

교과목명	경영과관리	이수구분	
교과코드		분반	
학과		학년	
교수	김용정	학점/강의	3/3
강의시간		E-mail	
제한인원		면담가능시간	
수업방법			
교과목개요 및 학습목표			
교재 및 참고문헌			
학습 평가방법			
기타안내 및 유의사항			

주차	강의범위 및 내용
제 1주	* 오리엔테이션 - 강의운영계획 소개(강의, 과제, 토의, 평가) * 경영의 개념 및 경영학의 체계 - 현대기업의 탄생과 관리의 전문화 - 전문화된 기능별 관리론 체계
제 2주	* 팀 편성 / 발표주제 및 일자 편성 * TBL(Team-based Learning: 팀베이스러닝) 소개
제 3주	* 글로벌 경영환경1 - 글로벌화와 국제화의 개념(자본집약산업/노동집약적 산업) - 글로벌화의 촉발요인(수요동질화, 교통/통신의 발달, 무역장벽 축소) * 글로벌 경영환경2 - GATT의 탄생, Round의 진행, WTO의 탄생 - FTA의 확대와 지역경제통합(Economic Block)
제 4주	* 기업의 전략유형 - 기업 수준의 전략, 사업부 수준의 전략(마케팅전략), 기능별 전략 - 전략의 목적, 의사결정권자 /제나라 전기와 손빈의 사례 * 기업의 환경분석(SWOT 분석) - 외부환경분석: 일반환경(경제, 정치, 사회문화)/산업구조환경(5요인 모델) - 내부환경분석: 경영자원(유형,무형,인적자원)/핵심역량과 경쟁우위
제 5주	* 경제적 환경 - 경제제도(시장경제, 계획경제)/외교정책변화(정치이념→경제적 실리) - FTA의 진전, 지역경제통합의 유형, 지역경제통합효과(무역창출/전환) * 정치적 환경 - 냉전시대 종식/수용, 물수, 경제적 간섭, 민족주의, 뇌물과 부패 - 정치적 위험 대응방법/법체계(성문법,관습법)/분쟁해결(조정,중재,소송) - 법적환경과 마케팅믹스(제품, 가격, 촉진, 유통)

제 6주	* 사회문화적 환경 - 문화의 개념/언어, 미학, 가치관, 가족관계, 사회계급, 종교 - Hofstede 4차원 모델 / Hall의 고배경, 저배경 문화 - 변화의 매개자(change agent) vs 변화된 매개자(changed agent)
제 7주	* 기업의 국제화 과정 - 내수지향단계, 수출지향단계, 현지시장마케팅단계 - 현지시장지향단계, 세계시장지향단계
제 8주	* 국제화시대의 기업경영 - 전세계적 관점에서의 최적화/지속가능한 경쟁우위(SCA) - 부가가치 활동단계 입지결정(Value Chain 개념이해)/원산지 효과 - 부가가치 활동 단계별 수행주체 결정
제 9주	* 비용(원가) 우위 전략 - 원가우위의 개념/제품수명주기(PLC)/경험효과(Experience Effect) - 비용우위의 전략적 활용/Ford의 Model T 사례, Wal-mart
제 10주	* 차별화 우위 전략 - 가격 이외 독특한 가치/고객(브랜드) 충성도/수요 가격탄력성 약화 - Chevrolet 성공 or 실패?/Maytag, CATERPILLAR, Apple의 사례
제 11주	* 사업다각화 전략 - 다각화의 개념과 목적/관련다각화, 비관련다각화 - 산업구조분석(Five Force's Model)/BCG 포트폴리오 Matrix
제 12주	* 수직적 통합과 아웃소싱 전략 - 수직적 통합의 개념 / 거래비용이론과 시장거래비용 원천 - 수직적 통합 수준의 결정(통제력과 유연성) / 전략적 아웃소싱의 개념
제 13주	* 해외시장진출전략1(수출) - 노동집약적 산업의 성장(생산성 증대) - 간접수출, 직접수출, 종합무역상사 탄생
제 14주	* 해외시장진출전략2(계약방식) - 계약 방식에 의한 해외시장진출의 장단점 - 라이선싱, 프랜차이징, 경영관리계약, 생산계약(OEM), 턴키방식
제 15주	* 해외시장진출전략3(직접투자: 단독투자 vs 합작투자) - 단독투자와 합작투자의 개념/합작투자의 이유 - 합작투자의 방법/합작투자 성공요건/홈플러스 합작투자 사례
제 16주	* 해외시장진출전략4(직접투자: 신설투자 vs M&A) - 신설투자와 인수합병(M&A)의 개념/인수합병의 이유 - 인수합병의 절차와 성공요건/Electrolux 인수합병 성공사례
제 17주	* 해외시장 세분화 - (해외)시장세분화의 개념(국가별, 국가내, 초국가적 세분화) - 세분화의 기본요건, 필요성, 유의점 - 국가단위 세분화 방법(경제,문화,지리,정치,복합변수,포트폴리오 접근)
제 18주	* 목표시장의 선택과 포지셔닝 - 해외시장 선택의 일반적 절차(1차 선별, 시장잠재력 평가, 수요예측) - 수요예측의 방법(시계열분석, 인과관계분석) / 포지셔닝의 개념
제 19주	* 물류의 전략적 중요성(제3의 이윤원) - 판매기능의 촉진, 제3의 이윤원(매출증대 vs 물류비용절감) - 시장의 경쟁심화 및 PLC 성숙기 과점시장 / 가격경쟁 심화
제 20주	* SCM과 유통전략 - 공급사슬의 주체(공급, 제조, 유통, 물류) - 유통의 개념 / 물류의 개념과 종류(조달, 생산, 판매, 역물류)
제 21주	* 국제 간의 정형화된 거래조건

- 매매계약의 체결(품목, 수량, 가격, 납기일, 대금지급조건 + 물류비용)
- INCOTERMS(인코텀즈): EXW, FOB, CFR, CIF, DDP

제 15주 - 기말고사 -

제 16주