

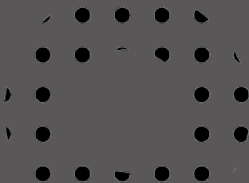


마케팅관리과
NCS 기반 성과중심
교육과정

DAEJEON HEALTH INSTITUTE OF TECHNOLOGY

HIT
NCS

National Competency Standards

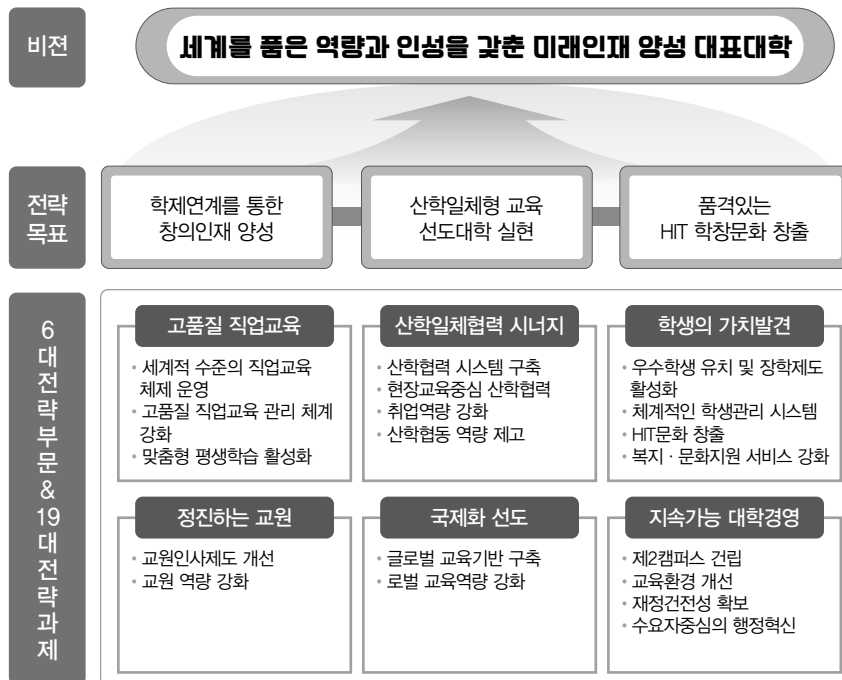


대학의 사명과 중장기 발전계획

대전보건대학교는 박애(博愛) · 근면(勤勉) · 탐구(探究)의 교시 아래, 국가와 사회 발전에 필요한 인재 양성을 목표로 설립됨

대학은 “세계를 품는 역량과 인성을 갖춘 미래인재 양성 대표 대학”이라는 비전 하에, 6대 전략과 19대 전략과제를 설정함

NCS 기반 교육과정은 “고품질 직업교육”을 실현하기 위한 핵심적인 내용임



II. 마케팅관리과 NCS 기반 성과중심 교육과정

1. 학과 소개

■ 학과의 최근 2년 성과

구분	2016년	2017년
자격증 취득 건수	46건	50건

■ 인증결과종합

구분		평가결과			
		우수	충족	미흡	계
인증결과종합	인원	25	24	1	50
	비율	50%	48%	2%	100%

※인증결과종합 : 인증수준(1,000점만점)기준

■ 마케팅관리과 졸업생 인터뷰



㈜롯데마트 동대전점 가공파트장

송 ★ 영 / 마케팅관리과 03학번 /

경력 : 10년 / 연봉 : 약 6,500만원

안녕하세요? 마케팅관리과 졸업생 송★영입니다. 롯데마트에서 파트장으로 근무를 하고 있으며 바이어들을 만나 상품 주문부터 진열까지 매장의 상품관리를 담당하고 있습니다. 근무 시간의 대부분을 현장에서 보내며 직원관리와 수많은 제품의 마케팅을 책임지고 있으며 현장에서 주로 고객이 원하는 욕구(Needs)와 상품의 트렌드를 읽기 위해 노력합니다. 직원들의 어려움을 체크하면서 동시에 고객이 행복한 마음으로 쇼핑을 할 수 있도록 노력하고 있습니다. 제가 지금의 이 자리까지 올라 올수 있었던 초석은 마케팅관리과를 졸업하였기 때문이며 앞으로 우리나라 최고의 유통경영전문가가 되는 것이 목표이며 꿈입니다.

■ 전공 동아리

동아리명	설립 목적 및 취지	2018년 주요 활동
유사모 (유통을 사랑하는 모임)	동문들 간의 유통과 직장생활에 대한 상호 정보교환을 목적으로 조직된 모임	취업과 관련 정보수집
마케팅관리과 (판매관리과, 디지털마케팅과)	마케팅관리과의 원활한 정보교류와 친목을 다지기위한 관리 사이트	아르바이트 정보 제공 등으로 동문과 선후배간 정보교환
중국문화	중국의 문화와 사회를 이해하고 언어를 익혀 학생들의 미래 경쟁력을 재고하기위해 창설한 동아리	중국문화와 중국어 배우기 중국어 발음과 성조 익히기 중국 음식문화 익히기 현장견학 기초회화 및 현대 중국이해 중국문화 탐방

■ 마케팅관리과 관련 취득면허 및 자격증

취득면허 및 자격증	검정내용	시행기관
유통관리사	<ul style="list-style-type: none"> 시험과목 <ul style="list-style-type: none"> - 필기 : 유통물류일반관리, 상권분석, 유통마케팅, 유통정보 검정방법 <ul style="list-style-type: none"> - 필기 : 객관식 90문항(5지 선다형) 합격기준 <ul style="list-style-type: none"> - 필기 : 100점 만점에 과목당 40점 이상, 평균 60점 이상. 	대한상공회의소 자격평가사업단
전산회계	<ul style="list-style-type: none"> 시험과목 <ul style="list-style-type: none"> - 필기 : 회계 원리 (당좌 · 재고 · 유형자산, 부채, 자본금, 수익과 비용) - 실기 : <ul style="list-style-type: none"> · 기초정보의 등록 · 수정 - 회사등록, 거래처 등록, 계정 과목 및 적요등록 · 거래자료의 입력 - 일반전표 입력, 입력 자료의 수정 · 삭제, 결산자료 입력(상기업에 한함) · 입력자료 및 제장부 조회 검정방법 <ul style="list-style-type: none"> - 필기 : 이론시험 30% (4지선다형) - 실기 : 실무시험 70% (컴퓨터 프로그램이용) 합격기준 <ul style="list-style-type: none"> - 필기 : 100점 만점에 70점 이상 - 실기 : 100점 만점에 70점 이상 	한국세무사회
병원 코디네이터 (민간자격증)	<ul style="list-style-type: none"> 시험과목 <ul style="list-style-type: none"> - 필기 : 병원코디네이터 개요, 고객 응대관리, 고객 서비스관리, 진료서비스지원관리, 고객 상담관리 등 검정방법 <ul style="list-style-type: none"> - 필기 : 1교시(50분)50문항, 2교시(50분)50문항. 병원의 서비스 및 경영관리에 대한 관련지식과 실무를 적용하여 고객의 만족과 병원 경쟁력을 높일 수 있는 양질의 병원서비스를 제공할 수 있는 능력 측정 합격기준 <ul style="list-style-type: none"> - 필기 : 매 교시 100점 만점 기준 40점 이상, 전체교시 평균 60점 이상의 득점을 취득한 자 	대한병원코디네이터협회

2. 인재상 및 직무정의

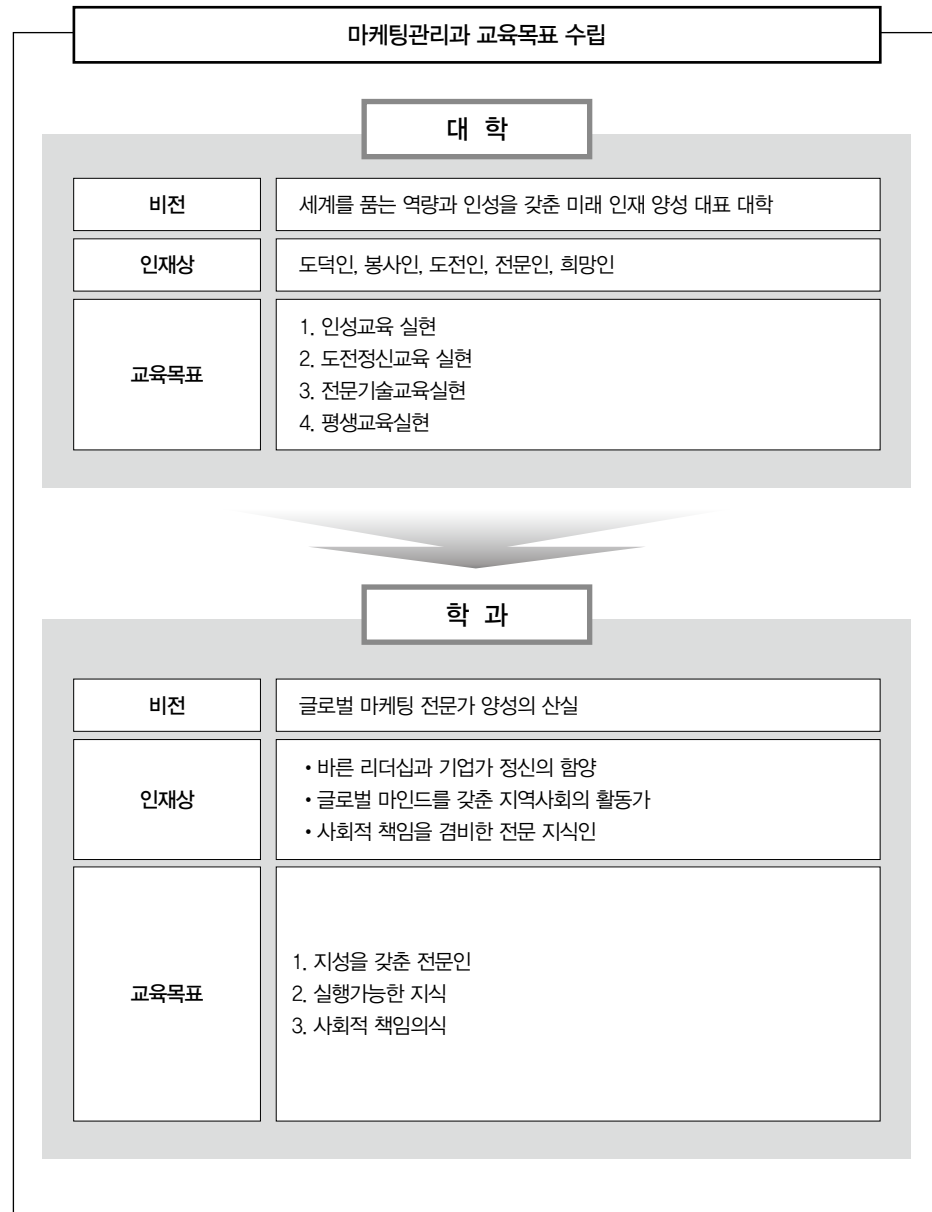
마케팅관리과 인재상 : • 바른 리더십과 기업가 정신의 함양
• 글로벌 마인드를 갖춘 지역사회의 활동가
• 사회적 책임을 겸비한 전문 지식인

마케팅관리과는 학과의 인력 양성 유형에 부합하는 인재 양성을 위해 다음의 직무를 설정하여 교육과정을 개발하여 운영하고 있습니다.

직업(군)	주요 직무명	직무정의
영업 및 판매관련 관리자 (0171)	판매관련 관리자 (판매점장) (01712)	점포 및 매장의 매출관리, 실적관리, 가격재조정, 광고예산집행업무, 판매사원교육, 판매전략 회의, 판매지원 관련 업무를 수행하는 자를 말한다. 기업 또는 단체의 판매활동을 기획, 지휘, 조정하기도 한다. 판매기록 및 시장평가에 기초하여 특별판매 및 시장전략과 가격목록 할인 및 인도조건, 판촉예산, 판매방법 등을 결정하고 판매정책 수립을 지휘한다.
상품기획 및 마케팅전문가 (MD포함) (0232)	상품기획 및 마케팅전문가 (02321)	소비자의 구매 패턴과 소비 유형을 파악하여 시장성 있는 상품을 개발하고, 개발한 상품을 생산하는 제조업체와 매매 조건, 수수료 등을 협의하고 계약을 체결한다. 특정상품 및 서비스에 관한 현재의 판매수준, 소비자의 평가 등에 관한 정보를 체계적으로 수집·분석하고, 소비자의 현재 또는 장래 취향을 조사·분석하여 판매 가능한 상품을 기획·개발하거나 효율적인 판매 전략을 수립하고 그에 대해 조언을 제공하는 자를 말한다.
	머천다이어(MD) (02322)	소비자가 원하는 상품을 기획하고 만드는 업무를 수행한다. 소비자의 구매 패턴과 소비 유형을 파악하여 시장성 있는 물품을 선정하고 선정된 물품을 생산하는 제조업체와 매매 조건, 수수료 등을 협의하고 계약을 체결한다. 경우에 따라서는 외국바이어를 대신하여 물품의 생산지 선정에서부터 주문, 선적까지도 처리한다. 백화점의 머천다이어는 주로 바이어 형태이고 홈쇼핑이나 통신판매의 머천다이어는 상품기획자에 가깝다. 또한 무역업계에서는 수출상품 기획, 구매전문가로서 활동하기도 한다.
기획 및 마케팅 사무원 (0241)	마케팅 및 상품기획사무원 (02412)	사업체의 각종 제품의 판매촉진을 위한 마케팅 전략 수립과 상품기획 업무를 수행한다. 제품 판매, 신제품 개발, 기존 제품의 개량방향 설정 등의 전략을 세우기 위하여 시장정보를 수집하고 분석하며, 영업 및 판매 확대를 위한 전략기획 업무를 수행한다.

직업(군)	주요 직무명	직무정의
총무사무원 (0243)	총무 및 일반 사무원 (02431)	일반 사업체(병원 및 학교 제외)의 운영에 필요한 각종 행정업무를 총괄하는 업무를 수행하는 자를 말한다. 문서의 수발·관리, 4대 사회보험관리, 급여관리, 비품 및 차량의 관리, 각종 사내 행사를 계획·준비·집행하는데 관련된 업무를 수행한다. 또한 회사와 관련이 있는 협회·조합·단체에 대한 섭외 업무를 한다.
	병원행정 사무원 (02432)	병원의 운영에 필요한 각종 행정업무를 총괄하는 업무를 수행하는 자를 말한다. 문서의 수발·관리, 4대 사회보험관리, 급여관리, 비품 및 차량의 관리, 각종 사내 행사를 계획·준비·집행하는데 관련된 업무를 수행한다. 또한 병원과 관련이 있는 협회·조합·단체에 대한 섭외 업무를 한다.
기타 의료복지 관련 서비스 종사원 (0689)	병원코디네이터 (06891)	병원에서 병원홍보, 인사관리, 고객상담, 진료접수 및 안내, 예약관리, 수납 등의 업무를 수행한다.

3. 교육목표



4. 학습성과

마케팅관리과에서는 직무 분야의 핵심 역량과 교육목표에 근거하여 학습성과를 도출했습니다. 학습성과는 성공적인 직무수행을 위하여 학생들이 졸업할 때까지 달성해야 할 역량입니다.

직무분야
핵심역량

- 기업의 기본 경영원리를 이해하고 기업가 정신 및 창업 마인드 함양
- 조직(기업 · 단체 · 기관 · 병원 등)의 마케팅 목표에 따라 목표시장에 대한 마케팅전략수립 및 실행하는 능력
- 제품개발, 유통 및 광고를 수행하기 위해 소비자행동을 이해하고 고객을 관리하는 능력
- 시장 환경을 분석하기 위해 마케팅 조사를 계획하고 실행하는 능력
- 조직의 운영에 필요한 행정업무, 회계 및 관련 사무업무를 수행하는 능력
- 의료기관의 병원 홍보 · 마케팅 전략 수립 및 고객만족 업무를 지원하는 능력

학습성과

- 기업 경영 및 창업 마인드 함양
 - 기업의 기본경영 원리를 이해하고 창업 마인드 향상 및 창의적인 사고를 통해 자기 개발을 할 수 있다.
- 마케팅 실무 수행 역량
 - 마케팅 목표 수립과 목표시장에 대한 체계적인 마케팅 실행 방안을 설계하고 실행할 수 있다.
- 마케팅 커뮤니케이션 역량
 - 기업과 제품의 브랜드 인지도 제고와 이미지 구축을 위해 구체적인 전략을 수립하고 메시지를 개발하여 다양한 매체를 통해 커뮤니케이션할 수 있다.
- 고객만족 및 고객관리 역량
 - 현재의 고객과 잠재고객의 이해를 바탕으로 고객데이터를 수집, 정제, 유지하고 기업과 브랜드에 호감도가 높은 고객의 유지와 확산을 위해 고객만족 및 고객관리를 수행할 수 있다.
- 회계처리 및 재무관리 역량
 - 기업 및 조직의 회계상 거래를 인식하고, 전표 작성 및 이에 따른 증빙서류를 처리 및 관리를 위하여 회계정보시스템을 운용할 수 있다.
- 병원경영지원 및 병원마케팅 수행 역량
 - 의료기관의 경영목표 달성을 위해 병원경영을 지원하고 다양한 병원 홍보활동 및 마케팅 전략을수립할 수 있다.

핵심실무
역량

- 기업의 기본 경영원리를 이해하고 기업가 정신 및 창업 마인드 함양
- 조직(기업 · 단체 · 기관 · 병원 등)의 마케팅 목표에 따라 목표시장에 대한 마케팅전략수립 및 실행하는 능력
- 제품개발, 유통 및 광고를 수행하기 위해 소비자행동을 이해하고 고객을 관리하는 능력
- 시장 환경을 분석하기 위해 마케팅 조사를 계획하고 실행하는 능력
- 조직의 운영에 필요한 행정업무, 회계 및 관련 사무업무를 수행하는 능력
- 의료기관의 병원 홍보 · 마케팅 전략 수립 및 고객만족 업무를 지원하는 능력

※ 핵심실무역량은 직무수행의 중요도와 활용 빈도가 높아 대학 재학 중에 꼭 습득해야 하는 핵심적인 기술입니다.

■ 학과 학습성과와 교과목의 연계성

마케팅관리과는 학생들이 학습성과를 달성할 수 있도록 다음과 같은 교과목을 편성 운영하고 있습니다. 교과목을 통해 여러분의 역량을 향상시킬 수 있습니다.

학습성과	수행준거	연계 교과목
1	• 기업의 기본경영 원리를 이해하고 창업 마인드 향상 및 창의적인 사고를 통해 자기 개발을 할 수 있다.	• 기업의 개념을 이해하고 기업 경영에 기본이 되는 마케팅, 생산, 회계, 인사, 재무, 국제 경영 등 여러 분야에 대한 경영 원리를 파악할 수 있다.
		• 기업가 정신과 경영 마인드 함양 및 창업절차, 지원제도 등을 파악하고 마케팅의 기본개념을 바탕으로 창업 기업의 마케팅을 수행할 수 있다.
		• 글로벌 리더가 필요로 하는 덕목과 창의적인 사고방식의 함양으로 자기개발을 할 수 있다.
2	• 마케팅 목표 수립과 목표시장에 대한 체계적인 마케팅 실행 방안을 설계하고 실행할 수 있다.	• 조직의 중·장기 비전과 마케팅 목표에 따라 시장을 세분화하고 목표시장을 선정하여 차별적인 경쟁우위를 확보하기 위한 마케팅 전략을 수립하고 실행할 수 있다.
		• 신규아이템 발굴 및 신상품 개발전략을 수립하고 상품 구색 및 상품가치 향상을 위한 전략적인 상품계획을 수행할 수 있다.
		• 효율적인 마케팅 수행을 위해 상권을 분석하고 제품, 시장 및 환경요인을 분석하여 유통경로를 설계하고 유통전략을 수립할 수 있다.
3	• 기업과 제품의 브랜드 인지도 제고와 이미지 구축을 위해 구체적인 전략을 수립하고 메시지를 개발하여 다양한 매체를 통해 커뮤니케이션할 수 있다.	• 기업 및 브랜드 인지도 제고와 이미지 구축을 위해 광고 환경을 분석하여 광고전략을 수립하고 메시지를 개발하여 다양한 매체를 통해 커뮤니케이션할 수 있다.
		• 광고 및 마케팅 전략 수립에 필요한 소비자 정보를 제공하기 위해 소비자의 구매행동 및 심리를 분석할 수 있다.
		• 기업과 제품의 브랜드 인지도 제고와 이미지 구축을 위해 구체적인 전략을 수립하고 메시지를 개발하여 다양한 매체를 통해 커뮤니케이션할 수 있다.

학습성과	수행준거	연계 교과목
3	• 광고 및 마케팅 전략 수립에 필요한 정보를 제공하기 위해 과학적이고 체계적인 조사계획, 자료 수집, 자료 분석을 수행할 수 있다.	기초 : 마케팅원론, 심화 : 마케팅조사론, 광고관리
		기초 : 경영학원론, 의사소통과문제해결 심화 : 고객관계관리
4	• 현재의 고객과 잠재고객의 이해를 바탕으로 고객데이터를 수집, 정제, 유지하고 기업과 브랜드에 호감도가 높은 고객의 유지와 확산을 위해 고객만족 및 고객관리를 수행할 수 있다.	기초 : 경영학원론, 의사소통과문제해결 심화 : 고객관계관리
		기초 : 경영학원론, 의사소통과문제해결 심화 : CS경영, 고객관계관리
5	• 기업 및 조직의 회계상 거래를 인식하고, 전표 작성 및 이에 따른 증빙서류를 처리 및 관리하고 각 계정을 정리하여 장부를 마감하고 재무제표를 작성할 수 있다.	기초 : 회계원리1, 회계원리 2 심화 : 원가회계, 재무관리, 전산회계
		기초 : 회계원리1, 회계원리 2 심화 : 원가회계, 재무관리
		기초 : 회계원리1, 회계원리 2 심화 : 전산회계
6	• 의료기관의 경영목표 달성을 위해 병원경영을 지원하고 다양한 병원 홍보활동 및 마케팅 전략을 수립할 수 있다.	기초 : 병원경영학, 의사소통과문제해결 심화 : CS경영, 의료마케팅
		기초 : 병원경영학, 마케팅원론 심화 : 의료마케팅, 광고관리
		기초 : 병원경영학, 마케팅원론 심화 : 의료마케팅, 광고관리

5. 2018학년도 교육과정 편제표

2018학년도 교육과정												
마케팅관리과												
학년 학기	이수 구분	과 목 명	학 점	강 의	실 습	학년 학기	이수 구분	과 목 명	학 점	강 의	실 습	
1-1	교필	대학생활의이해1		1		1-2	교필	대학생활의이해2		1		
	교필	의사소통과 문제해결	2	2			교필	사회봉사1	1		1	
	전필	마케팅원론	3	3			전필	소비자행동론	3	3		
	전선	회계원리1	3	1	2		전선	회계원리2	3	1	2	
	전선	상품전략론	3	3			전선	인적자원관리론	3	3		
	전선	머천다이징	3	1	2		전선	중국어	2	2		
	전선	병원경영학	3	2	1		전선	글로벌미래경영	3	3		
	전선	경영학원론	3	3			전선	상권분석	3	2	1	
							전선	물류유통관리	3	3		
2-1	교필	사회봉사2	1		1	2-2	교필	진로지도2		1		
	교필	진로지도1		1			전선	의료마케팅	3	3		
	전선	유통업실무	3	1	2		전선	고객관계관리	3	1	2	
	전선	창업마케팅	3	1	2		전선	CS 경영	3	2	1	
	전선	마케팅조사론	3	3			전선	광고관리	3	3		
	전선	마케팅전략	3	3			전선	재무관리	3	3		
	전선	유통중국어	2		2		전선	글로벌마케팅	3	3		
	전선	원가회계	3	3								
	전선	전산회계	3	1	2							
P-P	전선	유통현장실습										

6. 교과목 프로파일

■ NCS교과목

교과목명		광고관리			
관련 학습성과 및 수행준거		3. 기업과 제품의 브랜드 인지도 제고와 이미지 구축을 위해 구체적인 전략을 수립하고 메시지를 개발하여 다양한 매체를 통해 커뮤니케이션할 수 있다. 3.1 기업 및 브랜드 인지도 제고와 이미지 구축을 위해 광고 환경을 분석하여 광고전략을 수립하고 메시지를 개발하여 다양한 매체를 통해 커뮤니케이션할 수 있다.			
		직무명	능력단위코드	능력단위(수준)	NCS 학습모듈
		PR · 광고	0201020205_15v2	광고 전략 수립	미개발
			0201020206_16v2	광고 메시지 개발	개발
			0201020207_16v2	광고 집행 관리	개발
			0201020208_14v1	광고 효과 평가	개발
능력단위 요소 및 수행준거	능력단위 요소 코드	능력단위 요소 (수준)	수행준거		NCS 적용 여부
	0201020205_15v2.1	광고 환경 분석하기	1.1 광고 전략수립에 필요한 정치·경제·사회·기술적 환경을 분석할 수 있다.		○
			1.2 광고 전략수립에 필요한 내부의 강점과 약점, 외부의 기회와 위협요인을 분석할 수 있다.		○
			1.3 분석결과를 토대로 광고 전략수립에 필요한 시사점을 도출할 수 있다.		○
	0201020205_15v2.2	광고목표 설정하기	2.1 환경분석 결과를 토대로 전략과제를 도출할 수 있다.		○
			2.2 전략과제를 해결할 수 있는 목표를 설정할 수 있다.		○
			2.3 목표의 중요도와 긴급성을 고려하여 우선순위를 결정할 수 있다.		○
			2.4 전략적 우선순위에 따라 단계별로 로드맵을 기획할 수 있다.		○
	0201020205_15v2.3	광고 콘셉트 선정하기	3.1 인구통계학, 사회변수, 심리, 구매행동의 준거와 기준을 활용하여 광고대상을 정의하고 분류할 수 있다.		○
			3.2 분류한 광고대상을 활용하여 광고목표에 적합한 대상을 타깃으로 선정할 수 있다.		○
			3.3 시장상황과 광고 대상에 따라 차별화 포인트를 도출할 수 있다.		○
			3.4 소구방법별 특성을 고려하여 선정된 타깃에 적합한 소구전략을 수립할 수 있다.		○
			3.5 광고목표 달성에 적합한 광고 콘셉트를 설정할 수 있다.		○
	0201020205_15v2.4	매체전략 수립하기	4.1 전통적인 광고매체와 새로운 광고매체의 종류별 특성과 트렌드를 조사할 수 있다.		○
			4.2 매체별로 광고 메시지가 소비자에게 전달되는 과정을 분석할 수 있다.		○
			4.3 광고목표를 달성할 수 있도록 매체목표를 설정할 수 있다.		○
			4.4 대상별·기간별·타깃별 효과적인 매체를 선택하여 결합할 수 있다.		○
			4.5 가용예산 내에서 우선순위를 기준으로 매체별 광고예산을 편성할 수 있다.		○
	0201020205_15v2.5	광고 전략 기획서 제안하기	5.1 광고 전략을 바탕으로 기획서 작성에 포함되어야 할 구성요소를 선택할 수 있다.		○
			5.2 광고업무 전반의 흐름과 업무계획을 설계할 수 있다.		○
			5.3 광고목표와 콘셉트, 매체전략의 핵심내용을 간결하게 정리한 기획서를 작성할 수 있다.		○
			5.4 작성된 기획서 내용을 내부 경영진과 외부 대행사에게 설명할 수 있다.		○

능력단위 요소 및 수행준거	0201020206_ 16v2.1	크리에이티브 컨셉트 설정하기	1.1 크리에이티브 전략 모델과 사례를 참고하여 차별화된 크리에이티브 컨셉트를 개발할 수 있다.	○
			1.2 광고 전략에 기반한 핵심 크리에이티브의 방향을 도출할 수 있다.	○
			1.3 광고의 목표와 전략에 맞는 메시지의 표현방향을 설정할 수 있다.	○
	0201020206_ 16v2.	아이디어 도출하기	2.1 브랜드 · 기업 · 제품이 소비자에게 제공하는 차별화 요소를 분석할 수 있다.	○
			2.2 광고대상의 새로운 의미와 가치를 찾아낼 수 있다.	○
			2.3 소비자 편익과 브랜드의 특성을 다양한 표현방법으로 메시지화 할 수 있다.	○
			2.4 카피, 디자인, 영상, 음향, 모델 등 광고 제작에 필요한 구성요소를 결정할 수 있다.	○
	0201020206_ 16v2.3	광고 콘텐츠 제작하기	3.1 매체의 특성에 따른 주 이용 타깃과 파급효과를 분석할 수 있다.	○
			3.2 매체의 특성에 맞게 메시지를 다양한 방법으로 구현할 수 있다.	○
			3.3 아이디어를 디자인, 카피, 영상과 같은 요소를 활용하여 메시지 형태로 구체화 할 수 있다.	○
			3.4 저작권법과 광고심의기준을 충족하는 범위 안에서 대중에 전달될 수 있는 광고 콘텐츠를 제작할 수 있다.	○
			3.5 필요시 외부 협력업체와의 협업을 통해 원하는 결과를 도출할 수 있다.	○
	0201020206_ 16v2.4	개발초안 사전 검증하기	4.1 종전 캠페인 성공 · 실패 사례를 참고하여 크리에이티브 개발초안의 장단점을 파악하고 광고목표에 부합하는지 판단할 수 있다.	○
			4.2 완성도를 높이기 위한 검증방법과 테스트를 활용할 수 있다.	○
			4.3 다수의 후보안 중 최적의 안을 선택 · 조합할 수 있다.	○
			4.4 관련부서와 관련자의 의견을 수렴하여 반영할 수 있다.	○
			4.5 광고심의기준과 저작권법에 저촉되는 사항이 없는지 검증할 수 있다.	○
	0201020207_ 16v2.1	매체별 실행 계획 점검하기	1.1 광고 실행계획에 의거하여 매체별 광고 집행관리의 실행계획을 수립할 수 있다.	○
			1.2 매체별 광고예산에 의거하여 매체를 운영 관리할 수 있다.	○
			1.3 매체별 실행계획을 토대로 광고 집행 일정계획을 수립할 수 있다.	○
	0201020207_ 16v2.2	광고매체 선정하기	2.1 설정된 광고 목표 기준에 의거하여 광고의 도달률, 빈도, 영향력을 분석할 수 있다.	○
			2.2 광고 전략에 의거하여 가장 효율적인 광고매체를 선정할 수 있다.	○
			2.3 광고예산 계획에 의거하여 선정된 매체에 대한 구매계획서를 작성할 수 있다.	○
			2.4 회사 정책과 법적 기준에 의거하여 구매계약서를 작성할 수 있다.	○
	0201020207_ 16v2.3	광고 집행하기	3.1 회사 정책과 법적 기준, 심의 절차에 의거하여 콘텐츠의 심의를 요청할 수 있다.	○
			3.2 심의 결과에 따라 콘텐츠를 수정 보완 할 수 있다.	○
			3.3 매체 광고 일정에 의거하여 콘텐츠를 적시에 전달할 수 있다.	○
	0201020207_ 16v2.4	광고매체 모니터링 하기	4.1 매체별 광고 집행관리 계획에 의거하여 관련 광고집행 현황 자료를 수집할 수 있다.	○
			4.2 수집된 자료를 토대로 광고 집행 현황을 분석할 수 있다.	○
			4.3 분석결과를 반영한 광고가 집행되도록 광고를 관리할 수 있다.	○
	0201020208_ 14v1.1	광고효과 평가기준 설정하기	1.1 노출집단 광고효과 조사를 통해 매체별 영향력을 분류할 수 있다.	○
			1.2 노출 빈도를 측정해서 매체별 우선순위를 결정할 수 있다.	○
			1.3 순위가 정해진 매체를 바탕으로 조사 방법을 결정할 수 있다.	○

능력단위 요소 및 수행준거	0201020208_14v1.2	평가 기초데이터 수집하기	2.1 결정된 조사 방법으로 효과별 분류표를 만들 수 있다.	○																																			
			2.2 분류표에 따른 조사 방법을 선택할 수 있다.	○																																			
			2.3 선택한 조사 방법으로 산출된 결과를 계량화 할 수 있다.	○																																			
	0201020208_14v1.3	광고효과 분석하기	3.1 계량화된 수치 데이터를 분석하기 위한 광고효과 분석기준을 설정할 수 있다.	○																																			
			3.2 설정한 광고효과 분석기준에 따라 통계 수치를 분류할 수 있다.	○																																			
			3.3 분석한 통계 결과 자료를 토대로 광고효과와 시사점을 도출할 수 있다.	○																																			
	0201020208_14v1.4	광고 사후관리 실행하기	4.1 광고효과 분석결과에 따라 재실행 여부를 판단할 수 있다.	○																																			
			4.2 재실행을 통하여 나온 통계 수치를 수집 · 분석할 수 있다.	○																																			
			4.3 수집 · 분석된 정보를 바탕으로 개선사항을 도출할 수 있다.	○																																			
이수구분	전공선택	이수시간	3	학점	3																																		
교육목표	기업 및 브랜드 인지도 제고와 이미지 구축을 위해 광고 환경을 분석하여 광고전략을 수립하고 메시지를 개발하여 다양한 매체를 통해 커뮤니케이션할 수 있다.																																						
교육내용	수행준거 참조																																						
교수 · 학습 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td>○</td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td>○</td><td></td></tr></table>							A	B	C	D	E	F	G	H	○		○				○																	
	A	B	C	D	E	F	G	H																															
○		○				○																																	
A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타																																							
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위																																		
	컴퓨터, 빈프로젝트																																						
평가 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>													A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○				○						
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																										
		○				○																																	
A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)																																							
교육정보	관련 참고자료 등																																						

교과목명		물류유통관리																																				
관련 학습성과 및 수행준거		2. 마케팅 목표 수립과 목표시장에 대한 체계적인 마케팅 실행 방안을 설계하고 실행할 수 있다. 2.3 효율적인 마케팅 수행을 위해 상권을 분석하고 제품, 시장 및 환경요인을 분석하여 유통경로를 설계하고 유통전략을 수립할 수 있다.																																				
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드		능력단위(수준)			NCS 학습모듈																															
	마케팅믹스 전략수립	0201030112_16v3		마케팅믹스전략 수립(4)			개발																															
능력단위 요소 및 수행준거	능력단위 요소 코드	능력단위 요소 (수준)		수행준거				NCS 적용 여부																														
	020103011312_ 16v3.3	유통전략 수립하기(4)		3.1 유통경로 선정에 영향을 미치는 요인을 분석할 수 있다.				○																														
				3.2 분석결과를 토대로 유통경로를 설계할 수 있다.				○																														
				3.3 설계된 유통경로를 토대로 유통전략을 수립할 수 있다				○																														
이수구분	전공선택	이수시간	3		학점		2																															
교육목표		효율적인 마케팅 수행을 위해 상권을 분석하고 제품, 시장 및 환경요인을 분석하여 유통경로를 설계하고 유통전략을 수립할 수 있다.																																				
교육내용		수행준거 참조																																				
교수·학습 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td>○</td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>								A	B	C	D	E	F	G	H	○		○																			
	A	B	C	D	E	F	G	H																														
○		○																																				
A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타																																						
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위																																	
	컴퓨터, 빔프로젝트																																					
평가 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>												A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○				○						
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																									
		○				○																																
A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)																																						
교육정보		관련 참고자료 등																																				

교과목명		머천다이징																																				
관련 학습성과 및 수행준거		2. 마케팅 목표 수립과 목표시장에 대한 체계적인 마케팅 실행 방안을 설계하고 실행할 수 있다. 2.2 신규아이템 발굴 및 신상품 개발전략을 수립하고 상품 구색 및 상품가치 향상을 위한 전략적인 상품계획을 수행할 수 있다.																																				
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드	능력단위(수준)		NCS 학습모듈																																	
	마케팅믹스 전략수립	0201030112_16v3	마케팅믹스전략 수립(4)		개발																																	
능력단위 요소 및 수행준거	능력단위 요소 코드	능력단위 요소 (수준)	수행준거			NCS 적용 여부																																
	020103011312_ 16v3.1	제품전략 수립하기(4)	1.1 제품의 추가, 수정, 폐기를 위하여 제품믹스를 분석할 수 있다.			○																																
			1.2 분석된 제품믹스별 제품수명주기를 분석할 수 있다.			○																																
			1.3 자원을 효율적으로 활용하기 위하여 제품 포트폴리오를 분석할 수 있다.			○																																
			1.4 분석된 제품 포트폴리오를 활용하여 제품 전략을 수립할 수 있다.			○																																
			1.5 수립된 제품 전략에 따라 제품별 브랜드 자산 관리 계획을 수립할 수 있다.			○																																
이수구분	전공선택	이수시간	3	학점	2																																	
교육목표		신규아이템 발굴 및 신상품 개발전략을 수립하고 상품 구색 및 상품가치 향상을 위한 전략적인 상품계획을 수행할 수 있다.																																				
교육내용		수행준거 참조																																				
교수 · 학습 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td>○</td><td></td><td>○</td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>						A	B	C	D	E	F	G	H	○		○		○																			
	A	B	C	D	E	F	G	H																														
○		○		○																																		
		A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타																																				
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용			자체 능력단위																																		
	컴퓨터, 빔프로젝트																																					
평가 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>												A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○				○						
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																									
		○				○																																
		A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)																																				
교육정보		관련 참고자료 등																																				

교과목명		마케팅원론			
관련 학습성과 및 수행준거		2. 마케팅 목표 수립과 목표시장에 대한 체계적인 마케팅 실행 방안을 설계하고 실행할 수 있다. 2.1 조직의 중·장기 비전과 마케팅목표에 따라 시장을 세분화하고 목표시장을 선정하여 차별적인 경쟁우위를 확보하기 위한 마케팅 전략을 수립하고 실행할 수 있다.			
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드	능력단위(수준)	NCS 학습모듈	
	마케팅전략기획	0201030109_16v3	마케팅 시장환경 분석(3)	개발	
		0201030110_16v3	STP전략 수립(5)	개발	
		0201030112_16v3	마케팅믹스전략 수립(4)	개발	
능력단위 요소 및 수행준거	능력단위 요소 코드	능력단위 요소 (수준)	수행준거	NCS 적용 여부	
	0201030109_16v3.1	시장분석하기	1.1 전기 마케팅 성과분석 결과에 따라 당해년도 실행 개선사항을 파악할 수 있다.	○	
			1.2 시장 및 경쟁 상황을 파악하기 위하여 내·외부 환경을 분석할 수 있다.	○	
			1.3 내·외부 환경을 고려하여 설정된 정량적·정성적 마케팅 목표를 파악할 수 있다.	○	
	0201030109_16v3.2	자사분석하기	2.1 기업의 비전과 미션에 따라 도출된 중·장기 사업목표를 파악 할 수 있다.	○	
			2.2 중·장기 사업목표에 따라 설정된 중·장기 마케팅 방향을 파악할 수 있다.	○	
			2.3 사업목표와 마케팅 방향을 고려하여 도출된 전략과제를 제시할 수 있다.	○	
			2.4 제시된 전략과제 달성을 위한 중·장기 전략을 분석할 수 있다.	○	
	0201030110_16v3.1	시장세분화 하기	1.1 구매자 집단을 확인하기 위하여 시장세분화 변수를 파악할 수 있다.	○	
			1.2 시장세분화변수에 따라 시장세분화 기준을 수립할 수 있다.	○	
			1.3 수립된 기준에 따라 시장을 세분화 할 수 있다.	○	
			1.4 세분화된 시장에 대하여 세분시장의 개요서를 작성할 수 있다.	○	
	0201030110_16v3.2	목표시장 선정하기	2.1 세분화된 시장에 대하여 전략적 중요성을 결정할 수 있다.	○	
			2.2 세분시장별 시장 세분화 변수에 대한 반응 차이를 분석할 수 있다.	○	
			2.3 세분시장별 시장 규모에 따른 투자대비 수익률을 추정할 수 있다.	○	
			2.4 반응 차이와 투자대비 수익률을 고려하여 목표시장을 선정할 수 있다.	○	
	0201030110_16v3.2	포지셔닝하기	3.1 선정된 목표시장에서의 경쟁 속성을 파악하여 경쟁 속성의 중요도를 결정할 수 있다.	○	
			3.2 경쟁속성의 중요도와 소비자 조사를 통해 자사와 경쟁사의 포지션을 파악할 수 있다.	○	
			3.3 경쟁적 우위를 확보하기 위한 포지셔닝을 결정할 수 있다.	○	
	020103011312_16v3.1	제품전략 수립하기	1.1 제품의 추가, 수정, 폐기를 위하여 제품믹스를 분석할 수 있다.	○	
			1.2 분석된 제품믹스별 제품수명주기를 분석할 수 있다.	○	
			1.3 자원을 효율적으로 활용하기 위하여 제품 포트폴리오를 분석할 수 있다.	○	
			1.4 분석된 제품 포트폴리오를 활용하여 제품 전략을 수립할 수 있다.	○	
			1.5 수립된 제품 전략에 따라 제품별 브랜드 자산 관리 계획을 수립할 수 있다.	○	

능력단위 요소 및 수행준거	020103011312_16v3.2	가격전략 수립하기	2.1 예상판매량을 극대화 할 수 있도록 제품가격의 영향 요인을 분석할 수 있다.			○																																
			2.2 분석된 영향 요인을 활용하여 가격 시뮬레이션을 할 수 있다.			○																																
			2.3 시뮬레이션 결과를 활용하여 가격전략을 수립할 수 있다.			○																																
	020103011312_16v3.3	유통전략 수립하기	3.1 유통경로 선정에 영향을 미치는 요인을 분석할 수 있다.			○																																
			3.2 분석결과를 토대로 유통경로를 설계할 수 있다.			○																																
			3.3 설계된 유통경로를 토대로 유통전략을 수립할 수 있다			○																																
	020103011312_16v3.4	촉진전략 수립하기	4.1 목표 고객에게 전달할 마케팅 메시지를 구성할 수 있다.			○																																
			4.2 마케팅 메시지를 효율적으로 전달하기 위한 방법을 설계할 수 있다.			○																																
			4.3 설계된 방법과 내부가용자원을 토대로 촉진전략을 수립할 수 있다.			○																																
이수구분	전공선택	이수시간	45	학점	3																																	
교육목표	조직의 중·장기 비전과 마케팅목표에 따라 시장을 세분화하고 목표시장을 선정하여 차별적인 경쟁우위를 확보하기 위한 마케팅 전략을 수립하고 실행할 수 있다.																																					
교육내용	수행준거 참조																																					
교수· 학습 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td>○</td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>						A	B	C	D	E	F	G	H	○		○																					
	A	B	C	D	E	F	G	H																														
○		○																																				
A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타																																						
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위																																	
평가 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>												A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○				○						
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																									
		○				○																																
A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)																																						
교육정보	관련 참고자료 등																																					

교과목명		상품전략론																																				
관련 학습성과 및 수행준거		2. 마케팅 목표 수립과 목표시장에 대한 체계적인 마케팅 실행 방안을 설계하고 실행할 수 있다. 2.2 신규아이템 발굴 및 신상품 개발전략을 수립하고 상품 구색 및 상품가치 향상을 위한 전략적인 상품계획을 수행할 수 있다.																																				
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드	능력단위(수준)		NCS 학습모듈																																	
	신상품기획	0201030102_16v4	신상품 기획		개발																																	
능력단위 요소 및 수행준거	능력단위 요소 코드	능력단위 요소 (수준)	수행준거			NCS 적용 여부																																
	0201030102_16v4.1	신규아이템 발굴하기	1.1 신상품개발 필요성에 따라 신규 아이템 아이디어를 수집할 수 있다.			○																																
			1.2 수집된 정보와 개발 방향성을 고려하여 신규 아이템 아이디어를 분류할 수 있다.			○																																
			1.3 분류된 아이디어를 심사기준 항목에 따라 가중치를 부여할 수 있다.			○																																
			1.4 부여된 가중치에 따라 신규 아이템을 확정 할 수 있다.			○																																
	0201030102_16v4.2	사업타당성 분석하기	2.1 확정된 신규 아이템에 대하여 시장성을 분석할 수 있다.			○																																
			2.2 확정된 신규 아이템에 대하여 기술성을 분석할 수 있다.			○																																
			2.3 확정된 신규 아이템에 대하여 수익성을 분석할 수 있다.			○																																
			2.4 수익성 분석 결과에 따라 추정손익계산서를 작성할 수 있다.			○																																
			2.5 손익계산서 분석 결과에 따라 사업 타당성 여부를 판별할 수 있다.			○																																
	0201030102_16v4.3	신상품 출시 전략 수립하기	3.1 소비자의 필요와 욕구를 반영하여 신상품의 컨셉을 결정할 수 있다.			○																																
			3.2 신상품을 마케팅하기 위하여 세부적인 마케팅 전략을 수립할 수 있다.			○																																
			3.3 수립된 마케팅 전략에 따라 유통경로별 세부 출시 계획을 수립할 수 있다.			○																																
이수구분	전공선택	이수시간	45	학점		3																																
교육목표		신규아이템 발굴 및 신상품 개발전략을 수립하고 상품 구색 및 상품가치 향상을 위한 전략적인 상품계획을 수행할 수 있다.																																				
교육내용		수행준거 참조																																				
교수 · 학습 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td>○</td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>						A	B	C	D	E	F	G	H	○		○																					
	A	B	C	D	E	F	G	H																														
○		○																																				
A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타																																						
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위																																	
	컴퓨터, 빔프로젝트																																					
평가 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>												A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○				○						
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																									
		○				○																																
A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)																																						
교육정보		관련 참고자료 등																																				

교과목명		마케팅전략						
관련 학습성과 및 수행준거		2. 마케팅 목표 수립과 목표시장에 대한 체계적인 마케팅 실행 방안을 설계하고 실행할 수 있다. 2.1 조직의 중·장기 비전과 마케팅목표에 따라 시장을 세분화하고 목표시장을 선정하여 차별적인 경쟁우위를 확보하기 위한 마케팅 전략을 수립하고 실행할 수 있다.						
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드	능력단위(수준)				NCS 학습모듈	
		0201030111_16v3	STP 전략 타당성 분석					
		0201030113_16v3	마케팅믹스 전략 실행계획 수립					
		0201030114_16v3	마케팅 성과관리					
능력단위 요소 및 수행준거	능력단위 요소 코드	능력단위 요소 (수준)	수행준거				NCS 적용 여부	
	0201030111_16v3.1	시장세분화 분석하기	1.1 구매자 집단을 확인하기 위하여 시장세분화 변수를 파악할 수 있다.				○	
			1.2 시장세분화변수에 따라 시장세분화 기준을 분석할 수 있다.				○	
			1.3 수립된 기준에 따라 시장을 세분화 할 수 있다.				○	
	0201030111_16v3.2	목표시장 분석하기	2.1 세분화된 시장에 대하여 전략적 중요성을 파악할 수 있다.				○	
			2.2 세분시장별 시장 세분화 변수에 대한 빈도 차이를 분석할 수 있다.				○	
			2.3 세분시장별 시장 규모에 따라 목표시장을 선정할 수 있다.				○	
	0201030111_16v3.3	포지셔닝 분석하기	3.1 선정된 목표시장에서의 경쟁 속성을 파악하여 경쟁 속성의 중요도를 분석할 수 있다.				○	
			3.2 경쟁속성의 중요도와 소비자 조사를 통해 자사와 경쟁사의 포지션을 파악할 수 있다.				○	
			3.3 경쟁적 우위를 확보하기 위한 포지셔닝을 제안할 수 있다.				○	
	020103011312_16v3.1	제품전략 실행 계획하기					○	
			1.1 제품의 추가, 수정, 폐기를 위하여 제품믹스를 계획할 수 있다.				○	
			1.2 계획된 제품믹스별 제품수명주기를 분석할 수 있다.				○	
			1.3 자원을 효율적으로 활용하기 위하여 제품 포트폴리오를 구성할 수 있다.				○	
	020103011312_16v3.2	가격전략 실행 계획하기	2.1 매출을 극대화 할 수 있도록 제품가격을 파악할 수 있다.				○	
			2.2 수립된 가격전략에 따라 실행계획을 수립할 수 있다.				○	
	020103011312_16v3.3	유통전략 실행계획하기	3.1 유통경로 유형별 차이를 파악할 수 있다.				○	
			3.2 유통경로별 수립된 유통전략의 실행방안을 계획할 수 있다.				○	
	020103011312_16v3.4	촉진전략 실행계획하기	4.1 목표 고객에게 전달할 마케팅 메시지를 계획할 수 있다.				○	
			4.2 계획된 마케팅 메시지를 효율적으로 전달하기 위한 방법을 설계할 수 있다.				○	
			4.3 설계된 방법과 내부가용자원을 토대로 촉진전략을 계획 할 수 있다.				○	
	0201030114_16v3.1	성과관리계획 수립하기	1.1 마케팅 목표에 따라 마케팅 성과관리 평가항목을 결정할 수 있다.				○	
			1.2 선정된 마케팅 성과관리 평가항목에 따라 적합한 성과지표를 선정할 수 있다.				○	
			1.3 성과지표에 따라 마케팅 성과관리 계획의 세부 시행방안을 수립할 수 있다.				○	

능력단위 요소 및 수행준거	0201030114_16v3.2	성과 분석하기	2.1 마케팅 활동의 성과 분석을 위하여 마케팅 활동 결과 자료를 수집할 수 있다.			○																										
			2.2 수집된 자료에 대하여 성과지표에 따라 마케팅활동 성과를 분석할 수 있다.			○																										
			2.3 분석된 성과에 따라 성과 결과의 원인을 도출할 수 있다.			○																										
	0201030114_16v3.3	분석결과 반영하기	3.1 도출된 원인에 따라 성과가 미흡한 분야에 대한 개선방안을 수립할 수 있다.			○																										
			3.2 도출된 원인에 따라 우수한 분야에 대한 강화방안을 수립할 수 있다.			○																										
			3.3 수립된 방안에 대하여 차기 마케팅 전략 및 실행계획에 반영할 수 있다.			○																										
이수구분	전공선택	이수시간	45	학점	3																											
교육목표	조직의 중·장기 비전과 마케팅목표에 따라 시장을 세분화하고 목표시장을 선정하여 차별적인 경쟁우위를 확보하기 위한 마케팅 전략을 수립하고 실행할 수 있다.																															
교육내용	수행준거 참조																															
교수·학습 방법	<table border="1"><thead><tr><th>A</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>F</th><th>G</th><th>H</th></tr></thead><tbody><tr><td>○</td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></tbody></table> A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타						A	B	C	D	E	F	G	H	○		○															
A	B	C	D	E	F	G	H																									
○		○																														
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위																											
	컴퓨터, 빔프로젝트																															
평가 방법	<table border="1"><thead><tr><th>A</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>F</th><th>G</th><th>H</th><th>I</th><th>J</th><th>K</th><th>L</th><th>M</th></tr></thead><tbody><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></tbody></table> A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)						A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○				○						
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																				
		○				○																										
교육정보	관련 참고자료 등																															

교과목명		마케팅조사론											
관련 학습성과 및 수행준거		3. 기업과 제품의 브랜드 인지도 제고와 이미지 구축을 위해 구체적인 전략을 수립하고 메시지를 개발하여 다양한 매체를 통해 커뮤니케이션할 수 있다. 3.3. 광고 및 마케팅 전략수립에 필요한 정보를 제공하기 위해 과학적이고 체계적인 조사계획, 자료수집, 자료 분석을 수행할 수 있다.											
		직무명	능력단위코드	능력단위(수준)	NCS 학습모듈								
직무 및 능력단위		0201030301_16v2	통계조사계획										
능력단위 요소 및 수행준거	0201030301_16v2.1	통계조사 목적수립하기	1.1 조사에 필요한 고객의 요구사항을 분석할 수 있다.	○									
			1.2 수집된 요구사항에 따라 조사목적을 수립할 수 있다.	○									
			1.3 조사목적을 달성하기 위한 세부 목표를 설정할 수 있다.	○									
	0201030301_16v2.2	조사내용 결정하기	2.1 수립된 조사목적에 따라 조사 가능한 주요 조사 내용을 도출할 수 있다.	○									
			2.2 주요 조사 내용에 대하여 측정 가능한 방법을 결정할 수 있다.	○									
			2.3 결정된 측정방법을 고려하여 주요 조사 내용을 결정할 수 있다.	○									
	0201030301_16v2.3	조사방법 결정하기	3.1 결정된 조사내용에 따라 적용 가능한 조사 방법의 목록을 작성할 수 있다.	○									
			3.2 조사 목적을 달성하기 위하여 작성된 조사방법들을 비교분석할 수 있다.	○									
			3.3 비교분석 결과에 따라 최적의 조사방법을 결정할 수 있다.	○									
	0201030301_16v2.4	실행계획 수립하기	4.1 조사내용과 방법을 고려하여 조사환경을 분석할 수 있다.	○									
			4.2 분석된 조사 환경과 조사예산을 고려하여 조사 범위를 결정할 수 있다.	○									
			4.3 조사수행에 필요한 통계조사 실행계획을 수립할 수 있다.	○									
이수구분	전공선택	이수시간	3	학점	2								
교육목표	광고 및 마케팅 전략수립에 필요한 정보를 제공하기 위해 과학적이고 체계적인 조사계획, 자료수집, 자료 분석을 수행할 수 있다.												
교육내용	수행준거 참조												
교수·학습 방법	A	B	C	D	E	F	G	H					
	○		○										
A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타													
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위								
	컴퓨터, 빔프로젝트, 통계프로그램												
평가 방법	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
			○				○						
A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)													
교육정보	관련 참고자료 등												

교과목명		고객관계관리			
관련 학습성과 및 수행준거		4. 현재의 고객과 잠재고객의 이해를 바탕으로 고객데이터를 수집, 정제, 유지하고 기업과 브랜드에 호감도가 높은 고객의 유지와 확산을 위해 고객만족 및 고객관리를 수행할 수 있다. 4.1 기업 경영 및 마케팅에 활용하기 위해 잠재고객을 포함한 기존고객과 기업 간의 관계를 관리하고 이를 유지 확산할 수 있다.			
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드	능력단위(수준)	NCS 학습모듈	
		0201030209_15v1	고객분석과 데이터 관리(4)		
		0201030210_15v1	고객자원과 고객관리 실행(4)		
능력단위 요소 및 수행준거	능력단위 요소 코드	능력단위 요소 (수준)	수행준거	NCS 적용 여부	
	0201030209_15v1.1	대상고객 선정하기	1.1 고객 분석의 목적에 따라 대상 고객의 분류기준을 설정할 수 있다.	○	
			1.2 설정된 고객 분류기준에 따라 고객 데이터를 추출할 수 있다.	○	
			1.3 추출된 데이터를 활용하여 고객분석을 위한 대상 고객을 선정할 수 있다.	○	
	0201030209_15v1.2	고객정보 분석하기	2.1 선정된 대상 고객에 대한 분석 목적에 따라 분석기준을 설정할 수 있다.	○	
			2.2 설정된 분석기준을 토대로 분석방법을 결정할 수 있다.	○	
			2.3 결정된 분석방법에 따라 고객정보를 분석할 수 있다.	○	
	0201030209_15v1.3	고객유형 결정하기	3.1 고객을 체계적으로 관리하기 위하여 내·외부 고객의 범위를 결정할 수 있다.	○	
			3.2 고객을 체계적으로 관리하기 위하여 상·하류 공급망 고객의 범위를 결정할 수 있다.	○	
			3.3 고객정보 분석 결과를 활용하여 관계 형성 정도에 따른 고객의 범위를 결정할 수 있다.	○	
	0201030209_15v1.4	고객 데이터 수집하기	4.1 수립된 고객관리계획을 토대로 수집된 고객 데이터를 유형별로 분류할 수 있다.	○	
			4.2 정리된 고객 데이터 유형에 따라 데이터 수집방법을 결정할 수 있다.	○	
			4.3 결정된 데이터 수집방법에 따라 고객 데이터를 수집할 수 있다.	○	
	0201030209_15v1.5	고객 데이터 정제하기	5.1 수집된 데이터에서 고객관리 목적에 맞지 않는 데이터를 제거할 수 있다.	○	
			5.2 수집된 데이터에서 고객관리 목적에 맞도록 데이터를 추출할 수 있다.	○	
			5.3 추출된 데이터에서 이상치와 결측치를 파악하여 데이터를 보완할 수 있다.	○	
	0201030209_15v1.6	고객 데이터 유지하기	6.1 고객 데이터를 관리하기 위하여 데이터 관리 지침을 수립할 수 있다.	○	
			6.2 데이터 관리지침에 정의된 보안등급에 따라 데이터 접근권한을 설정할 수 있다.	○	
			6.3 데이터 관리 지침을 토대로 저장된 데이터를 지속적으로 관리할 수 있다.	○	
	0201030210_15v1.1	고객요구사항 파악하기	1.1 고객의 요구를 충족시키기 위하여 요구사항을 파악할 수 있다.	○	
			1.2 파악된 요구사항을 조직의 특성을 고려하여 요구사항을 분류할 수 있다.	○	
			1.3 분류된 요구사항을 고객응대 매뉴얼에 따라 담당자를 지정할 수 있다.	○	
	0201030210_15v1.2	고객요구사항 대응하기	2.1 대응매뉴얼과 과거 고객요구 이력사항에 대하여 담당자에게 교육시킬 수 있다.	○	
			2.2 고객 요구사항 처리 과정을 확인하여 고객에게 관련 사항을 설명할 수 있다.	○	

능력단위 요소 및 수행준거	0201030210_15v1.2	고객요구사항 대응하기	2.3 담당자 처리 지연 시 대응 방안을 마련할 수 있다.	○									
			2.4 고객의 요구사항이 처리될 때까지 처리 과정을 모니터링할 수 있다.	○									
	0201030210_15v1.3	고객요구사항 이력 관리하기	3.1 처리한 고객대응결과에 대하여 절차 및 방법의 적합성을 평가할 수 있다.	○									
			3.2 처리된 고객요구사항에 대하여 발생 원인을 분석할 수 있다.	○									
			3.3 고객요구의 주기, 빈도, 피해 정도를 고려하여 위험감지신호를 파악할 수 있다.	○									
			3.4 최종적으로 처리된 결과에 따라 대응매뉴얼을 수정할 수 있다.	○									
			3.5 고객요구 유형과 처리결과에 대하여 데이터베이스화하여 관리할 수 있다.	○									
	0201030210_15v1.4	고객 응대하기	4.1 고객 접점에서 발생하는 문제를 해결하기 위하여 고객의 문의에 응대할 수 있다.	○									
			4.2 불만 고객 발생 시 고객응대 매뉴얼에 따라 불만요소를 처리할 수 있다.	○									
			4.3 고객과의 분쟁 발생 시 유관기관과의 교섭을 통해 문제를 처리할 수 있다.	○									
	0201030210_15v1.5	고객관계 유지하기	5.1 고객유형별 설정된 범위에 따라 고객을 세분화할 수 있다.	○									
			5.2 세분화된 고객을 대상으로 호감도를 높이기 위한 커뮤니케이션 전략을 수립할 수 있다.	○									
5.3 수립된 전략에 따라 고객관계 유지 활동을 수행할 수 있다.			○										
0201030210_15v1.6	고객관계 강화하기	6.1 마케팅 활동의 효율성 제고를 위하여 세분화된 고객에 대한 수익성을 예측할 수 있다.	○										
		6.2 예측된 수익성을 고려하여 고객이탈 방지 활동을 수행할 수 있다.	○										
		6.3 예측된 수익성을 고려하여 고객전환활동을 수행할 수 있다.	○										
이수구분	전공선택	이수시간	45	학점	3								
교육목표	기업 경영 및 마케팅에 활용하기 위해 잠재고객을 포함한 기존고객과 기업 간의 관계를 관리하고 이를 유지 확산할 수 있다.												
교육내용	수행준거 참조												
교수·학습 방법	A	B	C	D	E	F	G	H					
	○		○										
A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타													
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위								
	컴퓨터, 빔프로젝트												
평가 방법	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
			○				○						
A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)													
교육정보	관련 참고자료 등												

교과목명		회계원리1			
관련 학습성과 및 수행준거		5. 기업 및 조직의 회계상 거래를 인식하고, 전표 작성 및 이에 따른 증빙서류를 처리 및 관리를 위하여 회계정보시스템을 운용할 수 있다. 5.1 전표작성 및 이에 따른 증빙서류를 처리 및 관리하고 각 계정을 정리하여 장부를 마감하고 재무제표를 작성할 수 있다.			
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드	능력단위(수준)	NCS 학습모듈	
		0203020101_14v2	전표관리(3)	개발	
		0203020104_14v2	결산관리(4)	개발	
능력단위 요소 및 수행준거	능력단위 요소 코드	능력단위 요소 (수준)	수행준거		NCS 적용 여부
	0203020101_14v2.1	회계상 거래 인식하기	1.1 회계상 거래를 인식하기 위하여 회계상 거래와 일상생활에서의 거래를 구분할 수 있다.		○
			1.2 회계상 거래를 구성 요소별로 파악하여 거래의 결합관계를 차변 요소와 대변 요소로 구분할 수 있다.		○
			1.3 회계상 거래의 결합관계를 통해 거래 종류별로 구분하여 파악할 수 있다.		○
			1.4 거래의 이중성에 따라서 기입된 내용의 분석을 통해 대차평균의 원리를 파악할 수 있다.		○
	0203020101_14v2.2	전표 작성하기	2.1 회계상 거래를 현금거래 유무에 따라 사용되는 입금 전표, 출금 전표, 대체 전표로 구분할 수 있다.		○
			2.2 현금의 수입 거래를 파악하여 입금 전표를 작성할 수 있다.		○
			2.3 현금의 지출 거래를 파악하여 출금 전표를 작성할 수 있다.		○
			2.4 현금의 수입과 지출이 없는 거래를 파악하여 대체 전표를 작성할 수 있다.		○
	0203020101_14v2.3	증빙서류 관리하기	3.1 발생한 거래에 따라 필요한 관련 서류 등을 확인하여 증빙여부를 검토할 수 있다.		○
			3.2 발생한 거래에 따라 관련 규정을 준수하여 증빙서류를 구분·대조할 수 있다.		○
			3.3 증빙서류 관련 규정에 따라 제 증빙자료를 관리할 수 있다.		○
	0203020104_14v2.1	결산분개하기	1.1 회계 관련 규정에 따라 제반서류를 준비할 수 있다.		○
			1.2 손익계정에 관한 결산정리사항을 분개할 수 있다.		○
			1.3 자산·부채계정에 관한 결산정리사항을 분개할 수 있다.		○
	0203020104_14v2.2	장부마감하기	2.1 회계 관련 규정에 따라 주요장부를 마감할 수 있다.		○
			2.2 회계 관련 규정에 따라 보조장부를 마감할 수 있다.		○
			2.3 회계 관련 규정에 따라 각 장부의 오류를 수정할 수 있다		○
			2.4 자본거래를 파악하여 자본의 증감여부를 확인할 수 있다.		○
	0203020104_14v2.3	재무제표 작성하기	3.1 회계 관련 규정에 따라 재무상태표를 작성할 수 있다.		○
			3.2 회계 관련 규정에 따라 손익계산서를 작성할 수 있다.		○
			3.3 회계 관련 규정에 따라 자본변동표를 작성할 수 있다.		○
			3.4 회계 관련 규정에 따라 현금흐름표를 작성할 수 있다.		○

	0203020104_14v2.3	재무제표 작성하기	3.5 회계 관련 규정에 따라 이익잉여금처분계산서를 작성할 수 있다.				○									
			3.6 회계 관련 규정에 따라 재무제표에 대한 주석사항을 표시할 수 있다.				○									
이수구분	전공선택	이수시간	45		학점		3									
교육목표	전표작성 및 이에 따른 증빙서류를 처리 및 관리하고 각 계정을 정리하여 장부를 마감하고 재무제표를 작성할 수 있다.															
교육내용	수행준거 참조															
교수·학습 방법	A		B		C		D	E	F	G	H					
	○				○											
A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타																
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용							자체 능력단위								
	컴퓨터, 빔프로젝트															
평가 방법	A		B		C		D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
					○					○						
A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)																
교육정보	관련 참고자료 등															

교과목명			전산회계																							
관련 학습성과 및 수행준거			5. 기업 및 조직의 회계상 거래를 인식하고, 전표 작성 및 이에 따른 증빙서류를 처리 및 관리를 위하여 회계정보시스템을 운용할 수 있다. 5.3 원활한 재무보고를 위하여 회계 관련 DB마스터 관리, 회계프로그램 운용, 회계정보를 활용할 수 있다.																							
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드	능력단위(수준)		NCS 학습모듈																					
	전산회계	0203020105_14v2	회계정보 시스템 운용(3)		개발																					
능력단위 요소 및 수행준거	능력단위 요소 코드	능력단위 요소 (수준)	수행준거			NCS 적용 여부																				
	0203020105_14v2.1	회계 관련 DB마스터 관리하기	1.1 DB마스터 매뉴얼에 따라 계정과목 및 거래처를 관리할 수 있다.			○																				
			1.2 DB마스터 매뉴얼에 따라 비유동자산의 변경 내용을 관리할 수 있다.			○																				
			1.3 DB마스터 매뉴얼에 따라 개정된 회계 관련 규정을 적용하여 관리할 수 있다.			○																				
	0203020105_14v2.2	회계프로그램 운용하기	2.1 회계프로그램 매뉴얼에 따라 프로그램 운용에 필요한 기초 정보를 입력·수정할 수 있다.			○																				
			2.2 회계프로그램 매뉴얼에 따라 정보 산출에 필요한 자료를 입력·수정할 수 있다.			○																				
			2.3 회계프로그램 매뉴얼에 따라 기간별·시점별로 작성한 각종 장부를 검색·출력할 수 있다.			○																				
			2.4 회계프로그램 매뉴얼에 따라 결산 작업 후 재무제표를 검색·출력할 수 있다.			○																				
	0203020105_14v2.3	회계정보 활용하기	3.1 회계 관련 규정에 따라 회계정보를 활용하여 재무 안정성을 판단할 수 있는 자료를 산출할 수 있다.			○																				
			3.2 회계 관련 규정에 따라 회계정보를 활용하여 수익성과 위험도를 판단할 수 있는 자료를 산출할 수 있다.			○																				
			3.3 경영진 요청 시 회계정보를 제공할 수 있다.			○																				
이수구분	전공선택	이수시간	45		학점	3																				
교육목표		원활한 재무보고를 위하여 회계 관련 DB마스터 관리, 회계프로그램 운용, 회계정보를 활용할 수 있다.																								
교육내용		수행준거 참조																								
교수·학습 방법	A		B		C		D		E		F		G		H											
	○		○																							
A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타																										
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용								자체 능력단위																	
	컴퓨터, 빔프로젝트, 회계프로그램																									
평가 방법	A		B		C		D		E		F		G		H		I		J		K		L		M	
					○								○													
A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)																										
교육정보		관련 참고자료 등																								

교과목명		의료마케팅				
관련 학습성과 및 수행준거		6. 의료기관의 경영목표 달성을 위해 병원경영을 지원하고 다양한 병원 홍보활동 및 마케팅 전략을 수립할 수 있다. 6.2 의료관광 상품을 분석하고 목표시장을 선정하고 차별적 경쟁우위를 확보하는 등 글로벌 의료 기관의 마케팅 전략을 수립할 수 있다.				
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드	능력단위(수준)		NCS 학습모듈	
		0601020103_13v1	병원경영기획			
		0201030112_16v3	마케팅믹스전략 수립(4)			
능력단위 요소 및 수행준거	능력단위 요소 코드	능력단위 요소 (수준)	수행준거			NCS 적용 여부
	0601020103_13v1.1	홍보 마케팅하기	1.1 병원의 미션과 비전 수립을 준비할 수 있다.			○
			1.2 내외부 시장 상황 분석보고서와 마케팅 전략 기획안을 작성할 수 있다.			○
			1.3 경쟁우위분야의 홍보자료를 제공할 수 있다.			X
			1.4 원내외 뉴스레터를 발간, 병원 홍보 동영상, 병원 홍보 브로셔의 기안과 제작을 의뢰할 수 있다.			X
			1.5 병원 이미지 제고를 위해 건강강화를 준비 및 병원 홍보를 위한 국내외 의료봉사를 계획하고 시행할 수 있다.			X
			1.6 의료의 질 관리 계획을 수립하고 시행할 수 있다.			X
	0201030112_16v3.1	제품전략 실행 계획하기	1.1 제품의 추가, 수정, 폐기를 위하여 제품믹스를 분석할 수 있다.			○
			1.2 분석된 제품믹스별 제품수명주기를 분석할 수 있다.			○
			1.3 자원을 효율적으로 활용하기 위하여 제품 포트폴리오를 분석할 수 있다.			○
			1.4 분석된 제품 포트폴리오를 활용하여 제품 전략을 수립할 수 있다.			○
			1.5 수립된 제품 전략에 따라 제품별 브랜드 자산 관리 계획을 수립할 수 있다.			○
	0201030112_16v3.2	가격전략 실행 계획하기	2.1 예상판매량을 극대화 할 수 있도록 제품가격의 영향 요인을 분석할 수 있다.			○
			2.2 분석된 영향 요인을 활용하여 가격 시뮬레이션을 할 수 있다.			○
			2.3 시뮬레이션 결과를 활용하여 가격전략을 수립할 수 있다.			○
	0201030112_16v3.3	유통전략 실행계획하기	3.1 유통경로 선정에 영향을 미치는 요인을 분석할 수 있다.			○
			3.2 분석결과를 토대로 유통경로를 설계할 수 있다.			○
			3.3 설계된 유통경로를 토대로 유통전략을 수립할 수 있다			○
	0201030112_16v3.4	촉진전략 실행계획하기	4.1 목표 고객에게 전달할 마케팅 메시지를 구성할 수 있다.			○
			4.2 마케팅 메시지를 효율적으로 전달하기 위한 방법을 설계할 수 있다.			○
			4.3 설계된 방법과 내부가용자원을 토대로 촉진전략을 수립할 수 있다.			○
이수구분	전공선택	이수시간	45	학점	3	
교육목표	의료관광 상품을 분석하고 목표시장을 선정하고 차별적 경쟁우위를 확보하는 등 글로벌 의료 기관의 마케팅 전략을 수립할 수 있다.					

교육내용	수행준거 참조												
교수·학습 방법	A	B	C	D	E	F	G	H					
	○		○		○								
	A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타												
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용							자체 능력단위					
	컴퓨터, 빔프로젝트												
평가 방법	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
			○				○						
	A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연구 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)												
교육정보	관련 참고자료 등												

교과목명		CS경영						
관련 학습성과 및 수행준거		4. 현재의 고객과 잠재고객의 이해를 바탕으로 고객데이터를 수집, 정제, 유지하고 기업과 브랜드에 호감도가 높은 고객의 유지와 확산을 위해 고객만족 및 고객관리를 수행할 수 있다. 4.2 고객만족 경영을 지원하기 위하여 조직의 제품 및 서비스를 이용하는 고객의 민원을 상담하고, 직원 CS교육, 팀워크 향상기획 및 팀 커뮤니케이션 등을 수행할 수 있다.						
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드		능력단위(수준)		NCS 학습모듈		
		0601020112_16v2		고객관리				
		0601020207_13v1		내부고객관리				
능력단위 요소 및 수행준거	능력단위 요소 코드	능력단위 요소 (수준)	수행준거				NCS 적용 여부	
	0601020112_16v2.1	고객서비스 지원하기	1.1 고객관련 안내 및 민원 상담을 할 수 있다.				○	
			1.2 고객 접점별 서비스를 점검하고 개선방안을 도출할 수 있다.				○	
			1.3 고객만족도 조사를 시행하여 서비스 제고에 필요한 기초자료를 제공할 수 있다.				○	
	0601020207_13v1.1	직원 CS 교육하기	1.1 의료 환경과 트렌드 변화에 따라 직원 CS교육 프로그램을 계획할 수 있다.				○	
			1.2 직원 CS의 문제점이 발생할 경우 CS개선방향을 제시할 수 있다.				○	
			1.3 직원의 환자응대 서비스평가를 통해 직원 CS 교육을 시행할 수 있다.				○	
			1.4 직원 CS교육 이후 평가한 내용을 바탕으로 직원 CS교육자료를 수정·보완할 수 있다.				○	
			1.5 수정·보완한 교육자료를 활용하여 정기적으로 체계화 된 직원 CS교육을 시행할 수 있다.				○	
	0601020207_13v1.2	팀워크향상 프로그래 기획하기	2.1 정기적으로 내부직원 설문지 작성을 통해 직원 만족도를 파악할 수 있다.				○	
			2.2 직원들의 병원근무 애로사항을 파악하여 개선 방안을 제안할 수 있다.				○	
			2.3 팀워크 향상을 위한 팀워크 교육프로그램을 기획할 수 있다.				○	
			2.4 팀워크 교육프로그램 진행에 대한 만족도를 피드백 할 수 있다.				○	
	0601020207_13v1.3	팀 커뮤니케이션 진행하기	3.1 연간, 월별, 파트별 팀 공식 커뮤니케이션 증진을 위한 행사를 계획할 수 있다.				○	
			3.2 팀 공식 커뮤니케이션 계획서와 보고서를 작성할 수 있다.				○	
			3.3 팀 커뮤니케이션 활성화를 위한 공식 커뮤니케이션을 정기적으로 진행할 수 있다.				○	
			3.4 팀 구성원의 동기부여를 위한 다양한 비공식 커뮤니티를 제안할 수 있다.				○	
	이수구분	전공선택	이수시간	45	학점	3		
교육목표	고객만족 경영을 지원하기 위하여 조직의 제품 및 서비스를 이용하는 고객의 민원을 상담하고, 직원 CS교육, 팀워크 향상기획 및 팀 커뮤니케이션 등을 수행할 수 있다.							
교육내용	수행준거 참조							
교수·학습 방법	A	B	C	D	E	F	G	H
	○		○		○			
A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타								

장비 및 도구	NCS 능력단위 활용							자체 능력단위						
	컴퓨터, 빔프로젝트													
평가 방법	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	
			○				○							
교육정보	A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)													
교육정보	관련 참고자료 등													

■ 일반교과목

교과목명			경영학원론																																				
관련 학습성과 및 수행준거			1. 기업의 기본경영 원리를 이해하고 창업 마인드 향상 및 창의적인 사고를 통해 자기 개발을 할 수 있다. 1.1 기업의 개념을 이해하고 기업 경영에 기본이 되는 마케팅, 생산, 회계, 인사, 재무, 국제경영 등 여러 분야에 대한 경영원리를 파악할 수 있다.																																				
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드		능력단위(수준)		NCS 학습모듈																																	
	-	-		-		-																																	
		-		-		-																																	
이수구분	전공선택	이수시간	3		학점	3																																	
교육목표	기업의 개념을 이해하고 기업 경영에 기본이 되는 마케팅, 생산, 회계, 인사, 재무, 국제경영 등 여러 분야에 대한 경영원리를 파악할 수 있다.																																						
교육내용	기업의 개념 및 경영원리를 이해하고 현대 기업경영의 주요 기능분야인 마케팅, 생산, 회계, 재무, 인사, MS에 대해 포괄적으로 학습한다.																																						
교수·학습 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>○</td></tr></table>							A	B	C	D	E	F	G	H	○							○																
	A	B	C	D	E	F	G	H																															
○							○																																
A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타																																							
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위																																		
	컴퓨터, 빔프로젝트																																						
평가 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>													A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○				○						
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																										
		○				○																																	
A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)																																							
교육정보	관련 참고자료 등																																						

교과목명		병원경영학																																				
관련 학습성과 및 수행준거		6. 의료기관의 경영목표 달성을 위해 병원경영을 지원하고 다양한 병원 홍보활동 및 마케팅 전략을 수립할 수 있다. 6.1 의료기관 운영에 필요한 법률, 경영지원 및 원물관리 등에 대한 병원경영의 미션과 비전 수립을 지원하고 내·외부 시장 상황을 분석하여 병원경영 전략을 수립할 수 있다.																																				
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드	능력단위(수준)		NCS 학습모듈																																	
	-	-	-		-																																	
		-	-		-																																	
이수구분	전공선택	이수시간	3		학점	3																																
교육목표	의료기관 운영에 필요한 법률, 경영지원 및 원물관리 등에 대한 병원경영의 미션과 비전 수립을 지원하고 내·외부 시장 상황을 분석하여 병원경영 전략을 수립할 수 있다.																																					
교육내용	의료기관 경영에 필요한 법률, 경영, 홍보·원무·정보시스템, 구매 및 자산관리, 회계·재무·예산, 인적자원관리, 대고객서비스 등 병원 경영에 필요한 총체적인 부분을 학습한다.																																					
교수·학습 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>○</td></tr></table> <p>A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타</p>						A	B	C	D	E	F	G	H		○						○																
	A	B	C	D	E	F	G	H																														
	○						○																															
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용			자체 능력단위																																		
평가 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> <p>A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)</p>												A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○				○						
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																									
		○				○																																
교육정보	관련 참고자료 등																																					

교과목명			소비자행동론																																			
관련 학습성과 및 수행준거			3. 기업과 제품의 브랜드 인지도 제고와 이미지 구축을 위해 구체적인 전략을 수립하고 메시지를 개발하여 다양한 매체를 통해 커뮤니케이션할 수 있다. 3.2 광고 및 마케팅 전략 수립에 필요한 소비자 정보를 제공하기 위해 소비자의 구매행동 및 심리를 분석할 수 있다.																																			
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드		능력단위(수준)		NCS 학습모듈																																
	-	-		-		-																																
		-		-		-																																
이수구분	전공선택	이수시간	3		학점	3																																
교육목표	광고 및 마케팅 전략 수립에 필요한 소비자 정보를 제공하기 위해 소비자의 구매행동 및 심리를 분석할 수 있다.																																					
교육내용	소비자 지향적 마케팅의 실천에 필요한 소비자 정보를 습득하고 소비자행동 이해를 위해 소비자의 의사결정과정과 정보처리과정 등을 학습한다.																																					
교수·학습 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>○</td></tr></table> A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타							A	B	C	D	E	F	G	H	○							○															
	A	B	C	D	E	F	G	H																														
○							○																															
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위																																	
	컴퓨터, 빔프로젝트																																					
평가 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)												A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○				○						
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																									
		○				○																																
교육정보	관련 참고자료 등																																					

교과목명		인적자원관리론																														
관련 학습성과 및 수행준거		1. 기업의 기본경영 원리를 이해하고 창업 마인드 향상 및 창의적인 사고를 통해 자기 개발을 할 수 있다. 1.1 기업의 개념을 이해하고 기업 경영에 기본이 되는 마케팅, 생산, 회계, 인사, 재무, 국제경영 등 여러 분야에 대한 경영원리를 파악할 수 있다.																														
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드	능력단위(수준)		NCS 학습모듈																											
	-	-	-		-																											
		-	-		-																											
이수구분	전공선택	이수시간	3		학점	3																										
교육목표	기업의 개념을 이해하고 기업 경영에 기본이 되는 마케팅, 생산, 회계, 인사, 재무, 국제경영 등 여러 분야에 대한 경영원리를 파악할 수 있다.																															
교육내용	조직의 구성원들이 지니고 있는 잠재능력을 최대한도로 발전시키고, 이를 효과적으로 이용할 수 있는 체계적인 노동력의 관리방안을 학습한다.																															
교수 · 학습 방법	<table border="1"><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타						A	B	C	D	E	F	G	H	○																	
A	B	C	D	E	F	G	H																									
○																																
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용			자체 능력단위																												
평가 방법	<table border="1"><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)						A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○				○						
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																				
		○				○																										
교육정보	관련 참고자료 등																															

교과목명		중국어																																				
관련 학습성과 및 수행준거		1. 기업의 기본경영 원리를 이해하고 창업 마인드 향상 및 창의적인 사고를 통해 자기 개발을 할 수 있다. 1.3 미래 예측방법을 이해하고 글로벌 리더가 필요로 하는 덕목과 창의적인 사고방식의 함양으로 자기개발을 할 수 있다.																																				
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드		능력단위(수준)		NCS 학습모듈																																
	-	-		-		-																																
		-		-		-																																
이수구분	전공선택	이수시간	2		학점	2																																
교육목표	1.3 미래 예측방법을 이해하고 글로벌 리더가 필요로 하는 덕목과 창의적인 사고방식의 함양으로 자기개발을 할 수 있다.																																					
교육내용	중국어 기초학습으로 말하기, 듣기, 쓰기, 읽기를 배우며 중국문화에 대해서도 학습한다.																																					
교수·학습 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td>○</td><td></td></tr></table> A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타							A	B	C	D	E	F	G	H			○				○																
	A	B	C	D	E	F	G	H																														
		○				○																																
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위																																	
평가 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>○</td></tr></table> A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)												A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○										○
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																									
		○										○																										
교육정보	관련 참고자료 등																																					

교과목명			글로벌미래경영																																				
관련 학습성과 및 수행준거			1. 기업의 기본경영 원리를 이해하고 창업 마인드 향상 및 창의적인 사고를 통해 자기 개발을 할 수 있다. 1.3 미래 예측방법을 이해하고 글로벌 리더가 필요로 하는 덕목과 창의적인 사고방식의 함양으로 자기개발을 할 수 있다.																																				
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드		능력단위(수준)		NCS 학습모듈																																	
	-	-		-		-																																	
		-		-		-																																	
이수구분	전공선택	이수시간	3		학점	3																																	
교육목표	미래 예측방법을 이해하고 글로벌 리더가 필요로 하는 덕목과 창의적인 사고방식의 함양으로 자기개발을 할 수 있다.																																						
교육내용	세계경제와 문화에 대해 토론하고 다양한 글로벌 이슈를 통해 미래사회에 대한 관심과 폭넓은 사고를 유도하고 스스로 미래에 대비하는 인재가 되도록 학습한다.																																						
교수·학습 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td>○</td><td></td><td>○</td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>							A	B	C	D	E	F	G	H	○		○	○																				
	A	B	C	D	E	F	G	H																															
○		○	○																																				
	A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타																																						
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위																																		
	컴퓨터, 빔프로젝트																																						
평가 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>○</td></tr></table>													A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M		○											○
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																										
	○											○																											
	A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)																																						
교육정보	관련 참고자료 등																																						

교과목명		상권분석																																					
관련 학습성과 및 수행준거		2. 마케팅 목표 수립과 목표시장에 대한 체계적인 마케팅 실행 방안을 설계하고 실행할 수 있다. 2.1 조직의 중 · 장기 비전과 마케팅목표에 따라 시장을 세분화하고 목표시장을 선정하여 차별적인 경쟁우위를 확보하기 위한 마케팅 전략을 수립하고 실행할 수 있다.																																					
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드	능력단위(수준)		NCS 학습모듈																																		
	-	-	-		-																																		
		-	-		-																																		
이수구분	전공선택	이수시간	3		학점	3																																	
교육목표	조직의 중 · 장기 비전과 마케팅목표에 따라 시장을 세분화하고 목표시장을 선정하여 차별적인 경쟁우위를 확보하기 위한 마케팅 전략을 수립하고 실행할 수 있다.																																						
교육내용	마케팅의 기초이론을 바탕으로 상권의 입지유형 및 입지선정의 중요성, 상업지의 입지 조건과 소비자 접근성 등 다각적 유형을 학습한다.																																						
교수 · 학습 방법	<table><tr><th>A</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>F</th><th>G</th><th>H</th></tr><tr><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>						A	B	C	D	E	F	G	H	○				○																				
	A	B	C	D	E	F	G	H																															
○				○																																			
A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타																																							
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위																																		
	컴퓨터, 빔프로젝트																																						
평가 방법	<table><tr><th>A</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>F</th><th>G</th><th>H</th><th>I</th><th>J</th><th>K</th><th>L</th><th>M</th></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>													A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○				○						
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																										
		○				○																																	
A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)																																							
교육정보	관련 참고자료 등																																						

교과목명		유통업실무																																					
관련 학습성과 및 수행준거		2. 마케팅 목표 수립과 목표시장에 대한 체계적인 마케팅 실행 방안을 설계하고 실행할 수 있다. 2.3 효율적인 마케팅 수행을 위해 상권을 분석하고 제품, 시장 및 환경요인을 분석하여 유통경로를 설계하고 유통전략을 수립할 수 있다.																																					
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드	능력단위(수준)		NCS 학습모듈																																		
	-	-	-		-																																		
		-	-		-																																		
이수구분	전공선택	이수시간	3		학점	3																																	
교육목표																																							
교육내용		유통관리 이론을 바탕으로 소매업 및 도매업 업무에 직접 적용할 수 있는 현장 중심의 실습위주로 학습한다.																																					
교수 · 학습 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>○</td></tr></table>						A	B	C	D	E	F	G	H		○						○																	
	A	B	C	D	E	F	G	H																															
	○						○																																
		A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타																																					
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용			자체 능력단위																																			
	컴퓨터, 빔프로젝트																																						
평가 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>													A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○		○								
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																										
		○		○																																			
		A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)																																					
교육정보		관련 참고자료 등																																					

교과목명		창업마케팅																																				
관련 학습성과 및 수행준거		2. 마케팅 목표 수립과 목표시장에 대한 체계적인 마케팅 실행 방안을 설계하고 실행할 수 있다. 2.1 조직의 중·장기 비전과 마케팅목표에 따라 시장을 세분화하고 목표시장을 선정하여 차별적인 경쟁우위를 확보하기 위한 마케팅 전략을 수립하고 실행할 수 있다.																																				
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드	능력단위(수준)		NCS 학습모듈																																	
	-	-	-		-																																	
		-	-		-																																	
이수구분	전공선택	이수시간	3		학점	3																																
교육목표	조직의 중·장기 비전과 마케팅목표에 따라 시장을 세분화하고 목표시장을 선정하여 차별적인 경쟁우위를 확보하기 위한 마케팅 전략을 수립하고 실행할 수 있다.																																					
교육내용	창업절차, 창업지원제도 등을 학습하고 마케팅의 기본개념을 바탕으로 다양한 사례를 통해 창업 및 벤처비즈니스의 마케팅 전략에 대해 학습한다.																																					
교수· 학습 방법	<table><tr><th>A</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>F</th><th>G</th><th>H</th></tr><tr><td>○</td><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타						A	B	C	D	E	F	G	H	○			○																				
	A	B	C	D	E	F	G	H																														
○			○																																			
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위																																	
	컴퓨터, 빔프로젝트																																					
평가 방법	<table><tr><th>A</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>F</th><th>G</th><th>H</th><th>I</th><th>J</th><th>K</th><th>L</th><th>M</th></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)												A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○		○								
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																									
		○		○																																		
교육정보	관련 참고자료 등																																					

교과목명		유통중국어																															
관련 학습성과 및 수행준거		1. 기업의 기본경영 원리를 이해하고 창업 마인드 향상 및 창의적인 사고를 통해 자기 개발을 할 수 있다. 1.3 미래 예측방법을 이해하고 글로벌 리더가 필요로 하는 덕목과 창의적인 사고방식의 함양으로 자기개발을 할 수 있다.																															
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드		능력단위(수준)		NCS 학습모듈																											
	-	-		-		-																											
		-		-		-																											
이수구분	전공선택	이수시간		2		학점	2																										
교육목표		미래 예측방법을 이해하고 글로벌 리더가 필요로 하는 덕목과 창의적인 사고방식의 함양으로 자기개발을 할 수 있다.																															
교육내용		중국어 기초과정에서 습득한 기본 어휘와 기본문형을 기반으로 유통산업 분야에서 사용하는 어휘를 심층 학습한다.																															
교수·학습 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>○</td></tr></table>							A	B	C	D	E	F	G	H	○							○										
	A	B	C	D	E	F	G	H																									
○							○																										
		A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타																															
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위																												
	컴퓨터, 빔프로젝트																																
평가 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>○</td></tr></table>							A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○										○
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																				
		○										○																					
		A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)																															
교육정보		관련 참고자료 등																															

교과목명		원가회계																																					
관련 학습성과 및 수행준거		5. 기업 및 조직의 회계상 거래를 인식하고, 전표 작성 및 이에 따른 증빙서류를 처리 및 관리를 위하여 회계정보시스템을 운용할 수 있다. 5.1 기업경영에 있어서 의사결정에 유용한 정보를 제공하기 위해 제품별 원가정보를 계산하고 재무 분석을 수행할 수 있다.																																					
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드		능력단위(수준)		NCS 학습모듈																																	
	-	-		-		-																																	
		-		-		-																																	
이수구분	전공선택	이수시간	3		학점	3																																	
교육목표	기업경영에 있어서 의사결정에 유용한 정보를 제공하기 위해 제품별 원가정보를 계산하고 재무 분석을 수행할 수 있다.																																						
교육내용	원가계산의 원리와 방법, 각종 원가계산 방법을 통한 계산과 배분을 학습한다.																																						
교수·학습 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>○</td></tr></table>							A	B	C	D	E	F	G	H	○							○																
	A	B	C	D	E	F	G	H																															
○							○																																
A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타																																							
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위																																		
	컴퓨터, 빔프로젝트																																						
평가 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>○</td></tr></table>													A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○										○
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																										
		○										○																											
A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)																																							
교육정보	관련 참고자료 등																																						

교과목명			재무관리																																				
관련 학습성과 및 수행준거			5. 기업 및 조직의 회계상 거래를 인식하고, 전표 작성 및 이에 따른 증빙서류를 처리 및 관리를 위하여 회계정보시스템을 운용할 수 있다. 5.1 기업경영에 있어서 의사결정에 유용한 정보를 제공하기 위해 제품별 원가정보를 계산하고 재무 분석을 수행할 수 있다.																																				
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드	능력단위(수준)		NCS 학습모듈																																		
	-	-	-		-																																		
		-	-		-																																		
이수구분	전공선택	이수시간	3		학점	3																																	
교육목표	기업경영에 있어서 의사결정에 유용한 정보를 제공하기 위해 제품별 원가정보를 계산하고 재무 분석을 수행할 수 있다.																																						
교육내용	재무분석과 예산통제, 자본조달방침, 단기재무계획, 신설기업의 재무계획, 사업확장계획, 재무정리 그리고 현금관리, 매출채권의 관리, 재무통제 등을 학습한다.																																						
교수·학습 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>○</td></tr></table> A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타							A	B	C	D	E	F	G	H	○							○																
	A	B	C	D	E	F	G	H																															
○							○																																
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위																																		
	컴퓨터, 빔프로젝트																																						
평가 방법	<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>○</td></tr></table> A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)													A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○										○
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																										
		○										○																											
교육정보	관련 참고자료 등																																						

교과목명		글로벌마케팅																																					
관련 학습성과 및 수행준거		2. 마케팅 목표 수립과 목표시장에 대한 체계적인 마케팅 실행 방안을 설계하고 실행할 수 있다. 2.1 조직의 중·장기 비전과 마케팅목표에 따라 시장을 세분화하고 목표시장을 선정하여 차별적인 경쟁우위를 확보하기 위한 마케팅 전략을 수립하고 실행할 수 있다.																																					
직무 및 능력단위	직무명	능력단위코드	능력단위(수준)		NCS 학습모듈																																		
	-	-	-		-																																		
		-	-		-																																		
이수구분	전공선택	이수시간	3		학점	3																																	
교육목표	조직의 중·장기 비전과 마케팅목표에 따라 시장을 세분화하고 목표시장을 선정하여 차별적인 경쟁우위를 확보하기 위한 마케팅 전략을 수립하고 실행할 수 있다.																																						
교육내용	세계화에 따라 국제기업의 마케팅 활동에 미치는 환경적 요인을 기초로 다국적 기업의 마케팅 정책수립에 영향을 미치는 문화적 정치적 환경 및 법률적 제약을 이해하고, 투자국의 기업환경에 적응하기 위한 마케팅의 관리내용을 체계적으로 학습한다.																																						
교수·학습 방법	<table><tr><th>A</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>F</th><th>G</th><th>H</th></tr><tr><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>							A	B	C	D	E	F	G	H	○				○																			
	A	B	C	D	E	F	G	H																															
○				○																																			
A.이론강의 B.실습 C.발표 D.토론 E.팀프로젝트 F.캡스톤디자인 G.포트폴리오(학습자/교수자) H.기타																																							
장비 및 도구	NCS 능력단위 활용				자체 능력단위																																		
	컴퓨터, 빔프로젝트																																						
평가 방법	<table><tr><th>A</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>F</th><th>G</th><th>H</th><th>I</th><th>J</th><th>K</th><th>L</th><th>M</th></tr><tr><td></td><td></td><td>○</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>○</td></tr></table>													A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M			○										○
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M																										
		○										○																											
A. 포트폴리오 B. 문제해결시나리오 C. 서술형시험 D. 논술형시험 E. 사례연구 F. 평가자 질문 G. 평가자 체크리스트 (예 : 보고서나 작품에 대한 평가자 체크리스트) H. 피평가자 체크리스트 I. 일지/저널 J. 역할연기 K. 구두발표 L. 작업장평가 M. 기타(선다형 등)																																							
교육정보	관련 참고자료 등																																						

7. 학습성과 평가 인증 기준

여러분이 달성한 학습성과는 졸업시 총괄평가 결과와 교과목 이수 과정에서 얻은 평가 결과를 바탕으로 인증서를 수여합니다. “인증서”는 해당 직무를 성공적으로 수행할 수 있는 역량을 갖추었음을 대전보건대학교 총장님이 인증하는 서류입니다.

수준		인증수준 (1000점 만점 기준)	
인증	우수	마케팅 직무의 입직단계에서 요구되는 지식과 기술을 충분히 갖추고 있어서 상급자의 많은 도움없이도 신입 마케터로서의 직무를 수행할 수 있는 역량을 갖추었음	800점 이상
	충족	마케팅 직무의 입직단계에서 요구되는 지식과 기술을 갖추고 있지만, 상급자의 일정한 지도를 통해 신입 마케터로서의 직무를 수행할 수 있는 역량을 갖추었음	600점 이상
미인증	미흡	마케팅 직무의 입직단계에서 요구되는 지식과 기술을 미흡한 정도로 갖추어 상급자의 상당한 지도와 도움을 통해 신입 마케터로서의 직무를 수행할 수 있는 역량을 갖추었음	600점 미만

8. 학습성과 평가 체계

No	학습성과별 배점		평가도구별배점						비고
			교과기반평가(80%)		총괄평가(20%)				
	가중치	점수 (1000점)	교과명	배점합	평가도구명	비율	배점	배점합	
1	12%	120점	글로벌미래경영, 유통중국어, 중국어, 창업마케팅, 인적자원관리론, 경영학원론	120점		0	점	0점	
2	24%	240점	마케팅원론, 머천다이징, 마케팅전략, 물류유통관리, 상권분석과사업계획서, 유통업실무, 글로벌마케팅, 상품전략론	240점		0	점	0점	
3	12%	120점	마케팅조사론, 소비자행동론, 광고관리	120점		0	점	0점	
4	22%	220점	의사소통과문제해결, 의료고객상담및CS, 고객관리실습	120점	종합적관찰	100%	100점	100점	
5	12%	120점	회계원리2, 회계원리1, 전산회계, 재무관리, 원가회계	120점		0	점	0점	
6	18%	180점	병원경영및의료서비스, 의료마케팅	80점	발표평가	100%	100점	100점	
총계	100%	1000점	-	800점	-	-	-	200점	

※ 학습성과별 평가점수 산정시 총 1,000점 만점을 기준으로, 교과기반평가 및 총괄평가의 비율에 따라 각각 배점을 부여