

교과목해설집

경영학과 (Business Administration Major)

◎ 전공필수

● 경영학의이해(300258)

Understanding of management

경영학은 기업의 경영활동을 연구대상으로 하는 학문이다. 경영활동은 기업목적의 달성을 위하여 수행되며, 세부적으로는 생산, 마케팅, 인사, 재무, 회계, 정보처리 등의 활동으로 구성되어 있다. 본 과목의 목표는 이러한 기업 활동의 세부분야에 대한 이해를 바탕으로 경영학과 소개하는 것이다.

This course introduces various activities such as production, marketing, human resource, finance, accounting, information systems that a firm should undertake to exist as a going concern and discusses how to create competitive advantages by performing these activities. The course aims to provide a basic understanding about modern business and management.

● 회계원리(400610)

Accounting Principle

기업경영활동의 결과 발생하는 경제적 가치변화와 그에 따른 회계현상을 숫자로 된 회계정보로 전환하여, 그것을 기업의사결정과 회계정보 이용자에게 체계적으로 전달하는 것과 관련된 학문인 회계학의 기초원리와 배경지식을 배우는 교과목이다.

The purpose of this course is to provide students with fundamental concepts in accounting, such as accounting postulates, concepts of assets, liabilities, equities, income, expenses, etc. This course will discuss, in particular, the whole accounting cycle from recording business transactions to the preparation of financial statements.

● 정보시스템이해(401934)

Understanding of Information System

정보시스템은 경영 의사결정에 필요한 정보를 수집, 저장, 배포하는 역할을 담당하며, 기업 구성원들이 경영관리 과정에 정보를 효율적으로 활용하는 방법과 절차를 제공한다. 이 과목은 기업 경영에서 정보시스템의 중요성을 강조하고 정보시스템의 기초를 다질 수 있도록 한다.

The information system is responsible for collecting, storing, and distributing information necessary for management decisions, and provides methods and procedures for corporate members to efficiently utilize information in the management process. This subject emphasizes the importance of information system in corporate management and allows them to lay the foundation of information system.

● 경영조직론(500253)

Organization of Management

경영자의 의해 경영의 목표를 달성하기 위해서는 조직 구조를 설정하고 변경하는 문제에 직면한다. 이 문제를 해결하기 위하여, 조직 구조에 대한 이해를 돕기 위하여 종합 과학적으로 강의한다.

The appropriate design for the entire organization, the relationship of the organization with the external environment, technology, and the effects of organization size are focused by the macro perspective.

● 재무관리(503207)

Financial Management

현대자본시장이론에 기반을 둔 CAPM 등의 자산가격결정모형을 이용하여 기업가치를 평가하고, 기업 가치 극대화를 위한 합리적 자금조달과 운영을 어떻게 할 것인가를 배운다.

We use the asset pricing model of CAPM, which is based on modern capital market theory, to evaluate the enterprise value, Learn how to make reasonable funding and operation for maximization.

● 통계학(504005)

Statistics

합리적인 경영의사결정에 필요한 여러 자료를 체계적으로 수집, 분석, 해석하고 예측하는 경영통계기법을 학습한다. 통계적 인식과 통계학의 의미, 통계학 적용 방법, 확률과 분포, 모집단과 표본, 가설검정과 같은 통계적 기본지식과 통계의 경영 활용사례 등이 제시되며, 엑셀, SAS, SPSS, 미니탭 등의 통계 소프트웨어가 활용된다.

This course provides students with fundamental concepts on business statistics in which methods of collection, organization, presentation, analysis, and interpretation of quantitative data as tools in effective business decision making. Topical coverage for this course includes summarizing data, measures of central tendency, dispersion, probability, probability distributions, normal distributions, sampling, hypothesis testing, correlation, regression, and chi-square analysis.

◎ 전공선택

● 국제경영학(500626)

International Business Management

글로벌화(Globalization)가 존재하는 현 상황에서 기업들이 외부환경-내부여건을 분석할 수 있는 틀을 제공한다. 이 분석을 바탕으로 전략-전술적으로 기업들이 어떤 방향으로 나아가야하는지를 이해하는 과목이다.

In the present situation where globalization exists, companies provide a framework for analyzing external environment-internal dogs. Based on this analysis, it is a course to understand how companies should go in a strategic-tactical manner.

● 국제마케팅(500639)

International Marketing

급변하는 경영환경 속에서 기업이 성공적으로 성장하기 위한 해외시장 진출 및 국제마케팅 전략에 대한 내용을 이론과 사례연구를 병행하여 강의하여 학생들로 하여금 국제 전문 인력으로서의 기본적인 자질을 갖추게 한다.

This course focuses on the impact of cultural, social, political, economic, and the environmental variables on the marketing strategy and the decision making process of multinational corporation.

● 국제재무관리(500655)

International Financial Management

기업이 국제화되어 감에 따라 기업의 투자나 자금 조달 활동도 국제화되어간다. 국제재무관리란 국제 재무 활동의 결과 당연히 되는 환리스크나 정치적 위험 등의 변수를 고려하여 행하는 자본 예산, 포트폴리오 구성, 이익 배당 등에 관한 의사 결정을 의미한다.

The foreign exchange problems faced by firms as a result of international financial activity, and study the decision making process as it relates to portfolio composition, profit dividend, and short-term and long-term international finance are focused.

● 금융기관경영론(500702)

Management of Financial Institute

오늘날의 금융은 국제화, 증권화, 겸업화, 정보화가 진행되면서 시장간의 통합과 동조화가 강화되고 있으며 우리나라의 금융기관도 정부규제와 보호에서 벗어나 주주가치를 중시하는 고부가가치산업으로 경영 패러다임이 변화하고 있다. 본 과목은 국내 및 해외 금융기관에 이해, 금융업의 본질에 대한 이해, 그리고 금융기관을 둘러싼 여러 환경적 측면에 대하여 살펴보고 있다. 특히 금융기관 경영의 핵심이라 할 수 있는 위험관리에 대한 이론과 기법을 소개하고 금융규제와 감독, 금융혁신의 흐름에 대해 학습한다.

Today 's finance is strengthening integration and harmony among markets as internationalization, securitization, diversification and informationization progress. Korea' s financial institutions are changing from management and protection to high value - added industry. This course covers domestic and foreign financial institutions' understanding, understanding of the nature of financial business, and various environmental aspects surrounding financial institutions. In particular, it introduces theories and techniques of risk management, which is the core of financial institution management, and learns about financial regulation, supervision, and the flow of financial innovation.

● 노사관계론(500837)

Labor Relations

노사 관계에 대한 제도와 심리를 기업 관리적인 측면에서 접근하며, 조직과 노동 시장 문제, 노사 협조 문제 등을 강의한다.

Labor-management relations try to provide for students a reasonable amount of knowledge and information about labor-management relations. Topics such as the nature of labor relations, the history of the Korean labor movement, the functions and types of unions, collective bargaining negotiations and agreement, dispute resolution procedures, unfair labor practices, our major labor laws, and the strategy for labor-management cooperation are focused.

● 소비자행동론(502079)

Consumer Behavior

현대 기업 활동의 중핵인 소비자를 에워싼 사회적, 문화적 환경과 심리학적 기초와 그리고 소비자의 의사 결정에 관련된 문제점들을 이해하고 적용하게 한다.

The purpose of this course is to provide students with knowledge about how consumers make a decision to buy products or services, and how marketers make an effective marketing decision using those knowledges.

● 인적자원관리(502960)

Human Resource Management

기업 경영의 필수 조건인 인적 요소의 중요성에 대한 것을 기초로 그 확보, 활용, 교육 훈련에 대한 제이론과 실제 사례를 강의하여 인산 관리 능력을 함양하도록 한다.

Human resource management philosophy, selection, placement, preservation, development, education and training, appraisal, and compensation are focused.

● 투자론(504033)

Investment

불확실한 상황 하에서 증권 투자 선택 이론과 분석 및 평가방법을 배우고 현대 투자론의 핵심적 이론인 포트폴리오 선택 이론과 자본 자산 가격 결정 모형을 강의한다.

Understanding the portfolio theory for investors to select a best optimal portfolio under uncertainty and various asset pricing models-CAPM, APM, OPM etc to value correctly all types of securities in the capital market.

● 파생금융상품론(504059)

Financial Derivatives

본 과목은 옵션, 선물, 선도, 스왑거래 등과 같은 파생금융상품의 기본구조와 가격결정이론에 대하여 학습한다. 주요 내용은 옵션, 선물, 선도, 스왑거래의 구조와 가격결정이론, 차익거래 및 헤지거래, 채권가격결정과 듀레이션, 이자율 기간구조모형과 금리 파생상품, 이항옵션모형과 Black-Scholes모형, 그리고 금융위험관리이다.

This course is designed for the study of basic structures and pricing theories for financial derivatives such as options, futures, forward, and swap contracts. Topics include basic pricing theories for the derivatives, arbitrage vs. hedge transactions, bond pricing, duration, term structure of interest rates, interest rate derivatives, binomial option pricing model vs. Black-Scholes model, and financial risk management.

● 서비스마케팅(505932)

Services Marketing

경제와 사회의 급속한 발달에 따라 서비스 마케팅 관리의 필요성이나 중요성이 커지고 있다. 이 교과목은 아직까지 부족한 서비스 마케팅의 이론과 실재를 체계적으로 이해하며, 시장지향적 서비스 전략에 도움이 될 생동감 넘치는 사례분석을 연구한다.

Services marketing is a form of marketing which focuses on services industry. Because service is invisible, intangible, and can't be preserved. Services marketing approaches are much different than the manufactural marketing. But, in many cases, companies simultaneously offer both products and services.

So students will study marketing theories and practices not only in service areas but also in manufactural areas.

● 조직행동론(506148)

Organization Behavior

개인 목표와 조직 목표 사이에 발생하는 갈등과 문제점을 해결하기 위하여 개인 행위와 집단 행위에 초점을 두어 종합 과학적 방법을 활용하여 강의한다.

Individual behavior and group behavior for resolving the conflict between individual goals and organizational goals are focused.

● 마케팅커뮤니케이션론(507427)

Integrated Marketing Communications

고객의 대한 기업의 주요 의사소통수단인 광고, Publicity, 판매촉진, PR 등 기업 커뮤니케이션 수단의 기능 및 전략적 역할을 비교 분석하고, 명료성과 정확성 측면에서 최대의 커뮤니케이션 효과를 거둘 수 있도록 이들을 통합하는 전략적 사고능력 배양을 목적으로 한다.

This course is designed for students who will become decision makers in almost any company concerned with consumer/customer communications by using advertising, direct marketing, public relations, promotions, media and client organizations. Students will learn and practice message and touch-point integration with special attention to effectiveness and measurable results.

● 기업윤리(507801)

Business Ethics

오늘날 기업은 경제적 가치 뿐 아니라 사회적 가치를 추구해야 하는 위치에 있다. 산업이 발전하고 기업의 사회적 영향력이 커짐에 따라 기업의 사회적 책임의 범위도 확대되어 왔다. 따라서 기업의 본래 목적인 이윤추구 뿐 아니라 인간적 가치를 적극적으로 실현하기 위한 기업의 노력은 사회적 규범으로 자리 잡고 있다. 이러한 맥락에서 기업윤리는 고객만족과 신뢰를 통한 기업의 새로운 경쟁력이다. 본 수업에서는 다양한 조직과 경영활동에서의 기업윤리의 개념을 이론적으로 탐색할 뿐 아니라 경영현장에서의 기업윤리 적용 사례를 분석하고자 한다.

Today, companies are in a position to pursue social values as well as economic values. As the industry develops and the social impacts of companies increases, the scope of social responsibility of the companies has been also expanded. Therefore, it became a social norm for the companies to strive for the active realization of human values as well as making profit which is a traditional purpose of business. In this context, business ethics are a new competitiveness of companies produced by customer satisfaction and trust.

In this class, the concept of business ethics will be explored theoretically and practically in the context of various organizations and business activities by analyzing cases in the management fields.

● 생산운영관리(507805)

Production Operations Management

본 과목은 기업의 마케팅 전략과 관련하여 고객 만족을 어떻게 시킬 수 있을 것인가에 대한 실행적인 이슈들을 공부하며, 고객이 원하는 제품과 서비스를 어떻게 효과적으로 개발, 창출, 전달할 것인가에 대한 해결책을 제시한다.

Production and Operation Management gives the basic concepts in the design, operation and control of production systems and covers

the analysis of production planning, inventory and quality control and application techniques.

● 마케팅론(507860)

Marketing Principles

조직이나 개인이 자신의 목적을 달성시키는 교환을 창출하고, 유지할 수 있도록 시장을 정의하고 관리하는 과정에 대하여 강의한다.

This course will provide students with the fundamental knowledge and theories of marketing. Also, it gives understanding the basic marketing function and how it relates to strategic marketing planning. By taking this course, students are going to plan, execute, and adjust marketing strategies for their organizations.

● 금융위험관리론(509140)

Financial Risk management

금융시장의 불확실성이 커지면서 금융자산의 리스크 관리 전략의 중요성이 높아지고 있다. 이러한 추세에 맞춰 전통적인 위험관리기법과 파생상품에 의한 위험관리 및 VaR (Value at Risk) 등의 위험관리 기법에 대하여 강의한다.

Increasing uncertainty of financial market enhances the importance of financial risk management. This subject catches up this trend by means of studying risk management by derivatives and the VaR (Value at Risk) technique not alone traditional financial risk management.

● 지역문화예술기획(509141)

Design of local art

현재 부산 지역에 맞는 문화예술에 대해 탐구하고, 그것을 통해 문화를 기획함으로써 지역사회에서 기획자로 살아갈 수 있는 방법을 가르친다.

By means of design of local art concerts through exploring of local art society, students learn to earn money to live as art director.

● 재무제표분석및기업가치평가(산학연계학)(509381)

Financial Risk management(Field Study)

본 강의는 재무제표의 이용자 관점에서 재무제표를 이해하고 분석하는 데 목적이 있다. 특히 이 과정은 현금흐름분석과 재무비율분석과 같은 평가에 유용한 다양한 기법을 다루고 있다.

This course covers business analysis using financial statements, focusing on understanding and analyzing financial statements from the users' perspective.

Specifically, this course deals with various techniques useful for valuation such as cash flow analysis and financial ratio analysis.

● 문화예술홍보전략(산학연계학)(509702)

Promoting of art business(Field Study)

현재의 가진 콘텐츠를 포장하는 방법과 이것을 효과적으로 홍보하는 방법을 배운다.

The way of polishing of contents and effectively promoting of it is learned in this course.

● 빅데이터경영(509747)

Big Data Management

스마트 기기의 보급과 소셜네트워크 서비스의 확대 등으로 엄청난 데이터가 폭발적으로 쏟아지고 있으며, 사물 인터넷 등을 통한 데이터의 생성 속도와 양이 기하급수적으로 확대될 것이다. 방대한 양의 데이터를 처리하는 빅데이터 분석을 기업 경영에 활용함으로써 의사결정의 질적 제고를 도모하고 경쟁우위의 원천이 될 수 있다. 본 과목을 통해 빅데이터에 대한 기본 개념, 경영에서의 활용, 분석 기법을 학습함으로써 개인의 문제해결 능력을 배양할 수 있을 것이다.

The volume of data due to the spread of smart devices and social networking services(SNS) are explosively expanding and the speed and amount of data through the Internet of Things(IoT) will be expanded exponentially. The quality of decision making will be enhanced by applying the Big Data analytics to handle massive amounts of data in corporate management. This course covers the basic concept of the Big Data, application for business activities and several techniques of analysis.

● 스마트창업론(509814)

Smart Biz Start-up

경영학의 기본 정신인 기업가정신을 고취하고, 기업의 창업과 자금 운영 및 마케팅 활동에 관한 지식을 배운다. 창업에 필요한 창업 아이디어의 개발과 창업절차, 그리고 기업 운영방법에 대해 학습함으로써 급변하는 경영환경의 이해를 높인다.

This course focuses on issues of Entrepreneurship and the innovative ideas for Biz start-up. It leads the students through the entire process of creating a start-up from an idea.

It deals with ideas, the creative imagination and how to build a business. Also, students can use this course to learn marketing ideas for their start-up business ideas.

● 예술콘텐츠기업의창업과홍보(510341)

The Start-up and PR strategies of the Arts and Cultural-Contents enterprise.

본 교과는 산학연계형 예술경영학 전공교과로, 예체능콘텐츠 기업의 창업과 마케팅역량 강화에 필요한 지식 전달을 목표로 한다. 학생들은 음악, 미술, 체육 등 예체능콘텐츠 관련 비즈니스의 특성과 창업에 필요한 실무적 지식, 그리고 예체능콘텐츠 소비자의 모집과 관리에 필요한 마케팅 기법들을 학습한다.

This curriculum is an art management major and aims to deliver the knowledge to strengthen the founding and marketing capabilities of cultural contents companies. Students will learn the characteristics of cultural-contents business such as music, art, and sports, and practical knowledge necessary for start-up and marketing techniques.

● 콘텐츠문화마케팅(510342)

Content & Culture Marketing

본 교과는 글로벌 지식기반 경제시대에 적합한 창의 인재 양성을 목표로 한다. 학생들은 디지털 미디어의 다원화와 문화소비자의 분화 등을 이유로 급속히 성장하고 있는 문화콘텐츠 산업에 대한 진단과, 문화콘텐츠 관련 비즈니스의 탐색과 개발, 그리고 문화 활용 마케팅방안에 대해 학습한다.

This course aims to support effective marketing decision making. Students learn the principles and methods necessary to effectively analyze and interpret marketing data collected from surveys, observations, artificial intelligence (AI), and big data, and also to visualize the marketing information produced efficiently.

● 기술경영과혁신(510343)

Management of Technology and Innovation

기술경영과 혁신(MOTI)은 과학 기술과 경영 원리를 결합하여 실무 능력을 갖춘 전문 인력을 양성하는 프로그램과 이를 통해 기업 혁신을 주도할 수 있는 기반을 육성하는 과정이다. 기술 경영(MOT)은 과학 및 공학 기술과 경영 원리를 구분하여 관리하던 기존의 이분법적 사고에서 벗어나 기업의 경쟁력 강화를 위해 기술과 경영 능력을 연결하여 엔지니어링, 경영학, 과학 등에서 도출된 지식을 결합하여 MOT와 MOTI를 할 수 있는 전문가를 육성하는 것이 목표이다. 기업에서는 MOT를 통하여 기술자체와 개발을 관리하고 다양한 기술을 유기적으로 연결함으로써 시장에서의 경쟁력을 확보하고 새로운 가능성에 도전할 수 있는 창업의 기회를 엿볼 수 있다.

Technology Management and Innovation(MOTI) is a process that combines science and technology and management principles to foster a professionally trained workforce, thereby fostering a foundation to drive innovation. Technology Management(MOT) breaks down from the conventional dichotomous thinking that separates science and engineering technology and management principles, and combines technology and management skills to strengthen the company's competitiveness. The goal is to cultivate experts who can do MOT and MOTI. Companies can manage the technology itself and development through the MOT, and organically connect various technologies to gain a competitive edge in the market and explore new opportunities to challenge new possibilities.

● 창업과정경영전략(캡스톤디자인)(510345)

Entrepreneurship and Management Strategy (Capstone Design)

본 교과는 캡스톤디자인 수업으로, 경영학적 전공지식 바탕으로 사회가 필요로 하는 문제들을 발견하고 협력학습을 통해 실리적 해결방안을 창출하는 과정과 역량을 학습하게 된다. 학생들은 창업기업가로서의 소양과, 창업과정에서 직면하는 다양한 이슈를 점검하고 해결방안을 제안하여야 하며, 프로젝트 팀별로 사업계획서 또는 경영전략제안서를 작성하는 연습을 하게 된다.

This course is a capstone design class. In Business Capstone Design classes, students should discover social problems and create solutions through major knowledge and collaborative learning. Students should check their qualities as start-up entrepreneurs and the various issues they face during the start-up process and suggest solutions for them. Students also practice writing a business plan or business strategy proposal for each project team.

● 글로벌비즈니스영어(510516)

Global Business English

글로벌 비즈니스현장에서 필요한 영어 능력을 위해 디자인된 교과목이다. 국제화와 급증하고 있는 국제상거래에 효율적으로 대응하려면 외국어 역량 배양이 필수적이다. 이 교과목은 우리나라와 외국과의 국제상거래에 필요한 비즈니스영어 역량 배양을 목적으로 한다. 이 수업을 이수한 학생은 무역문서를 영어로 쓰고 이해하는 능력 그리고 말하고 듣는 능력을 배양할 수 있다.

It is Course's goal to help students become fluent in English as part of their a foreign language. To develop the English language skills, students will practice it by communicative activities with professor and fellows. Through this course, which is designed to enhance students proficiency in English, our students can communicate with their clients in English.

● 마케팅조사와고객전략(캡스톤디자인)(510858)

Marketing Research & strategies

이 수업은 기업이 직면한 마케팅문제의 해결을 위한 전략제안서를 학생들이 기획하고 산출하는 캡스톤디자인 교과목이다. 이 수업에서 학생들은 시장지향적 마케팅전략 수립에 필요한 자료와 정보를 수집하고 표현하는 방법, 그리고 산업환경이나 SWOT분석과 같이 수집된 자료를 마케팅의사결정에 이용하는 기법과 그것들을 실제로 활용하는 방법을 배운다.

The identity of this class is a capstone design subject in which students produce marketing strategic proposals necessary for solving marketing problems. In this class, students will learn how to scientifically collect and express data necessary for establishing market-oriented marketing strategies, techniques for using collected data such as industrial environment analysis or SWOT analysis, and practical experience of using management knowledge.

● 음악소비문화와심리(510859)

Music Consumption Culture and Consumer Psychology

음악을 다양한 방법으로 소비하는 소비계층의 심리학을 공부한다.

Studying psychology of the people who consumes music products.

● 빅데이터실습(510860)

Big Data Practice

빅데이터는 대량의 다양한 자료를 분석하여 기업 의사결정에 도움을 줄 수 있는 최신 도구이다. 이 과목은 빅데이터 분석 도구를 활용하여 외부의 대규모 데이터를 수집하고 빅데이터 분석을 실습함으로써 학생들은 기업이 당면한 다양한 문제를 해결할 수 있는 능력을 함양할 수 있다.

Big data is the latest tool that can help companies make decisions by analyzing a large amount of various data. By using big data analysis tools to collect large-scale external data and practice big data analysis, students can cultivate the ability to solve various problems facing companies.

● 4차산업혁명과e비즈니스(510861)

The 4th industry revolution and e-business

e비즈니스에 대한 전반적인 개념과 e비즈니스를 가능하게 하는 정보기술을 소개하고 이로 인해 경영환경이 어떻게 변화되었는지를 살펴본다. 또한 4차 산업혁명에 대한 기본적인 개념과 핵심 기술을 설명함으로써 산업 분야와 경영활동에서 어떻게 적용되고 있는 지를 학습한다.

This course provides the overall concept of e-business and information technology that enables e-business, and examines how the business environment has changed. It also learns how it is being applied in the industrial sector and management activities by explaining basic concepts and core technologies for the Fourth Industrial Revolution.

● 취업시장트렌드조사(510862)

The research of trend of job market

이 과목은 학생들의 성격, 강점, 직무 선호도 등을 검사하고, 원하는 직무를 선택하여 해당 직무를 중심으로 취업시장의 트렌드와 해당 직무에서 필요로 하는 개인 역량을 조사하는 것이다. 이를 통해서 학생들은 자신의 진로 목표를 설정하고 진로 로드맵을 계획할 수 있을 것이다.

This subject is to examine students' personality, strengths, and job preferences, select the desired job, and investigate the trends in the job market and the individual competencies required for the job. Through this course, students will be able to set their career goals and plan career road maps.