

# 글로벌경영학과

교과목명(영문)	교과목 개요
경영사례분석 (Business Case Analysis)	이 과목은 경영사례를 분석하는 과정에서 경영학의 여러 기능 분과 학문을 종합적으로 적용(Interdisciplinary Approach)하는 기회를 제공함으로써 여러 경영기능이 어떻게 맞물리는지 전체적인 시각을 갖도록 하는 데 목적을 둔다.
경영의사결정론 (Decision Theory)	기업경영에서 발생하는 의사결정문제를 해결하기 위하여 문제의 인식, 문제의 계량화, 컴퓨터의 응용, 최적해의 도출 및 의사결정과정과의 연계 등의 과정을 통한 과학적 접근방법을 학습한다. 과학적 접근방법의 대표적인 기법으로는 선형계획법(LP), 네트워크 분석, 의사결정분석, PERT/CPM, 재고모형 등을 중심으로 학습한다. 또한 경영 문제의 해를 구하는 소프트웨어를 이용하여 경영의사결정문제를 풀고 이에 대한 해석을 통하여 현실경영문제의 해결능력을 배양한다.
경영전략론 (Strategic Management)	기업조직의 전략적 행동에 관한 기초이론, 기업전략 차원에서의 다각화, 경영체제, 기업 지배와 사업전략 차원에서의 산업분석, 조직자원분석, 경쟁전략수립 및 실행, 사회전략 차원에서의 이해관계자 분석과 사회적 책임 등에 관한 이론과 기법을 연구한다.
경영정보시스템 (Management Information System)	경영의사결정 및 업무능력을 위한 효과적인 정보관리를 위하여 경영정보시스템의 기본적 구조, 기본기법 및 여러 하위시스템의 설계에 관한 연구를 한다.
경영학의이해 (Principles of Management)	경영자가 기업과 그 경영에 영향을 미치는 기업 환경 속에서 전략적, 전술적 의사결정을 합리적으로 수행하고 기업의 생존, 이익, 성장 등 기업목적을 달성하는데 필요한 여러 가지 지식을 연구한다.
공급사슬관리 (Supply Chain Management)	본 교과목에서는 SCM을 하기 위한 사고방식 및 이론 등에 대해 다루고 실제 사례문제를 중심으로 어떻게 적용되었는지에 대해 알아본다.
관리회계 (Managerial Accounting)	회계정보의 주된 이용자인 경영관리자가 효율적이고 능률적인 기업경영을 위해 재무회계정보는 물론 특히 원가정보를 이용하여 부문 또는 관리자의 업적평가를 행하고 기업의사결정에 임하는 제기법에 대해 학습한다.
기술경영론 (Management of Technology)	“기술경영이란 엔지니어링, 과학 그리고 경영의 원리를 연결하여 기술적 역량을 계획, 개발 그리고 실행하여 조직의 전략과 운영상의 목표들을 만들고 달성하는 것이다”라고 정의할 수 있다. 따라서 본 과목은 엔지니어링과 경영 두 분야를 연결, 통합시켜 주는 것으로, 글로벌 경제에서 효과적으로 경쟁하기 위한 기술 중심의 경영기법을 주된 내용으로 한다. 즉, 기술혁신과 전략적 계획, 기술적 위험분석과 평가, 기술 및 경제 분석, 기술경영의 훈련과 교육, 정보기술과 새로운 산업 등의 내용을 포함한다.
기업가치평가 (Enterprise Value Evaluation)	기업가치를 평가하는 방법인 수익가치법·자산가치법·상대가치법 등으로 장래의 현금흐름을 추정하고, 이를 위험율이 반영된 적절한 할인율로 할인하여 평가시점에서의 기업가치를 구한다.
기업윤리 (Business Ethics)	생산의 주체로서의 기업은 사회와의 관계에서 다양한 기능을 담당하며 이에 따른 사회적 책임을 진다. 본 과목은 기업의 행위가 사회에 대하여 미치는 영향을 고찰함으로써, 기업행위를 사회적 윤리의 관점에서 분석한다.

교과목명(영문)	교과목 개요
노사관계론 (Industrial Relations)	노사관계의 이념, 조직, 제도, 쟁점 등 제 측면들에 관한 이념적·이론적·응용적 인식의 틀을 확립하기 위해 이론과 실제를 분석하고 보편적이고도 특수한 관점에서 노사관계의 바람직한 방향과 과제를 모색한다.
논문연구 (Thesis Research)	졸업논문 작성을 위한 주제선정, 자료수집 및 논지전개 등의 제반 필요사항을 지도한다.
디지털경영혁신 (Digital Management Innovation)	디지털 경영혁신을 통한 기업의 지속적인 성장은 21세기 디지털 환경 하에서의 기업경영의 핵심주제이며 생존전략이다. 디지털 경영혁신에 대한 이론과 다양한 사례를 학습함으로써, 실무에서 요구되는 창의적인 사고 및 문제해결 능력을 배양한다.
디지털컨텐츠경영 (Digital Contents Management)	정보의 과부하로 고민하는 경영자들은 정작 중요한 의사결정시 필요한 결정적 정보는 제공받지 못하고 있다. 즉, 기업이 소유한 정보를 전략적 자산으로 활용하지 못하고 있는 것이다. 따라서 본 과목은 “적절한 정보를, 적절한 사용자에게, 적절한 형태로, 적절한 시기”에 제공하기 위한 정보 자원의 원만한 획득 및 과학적 분석, 그리고 전략적 관리 방법을 주된 내용으로 구성한다.
리스크관리 (Risk Management)	현재 국내외에 활용 가능한 여러 금융 상품에 대하여 개인생활과 기업 활동에 불가피하게 수반되는 여러 위험에 대한 이해에 대하여 학습한다.
마케팅관리론 (Marketing Management)	현대기업의 마케팅활동을 이해하기 위해 마케팅개론과 관리론을 전략적 경영의 관점에서 다룬다. 특히 현실적 적용을 통한 지식확충을 위해 사례연구방법을 병용한다.
마케팅커뮤니케이션 (Marketing Communications)	마케팅 목표를 효과적으로 달성하기 위해 행해지는 커뮤니케이션 활동에 대하여 학습한다.
비즈니스영어 I (Business English I)	영어는 세계 공용어로서의 인정되는 언어의 하나이다. 이는 곧 영어가 세계 시장을 대상으로 비즈니스를 수행하는 기업이나 사람의 입장에서는 반드시 숙달해야 하는 의사소통 수단의 하나라는 것을 의미한다. 이러한 이유에서 본 교과목은 비즈니스에서 요구되는 기초적인 영어의사소통 능력을 배양하는데 그 목적을 두고 있다.
비즈니스영어 II (Business English II)	본 교과목은 ‘비즈니스 영어 I’에서 공부한 기본적인 비즈니스 영어를 토대로, 다양한 비즈니스 상황에 적용할 수 있는 보다 활용도가 높고 실용적인 영어소통능력을 배양하는데 그 목적을 둔다.
비즈니스커뮤니케이션 (Business Communication)	효과적인 조직운영에는 당면문제에 대한 정확한 분석은 물론 이를 해결하기 위한 조직내외의 명확한 의사소통이 이루어질 수 있어야 한다. 당면문제에 대한 정확한 이해 및 분석, 그 내용의 정확한 전달은 전문적인 경영기법 이외의 또 다른 능력을 필요로 하는 것이다. 본 과목은 조직 운영에 있어 당면할 수 있는 다양한 경영상의 문제를 정확히 진단하고, 이를 조직 내외의 관계당사자에게 명확히 전달할 수 있는 효과적인 의사소통능력을 배양하는데 그 목적을 두고 있다.
산학연계연구1 (Field Research 1)	기업체를 방문하여 이론과 실무를 연계하여 학습이 이루어진다.
산학연계연구2 (Field Research 2)	기업체를 방문하여 이론과 실무를 연계하여 학습이 이루어진다.
생산및운영관리 (Production and Operations Management)	기업의 생산 및 조업활동에 관련된 활동을 이해하기 위하여 생산시스템에 대한 자원의 투입에서 산출까지의 제반 관리적 내용에 대한 학습이 이루어진다.

교과목명(영문)	교과목 개요
서비스마케팅 (Service Marketing)	무형의 제품인 서비스의 특성에 따라 제품 마케팅과 차별화된 서비스 마케팅의 이론과 실재를 체계적으로 정리하고, 서비스기관의 시장지향적 마케팅전략 수립에 대해 심층적으로 연구한다.
서비스운영관리 (Service and Operations Management)	서비스 운영관리는 제조기업과는 구별되는 조직으로서의 서비스 조직을 중심으로 다양한 운영 원리를 요약, 정리하고 있다. 수학적 분석을 요하는 부분은 깊은 내용의 전개보다는 적용 중심의 기본원리만을 간추려 이해하기 쉽도록 설명하고, 어려운 증명이나 이론들은 가급모형구축 위주로 내용을 설계하였다.
세무회계 (Tax Accounting)	세무회계의 기본적 원리를 이해하고 국세기본법, 법인세법, 소득세법, 부가가치세법, 상속세법 및 증여세법 등의 개괄적인 내용을 학습한다.
세미나 (Seminar)	조직 운영에는 경영의 각 기능별 영역에 대한 이해는 물론 이들을 종합적으로 고려한 의사결정이 필요하다. 본 세미나는 조직 의사 결정에서 요구되는 종합적이며 균형된 사고를 수강생에게 배양하는데 그 목적을 두고 있다. 이를 위해 본 세미나에서는 추론, 모형구축 및 평가 등에 대한 이론적 토대와 분석틀을 연구한다.
IT전략 (IT Strategy)	환경 및 경쟁자 분석에 기초한 과거의 전통적인 전략과 정보기술을 응용한 경쟁우위 확보 전략의 유기적인 통합은 기업의 성과를 높이기 위한 매우 중요한 분야이다. 특히, 정보자원의 활용은 “정보화시대 2.0”의 필수조건이다. 따라서 본 과목은 정보전략 수립 동기와 과정, 그 결과를 기업의 다양한 실제 예를 통하여 검증해 봄으로써 미래의 경영자들이 발전적인 전략수립 과정과 그 결과를 이해하도록 한다.
유통전략 (Marketing Channel Strategy)	기업이 표적세분시장의 욕구를 파악하여 이를 효과적으로 충족시킬 수 있는 유통전략을 수립하기 위해서는 제품, 가격, 촉진 등과 같은 다른 마케팅믹스 요소들과 일관성을 고려하여 수립하여야 하는데 본 과목에서는 제조업자 입장에서 유통경로를 설계하고 이를 관리하는 과정에 대해 다룬다.
인적자원관리론 (Human Resource Management)	기업경영에 있어서 인간에 대한 관리의 중요성을 이해시키고 인적자원의 효율적 관리가 경영성과에 미치는 영향의 중대함을 인식시키기 위하여 인사관리론의 발전, 인사관리의 제 기능 등을 다룬다.
재무관리론 (Financial Management)	기업재무관리의 세가지 주요 의사결정영역인 자본예산이론, 자본구조이론, 운전자본관리이론을 연구하며, 이에 관련하여 위험부담과 보상의 분석, 자본자산의 가격결정, 재무예산의 수립 등도 포함된다.
재무회계론 (Financial Accounting)	자본시장에 대한 회계정보의 역할을 소개하고, 재무제표로 대표되는 회계정보의 작성방법 및 활용방법을 학습한다. 또한 리스회계, 합병회계, 연결회계, 이연법인세회계 등 특수한 목적의 회계정보에 대한 이론을 학습한다.
조직관리와리더십 (Organization Management and Leadership)	현대조직의 효율성을 증대하고 조직에 소속된 구성원들의 삶의 질을 향상시키기 위해 조직의 효율적 설계와 관리를 다룬다.
조직행동론 (Organizational Behavior)	조직행동론은 조직구성원들의 태도와 행동이 조직성과를 좌우하는 중요 요인이라는 관점에서 조직구성원들의 행동을 이해하고, 더 나아가 바람직한 행동을 이끌어내는 것을 목적으로 하는 실천학문이다. 현대 사회에는 여러 가지 형태의 조직이 존재하는데, 상사, 동료, 부하 등 다른 사람의 태도와 행동을 이해하는 것이 그들과 좋은 관계를 유지하는 데뿐만 아니라 주어진 과업을 성공적으로 수행하는 데도 매우 중요하다. 이처럼 조직행동론은 현대의 조직사회를 살아가는 사람들에게 꼭 필요한 학문이라 할 수 있다.

교과목명(영문)	교과목 개요
투자론 (Investments)	증권투자에 대한 이해를 높이는 것을 교과목적으로 한다. 이를 위해 증권분석이론 및 포트폴리오 관리이론을 연구한다.
파생금융상품론 (Financial Derivatives)	선물계약과 옵션계약의 특성, 파생금융상품 시장의 운영제도 및 거래 방법, 선물가격과 현물가격의 관계, 파생금융상품을 이용한 위험관리, 최근의 금융혁신상품 등을 연구한다.
품질경영론 (Quality Management)	품질관리, 품질경영을 통하여 품질위주의 기업문화를 창출하므로써 기업의 국제 경쟁력을 제고시키는 방법을 배우고, 과거의 TQC를 TQM적 관점에서 살펴보고, ISO 9000시리즈가 TQM적의 일환으로 다루어진다.
협상전략 (Negotiation)	본 교과목의 목적은 협상이론의 기초를 제공함으로써 수강생으로 하여금 현실에서 나타나는 협상현상에 대한 이해도를 높이는 데 있다. 본 교과목에서는 단순히 협상현상에 대한 이해에서 그치는 것이 아니라, 협상의 본질과 협상에 영향을 미치는 다양한 요소, 갈등해소에 활용할 수 있는 다양한 접근방법 등을 검토함으로써 효과적/효율적 의사결정을 내릴 수 있도록 분석능력을 향상시키고자 한다.