

경영학과 교과목 해설

[전공기초]

GMMBA7001	경영학연구 Study of Business Administration	학점	2
본 강의는 기업경영의 기본개념과 이론을 소개한다. 특히 탈산업화 글로벌 시대의 새로운 경영환경에서 기업조직 경영의 3대 주요요소인 효과성(effectiveness), 효율성(efficiency), 형평성(equity)의 기본 개념을 이해하고, 이를 바탕으로 새로이 대두되는 이해관계자 경영 패러다임(stakeholder management paradigm), 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility), 공유가치창출(Creating Shared Value)등에 대해서 살펴본다. 기업조직의 목표 및 전략관리, 조직구조 설계, 리더십, 성과평가 등의 기본적인 각론에 대해서도 논의한다. 기업경영의 기본적인 개념과 원리를 살펴봄으로써 미래 기업조직의 옳은 경영해법을 제시하고자 한다.			
GMMBA7002	경제학연구 Study on Economics	학점	2
애덤스미스의 국부론 이후 이어져온 시장이론, 소비자이론, 생산자이론 등 전통적인 고전학파의 이론과 케인즈의 혁신적인 거시경제이론, 프리드먼의 금융이론과 존 내쉬의 게임이론, 애컬로프를 필두로한 정보경제학, 인간의 행동심리를 반영한 행동(행태)경제학까지 미시경제와 거시경제의 주요이론과 경제적 함의를 학습, 분석하고, 4차산업혁명과 인공지능 입장에서 최적의 합리적인 의사결정, 경제적 선택의 원리를 학습, 연구합니다.			
GMMBA7003	회계학연구 Research in Accounting	학점	2
본 강의에서는 기업의 경영상태와 재무상황에 대한 보고자료인 재무제표를 분석하는 역량을 기르는 데 목적이 있다. 재무제표의 주요 내용을 개관하고 재무제표를 이용한 기본적 분석(Fundamental Analysis)의 주요 방법론을 소개한다. 단순히 이론적인 내용을 다루기보다는 실제 기업의 재무제표를 분석하는 실용적인 목적으로 개설되어 있으므로 학생들은 실제의 기업활동에 관심을 가지고 기업에 대하여 적극적인 조사를 하기 바란다. 본 강의는 투자(주식 및 채권)와 밀접한 관련이 있으므로, 투자에 관심이 있는 학생들이 수강하기를 바란다.			
GMMBA7004	연구조사방법론 Research Methodology	학점	2
본 강의에서는 경영학의 여러 연구분야를 행태과학적 접근방식으로 연구하는 방법론을 다룬다. 본 강의를 통해 MBA 전공 과정생들이 본인의 석사학위 논문을 체계적[적절하고(relevant) 완벽하게(rigorous)]으로 준비/완성할 수 있는 연구조사방법을 익히고, 경영학 분야의 전문 논문을 적절히 이해/비판할 수 있는 연구능력을 갖추는 것을 강의 목표로 한다. 본 강의는 MBA 수강생 본인의 석사학위 논문 작성에 대한 전반적인 이해 함양을 목표로 하기 때문에, 행태과학 논문작성에 필요한 연구조사방법론의 이론분야를 실제 논문작성에 필수적인 요점만을 중심으로 집중적으로 다룬다. 수업 결과 실습이 필요하다고 판단될 경우(수강생의 요구 혹은 교수의 판단), 통계분석 패키지(SPSS or SmartPLS)에 대한 실습도 간략히 진행할 수 있다.			

GMMBA7384	사례연구방법론 Case Study Methodology	학점	2
사례연구 등 질적연구에 관한 기본개념과 기초이론을 학습하고, 자료수집과 분석방법을 학습하여 질적연구조사를 통해 논문작성 역량을 기르는 것을 목적으로 한다.			
GMMBA7006	마케팅관리론 Marketing Management	학점	2
마케팅이란 조직과 이해관계 당사자들에게 이익이 되는 방법으로 고객에게 가치를 창조하여 알리고 전달하며 또한 고객관계를 관리하기 위한 조직의 기능과 일련의 과정을 말한다. 즉, 마케팅을 가치의 기획과 창조, 알리고 전달하여 장기적 관계를 관리하는 것이다. 현대 기업이 처하고 있는 환경은 갈수록 복잡, 다양해지고 있다. 이렇듯 불확실한 환경에서 성공적이기 위해서는 마케팅 이론과 실무적 노하우에 대한 이해는 기본적이고 중요하다. 기업들의 성패는 궁극적으로 시장에서 결정된다고 볼 때 시장에서의 성공을 거두기 위하여 고객을 창조하고 유지하기 위한 활동이 바로 마케팅이다. 본 과목은 마케팅의 기초개념과 이론을 중심으로, 기업과 소비자 간에 상호만족을 증대시키는 교환활동을 촉진시키기 위한 제 원리, 시장 지향적 사고와 마케팅의 전반적 체계 이해, 기업 내부의 제반 경영여건 및 다양한 외부 환경 변화의 이해, 시장기회는 어떻게 찾아내고, STP전략은 무엇이고 어떻게 수립하는 것인가, 마케팅 믹스는 무엇이며, 마케팅 요인들을 어떻게 관리하는가, 이를 통해 경쟁을 유리하게 이끄는 차별적 가치를 어떻게 창조하며, 고객을 창조하고 유지하기 위한 방안은 무엇인가를 학습한다. 본 과정은 기업의 관리자로서 마케팅 문제의 파악 및 해결능력을 배양시키는데 목적이 있다.			
GMMBA7009	조직행동론 Organization Management	학점	2
본 강의는 경영학 중 인사조직 분야의 기초이자 근간인 조직행동론에 대한 이론적 이해를 통해, 조직구성원의 행동에 대한 이해를 다각도로 시도하는 강의이다. 크게 개인차원, 집단차원, 조직차원에서 조직구성원의 행동을 살펴보게 되며, 각 수업 주제에 상응하는 케이스를 통해 이론의 이해도를 높인다.			
GMMBA7005	경영정보시스템 Introduction to Management Information Systems	학점	2
정보 자원(Information resources)은 비즈니스를 경쟁력 있게 만드는 가장 중요한 전략 도구 중 하나가 되었다. 이 수업은 경영정보시스템의 개념에서부터, 실제 적용한 성공 사례를 알고, 자신의 상황에 적용하는 데 목적이 있다. 특히 인공지능 기술의 발전과 비즈니스 적용 성공 사례가 확대되고 있는데, 학생 스스로 경영정보시스템 기반 아이디어를 비즈니스에 적용해 볼 수 있다. 그리고 기술 기반 사업화에 필요한 성공모델의 개념도 알고, 비즈니스 모델링을 적용함으로써 이론 기반의 실제적인 도움을 주고자 한다.			
GMMBA7426	운영관리론 operation management theory	학점	2
본 강의의 전반적 수업 개요는 글로벌 경영환경하에서 경영과 생산운영관리의 구조적 상관관계를 이해하고 생산운영관리에 필요한 제반 이론과 기법을 공부하는데 있다.			

GMMBA7008	재무관리론 Financial Management	학점	2
본 강의는 재무관리의 기본적인 틀과 기업재무에 대한 기본적인 개념을 제공하는데 있다. 본 강의에서 다루는 주제는 다음과 같다. (1)기본개념 : 화폐의 시간가치(timevalueofmoney), 현금흐름할인법(discountedcashflowvaluation), 위험과 수익률간의 관계(relationbetweenriskandreturn), 자본자산가격결정모형(capitalassetpricingmodel) (2)기업가치 극대화를 위한 의사결정: 투자(investment)와 자본조달(financing)-투자할 프로젝트에 대한 현금흐름추정과 가치평가: 자본예산(capitalbudgeting)-자본비용을 최소화 하면서 필요한 자금을 조달: 자본구조(capitalstructure)			
GMMBA7024	소비자행동론 Consumer Behaviour	학점	2
소비자행동에 대한 연구는 주로 논리를 토대로 가설을 설정하고 그 가설을 검증하기 위해 수집된 자료를 통계분석하는 방식인 논리경험주의(logical empiricism)에 의거하는데, 이를 위해서는 소비자의 심리와 행동을 측정하는 측정방법과 수집된 자료를 분석하기 위한 분석방법이 필수적으로 요구된다. 이러한 점에서 관련 분야에서 개발되고 발전되어온 연구 방법(research methods)이론들은 소비자 행동에 대한 다양한 분야에서의 지식과 행동 연구의 발전에 크게 기여하였다고 할 수 있다. 이러한 점에서 본 수업에서는 이론에 입각한 다양한 차원의 소비자행동 모형을 제시하고 또한 소비자행동을 이해하기 위한 개념적 이해를 독립적으로 제시된 각 이론의 내용과 연계시켜 이해하도록 하는데 수업의 목적을 두고 있다. 한편 이와 더불어 마케팅전략적 차원에서의 소비자행동 이론을 학습할 것이다. 마지막으로 교재에 나와있는 다양한 사례와 예시 등을 활용하여 다양한 개념의 이해를 도모하고자 한다.			
GMMBA7379	AI비즈니스개론 AI Business Introduction	학점	2
4차 산업혁명이 도래하고 전 산업적으로 디지털트랜스포메이션이 본격화하고 있다. 디지털 트랜스포메이션의 종착지는 AI를 적용한 산업 효율화이며 이를 위해 무엇을 어떻게 받아들이고 조직의 혁신을 추구할 것인지가 거의 모든 기업의 지상 과제가 되었다. 4차 산업혁명의 핵심을 이루는 ICT와 그것의 핵심인 ICBM(IoT, Cloud, Big Data, Mobile)+AI+양자컴퓨팅은 현재와 미래 산업구조에서 가장 치열한 경쟁거리인 동시에 어떻게 수용해 성공적인 결과를 만들 것인가라는 중요한 과제로 떠오르고 있다. 이런 각각의 기술들은 서로 연동되어 유기적으로 움직일 때만 그 효용성을 극대화할 수 있다. 그리고 최종적으로 AI의 활용 최적화를 위해 움직이는 특성이 있다. 따라서 비즈니스에 AI를 적용해 최적의 기대치를 도출할 방안에 대해 기본적 개념부터 응용과 사례를 중심으로 학생들과 상호소통하며 전달함으로써 학생들의 이해와 미래 활용을 돕는 것을 본 수업의 목적으로 한다. AI의 비즈니스 적용과 활용을 위해 AI의 기초개념, ICT의 핵심인 ICBM과의 유기적 관계를 논의한다. 그리고 AI를 통해 비즈니스 활용에 있어 어떤 접근방법이 필요한지, 디지털 트랜스포메이션을 통한 AI의 활용 사례 등과 기업의 전략적 선택 등에 대해 논한다.			

GMMBA7370	재무제표분석 Financial Statement Analysis	학점	2
기업분석방법에서는 먼저 기업의 산업과 경영전략을 분석하여 전체적으로 기업을 볼 수 있는 시야를 기르며, 회계분석을 통하여 재무제표의 구성항목에 대한 구체적인 이해를 증진시킨다. 이러한 이해를 바탕으로 구체적인 기업분석에 들어가게 되는데, 먼저 재무비율분석과 기업의 재무예측을 행하여 기업의 재무구조와 수익성 그리고 미래를 예측할 수 있는 능력을 배양시킨다. 재무제표분석의 최종목적은 기업의 가치를 분석하는 것이다. 가치분석에서는 전통적인 DDM과 DCF 기법을 소개하고, 최근에 큰 이슈가 되고 있는 RIM과 EVA 기법을 통하여 기업가치를 평가한다.			
GMMBA7051	글로벌협상론 Global Negotiation	학점	2
글로벌화, 정보화가 가속화 되어가는 오늘날의 상황에서 개인 간, 정부 간, 기업 간의 원활한 의사소통 및 상호 이익을 위한 협상은 우리에게 그 무엇보다도 중요한 관심사로 떠오르고 있다. 대인 간의 관계에서는 물론 조직생활 및 직업활동에서 활용도가 필수적이 되었다. 따라서 오늘날 개개인의 협상능력은 곧 자신의 경쟁력으로 평가받는 중요한 요소로 간주되기도 한다. 본 <글로벌협상전략론>에서는 이러한 고도로 조직화 되어가는 현대사회, 국제사회에서 필요로 하는 “협상”(Negotiation)에 대한 기본적 개념으로부터 유관 협상이론, 협상전략, 협상의 전개과정, 국제협상과 문화차이, 상호 커뮤니케이션 및 설득, 주요 협상전략의 소개 및 협상사례 분석 등을 주로 기업협상 관점에서 다룬다. 본 강좌에서는 수강생들에게 협상에 대한 기본적 이해, 전문적 지식을 연마하도록 하여 실제상황에서 이를 잘 응용하도록 함으로써 성공한 협상자로서의 새로운 경쟁력을 갖추도록 한다. 마지막으로 본 강좌를 통하여 기대하는 또하나의 중요한 학습목표는 각 조직의 중견간부들로서 구성된 수강자들에게 조직 내에서의 크고 작은 갈등극복과 분쟁해소는 물론 전체 조직의 화합과 발전을 위한 원활한 리더십 발휘에 이러한 협상 기법이 매우 유용하게 활용될 수 있도록 하는 것이다.			
GMMBA7038	경영전략론 Business Strategy	학점	2
본 과목은 학생들이 기업을 둘러싼 외부환경 변화로부터 지속적인 성장과 경쟁우위를 확보하기 위하여 전략적 의사결정을 하기위한 다양하고 전문적인 전략지식에 대한 이해를 습득하고 구체적인 전략수립 방법론을 숙지함으로써 전략기획 전문가를 양성하는 것을 목적으로 함.			
GMMBA7028	전략적인적자원관리 Human Resource Management	학점	2
지식기반사회로의 전환이 가속화 되어가고 있는 시대적 변환기에 가장 괄목할만한 현상은 인간중심의 조직관리, 인적자원의 전략적 관리를 통한 변화적응력의 제고와 혁신과 창조를 통한 지속가능성장에 대한 강조이다. 최근 모든 분야에서 인적자원의 중요성이 강조되고 있는 바, 인적자원관리의 여러 기능에 대한 기초이론을 터득하고 인적자원을 어떻게 모집하고 평가하며 전환배치하고 육성하는지에 대하여 체계적으로 학습한다.			

ILMBA7001	국제경영론 International Business Management	학점	2
본 강의는 국제경영에 관한 전반적인 이해를 목적으로 개설되는 국제경영분야의 기본 과목이다. 이를 위해 국제경영활동을 수행하는 기업이 직면하는 환경을 이해하고, 국제화 전략에 관하여 살펴본다. 특히, 실제 사례에 관한 조사를 직접 수행하게 하므로써 국제화의 중요성 및 해외진출 성공요인에 관하여 파악하도록 한다.			
BMMBA7014	브랜드관리 Brand Management	학점	2
기업의 성공을 위하여 효율적이며 효과적으로 브랜딩 전략을 수립하고 관리해야 하는 브랜드 마케터 및 브랜드 디자이너를 위한 필수 기초 강좌로 브랜드 관리에 대한 개념을 바탕으로 브랜드 관리에 관한 지식을 전반적으로 학습한다. 이러한 개념을 바탕으로 현장에 서 브랜드를 어떻게 개발하고 관리하는가를 사례를 중심으로 학습하는 것을 목표로 함.			
CAMBA7023	중국경제지리와 산업입지 Economic Geography of China & Industry Location	학점	2
본 강좌의 목표는 수강자들이 경제적 관점에서의 지리 및 지정학 학습을 통하여 중국에 대한 전반적, 거시적 이해와 공간적 감각을 제고시키며, 이를 실제 비즈니스에서 다양하게 응용할 수 있도록 실무능력을 제공하는데 있다. 따라서 수강자들로 하여금 중국의 지형, 기후, 자원에 대한 지식과 정보를 습득하게 하고, 중국의 사회간접자본 시설인 도로, 철도, 항구, 공항, 전력 상황은 물론 중국 주요산업의 배치상황 등을 심도있게 이해하도록 한다. 아울러 외자기업의 입장에서 중국 진출시 타당한 산업입지를 선정하는데 필요한 중국의 경제개발정책은 물론 각 지역경제의 특성, 투자환경 등을 각자의 니즈에 따라 프로젝트 분석한다. 본 강좌에서는 중국의 22개 성(省), 5개 자치구(自治區), 4개 직할시(直轄市), 2개 특별행정구(行政區) 등의 지정학적 위치, 특성, 성 소재도시 등 기본 정보를 충분히 습득하도록 실습한다.			
GMMBA7163	창업과기업가정신 Entrepreneurship	학점	2
저성장, 고령화, 저금리의 일찍이 우리가 경험하지 못한 시대가 눈앞에 있다. 뿐만 아니라, 새로운 경영환경과 AI 및 신기술로 세상은 정신없이 변하고 있고, 그에 따른 기업경영 환경 또한 급속히 변화하고 있다. 어려운 시기에 도전하고, 성과를 내는 창업가의 모습을 살펴보고자 함. 이 수업에서는 이러한 변화되는 환경에도 불구하고 새로운 가치를 만들어가는 창업가의 기업가정신을 연구하고자 한다. 기업가정신이 없는 창업과 기업경영은 철학이 없는 인간의 삶과 같다고 할 수 있다. 여러 분야의 창업과 성공한 기업가들의 사례를 통해 앞으로의 경영환경을 예측할 수 있는 안목을 만들고자 한다.			
ACMBA7001	문화예술경영론 Art & Cultural Management	학점	2
지식기반사회로의 전환이 가속화 되어가고 있는 시대적 변환기에 가장 괄목할만한 현상은 인간중심의 조직관리, 인적자원의 전략적 관리를 통한 변화적응력의 제고와 혁신과 창조를 통한 지속가능성장에 대한 강조이다. 최근 모든 분야에서 인적자원의 중요성이 강조되고 있는 바, 인적자원관리의 여러 기능에 대한 기초이론을 터득하고 인적자원을 어떻게 모집하고 평가하며 전환배치하고 육성하는지에 대하여 체계적으로 학습한다.			

MDMBA7015	의료정책과경영 Health Policy & Management	학점	2
급변하는 의료서비스 시장에서의 의료환경과 의료 정책에 대한 이해가 필수적이다. 본 강의는 의료 정책의 전반적인 상황을 기반으로 거시적인 의료정책에 대해 살펴보고 글로벌 헬스케어시대에 필요한 외국인환자 유치, 의료기관 해외진출 정책 동향, 의료보장과 의료 체계 등 의료산업을 둘러싼 정책에 대한 심층적인 이해를 제고하고자 한다.			
TMMBA7020	기업조세전략 Taxes and Business Strategy	학점	2
기업의 조세전략과 세무분야 연구 동향에 대한 종합적인 이해 증진			

전략경영

[전공선택]

	서비스마케팅 Marketing Service	학점	2
본과목은 마케팅 전공 수강생으로 하여금 서비스 지향적 사고 배양하고, 서비스 마케팅 사고를 습득하며 서비스 마케팅 전략 수립 능력 고취를 목표로 한다. 4차산업 혁명을 통한 산업구조의 변화에 따라 점점 더 그 중요성을 더해가는 서비스 산업영역에서의 특화된 효과적 마케팅 기법을 학습하는 것인 본 과목의 주안점이다. 이를 통해 마케팅 전공학생으로 하여금 서비스 마케팅 이론 및 실무적 지식 습득하도록 하는데 학습의 주안점을 둔다.			
	증권시장론 Securieties Market	학점	2
증권시장은 다양한 투자상품이 거래되고 있으며, 상품에 따라 시장의 운영방식이 상이하다. 따라서 투자를 통한 효율적인 재테크를 위해서는 투자하고자 하는 상품에 대한 지식은 물론 해당 상품이 거래되는 시장에 대한 폭넓은 이해가 요구된다. 본 수업에서는 증권시장을 구성하고 있는 다양한 상품들을 소개하고 이들 상품이 거래되는 시장의 특성을 이해함으로써 증권투자시 유용하게 활용할 수 있는 지식을 획득하고자 한다.			
	재무제표분석 Financial Statement Analysis	학점	2
본 과목에서는 기업분석방법 가운데 먼저 기업의 산업과 경영전략을 분석하여 전체적으로 기업을 볼 수 있는 시야를 기르며, 회계분석을 통하여 재무제표의 구성항목에 대한 구체적인 이해를 증진시킴을 학습의 목적으로 한다. 이러한 이해를 바탕으로 구체적인 기업분석에 들어가게 되는데, 먼저 재무비율분석과 기업의 재무예측을 행하여 기업의 재무구조와 수익성 그리고 미래를 예측할 수 있는 능력을 배양시킨다. 재무제표분석의 최종목적은 기업의 가치를 분석하는 것이다. 가치분석에서는 전통적인 DDM과 DCF 기법을 소개하고, 최근에 큰 이슈가 되고 있는 RIM과 EVA 기법을 통하여 기업가치를 평가한다.			
	리더십이론 Leadership Theory	학점	2
다양한 조직들에서 요구 되어 지는 리더십 진단 및 역량개발을 위한 이론적, 실증적 접근 방법들을 연구한다. 본과목을 통해 경영학 이론의 역사가운데, 리더십 이론의 변천사를 살펴보고, 특히 새로운 탈산업화 시대의 지식경영환경을 맞이하여, 지혜로운 리더십의 발휘를 위한 역량을 쌓을 수 있는 방법을 제시한다. 또한 ESG 경영과 이해관계자 경영과 같이 새로이 부상하는 경영패러다임을 이끌어갈 미래지향적 리더십에 대해서도 살펴 본다.			

경영컨설팅

[전공기초]

	경영전략 및 진단론 Management Strategy And Diagnosis	학점	2
기업전략' 학문분야의 key concept와 framework을 이해하고 향후 기업에서의 실질적인 전략의 수립과 실행이 가능하도록 하는데 목적이 있다. 이를 위해 '전략' 분야의 기존 연구 내용을 review하고 그 연구흐름과중요 쟁점들을 수강생 스스로 구조화한다. 이를 통해 수강생들이 현실 business 상황에서 직면하고 있는 문제들에 대해 전략적인 대안을 도출할 수 있는 것을 목표로 함.			
	경영컨설팅론 Business Consulting	학점	2
본 강좌의 목표는 기업진단의요구에 부응하여 기초가 되는 진단기법을소개하고, 이를 기초로 현장응용에가능 한 기법으로 모의 기업진단을 실시함으로써 실제적인 적용능력을기른다. 기업진단에대한 폭넓은 이해와 컨설턴트의자질을 배양하기 위한 개념에 대해서 연구하며, 주요 논제는 기업진단 개론, 고객관리론, 진단 과정 론, 컨설팅 실무관리, 기업 컨설팅 서비스, 특수 컨설팅 실무가 있으며, 컨설팅 실무관리 능력을 충분히 습득하도록 실습한다.			
GMMBA7432	벤처창업컨설팅 Consulting for Startup of Venture Business	학점	2
중소.벤처기업의 창업을 활성화하여 경제성장의 저변을 확대하고자 하는 정부의 창업컨설팅지원제도에 대한 현황을 분석하고, 창업컨설팅 성공사례기업을 대상으로 창업컨설팅의 효과를 분석한다. 성공 사례기업의 현황, 특징과 컨설팅의 내용과 추진결과를 바탕으로 창업컨설팅의 효과를 분석한다.			
	조직혁신관리론 Organizational Innovation Management	학점	2
기업에서 조직의 혁신에 대한 정의와 혁신에 영향을 주는 주요 요인들에 대하여 체계적으로 학습한다.			
	프로젝트기획 Project Planning	학점	2
사업 및 프로젝트 기획의 형식론적, 방법론적 특성과 노하우에 대하여 학습하고, 이를 바탕으로 다양한 영역의 프로젝트를 실제로 기획하는 방법을 습득하는 것을 목표로 한다. .			
	조직개발과변화관리 Organizational development and change management	학점	2
행동과학을기반으로 하여 조직의 문제를 진단하고, 성과향상을 위한 변화를 설계하고 실행하는 조직개발 컨설팅의 이론을 배우고 실습한다.			

	성과관리분석 Performance management analysis	학점	2
급변하는 경영환경 변화에서 일관되고 측정 가능한 방식으로 구성원의 성과를 추적 관리한다. 그리고 여러 기술과 방법론을 결합하여 조직 전체와 구성원이 비즈니스의 전략적 목표에 긴밀히 협력하고 기여할 수 있도록 하고 과학적으로 분석하는방법을 제시한다.			
	인간관계와 커뮤니케이션스킬 Interpersonal relationships and communication skills	학점	2
인간관계에서 커뮤니케이션의 중요성과 인간행동의 동기와 욕구를 이해하고 중요성에 대해 다루고 팀워크와 멤버십 과정으로 팀워크와 멤버십이론외에 조직에서 갖추어야 할 비즈니스 회의, 문서작성, 팀워크 촉진방법을이해한다.			
	산업심리학 Industrial Psychology	학점	2
산업 현장의 제반 문제에 대해 심리학적 접근을 하여 밝혀진 지식을 이용하여 직무성과향상을 위해 응용한다. 또한 인사심리학, 조직심리학, 소비자심리학 등의 제 분야를 망라하며, 이들 분야의 유기적 관련성을 배운다. 특히 인력의 선발과 훈련, 평가 등 인사심리학의 중요 주제들에 대한 이론과 방법, 적용사례를 다룬다.			
	감성경영론 Emotional Management	학점	2
기업 내 구성원들의 감성에 호소함으로써 그들의 감성을 이끌어내 부수적인 효과를 달성하는 경영방식으로 감성경제, 감성경영, 감성서비스의 요소를 바탕으로 고객접점 응대의 실천적 경영능력을 향상한다.			
	XR심리케어프로그램개발 XR Psychological Care Program Development	학점	2
XR(eXtendedReality: Virtual + Augmented + Mixed Reality)이 제공하는 확장 경험에서의 몰입감과거리의 제약없이 사용자들을 연결해주는 공존감은사회적 치유와 회복을 위한 대안으로 활용되고 있다. 높은 몰입감은지속적인 치료 동기를 부여하고 편안한 가상환경 가운데 심리 치료의 효과에 대하여 학습한다			
	인문경영 Humanities Management	학점	2
인문학적 소양과 경영학적 지식역량을 구비한 미래의 인재 양성을 목적으로 한다. 즉, 통찰력, 분석력, 응용력을 가진 창의적 인재를 양성하여 사회적 가치 창출(social value creation)과 경제적 가치 창출(economic value creation)을 할 수 있는 미래의 인재를 양성하고자 함			

코칭사이언스

[전공선택]

	코칭기본스킬 Coaching Basic Skill	학점	2
4차 산업혁명의 불확실성과 속도(VUCA)의 시대에 새로운 리더십과 수평적 커뮤니케이션 스킬의 개발에 반드시 필요한 도구로 코칭이 선택되고 있다. 코칭대화는 일반대화과 다르게 프로세스가 있다.이 프세스를 통해 코칭의 효과성을 높인다.코칭기본스킬 과정은 한국코치협회(KCA)의 인증프로그램으로서 본 과목을 수료하면 한국코치협회 KAC 자격을 취득할 수 있는 기회가 주어지며 코칭의 기본스킬을 실습을 병행하여 습득함을 목적으로 한다.			
	코칭핵심역량 Coaching Core Competence	학점	2
본 과목의 목적은 코칭의 기술을 깊이 있게 다루고 코칭의 핵심역량을 충분히 익히고 숙련할 수 있도록 진행한다. 코칭의 핵심 역량은 코치다움과 코칭다움으로 나누어 볼 수 있다.코치다움은 개인의 삶과 코칭 현장에서 코칭 윤리를 실천하여 자기 인식과 자기관리를 바탕으로 전문계발을 할 때 드러나고, 코칭다움은 코칭 현장에서 고객과 관계를 구축하고 적극 경청과 의식 확장을 통해 고객의 성장을 지원하게 됩니다.또한 한국코치협회 인증프로그램으로서 KPC자격 과정을 취득할 수 있는 기회가 주어지며 높은 수준의 전문코치로서 역량을 향상 시켜 나가도록 연구 지도 한다.			
	비즈니스 코칭 Business Coaching	학점	2
비즈니스 코칭의 역사, 정의와 철학, 특징 등 CEO 임원 코칭의 개념을 통합적으로 이해하고 경영자의 성과를 극대화하는 핵심요인과 실제 경영현장에서 경영자가 필요로 하는 역량을 개발하기 위한 코칭 기법을 체득하다. 또한 비즈니스 코칭의 성과를 창출하는 핵심 요소, 코치가 갖추어야 할 자질, 코치의 스킬, 코치를 선정하는 기준 등 비즈니스 전문코치의 역량 개발을 목적으로 한다.			
	라이프 코칭 Life Coaching	학점	2
라이프 코칭은 개인의 자아발견, 부부 또는 자녀와의 관계향상, 경제적 문제해결, 사회적 관계 발전, 육체적 활동 증대, 바람직한 직장생활, 건강 증진 등 개인적 삶의 모든 부분을 다룹니다. 여러 분야에서 다양한 방법으로 코칭을 적용하고 있는 추세이며, 건강, 결혼, 부모, 청소년, 연애, 존재, 의식, 감정, 에너지 코칭 등에서 코칭 적용에 관한 이해와 역량개발, 연구를 목적으로 한다.			

	코칭 심리학 Coaching Psychology	학점	2
개인이 역량증진 목표를 설정하고 이를 달성하고자 노력하는 과정에서 나타나는 변화를 지원하는 활동을 연구하는 분야로 현대 심리학계의 신생 연구영역 중 하나이다. 코칭 심리학은 이미(+) 상태인 개인이 (++) 상태로 이동하는 것으로, 개인이 더 나은 삶을 살아가기 위해 장기적 목표를 세우고 추진하는 과정에 개입하는 응용 심리학 영역이다. 개인의 삶과 일에서 행복과 수행을 고양하기 위한 것으로 성인 및 아동 학습 또는 심리학적 학습이다. 또한 성인학습과 심리학적 접근법에 기반한 코칭 모델에 의해 뒷받침되며 정상적이고 병리학적 이상이 없는 사람들의 삶과 일에서 안녕과 성과를 높이는 활동을 한다.			
	NLP 와 코칭사이언스 NLP & Coaching Science	학점	2
신경-언어프로그래밍(Neuro-Linguistic Programming, NLP)은 20세기에 개발된 실용심리학의 한 분야로 변화와 탁월성의 심리학으로 알려져 있다. 경영학 및 교육, 스포츠 등 다양한 분야에서 NLP를 접목해 성과를 내고 있으며 현재 급성장하고 있는 분야이다. 본 과목은 국제공인 NLP Practitioner 과정의 핵심원리와 기술을 바탕으로 코칭사이언스와 접목해서 다양한 코칭기술과 프로그램을 개발하고 평가할 수 있도록 하며, 각 기업에서 도입-성공사례를 연구하고 모델링 함으로써 기업현장에서 요구하는 핵심인재로서의 자질을 개발한다. 학생들은 추가 학습과 연구를 통해 국제자격증을 취득할 수 있다.			
	대인관계 심리학 Interpersonal Psychology	학점	2
인간관계의 형성, 발달, 소멸의 과정에서 기본적인 심리학적 원리를 개관하고, 인간관계의 본질과 왜곡, 개선 방안, 원만한 인간관계 유지를 위한 전략 등을 논의한다. 인간관계의 의미/발달단계에 따른 인간관계의 변화/대인동기와 지각/호감과 매력/부 적응적 인간관계/대인갈등과 대처방식/친밀한 관계의 형성/직업에서의 인간관계/인간관계 향상전략/설득과 협상/인간관계의 개선 방안 등을 학습한다. 본 교과목을 통해 인간관계에 대한 기본적인 심리학적 원리를 습득하여, 타인에 대한 이해의 폭을 확장하고, 이를 통해 현실에서 대인관계의 질을 높이는 통찰력을 함양하는 것을 기대하는 학문이다.			

AI비즈니스

[전공선택]

	CRM개론 Introduction to Customer Relationship Management	학점	2
본 강의에서는 기업의 전사적인 고객기반 경영전략을 위해 필요한 정보기술, 마케팅, 경영 전략의 학제간(Interdisciplinary) 학문영역인 고객관계관리의 이론과 기법을 중점적으로 다룬다. 고객분석 및 세분화, 세그먼트별 고객전략 수립 방안, CRM 프로세스 기획, 캠페인 및 로열티프로그램 기획 등을 다루며, 다양한 기업들의 사례연구를 통해 CRM에 대한 이론적, 실무적 감각을 배양한다. 구체적으로 (1) CRM을 위한 정보기술적, 마케팅적, 전략적 이해능력 제고, (2) CRM 프로세스 전략 수립 능력 배양, (3) 다양한 고객중심적 경영기법의 활용능력 제고, (4) 고객기반 경영성과 분석의 이해 등을 수업 목표로 한다.			
	디지털트랜스포메이션 Digital Transformation	학점	2
본 강의에서는 디지털 트랜스포메이션의 기본 개념과 기반 기술 및 기업 적용 사례에 대해 학습한다. 구체적으로 (1) 디지털 트랜스포메이션의 기본 개념 이해, (2) 디지털 트랜스포메이션 기반 기술 이해(인공지능, 빅데이터, 클라우드 컴퓨팅, 블록체인, 메타버스 등), (3) 디지털 트랜스포메이션 기업 적용 사례 발굴 등을 수업 목표로 한다.			
	빅데이터시각화 Big Data Visualization	학점	2
빅데이터 분석의 결과를 시각화하여 나타내는 것이 중요한 이유는 시각화를 통해 자료의 특징을 직관적으로 빠르게 알아내고, 이를 통해 경영의사결정 과정에서 이해 및 설득이 용이해질 수 있기 때문이다. 본 강의에서는 R, Python, Tableau 등 다양한 시각화 도구를 활용하여 구체적인 경영 목적에 적합한 시각화 자료를 효율적이고 효과적으로 도출해 낼 수 있는 능력을 배양한다.			
	빅데이터프로그래밍 Big Data Programming	학점	2
본 강의에서는 데이터처리, 통계분석, 데이터마이닝, 머신러닝, 딥러닝 등을 이용한 데이터 분석 및 시각화를 효율적으로 지원하는 프로그래밍 언어이자 소프트웨어 환경인 R을 이용하여 빅데이터 분석에 필요한 프로그래밍 기초를 익히는 것을 목표로 한다. R은 20,000여 개의 다양한 패키지를 기반으로 폭넓은 활용 스펙트럼을 가진 오픈소스 소프트웨어(Open Source Software) 언어로서, 강력한 자료형 기능을 바탕으로 빅데이터 처리, 분석 및 시각화를 간단한 프로그래밍만으로 해결할 수 있도록 돕고 있다. 본 강의에서 수강생들은 R의 기본문법, 자료수집, 자료처리, 자료분석, 시각화 및 간단한 실제 경영사례분석 등을 통해 경영 프로그래밍 도구로서의 R을 능숙하게 다룰 수 있는 능력을 배양하게 된다.			
	인공지능프로그래밍 AI Programming	학점	2
인공지능 기술을 구현하는 데는 프로그래밍 언어를 학습하는 것이 필수적이다. 본 강의는 인공지능 알고리즘을 개발하기 전 프로그래밍 언어에 대한 기초 강의로서, Python 프로그래밍 능력을 습득하고 Pandas를 활용하여 실제 데이터 분석을 할 수 있는 능력을 배양하고자 한다. 이를 통해 향후 수강생들은 다양한 데이터 처리 능력을 습득할 수 있다.			

	빅데이터통계분석 Big Data Statistics	학점	2
제4차 산업혁명 시대의 원유라 할 수 있는 빅데이터를 활용하는 능력은 기업 경쟁력의 강화 측면에서 필수적으로 요구되고 있다. 본 강의에서는 빅데이터를 분석하기 위한 기초적인 지식을 배양하기 위해 이산 및 연속확률변수와 확률모형의 개념을 배우고, 회귀분석, 요인분석, 상관분석, 다변량분석 등 다양한 통계기법을 SPSS 또는 R을 활용하여 실습을 통해 학습하게 된다. 본 강의를 통해서 수강생들은 빅데이터 기반의 통계분석과 사례 및 실무를 이해하게 되며, 데이터 기반 의사결정 능력을 배양하게 될 것이다.			
	머신러닝및딥러닝 Machine Learning and Deep Learning	학점	2
머신러닝은 환경으로부터 데이터 관찰과 경험을 통해 성능을 계속적으로 향상시킬 수 있는 문제해결 시스템을 연구하는 인공지능의 한 분야이다. 딥러닝은 이러한 머신러닝 기법 가운데에서도 가장 빠른 발전이 이뤄지고 있어 인공지능의 핵심기술로 불리고 있다. 본 강의에서는 머신러닝에 관한 이론 및 기업에서의 실제적인 활용 방법들에 관해 학습한다. 지도학습과 비지도학습 및 강화학습에 관한 기본 원리와 이론적인 배경을 공부하며, 이들에 대한 구체적인 알고리즘을 학습한다. 또한, CNN, RNN, Reinforcement Learning 등과 같은 딥러닝 알고리즘의 기본 원리 및 주요 활용 분야에 대해 학습한 후, Python을 활용하여 간단한 실습을 실시한다.			
	비즈니스애널리틱스 Business Analytics	학점	2
빅데이터 분석은 우리의 삶과 비즈니스를 변화시켜왔으며, 기업의 새로운 프로세스 혁신과 조직의 구조, 문화, 의사결정 시스템 전체에 큰 영향을 주었다. 본 강의에서 수강생들은 기업에서 어떻게 데이터를 분석하고, 의미 있는 결과를 도출하며, 기업 전략에 적용시킬 수 있을지에 대해 비즈니스적 관점에서 학습하게 된다. R 또는 파이썬 프로그램을 통해 실제 기업 데이터를 활용하여 분석하고 비즈니스 문제를 해결하는 방안에 대해 구체적으로 학습하게 될 것이다.			
	인공지능활용사례 AI Application Cases	학점	2
본 강의에서는 빠른 속도로 발전하고 있는 인공지능 기술의 특성 및 장단점에 대해 분석하고, 국내외 선진 기업의 최신 AI 활용 사례를 중심으로 토론식 수업을 진행한다. 수강생들은 국내외 최신 인공지능 활용사례를 직접 조사해서 발표하고, 이러한 사례가 실무적으로 어떠한 시사점을 가지며, 향후 어떻게 활용될 수 있을지에 대해 심도있게 토론하게 된다.			
	인공지능실무 Practice of AI	학점	2
본 강의에서는 인공지능 알고리즘 이해와 Python의 기초적 프로그램 이해를 통해 실질 현장 데이터 수집과 분석을 위한 인공지능 알고리즘 활용 절차와 실제 분석 수행 경험을 쌓는다. 강의는 실습 중심으로 진행된다. Kaggle의 분석 data set를 활용한 실습 중심 수업을 진행한다.			

아시아경영

[전공선택]

	해외지역 연구방법론	학점	2
지역연구는 ‘공간적 특성을 갖는 일정 지역을 기초로 하는 연구’로, 해외지역연구는 융합과 복합의 학제적 연구이다. 연구대상은 정치, 경제, 사회, 지리, 역사, 문화, 자원 등 포괄적 범위이며, 사회과학, 인문과학, 자연과학적 틀 범위 내에서 해외지역연구가 수행되어야 한다. 최적의 연구방법은 제기된 질문에 따라 달라질 수밖에 없을 것이므로, 해당 지역에 대한 종합적인 분석이 가능하도록 권역별 집중 연구, 다층적 분석과 체계적인 연구 방법으로 실학적 효과를 발현할 수 있도록 학습한다.			
	아시아경제지리와 산업입지	학점	2
본 강좌의 목표는 수강자들이 경제적 관점에서의 지리 및 지정학 학습을 통해 긴 역사와 넓은 국토, 그리고 거대한 인구를 보유하고 있는 아시아권에 대한 전반적, 거시적 이해와 공간적 감각을 제고시키며, 이를 실제 비즈니스에서 다양하게 응용할 수 있는 실무 능력을 제공하는데 있다. 따라서 아시아의 지형, 기후, 자원 등에 대한 지식과 정보를 습득하게 하고, 아시아의 사회간접자본 시설인 도로, 철도, 항구, 공항, 전력 상황은 물론 아시아 주요 산업의 배치 동향과 관련전략 및 전망 등을 학습한다. 아울러 외자기업이 아시아 진출 시 타당한 산업입지를 선정하는데 필요한 아시아 각국의 경제개발정책은 물론 각 지역 경제의 특성, 투자환경 등에 대해 경제지리학적 관점의 틀로 각자의 니즈에 따른 프로젝트를 분석한다. 본 강좌에서는 한국을 비롯한 중국, 일본 등 동북아시아, 동남아시아, 서남아시아 등 국가들의 지정학적 위치, 자원분포, 인구학적 특성, 산업구조, 도시 등 경제지리학적 관점에서의 기본적인 정보를 충분히 습득하도록 실습한다.			
	아시아 시장과 마케팅론	학점	2
세계 최대 인구 대국인 중국과 인도를 포괄하는 아시아는 각국마다, 민족마다, 종교마다 경제적 수준, 독특한 개성을 가진 소비자행동 유형을 나타낸다. 특히 중국은 WTO 가입 이후 세계의 다국적 기업들의 각축장이 된 거대한 내수시장으로서의 무한한 가능성을 갖고 있다. 이러한 경제적 특성과 문화적 다양성의 복합체인 중국시장에서 성공적인 마케팅 전략을 구사하기 위해서는 먼저 내수시장의 리스크, 진입장벽과 진입전략 등 구조적 특성을 이해하고 이에 상응하는 시장세분화를 통하여 목표시장을 선점하는 전략이 필요하다. 또한 최근 들어 또하나의 다크호스로 부상하고 있는 인도시장은 자본주의 시장의 특성을 나타내면서도 동시에 지역적, 민족적, 종교적 전통문화를 반영하는 독특한 비즈니스 방식을 보여주고 있다. 이러한 견지에서 중국과 인도를 포함한 아시아권 국가들 내외에 존재하는 다양한 지역의 시장과 그에 적절한 마케팅 전략에 대해 학습자로 하여금 흥미를 갖고 이해, 분석할 수 있는 능력을 배양하는데 강의의 목표를 둔다.			
	글로벌협상론	학점	2
글로벌 협상의 기초와 원리를 학습한다. 나아가 글로벌 무대에서 발생하는 갈등현상을 정확히 파악하고, 갈등의 특징, 상호의존성, 개인적 특성 등을 갈등을 이해하고 효율적으로 해결하기 위해 심화학습한다. 또한 의사소통 시스템의 분석을 통해 왜곡이 어떻게 발생하고, 또 방지할 수 있는 지, 이러한 요소들이 협상의 배후에서 미치는 영향 등을 학습한다. 이 때 국가 간, 문화 간 차이를 인정하는 다문화 협상에서 성공할 수 있는 다양한 협상전략을 습득한다.			

	동북아시아 통상전략론	학점	2
오늘날 한국을 비롯해 중국, 일본, 대만, 북한, 몽골 등이 속해 있는 동북아시아에서는 세계 권력구조의 재편을 가져올 수 있는 미·중 갈등의 수렁 속에 한미동맹, 북핵문제, 역사갈등, 경제갈등, 반중·반일/협한 등 많은 이슈들이 부각되고 있다. 또한 최근 세계경제는 저성장 기조와 함께 미국을 중심으로 한 보호무역주의가 점차 심화되고 있다. 이러한 환경 속에서 각국의 통상법제와 외국인 투자법제를 중심으로 최근의 동북아를 둘러싼 세계 통상환경과 이에 대한 동북아 각국들의 통상현실 및 통상정책 등 변화 내용을 구체적으로 검토하고, 보호무역주의 정책이나 그 근거 법규의 국제통상규범 체계 합치성을 학습한다. 이를 통하여, 향후 각국의 보호무역주의 강화 움직임과 통상압력에 우리가 효과적으로 대응하기 위하여 필요시 취해야 할 ‘법적선택권(legal option)’의 사전적 검토에 기여할 수 있다. 또한 한·중·일 3국의 FTA정책(RCEP, 한·중·일 FTA)과 통상협력 정책에 대한 과제 분석을 통해 새로운 패러다임을 제시 하고, 한·중·일 3국의 4차 산업혁명 분야에서의 산업협력 가능성 모색할 수 있는 능력을 배양한다.			
	서남아시아 통상전략론	학점	2
서남아시아는 고대부터 중국으로 시작하는 육상무역로인 실크로드(silk road)의 도착지이자 유럽으로 경우하는 중간 기착지로 국가 단위로는 파키스탄, 인도, 네팔, 방글라데시, 스리랑카, 부탄, 아프가니스탄, 몰디브를 포함하며, 자연적인 경계로 구분한다면 힌두쿠쉬 산맥을 북서쪽 경계로, 히말라야 산맥을 북동쪽 경계로 하여 인도양까지 뻗어 있는 인도아대륙(Indian Subcontinent)과 남단의 섬인 스리랑카, 스리랑카에서 남서쪽으로 떨어져 인도양 상에 위치하는 몰디브섬을 포함하는 지역이다. 서남아시아 지역은 많은 노동가용 인구나 높은 성장률을 배경으로 외국인들에게 새로운 투자 관심 지역으로 부상하고 있다. 한국도 새로운 신흥국가들과의 경제협력이 요구되는 만큼 서남아시아의 신흥경제국에 대한 경제구조 및 정책, 부존자원, 인프라, 그리고 법제도 등 실무적인 차원에서 통상과 투자매력도, 투자가능성 및 그 평가 방법을 학습한다.			
	동남아시아 통상전략론	학점	2
베트남, 라오스, 캄보디아, 태국, 미얀마, 인도네시아, 브루나이, 말레이시아, 싱가포르, 필리핀 등 아세안(ASEAN) 10개국과 동티모르를 포함한 동남아시아 국가들은 천연자원과 저렴한 노동력이 풍부하다. 특히 반덤핑, 세이프가드, 무역확장법 232조를 위시한 잇따른 미국의 관세 폭탄과 사드 경제 보복 등 미국과 중국에서 불어닥친 ‘한국산 수입규제 파고’를 우회하는 길로, ‘미·중 대체시장’으로 떠오른 동남아는 한국 정부의 ‘신남방 통상정책’ 기조와 맞물려 무역 규모가 급속히 커지고 있다. 이러한 경제상황 하에서 현지기업에 비해 불리한 조건을 떠안게 되는 외국비용(cost of foreignness), 정치, 사회적 격변, 외환 등과 같은 컨트리 리스크 등과 동남아 전략산업과 협력 추진 시 고려해야 할 사항을 학습한다.			
	아시아비즈니스 사례분석	학점	2
아시아 대륙은 지역적으로 광대할 뿐 아니라 국가마다 다민족이 공존하고, 기후대도 다양하며, 각 지역의 경제발전 정도도 현격한 차이가 있고 일부 국가에서는 중앙과 지방정부의 정책적 제약 등 비즈니스 변수와 리스크가 매우 크고 다양한 시장이다. 이러한 소비경제 상황을 분석하고 아시아 각국에 진출한 한국기업을 포함한 외국기업의 아시아 비즈니스 사례(성공과 실패 사례)를 분석하여 아시아 지역에서의 비즈니스 성공 가능성을 높이는데 강의의 초점을 두고 있다. 따라서 분석대상(범위)을 개별 비즈니스, 기업, 업종 중심 등으로 분류하였고, 사례도 특정 한국 기업에 국한하지 않고 외국의 여러 기업들에 대해 다양한 각도에서 사례분석이 가능하도록 학습한다.			

	중국금융정책과 투자환경	학점	2
중국의 금융산업 전반과 중국금융정책의 결정 과정 및 투자환경을 학습한다. 이를 통해 중국의 주요 금융산업을 개괄적으로 이해하고, 중국의 투자 환경과 중국 금융정책의 결정 메카니즘과 영향을 이해할 수 있다. 아울러 최근 가속화되고 있는 중국 금융개방의 주요 내용과 의미를 살펴보고 이에 대한 평가와 시사점을 도출하기 위해 중국 금융개방을 아우르고 있는 대내적, 대외적, 산업·기술 측면의 환경변화를 분석한다.			
	글로벌 증권시장 분석론	학점	2
글로벌 증권시장의 연혁, 발전과정 및 제도를 분석하여 미국, 중국, 인도 및 기타 신흥국 증권시장의 제도적 결함을 알아보고 각각의 증권시장이 더욱 발전하기 위한 개선점을 제시할 수 있는 능력을 배양한다. 또한 아시아 각국의 자본시장을 체계적으로 연구하고, 나아가 주요 글로벌 증권거래소에 상장된 업종 및 기업에 대한 연구를 통해 객인적, 기업적 관점에서의 글로벌 주식투자전략을 수립하는 방법을 학습한다.			
	아시아기업가정신	학점	2
장사(生意, 商)의나라 중국은 그들의 유구한 5천년 역사 만큼이나 장사의 역사도 길다. 고대 상(商)나라로부터 전수되어 오는 중국인의 사업 기질은 금세기 들어 더욱 빛을 발하고 있다. 특히 개혁개방 이후 알리바바의 마윈이나 텐센트의 마화팅, 바이두의 리엔홍 등 수많은 젊은 기업가들이 글로벌 경쟁력을 갖추며 속속 재계의 선두 그룹으로 부상하였다. 또한 인도와 서남아시아, 그리고 동남아시아 지역국가에서는 유니콘기업들(Unicorn Companies)이 다수 탄생하고 있다. 본 과목은 거대한 시장을 배경으로 하여 세계 부(富)의 지도를 바꾸는 아시아 기업가들이 갖고 있는 정신의 공통점은 무엇인가? 전통적 강호기업과 신흥기업들을 분류하여 분석해본다. 그들은 과연 어떠한 성취욕을 갖고 기업을 키워왔는지에 대해 주요 기업들을 선정하여 기업가정신(entrepreneurship)에 대해 학습한다.			
	아시아기업분쟁과 법률	학점	2
아시아 각국에 진출한 한국기업과 한국 투자기관의 아시아 투자의 사례 및 기업과의 협력 사례와 한국에 진출한 아시아기업과 아시아 투자기관의 투자사례 및 한국기업과의 협력 사례들을 학습하고, 이와 관련하여 계약부터 운영을 하면서 제기되는 법적인 문제와 M&A 사례 등 아시아 각국과 한국의 법률 및 제도에 관해 비교 학습한다. 수업목표는 첫째, 대아시아 각국 진출을 위한 아시아국가들의 기본 법률제도 및 환경에 대하여 이해한다. 둘째, 대아시아 진출 한국기업들의 유형 및 무형의 법률 문제와 M&A사례를 통해 아시아 진출 및 대아시아 투자의 리스크에 대하여 이해한다. 셋째, 한국기업과 기타 아시아 기업 사이의 협력 사례, 아시아 기업의 한국 진출 사례를 통해 협력 모델 구성에 대하여 이해한다. 넷째, 각자가 속한 파트에서 아시아 지역 진출 및 아시아 기업(기관)과의 협력을 위한 모델에 대하여 구상한다.			
	동남아시아 투자환경분석	학점	2
동남아시아는 아시아대륙과 오세아니아 사이에 위치하여 3대륙(아시아, 아프리카, 오세아니아)을 연결하고 태평양과 인도양과도 연결되어 있으며, 동북아시아에서 동남아를 거쳐 유럽과 아프리카로 가는 최단 항로이자 필수통로이다. 자국 경제발전에 있어 외국인 투자의 중요성을 인식하고 있기 때문에 역내 모든 국가는 21세기에 들어서면서 지리적 이점과 풍부한 자연자원을 활용한 외국인 투자 유치 여건을 조성하기 위해 노력하고 있다.			

	현대아시아 이슈론	학점	2
본 강좌에서는 아시아 지역 내외에서 발생되고 있는 이슈들의 형성 배경, 과정, 결과 및 영향 등을 다루고, 특히 한국기업의 입장에서 짚고 넘어가야 할 핫 이슈(요소)들을 면밀히 살펴봄으로써 아시아 지역국가들에 대한 더욱 정확한 이해는 물론 향후 아시아비즈니스 과정에서의 리스크 감소 차원에서 관련 지식과 안목을 제고시킨다. 모든 강의는 사례분석 중심의 특강형식으로 진행하며 강의자료는 주로 삼성그룹, 현대자동차그룹, SPC 등 외부 기관에서 최근 사용하였던 특강자료를 바탕으로 재정리하여 제공한다. 본 강좌는 아시아 관련 전공자는 물론 기타 전공 학생들에게도 아시아에 대한 새로운 이해, 비즈니스 구상 차원에서 도움이 될 만한 수준에서 이루어진다.			
	아세안정치구조와 행정시스템	학점	2
1967년 동남아 지역의 경제공동체를 목표로 설립된 아세안(ASEAN)은 10개국의 6억 7천만 명 거대인구와 빠른 경제성장을 이루고 있는 지역이다. 아세안은 한국의 제2위 교역대상이며, 제3위 해외직접 투자대상이자, 제1위의 방문지역으로 향후 아세안과 경제, 교역뿐만 아니라 투자와 기술 이전 등 협력증진이 가속화 되고 있다. 아세안의 중요성을 인식하여 미국 뿐만 아니라 한·중·일 3국은 아세안에서의 경제협력과 안보 등 관계증진을 위해 적극 노력을 하고 있으며, 한국도 한-아세안 특별정상회의의 정기적 개최 등 아세안 국가와 경제뿐만 아니라 환경, 에너지, 금융, 안보, 해양 등 다양한 분야에서 협력을 확대 추진하고 있다. 본 강좌는 새롭게 부상하고 있는 아세안 국가에 대한 전반적인 어프로치와 각 국가마다 다양한 종족, 문화, 지형과 역사를 가지고 있으면서 경제력과 정치적 안정성도 각각 다른 특이성의 정치적 구조를 지니고 있는 지역으로서 정치구조와 경제력과의 상관 연구를 통해 아세안 각국 정치체제와 행정시스템의 구성과 기능을 학습한다.			
	국제밸류 체인분석	학점	2
세계 경제가 글로벌화 되면서 단순히 무역 및 현지 직접투자뿐만 아니라 판매, 부품의 조달, R&D 등 다양한 분야에서 새로운 관계가 형성되고 있다. 과거 세계적인 분업구조가 산업별로 특화되었지만 최근 들어 산업 내 분업으로 변하고 있다. 산업 내 분업도 글로벌 밸류체인(value chain, 가치사슬)으로 발전하고 있다. 세계적 공급사슬 관리(Global Supply Chain Management)는 생산을 어떻게 배치하느냐 하는 문제에 귀결된다. 최근 들어 생산의 세계적 배치뿐만 아니라 가치를 창출하는 경영활동 전반에 걸쳐 세계적 배치가 일반화되어 가고 있다. 보다 세분화된 가치창출 활동이 가장 유리한 지역에서 행해지도록 배치한다는 것이다. 밸류체인은 고객에게 가치를 주는 기업의 활동과, 이 활동을 가능케 하는 생산 과정이 밀접하게 연결돼 고객의 욕구(needs)를 충족시키는 전체 과정으로, 밸류체인 분석은 산업구조를 이해하고 기업의 신제품 개발에 있어 시장 성공의 핵심 열쇠라고 할 수 있다. 오늘날 교역 목적 및 품목은 '글로벌 생산공유를 목적으로 중간재 부품을 조달(intermediate inputs & cross borders for production)'로, 교역의 주목적은 소비가 아니라 글로벌 생산과정에 참여하는 즉 글로벌 밸류체인에 참여하는 것이다. 본 과목에서는 주요국에서 중요하다고 생각되는 산업을 선정하여 효율적인 국가에 배치하고 제화 및 서비스 생산을 위한 자원 투입과정에서 부가가치가 생산되는 가치사슬을 글로벌화로 결합한 것으로 한국의 산업과 협력할 수 있는 방안을 도출하는 능력 배양에 초점을 두고 학습한다.			

	대만,홍콩, 마카오 경제와 기업경영	학점	2
일본 경제는 1990년까지 고도성장 가도를 달려왔으나, 1990년대 초반에 버블이 붕괴되면서 20년 이상의 오랜 기간 동안 저성장 국면을 맞이해 왔다. 이를 '잃어버린 20년'이라고 부르며, 이 기간 일본에서는 저성장, 저물가, 저소비라는 '3저(低)' 현상이 계속됐다. 한국과 일본 양국은 경제, 문화, 인적교류 등 모든 분야에서 매우 중요한 관계를 갖고 있다. 일본의 성장은 한국의 발전에 도움이 되는 등 한국기업의 진출처로서, 수출처로서 매우 중요한 국가이다. 자동차, 전자 등 양국의 주요 산업은 경쟁관계이기도 하지만, 내부를 살펴보면 부품은 한국산을 사용하거나 제조장비는 일본산을 사용하는 등 상호 협력이 필요한 부분이 다수 존재한다. 특히 일본의 주요 정책인 디지털과 녹색성장 분야는 한국기업에 새로운 기회로서 작용할 수 있다. 이러한 상호 의존적 관계에 있는 한일경제의 중요성과 해외 진출, M&A, 가격정책 등의 전략을 통해 성장동력을 창출하여 저성장 시대에 살아 남은 독특한 일본 기업의 경영 방식에 대해 학습한다.			

	일본 경제와 기업경영	학점	2
일본 경제는 1990년까지 고도성장 가도를 달려왔으나, 1990년대 초반에 버블이 붕괴되면서 20년 이상의 오랜 기간 동안 저성장 국면을 맞이해 왔다. 이를 '잃어버린 20년'이라고 부르며, 이 기간 일본에서는 저성장, 저물가, 저소비라는 '3저(低)' 현상이 계속됐다. 한국과 일본 양국은 경제, 문화, 인적교류 등 모든 분야에서 매우 중요한 관계를 갖고 있다. 일본의 성장은 한국의 발전에 도움이 되는 등 한국기업의 진출처로서, 수출처로서 매우 중요한 국가이다. 자동차, 전자 등 양국의 주요 산업은 경쟁관계이기도 하지만, 내부를 살펴보면 부품은 한국산을 사용하거나 제조장비는 일본산을 사용하는 등 상호 협력이 필요한 부분이 다수 존재한다. 특히 일본의 주요 정책인 디지털과 녹색성장 분야는 한국기업에 새로운 기회로서 작용할 수 있다. 이러한 상호 의존적 관계에 있는 한일경제의 중요성과 해외 진출, M&A, 가격정책 등의 전략을 통해 성장동력을 창출하여 저성장 시대에 살아 남은 독특한 일본 기업의 경영 방식에 대해 학습한다.			

	동남아시아 경제와 기업경영	학점	2
동남아시아 국가들은 지리적으로 인접하고 있고, 많은 인구를 보유하여 거대시장을 갖추고 있으며, 인종적으로도 유사해 많은 경우에 마치 하나의 경제로 인식되기도 한다. 특히 자유무역협정(FTA) 체결 이후 역내 교역 확대를 위한 적극적인 노력의 결과, 지역통합을 가속화하고 있으며, 역내 협력에 의한 경제성장 추진력이 확대되고 있는데, 그에 따라 동남아 국가 간 안정적 경제성장으로 세계 경제의 성장동력을 제공하고 있다. 그러나 일부 국가의 경우 낮은 경제성장율과 만성적 투자 부족에 대해서는 정부의 저조한 조세능력으로 인한 투자 여력 부재, 그리고 부패와 규제 같은 비경쟁적 기업환경이 원인으로 지적된다. 이러한 관점에서 동남아 국가는 경제적 측면에서 한국과 밀접한 관계를 맺고 현지 시장 진출이 확대되고 있으며 경제협력이 진행되고 있다. 따라서 동남아 국가들의 경제적 여건, 경제규모와 성장률, 총수요 측면에서의 경제구조, 생산 및 고용구조, 교역구조 측면에서 살펴보고, 이러한 이질적 측면이 동태적으로 어떻게 변화하고 있는지 분석하여 통상과 투자에 유의미한 정보를 제공한다.			

	서남아시아 경제와 기업경영	학점	2
서남아시아는 세계에서 가장 인구가 밀집된 지역으로 아시아의 어느지역에 비해 잠재력이 있으며, 대표적 국가인 인도가 위치해 있어 한국에게 경제적으로 매우 중요한 지역이다. 이 지역의 역내 8개 국가가 동남아국가연합(ASEAN)과 같이 1985년 남아시아지역협력연합(SAARC)를 결성하여 지역경제 블록화를 이루면서 동반 경제성장을 추구하고 있다. 또한, 이 지역은 거대한 인구나 풍부한 천연자원을 바탕으로 노동집약적인 산업이 발달해 있고, 인도를 필두로 각국 정부가 IT산업을 집중 육성하고 있다. 특히, 사회간접자본이 턱없이 부족한 서남아시아 국가들은 세계은행, 아시아개발은행 등 국제금융기관의 차관과 외국정부의 원조, 민간자본 등을 이용한 인프라 확충을 위한 대규모 프로젝트를 계속 추진하고 있다. 본 과목에서는 발전 가능성이 큰 서남아시아 지역에 대한 통상과 투자의 효율성과 기업에 대해 학습한다.			
	인도 시장 분석과 법률	학점	2
인도시장의 잠재력은 크다. 모바일 환경에 적응된 새로운 디지털 소비 계층의 등장에 의한 온라인 시장의 급격한 발전, 새롭게 도입된 GST(Goods and Service Tax)로의 거래세 단일화도 인도 소비시장의 성장요인으로 인식된다. 반면 유통은 아직 발전되지 않아서 온라인과 체계화된 유통시스템으로 유통이 되는 시장은 아직 미흡한 실정이다. 인도 시장은 과거 종교적인 전통에 기인한 매우 고유하고 독특한 시장 성격과 함께 제품의 대규모 생산, 유통되고 소비되는 서구적인 생활방식에 의한 시장 특성이 중첩되어 있다. 본 과목에서는 복잡하면서도 한국과 문화적 차이가 큰 독특한 특성의 인도시장과 통상과 투자와 관련된 법률시스템에 대해 학습한다.			
	동북아시아 투자환경분석	학점	2
세계 인구의 1/4이 거주하는 한국, 중국, 일본 3국이 있는 동북아시아는 유럽연합(EU), 미국과 함께 세계 경제의 3대 핵심 지역 중 하나로 급성장하고 있다. 한·중·일의 무역과 투자를 적극적으로 추진하는 목적은 오늘날 세계에서 가장 역동적으로 경제가 발전하는 지역으로 세계 경제의 영향력은 계속 커질 것으로 예상되므로, 상호 이익과 윈-윈을 이룰 수 있다. 한국, 중국, 일본과의 외국인직접투자 동향 및 규제를 비교하여 동북아 3개국 간 외국인직접투자(FDI) 환경과 장애요인을 분석하고, 이를 바탕으로 경제협력의 가능성과 한계를 심도 있게 분석한다. 글로벌 경쟁력 지수와 FDI의 규제 제한 지수 측면에서 3국 간에 어떠한 차이가 있는지와 한·중·일 간 경제협력과 동북아 다자간 FTA를 효과적으로 추진하고 실현하는 방법에 대해 학습한다.			
	인도 시장 분석과 법률	학점	2
인도시장의 잠재력은 크다. 모바일 환경에 적응된 새로운 디지털 소비 계층의 등장에 의한 온라인 시장의 급격한 발전, 새롭게 도입된 GST(Goods and Service Tax)로의 거래세 단일화도 인도 소비시장의 성장요인으로 인식된다. 반면 유통은 아직 발전되지 않아서 온라인과 체계화된 유통시스템으로 유통이 되는 시장은 아직 미흡한 실정이다. 인도 시장은 과거 종교적인 전통에 기인한 매우 고유하고 독특한 시장 성격과 함께 제품의 대규모 생산, 유통되고 소비되는 서구적인 생활방식에 의한 시장 특성이 중첩되어 있다. 본 과목에서는 복잡하면서도 한국과 문화적 차이가 큰 독특한 특성의 인도시장과 통상과 투자와 관련된 법률시스템에 대해 학습한다.			

	동남아시아 시장 분석과 법률	학점	2
동남아시아 국가들은 지리적으로 인접하고 있고, 인종적으로도 유사해 많은 경우에 마치 하나의 경제로 인식되기도 한다. 동티모르를 제외한 모든 동남아시아 국가들은 협력증진 기구인 동남아시아 국가연합(ASEAN)에 가입하고 있으며, 2006년 한국과 ASEAN과의 FTA협정을 체결하여 역내 교역이 급속히 확대되고 있어 그에 따라 동남아 국가간 경제적 연계 정도 역시 높아졌다. 이러한 관점에서 빠르게 성장하는 동남아 국가에 있어서 차별성을 경제적 여건, 경제규모와 성장률, 총수요 측면에서의 경제구조, 생산 및 고용구조, 교역구조 측면에서 통상과 투자와 관련된 각국의 법률시스템을 학습한다. 과거 한국의 동남아시아에 대한 직접투자는 저임 노동력을 활용하는 노동집약적 산업이었으나 최근에는 철강, 조건, 자동차, 전자 등 다변화하고 있다. 또한 금융산업 진출은 현지 투자를 목적으로 활발히 진행되어 초기 한국계 투자기업에 대한 대출이 주된 업무였으나, 최근에는 현지법인 인수 및 현지법인 설립 등 현지 시장 진출을 확대하고 있다. 또한, 동남아 국가는 석유, 가스, 석탄 등 천연자원의 주요 공급처이자 한국의 주요 자원개발지역으로 향후 높은 차원에서 경제협력 및 투자환경이 될 것을 예상된다. 이러한 관점에서 동남아시아 투자환경에 대한 전반적인 분석을 학습한다.			
	서남아시아 투자환경분석	학점	2
서남아시아 지역은 5억명 이상의 빈곤층을 안고 세계에서 가장 가난한 지역 중 하나이다. 총인구의 크기에 비해 국내 총생산 총액은 세계 전체의 약 2.5%에 그치는 등 경제 활동·소득 수준이 낮고 빈곤과 다양성으로 인한 사회 문제, 정치 문제 등 불안 요인도 많이 내포하고 있다. 각국은 대체로 농업을 주요 산업으로하고 있으며, 경제 상황은 자연환경의 영향을 받기 쉽다. 무역은 각국의 공업화의 진전 정도에 따라 다르지만 대체로 농산물 등의 원자재 및 섬유 제품 등 경공업 제품을 수출하고 원유와 공업 제품을 수입하는 구조를 갖는 점에서 원자재 가격 등 국제경제 동향에 좌우되기 쉽다는 취약점을 가지고 있다. 인도, 파키스탄, 방글라데시, 네팔도 경제의 자유화 및 규제 완화 등 경제 개혁의 실시에 적극적으로 임하고 있고, IT 소프트웨어 산업의 급성장 등 그 경제성장은 현저하게 큰 시장을 가진 인도 시장에 주목하고 있다. 이러한 상황 하에서 역내 각국은 어려운 경제 사회 문제에 직면하면서 국내 개발에 임하고 있어 원조에 대한 수요가 높은 남아시아에 대한 민간 직접투자는 증가 경향에 있지만, 각국의 경제 사회 인프라 투자 환경의 준비는아직도 낮은 수준에 머물러 있다는 관점에서 남아시아 각국의 경제 및 산업구조, 인프라, 에너지 자원 등을 분석하고 투자관련 법과 제도 등 투자환경을 학습한다.			
	동북아시아 산업발전론	학점	2
동북아시아 3국의 산업별 특징을 보면 한국은 품목별로 중간재, 기술수준별로는 ICT(정보통신) 산업과 중·고위(中·高位)기술산업에서 비교우위를 갖고 있다. 일본은 중화학제품에서는 비교우위, 원자재는 비교열위에 있고, 한국과 비슷한 무역구조를 보이고 있어서 양국은 경합관계에 있다. 중국은 섬유, 신발 등 1차산업에서 강한 비교우위를 갖고 있고, 대부분 품목에서 비교우위가 상승하는 추세에 있다. 기술수준별로는 전기차, 배터리, ICT(정보통신)산업과 저위기술산업에서 비교우위를 나타내는 등 동북아시아 3국의 산업발전은 상호보완적으로 긴밀한 관계를 유지하며 발전하고 있다. 이처럼 아시아 국가들 중에서 비교적 발전 속도가 빠르고, 다른 지역에 비해 비교우위를 점하고 있는 동북아시아 역내 국가들의 산업발전 과정과 향후 전망을 학습한다.			

	동남아시아 산업발전론	학점	2
동남아 국가들은 1990년대 후반 동아시아 외환위기 이후 전통적인 ‘생산기반 경제’에서 부가가치를 높이는 ‘지식기반 경제’ 즉, 자동차, 금융, 신재생에너지, IT, 의료관광 전환을 모색해 왔으며, 비교우위와 차별화된 틈새시장(niche market)을 적극적으로 육성하려는 산업정책을 추구하였다. 이로 인해 전통적인 1차 산업 위주에서 점차 제조업과 서비스업이 성장하게 되었고, 산업 내에서 단순 노동력에 의존하는 단계에서 기술력을 필요로 하는 산업으로 지속적인 전환이 이루어져 동남아시아 역내 국가들의 산업 특징, 산업발전 과정과 향후 전망을 학습한다.			
	서남아시아 산업발전론	학점	2
서남아시아는 전세계 IT 아웃소싱의 과반수 이상을 차지하는 지역으로 각국 정부들은 자국의 경제성장 및 열악한 인프라 개선을 위해 사회 전반에 디지털 정책을 적극적으로 도입하고 있다. 정부 주도의 정책 뿐만 아니라 외국기업의 유치, 스타트업(start-up)의 육성 등을 통해 다방면에서 빠르게 새로운 기술이 유입되면서, 그동안 교육, 금융 등 여러 분야에서 소외되었던 계층들이 디지털화를 통해 많은 정보를 무료로 쉽게 접할 수 있게 되어, 정보 격차 등 기존의 불균형을 개선하고 있다. 한편 서남아시아는 국제금융기구(WB, ADB 등)와의 협력 확대를 추진 중이며, 특히 세계은행(IBRD)은 지속적, 포괄적 성장 및 인력투자 등을 중심으로 지원을 하고 있다. 이처럼 성장률 둔화에 대한 우려에도 불구하고 고성장이 지속이 전망되는 서남아시아 지역의 산업 발전 과정과 향후 전망을 학습한다.			

브랜드매니지먼트

[전공선택]

	디자인커뮤니케이션 Design Communication	학점	2
디자인 출신에겐 기술과 마케팅 영역의 이해를 돕고, 비디자인 출신에겐 디자인 영역의 이해를 도와 업무 역량의 강화를 돕고자 함 그리고 그래픽 디자인의 기본적 이해를 바탕으로 그래픽 커뮤니케이션의 응용 산업과 그에 관련한 이슈를 통해 디자인 매니지먼트를 이해하고 실무 소양을 높임			
	디자인혁신 Design Innovation	학점	2
제조업 중심 기술 시대가 저물고 서비스 개발의 시대가 도래하면서 산업계에서 필요한 인재상도 변화하고 있으며 사회문제를 해결할 창의적인 사고력의 필요성이 점점 더 커지고 있습니다. 이러한 변화에 맞춰 강의를 듣는 디자인 이노베이션 수업을 통해 디자인 학문 분야의 지식을 바탕으로 전공분야에 적용 가능한 다양한 창의적 방법론, 아이디어 발상법, 디자인 프로세스등을 차용한 창의적 문제 해결 능력을 습득한다			
	브랜드요소관리 Brand element management	학점	2
수많은 브랜드가 새롭게 나타나고 또 사라진다. 하지만 오랜기간 브랜드 순자본(Brand Equity)을 유지하며 살아남는 브랜드도 분명 존재한다. 소비자와 접점에 있는 브랜드 네임, 캐릭터, 로고 등 오랜기간 사랑받는 브랜드로 만들기 위해서는 브랜드 요소(Brand Elements)의 체계적 개발과 관리가 중요하다. 본수업에서는 브랜드 네임, 캐릭터 및 로고를 활용하여 브랜드 순자본을 창출하고 유지하는 방법에 대해 학습하고자 한다.			
	지적재산권관리 Intellectual property right	학점	2
삼성, LG, 다이슨, 다이소, 아말떡볶이... 상표의 중요성은 예전에 비해 중요해 졌으며, 앞으로도 더욱 중요해 질 것입니다. 이와 함께 디자인 경영이 강조되면서 상품의 외관인 디자인 역시 중요해 지고 있습니다. 동 강의는, 상품 및 서비스의 브랜드와 디자인 보호를 위해 기본적으로 요구되는 상표법과 디자인보호법에 대한 내용과 실제 지식재산권 출원, 분쟁 사례를 중심으로 실무적인 관점에서 브랜드와 디자인의 보호에 대해 살펴보고, 국내상표출원 역시 경험해 볼 수 있는 구성으로 강의를 진행하고자 합니다.			

세무관리학과

[전공선택]

	법인세법론	학점	2
현행 법인세법 의의와 구조 및 결산·세무조정, 신고 등에 대한 이론적 내용을 학습한다. 또한 법인세법 관련 국내 논문을 읽고 발표 및 토론하여 실무형 조세전문가로서의 기초적인 능력을 배양한다.			
	소득세법론 Income Tax	학점	2
현행 소득세법을 토대로 종합소득·퇴직소득·양도소득의 계산방법 및 신고와 납부절차를 이해할 수 있는 이론적 내용을 학습한다. 또한 각 조항의 취지를 이해하며 관련된 최근 이슈를 주제로 토론함으로써 기업 내 세무담당 실무자로서의 기초적인 능력을 함양한다.			
	부가가치세법론 Principles on VAT Law	학점	2
현행 부가가치세법을 토대로 부가가치세법의 개념과 세부조항의 취지를 이해하며 과세요건, 면세·영세율 등의 이론적 내용을 학습한다. 또한 부가가치세와 관련된 다양한 이슈를 주제로 발표하고 토론하며 피드백을 통해서 심도 있게 이해한다.			
	세법총론 general tax law	학점	2
현행 국세기본법을 기반으로 세법의 근간을 이루고 있는 조세법률주의, 권리의무 확정주의, 조세법상 엄격해석원칙 등에 대해 학습하고 국세와 관련된 취지, 처벌, 조정절차, 조세감면 등 국세 총칙에 대한 이론적 내용을 숙지한다. 또한 판례, 주요이슈 등에 대한 발표 및 토론을 통해 조세 전반에 대한 실무적 이해도를 증진한다.			
	국제조세연구	학점	2
국내 세법과 국제조약간의 행정협조, 해외자산 신고, 이중과세 조정, 조세회피 방지 등에 대한 국제조세 이론을 학습한다. 또한 BEPS, 디지털세, 데이터세 등 최근 국제적 논의가 활발하게 진행되고 있는 각종 이슈를 분석하고 주제발표 및 토론을 통해 국가별 대응 방안 및 조세대응과 관련된 실무 적용방안을 연구한다.			
	세무조사론	학점	2
조세회피, 세무위험, 세무조사 등 최근 세무회계 및 조세법 분야의 관련된 연구 동향을 검토하고 이와 관련된 연구배경, 이론에 대해 논의한다. 또한 실제 세무조사 사례를 구체적으로 분석하고 토의한다.			

	세무경영전략세미나 Seminar in taxes and business strategy	학점	2
전략적 관점의 경영자의 조세 의사결정에 의해 발생할 수 있는 내재적 조세, 암묵세, 시장마찰, 한계세율 등 조세전략의 장·단기적인 영향에 대해 심화된 이론으로 학습하며 이와 관련된 국내·외 논문을 학습하고 발표·토론한다.			
	법인세 사례연구	학점	2
법인세법의 기초적 이론을 기반으로 법인세와 관련된 최근 동향, 판례, 논문 등을 발표·토론하고, 세무공무원·회계사·세무사·기업회계담당자 등의 이해관계자별 실무 사례를 토론함으로써 복잡한 조세 환경에서 높은 이해도를 지닌 실무형 조세전문가로서의 능력을 제고한다.			
	부가가치세 사례연구	학점	2
부가가치세, 주세, 개별소비세 등 각종 소비세제의 기초적 이론을 기반으로 관련된 사례를 다룬 판례·논문을 중심으로 각 사례의 주요 쟁점 및 과세관청의 입장에 대한 대응방법 등에 대해 논의하고, 부가가치세법과 관련된 실무적 역량을 배양한다.			
	지방세 사례연구 local tax case study	학점	2
취득세·재산세 등 별도 세목의 입법 취지 및 지방재정에 미치는 영향, 지방세교부법에 따른 국세이전 등에 대해 학습하고 관련된 이슈, 실무사례, 판례, 논문 등을 발표하고 토론 및 피드백을 통해 지방세 관련 조세실무 역량을 함양한다.			
	상속증여세 사례연구 Case study on inheritance and gift tax	학점	2
상속 및 증여세법의 취지, 개정 등을 분석하고 최신이슈·판례·논문 등 다양한 실무적 자료를 발표하고 토론함으로써 재산권과 부의 재분배라는 상충관계를 고려하여 최적의 사회적 효과를 발휘할 수 있는 법률적 개선방안이 무엇인지, 그리고 현행 법률 하에서 최적의 절세방안에 대해 논의함으로써 실생활과 가장 밀접하게 연관되어있는 상속 및 증여세법에 대해 심도 있게 분석한다.			
	양도소득세법 사례연구	학점	2
부동산, 주식, 채권 등 다양한 양도세와 관련된 이슈, 실무사례, 판례, 논문 등을 발표함으로써 이해도를 제고시키고 토론 및 피드백을 통해 양도세법의 개선방안 제시 또는 양도 관련 세무업무의 실무 적용에 대한 심도 있는 이해와 개선방안에 대해 논의한다.			

	M&A 세무전략	학점	2
기업 인수 및 합병(M&A), 주식이전 등 상법에 따른 기업의 대규모 구조 변경시 고려해야 할 세무 이슈 및 조세특례제도에 대해 전반적으로 검토하고 조직개편 전후로 고려해야 할 장기적 조세전략에 대해 발표·토론을 통해 심도 있게 연구한다.			
	민법과 세법 Civil Law and Taxes	학점	2
세법의 법률적 근간이 되는 민법의 총칙, 계약, 매매에 대한 기초적 규정과 특히 세법과 연계된 약정채권·채무관계, 부당행위 등에 대해 심도 있는 이해와 더불어 과세절차, 조세쟁송 등 민법과 관련된 다양한 법률문제를 고찰하여 세법을 이해하는 법적 사고능력을 제고한다.			
	금융과 기업세무 Finance and tax accounting	학점	2
주식, 채권, 외환, 파생상품 등 각종 금융상품의 가치평가와 매매가 기업의 장기적 세무포지션에 미치는 영향과, 이를 활용한 기업의 조세전략 사례에 관해 검토하고 법률적 개선방안 및 실무에서 금융상품을 활용하여 적용할 수 있는 합리적인 조세 의사결정에 대해 연구한다.			
	비영리법인의 세무 Tax on non-profit corporation	학점	2
영리기업에 적용되는 법률과 병원, 종교단체, 재단법인, 협동조합 등 특수목적의 단체에 적용되는 법률의 차이를 중심으로, 비영리법인 관련 세법의 내용을 학습하고 비영리법인의 공익성은 증진시키면서 다른 조세 주체와의 과세형평을 도모할 수 있는 법률적 개선방안에 대해 연구한다.			
	중국세법연구	학점	2
개방적 사회주의 체제인 중국의 기업소득세, 개인소득세, 증치세 등 세법 전반적인 체계에 대하여 대해 학습하고 우리나라 세법과의 차이점에 대해 개괄함으로써 글로벌 세무역량을 증진하고 중국 관련 기업 경영 및 세무 업무에 도움이 될 수 있는 지식을 학습한다.			
	미국세법연구	학점	2
연방세와 주(州)세로 이원화 되어있는 미국 세법의 전반적인 체계 및 법률간 상호 관계에 대하여 우리나라의 국세와 지방세의 관계와 비교·분석하여 미국세법에 대한 이해도를 증진하고 미국 관련 기업 경영 및 세무 업무에 도움이 될 수 있는 지식을 연구한다.			

	조세정책연구	학점	2
국가 정책적 목적에서 신설 및 개정된 세법의 주요 사례에 대해 검토함으로써, 입법취지, 법률의 효과, 개선방안 등에 대해 토론하고 나아가 정책학적 관점에서 현행 조세제도의 문제점과 개선방안에 대해 토의한다.			
	부동산과 세법	학점	2
취·등록세, 양도세, 종합부동산세 등 부동산 관련 세법 전반의 이론적 내용과 토지, 주택, 상가, 오피스텔, 골프장 등 각종 부동산 물건에 따라 달리 적용되는 법률적 차이에 대해 심도 있게 학습하고 부동산 정책 변화에 따른 다양한 세무 이슈에 대한 실무적 대응 방안 등에 대해 논의한다.			
	조세판례연구	학점	2
최근 조세심판원이나 법원에서 조세관련 쟁송사건을 다룬 판례를 중심으로 쟁점사항, 법률사항, 판결요지 등을 분석하고 평석하며 빈번하게 발생하는 심판 및 소송 관련 동향을 파악함으로써 분쟁해결기관이 세법을 해석하고 적용하는 방향을 학습하여 실무에서 조세분쟁을 최소화하고 합리적으로 대응할 수 있는 능력을 배양한다.			
	조세불복 사례연구	학점	2
대법원판례를 통해 조세불복사건의 다양한 유형을 분석하고 그 쟁점에 대한 법리적 대응을 연구한다. 조세불복사건을 통해 조세상 주요 쟁점을 분석하고 이에 대한 대응을 납세자보호를 위한 세무대리인적 관점에서 방어하는 능력을 배양한다.			

e-커머스

[전공선택]

	e-커머스 유통경영론 e-Commerce of Distribution management	학점	2
본 강의는 e커머스의 기능과 역할, 효율적인 e커머스 유통경로의 설계 및 관리방안, 경로활동의 조정과 통제, 다양한 e커머스 유통채널별 유통전략 및 관리방안 등에 대한 개념을 학습하고 이를 기반으로 글로벌 선진 e커머스 유통환경 및 한국의 유통 환경에 대한 효과적인 이해, 국내외 유통산업을 대상으로 한 창의적인 실무적용능력의 배양, e커머스 유통경영 관점의 마케팅윤리의식 학습한다. 유통의 기능과 역할, 효율적인 유통경로의 설계 및 관리방안, 경로활동의 조정과 통제, 다양한 유통채널별 유통전략 및 관리방안 등에 대한 개념을 학습하고 이를 기반으로 글로벌 선진 유통 환경 및 우리 지역의 유통 환경에 대한 효과적인 이해, 국내외 및 지역 유통산업을 대상으로 한 창의적인 실무적용능력의 배양, 유통경영 관점의 마케팅윤리의식 함양 등을 추구한다.			
	e-커머스 ICT전략 Study on e-Commerce ICT strategy	학점	2
본 강의는 e커머스유통에 ICT 기술을 접목시켜 유통물류의 효율성을 증진시키고 네트워크 최적화를 위하여 컴퓨터로 생성된 3차원 가상 영상을 물리적 실세계와 혼합 가시화하는 기술연구. UX (User Experience)디자인과 UI (User Interface) 디자인, 사물인터넷, 증강현실, 빅데이터, 클라우드 서비스 등 e커머스 ICT전략을 유통 물류 시스템을 지원하기 위한 하드웨어 설계 기술에 대하여 ICT융합 시스템을 구성하고 있는 핵심 소자, 회로 및 시스템을 연구하고 최근 IT유통물류 분야에서 활발하게 응용 되고 있는 RFID 및 NFC의 동작 원리와 이를 구성하고 있는 핵심 디바이스의 역할을 이해하고, 이의 해석 및 설계 능력을 학습한다.			
	e-커머스혁신시스템 Study on e-commerce innovation system	학점	2
본 강의에서는 e커머스 클라우드시스템의 분산 컴퓨터 시스템 이해, 구조, 네트워크 이해, Client/Server 시스템 이해, 분산 OS, Name Services, 분산 파일 시스템, 분산 DB 등 분산시스템의 특징 이해, 고성능 컴퓨팅과 클라우드 서비스 및 빅데이터 처리 오픈소스 프로젝트에 대해 적용. 핀테크의 모바일 결제 및 송금, 개인자산관리, IT 빅데이터 분석 기술, e커머스혁신시스템 연구하며, 금융을 뜻하는 파이낸셜(financial)과 기술(technique)의 합성어로 모바일 결제 및 송금, 개인자산관리, 클라우드 펀딩 등 정보기술(IT)을 기반으로 한 새로운 형태의 금융 기술을 말한다. 핀테크의 등장으로 창의와 혁신에 바탕을 둔 새로운 비			

즈니스 모델들을 등장하고 있다. 본 교과목에서는 핀테크의 동향을 알아보고, 금융 및 결제와 관련된 빅데이터 분석 기술 등을 학습한다.

	옴니채널창업론 Omni channel foundation	학점	2
--	------------------------------------	----	---

본 강의에서는 옴니채널 서비스 산업 및 서비스와 연관된 다양한 비즈니스상황을 이해/분석하여, 기존 사업분야의 문제점을 파악하고, 혁신적인 아이디어를 바탕으로 새로운 사업기회를 탐색하여 옴니채널 창업 아이템 개발을 위해 필요한 지식을 습득. 소비트렌드의 이해와 아이디어 개발 및 상품화, 시장조사, 브랜드관리 및 디자인 학습한다. 창업 동기부여로신규사업 개발과 창업창조성 및 차별화전략 학습한다. 창업시키려는 독립욕망과 시장기회에서 가치를 창출하려는 정신을 중점으로 공부한다. 특히 창조적인 신규사업개발과 경쟁력개발이란 학습조직관점에서 사내벤처를 공부한다. 창업 관련 사례에 따른 초빙교수의 값진 경험담을 들으면서 창업에 따른 창조성과 사업 마인드를 개발함에 초점을 둔다.

	스마트물류관리론 SMART logistics managemanet	학점	2
--	--	----	---

본 강의에서는 생산자로부터 소비자에게로 재화와 서비스를 이전시킴으로써 장소 및 시간의 효율성을 창출하는 활동과 관련되는 산업이고, 물류는 물(物)과 서비스의 효과적 흐름(流)을 의미한다. 유통과 물류가 융합되어 생산자로부터 최종소비자에게 이르는 유통과 물류의 전과정을 융합하여 새로운 가치를 창출할 수 있는 방법을 연구하며, 스마트폰과 태블릿의 등장으로 모바일 마케팅·모바일 전자화폐·모바일 전자정부 등 새로운 시장이 생성되고 있다. 유통물류산업에서 모바일이 어떻게 활용되고 새로운 비즈니스를 창출할 수 있는지를 연구하며, 생산자로부터 소비자에게로 재화와 서비스를 이전시킴으로써 장소 및 시간의 효율성을 창출하는 활동과 관련되는 산업이고, 물류는 물(物)과 서비스의 효과적 흐름(流)을 의미한다. 유통과 물류가 융합되어 생산자로부터 최종소비자에게 이르는 유통과 물류의 전과정을 융합하여 새로운 가치를 창출할 수 있는 방법을 학습한다.

	e커머스 INFRA관리 e-Commerce INFRA Management	학점	2
--	--	----	---

본 강의는 각종 IT 인프라를 활용한 표적물 측위 기술에 대한 기본적인 원리 및 처리 방법에 대해서 학습하며, 측위 정보를 기반한 응용 시스템과 위치 기반 서비스 프레임워크 구조에 대해서 논한다. 유통물류에 IT 기술을 접목시켜 유통물류의 효율성을 증진시키기 위하여 컴퓨터로 생성된 3차원 가상 영상을 물리적 실세계와 혼합 가시화하는 기술에 대하여 연구한다. 특히 2D/3D와 3D/3D 영상 정합, 영상 분할, 시각화 분야에 대한 기초 기술과 최근 응용 사례 등을 중심으로 다루게 되며, 컴퓨터 네트워크의 이론과 실재를 연구한다. 시그널링, 프레이밍, 에러 제어, medium access, routing, congestion control, end-to-end transport 및 network API 등을 취급한다.

	온라인 마케팅전략 study on on-line marketing strategy	학점	2
본 강의는 유통의 기능과 역할, 효율적인 유통경로의 설계 및 관리방안, 경로활동의 조정과 통제, 다양한 유통채널별 유통전략 및 관리방안 등에 대한 개념을 학습하고 이를 기반으로 글로벌 선진 유통 환경 및 우리 지역의 유통 환경에 대한 효과적인 이해, 국내외 및 지역 유통산업을 대상으로 한 창의적인 실무적용능력의 배양, 유통경영 관점의 마케팅윤리, 기업가정신과 혁신은 기업, 특히 온라인 유통산업의성장 원동력으로서 핵심마케팅 과정의 이해와 마케팅관리에 초점을 맞추어 실제 사례연구를 통한 연구 및 실습을 한다. 창의적 혁신마케팅의 이해와 이를 통한 기업의 성과와의 관계 연구를 주요 학습 목표로 한다.			
	e-커머스 빅데이터전략 e-commerce big data strategy	학점	2
본 강의는 기존 데이터에 비해 너무 방대해 일반적으로 사용하는 방법이나 도구로 수집, 저장, 처리, 분석, 시각화 등을 하기 어려운 정형 또는 비정형 데이터의 집합이다. 본 과목에서는 빅데이터의 수집, 처리, 저장 등 관련 기술에 대해 학습하며, 이에 대한 기본지식을 바탕으로 프로세스 혁신 및 마케팅 전략 결정 등의 과학적 의사 결정을 지원하는 방법도 연구하며, 사회의 각 분야에서 수집되고 있는 방대한 양의 다양한 데이터들은 그 속에 많은 유용한 정보를 담고 있다. 따라서 데이터를 처리하여 그 유용한 정보를 추출하는 것이 매우 중요하다. 데이터마이닝이란 방대한 데이터로부터 그 속에 들어 있는 지식, 규칙이나 패턴을 추출하는 기술이다. 본 과목에서는 데이터마이닝의 요소기술 및 데이터마이닝 도구의 사용법을 학습함으로써 기업의 경영 데이터, 인터넷이나 SNS 등에서 수집되는 데이터를 체계적으로 분석하여 지식을 추출함으로써 신속, 정확한 의사 결정에 활용할 수 있는 능력을 배양한다.			

기술경영

[전공선택]

	기술경영개론 Introduction to technology management	학점	2
본 강의는 기술경영을 통해 산업과 기술 기획, 개발, 경영하는 방법론과 사례를 익히고, 융복합 사고에 근거한 전략과 경영능력에 필요한 내용을 R&D와 기술개발 관리에서 제품화하는 과정을 이해한다.			
	산업구조분석론 Industrial Structural Analysis	학점	2
본 강의에서는 산업의 이해와, 여러 가지 산업구조 분석방법론을 통해 산업의 기회를 예측하고 경쟁 제약을 통제하기 위한 방법론을 연구한다, 또한 실무 사례를 통해 기술로드맵과 마인드 셰어(mind share)분석 방법론을 배운다.			
	기술재무 회계론 Technical Financial Accounting	학점	2
본 강의에서는 회계기초 지식을 바탕으로 이공계학생들도 쉽게 접근할 수 있도록 기초 실무과정에 초점을 맞추어 설계되었으며, 특히, 기술경영에 필요한 가치분석, 사업경제성 분석, 투자분석 등에 대해 다루고 있다.			
	기술가치평가론 Technology valuation theory	학점	2
본 강의는 기술의 경제적 가치(economic value)를 정량적으로 평가하는 방법을 익힌다. 기술가치평가 방법을 통해 기술개발 의사결정, 기술거래, 기술투자 및 융자, 기업 인수합병(M&A), 연구개발에 대한 정책적 지원 등 다양한 목적으로 수행되어 지는 과정을 이해한다.			
	정보기획 실무론 Information Planning Practical Theory	학점	2
본 강의는 최신 산업시장정보를 이해하고, 정보를 수집, 분석, 예측방법을 배우며, 비즈니스 지식과 사고력을 바탕으로, 전략적 의사결정사항을 전문가 수준으로 정보를 기획하고, 문서화 할 수 있는 방법을 배운다.			
	R&D 프로젝트관리론 R&D project management theory	학점	2
본 강의는 프로젝트 관리는 매우 방대하며, 여러 산업 전반에 걸쳐 다양한 기술을 필요로 한다. 그러나 이러한 측면은 PM의 관리 기법에 따라 해결될 수 있다. 사업관리 측면에서 프로젝트를 성공적으로 수행하려면 올바른 프로젝트 관리 방식을 선택하는 것이 필수적이다. 프로젝트를 관리하는 방법은 사용하는 기법에 따라 정의되며, 산업 또는 분야와 관계없이 거의 모든 프로젝트에서 구현될 수 있다. 결과적으로 본 과정에서는 사업관리를 위한 보편적 프로젝트 관리기법을 익힌다.			

	기술사업화전략론 Technology commercialization strategy	학점	2
본 강의는 기술사업화를 추진하는데 필요한 사항을 프로세스별로 이론과 실제를 배운다. 기술사업화의 정의와 절차를 정확히 이해하고, 기술사업을 성공적으로 달성하는데 필요한 주요 기법을 배움으로써 기술사업화 능력 고도화에 초점을 두고 있다. 또한 사업화 유망 아이템을 찾아 비즈니스 전략을 수립하고, 사업적 타당성을 검증하는 방법에 대해 배운다.			
	하이테크 마케팅 high-tech marketing	학점	2
본 강의는 기술의 급격한 변화와 혁신에 기인한 불확실성 하에서 하이테크 기업들이 어떠한 마케팅을 해나가야 하는지에 대한 마케팅 이슈를 다룬다. 하이테크 기업들의 사업기획 파악, 시장조사와 수요예측 방법, 신상품의 개발과 마케팅, 마케팅 믹스 전략, 그리고 시장 진화에 대한 대응 전략을 포함한다.			
	미래산업연구 Future Industry Research	학점	2
본 강의는 4차산업과 미래산업 전망을 알기위한 시나리오 분석기법을 배우고, 이를 통해 각 전문 분야 별 미래, 산업, 경제, 정책, 기술 동향 등을 파악할 수 있는 실무 및 연구를 수행한다.			
	벤처기술창업론 Venture Technology Startup Theory	학점	2
본 강의는 경영패러다임의 변화에 따른 벤처기술 또는 벤처아이디 사업의 창업에 필요한 자질과 창업 준비과정, 창업 업종선택과 타당성 평가, 창업전략 수립, 사업계획서 작성, 자금조달, 조직구성, 인사관리 등 창업에 필요한 각종 실무지식을 소개한다.			
	산업기술 시장분석론 Industrial Technology Market Analysis	학점	2
본 강의는 시장분석방법론을 적용하여 산업구조 및 산업정책을 이해하고, 산업현황분석 및 시장경쟁분석, 기술예측, 기술마케팅까지 아우르는 산업기술시장 생애주기를 분석하는 방법을 익힌다.			

6차산업융합경영

[전공선택]

	6차산업혁신론 6th Industrial innovation theory	학점	2
본 강의에서는 농업의 6차산업화가 성공하고 지속성을 가지기 위해서는 농촌의 지역자원을 발굴하여 비즈니스 소재로 활용하기 위하여 지역 고유의 자원별 가치평가로 사회가 요구하는 융복합상품 및 서비스모델을 개발하여 농촌의 공동자산, 전통적인 문화, 기술, 사회적 경제를 확보하는데 교육목적을 둔다			
	기후변화대응농업전략 Agricultural strategy to respond to climate change	학점	2
본 강의에서는 기후변화협약, 교토의정서, 파리협정 등 기후변화 국제협정과 EU의 그린딜, 기후법, RE 100, ESG 등 국제사회의 기후변화 동향과 함께 Farm to Fork 등 온실가스 농업 부문 대응전략을 비롯하여, 2050 탄소중립 시나리오와 2030 국가온실가스 감축목표(NDC) 상향안 등 국내 탄소중립 정책을 분석한다.			
GMMBA7412-00	6차산업과치유농업 6th Industry and Healing Agriculture	학점	2
치유농업은 치유농업법을 근간으로 이루어지는 과목으로 농업의 다원적 기능 중에서 인간의 심리적 정신적 치유부분에 대해 농업이 기여하는 영역을 공부하는 과정입니다. 치료와 치유의 구분은 더욱 명확해져야 하는 것으로, 치료가 필요할 만큼 신체가 손상되지는 않았으나 일상에서 필요로 하는 정상적인 기능이 불가능하다면 치유의 영역안에서 접근해 보아야 하는 것으로 식물과 함께하는 시간과 동물, 곤충을 이용하기도 하고 어메니티를 활용한 다양한 접근법을 통해 치유농업을 이해할 수 있습니다. 본 과목은 인간에게 제공할 수 있는 치유농업의 유익한 기능을 이해하고 치유농업법의 근간을 이해하여야 하며, 현대인들의 번아웃에 대한 고통을 이해하고, 식물과 동물, 어메니티, 예술을 통해 치유농업이 인간에게 더욱 필요하다는 것을 알수 있습니다. 아울러 현장에서 치유농업을 실행하는데 기초 지식을 함양하여 활용할 수 있습니다.			
	산림자원과6차산업 forest resources and 6th industry	학점	2
본과목은국내외산림정책의변화와패러다임,산림자원의가치평가등지속가능한산림자원활용사례연구,산촌과산촌관광의흐름을중심으로살펴보는과정입니다.산림자원의가공에서부터산촌과문화,관광,축제의연계를통해융복합경영이이루어지는사례를살펴보고관련연구의동향을깊이있게탐구하는과정이제공됩니다.			

	ICT융합6차산업 senary of the economy on ICT	학점	2
ICT활용6차산업 학문은 융복합6차산업인증, 예비기업이 활용할 수 있는 선진화 ICT융복합 통합정보 모니터링시스템 적용 사례 등 교육함으로써 ICT기반 농산업 기업에 대하여 고품질 효율적생산을 위한 과학적인 컨설팅을 할 수 있는 기본 지식을 습득하게 함을 교육 목적에 둔다.			
	융복합6차산업사례연구 Case studies of senary sector of the econom	학점	2
융복합6차산업 성공기업 대상으로 사업형태, 식품종류별 등 국내및 해외 성공사례를 분석 연구하여 현업에 적용 , 판매 등의 영역을 통합하고 관광이나 교류. 치유 등도 비즈니스화 하여 부가가치를 창출하는 다양한 모델을 개발하는 교육에 목적을 둔다.			
GMMBA7380-00	6차산업관련법규 6th Industrial Regulations	학점	2
본 강의는 6차산업의 현장에서 적용되는 다양한 법규를 확인함으로써 실무에서 당연하다고 생각했던 부분의 오류를 바로잡고, 법규 내에서 명시하고 규정하고 있는 내용에 접목하여 새로운 관점에서 실무에 적용이 가능한 범위와 실현 가능성을 고민해 본다. 법규 수업 진행시 당면한 작은 목표들은 다음과 같다. 1. 농업 현장에서 사용되던 일반적 사실들이 법규에서 어떻게 기술되는지 확인한다. 2. 6차산업 현장에 적용되는 법규를 통해 6차산업 전체를 이해한다. 3. 나에게 적용되는 6차산업 법규를 확인함으로써 실무적 오류를 예방한다. 4. 6차산업 법규를 현장에 적용하여 사용하는 실무적 전문가를 양성한다.			
	해외6차산업법규 및 정책 Overseas 6th Industry Law and policy	학점	2
본 강의는 선진해외 6차산업화 관련 법규 및 추진정책을 습득하고, 또한 성공기업 대상으로 사업형태, 식품종류별 등 국내및 해외 성공사례를 분석 연구하여 현업에 적용 , 판매 등의 영역을 통합하고 관광이나 교류. 치유 등도 비즈니스화하여 부가가치를 창출하는 다양한 모델을 개발하는 교육에 목적을 둔다.			
	6차산업창업무역 Start-up of trade industry on sector of the economy	학점	2
6차산업화 창업 및 무역 학문은 6차산업화의 성공을위하여 지역사정을 반영한 적절한 비즈니스 유형, 지역주민의 적극적인 참여, 지역자원의 발국과 활용, 시대적 트렌드를 반영한 상품이나 서비스 개발 등 을 교육할 것이며, 무역교육은 6차산업화 재품대상으로 해외 수출 등 법적환경 상태 등에 대하여 전반적인 실무교육을 습득하게 함을 목적으로 한다.			

	6차산업프로젝트개발 6th industrial Project Development	학점	2
선진해외 6차산업화 관련 법규 및 추진정책을 습득하고, 또한 성공기업 대상으로 사업형태, 식품종류별 등 국내및 해외 성공사례를 분석 연구하여 현업에 프로젝트를 현업에 영역을 통합 적용하고 관광이나 교류, 치유 등도 비즈니스화하여 부가 가치를 창출하는 다양한 모델을 개발하는 교육에 목적을 둔다.			
	도시재생6차산업 Urban regeneration 6th industry	학점	2
본 강의의 도심지의 공동화현상 등 낙후 된 지역 및 단지 지역를 재 조성 특화하고 6차 산업과 연계하여 음성성권역 역사 문화 도시로 단장, 질적 삶을 유지하도록 연구하는 학문으로 사회적 기여에 목적을 둔다.			
	6차산업화세미나 Sixth round of Industry Seminar	학점	2
.6차산업화 기업대상으로 주력산업에의한 상품을 판매하는 성공모델 케이스를 분석하고 업무에 활용하는 교육에 목적을 둔다			
	융복합산업가치론 Theory of convergence industry value	학점	2
본 과목은 농수산업의 6차산업화가 성공하고 지속성을 유지하기 위해서는 농촌의 지역 자원을 발굴하고 비즈니스 소재로 활용하기 위하여 지역 고유의 자원별 가치평가로 사회가 요구하는 융복합상품 및 사업적시스템을 개발하여 농촌의 공동자산, 전통적인 문화, 기술, 사회적 경제를 확보하는데 교육목적을 둔다.			
	빅데이터응용6차산업 Applied big data and senary sector of the economy	학점	2
지식기반사회로의 전환이 가속화 되어가고 있는 시대적 변환기에 가장 괄목할만한 현상은 인간중심의 조직관리, 인적자원의 전략적 관리를 통한 변화적응력의 제고와 혁신과 창조를 통한 지속가능성장에 대한 강조이다. 최근 모든 분야에서 인적자원의 중요성이 강조되고 있는 바, 인적자원관리의 여러 기능에 대한 기초이론을 터득하고 인적자원을 어떻게 모집하고 평가하며 전환배치하고 육성하는지에 대하여 체계적으로 학습한다.			
	6차산업화컨설팅 Consulting of Industry Seminar	학점	2
본 강의는 농어촌지역의 해당 조직이나 마을(권역)의 문제점을 진단하고 개선하기 위한 일터, 쉼터인 공간을 변화 등 매우 중요한 학문이기에 그와 관련 본 학문은 국내외 시장 환경 및 정책의 변화가 두드러지는 상황에서 이러한 변화에 대처 하고 농어촌지역의 발전을 선도할 수 있는 바람직한 비전과 방향성을 제시 하고 책임성 있게 문제해결을 수행 컨설팅 기법 및 기준 등 교육을 목적에 둔다.			