공부할 세부 분야와 본인의 학습방향을 탐색하기위한 목적을 갖는다. 데이터 사이언스에 대한 이론적 개념과 체계, 기술과 방법을 이해하고 다양한 적용사례를 분석함으로써 데이터 사이언티스트로서의 기반역량을 확보한다.

㉚ 국제재무 (International Finance) 글로벌, 전문

기업의 국내외적 재무활동에 대한 기본적인 이론과 운용기법을 습득하는 것이 이 강의의 목표이다. 국내외 기업의 투자결정, 자금조달 및 배당정책 등을 강의한다.

㉛ 마케팅세미나 I (Marketing Seminar 1) 전문

마케팅 전반에 관한 기초적인 지식을 습득한 이후 선택하는 교과목으로서, 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 현장의 문제를 해결하기 위해서 고난이도의 세부 마케팅 지식을 습득하는 것을 목표로 한다.

㉜ 통계자료처리론 (Analysis of Statistic Data) 전문

통계적으로 획득된 자료를 적은 희생으로 높은 정확성을 효과적으로 찾아내고 요약할 수 있는 처리능력을 연구한다.

㉝ 기업재무전략 (Corporate Financial Strategy) 전문

기업의 자금조달전략, 투자전략, 국제금융시장환경전략, M&A전략, LBO전략 등 기업의 재무관련 전략을 다룬다.

㉞ 글로벌공급망전략 (Global SCM Strategy) 글로벌, 전문

글로벌 관점에서 고객, 생산자, 공급업체 간 형성되는 공급사슬관리에 관한 이슈 즉 고객서비스 수준, 품목별 재고수준, 생산전략과 생산계획의 선택, 설비 활용, 생산 및 재고비용, 로지스틱스 채널의 설계, 물류센터의 설치, 배송계획과 실행에 관한 문제를 다룬다. 특히 본 과목을 통해 학생들의 동북아시아 글로벌공급망전략관을 수립하고자 한다.

㉟ 마케팅세미나 II (Marketing Seminar 2) 소통, 전문

마케팅 전반에 관한 기초적인 지식을 습득한 이후 선택하는 교과목으로서, 유통 관리와 관련된 현장의 문제를 해결하기 위해서 구체적이고 실질적인 세부 마케팅 지식을 습득하는 것을 목표로 한다.

㊱ 전략경영 (Strategic Management) 전문

기업이 직면한 여러 가지 기회와 위협을 예측하고 분석하여 기업의 장점을 최대한 활용할 수 있는 전략을 습득하고 실행하는 훈련을 한다. 개별시장에서의 전략, 경쟁사의 전략에 대응하는 전략, 기업 전체의 차원에서 전략 등에 대하여 연구하고 그러한 전략을 효과적으로 수행하기 위한 조직의 구조설계, 문화, 리더십 등에 대하여 이론과 사례를 통하여 연구하고 토론한다.

㊲ 창업론 (Business Development & Entrepreneurship) 창의, 전문

자본주의 체제에서 혁신의 가장 강력한 동력은 혁신 기업가(Entrepreneur)들이며, 이들이 창업하거나 또는 혁신시킨 기업들이야말로 지식경제시대를 이끌고 있다. 본 교과목은 국내외 창업환경을 조망하고, 실제로 기업을 창업하고 운영하는데 필요한 일련의 지식을 학습하여 창업 및 사업개발에 대응할 수 있도록 한다. 또한 사례분석과 사업계획 작성 및 검토 등의 활동을 통해 학생들이 다양한 분야의 경영학적 지식을 체계적으로 활용할 수 있는 역량을 갖추도록 한다.

㉔ 비즈니스소프트웨어실무 (Business Software Practice) 전문

본 과목은 기업 현장에서 사용되는 각종 비즈니스 소프트웨어(사무자동화 소프트웨어)의 활용법을 익히고, 경영정보의 가공 및 변환, 분석, 결과처리 등을 실습 위주로 배우는 과목이다. 특히 경영환경에서 가장 빈번하게 사용되는 엑셀과 기타 마이크로소프트 오피스 제품군의 활용법 및 Visual Basic for Applications에 대해 중점적으로 학습하게 된다.

㉕ 사례동행세미나 (Seminar in Special Topics) 인문, 소통

교수·학생간의 대면관계를 통하여 학생의 지적 호기심을 유발시키고 학생 상호간(동료·선후배) 관계를 활성화함을 목적으로 한다. 또한 학생의 탐구적 학습활동을 독려하여 상급학위과정 진학에 대비하도록 한다. 담당교수에 따라 Seminar, Research, Workshop, 실습(견학) 등 다양한 형태로 강의가 진행되며 담당 교수 별로 강의내용에 따른 소제목을 두고 있다.