

한국과 미국의 패션마케팅 교육의 성공요인에 관한 비교 연구 (제2보)

이 윤 정

독일 뮌스터대학교 박사과정 의상직물 전공

A Comparative Analysis of Fashion Marketing Education between Korea and USA (Part II)

Yunjung Lee

Department of Textile, Muenster University, Germany
(2002. 4. 3. 접수)

Abstract

This empirical research aimed to identify and compare key success factors in fashion marketing education in Korea as well as those in U.S.A. Employing a couple of statistical methods (multiple regression and factor analysis) on survey data, it was found that the decisive factors in the fashion marketing education differed between two countries, mainly attributable to the difference of goals in the education or to the job orientation of students. Surprisingly it was also found that no educational methods significantly affected the educational performance in both countries, implying that the so called constructivistic ways of teaching/learning was not so effective as expected. In order to improve educational performance in Korea, as far as fashion marketing is concerned, universities needed to increase the class-hours for the course, to provide more supportive educational environment, and to let the instructors used computer/internet facilities for more diverse purposes than now.

Key words: Comparative Study, Fashion Marketing Education, Constructivism; 비교연구, 패션마케팅교육, 구성주의

I. 서 론

본 연구(제2보)는 패션마케팅 교육성파에 미치는 요인, 즉 성공요인이 무엇인가를 분석하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 제1보(이윤정, 2002)에서 분석한 한국과 미국에서의 패션마케팅교육현황에 대한 설문조사 자료를 이용했다.

제1보에서는 Reigeluth(1983)의 교육모델을 토대로 교육조건, 교육방법, 교육성과 등에 대해 한국과 미국을 비교 조사했는데, 이에 따르면 교수, 교육환경, 교육목표 등 교육조건, 시청각매체의 활용 및 교수법 등 교육방법, 그리고 교육성과 측면에서 학생들의 실

무능력 향상측면에 유의한 차이가 있었다. 그러나 이 연구는 교육조건, 교육방법, 교육성과간의 (인과)관계에 대한 분석 즉, 성공요인에 대한 분석의 필요성을 남겨둔 바 있었다.

이에 본 연구에서는 교육조건 및 교육방법과 관련된 여러 독립변수 중에서 교육성과에 유의한 영향을 주는 변수들이 구체적으로 무엇인가를 확인하고, 그 요소들에 있어서 국가간 차이가 존재하는가 여부를 실증적으로 검증하는 것을 목적으로 한다. 본 연구는 요인분석, 회귀분석 등 인과관계분석에 사용되는 통계분석기법을 이용하여 패션마케팅 교육의 성공요인이 무엇인가 확인하는 연구이다.

II. 교육성공요인에 대한 기존 연구

1. 교육 성과

Reigeluth 등 교육학자의 교육모델 이론에 의하면, 즉, 교육성과는 교육조건과 교육방법 등 크게 2가지 범주의 요소에 의해 결정된다. 따라서 교육의 성공요인은 교육조건과 교육방법으로 구분할 수 있으며, 이에 대해 세부적으로 살펴보면 다음과 같다.

1) 교육조건

교육조건은 교육환경, 교수요인, 교육목표 및 교육내용 등으로 분류된다. 교육환경은 교실, 교사와 학생, 학교시설 및 교육통제 및 지원 등이 포함되며(Dam, 1994; Rockart & Flannery, 1983), 특히 산학협동수준은 매우 중요한 교육환경요소 중 하나이다. 교수요인은 교수의 인구통계학적 특성, 교수의 능력과 역할 및 태도에 관한 것이다. 교육목표는 교육을 통해 학생들에게 구현하고자 하는 가치이며, 교육내용은 교육목표에 따라 실행되는 구체적인 내용이다(Gagne, 1985; Meyer, 1994).

2) 교육방법

일반적으로 교육방법은 학습통제, 그룹화, 교육전략 등에 따라 학생중심학습과 교사중심학습, 협동학습과 개별학습, 문제중심학습과 개별지식중심학습 등으로 분류할 수 있다. 그 중 최근 정보화시대의 도래에 따라 학생중심학습, 협동학습, 문제중심학습 등이 강조되고 있으며, 그런 방향으로의 교육방식의 전환을 주장하는 일련의 교육철학을 구성주의(Constructivism)라고 한다.

구성주의를 이해하기 위해서는 이와 대비되는 객관주의(Objectivism)를 먼저 이해해야 한다(강인애, 1997). 객관주의에 따르면 절대적 지식이나 진리가 존재하고, 교사들은 이를 확정, 습득하여 학생들에게 수업을 통해 전달할 의무가 있다고 보는 것이다. 객관주의에서 의미하는 지식은 안정되고, 고정되며, 확정적이다. 왜냐하면 이러한 지식의 특성은 잘 알려져 있으며, 시간이 경과함에 따라라도 변하지 않고 항상 일정하기 때문이다(Duffy & Jonassen, 1992).

한편 구성주의는 절대적인 진실이나 지식을 발견할 수 없으나, 개인은 스스로를 위해 의미있고, 적절하며, 가치 있는 무엇인가를 발견하고 구성한다고 주

장한다(홍기철, 1998). 이런 관점에서 Dubs(1993)는 구성주의에서 지식은 경험에 의해 구성되며, 학습은 학습자에게 있어서 지식의 내재적인 표현을 묘사하는 구성적인 과정이라고 정의하였다. 또한 Merrill(1992)의 경우 구성주의학습은 “경험의 개인적인 해석의 결과”라 하였다.

이런 관점에서 구성주의자들은 21세기 정보화시대에 알맞은 인간을 육성하게 위한 교육방법으로 학습자(학생) 중심 교육, 협동교육, 문제중심교육을 강조한다(윤인경, 1999; Anwar & Rothwell, 1997; Johnson, 1985; Lew et al, 1986; Nelson, 1999; Slavin, 1990).

2. 한국과 미국의 의상학 교육성과와 교육성공요인

대학교 의상학교육의 평가 및 성공요인에 관한 연구는 국내외에 많은 편은 아니지만, 연구결과에 따르면 다음과 같다.

미국의 경우 교육조건에 관한 한, 대학 프로그램, 산업니드(need)에 대한 교수의 인식에 대해서 낮게 평가되고 있다. 교수들의 주 업무는 전공관련지식의 논리적 관계의 구조화, 인과관계의 발견, 구성요소간의 관계와 전체 시스템의 이해 등이다(Jonassen, 1992). 서로 협동하는 교수진의 다양하고 전문적인 상호의 견교환은 학습자들에게 긍정적인 효과를 초래한다(Schaub & Zenke, 2000).

그 외 교육조건을 구성하는 교육환경 요인으로 교육에 대한 학교 측의 다양한 지원이 요구된다. 대학에 의한 지원은 프로그램발전, 교수학습, 연구, 자료, 소프트웨어와 하드웨어의 구입의 형태로 나타날 수 있다. 대학의 재정적 지원은 만족도에 긍정적인 영향을 끼치며, 교육성과가 높다는 연구결과도 패션마케팅 등 의상학 교육에 대한 보다 많은 지원의 필요성을 시사한다(Mirani & King, 1994). 한편 교육방법에 있어 컴퓨터를 사용하는 수업은 전통적인 수업에서 걸린 시간에 비해 50%까지 절약되고, 컴퓨터로 하는 수업은 학생들의 학교에 대한 관심과 동기 및 작업의 질을 강화시킨다(Nixon-Ponder, 1998).

한국의 경우, 의상디자인 교육의 문제는 교수중심의 교과과정, 전문화 미흡, 특징 없는 교과과정, 교과목간의 연계성부족 등이 단점으로 지적된다. 이를 개선하는 방안으로 교수들의 개인주의를 지양하고, 교수들 간 상호교류 및 전문교육자들의 재교육 및 세미나가 요구된다(도규희 등, 1994). 특히 교수들 간 상

호정보교환은 수업목표의 합리성을 높이고, 내용과 미디어에 관련된 수업방법을 개선시키고, 또한 중복적 내용 축소 및 내재적 경합을 보완하는 장점이 있다(도규희 등, 1995). 그리고 성공적인 교육을 위한 교육내용을 정하는데 있어서 정보화 사회에서는 컴퓨터를 기본으로 하는 수업은 전통적인 수업보다 적지 않는 교육성과를 달성한다(박성익, 1998).

III. 연구 설계

1. 연구 가설

본 연구에서 교육성과는 교육조건과 교육방법에 의해 결정되는 것으로 가정한다. 또한 교육성공요인인 교육조건과 교육방법이 매우 다양하다는 점에 주목하여 한국과 미국의 교육성공요인으로서 구체적인 교육조건과 교육방법이 같다는 것을 기본 연구가설로 삼는다. 즉, 본 연구는 대학교의 패션마케팅 교육과 관련하여 다음과 같은 두 가지 기본적인 연구가설(귀무가설)을 설정한다.

- 1) 교육성공요인으로서 교육조건(교육환경, 교수요인, 교육목표, 교육내용 등)은 한국과 미국이 동일하다.
- 2) 교육성공요인으로서 교육방법은 한국과 미국이 동일하다.

제1보의 연구는 한국과 미국의 교육조건과 교육방법에 관한 평면적인 비교였으며, 그에 관한 상당한 차이점을 발견한 바 있다. 그러나 본 연구에서는 단순히 교육조건, 교육방법, 교육성과를 국가간 비교하는 것이 아니라 그들 변수간의 관계(성공요인)에 대해 국가간 비교하는 것이다. 예를 들어 교수요인이 한국에서는 중요한 패션마케팅교육의 성공요인이지만, 미국에서는 그렇지 않다면 연구가설 1)은 기각되는 것이다. 또한 교육방법에 있어서도 한국에서는 협동교육방식이 패션마케팅교육에 효과적인 방법이지만, 미국에서는 그렇지 않은 것으로 유의하게 나타난다면 연구가설 2)가 기각되는 것이다. 반대로 유사한 것으로 나타나면 연구가설은 채택된다(기각되지 않는다).

2. 연구설계

패션마케팅교육의 성공요인을 분석하고 국가간 비교하는 본 연구는 다음과 같이 진행되었다.

첫째, 패션마케팅 교육의 성과 또는 성공에 대해 정의한다. 이를 위해서는 그동안 문헌연구에서 나타난 교육성과를 구성하는 요소들을 조작적 정의로 설정하고, 이들에 대해 설문을 통해 나타난 바를 요인 분석(Factor Analysis)을 통해 측정한다.

둘째, 교육조건 및 교육방법에 대해 구체적인 항목(예: 성별, 연령, 학과 내 교수 수, 상호교류 정도, 산학협동 등)에 대해 설문조사하여 이를 독립변수로 삼고, 앞서 측정한 교육성과를 종속변수로 하는 회귀분석(Regression Analysis)을 실시한다(앞서 언급한 바와 같이 본 연구는 일반적인(추상적인) 교육조건 및 교육방법이 교육성과에 유의한 영향을 주는가를 연구하는 것이 아니다. 이는 본 연구에서는 당연한 것으로 간주하고, 구체적인 다양한 교육조건과 교육방법과(추상적인) 교육성과의 관계에 대한 인과관계를 분석하는 것이다. 따라서 교육조건 및 교육방법에 대한 여러 설문항목들에 대한 요인분석(타당성분석, 신뢰성분석 등)은 하지 않는다.)

한편 본 연구에서 실시한 설문조사는 기존 연구를 바탕으로 상당히 구체적으로 항목별로 조사되었다. 이에 따라 교육환경, 교수요인, 교육목표와 교육내용, 교육방법 등에 대해 각각 10개 내외의 항목조사가 이루어졌다. 그러나 조사대상에 대한 접근성으로 인해, 결과적으로 한국과 미국에 대해 불과 40개 내외의 응답을 얻을 수 있었다. 이에 따라 국가별로 종속변수(교육성과)에 대해 1) 교육환경과 관련된 항목들에 대한 회귀분석, 2) 교수요인에 대한 회귀분석, 3) 교육목표와 교육방법에 대한 회귀분석 등을 실시한 후 그 중 유의한 변수들만을 다시 모아 독립변수로 삼아 회귀분석을 실시함으로써 최종적인 성공요인으로 삼았다.

3. 데이터수집

한국에 있는 의류학과의 교수들에 관한 신상정보는 각 대학 인터넷홈페이지를 통해, 미국 교수들의 명단은 2000 ITAA 및 각 대학의 인터넷홈페이지에서 얻었다. 패션마케팅 담당교수들에 대한 모집단 정보가 불완전한 상태에서 본 조사는 임의추출법에 의한 표본조사를 한 것이라고 하겠다.

설문기간은 한국은 2000년 9월부터 10월까지, 미국은 11월에서 2001년 5월까지, E-Mail 및 우편설문 조사를 하였다. 회수된 설문지 중에서 응답이 빠지거나 불완전한 것은 분석 시 이용되지 않았다. 한국은

42부, 미국은 40부가 분석에 이용되었다.

4. 조사항목과 측정도구

제1보에서 사용한 조사내용 즉, 교육조건, 교육방법 및 교육성과에 대한 다양한 척도 즉, 명목척도, 서열척도, 등간척도, 비율척도 등을 이용했다. 예컨대 교수의 성별(명목척도), 직위(서열척도), 상호교류(등간척도), 교육목표, 교육기간 등(비율척도) 등을 다양하게 조사하고 등간척도 및 비율척도에 대해서는 Likert-5점 척도와 Likert-7점 척도에 의해 측정했다.

5. 자료분석

자료분석은 윈도우용 SPSS 9.0 버전을 이용하였다. 연구 가설을 검증하기 위하여 요인분석(Factor Analysis)과 다중회귀분석(Multiple Regression) 등의 통계 기법을 사용하였다(채서일, 1998). 요인분석을 통해 여러 개의 교육성공항목들을 소수의 변수로 축소한 후, 이를 종속변수로 삼아 교육조건 및 교육방법들에 대해 회귀분석을 실시했다.

IV. 실증분석의 결과

1. 요인분석

1) 한국의 패션마케팅 교육성과

패션마케팅의 교육성과를 측정하는 도구인 학생들의 패션산업에 대한 이해도 향상, 실무/문제해결능력의 향상, 협동작업능력의 향상, 패션마케팅에 대한 자신감, 관심정도 향상, 패션마케팅에 대한 긍정적 인식 등 6개 변수들의 상관관계를 분석한 결과, 전체 자료에 대한 표본적합도를 검정하는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)값은 0.805로 나타났다. 일반적으로 그 값이 0.60 이상이면 표본은 요인분석에 적합하다고 판정할 수 있다(강병서, 1999). 그리고 Barlett의 단위행렬검정(test of sphericity)의 값은 81.944로서 유의하여(Sig.=0.000) 모집단 상관행렬이 단위행렬임을 기각한다. 따라서 변수들은 서로 독립적이지 않고 서로 높고 낮은 상관관계를 가지고 있으므로 소수의 주성분을 추출할 수 있다는 것을 시사한다.

이에 따라 변수들의 타당성 검정을 위해 요인분석을 실시했는데, 그 결과 이 연구에 영향을 주는 요인

<표 1> 설명된 총분산과 고유치-한국

요인	고유치	분산의 백분율	누적백분율
1	3.229	58.824	58.824
2	0.867	14.447	68.272
3	0.731	12.177	80.449
4	0.459	7.658	88.107
5	0.411	6.857	94.964
6	0.302	5.036	100.000

중 고유치(Eigen Value)가 1이 넘는 요인은 1개뿐인 것으로 나타났다. 그리고 측정항목들의 요인부하량(적재량)은 모두 일반 수용기준인 0.3을 넘고 있다(0.813, 0.775, 0.744, 0.735, 0.725, 0.590 등). 단일요인에 대한 해석을 용이하게 하기위한 회전은 불가능하여 회전시키지 않았고, 이 요인은 '전반적인 수업 성과'로 간주했다<표 1>.

2) 미국의 패션마케팅 교육성과

한국과 마찬가지로의 방식으로 종속변수들의 상관관계를 분석한 결과, 전체 자료에 대한 표본적합도를 검정하는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)값은 0.644로 나타나 요인분석에 적합하다고 판정했다. 그리고 Barlett의 단위행렬검정(test of sphericity)의 값은 78.707로서 유의하여(Sig.=0.000) 모집단 상관행렬이 단위행렬임을 기각한다. 따라서 변수들간에는 상당히 높은 상관관계를 가지고 있으므로 소수의 주성분을 추출할 수 있다는 것을 시사한다. 이에 따라 변수들의 타당성 검정을 위해 요인분석을 실시했는데, <표 2>에

<표 2> 설명된 총분산과 고유치-미국

요인	고유치	분산의 백분율	누적백분율
1	2.285	47.078	47.078
2	1.238	20.636	67.713
3	0.871	14.524	82.237
4	0.530	8.830	91.067
5	0.307	5.120	96.187
6	0.229	3.813	100.000

<표 3> 요인별 적재량

	요인 1	요인 2
패션산업에 대한 이해의 향상	0.641 (0.687)	-0.276 (0.128)
실무/문제해결능력의 향상	0.594 (0.092)	0.721 (0.930)
협동(공동)작업능력의 향상	0.706 (0.260)	0.588 (0.881)
패션마케팅에 대한 자신감 향상	0.703 (0.703)	-0.214 (0.213)
패션마케팅에 대한 관심 정도	0.773 (0.863)	-0.397 (0.100)
패션마케팅에 대한 긍정적 사고	0.685 (0.739)	-0.306 (0.128)

*괄호안의 수치는 회전후의 적재량

서 알 수 있듯이 이 연구에 영향을 주는 요인 중 고유치가 1이 넘는 요인이 2개 나타났다. 그리고 측정항목들의 요인부하량(적재량)은 <표 3>과 같다.

단일요인에 대한 해석을 용이하게 하기위해 요인들을 회전시킨 후, 그 값을 기준으로 '요인1'은 '패션마케팅에 대한 학생의 태도', '요인2'는 '패션마케팅 실무능력 향상'으로 해석했다.

2. 패션마케팅 교육의 성공요인

본 연구에서는 설문지 작성자(관측치)의 수가 제한되어 모든 독립변수에 대해 한번에 회귀분석을 하는 것이 곤란하다. 따라서 교육 조건(교육환경요인, 교수요인, 교육목표 및 내용)과 교육방법으로 나누어 단계적으로 선형회귀분석을 한 다음, 그 결과 추출된 성공요인들을 모아서 종합적으로 선형회귀분석을 하는 방법을 택했다.

1) 한국 패션마케팅 교육의 성공요인

교육 조건(교육환경요인, 교수요인, 교육목표 및 내용)과 교육방법으로 나누어, 단계적으로 선형회귀분석을 한 결과 다음과 같은 성공요인이 1단계로 제시되었다.

가) 교육환경 요인: 학과 내 교수간의 교육정보 교환을 위한 상호교류의 정도,

나) 교수요인: 교수들이 컴퓨터와 인터넷을 학습내용 전달용으로 사용하는 정도, 교수들이 패션마케팅 교과목을 가르친 기간,

다) 교육목표 및 내용: 교과목의 학점수, 패션마케팅의 교육목표로서 패션마케팅 실무에서 상품 정보 및 안내의 측면에서의 인터넷 역할에 대한 중요성 인식, 패션마케팅을 배우는 학년,

라) 교육방법: 해당없음.

이상의 1단계 성공요인들만 골라 회귀분석을 다시 한 결과 나타난 한국 패션마케팅 교육의 성공요인은 <표 4>와 같다.

즉, 교육내용으로서 교과목의 학점수가 많을수록 교육성과가 높다. 교육목표로서, 교수가 패션마케팅 실무에서 인터넷의 역할을 상품 정보 및 안내의 측면에서 중요하다고 할수록 교육성과가 높다. 그리고 교수요인으로서, 교수가 컴퓨터와 인터넷을 학습내용 전달용으로 사용을 많이 하면 할수록 교육성과가 크다고 나타났다.

정리하면, 한국의 패션마케팅의 교육에서의 성공요인으로 교육목표와 교육내용에서 큰 영향을 받고, 다음이 교수요인도 유의한 영향을 받는 반면 교육방법은 교육성과에 유의한 영향을 끼치지 않는다고 할 수 있다.

2) 미국 패션마케팅 교육의 성공요인

미국에서의 선형회귀분석은 요인 1(태도)과 요인 2(능력)로 나누어 결과를 정리할 수 있다. 앞에서 언급된 것처럼 요인 1은 학생들의 패션마케팅 과목에 대한 태도에 관한 요인이며, 요인 2는 패션마케팅 과목에 관한 학생들의 능력에 관한 요인이다.

(1) 요인 1(태도)

제1단계 회귀분석에서 나타난 유의한 변수들은 다음과 같다.

가) 교육환경: 학과 내 교수 간 교육정보교환을 위한 상호교류 정도,

나) 교수요인: 교수들의 컴퓨터와 인터넷을 학습내용 전달용 사용정도, 교수의 성별,

다) 교육목표 및 내용: 해당없음,

라) 교육방법: 패션마케팅 수업에서 인터넷 사용 정도.

제2단계로서 이들을 종합하여 회귀분석하면 다음과 같은 성공요인이 나타났다<표 5>.

교수들이 컴퓨터와 인터넷을 학습내용 전달용으로 많이 사용할수록, 학과 내 교수 간 교육정보교환을 위한 상호교류가 많을수록, 교수가 남자일수록 교육성과는 높다. 즉, 패션마케팅 교육을 위한 학생들의

<표 4> 한국 패션마케팅 성공요인에 관한 회귀분석 결과

모델	계수 (표준오차)	t값	유의수준	R-Sq.	수정 R-S.
1 상수 변수A	5.779 (1.328) -1.507 (0.345)	4.351 -4.372	0.000 0.000	0.323	0.306
2 상수 변수A 변수B	3.279 (1.383) -1.150 (0.323) 0.625 (0.181)	2.370 -3.563 3.443	0.023 0.001 0.001	0.481	0.454
3 상수 변수A 변수B 변수C	2.436 (1.393) -1.205 (0.312) 0.670 (0.176) 0.351 (0.172)	1.748 -3.865 3.809 2.039	0.088 0.000 0.000 0.048	0.532	0.495

- A: 교과목의 학점수
- B: 인터넷의 역할(상품 및 정보의 안내)
- C: 컴퓨터와 인터넷의 사용목적(학습내용 전달용)

<표 5> 미국 패션마케팅교육 성공요인에 관한 회귀 분석 결과(태도 측면)

모델	계수 (표준오차)	t-값	유의수준	R-Sq.	수정 R-S.
1 상수 변수A	-0.896(0.232) 0.328(0.070)	-3.864 -4.664	0.000 0.000	0.384	0.368
2 상수 변수A 변수B	-1.541(0.296) 0.294(0.064) 0.273(0.089)	-5.205 4.579 3.071	0.000 0.000 0.004	0.518	0.492
3 상수 변수A 변수B 변수C	-1.524(0.276) 0.259(0.062) 0.265(0.083) 0.921(0.366)	-5.521 4.214 3.200 2.517	0.000 0.000 0.003 0.017	0.591	0.557

A: 인터넷과 컴퓨터 사용용도: 학습내용전달용

B: 교수간의 상호교류 정도

C: 교수의 성별

태도 향상을 위한 요인으로 교수요인 및 교육환경요인이 유의한 영향을 미친다.

(2) 요인 2(능력)

제1단계의 회귀분석에서 유의하게 나타난 변수들은

가) 교육환경: 패션마케팅 교육을 위한 학교 측의 지원,

나) 교수요인: 해당없음,

다) 교육목표 및 내용: 협동/조직생활능력 개발에 대한 중요도, 패션산업의 이해,

라) 교육방법: 해당없음 등이었다.

제2단계에서 종합회귀분석을 실시한 결과 패션마케팅을 위한 학교 측의 지원이 많을수록, 패션마케팅의 수업목표로서 협동, 조직생활능력 개발에 대한 중요도를 높게 부여할수록, 패션산업의 이해에 비중을

<표 6> 미국 패션마케팅교육 성공요인에 관한 회귀 분석 결과(능력 측면)

모델	계수 (표준오차)	t-값	유의수준	R-Sq.	수정 R-S.
1 상수 변수A	-1.103(0.409) 0.352(0.122)	-2.694 2.890	0.011 0.006	0.184	0.163
2 상수 변수A 변수B	-0.595(0.408) 0.331(0.110) -0.269(0.090)	-1.460 3.003 -2.989	0.153 0.005 0.005	0.328	0.291
3 상수 변수A 변수B 변수C	-1.062(0.365) 0.328(0.093) -0.430(0.087) 0.357(0.092)	-2.910 3.519 -4.960 3.875	0.006 0.001 0.000 0.000	0.506	0.465

A: 학교 측의 지원정도

B: 교육목표: 패션산업의 이해

C: 교육목표: 협동,조직 생활능력의 개발

적게 들수록 교육성도가 좋다고 나타났다. 즉, 미국의 패션마케팅 수업에서 학생들의 능력 향상 측면의 교육성도를 높이는데 교육환경과 수업목표가 중요한 역할을 하고 있는 것을 알 수 있다<표 6>.

3. 패션마케팅 교육의 국가 간 성공요인 비교

이상에서 두 국가별로 분석한 패션마케팅교육 성공요인을 정리해 보면 <표 7>과 같다. 학생들의 능력과 태도로 구분한 패션마케팅 교육의 성공요인은 두 국가 간에 상당한 차이를 보이고 있다.

패션마케팅 교육의 성공요인에 대해서 두 국가간 공통점과 차이점을 정리해 보면 다음과 같다.

공통점으로는 첫째, 패션마케팅 교육성도에 미치는 영향요인으로서 수업방법의 영향은 미미하다는

<표 7> 패션마케팅교육 성공요인 국가간 비교

	성공요인 (학생 능력 측면)		성공요인 (학생 태도 측면)	
	한국	미국	한국	미국
교육환경	-	학교 측의 지원	-	학과 내 교수들의 상호교환 정도
교수요인	컴퓨터와 인터넷을 학습내용 전달용으로 사용	-	컴퓨터와 인터넷을 학습내용 전달용으로 사용	1) 교수들이 컴퓨터와 인터넷을 학습 내용 전달을 위해 사용 2) 교수가 남자일 경우
교육목표	패션마케팅 실무에서 인터넷의 역할을 상품 정보 및 안내의 측면에서 중요	1) 패션산업의 이해에 중요도 2) 협동, 조직생활능력 개발에 대한 중요도	패션마케팅 실무에서 인터넷의 역할을 상품 정보 및 안내의 측면에서 중요	-
교육내용	교과목의 학습수가 많을수록	-	교과목의 학습수가 많을수록	-
교육방법	-	-	-	-

점이다. 양 국가 모두 구성주의적 교육방법 즉 협동 중심학습, 학생중심학습, 문제중심학습 등이 교육성과에 유의한 영향을 주지 않는다는 것을 보여준다. 둘째, 인터넷활용을 중심으로 한 교수의 정보화 수준은 패션마케팅교육 성과에 영향을 준다는 점이다. 특히 인터넷을 학습내용전달용으로 활용하는 경우 교육효과는 한국과 미국에서 모두 높게 나타났다. 이는 인터넷을 단순히 교육관련 정보수집용으로 사용하는 데서 탈피하여 학습내용을 전달하는 매체로 적극 활용해야 함을 시사한다.

양국간 차이점은 다음과 같다. 첫째, 미국은 교육환경이 교육성과에 중요한 영향을 주는 반면 한국에서는 이들 요소들은 별로 중요하지 않다. 학교 측의 지원 및 교수 간 정보교류 등 교육환경이 미국에서는 중요한 성공요인으로 작용하는 데 비해 한국에서는 그렇지 않다(미국의 경우 학교의 지원은 실무능력에, 교수 간 교류는 학생의 태도에 영향을 준다.). 이는 미국의 패션마케팅 수업에서는 학교 측의 지원이 요구될 정도의 상당한 시설장비가 사용되는 데 비해 한국에서는 그렇지 않기 때문일 수 있다. 또한 교수 간 정보교류가 미국에서는 패션마케팅 수업성과에 유의한 영향을 줄 정도로 상호 복합적인 수업이 진행되는 반면 한국에서는 교수 간 정보교류가 수업성과에 별 영향을 주지 않을 정도로 패션마케팅 교과목 및 교수는 타 교과목 및 타 교수들과 동떨어져 운영되고 있음을 시사한다.

둘째, 미국에서는 협동능력의 중요성을 강조하는 수업일수록 교육성과(특히 실무능력)가 높아지는 반면, 교육내용(수업시간 또는 학점 수)은 중요한 역할을 하지 않는다. 그러나 한국의 경우 패션마케팅교과목의 교육목표에서 상품 정보 및 안내의 측면에서 인터넷 역할을 중요시 할수록, 학생들의 교육성과에 영향을 미치고, 교육내용에서는 학점수가 많을수록 교육성과가 높다. 이는 실무보다 디자인교육을 중요시 하는 한국의 의상학 교육체제와 무관하지 않은 것으로 보인다. 즉, 대부분의 의상학과 대학생들이 졸업 후 디자이너를 희망하는 가운데 한국에서는 협동교육 지향형 교육이 실무능력(디자인능력) 개발에 기여하지 못하는 반면, 졸업 후 대부분의 학생들이 패션머천다이어지가 되는 미국에서는 협동교육은 실무능력 향상에 크게 기여한다는 것이다. 이런 이유로 한국에서는 단순히 수업시간이 많을수록 패션마케팅 수업효과가 높게 나타나는 것으로 해석되며, 미국에서는

교육목표로서 협동 교육에 목표를 두는 것을 중요시 한다는 것이다.

V. 제언 및 한계점

본 연구는 패션마케팅 교육 성공요인에 관한 미국과 한국의 비교연구로서 실증적으로 다음과 같이 연구결과를 요약할 수 있다. 첫째, 공통점으로는 패션마케팅 교육성과에 미치는 영향요인으로서 수업방법의 영향은 미미하지만, 인터넷활용을 중심으로 한 교수의 정보화 수준은 패션마케팅 교육성과에 영향을 준다. 둘째, 차이점으로는 미국은 교육환경이 교육성과에 중요한 영향을 주는 반면 한국에서는 이들 요소들은 별로 중요하지 않다. 또한 미국에서는 협동능력의 중요성을 강조하는 수업일수록 교육성과(특히 실무능력)가 높아지는 반면 교육내용(수업시간 또는 학점 수)은 중요한 역할을 하지 않는다. 그러나 한국의 경우 교수들이 상품정보 및 안내의 측면에서 인터넷 역할을 중요시 할수록, 학생들의 교육성과에 영향을 미치고, 교육내용에서는 학점 수가 많을수록 교육성과가 높다. 이런 연구결과로부터 우리나라 패션마케팅 교육에 대한 시사점으로는 과목 담당 교수들의 정보화 수준을 높이는 한편 수업시간을 높이는 방향이 바람직하다는 것이다. 예컨대 인터넷을 단순히 교육정보수집용으로 사용하지 말고 교육내용 전달용으로 적극 활용하는 것도 패션마케팅 교육성과를 높이는 길이라고 할 것이다.

본 연구의 한계점 및 향후 연구를 위한 제언은 다음과 같다. 첫째, 본 연구의 지리적 영역은 한국과 미국으로 국한되어 그 외 다른 나라에 대해 본 연구결과를 확대해석하기 곤란하다는 점이다. 둘째, 모집단 정보를 확인하기 어려운 특정 교과목 교수집단에 대해 임의추출방식으로 샘플링을 하여 표본의 대표성에 대해 확인하기 어렵다. 셋째, 연령, 성별 등 객관적인 설문내용 외에 교육조건, 방법, 성과에 대해서는 응답자들의 주관적인 의견에 따라 응답이 이루어져 객관성이 충분히 확보되지 못할 수도 있다는 점이다. 넷째, 연구방법론상의 문제로서 독립변수간 쌍방향 영향을 가정한 다중회귀분석을 사용하여, 독립변수간 일방관계가 내재할 가능성이 방법론상 배제된 점도 연구의 한계라고 할 수 있다. 본 연구에서는 교육조건과 교육방법이 상호작용하는 것으로 가정했으나, 교육조건이 교육방법의 선택에 일방적 영향을 주는

반면 교육방법은 교육조건에 영향을 주지 않는 가정 하의 구조방정식 모델(Structural Equation Model)(이런 연구모형을 이용하는 컴퓨터소프트웨어로는 LISREL, AMOS 등이 있다.)을 이용한다면 본 연구결과와 상이한 결과를 얻을 수도 있다. 향후 연구에서 이런 점들을 개선하여 추가연구가 진행될 수 있을 것으로 본다.

참고문헌

- 강병서. (1999). *인과분석을 위한 연구방법론*, 무역경영사.
- 강인애. (1997). *문제중심학습과 구성주의 이론* In: 김영수, 강명희, 정재삼 편저, *(21세기를 향한 교육공학의 이론과 실제)*, 교육과학사.
- 도규희, 최정순, 이정옥, 조차 (1994). 복식산업발전을 위한 패션전문교육에 관한 연구, *복식* 23호, 11, 225-248.
- 도규희, 최정순, 이정옥, 조차 (1995). 복식산업을 위한 패션 전문 교육기관 연구, *경북산업기술연구소논문집*, 5권, 207-213.
- 박성익. (1998). *컴퓨터 보조 교육 공학*, 교육과학사.
- 윤인경. (1999). New Paradigm of Home-Economics Education, Exploration or New Paradigm for Home-Economics Education, the 11th Annunal General Meeting and Academic Conference celebrating 10th Anniversary, *한국가정과 교육학회*, 3-5.
- 이윤정. (2002). 한국과 미국의 패션마케팅 교육에 관한 비교연구 (제1보), *한국의류학회지*, 26(5), 727-736.
- 채서일. (1998). *사회과학조사방법론*, 학현사.
- 홍기철. (1998). 구성주의와 교육공학, *대구교육대학 초등교육연구*, 12권, 121-152.
- Anwar, S. & Rothwell, W. J. (1997). Implementing team-based collaborative problem solving in ET: A case study. *Journal of engineering technology*, 14(2), 34-38.
- Dam, L. (1994). How do we recognize an autonomous classroom?, *Die Neuren Sprachen*, 93(5), 503-527.
- Dubs, R. (1992). Aktuelle Reformbewegungen aus berufspädagogischer Sicht. In: Weber, K. (Hrsg.). (1993): *Berufsbildung und Allgemeinbildung, Arbeitsheft 11*, 2.
- Duffy, T. M. & Jonassen, D. H. (1992). *Constructivism: New Implication for instructional Technology*, Hillsdale/Hove/ London.
- Gagne, R. M. (1985). *The Conditions of Learning and Theory of Instruction (4th)*, Holt Rinehart und Winston.
- Johnson, D. (1999). *Designing Constructivist Learning Environments*, In: Reigeluth, C.M.
- Jonassen, D. H. (1992). *Expert systems as cognitive tools?*, Kommers et al.
- Lew, M., Mesch, D., Johnson, D. W., & Johnson, R. (1986). Positive interdependence, academic and collaborative-skills group contingencies and isolated students. *American educational research journal*. 23(3), 476-488.
- Merrill, M. D. (1992). *Construtivism and Instructional Design*. In: Duffy, T. M. & Jonassen.
- Meyer, D. J. C. (1994). *Marketability of the textile and apparel master's graduate to business and industry employers*, the doctoral Dissertation, Iowa State University.
- Mirani, R. & King, W. (1994). Impacts of end-user and information center charateristics on end-user computing support, *Journal of Management Information Systems*, 11.
- Nelson, L. M. (1999). *Collaborative Problem Solving*, In: Reigeluth, C. M.
- Nixon-Ponder, Sarah, B. (1998). *The use and impact of computer technology in constructivist literacy teachers' classroom*, the doctoral dissertation, Kent State University, In: UMI ProQuest Digital Disseration-Full Citation & Abstract, wwwlib.umi.com.
- Reich, K. (1997). *Systemisch-konstruktivistische Paedagogik, Einfuehrung in Grundlagen einer interaktionstisch-konstruktivistischen Paedagogik*, Lutherhand.
- Reigeluth, C. M. (1983). *Instructional-Design Theories and Models: An Overview of their Current Status*.
- Rockart, J. F. & Flannery, L. S. (1983). The management of end-user computing, *Communication of ACM*, 26, 776-784.
- Schaub, H. & Karl G. Zenke (2000). *Woerterbuch Paedagogik*.
- Slavin, R. E. (1990). *Cooperative learning: Theory, research, and practice*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hill.