

교과목 개요

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

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

◎ 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.

◎ 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.

◎ 전공의 이해 (Understanding of Major) 3-3-0-0

법은 사물의 본성에 기초하여 제정되며, 경제와 경영과 관련된 법률을 이해하기 위해서는 경제 및 경영현상을 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.

◎ 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 통계 분석 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 좀더 정확하고 객관적인 이론과 개념, 이해를 찾는 것을 말한다.

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

회계의 개념적 기초와 회계의 사회적 역할을 다루고, 회계의 내용을 포괄적으로 소개함으로써 회계를 처음 대하는 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.

◎ 경영경제의이해(Understandings of Management and Economics) 3-3-0-0

현실에서 나타나는 경영경제현상을 분석하고 이해하는데 목적을 둔다. 특히 경제신문을 읽을 수 있는 기초능력을 키우고 금융, 세계경제 질서, 경영경제현상을 체계적으로 분석하고 이해하는데 중점을 둔다.

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

기업의 재무 및 금융과 관련된 기초 지식으로 화폐의 시간적 가치, 기대수익률과 위험, 금융 시장, 금융기관, 금융상품에 등에 관한 내용을 다룬다. 아울러 이러한 지식이 재테크, 자산관리, 증권분석 등 금융서비스 업무에 어떻게 활용될 수 있는지를 학습한다.

◎ 조사방법론(Methodology of Social Science) 3-2-2-0

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.

◎ 기업과사회(Enterprise & Society) 3-3-0-0

오늘날 급변하는 사회 환경 하에서 기업과 사회간의 바람직한 상호관계를 정립하기 위해 사회 전체의 거시적인 관점에서 현대 기업 활동의 배경이 되는 현대사회의 구조적·기능적 특징에 대해 이해하며, 이러한 현대사회에 대한 이해를 바탕으로 사회 속 에서 기업의 바람직한 위치와 역할을 찾고자 한다.

◎ 미시경제학(Microeconomics) 3-3-0-0

개별경제주체인 가계와 기업의 행동과 그들의 상호작용형태를 분석하는 방법으로 최적화기법과 균형기법, 균형분석을 설명한다. 이를 위해 경제주체는 이윤극대화라는 목적함수와 제약조건으로 기본적 제약, 시장제약, 예산제약조건을 갖는다. 모든 경제주체가 경쟁적일 때 발생하는 경제현상을 분석하여, 이해를 증진시킨다.

◎ 인사관리론(Personnel 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.

◎ 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.

◎ **생산관리(Production Management) 3-3-0-0**

오늘날 우리가 필요로 하는 재화나 서비스는 생산이라는 과정을 통해 산출된다. 산출된 재화나 서비스가 소비자의 요구를 충족시켜 고객만족을 가져오도록 하는 것이 생산경영의 명제이다. 본 과목은 생산경영을 산업 현장의 실무에 맞게 체계적으로 이해할 수 있도록 편성하였다. 생산시스템의 설계, 운영 및 통제에 관련된 기본개념을 습득 시키고 시장수요요건에 대한 생산능력의 적합을 위한 생산계획, 재고관리, 품질관리 및 표준설정 등 기초능력의 분석과 그 응용을 연구한다.

◎ **중급회계(Intermediate Accounting) 3-3-0-0**

회계원리에서 다룬 내용을 확장하여 한 단계 높은 중급수준의 회계 이론과 원칙, 그리고 회계 처리방법 등에 관한 지식을 학습함으로써 재무정보를 창출하고 해석하는 과정에서 요구되는 문제해결 및 의사결정의 능력을 함양한다.

◎ **재무관리(Financial Management) 3-3-0-0**

기업경영을 이해하고 이를 적용하는데 초점을 둔 수업으로 특히 재무담당자의 주요 기능인 자본조달과 투자 의사결정에 관한 재무이론과 흐름을 이해하고, 향후 경영자로서의 기본적인 지식을 획득하고 이를 활용하는데 목적을 둔다.

◎ **경영전략론(Management strategy) 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.

◎ **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 결합성의 중요성을 이해한다. 최적의 공급사슬관리를 위한 다양한 분석방법을 학습하고 적용하는 방

안에 대해 논의한다.

◎ 한국경제론(Korean Economics) 3-3-0-0

근대로부터 현대에 이르는 한국경제의 순환과 구조를 살펴봄에 그 인과의 성립과정을 살펴본다.

◎ 미래의경영환경(Management Environment of future Society) 3-3-0-0

경영환경은 경영활동에 기회와 위협을 제공하고 경영의 결과에 직접적인 영향을 미친다. 따라서 기업은 경영환경의 변화에 빠르게 대처하고 이에 따른 경쟁력을 갖추어야만 생존·성장할 수 있다. 경영환경은 항상 빠르고 비연속적으로 이루어지기 때문에 결과를 예측하기 매우 어렵다. 또한 요인들이 복잡하게 얽혀 기업의 존립과 발전에 영향을 끼친다. 따라서 기업은 변화무쌍한 경영환경에 따라 동태적으로 변화하는 조직체로서, 환경의 중요성을 인식하고 그 변화에 적극적으로 대응해 나가야 한다. 따라서 기업은 현재뿐만 아니라 미래에 펼쳐질 경영환경의 변화 방향 및 그 내용을 정확히 예측하여 적절한 경영전략을 수립해야 한다.

따라서 본 교과목은 이와 같은 문제의식 하에 현재는 물론 미래 경영환경으로 우리에게 다가올 방향과 내용의 학습을 통해 바람직한 미래경영전략 수립을 위한 지침을 제공한다.

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

증권시장을 투자대상으로 한 투자의 이론과 실무기법에 대한 학습을 통하여 증권 및 금융 산업으로 진출하고자 하는 학생들에게 필요한 전문지식과 기본적 자질을 함양하는 것을 목표로 한다. 본 강의는 증권·금융산업 분야에 대한 관심과 흥미를 제고하고 나아가 취업에 유용한 증권·금융 관련 전문자격시험의 합격 가능성을 증진시킴으로써 금융권 진출을 희망하는 학생들에게 편의를 제공할 것으로 기대한다. 본 강의에서 다루는 중요 내용은 다음과 같다. 증권투자의 기초개념, 증권의 발행시장과 유통시장, 온라인 증권거래와 추가정보, 주식의 가치평가, 기본적 분석, 기술적 분석, 채권 가격과 수익률, 재권투자관리, 옵션, 선물, 효율적 자본시장 등이다. 특히 본 강의에서는 모의주식투자를 통하여 학생들로 하여금 투자과정을 직접 체험할 수 있도록 함으로써 증권투자 이론이 실무와 어떻게 관련되어 있는가를 이해하도록 한다.

◎ 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.

◎ 경영조직론(Management Organization) 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 더

불어 실제 사례를 통한 적용의 예를 살펴봄으로써 경영조직론에 대한 올바른 이해와 향후 실제 적용에 있어 폭넓은 시각을 제공한다.

◎ **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.

◎ **금융상품세미나(Financial Instruments Seminar) 3-3-0-0**

주요 내용은 선물, 옵션, 스왑 등 파생금융상품의 기초개념, 파생금융상품의 거래제도, 파생금융상품의 가격결정 원리, 파생금융상품을 이용한 위험관리 및 투자전략 등을 다룬다. 선물, 옵션, 스왑 등의 파생금융상품의 핵심적인 개념과 거래제도에 대한 이해를 기초로 각 파생금융상품의 가격결정 원리와 투자전략을 학습함으로써 증권/금융업으로 진출하기를 희망하는 학생들에게 필요한 전문지식 및 실무지식을 함양할 수 있도록 한다.

◎ **재정학과통섭 (Public Finance and Consilience) 3-3-0-0**

국가나 지방 자치단체와 같은 정치단체가 그 본연의 목적을 달성하기 위하여 제반 활동을 수행하는 데 필요한 재화와 용역을 공권력에 의하여 강제로 확보하고, 사용·관리하는 일련의 경제 질서 내지는 경제과정을 체계적으로 연구하는 학문으로서 인문사회과학과 자연과학의 전반적인 분야에 대해 융합하여 이해하는 데 중점을 둔다.

◎ **식품유통론(Food Marketing) 3-3-0-0**

우리 경제의 성장발전과 급속한 도시화·산업화에 따라 기초농산물 및 가공식품의 유통문제가 중요하게 대두되고 있다. 따라서 본 강좌는 시장경제의 정착단계에서 농 식품 유통 문제가 갖는 기초적 이론 및 현실 과제를 바탕으로 우리나라 기초 농산물 및 이를 원료로 한 식품유통 체계의 이해 및 능률 제고를 위한 방안과 그 구체적 내용을 학습한다. 식품(농산물)유통에 대한 기초이론을 소개하고 우리나라 농업과 관련된 식품(농산물)유통실태를 파악하여 문제점을 도출, 현실적인 개선방안을 찾도록 한다. 그리하여 기초 농산물 및 식품별 유통현황 및 문제점 그리고 개선방안을 과제를 통해 연구하도록 하여 현실적인 응용능력을 배양토록 한다.

◎ **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.

◎ **경영과학(Management Science) 3-3-0-0**

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

◎ **경영학연습(Practice of Management) 3-3-0-0**

경영학의 각 기능 분야에서 배운 지식 및 기법을 통합하여 경영전반에 걸친 의사결정방법을 가르치는 것이 이 과목의 목적이다. 단 전통적으로 기업경영에 있어서 세부문제가 여러 의사결정에 중요

한 요소로 작용한다는 점을 학생들로 하여금 이해토록 하고자 해당 과목을 세무회계 측면에서 강조 하고자 한다.

◎ **산업의료원1, 2(Industrial Medical Center 1, 2) 3-2-2-0**

산업현장의 애로사항을 팀별 산학협동으로 연구 및 학습하는 과제 중심형 과목

◎ **경영학세미나(Management Seminar) 3-3-0-0**

통계적인 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**

기업의 재무제표를 중심으로 한 재무정보와 더불어 기업 내외의 다양한 양적, 질적 정보를 이용하여 기업 활동의 평가, 진단 그리고 합리적인 경영의사결정을 수행하는데 요구되는 이론 및 실무 지식을 전달하는 것을 목표로 한다. 본 과목을 이수한 학생들은 기업 경영분석, 신용 분석, 기업부실예측, 그리고 가치평가 등의 관련 분야 업무를 수행 가능한 전문가로서의 자질을 갖출 수 있을 것으로 기대한다. 본 강의에서 다룰 내용은 경영분석의 기초, 재무제표분석, 경영분석과 재무계획, 재무제표정보의 활용 등 크게 4개의 편으로 구성된다. 경영분석의 기초에서는 경영분석의 개요와 경영분석의 기초자료를 소개하고, 재무제표분석에서는 재무비율분석, 재무비율의 종합평가, 질적 경영분석에 관한 내용을 다룬다. 경영분석과 재무계획에서는 손익분기점분석, 레버리지분석, 재무예측과 재무계획을 학습한다. 마지막으로 재무제표정보의 활용에서는 신용평가, 기업부실 분석, 기업가치평가 등을 다룬다.

◎ **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.

◎ **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.

◎ **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 기업관련제도가 회계보고의무와 법인세의 납세의무와 어떻게 연결되어 있는지 다룬다. 또한 상법에서 정하는 합병 및 분할과 같은 특수문제와 관련한 회계 및 세무이슈를 살펴본다.