

경영학과 (글씨크기 20, 진하게)

(영문명: Department of Business Administration) (글씨크기 16)

1. 교육목표 (글씨크기 12, 진하게)

내 용 : (글씨크기 10)

졸간격 : 160%

4차 산업혁명의 시대에서 경영 능력과 기업 현장에서 현실적응력을 갖춘 실무능력의 인재 양성을 교육목표로 하고 있습니다.

경영학과에서는 조직의 효율적인 운영과 최적의 의사결정에 필요한 지식을 갖추도록 다음과 같은 이론과 실무를 학습합니다.

첫째, 기업 구성원의 관계 관리에 대한 이론과 실무.

둘째, 기업의 효율적인 경영의사결정을 위한 이론과 실무.

셋째, 국내외 경영환경을 분석하고 조직의 생산성을 높일 수 있는 다양한 이론과 실무.

넷째, 스포츠경영 관리자 양성을 위한 전문적인 이론과 실무.

1-1. 교육목표 영문

The educational Objectives

In the age of the 4th industrial revolution our educational objective is to cultivate the competent managers equipped the practical ability in the industrial field.

For the objective we train and help our students to be equipped the following theoretical and practical knowledge for the efficient management of corporation and the managerial decision for the corporation.

1. The relationship management of the corporate members.

2. The knowledge and methods for the efficient decision in management.

3. The knowledge and methods enhancing the productivity of corporation through analysis of the managerial environment in the inside and outside of country.

4. Professional theories and practices for training sports management managers.

2. 취득자격 (Qualification for acquisition)

유통관리사, 물류관리사, 지게차운전기능사, ERP정보관리사(물류/생산/회계/인사), 전산회계, IT관련자격증 등(1인 2 자격증 이상 취득 가능), 스포츠경영관리사

학기별 개설된 수업과 특강 수강 시 자격증 취득이 용이하도록 강의함.(문제풀이 및 실습)

Distribution manager, logistics manager, forklift driver, ERP information manager

(logistics/production/accounting/personnel), computer accounting, IT-related certificates, etc. (more than two certificates can be obtained per person), sports management manager

Lectures are given to facilitate the acquisition of certificates when taking classes and special lectures held for each semester. (Problem solving and practice)

3. 진출분야 (Area of specialization)

- 마케팅·물류관리
- 경영사무
- 서비스관리
- 스포츠경영관리자

- Marketing and logistics management
- business affairs
- Service Management
- sports management manager

4. 교과목소개 (Introduction to the subject)

(글씨크기 11, 진하게)

내용 : (글씨크기 10)

▶ 생산관리(Operations management)

제품 및 서비스의 효율적인 생산 및 운영을 위하여 필요한 자원을 확보하고 관리하는 생산운영기법을 학습한다. 제품 및 서비스의 수요를 예측하고 일정계획을 수립하며 생산을 통제함으로써 기업 생산성 향상에 기여할 수 있는 중간관리자로서의 관리능력을 배양한다.

Learn production management techniques that secure and manage the resources needed to efficiently produce and operate products and services. Cultivate management skills as a middle manager who can contribute to increasing productivity by predicting demand for products and services, planning schedules, and controlling production.

▶ 마케팅원론(Principle of marketing)

마케팅의 전반적인 목표설정을 통한 전략의 기준으로 시장을 세분화 하고, 세분시장 중에서 표적시장을 선정한다. 마케팅믹스를 통한 마케팅활동에 대한 성과를 분석 한다.

The market is segmented based on the strategy through overall goal setting of marketing, and the target market is selected from among the segmented markets. It analyzes the performance of marketing activities through marketing mix.

▶ 경영학원론(Principles of Management)

기업이 경영하는 목적 또는 목표를 달성하는데 필요한 경영활동을 보다 효율적으로 수행하기 위해 요구되는 기본 원리를 종합적이고 체계적으로 학습하며, 기업, 경영자와 경영, 경영 환경과 자원 등의 기본 개념을 바탕으로 경영 관리과정인 계획(planning), 조직(organizing), 지휘(directing), 통제(controlling)를 중심으로 각 관리 기능에 관한 과학적 지식과 기법을 이해시키고, 생산, 판매, 조직, 인사, 전략, 재무, 회계 등에 관한 내용을 강의한다.

It comprehensively and systematically learns the basic principles required to more efficiently carry out the management activities necessary to achieve the purpose or goals of a company, and understands scientific knowledge and techniques for each management function, focusing on planning, organizing, directing, and controlling, which are management processes, and lectures on production, sales, organization, personnel, strategy, finance, and accounting.

▶ 경영통계학(Management Statistics)

수치적 표현을 활용하여 복잡한 현상을 단순하고 명확하게 서술하고 수치 데이터를 수집하고 정리하고, 분석한다. 통계적 추정과 검정의 개념에 대한 이해를 토대로 문제를 해결하는 능력을 배양한다.

Using numerical expressions, complex phenomena are simply and clearly described, numerical data are collected, organized, and analyzed. Cultivate the ability to solve problems based on an understanding of the concepts of statistical estimation and testing.

▶ 경영정보시스템(MIS : Management Information System)

기업의 경영진이나 조직의 관리진에게 투자, 생산, 판매, 경리, 인사 등 경영 관리에 필요한 각종 정보를 신속하고 정확하게 공급함으로써 생산성과 수익성을 높이고자 하는 정보 시스템이다.

It is an information system that aims to increase productivity and profitability by quickly and accurately supplying various information necessary for management management, such as investment, production, sales, accounting, and personnel, to corporate management or organizational management.

▶ 회계원리(Principles of Accounting)

회계학의 기초개념과 회계정보의 창출과정을 전반적으로 이해하며, 분개, 원장기입, 시산표의 작성, 결산, 부기, 회계장부작성, 계정과목별 회계처리 및 재무제표의 작성 등을 학습한다.

Understand the basic concept of accounting and the process of creating accounting information in general, and learn about journalism, bookkeeping, accounting books, accounting for each account subject, and financial statements.

▶ 인사관리 (Personnel management)

기업의 경영목표달성에 필요한 인적자원의 확보, 개발, 보상, 유지 및 동기부여에 관한 일련의과학적 관리활동을 통해 기업의 인적자원관리 담당자로서 수행해야 할 인사직무능력에 대하여학습한다.

Through a series of scientific management activities related to securing, developing, compensating, maintaining, and motivating human resources necessary to achieve the company's management goals, we learn about personnel job skills to be performed as a person in charge of human resource management.

▶ 품질경영(Quality Management)

품질요구사항이 충족될 것이라는 신뢰를 제공하도록, 중점을 두는 품질보증 및 품질경영 활동업무에 대해 학습한다.

Learn about quality assurance and quality management activities that focus on providing confidence that quality requirements will be meet.

▶ 유통관리(Distribution Management)

제품 및 소비자행동에 대한 이해를 토대로 유통채널을 분석하고 효율적인 유통경로를 설계하고 관리할 수 있는 능력을 학습한다.

Based on an understanding of products and consumer behavior, we analyze distribution channels and learn the ability to design and manage efficient distribution channels.

▶ 프랜차이즈경영(Franchise Management)

소자본 창업의 가장 안정적인 시스템이라고 할 수 있는 프랜차이즈 경영의 기본시스템, 프랜차이즈의 기본개념, 프랜차이즈 경영의 성공요소, 본부와 가맹점과의 관계, 프랜차이즈 계약, 성공 프랜차이즈 사례 등을 학습한다.

Learn the basic system of franchise management, the basic concept of franchise, the success factors of franchise management, the relationship between headquarters and franchisees, franchise contracts, and successful franchise cases, which are the most stable systems of small capital start-ups.

▶ 소매경영론(Retailing Management)

소매업 경영에 대한 체계적이고 과학적인 지식을 습득하고, 소매 시장의 전략과 상품 구색 계획, 점포 관리 등 소매 경영에 필요한 요소들을 학습한다.

Learn systematic and scientific knowledge of retail management and learn the elements necessary for retail management, such as retail market strategies, product assortment plans, and store management.

▶ 재무관리(Financial Management)

기업의 투자 및 재무의사결정을 위한 기초이론인 현가이론(Present Value Theory), 자본예산(Capital Budgeting)이론, 불확실성하의 투자의사결정이론, 자본자산가격이론 등을 학습한다.

Learn the basic theories of corporate investment and financial decision-making: current value theory, capital budget theory, investment decision-making theory under uncertainty, and capital asset pricing theory.

▶ 조직관리(Organizational management)

경영목적을 달성하기 위하여 필요한 여러 활동을 구성원들에게 분담시키고 그 관계들을 각각 규정하며, 여러 활동이 전체적으로 유효하게 이어지도록 관리하는 학습을 한다.

Learn to share various activities necessary to achieve management objectives with members, define their relationships, and manage various activities effectively as a whole.

▶ 스포츠마케팅(Sports Marketing)

현대사회에 스포츠의 중요성은 많은 이유로 그 중요성이 증대되고 있다. 따라서 여러 기업들은 스포츠단을 운영하여 수익을 올리거나 스포츠를 이용하여 기업이나 제품을 광고, 홍보하는 마케팅 활동을 하고 있다. 이러한 마케팅 활동에 대한 전반적 이해와 필요성, 현황, 스포츠 기업들의 활동과 그에 따른 마케팅 기본 이론에 대하여 학습한다.

The importance of sports in modern society is increasing for many reasons. Therefore, several companies operate sports groups to make profits or engage in marketing activities to advertise and promote companies or products using sports. Learn the overall understanding and necessity, current status, activities of sports companies, and basic marketing theories accordingly.

▶ 제품개발론(Product Planning and Development)

제품의 주기와 개발과정에 대한 이론을 강의하고 상품으로서의 제품을 계획, 설계, 생산, 판매, 사용, 폐기되는 전과정을 예측하고 기획할 수 있는 능력을 기른다.

It teaches theories about the product cycle and development process and develops the ability to predict and plan the entire process of planning, designing, producing, selling, using, and discarding a product as a product.

▶ 서비스마케팅(Service Marketing)

제품 및 서비스에 대한 이해를 토대로 고객과 효율적으로 의사소통하며 소비자 보호 관련 제도 및 법에 대한 이해를 토대로 고객 불만을 처리하고, 고객과의 분쟁 시 분쟁 관련 기관과 교섭하는 방법을 학습한다.

Learn how to communicate efficiently with customers based on an understanding of products and services, handle customer complaints based on an understanding of consumer protection-related systems and laws, and negotiate with dispute-related organizations in the event of a dispute with customers.

▶ 비즈니스 커뮤니케이션(Business Communication)

비즈니스 커뮤니케이션의 기초적이고 전반적인 내용 및 관련 이론과 개념을 학습하고 다양한 주제와 형태의 비즈니스 커뮤니케이션을 실습하여 능력을 배양하는 것을 목적으로 하며, 학습한 커뮤니케이션의 스킬은 비즈니스 실무 현장은 물론 일반적인 대인관계에서 적용할 수 있기 때문에 다양한 측면에서 폭넓게 활용될 수 있다.

It aims to learn the basic and overall content and related theories and concepts of business communication and to cultivate skills by practicing various topics and forms of business communication, and the learned communication skills can be widely used in various aspects because they can be applied not only in business practice but also in general interpersonal relationships.

▶ 리더십(Leadership)

조직목표의 달성을 위해 모든 조직의 리더가 갖춰야 할 핵심역량 요소인 리더십의 실제 및 본질을 이해하고, 지식정보화사회에 부합하는 혁신적 리더십 개발을 위한 방법론 및 리더십의 정의, 유효성, 영향력, 변혁적 리더십과 팀 리더십 등을 학습한다.

Understand the substance and nature of leadership, which is a key competency element for leaders in all organizations to achieve organizational goals, and learn methodologies, effectiveness, influence, transformational leadership, and team leadership for innovative leadership development in line with the knowledge and information society.

▶ 글로벌경영(Global Management)

다국적기업의 활동 환경과 경제성장에 따른 다국적기업의 출현 배경, 다국적기업에 영향을 미치는 내/외부 요인과 다국적기업의 전략을 이해하며, 생산 및 판매의 수익원을 국제적으로 분산시켜 경영활동의 모든 측면에서 국제적 분업을 실현하여 저렴한 원자재의 조달과 원가절감을 통해 효율을 극대화할 수 있는 마케팅운영방식을 학습한다.

Understand the operating environment of multinational corporations, the background of the emergence of

multinational corporations due to economic growth, internal/external factors affecting multinational corporations and strategies of multinational corporations, and learn how to operate marketing that can maximize efficiency through procurement and cost reduction of inexpensive raw materials by distributing revenue sources from production and sales internationally.

▶ 광고와홍보(Advertising and Publicity)

광고홍보의 개념, 범위, 분야, 광고홍보산업의 구성, 광고와 사회, 경제, 윤리 등 광고홍보에 대한 기본적인 분야를 강의한다.

It teaches basic areas for advertising, such as the concept, scope, field, composition of the advertising promotion industry, advertising, society, economy, and ethics.

[스포츠경영전공]

▶스포츠 산업론(Theory of Sports Industry)

스포츠산업론은 스포츠산업을 경제적인 측면에서 접근하는 학문으로 스포츠산업의 개념과 환경을 이해하고, 경제행위로서의 스포츠가 갖는 요소들, 즉 상품화와 생산에서 유통, 소비에 이르는 과정과 이에 따른 주요 내용들을 다룬다.

The sports industry theory is a study that approaches the sports industry from an economic perspective, understands the concept and environment of the sports industry, and deals with the elements of sports as economic activities, namely the process from commercialization, production, distribution, and consumption, and the main contents accordingly.

▶스포츠 인사관리(Sports Personnel Management)

스포츠조직에 대한 외부환경, 조직의 구조, 조직의 기능, 조직원에 대한 이해를 토대로 능동적으로 변화하는 스포츠조직, 효율적이고 효과적인 스포츠조직을 관리할 수 있는 방안을 연구한다.

Based on the external environment of the sports organization, the structure of the organization, the function of the organization, and the understanding of the members of the organization, we study ways to manage actively changing sports organizations and efficient and effective sports organizations.

▶스포츠 데이터 분석론(Analysis of Sports Data)

사회, 경제현상을 올바르게 이해하고 미래의 변화를 예측하기 위해 통계기법은 계속적으로 발전하여 왔으며, 현대에는 컴퓨터의 발달로 새로운 기법들이 급속히 발전하고 있다. 이런 통계기법의 이해와 활용을 위한 기초개념으로 자료의 분석 방법과 기법, 확률론의 기초 개념부터 확률변수와 표본 및 표본분포에 관한 개념을 다룬다.

Statistical techniques have been continuously developed in order to correctly understand social and economic phenomena and predict future changes, and with the development of computers in modern times, new techniques are rapidly developing. The basic concepts for understanding and utilizing these statistical techniques include data analysis methods and techniques, as well as concepts of probability theory, random variables, samples, and sample distribution.

▶ **스포츠 유통관리(Sports Distribution management)**

스포츠 산업에서 스포츠제품과 소비자 구매행동 등에 대한 이해를 토대로 하여 스포츠 유통채널을 분석하고 이해하여 효율적인 유통경로를 설계하고 관리할 수 있는 능력을 학습한다.

Based on an understanding of sports products and consumer purchasing behavior in the sports industry, the ability to design and manage efficient distribution channels is learned by analyzing and understanding sports distribution channels.

▶ **스포츠 프랜차이즈경영(Sports Franchise Management)**

소자본 창업의 가장 안정적인 시스템이라고 할 수 있는 프랜차이즈 경영의 기본시스템, 프랜차이즈의 기본개념, 프랜차이즈 경영의 성공요소, 본부와 가맹점과의 관계, 프랜차이즈 계약, 성공 프랜차이즈 사례 등을 학습한다.

Learn the basic system of franchise management, the basic concept of franchise, the success factors of franchise management, the relationship between headquarters and franchisees, franchise contracts, and successful franchise cases, which are the most stable systems of small capital start-ups.

▶ **스포츠 경영학(Theory of Sports Management)**

스포츠 마케팅 전공자들이 익혀야 하는 가장 기본적 과목으로 스포츠경영학의 범위와 여러 세분된 전공분야에 대한 기초적인 지식을 습득한다. 경영학의 분야에 해당되는 재무관리, 마케팅, 인사/조직, 회계학, 생산관리, MIS, 산업심리 등에 대하여 입문적인 지식을 배우며 일반 경영학과 더불어 스포츠 경영만의 특색을 공부한다.

As the most basic subject that sports marketing majors must learn, they acquire basic knowledge about the scope of sports management and various subdivided major fields. They learn introductory knowledge about financial management, marketing, personnel/organization, accounting, production management, MIS, and industrial psychology, which are applicable to the fields of business administration, and study the characteristics of sports management along with general business administration.

▶ **스포츠 실습1(Sports Practice 1)**

스포츠 관련 종목 중 야구에 대한 경기방법 학습 및 스포츠 능력 향상을 도모한다.

It aims to learn how to play baseball and improve sports skills among sports-related events.

▶스포츠 조직관리(Sports Organization Management)

스포츠 조직을 구성하고 있는 개인, 집단 및 조직체 자체의 행동에 관한 개념, 이론 및 사례를 학습하며, 그 결과를 현실문제에 적용하는 응용력을 연마한다. 또한, 변화하는 스포츠 산업환경에 적극적으로 대처하고 나아가 스포츠 조직의 유효성 향상을 위해 이루어지는 계획적 조직변화과정을 이해하고 그와 관련된 이론과 함께 실제 적용사례를 통해 학습한다.

Learn concepts, theories, and examples of the behavior of individuals, groups, and organizations that make up the sports organization themselves, and improve their application to real problems. Additionally, they actively respond to the changing sports industry environment and further understand the planned organizational change process to improve the effectiveness of sports organizations, and learn through practical application cases along with related theories.

▶스포츠 마케팅(Sports Marketing)

현대사회에 스포츠의 중요성은 많은 이유로 그 중요성이 증대되고 있다. 따라서 여러 기업들은 스포츠단을 운영하여 수익을 올리거나 스포츠를 이용하여 기업이나 제품을 광고, 홍보하는 마케팅 활동을 하고 있다. 이러한 마케팅 활동에 대한 전반적 이해와 필요성, 현황, 스포츠 기업들의 활동과 그에 따른 마케팅 기본 이론에 대하여 학습한다.

The importance of sports in modern society is increasing for many reasons. Therefore, several companies operate sports groups to make profits or engage in marketing activities to advertise and promote companies or products using sports. Learn the overall understanding and necessity, current status, activities of sports companies, and basic marketing theories accordingly.

▶스포츠 서비스마케팅(Sports Service Marketing)

스포츠 활동이 서비스 산업의 한 분야이므로 서비스 마케팅에 대한 종합적 지식과 이해를 고취시킴으로써, 스포츠 관중이나 스포츠 활동 고객들의 니즈를 보다 잘 충족시켜 줄 수 있도록 한다.

Since sports activities are an area of the service industry, it promotes comprehensive knowledge and understanding of service marketing so that it can better meet the needs of sports audiences and sports activity customers.

▶스포츠 실습2(Sports Practice 2)

스포츠 관련 종목 중 야구에 대한 실습을 실시하며, 스포츠 능력 향상을 위해 보다 심도 있게 학습한다.

Among sports-related events, practice baseball and learn more in-depth to improve sports skills.

▶스포츠 리더쉽(Sports Leadership)

조직의 목표 달성을 위해 조직의 리더가 갖춰야 할 핵심 역량에 대해 익히고, 스포츠 지도자에게 요구되는 기본 소양과 기동 그리고 리더쉽에 대한 전문적인 지식과 기법을 학습한다.

Learn the core competencies that organizational leaders must have to achieve their goals, and learn the basic knowledge, mobility, and leadership expertise and techniques required of sports leaders.

▶ 스포츠 글로벌경영(Sports Global management)

스포츠 산업의 발달로 인해 스포츠 산업의 다국적 전략을 이해하여, 국제적으로 효용성을 극대화 할 수 있는 스포츠 마케팅 운영방식 등을 학습한다.

Due to the development of the sports industry, they understand the multinational strategies of the sports industry and learn how to operate sports marketing that can maximize effectiveness internationally.

▶ 스포츠광고와 홍보(Sports advertising and promotion)

기업은 이미지제고를 위해서 효과적인 커뮤니케이션 수단으로 스포츠를 활용하고 있다. 인기있는 스포츠이벤트나 스포츠스타는 기업의 커뮤니케이션 목표를 달성하는데 효과적인 기회를 제공하므로 각광받는 커뮤니케이션 수단으로 활용되고 있다,이 교과목은 스포츠를 기업 커뮤니케이션 수단으로 활용하는데 있어서 스포츠광고라는 차원에서 개념적 이해와 실제적 가치를 중심으로 접근하고 있다.

Companies are using sports as an effective means of communication to improve their image. Popular sports events and sports stars are used as a means of communication in the spotlight because they provide effective opportunities to achieve corporate communication goals. This course focuses on conceptual understanding and practical values in terms of sports advertising in using sports as a means of corporate communication.

[전공심화 3,4학년 과정]

▶ 국제마케팅(International Marketing)

글로벌기업 활동으로서 글로벌마케팅의 이해, 마케팅과업의 실행에 영향을 미치는 환경의 분석, 글로벌마케팅전략의 선택대안과 수립절차 및 글로벌 마케팅믹스의 수립과 국제제품전략, 국제촉진전략, 국제유통전략, 국제가격전략 실행 등을 학습한다.

▶ 노사관계론 (Industrial and Labor Relations)

노사 관계를 규정하는 제도적, 환경적인 요소와 노사관계의 세 주체의 특징을 먼저 규명한 후, 노조결성, 노사협상, 고충처리, 분쟁조정, 경영참가, 노동자 복지등 노사 관계를 형성하는 과정들에 대한 실무적, 이론적 지식을 익힌다.

▶ 마케팅전략 (Marketing Strategy)

마케팅전략의 4요소인 마케팅믹스(Product, Price, Place, Promotion)와 STP전략의 수립 및 실행방법과 기업의 경영자에게 요구되는 기업 경영 전반에 대한 분석능력 과 해결능력의 배양을 도모한다.

▶ 비즈니스경영실무 (Business Management)

장기적이고 지속적인 비즈니스의 효율성 및 효과성 증진을 위한 성공요인으로서의 경영실무기법에 대하여 전반적으로 검토한다. 비즈니스의 조직형태 및 구조, 인적자 원관리, 조직관리, 조직문화, 경영전략, 마케팅 등에 대한 실무적 지식을 현장 사례중심으로 습득한다.

▶ 조사방법론 (Research Method)

경영의사결정에 필요한 정보의 효율적 획득과 운용을 위해 자료수집에서 분석, 보고서 작성에 이르기까지의 모든 과정을 이해할 수 있도록 하며, 다양한 통계분석기법 과 MiniTab 프로그램을 활용한 내용을 학습한다.

▶ SCM(Supply Chain Management)

자재의 조달, 제품 생산, 유통, 및 판매의 전 과정이 통합적으로 운영될 때, 기업들은 고객들의 다양한 요구에 효율적으로 대응함으로써 기업의 경쟁력을 강화할 수 있고, 생산성을 극대화할 수 있다. SCM을 학습함으로써 공급망 체인을 최적화 하여 조달 시간 단축, 재고 비용이나 유통 비용 삭감, 고객 문의에 대한 빠른 대응을 실현하는 능력을 배양할 수 있다.

▶ 경영전략 (Management Strategy)

기업 환경을 분석하고 경쟁을 극복하여 기업을 유지하고 발전시키기 위한 의사결정 및 전략을 익힌다.

▶ 마케팅커뮤니케이션 (Marketing Communication)

기업이 생산하는 제품 및 서비스 등을 판매하는데 있어 소비자의 수요환기와 기업의 판매활동을 더 가속화시키기 위하여 최종소비자에게 작용하는 마케팅활동을 학습 한다.

▶ 회계실무(Accounting Practice)

회계원리에서 학습한 재무제표를 구성하는 개별 계정과목론을 바탕으로 여러 계정과목과 관련성이 있는 회계 분야를 학습하며 구체적으로 회계의 개념체계에 대한 검토와 이익측정과 수익인식, 재고자산, 유형자산, 무형자산, 금융자산, 금융부채에 대한 심층적인 이해능력을 개발하는 것을 다룬다.

▶ 경영분석(Business Analysis)

기업의 이해관계자들이 경영내용에 관한 정보를 파악하여 의사결정하는데 필요한 기업과 관련된 자료를 수집, 분석하고, 평가할 수 있는 기법 등을 학습한다.

▶ 생산관리실무(Production Field Management)

생산현장의 인적 자원, 생산관련설비, 생산에 투입되는 원부자재 혹은 에너지 등을 낭비 없이 경제적으로 운용하기 위한 기법을 다룬다. 생산현장에서 이루어지는 실무에 대해서 작업 효율을 극대화시킬 수 있는 방안을 연구하고 적용함으로써 제조 현장의 생산성혁신에 기여할 수 있다. 실무중심과 사례중심으로 학습을 진행함으로써 제조 기업에서 경영층과 생산현장을 연결하는 가교역할을 수행할 수 있는 역량을 갖추도록 한다.

▶ 브랜드관리(brand management)

마케팅의 한분야이며, 국내외 기업의 경쟁력 강화의 중요한 부분인 브랜드의 개념에서부터 파워브랜드, 브랜드전략, 커뮤니케이션모델, 전략적분석틀, 브랜드평가 등 최신 이론을 학습하고 이론에 기초한 사례 분석을통하여 기업에 진출하여 활용할 수 있는 브랜드관리전략에 대한 기본지식을 학습한다.

▶ 소비자 행동론 (Consumer Behavior)

소비자행동분석의 중요성과 동기유발, 인지, 학습, 개성, 라이프스타일, 인구통계학적 변수, 문화, 준거집단 등 개인적 구매결정 요인인 심리적 분석과 구매에 영향을 미치는 환경적인 요인을 분석하고 이를 통한 판매 전략을 수립하는 기법을 학습한다.

▶ 프로젝트경영(Project Management)

프로젝트를 성공적으로 완료하기 위하여 필요한 작업의 양과 품질, 작업요구조건, 필요한 자원, 작업방법 등에 대한 계획을 수립하고, 이 계획을 실행하는 것이다.

▶ 투자론(Investment Theory)

금융기관 및 일반기업에서 재무금융 전문가로 활동할 수 있도록 자산가격결정에 관한 이론과 자산운용기법, 자산평가방법 및 증권시장에서 거래되고 있는 금융상품 등을 학습한다.

▶ CRM (Customer Relationship Management)

고객과 관련된 기업 내·외부 자료를 분석, 통합하여 고객특성에 기초한 마케팅 활동을 계획하고 지원하며, 평가하는 과정의 학습을 고객의 가치를 극대화 시킬 수 있는 마케팅 전략을 습득한다.

▶ 조직세미나 (Organization Seminar)

조직과 관련한 주제를 중심으로 토론식으로 강의를 진행하며 심도 높게 여러 주제를 다룸으로써 특정주제에 대한 이해의 폭을 확충하고자 한다. 예를 들어 조직과 조직 기술과의 관계, 조직설계, 조직의 과제 해결 등이 주제가 된다.

▶ 마케팅세미나 (Marketing Seminar)

마케팅의 전반적인 이해와 마케팅기회분석, 소비자행동분석, STP분석, 마케팅믹스 개발 및 관리 등과 같은 내용의 실제사례들을 토대로 하여 질의와 응답 등 토론식 방식으로 수업을 하며 체계적인 마케팅의 틀을 확립한다.

▶ 창업경영(Establishment Management)

창업경영은 창업이후의 경영전략 등을 두루 아우르는 것으로써, 주로 벤처기업의 창업 및 창업 이후의 자금 조달 등에 대한 경영전략이라 볼 수 있다.

▶ 경영사례연구(Management Case Study)

기업경영의 다양한 상황들을 미리 학습하며, 시뮬레이션 능력을 높일 수 있도록 능동적이고 유연한 전략적사고 들을 배양하고 국가, 지역, 소비자, 시대별 다양한 성공사례와 실패사례 들을 학습하여 문제해결능력을 고취시킨다.