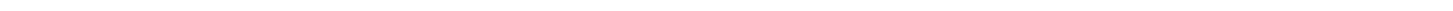


1. 경영학과-마케팅직 CDR의 목표

<p>CDR 목표</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 학생들이 마케팅, 영업 직군으로의 취업에 필요한 기초적, 전문적 능력과 자질을 배양하여, 취업경쟁력을 높이고, 취업 후 궁극적으로 중간 및 고급관리자로 성장하기위한 역량을 갖추는데 목표를 둔다. - 이를 위하여 기업에서 요구하는 마케터의 역할에 대한 니즈를 분석하고 이를 토대로 마케팅에 대한 전문지식을 배양함과 동시에 실제 기업을 사례연구, 인턴십 등의 다양한 산학연계 프로그램을 운영한다. - 특히 마케팅 관련지식 뿐 아니라 비즈니스커뮤니케이션 스킬, 리더십, 인성교육을 병행한다.
<p>CDR 대상직업군</p>	<p>국내기업 마케팅 부서 (대기업 및 중소기업) 국내기업 영업 부서 (대기업 및 중소기업) 국내소재 해외 기업 영업 부서 및 마케팅 부서 해외 소재 기업 마케팅 및 영업 부서 광고/홍보 회사 마케팅 리서치 회사 마케팅 컨설팅 회사 등</p>



2. 경영학과-마케팅직 CDR 직업수요분석

현황	
수요예측	<ul style="list-style-type: none">- 현재 경영학과를 졸업하고 취업한 학생들 중 가장 많은 비율을 차지한다.- 일반 기업에서도 제조 관련 부서에 근무하는 자를 제외하고는 가장 많은 비율을 차지하여, 경영학과 학생들이 가장 취업을 선호하는 직군이다.



3. 경영학과-마케팅직 CDR 교육과정

학 년	학 기	경영학과 학과(전공) 교육과정	중점 과목	연계선택과목
1 학 년	1	회계정보의이해(3/3) 경영학원론(3/3)		
	2	회계원리(3/3) 경영통계(3/3)		
2 학 년	1	생산관리(3/3) 마케팅(3/3) 원가회계(3/3) 재무관리(3/3) 경영소프트웨어활용(3/3) 중급회계1(3/3) 한일문화콘텐츠마케팅(3/3)		
	2	인적자원관리(3/3) 관리회계(3/3) 소비자행동론(3/3) 투자론(3/3) 조직행동론(3/3) 계량경영학(3/3) 경영정보시스템(3/3) 중급회계2(3/3) 전공과창업(경영)(1/1)		

학 년	학 기	경영학과 학과(전공) 교육과정	중점 과목	연계선택과목
3 학 년	1	마케팅리서치(3/3) 세무회계(3/3) 경영조직론(3/3) 국제재무론(3/3) IT경영과학신(3/3) 상업정보교과교육론(3/3)		
	2	서비스운영론(3/3) 품질경영론(3/3) 경영전략(3/3) 서비스마케팅(캡스톤디자인)(3/3) 경영빅데이터분석(캡스톤디자인)(고급회계(3/3) 회계감사(3/3) 파생상품론(3/3) 상업정보교과교재및연구법(3/3)		
4 학 년	1	비즈니스커뮤니케이션(3/3) ICT융합경영(3/3) 금융기관경영론(3/3) 브랜드관리(캡스톤디자인)(3/3) 서비스비즈니스모델개발(캡스톤디 경영혁신론(3/3) 전공과취업(경영)(1/1)		
	2	금융서비스(3/3) 상업정보교과과논리및논술(2/2)		

학년	학기	경영학과 학과(전공) 교육과정	중점과목	연계선택과목
전 체	1			
	2			

4. 경영학과-마케팅직 CDR 자율프로그램

구분	개인	그룹
교내	<p>지도교수 면담</p> <hr/> <p>대학생활/인생계획의 작성</p> <hr/> <p>관심분야 근무 선배와의 만남</p> <hr/> <p>해외 교환 학생 참여 (중국/미국 등)</p> <hr/> <p>우수학점 취득</p> <hr/>	<p>산업체 시찰</p> <hr/> <p>마케팅 관련 동아리 가입 및 활동</p> <hr/> <p>마케팅 관련 튜터링</p> <hr/>
교외	<p>마케팅 관련 직군 인턴십 (대외활동)</p> <hr/> <p>해외 배낭 여행</p> <hr/> <p>봉사활동 참여 (4년 중 2년 이상)</p> <hr/> <p>어학 자격증 (영어, 중국어)</p> <hr/> <p>마케팅 자격증 (사회조사분석사)</p> <hr/>	<p>공모전 참가</p> <hr/>