

기업경영 시뮬레이션(SCOMEX) 과정

SCOMEX ; Simulated COMpetition for EXecutive

SCOMEX는 MS-Excel 기반의 시뮬레이션 상황에서 Marketing, Finance and Decision Making 등을 체험학습을 통해 경영 감각을 익힘으로써 차세대 기업가를 육성할 목적으로 개발된 최고의 교육프로그램입니다

History

- Final Goal : 경영 감각을 차세대 기업가 육성
- Main Theme : Marketing, Finance and Decision Making
- Software : MS Excel 기반의 시뮬레이션 프로그램

- 英國에서 기업가 육성을 위한 기본 컨셉개발
- 일본의 VEX社에서 시뮬레이션 게임으로 개발
- 韓國의 megaNEXT가 한국형 프로그램으로 개발



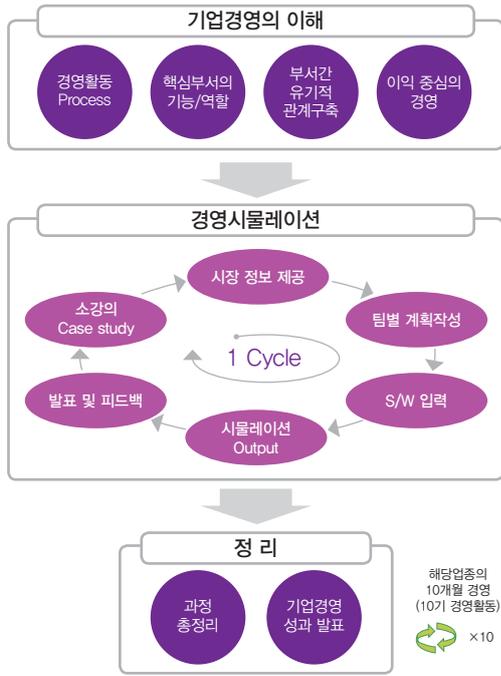
경영 시뮬레이션 분야에서 최고의 노하우를 보유한 일본의 대표적인 교육기관으로, 영업·마케팅 마인드와 전략 구축에서 차세대 기업가 육성에 이르기까지의 다양한 프로그램을 개발·보급하고 있는 megaNEXT의 Solution Partner

■ 시뮬레이션 교육의 특징

- 기업 조직의 기능, 조직간의 상호작용이 회사의 목적 달성에 미치는 영향에 대해 학습 가능
- 경영상황 혹은 기업활동에 관련된 여러 가지 정보를 체계적으로 수집, 분석하는 기회 제공 → 현실에서의 정보 수집 / 관리 능력 제고
- 조직 내에서 실제 적용해 보기 어려운 제 기법 적용 가능
- 조직 내 의사결정 및 그 과정에 대한 깊은 이해력 제공 → 의사결정의 다양성과 복잡성 이해 가능
- 장기적인 계획과 전략수립의 중요성 인식 가능

■ 기업경영 시뮬레이션 과정의 주요 테마

Finance	Marketing	Decision-Making
<ul style="list-style-type: none"> • 회계 정보의 2가지 기능 • 대차대조표와 손익계산서 • Cash Flow의 중요성 • 손익과 현금흐름 • 이익의 구조 • 기업의 3가지 활동과 재무제표 • 재무제표간의 연계 • 손익분기점(BEP)의 이해 • 재고와 기회손실 	<ul style="list-style-type: none"> • 마케팅이란? • 시장규모의 예측과 실적 • 계획수립방법 • 매출의 특성 • 수량계획의 중요성 • 시장점유율 & 상대적 시장점유율 • 4P와 마케팅 믹스 • 가격설정방법 	<ul style="list-style-type: none"> • 단기적 의사결정 • 중·장기적 의사결정 • 우선순위 정하기 • 계획성과 유연성 • 분석·논리적 사고 * 주요 의사결정 항목 <ul style="list-style-type: none"> - 생산량 / 가격 / 품질관리비 / 광고선전비 / 감가상각비 / 판매인원 / 마케팅



📖 학습목표

- ▶ 기업의 경영활동 Process에 대한 전반적인 이해를 모의경영을 통해 가능하게 한다.
- ▶ 기업경영활동의 목적과 Cash Flow 경영의 중요성을 인식하게 한다.
- ▶ 마케팅의 기본 개념 및 시장경쟁력 강화를 위한 마케팅 계획과 이익계획의 개념을 이해한다.
- ▶ 경영활동에 있어서의 전략적 의사결정의 중요성을 인식하고, 각 부문간의 유기적 역할을 이해한다.

🧪 프로그램 특징

- ▶ 다양한 현장사례와 마케팅 개념의 강화로 국내에서 마케팅 부문이 가장 강한 시뮬레이션 프로그램이다.
- ▶ 경쟁과 게임을 기반으로 한 학습진행으로 학습에 대한 몰입도를 제고한다.
- ▶ 딱딱한 강의 위주 교육의 단점을 제거하여 Marketing, Accounting 교육에 적합하다.
- ▶ 교육 후반부에 비즈니스 이슈 Workshop을 도입하여 계층 / 직무 / 교육니즈에 따른 맞춤형 교육이 가능하다.

📖 학습내용

모듈명	주요 학습내용
Orientation	<ul style="list-style-type: none"> • Business Sense (Quick Scanning)의 이해 • 시뮬레이션 학습의 이해 / 시뮬레이션의 설정 / Rule 소개
Stage 1 (제 1기 ~ 제 6기)	<ul style="list-style-type: none"> • 회계의 이해 <ul style="list-style-type: none"> - 회계기간과 재무제표 / 기업의 3가지 활동 / 재무제표의 연계 - 회사의 저력 파악 (재무상태표) / 이익의 구조 (손익계산서) / 현금흐름 • 마케팅의 이해 <ul style="list-style-type: none"> - 시장환경의 변화 / 마케팅 환경의 변화 트렌드 / 영업 VS 마케팅 - 마케팅관리 철학의 발전단계 / Needs-Wants-Demand- 시장점유율 / 상대 시장점유율 / 매력도(성장률) • 마케팅 패러다임의 이해 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 마케팅 패러다임 / 최근의 트렌드 / 마케팅 패러다임의 변화 - 에어리어 마케팅 사례연구 (소주, 우유, 대형마트, 신문, 자동차 등)
Stage 2 (제 7기 ~ 제 10기)	<ul style="list-style-type: none"> • 전략의 이해 <ul style="list-style-type: none"> - 마케팅 전략수립 프로세스 / 3C-4C-5C / SWOT 분석 / Cross-SWOT • STP 전략의 이해 <ul style="list-style-type: none"> - Segmentation & Targeting 사례연구 / 업종별 Positioning 사례 • Marketing Mix의 이해 • Product Life Cycle / BCG PPM / 정량적 데이터 분석 사례 • 경쟁지위 / 경쟁전략 / Value Chain / 5 Force Analysis
테마 워크샵 (예시)	<ul style="list-style-type: none"> • 손익분기점과 수량계획 • 경영분석의 실제 (유동성 / 안전성 / 수익성 / 성장성 / 효율성) • 덩과 할인, 어느 쪽이 이득인가? (제조업체, 유통업체, 소비자 측면) • 자사제작과 아웃소싱, 상황별 최적의 선택안은? • 흑자 상품과 적자 상품, 전략적 판단은?

교육대상

- 경영마인드가 필요한 신입 사원, 3년이하 사원
- 회계지식 혹은 마케팅의 개념에 대한 학습이 필요한 전 직원

교육시간

8~16시간

“실제 기업 경영활동을 통해, 자연스럽게 경영활동 프로세스를 이해하고, 마케팅과 회계지식 등을 배울 수 있다!”