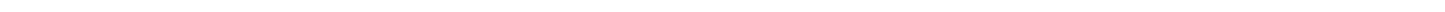


1. 글로벌경영학과-신흥시장전문마케터 CDR의 목표

| | |
|------------------|--|
| <p>CDR 목표</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○ 경제, 정치, 문화적인 측면에서의 중요성을 감안할 때, 신흥시장마케터의 중요성은 더욱 커질 것으로 기대됨 ○ 관련하여, 신흥시장마케터 CDR은 학생들의 취업 준비에 상당한 도움을 줄 것으로 기대됨. 특히 공공기관 현지 파견 인력, 대기업 및 중소기업의 해외 시장 마케팅 업무, 무역 분야 기업체의 해외업무 담당자, 혹은 유관 기관의 연구 분야에 취업하고자 하는 학생들에게 상당한 도움이 될 것임 ○ 신흥시장마케터 CDR에서는 신흥시장 각 국의 사회, 문화, 경제 관련 전문 지식을 보유하고, 신흥시장을 대상으로 한 글로벌 마케팅 업무를 수행할 수 있는 인력을 배출하는 것을 목표로 함 |
| <p>CDR 대상직업군</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○ 각국 파견 공공기관 직원 (각종 협회, 영사관, KOTRA 등) ○ 대기업 해외영업 및 마케팅 담당자 ○ 중소기업 해외영업 및 마케팅 담당자 ○ 국내 유관 연구기관 연구원 (대외경제정책연구원, 산업연구원 등) |



2. 글로벌경영학과-신흥시장전문마케터 CDR 직업수요분석

| | |
|--|---|
| <p style="text-align: center;">현 황</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○ BRICs를 대표하는 지역인 중국과 인도 시장에 대한 세계 주요국의 관심이 최근 들어 급증하고 있음 ○ 글로벌 생산기지로서 베트남, 캄보디아 등 Asian Transition Economy 국가들의 중요성 역시 꾸준히 제기되고 있음 ○ TRIAD를 형성하고 있는 세 축 가운데 하나인 일본 역시 세계 경제의 중심으로서 그 역할이 지속적으로 증가해 왔음 ○ 신흥시장마케터에 대한 수요가 최근 들어 부각되고 있음 |
| <p style="text-align: center;">수 요 예 측</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○ 최근 들어, 제조, 건설, 금융, 서비스 부문을 중심으로 신흥시장 지역 관련 사회 / 문화 / 경제 분야 전문가에 대한 기업 수요가 증가하고 있음 ○ 정부 기관에서도 신흥시장 지역 전문가에 대한 수요가 증가할 것으로 예측되고 있음 ○ 신흥시장 각 국의 사회 / 문화 뿐만 아니라, 경영 / 경제 분야의 전문 지식을 보유한 인력에 대한 충원 노력은 지속적으로 강화될 전망임 |

3. 글로벌경영학과-신흥시장전문마케터 CDR 교육과정

| 학 년 | 학 기 | 글로벌경영학과 학과(전공) 교육과정 | 중점과목 | 연계선택과목 |
|-------------|--------|---|---------------------------------|----------------|
| 1 학 년 | 1 | 신흥시장문화비교론(3/3) 국제통상과기업경영(3/3) | 국제통상과기업경영(3/3) | 영어1(2/2) |
| | 2 | 무역회계기초(3/3) 신흥시장론(3/3) | 무역회계기초(3/3) | 영어2(2/2) |
| 2 학 년 | 1 | 무역실무(3/3) 마케팅원론(3/3) 무역과협상(3/3) 글로벌비즈니스커뮤니케이션(3/3) 강소기업경영론(3/3) 재무관리(3/3) 무역회계실무(3/3) | 마케팅원론(3/3) | |
| | 2 | 글로벌소비자행동론(3/3) 비즈니스영어(3/3) 거시경제분석(3/3) 강소기업전략론(웹스톤디자인)(3/3) 전공과창업(글로벌경영)(1/1) 글로벌금융투자론(3/3) 신흥시장지역연구(3/3) FTA와공정무역론(3/3) e-커머스(3/3) | 글로벌소비자행동론(3/3) 신흥시장지역연구(3/3) | 글로벌소비자행동론(3/3) |

| 학년 | 학기 | 글로벌경영학과 학과(전공) 교육과정 | 중점 과목 | 연계선택과목 |
|-------------|----|---|--|--------|
| 3 학 년 | 1 | 국제경영학(3/3) 국제마케팅(3/3) 국제금융론(3/3) 신흥시장서비스경영론(3/3) 미시경제분석(3/3) 글로벌물류(3/3) | 국제마케팅(3/3) 신흥시장서비스경영론(3/3) | |
| | 2 | 혁신경영과글로벌기업가정신(3/3) 국제재무론(3/3) 국제마케팅커뮤니케이션론(3/3) 국제무역론(3/3) 글로벌경영사례연구(3/3) 동상기획과의사결정(3/3) 글로벌시장조사론(캡스톤디자인)(전공과취업(글로벌경영)(1/1) | 국제마케팅커뮤니케이션론(3/3) 글로벌시장조사론(캡스톤디자인)(| |
| 4 학 년 | 1 | 금융시장론(3/3) 글로벌유통관리(3/3) 디지털마케팅론(3/3) 다국적기업경영론(3/3) 프로젝트매니지먼트(캡스톤디자인 글로벌비즈니스실습(3/3) | 글로벌유통관리(3/3) 디지털마케팅론(3/3) | |
| | 2 | 무역실무실습(3/3) 글로벌브랜드경영(3/3) 신흥시장진출세미나(3/3) 지속가능경영및사회적책임(3/3) K-business(캡스톤디자인)(3/3) | 글로벌브랜드경영(3/3) | |

| 학년 | 학기 | 글로벌경영학과 학과(전공) 교육과정 | 중점과목 | 연계선택과목 |
|--------|----|---------------------|-------|---|
| 전 체 | 1 | | | |
| | 2 | | | 컴퓨터활용능력(오피스)(3/3) 창의적문제해결(2/2) 문화다양성과글로벌시민(2/2) |
| | | | 36/36 | 11/11 |

4. 글로벌경영학과-신흥시장전문마케터 CDR 자율프로그램

| 구분 | 개인 | 그룹 |
|----|---|---|
| 교내 | <p><u>자율 운영</u></p> <p><u>평생지도 교수 면담 및 지도</u></p> <p><u>신흥시장마케터로 활동하고 있는 기업체 취업 선배와 멘토링</u></p> <p><u>신흥시장 외국어 프로그램 참여(중국어)</u></p> | <p><u>신흥시장 관련 연구 모임 활성화</u></p> <p><u>신흥시장 마케팅 세미나를 통한 성공 및 실패 사례 공</u></p> <p><u>특성화 사업단 중 신흥시장전문마케터 사업부 실행</u></p> <p><u>프로그램(무역전시회, Emerging Market Pioneer 등)</u></p> <p><u>마케팅 관련 자격증 준비반</u></p> |
| 교외 | <p><u>신흥시장을 목표시장으로 활동하고 있는 기업체 인턴 참여</u></p> <p><u>신흥시장 언어 능력 향상 (인도네시아어, 베트남어 등)</u></p> <p><u>신흥시장마케팅 분야 공모전 참여</u></p> | <p><u>산업체 현장 실습</u></p> <p><u>신흥시장마케팅활동과 관련있는 기업과의 산학협력 강화</u></p> <p><u>블로그 활용 Community 구축 / 활동 확대</u></p> |