

교육 과정 소개서.

(FAST MBA 2020) 올인원 패키지 Online



강의정보

강의장	온라인 강의 데스크탑, 노트북, 모바일 등
수강 기간	평생 소장
상세페이지	https://www.fastcampus.co.kr/biz_online_newfastmba
담당	패스트캠퍼스 고객경험혁신팀
강의시간	37:17:07
문의	강의 관련 전화 문의: 02-568-9886 수료증 및 행정 문의: 02-501-9396 / help.online@fastcampus.co.kr

강의특징

나만의 속도로	낮이나 새벽이나 내가 원하는 시간대 에 나의 스케줄대로 수강
원하는 곳 어디서나	시간을 쪼개 먼 거리를 오가며 오프라인 강의장을 찾을 필요 없이 어디서든 수강
무제한 복습	무엇이든 반복적으로 학습해야 내것이 되기에 이해가 안가는 구간 몇번이고 재생



강의목표

- 회사 전체 경영의 overall view와 CEO로서의 perspective를 기르기 위한 기초내용 습득하겠다는 분
- 1-2년이라는 시간과 수천만원 비용을 들여 배우는 것보다 빠르고 작은 투자로 지금 당장 학습 실행하겠다는 분
- 경영대 전공자 못지 않은 이론과 대학에서는 알려주지 않는 가장 최신의 사례를 습득하겠다는 분
- 모든 직장인들의 팀/ 사업부/ 회사의 발전을 위한 경영의 모든 분야를 알려드립니다.

강의요약

- 2020년의 가장 최신화된 MBA 커리큘럼으로 경영의 기초부터 심화까지 가르칩니다.
- 이론보다 실무자들이, 실질적인 변화와 가치를 위한 필요한 지식과 스킬들로 구성됩니다.
- 21세기의 새로운 글로벌 언어인 기술에 대해 이해하고 엔지니어들과 소통하는 방법을 배웁니다.



강사

김태완	과목	- 경영전략
	약력	- 전) 한국능률협회 컨설팅 비즈니스 총괄 - 전) 컨설팅 프로젝트 약 250여건 수행 및 운영
권영준	과목	- 린 스타트업
	약력	- 현) 연세대학교 겸임 교수 - 현) K-ICT 창업 멘토링 센터 CEO 멘토 - 저서) 록앤롤 청년 창업, KDB 창업 프로그램 교안 등
정상민	과목	- 전략적 인적자원 관리
	약력	- 현) 국가공인 경영지도사 - 저서) MBA 스펙업 바이블
김윤태	과목	- 마케팅의 기본/이론
	약력	- 현) 한양대학교 겸임 교수 - 전) LG 생활건강 브랜드 매니저 - 전) CJ CGV 마케팅 팀장 - 전) 삼성물산 글로벌 브랜드 매니저



강사

임경덕	과목	- 데이터기반 의사 결정
	약력	- 현) 국내 5개 카드사 데이터 분석사 - 전) 금융업, 유통업, 제조업 등 데이터 분석 프로젝트 및 교육
박지웅	과목	- 스타트업 VC 투자와 M&A
	약력	- 현) Fast Track Asia Co., Ltd. CEO - 전) 스톤브릿지 최연소 벤처캐피탈리스트 및 투자팀장
구성섭	과목	- 회계/재무
	약력	- 현) 삼일회계법인



CURRICULUM

01.

[경영의 Essential] 기업가 정신

파트별 수강시간 : 1:35:11

기업가정신이란
4차 산업혁명 시대, 변화하는 세계 - 1
4차 산업혁명 시대, 변화하는 세계 - 2
모든 것은 기업가 정신에서 시작된다 - 1
모든 것은 기업가 정신에서 시작된다 - 2
모든 것은 기업가 정신에서 시작된다 - 3
변화 속에서 미래를 찾는 법 - 1
변화 속에서 미래를 찾는 법 - 2
구직 vs 창직 - 1
구직 vs 창직 - 2
미래 인재의 생존 조건 - 1
미래 인재의 생존 조건 - 2

CURRICULUM

02.

[경영의 Essential] 데이터 기반 의사결정

파트별 수강시간 : 0:51:10

어제와 오늘, 그리고 내일 - 데이터 기반 의사결정의 대두 - 1
어제와 오늘, 그리고 내일 - 데이터 기반 의사결정의 대두 - 2
어제까지의 데이터 - 데이터 기반 의사결정의 이해 - 1
어제까지의 데이터 - 데이터 기반 의사결정의 이해 - 2
오늘의 데이터 분석 - 데이터 분석 과정의 이해 - 1
오늘의 데이터 분석 - 데이터 분석 과정의 이해 - 2
데이터와 내일 - 데이터 기반 의사결정을 위한 준비



CURRICULUM

03. [경영의 Essential] 의사결정을 위한 회계원리

파트별 수강시간 : 2:11:12

재무제표 구성요소
재무상태표 알려주는 정보 습득하기
손익계산서가 알려주는 정보 습득하기
재무상태표와 손익계산서와의 상호관계
손익계산서와 현금흐름표의 큰 차이
자본변동표와 주식사항에서 놓치지 말아야 하는 포인트
제조업' 재무제표 분석 사례
수주업' 재무제표 분석 사례
유통업' 재무제표 분석 사례
서비스업' 재무제표 분석 사례
바이오_ 제약업' 재무제표 분석 사례
금융업' 재무제표 분석 사례

CURRICULUM

04. [경영의 Essential] 자금조달 및 예산집행을 위한 재무

파트별 수강시간 : 2:23:50

회계정보와 재무관리
순자산가치와 재무실사(FDD)
현금흐름할인가치(DCF)를 통한 수익가치평가
현금흐름 도출구조와 EBITDA 산출
가중평균자본비용과 부채의 의미
자금조달비용 측면에서의 자기자본비용
NPV, IRR, PP 등 경제성지표를 통한 투자의사결정
변동비&고정비 효과를 통한 영업레버리지
원가정보를 활용한 BEP분석
PER와 PBR 등 Multiple을 활용한 상대가치
채권금리와 채권가격
파생상품의 종류와 특징



CURRICULUM

05.

[경영의 Essential] 회계의 흐름을 읽는 관리회계

파트별 수강시간 : 1:59:35

원가관리 회계의 기초개념
제조원가의 구분과 흐름
개별원가계산
부문별 제조간접원가의 배분
활동기준원가계산
종합원가계산
정상공손과 비정상공손
표준원가계산
원가 차이 분석과 예외에 의한 관리
원가-조업도-조업도분석
자본예산

CURRICULUM

06.

[경영의 Essential] 마케팅의 기본

파트별 수강시간 : 3:46:51

Intro
Brand 관리
Brand 포트폴리오
Brand 컨셉
Brand vs. Branding
Brand 현재
환경분석
전략수립
전략분석 툴
4P Intro
Product
Price
Place
Promotion
4P Mix의 현재
Market Sensing
Research
설문지 작성방법
분석 프로세스
최근 시장 조사(정상파일)
NPD Process
신제품의 정의
NPD 성공요인
NPD Steps
New NPD Process



CURRICULUM

07.

[경영의 Essential] 경영전략 기본

파트별 수강시간 : 3:51:37

새로운 환경변화와 관점의 변화
경영전략 수립을 위한 5대 질문
전략의 주요 요소에 대한 관점의 전환
New Normal 시대의 이해
디지털 전략과 디지털 트랜스포메이션
비즈니스 모델의 이해
경영전략 모델의 유형 분류
경영전략 모델의 이해 - 전통적 모델, 적응형 모델
경영전략 모델의 이해 - 예지적 모델, 개척형 모델
경영전략 모델의 이해 - 재생적 모델, 양손잡이 전략 모델
플랫폼
공유경제
디지털 마케팅
파괴적 혁신 전략
밀레니얼 세대
기하급수 성장전략
큐레이션
스마트 트랜스 폼
경영전략의 성공적 실행
성공적인 경영전략 실행을 위한 리더쉽

CURRICULUM

08.

[경영의 Essential] 기업의 가치평가

파트별 수강시간 : 2:22:06

기업가치평가 - 01. 사례분석
기업가치평가 - 02. 사례분석
기업가치평가 - 03. 사례분석
기업가치평가 - 04. 사례분석
기업가치평가 - 05. 사례분석
수익가치평가 - 01. 방법론
수익가치평가 - 02. 방법론



CURRICULUM

09.

[경영의 Advanced]

디지털 마케팅 2.0

파트별 수강시간 : 7:23:29

마케팅 기초 - 01. 마케팅 기본 개념
마케팅 기초 - 02. 마케팅 관련 회사와 직업들
마케팅 기초 - 03. 전통적 마케팅 믹스의 변화흐름
마케팅 기초 - 04. 마케팅 4.0시대 마케팅 믹스
마케팅 기초 - 05. ATL과 BTL의 경계가 무너진다(이론)
마케팅 기초 - 06. ATL과 BTL의 경계가 무너진다(사례)
디지털 마케팅의 이해 - 01. 디지털 마케팅이란
디지털 마케팅의 이해 - 02. 디지털 마케팅 발전 배경 - 1 - 디지털 기술의 발전
디지털 마케팅의 이해 - 03. 디지털 마케팅 발전 배경 - 2 - 소비자 이용행태의 변화
디지털 마케팅의 이해 - 04. 디지털 마케팅 발전 배경 - 3 - 디지털 시대별 변화의 흐름
디지털 마케팅의 이해 - 05. 디지털 마케팅 발전 배경 - 4 - 디지털 관점별 흐름
디지털 마케팅의 이해 - 06. 디지털 채널 별 특징
디지털 마케팅의 이해 - 07. 디지털 미디어플래닝 - 1
디지털 마케팅의 이해 - 08. 디지털 미디어플래닝 - 2
디지털 마케팅의 이해 - 09. 디지털 콘텐츠 형태
디지털 마케팅의 이해 - 10. 디지털마케팅 믹스
디지털 마케팅의 이해 - 11. 디지털마케팅 모델
마케터의 타입 - 01. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 1 - Overall
마케터의 타입 - 02. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 2 - 브랜드
마케터의 타입 - 03. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 3 - 바이럴
마케터의 타입 - 04. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 4 - 콘텐츠
마케터의 타입 - 05. 나는 어떤 디지털마케터인가 - 5 - 퍼포먼스



CURRICULUM

09.

[경영의 Advanced] 디지털 마케팅 2.0

파트별 수강시간 : 7:23:29

마케터의 프레임워크 - 01. 브랜드마케팅 - 1
마케터의 프레임워크 - 02. 브랜드마케팅 - 2
마케터의 프레임워크 - 03. 통합바이럴마케팅 - 1
마케터의 프레임워크 - 04. 통합바이럴마케팅 - 2
마케터의 프레임워크 - 05. 통합바이럴마케팅 - 3
마케터의 프레임워크 - 06. 콘텐츠마케팅 - 1
마케터의 프레임워크 - 07. 콘텐츠마케팅 - 2
마케터의 프레임워크 - 08. 퍼포먼스마케팅 - 1
마케터의 프레임워크 - 09. 퍼포먼스마케팅 - 2
마케터의 프레임워크 - 10. 퍼포먼스마케팅 - 3
통합 디지털마케팅 계획서 - 01. 디지털 마케팅 커뮤니케이션의 가치부여
통합 디지털마케팅 계획서 - 02. 통합 마케팅 커뮤니케이션 계획과정
통합 디지털마케팅 계획서 - 03. 새로운 매체 환경과 소비자 사고방식 이해하기
통합 디지털마케팅 계획서 - 04. 실전 계획서 작성 A - 소비자 인사이트 도출
통합 디지털마케팅 계획서 - 05. 실전 계획서 작성 B - 캠페인 메시지 개발
통합 디지털마케팅 계획서 - 06. 실전 계획서 작성 C - 캠페인 접근법 검토
통합 디지털마케팅 계획서 - 07. 실전 계획서 작성 D - 채널 선택 및 콘텐츠 기획
통합 디지털마케팅 계획서 - 08. 실전 계획서 작성 E - 효과 측정
디지털 비즈니스 사고방식 - 01. 디지털 마케터의 일상

CURRICULUM

10.

[경영의 Advanced] 신규제품 런칭과 브랜드 마케팅

파트별 수강시간 : 3:27:55

제품의 중요성 파악과 개발 - 1. 마케팅 정의
제품의 중요성 파악과 개발 - 2. 제품의 중요성
제품의 중요성 파악과 개발 - 3. 제품 개발 방향성 - 자사
제품의 중요성 파악과 개발 - 4. 제품 개발 방향성 - 소비자 경쟁
신규 제품 개발진행과 가격 설정 - 5. 컨셉의 중요성 - 컨셉보드
신규 제품 개발진행과 가격 설정 - 6. 리서치
신규 제품 개발진행과 가격 설정 - 7. 리서치 제외
신규 제품 개발진행과 가격 설정 - 8. 가격의 중요성
신규 제품 개발진행과 가격 설정 - 9. 가격 구조의 이해
신규 제품 개발진행과 가격 설정 - 10. 실제 가격 설정 - 예시
마케팅 커뮤니케이션과 신제품 런칭 후 활동 - 11. 커뮤니케이션의 중요성
마케팅 커뮤니케이션과 신제품 런칭 후 활동 - 12. 커뮤니케이션 콘텐츠
마케팅 커뮤니케이션과 신제품 런칭 후 활동 - 13. 커뮤니케이션 채널
마케팅 커뮤니케이션과 신제품 런칭 후 활동 - 14. 명심 & 사례
마케팅 커뮤니케이션과 신제품 런칭 후 활동 - 15. 매출 분석 & 고객 반응



CURRICULUM

11.

[경영의 Advanced] 전략적 인적자원관리

파트별 수강시간 : 1:57:19

전략적 인적자원관리란
평가제도 - 개요
평가제도 - 목표 수립
평가제도 - 실행 코칭
평가제도 - 평가
보상제도 - 개요
보상제도 - 고정급
보상제도 - 조직 성과급
보상제도 - 개인 성과급
에필로그

CURRICULUM

12.

[경영의 Advanced] 린스타트업의 이해

파트별 수강시간 : 2:32:32

린스타트업의 역사
토요타 사례와 린 스타트업의 정의
린스타트업을 가능하게 하는 환경
린스타트업을 위한 필수 준비사항(조직의 이해등)
린스타트업 적용을 위한 전략적인 방법론 - 1
린스타트업 적용을 위한 전략적인 방법론 - 2
MVP의 정의와 린매니지먼트의 사례
Pivoting 전략
고객 개발 개론
고객 개발 이해
비즈니스 모델 캔바스의 이해
고객 개발을 위한 준비
고객 개발 방법
가치 제안 캔버스 작성 방법
MVP의 정의
MVP 유형 및 제작 실습
채널 및 고객 관계 설명
핵심 자원, 핵심 파트너십
비용 구조와 수익
반복의 고리를 돌려라



CURRICULUM

13.

[경영의 Advanced] 스타트업 투자(VC) 와 M&A

파트별 수강시간 : 2:54:20

왜 스타트업인가 - 1
왜 스타트업인가 - 2
스타트업 투자'의 의미
벤처캐피탈(스타트업 투자)의 이해 - 1
벤처캐피탈(스타트업 투자)의 이해 - 2
벤처캐피탈(스타트업 투자)의 이해 - 3
벤처캐피탈(스타트업 투자)의 이해 - 4
벤처캐피탈(스타트업 투자)의 이해 - 5
벤처캐피탈(스타트업 투자)의 이해 - 6
벤처캐피탈(스타트업 투자)의 이해 - 7
벤처캐피탈 투자 및 계약 실무 - 1
벤처캐피탈 투자 및 계약 실무 - 2
벤처캐피탈 투자 및 계약 실무 - 3
벤처캐피탈 투자 및 계약 실무 - 4
벤처캐피탈 투자 및 계약 실무 - 5
벤처캐피탈 투자 및 계약 실무 - 6
벤처캐피탈 투자 및 계약 실무 - 7
스타트업 M&A
사례별 분석 - 1
사례별 분석 - 2
M&A 핵심 이슈 10가지

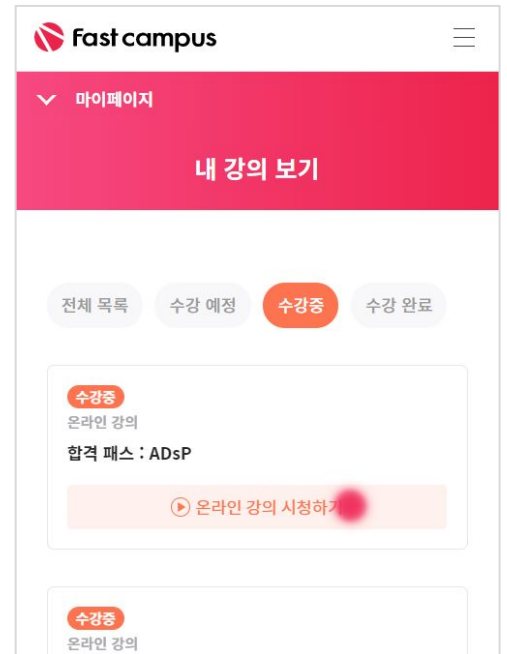
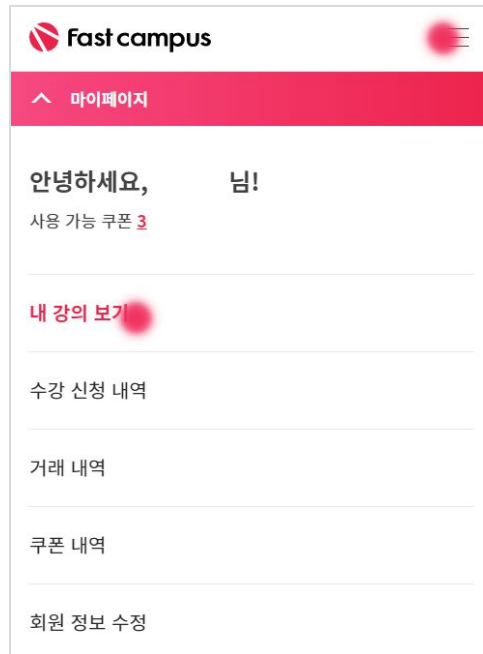


주의사항

- 상황에 따라 사전 공지 없이 할인이 조기 마감되거나 연장될 수 있습니다.
- 패스트캠퍼스의 모든 온라인 강의는 **아이디 공유를 금지**하고 있으며 1개의 아이디로 여러 명이 수강하실 수 없습니다.
- 별도의 주의사항은 각 강의 상세페이지에서 확인하실 수 있습니다.

수강 방법

- 패스트캠퍼스는 크롬 브라우저에 최적화 되어 있습니다.
- 사전 예약 판매 중인 강의의 경우 1차 공개일정에 맞춰 '온라인 강의 시청하기'가 활성화됩니다.



환불 규정

- 환불금액은 실제 결제금액을 기준으로 계산됩니다.

수강 시작 후 7일 미만, 5강 미만 수강 시	100% 환불 가능
수강 시작 후 7일 이상, 5강 이상 수강 시	수강기간인 1개월(30일) 대비 잔여일에 대해 학원법 환불규정에 따라 환불 가능

- 보다 자세한 환불 규정은 패스트캠퍼스 취소/환불 정책 또는 각 강의 상세페이지에서 확인하실 수 있습니다.