

MA MBA 교과목일람표

순번	학수번호	교과목명(국문)	교과목명(영문)	대상과정	이수구분	학점/이론/실습
1	400079	회계원리	Accounting Principle	석사	공동	3.0 / 3 / 0
2	001262	마케팅관리	Marketing Management	석사	공동	3.0 / 3 / 0
3	001200	재무관리	Financial Management	석사	공동	3.0 / 3 / 0
4	031122	조직행동론	Organizational Behavior	석사	공동	3.0 / 3 / 0
5		중급 비즈니스한국어	Advanced Business Korean	석사	공동	3.0 / 3 / 0
6		미디어경영론	Media Management	석사	핵심	3.0 / 3 / 0
7		한국경제와한국기업의 이해	Korean economy and Korean enterprises	석사	핵심	3.0 / 3 / 0
8		문화예술마케팅	Culture and Arts Marketing	석사	핵심	3.0 / 3 / 0
9		소셜미디어전략	Social Media Strategy	석사	핵심	3.0 / 3 / 0
10		문화콘텐츠개발	Cultural content development	석사	핵심	3.0 / 3 / 0
11		엔터테인먼트산업의 이해	Understanding the Entertainment Industry	석사	핵심	3.0 / 3 / 0
12		대중문화예술경영	Popular culture and arts management	석사	핵심	3.0 / 3 / 0
13		마케팅커뮤니케이션	Marketing Communication	석사	심화	3.0 / 3 / 0
14		소비자행동론	The theory of Consumer Behavior	석사	심화	3.0 / 3 / 0
15		브랜드관리	Brand Management	석사	심화	3.0 / 3 / 0
16		유통경로관리	Distribution channel management	석사	심화	3.0 / 3 / 0
17		전략경영	Strategic Management	석사	심화	3.0 / 3 / 0
18		마케팅리서치	Marketing Research	석사	심화	3.0 / 3 / 0

※ 과목의 경우 수업운영에 따라 변경될 수 있습니다.

KC MBA 교과목 설명

순번	교과목명	교과목 설명
1	회계원리 (Accounting Principle)	기업회계의 기본 개념과 원리를 이해하고 회계지식을 함양함으로써 효율적인 기업경영을 위한 지식을 습득한다.
2	마케팅관리 (Marketing Management)	마케팅의 기본 개념과 원리를 이해하고 비즈니스 현장에서 어떻게 적용되지는 학습함으로써 실무적인 역량을 향상한다.
3	재무관리 (Financial Management)	기업의 재무활동에 대한 기초적인 지식과 자본예산 기법 및 관련 이론에 대한 기초 개념 습득한다.
4	조직행동론 (Organizational Behavior)	조직에서의 개인과 집단행동의 원인과 결과에 초점을 두어, 개인, 팀, 조직 차원에서 동기부여, 의사결정, 의사소통, 지도력, 조직문화 등의 주제를 다룬다. 또한 조직행동론의 이론을 통한 실무 능력을 향상한다.
5	중급 비즈니스한국어 (Advanced Business Korean)	TOPIK 3급 이상의 한국어 구사 능력이 있는 외국인 학생들을 대상으로 한국 관련 다양한 비즈니스 환경에서 실제 자주 접하는 다양한 실무 이슈들을 다루어 학생들이 효과적으로 한국어 능력을 숙달함과 동시에 비즈니스 실무역량을 향상할 수 있도록 도움을 준다. 이를 위해 비즈니스 환경을 사례 중심으로 분류하여 이에 적합한 어휘와 문법, 듣기와 읽기 등을 심화학습하고, 과제와 역할 활동 등의 참여 수업을 하여 학습효과를 강화하는 것을 교과목의 주요 내용으로 한다.
6	한류경영론 (Korean Wave Management)	한류 현상에 대하여 경영학적 의미를 파악하고 한류경영의 트렌드와 미래를 조망함으로써 한류경영과 한류 문화에 대한 이해를 높인다.
7	브랜드관리 (Brand Management)	브랜드관리를 위한 기본 이론의 습득과 다양한 실무사례를 활용한 학습을 통해 브랜드경영을 깊이 있게 학습함으로써 실제 실무적인 기업경영에 적용함으로 목표로 한다.
8	마케팅조사 (Marketing Research)	마케팅 의사결정을 지원하기 위한 정보를 창출하기 위하여 과학적 조사방법의 습득을 목표로 한다. 마케팅 조사의 개관, 측정, 표본이론, 분석방법 등을 학습함으로써 실무적 시사점을 제공한다.
9	소비문화와 소비자행동 (Consumer Culture & Behavior)	현대적 마케팅 활동의 초점인 소비자의 행동적 근거와 영향요인을 이해함으로써 효율적인 마케팅관리 능력을 배양시킨다. 사회 문화적 요인과 개인 심리적 요인들을 의사결정 틀 속에서 이해하는 것을 목표로 한다.
10	유통경로관리 (Channel Management)	유통의 원리와 유통산업의 발전과정을 이해한다. 유통경로의 특성과 유통경로 구성원간의 관계를 알아보고 유통산업의 혁신적인 변화와 기술발전이 가져올 미래 유통채널을 전망해 본다.
11	한국기업문화와 경영의 이해 (Korean Business Culture & Management)	한국 기업의 발전과정과 현황을 학습하고 한국 기업의 독특한 문화적인 특성, 경영방식 및 경영인에 대하여 학습함으로써 한국기업과 산업에 대한 심층적인 이해를 증진한다.
12	마케팅커뮤니케이션 (Marketing Communication)	마케팅커뮤니케이션은 고객과의 관계를 창출하는 것을 말한다. 다양한 촉진도구를 활용하여 높은 브랜드인지도와 차별화된 브랜드이미지를 구축하고 반복구매행동 및 브랜드와 고객 간의 관계를 형성하는 일련의 과정을 학습함으로써 마케터가 갖추어야 할 전문적인 지식을 습득하는 것을 목표로 한다.

순번	교과목명	교과목 설명
13	한국 대중문화의 이해 (Understanding Korean Popular Culture)	한국 대중문화의 주요 관심사 및 핵심 쟁점을 살핌으로써 한국 대중문화를 개괄한다. 한국 대중문화는 '보편'과 '특수'가 교차하는 영역에서 생겨난 독특한 문화현상으로 중층적·역동적·복합적으로 구성되는 하나의 접경지대이다. 이와 같은 입체적인 이해는 한국 대중문화와 더불어 문화예술 경영 전반에 대한 고민과 성찰의 계기를 마련해 줄 것이다.
14	문화콘텐츠경영 (Cultural Content & Business)	좋은 문화콘텐츠는 무엇인가? 본 교과는 동시대 한국의 문화콘텐츠 경향을 살피고 주요 쟁점을 파악함으로써 문화콘텐츠에 대한 다층적·심층적 이해를 목표로 한다. 이를 위해 다양한 유형의 문화콘텐츠를 테마별로 나누어 접근하는 동시에, 이로부터 파생되는 논쟁들을 짚어볼 것이다. 이러한 과정을 통해 '개별 문화콘텐츠에 대한 앎'이 '세계에 대한 앎'으로 전환되기를 기대한다.
15	미디어 문화와 산업 (Media Culture & Industry)	문화 산업의 핵심 질문들을 중심으로 미디어 문화의 지형도를 (다시) 그려본다. 오늘날 미디어 문화는 기술과 자본, 노동, 계급, 정책, 문화 등 논쟁적인 이슈를 모두 함축하는 동시에 새로운 의제를 부상시키는 하나의 격전지이다. 이에 대한 심도 있는 논의는 미디어 문화 산업의 현재뿐만 아니라 '지속가능한 미래'를 타진해 보는 데에도 도움이 될 것이다.