

공교육 중심의 해외 교육시장 진출 사례 분석: G러닝(게임 기반 교수학습 방법)의 미국 공교육 진출

A Case Analysis of Entry in Global Education Market focused on Public Education :
The Entry of G-Learning(Game Based Learning) into a Public School System in USA

위정현(Jong-Hyun Wi)

중앙대학교 경영학부 교수(주저자)

원은석(Eun-Sok Won)

목원대학교 교양교육원 조교수(교신저자)

목 차

- | | |
|---------------------------|----------|
| I. 서론 | V. 결 론 |
| II. 선행 사례 조사 및 개념고찰 | 참고문헌 |
| III. G러닝의 미국 공교육 진출 사례 | Abstract |
| IV. 공교육 시장 진출에 대한 전략적 시사점 | |

국문초록

콘텐츠산업의 성장과 함께 국내 문화콘텐츠의 해외 진출이 활발하게 이루어지고 있다. 하지만, 좋은 성과를 내고 있는 게임, 음악, 영화 등의 분야와는 달리 교육콘텐츠의 경우 해외 시장에서 유의미한 성과를 내지 못하고 있다. 이에, 본 연구에서는 성공적인 교육콘텐츠의 해외 진출 사례로 C연구소의 G러닝 미국 공교육 진출 사례를 살펴보고자 한다. 본 사례에서 C연구소는 많은 어려움을 극복하고 LA 라발로나 초등학교에서 5학년 정규 과정 G러닝 수학수업을 진행하고 학생들의 성적을 향상시켰다. 본 사례의 분석을 통해 이러한 성공이 가능했던 이유에 대한 전략적 시사점을 다음과 같이 제시할 수 있었다. 첫째, 제품의 차별성이고, 둘째, 현지 인력을 중심으로 지원조직을 구성하여 현지 인적 네트워크를 효율적으로 활용할 수 있었으며, 셋째, 지속적인 커뮤니케이션을 통한 정보 공유를 통해 연쇄적인 설득과정을 유도할 수 있었다.

주제어 : G러닝, 교육콘텐츠, 해외 공교육 진출

I. 서론

지식정보화 시대로 전환되면서 콘텐츠산업이 부상하고 있다. 게임, 영화, 드라마, 애니메이션 등을 망라하는 콘텐츠산업은 2011년 매출액 규모로 약 82조원에 이르는 거대 산업으로 성장하였다. 시장의 확대와 더불어 국내 콘텐츠의 해외 진출도 활발하게 이루어지고 있다. 한류로 대표되는 국내 문화콘텐츠의 해외 진출은 1990년대 드라마, 영화에서 2000년대 들어 게임, 음악, 음식, 패션 등으로 그 분야가 확대되고 있으며 한류 전파국은 세계 235개국에 이르고 있다¹⁾. 다만 글로벌 시장에서 좋은 성과를 거두고 있는 게임, 영화 그리고 음악(k-pop) 등의 문화콘텐츠에 비해 교육콘텐츠의 글로벌 진출은 아직 초기 단계에 머무르고 있다.

교육콘텐츠는 교육이라는 특성상 교육과정의 호환성, 학생의 호응, 학부모의 수용여부 그리고 교수학습을 담당하는 교사의 활용도 등 시장 진입에서 고려해야 할 요인이 많다. 또한, 사업성과 교육적 효과성이 검증된 킬러콘텐츠가 부재한 현 상황에서 교육콘텐츠의 해외시장 진입을 위해 다양한 사례 및 진입전략을 고찰하는 것은 중요하다.

본 연구의 목적은 국내에서 개발된 교육콘텐츠가 미국의 공교육에 도입된 사례를 제시함으로써 해외 교육시장 진출에 필요한 시사점을 제시하는 것이다. 이를 위해 국내 C연구소가 LA 컬버시 교육구의 협력 하에 LA 소재 초등학교에 직접 개발한 교육콘텐츠를 투입해 정규 수학 수업을 진행하는 과정을 제시하고, 수행 과정에서 직면한 다양한 문제점을 분석하여, 해외 공교육시장 진출의 전략적 시사점을 도출하고자 한다.

II. 선행 사례 조사 및 개념고찰

1. 교육콘텐츠의 해외 진출 사례

메가스터디의 경우 2010년 10월 중국에 시범사이트를 오픈하고 다음 해 중국 파트너와 합작회사를 설립하는 방식으로 중국 사업에 진출했고²⁾ 오프라인 학원을 설립하는 방식으로 베트남에 진출하였다³⁾. 2010년 청담러닝은 중국의 유명한 교육기업인 ‘시안교육그룹’과 협력하

1) 한국콘텐츠진흥원, 「2012 월간 이슈 브리핑 11월호」, 2012, p.2

2) 이유범, “메가스터디 “中 시장 진출” 성공할까”, 『파이낸셜 뉴스』, 2010. 10. 29

3) 김경수, 손호준, 김태호, “교육업체 “亞 신시장을 잡아라””, 『파이낸셜 뉴스』, 2011. 3. 6, 사회일반 26면

여 교육프로그램 공급 및 활용 강사 교육을 제공하는 방식으로 중국 유, 초등 영어교육 시장에 진출했다. 그리고 3년 내 115개 지점, 6만 명의 사용자를 확보하겠다는 계획을 밝혔다⁴⁾.

이투스 교육은 2011년 4월 인도 코타지역에 ‘이투스 아카데미’라는 직영 학원을 개설하고 인도인 강사를 활용하는 방식으로 현지 학원시장에 진출하면서 2015년까지 인도 내 인구 500만 이상 5개 도시로 학원사업을 늘리겠다는 계획을 밝혔다⁵⁾. 재능교육은 92년 미국을 필두로 학습지 프로그램을 기반으로 현지 학원사업을 진행하고 있다. 이후 중국 및 호주, 뉴질랜드, 홍콩으로도 사업을 확장했다⁶⁾. 그리고 YBM시사닷컴은 2009년 4월 시범서비스 이후 11월 일본에서 현지 교육업체 에반(EVAN)과 라이선스 계약을 맺고 어린이 영어학습관 ‘렙톤’을 개설하였다⁷⁾. 더불어 중국에도 진출하여 옌지 지역에 조선족을 대상으로 학습관을 오픈하였다⁸⁾. JEI재능교육은 초기에 글로벌 사업 진출을 도모한 업체로, 92년 LA지사 설립을 시작으로 미국시장 진출을 시작하여 미국 현지인과 교민들을 대상으로 사업을 진행하고 있다⁹⁾. 더불어 2001년 상하이를 중심으로 영업거점을 마련하여 중국진출을 개시하였다¹⁰⁾. 이러한 해외 진출 사례는 대부분 사교육 시장을 중심으로 이루어지고 있다.

문화콘텐츠의 해외 진출과정에서는 시장정보의 부족, 국내 콘텐츠에 대한 인식 부족, 약한 현지 협력 네트워크, 취약한 마케팅 역량, 경험 부족 그리고 제도적인 불리함 등의 문제에 직면하게 되는데¹¹⁾¹²⁾ 교육 시장을 대상으로 사업을 진행할 경우에도 이러한 문제점에 직면하게 될 가능성이 높다. 문화콘텐츠의 경우, 해외시장 진입 시 소비자의 불완전 정보 구조에 대한 시장 진입장벽이 다른 유형의 제품보다 높다는 어려움도 있다¹³⁾. 뿐만 아니라, 교육콘텐츠는 교육이라는 특성상 교육과정의 호환성, 학생의 호응, 학부모의 수용여부 그리고 교수학습을 담당하는 교사의 활용도 등 고려해야 할 요인들이 더 많다.

본 연구는 국내 교육콘텐츠의 해외 공교육 진출 사례로 미국 LA 컬버시 교육구에 진입한 G러닝을 제시하고자 한다. 한국 교육콘텐츠가 해외, 특히 미국 등과 같은 선진국의 공교육에

4) 박상훈, “이러닝업체, “중국 진출” 속도낸다”, 『디지털타임즈』, 2010. 11. 22, 경제 15면

5) 이유범, “이투스교육 업계 첫 인도 진출”, 『파이낸셜 뉴스』, 2011. 2. 14, 산업일반 14면 2단

6) 김경수, 손호준, 김태호, “교육업체 “亞” 신시장을 잡아라”, 『파이낸셜 뉴스』, 2011. 3. 6, 사회일반 26면

7) YBM시사닷컴 2010년 IR 자료.

8) 김경수, 손호준, 김태호, “교육업체 “亞” 신시장을 잡아라”, 『파이낸셜 뉴스』, 2011. 3. 6, 사회일반 26면

9) 프레시안Biz, “재능교육 스스로학습시스템. 미국 시장에서 프랜차이즈 맹위 떨쳐”, 『프레시안』, 2011. 2. 21

10) 한국경제, “JEI재능교육 : 해외무대 승부. 온라인교육 선두 야심”, 『한국경제』, 2001. 7. 11

11) 조태현, “문화콘텐츠산업 해외진출 활성화를 위한 마케팅 전략”, 『문화산업연구』, 제2권 제2호, 한국문화산업학회, 2002, pp.317-346.

12) 이호건, “디지털 콘텐츠 산업의 해외진출 활성화에 관한 연구: 이러닝 산업을 중심으로”, 『경상논총』, 제3권 제1호, 청주대학교 경영경제연구소, 2010, pp.245-264.

13) 박종돈, 최혁준, “한국 디지털콘텐츠산업의 해외시장진출방안”, 『창업정보학회지』, 제8권 제3호, 한국창업정보학회, 2005, pp103-125.

진출한 전례가 거의 없는 상황에서 G러닝의 미국 진출은 관심을 모으고 있다. 이에 본 연구는 미국 공교육에 대한 G러닝 진출 사례를 제시한 후, 전략적 시사점을 도출하고자 한다.

본 연구에서 취한 연구방법론은 사례분석이다. 사례 분석은 분석대상이 소수일 때, 그리고 주로 ‘왜(Why)’와 ‘어떻게(How)’를 중심으로 연구할 때 사용하는 방법론이다¹⁴⁾¹⁵⁾. 본 연구는 단일 사례이며, 또한 과정 분석을 통해 시사점을 도출하는 것을 목적으로 하고 있기 때문에 Yin과 Mitzberg에 의해 확립된 사례분석 및 과정 분석 방법을 기반으로 했다.

2. G러닝의 정의 및 차별성

ICT 기술을 접목한 대표적인 교수학습 방법으로는 유비쿼터스 개념의 사회적 확산으로 대두된 u-러닝 그리고 최근 주목받고 있는 스마트 러닝이 있다. 2000년대 중반 등장한 u-러닝은 유비쿼터스 기술을 접목한 교수학습 방법으로 언제, 어디서나, 누구나 편리한 방식으로 원하는 학습을 할 수 있는 학습 환경을 의미한다¹⁶⁾. 스마트 러닝은 스마트 디바이스가 본격적으로 활용되면서 제시된 개념으로 학습자가 콘텐츠와 디바이스를 활용하여 스스로 학습을 설계할 수 있도록 지원하는 방식을 의미한다¹⁷⁾. 두 방식의 특징을 살펴보면 기술을 접목한 학습 환경 제시에 초점을 두고 있다는 것을 알 수 있다. 스마트 러닝의 경우, 언제, 어디서나, 원하는 정보에 접속한다는 추상적인 개념에 기반하고 있던 u-러닝이 스마트폰과 스마트 패드를 통해 가시화되고 구체화 된 것으로 볼 수 있다.

그러나, G러닝은 학습환경과 인프라에 초점을 맞추고 있는 기존의 교수학습 방법과는 달리 콘텐츠와 콘텐츠를 중심으로 한 상호작용에 초점을 맞추고 있는 개념이다. 게임이 제공하는 상호작용을 토대로 진행되는 교수학습 방법을 의미하는 G러닝은 교수학습 활동이라는 무형의 자산을 가시적인 서비스로 전환한 콘텐츠적 속성을 지니고 있다.

G러닝은 2003년부터 연구와 개발이 시작되었으며, 2003년 중앙대 경영학부 수업에 적용되면서 사회적으로 주목받기 시작하였다. 이후 게임콘텐츠의 교육적 활용에 관심을 가진 학자 및 업체가 적극적으로 ‘G러닝’이라는 용어를 활용하면서 현재는 게임을 교육에 활용하는 사업 전반을 일컫는 일반명사처럼 활용되고 있다. G러닝의 ‘G’는 게임(Game) 또는 글로벌을 지칭하며 ‘게임을 활용한 교수학습 방법’으로 정의할 수 있다. 즉, 게임이 가지고 있는 흥미,

14) Mintzberg, Henry (1994), “The Rise and Fall of Strategic Planning: Reconceiving the Roles for Planning, Plans, Planners”, Free Press.

15) Yin, Robert K. (2002), “Case Study Research: Design and Method”, Sage Publications.

16) 한국교육학술정보원. (2005). 2005 교육정보화 백서. 한국교육학술정보원. PM 2005-3.

17) 장상현. (2010). 교육 3.0과 스마트 러닝. 교육정보화 수요포럼 발표집, 한국교육학술정보원.

몰입성을 교수학습에 접목하는 교수학습 방법이다.

기본적으로 G러닝에서는 장르와 플랫폼에 관계없이 모든 유형의 게임콘텐츠가 활용 가능하다. 그러나 게임을 교수학습에 활용하여 좋은 효과를 얻기 위해서는 ‘학습내용’을 반드시 포함하고 있거나, 학습내용을 포함하지 않더라도 학습에 활용할 수 있는 게임적 기능이 존재해야 한다.

기존의 교육 콘텐츠와 비교해 G러닝은 다음과 같은 세 가지 차별성을 가지고 있다¹⁸⁾. 첫째, 체험형 학습 도구이다. 교과서를 기반으로 하는 기존 학습방법은 지식을 습득 하고 나서 그 지식을 활용하거나 체득하는 활동이 어렵다. 시험은 암기 여부를 확인할 뿐으로 그것이 지식을 활용하는 방법은 아니다. 하지만 G러닝에서는 지식을 습득한 이후 실제로 자신이 배운 지식을 적용할 수 있을 뿐 아니라, 그 결과도 바로 확인할 수 있어 적용 과정에서의 실수를 확인할 수 있다.

둘째, 상호작용형 학습도구이다. 지금까지 대부분의 교육은 교사가 일방적으로 학생들에게 지식을 전달하는 형태를 취하고 있었다. 이러한 일방적인 지식의 전달은 학습자의 흥미와 참여를 이끌어 내지 못하며, 이를 보완하기 위해 나온 토론형 수업방식 역시 학습자의 성향에 따라 참여 그룹과 비참여 그룹으로 나뉘게 된다. 그러나 G러닝은 교사와 학생들이 자연스럽게 상호작용을 통해 학습할 수 있게 해 준다. 뿐만 아니라 G러닝을 활용하는 학생 모두가 각자의 임무를 부여 받게 되어 참여형 수업이 가능하도록 한다.

마지막으로 창의성 훈련 도구라는 점이다. 창의적인 인재의 특성은 ‘문제 설정 능력과 문제 해결 능력이 뛰어나다’는 점이다. 문제 설정 능력이란 주어진 상황을 분석, 목표를 설정하고 이 목표를 달성하기 위한 전략을 수립하고 전략 과정을 구축할 수 있는 능력을 말하며, 문제 해결능력이란 주어진 목표를 달성하기 위한 구체적인 전략과 방법을 사용해 문제를 해결하는 능력이다. G러닝은 하나의 가상 세계를 구축하는데, 이 가상 세계에서는 현실 세계와 유사한 문제들이 발생하며, 현실세계와 마찬가지로 발생한 문제들은 두 번 다시 반복되어 나타나지 않는다. 따라서 학습자는 현실과 유사한 문제 상황에서 이를 해결하기 위해 문제를 분석하고 해결책을 모색하고 구체적인 전략을 짜고 수행하는 활동을 수행하게 된다.

이 같은 형태의 G러닝은 당시 미국 시장에 존재하지 않고 있었다. 따라서 G러닝의 미국 진출은 이 같은 제품차별성이 존재했기에 가능한 것이었다.

18) 위정현, “스마트교육과 G러닝 전략”, 『DIGIECO』, KT경제경영연구소, 2012년 2월호.

Ⅲ. G러닝의 미국 공교육 진출 사례

1. C연구소 소개

〈표 1〉 C연구소가 수행한 G-러닝 프로젝트 연혁(연도별)

2003~2004	중앙대, 서울대 대학원에서 온라인게임 거상을 활용한 경제 교육 실시
2004	선린인터넷정보고등학교에서 온라인게임 '군주'를 활용한 경제 교육 실시
2005	서정초등학교에서 온라인게임 '군주'를 활용한 경제 교육 실시
2006	서정초등학교에서 온라인게임 '군주'를 활용한 정치 교육 실시
2006	중앙대에서 온라인게임 '군주'를 활용한 전략경영수업 실시
2007	수원 청명고등학교서 온라인게임 '군주'를 활용한 정치 교육 실시
2008	수원 청명고등학교서 온라인게임 '군주'글로벌 서버 활용한 영어 교육 실시
2009	문화체육관광부, 교육과학기술부 지원 G러닝 연구학교 운영(서울, 경기 지역)
2010	문화체육관광부, 교육과학기술부 지원 G러닝 연구학교 확대 운영(서울, 경기, 대구, 강원)
	서울특별시 교육청 지원 G러닝 연구학교 운영
	서울특별시 교육연구정보원 지원 끝맛닷컴 G러닝 서비스 공급
	경기디지털콘텐츠진흥원 지원 G러닝 방과후학교 수업 보급
	대전문화산업진흥원 지원 G러닝 방과후학교 수업 보급
2011	미국 LA 라발로나 초등학교 G러닝 수업 진행
	경기도 교육국 지원 경기도 내 62개 초등학교 G러닝 방과후학교 수업 보급
	경기디지털콘텐츠진흥원 지원 G러닝 방과후학교 수업 보급
	논현초 G러닝 수학 몰입교육(영어로 배우는 수학) 진행
	대전문화산업진흥원 지원 복지관 대상 스마트 G러닝 방과후학교 수업 진행
	군포시 청소년체육지원과 지원 G러닝 방과후학교 수업 보급
	미국 RFK(로버트케네디) 초등학교 G러닝 수업 진행
일본 재해지역 초등학생 대상 스마트 G러닝 콘텐츠 소개	
2012	인천광역시 지원 도서 산간지역 G러닝 방과후학교 보급
	베트남 쩐다이응이아 중학교 G러닝 수학수업 진행

C연구소는 2003년부터 2012년 현재까지 10년 동안 G러닝 프로젝트를 수행해 왔다. 2003년 중앙대학교 경영학과 3, 4학년 학생들을 대상으로 ‘거상’을 활용한 경제, 경영수업 및 2004년 서울대학교 대학원 학생들을 대상으로 G러닝 경영수업을 진행하였다. 이후, 선린인터넷고등학교 수업¹⁹⁾을 거쳐 2005년 서정초등학교 경제수업을 기점으로 본격적인 G러닝의 공교육 내 확장을 시도하였다.

2006년 서정초등학교에서의 정치수업과²⁰⁾ 2007년²¹⁾, 2008년 수원 청명고등학교에서의 G러닝 수업을 진행²²⁾하였고, 이후, 문화체육관광부와 교육과학기술부가 지원하는 G러닝 연구학교 프로젝트를 주관하였다. 2009년 서울, 경기지역 3개 학교가 선정²³⁾된 연구학교 사업은 2010년 대구, 강원, 경기, 서울 지역에 5개 학교가 추가로 지정되었다²⁴⁾. 이를 효시로 경기도, 군포시와 같은 지자체 및 대전문화산업진흥원, 경기디지털콘텐츠진흥원²⁵⁾과 같은 정부 산하 기관 등 다양한 주체들과 협력하였다.

이렇게 국내에서의 경험과 실적을 기반으로 C연구소는 2010년 미국 LA의 라발로나 초등학교에서 G러닝 수업을 진행²⁶⁾하였고, 2011년 미국 LA의 RFK(로버트케네디) 초등학교에서 G러닝 수업을 진행하였다. 그리고 2012년 여름 베트남 호치민시의 쩌다이응이야 중학교에서는 G러닝 수학 몰입교육²⁷⁾을 실시하여 참여 학생들의 수학 성적이 높아지는 결과를 도출하여 동남아시아 진출의 토대를 구축하였다²⁸⁾.

2. 준비전략

미국 공교육 기관에 G러닝을 효과적으로 이식하기 위해, 2005년부터 2010년까지 국내 일선 학교를 대상으로 진행했던 G러닝 사업을 통해 습득한 경험을 토대로 현지 지원조직과 개발조직 구축에 초점을 맞추어 진출 준비 작업을 진행하였다.

19) 권혜주, “온라인게임도 훌륭한 교육 매체다... 콘텐츠경영연구소 입증 실험”, 『아이뉴스 24』, 2005. 1. 27

20) 박상준, “[사이버 정치 수업] 교육 후 반장투표 기준 몰었다니”, 『한국일보』, 2007. 1. 5, 사회면

21) 박상준, “사이버 정치, 경제 수업’ 실험결과 “분배보다 성장 선호... 보수화 강화 돼””, 『한국일보』, 2007. 12. 6, 사회

22) 김순기, “온라인게임 이용 영어교육 효과 탁월”, 『전자신문』, 2008. 10. 15

23) 조선일보, 2009. 1. 6, ‘온라인게임형 콘텐츠 학교 교육에 활용’

24) 권건호, “신규 G러닝 연구학교 5개교 확정... 총 8개교로 확대”, 『전자신문』, 2010. 2. 23,

25) 김기중, “경기도 ‘G러닝 시범학교’ 운영”, 『뉴스스』, 2009. 10. 16

26) 양승진, “LA 교육구도 한국 ‘G러닝’ 쓴다”, 『한국일보』, 2011. 1. 10,

27) 몰입교육(Immersion Instruction)은 제 2언어(외국어)로 특정 교과목을 가르치는 교수학습 방법을 의미한다. 1965년 캐나다의 퀘벡 지역에서 영어가 아닌 불어로 일반 교과목을 교육한 것에서 유래하였다.

28) 김명희, “G러닝 베트남 중학생 성적 끌어올렸다.”, 『전자신문』, 2012. 11. 13

〈표 2〉 진입 준비 및 기대효과

전 략	기 대 효 과
-현지 지원조직의 구축	-효과적인 의사결정을 위한 의사결정권자 공략 가능 -의사결정과정의 단순화 -기관 차원의 적극적인 개입 가능
-현지 개발 조직의 구축	-안정적인 서비스 제공 -문제 발생시 즉각 대처

교사가 개인 차원에서 G러닝 수업을 추진하면 복잡한 의사결정 과정을 거쳐 학교 승인을 얻어야 한다. 일차적으로 학교 운영을 책임지고 있는 교감과 교장의 승인을 얻어야 하는데, 두 사람 중 한 명이라도 G러닝에 대해 이해하지 못하면 프로젝트 진행은 초기 단계에서 무산된다.

더불어 G러닝 수업을 진행하기 위해서는 학생들이 PC를 활용할 수 있는 학교 컴퓨터실을 활용하는 것이 필요하다. 그러나 컴퓨터실은 학교의 학사일정에 따라 활용 일정이 학기 초에 이미 정해지기 때문에, 시설활용에 대한 학교차원의 의사결정과정이 필요하다. 따라서 의사결정의 권한을 가지고 있는 교장이 G러닝 수업에 대한 의지를 가지고 있으면 이러한 문제에 효율적으로 대응할 수 있게 된다. 따라서 이러한 교육 기관장을 이해시키고 협력하게 하는 것은 대단히 중요하다.

그러나 C연구소는 외국 기관으로 미국 교육기관이 아니라는 근본적인 한계를 가지고 있었다. 특히 공교육은 국가 차원에서 엄격히 관리하고 있는 분야로 해외 콘텐츠가 자유로이 진입할 수 있는 영역은 아니다. 이에 공교육 진입 전략으로 현지의 지원 조직을 구축하는 것이 중요하다. 즉 현지인들이 중심이 되어 G러닝을 추진할 수 있는 조직 체계의 구축이 필수불가결한 것이다.

이런 지원 조직과 현지 교육청을 설득하기 위해서는 G러닝의 제품 차별성에 대한 설명이 대단히 중요했다. G러닝의 혁신성과 성과, 특히 한국에서 정부 지정 시범학교를 통한 성과 등을 집중적으로 설명했다. 이러한 설명은 미국 교육청이나 지원 조직 참여자들에게 G러닝을 통한 미국 교육의 변화가 가능할 것이라는 기대감을 갖게 하는 효과가 있었다.

현지 지원 조직의 구축과 더불어 안정적인 G러닝 서버 운영과 문제 상황에 신속히 대처가 가능한 현지 개발조직의 구축 역시 중요한 문제였다. G러닝 수업을 진행하기 위해서는 G러닝 콘텐츠의 설치부터 네트워크의 점검, 지속적인 서버운영, 돌발적인 오류 상황에 대한 대처 등 게임콘텐츠 서비스에 대한 기술적인 지원이 병행되어야 한다. 특히 수업 도중 게임접

속에 문제가 생길 경우 한 차시 수업이 무산되며 이러한 상황은 학교의 과실로 발생한 것이기 때문에 수업 담당 교사뿐 아니라 학교도 책임을 져야 한다. 따라서, 국내에서는 개발사 내부에 자체적으로 G러닝 전담하여 서비스를 운영하는 인력을 배정하고 G러닝을 위한 독립 서버를 운영하는 등 안정적인 게임운영과 문제 상황에 대처할 수 있는 지원체제를 구축한 뒤 실제 수업을 진행하였다. 이처럼 G러닝의 해외 공교육 진입에 있어서는 단지 서비스의 현지화 수준을 넘어 개발 조직 자체의 현지 이식이나 현지에서 직접 문제해결이 가능한 서비스 인프라의 구축이 필요하게 된다.

3. 주요 진출전략 : 지속적 커뮤니케이션 및 현지 지원조직 구축

C연구소는 먼저 현지 지원 조직 구축에 착수했다. 미국 현지에서 G러닝 프로젝트를 지원할 수 있는 인적 네트워크를 구축한 것이다. UCLA, USC 교수 등 학자들과 실리콘밸리의 콘텐츠 사업가, NPO 활동가 등을 중심으로 ‘G러닝 위원회(G-Learning Committee)’를 조직했다. 이들과 국내 G러닝 프로젝트 과정에 대한 정보공유를 통해 미국에서 진행하고자 하는 G러닝에 대한 구체적인 기획을 공유하여 협력자들의 G러닝에 대한 이해도를 높였다.

이후, G러닝 위원회의 협력으로 LA 근교에 위치한 여러 개의 학교를 조사하고 접촉했다. 그 중, 부교육감이 G러닝 위원회의 구성원과 직접 연락이 닿았고 교육위원들이 당시 새롭게 당선되어 새로운 교수법 도입에 열의를 가지고 있는 컬버시 교육구(Culver City)를 유력한 후보로 선정하였다. 미팅을 통해 교육위원과 부교육감에게 한국에서 도출된 G러닝의 효과성을 소개하며 저소득층의 학력격차 문제로 적절한 대안이 될 수 있을 것이라는 기대효과를 제시하자 부교육감이 크게 공감하였고, G러닝 수업이 가능한 후보 초등학교 섭외에 대한 협조요청을 수락하였다. 이후, 2010년 5월 말, 컬버시 부교육감과 교육위원, 담당팀장과 교육감이 섭외한 G러닝 도입 후보학교 교장이 배석한 연석회의를 개최하고, G러닝과 그 효과에 대해 소개하여 호응을 이끌어냈다. 그리고 학기가 시작되는 9월 G러닝 수업 진행에 대한 대략적인 합의를 도출하였다.

교육청과 논의를 진행하면서 동시에 개발조직 구축을 시도했다. G러닝은 정규 교과과정을 중심으로 완성된 게임 엔진을 활용하여 콘텐츠를 개발하는 방식을 취하고 있다. 따라서 개발사의 참여의지, 실무 개발자의 G러닝 이해도에 따라 G러닝 콘텐츠 개발의 성과가 좌우되기 때문에 개발조직을 신중하게 선정하는 것이 필수적이다. 더불어 미국 현지 학교 수업 진행 과정에서 발생하는 기술적인 문제에 대한 대처가능 여부도 고려해야 했다.

2010년 당시 C연구소는 G러닝 프로젝트에 협력하고 있던 국내 개발사를 포함하여 몇몇 개발사를 대상으로 미국 G러닝 프로젝트에 대한 정보를 제공하고 참여여부를 제안하였다. 그리고 선정과정에서 다음과 같은 사항을 고려하였다. 국내 G러닝 프로젝트에 참여하고 있던 개발사의 경우, 수 년 동안의 협력을 통해 1)기업 내부의 의사결정 과정이 수월하게 진행될 수 있었고 2)대표부터 실무 개발자까지 G러닝에 대한 이해도가 높고, 3)G러닝 콘텐츠 개발 실무를 진행한 경험이 있어 단기간에 양질의 콘텐츠 개발이 가능한 구조를 갖추고 있었으며, 4)실제 수업 진행 시 발생하는 문제에 대처하는 노하우를 가지고 있다는 장점을 갖추고 있었다. 하지만 1)한국에 개발진과 서버를 두고 있기 때문에 미국 현지에 안정적인 서비스(네트워크 지연 및 끊김 현상 등)가 가능한지의 여부, 2)한국과 미국의 시차 및 지리상의 거리로 기술적 문제가 발생할 경우 즉각적인 대처가 어렵다는 단점도 있었다. 하지만 미국에 기반을 두고 있는 게임사가 지닌 장단점은 국내 개발사와는 정확히 반대였다. 미국 현지에 있기 때문에 안정적인 서비스와 즉각적인 문제대처가 가능하지만, G러닝 콘텐츠 개발 역량이 낮았다. 개발사를 선택하기 위해서는 ‘개발역량’, ‘서비스역량’ 이 두 가지 속성 중 하나를 선택하는 것이 필요했다.

C연구소는 둘 중 서비스역량을 더 중요한 가치라고 판단하였고 따라서 미국 현지에 소개하고 있는 여러 개발사에 미국 G러닝 프로젝트 수행을 제안하였다. 여러 후보 회사 중, 대표의 의지가 높고, 게임 상용서비스를 진행하고 있어 대규모 서비스에 대한 경험을 보유하고 있으며, 자체 개발역량을 보유하고 있는 A사를 파트너로 선정하였다.

4. 프로세스 : 학교선정 및 G러닝 수업 실무 준비

미국 G러닝 프로젝트의 주요 주체인 학교와 개발사가 선정된 이후 2010년 6월부터 수업 진행을 위한 실무협약이 진행되었다. 이 과정에서 교육청과 학교와의 협의, 그리고 개발사와의 개발 논의가 동시에 진행되었고 C연구소는 두 주체와의 의사소통을 주도하며 전체 과정을 조율하는 역할을 진행하였다.

학교장과의 협의를 통해 수업 개시일을 신학기 시작 1주일 뒤인 9월 27일부터 11월 5일까지 6주로 정하고 수업담당 교사를 선정하였다. 그리고 5학년 학생들이 수학의 사칙연산을 상당히 어려워하여 수학에 대한 흥미를 잃는다는 학교측의 요구를 수용하여 과목은 수학으로 선정하였다. 동시에 개발사는 G러닝 콘텐츠개발을 진행할 실무팀을 구성하고, C연구소에서 수업에 활용 예정 엔진을 분석할 수 있도록 하였다.

〈표 3〉 2010년 미국 G러닝 프로젝트 진행 과정

주요주체	라발로나초등학교 (컬버시 교육청)	C연구소		게임개발사
주요역할	G러닝 수업장소 및 인력 제공	프로젝트 총괄		G러닝 콘텐츠 개발 및 콘텐츠 서비스
	G러닝 수업환경 구축		G러닝 콘텐츠 개발	
2010년 7월	학교선정 완료 및 수업일정 확정		개발사 선정 완료	
2010년 7월	교과과정 정보 제공	교과과정 분석	개발체제 구축	실무인력 선정
	교사선정		게임콘텐츠 분석	
	학부모 동의서 수집	TB테스트 진행	퀘스트 기획	독립서버 구축
2010년 8월	학교 컴퓨터실 점검	노트북 확보 개시	교재개발	1차 파일럿테스트
		노트북 확보 완료		2차 파일럿테스트
	안전보험 논의			교재개발 완료
	교사교체	교사연수 과정 준비		
	교사연수 진행 및 교재제공			
2010년 9월	G러닝 수업준비		교실 인터넷 설치 및 노트북 설치	
	수업개시			

이후, 학교에서는 학부모를 대상으로 G러닝 수학 수업을 진행해도 좋은지 여부를 확인하는 동의서를 발송하였다. 학교 교장의 승인이나 학부모의 의견을 대표하는 학교운영위원회의 동의가 있으면 연구수업 진행이 가능한 우리나라 학교와는 달리 미국에서는 연구수업에 참여하는 전체 학생의 학부모를 대상으로 동의를 구해야만 하고, 학부모가 동의하지 않을 경우, 그 학생의 연구수업 참여는 불가능하다. 학교에서는 G러닝의 간단한 소개와 함께, 본 수업을 통해 학생들이 흥미있게 수학을 배울 수 있는 좋은 기회라는 점을 강조하여 내용을 구성하였고 모든 학부모는 자녀의 G러닝 수업 참여를 동의해 주었다.

학교와의 협의 진행과 동시에 G러닝 콘텐츠 개발이 진행되었다. 우선 첫 단계로 라발로나 초등학교에서 사용하는 초등학교 5학년 수학교과서를 분석하였다. 동시에 G러닝 수업에 활용 예정인 게임엔진에 대한 분석을 진행하였다. 시스템 분석을 통해 활용해야 할 게임 시스템을 파악하고 난 이후, 본격적인 기획을 진행하였다.

〈표 5〉 G러닝 콘텐츠 개발 전략

주요전략	대처문제
1. 수업 개시 후 패치를 통한 콘텐츠 업데이트	개발기간 확보
2. 기존 게임 엔진 시스템 최대 활용	개발기간 확보 G러닝 개발경험 부족
3. 퀘스트 구조의 유형화	개발기간 확보 G러닝 개발경험 부족
4. 콘텐츠 개발 공정 관리자 현지 파견	의사소통 채널 확보 G러닝 개발경험 부족

개발 과정에서 C연구소가 극복해야 하는 문제는 1) 짧은 개발기간, 2) 기술개발 실무자의 G러닝 경험 부재 3) 기획자와 개발자 간 의사소통 채널 확보의 어려움 이렇게 세 가지로 정리할 수 있다. 일단 개발 일정을 최대한 확보하기 위해 개발을 1차, 2차로 나누어 개발하고 패치를 통해 콘텐츠 업그레이드를 진행하는 방식을 채택하였다.

개발기간 확보와 더불어 기획에 소요되는 시간을 줄이는 것도 필요했다. 이는 개발프로세스의 효율성에 관련된 문제였다. 개발사의 참여 인력들은 이전에 G러닝 콘텐츠를 개발한 경험이 없었다. 효율성과 더불어 개발자에게 기획 의도를 정확히 전달하여 양호한 결과물을 만들어 내기 위해서는 퀘스트 개발 공정을 직접 관리하는 것이 필요했다.

이에, G러닝 콘텐츠 개발에 많은 경험을 가지고 있는 C연구소의 연구원을 미국으로 파견하여 개발인력들에게 즉각적인 피드백을 제공하였다. 이로 인해, G러닝 이해 부족으로 인해 발생하는 개발과정의 오류를 줄일 수 있었으며, 퀘스트 개발 공정 관리가 가능해 짐으로써 전체 일정에 맞는 개발 일정 조율이 가능했다.

콘텐츠 개발이 진행되고 있는 동안 컴퓨터 OS 호환 문제가 발견되었다. 실무단이 PC환경 점검을 차 위해 학교 컴퓨터실을 방문하면서 모든 학교 컴퓨터가 맥(Mac)이라는 것을 알게 되었다. 개발하고 있는 콘텐츠는 윈도우(Window) OS에서만 구동이 가능한 게임이었다. 이때는 8월 초로 수업 개시일이 한 달 정도 밖에 남지 않았던 시기였다. 구동 OS를 Mac OS로 전환하는 것에 대해 논의해 보았으나 적어도 2달 이상 걸려 시간상으로도 불가능하고, 만약 전환한다고 하더라도 시스템의 안정성은 보장하기 힘들어 전환이 힘들다고 결론지었다. 따라서, 윈도우 OS가 설치된 컴퓨터를 학교에 보급하는 방법을 고려하였고, UCLA에서 필요한 수량의 노트북을 대여할 수 있었다.

5. 성과 : 수업 운영 및 수업결과

이처럼 복잡한 과정을 거쳐 교사연수, 교재제작 및 G러닝 콘텐츠 1차 개발이 파일럿 테스트 단계까지 완료되어 수업에 필요한 모든 준비를 수업개시 전 일정에 마칠 수 있었다. 2010년 9월 27일부터 G러닝 연구수업이 진행되었다. 교사와 학생이 모두 G러닝 콘텐츠의 기능과 플레이 방법에 대해 숙지할 수 있는 기회를 제공하기 위해 1, 2차시는 튜토리얼 시간으로 배정하여 학생들이 G러닝 수학을 플레이 해보고 그 특성과 수행 방식을 익힐 수 있는 기회를 제공하였다.

G러닝 수업 운영의 핵심은 학생의 협동과 경쟁의식을 최대한으로 활용하여 수업에 대한 흥미와 몰입도를 높이는 것이다. 학생 간 상호작용과 협동을 자연스럽게 이끌어 낼 수 있도록 수업 초기, 중기에 따라 운영 방식을 바꾸었다.

이후, 학생이 G러닝 수업에 적응하여 수행 역량이 일정 수준에 도달하는 11차시부터 다른 학생들과 팀을 구성하여 구성원 간 협력과 의사소통을 통해 퀘스트를 수행하도록 운영 방식을 변경하였다. 이 기간에 학생은 팀 플레이를 진행하면서 스스로 다른 학생들과 협력하여 조직을 구성하고 팀원 간 역할을 설정하여 주어진 역할에 따라 퀘스트를 수행하는 협력활동을 수행하였다. 각 팀은 조장을 선출하고 조장과 조원들이 서로의 의견을 수렴하여 주어진 퀘스트를 완료하게 된다. 이러한 협동과 경쟁을 통해 학생들이 문제해결 능력을 함양할 수 있도록²⁹⁾ 유도하였다.

본 수업에 대한 효과성을 검증하기 위해 연구반과 비교반의 수업 전, 후 성취도를 비교해본 결과, 연구반은 수업 전 평균 53.8점에서 65.8점으로 약 12점 정도가 향상되었고 그 차이가 통계적으로 유의미하다고 하였다. 하지만 비교반의 경우 약 7점 정도 향상되었으나 통계적인 유의미성을 보이지는 못해 G러닝 수업이 교과서를 활용한 수업에 비해 학생의 수학 성취도 향상에 미치는 영향을 검증할 수 있었다. 또한, 성취도에 따라 상, 중, 하 세 수준으로 학생들을 나누어 각 수준 별 성취도 변화를 살펴 본 결과 하위집단의 경우, 수업 전 34.2에서 56.4로 약 22점이 상승하였고, 상위집단은 수업 전 73.7점에서 수업 후 82.9점으로 약 9점이 상승하였다는 결과를 제시하였다³⁰⁾.

이처럼 연구를 통해 검증된 G러닝의 효과는 결과는 국내에서 개발된 교수학습 방법이 미국 공교육 환경에서도 그 효과를 보였다는 것을 의미한다. 이러한 효과는 G러닝 수업에 참여한 학생이 작성한 소감문을 통해 확인할 수 있다.

29) 위정현, 원은석, “효과적인 구성주의 학습도구로써 온라인게임의 활용-대학생을 대상으로 온라인게임 ‘군주’를 활용한 경영전략 수업의 구성주의적 고찰-”, 『한국게임학회 논문지』, 제6권 제4호, 한국게임학회, 2006, pp. 25-37.

30) 위정현, 원은석, “G러닝 수학 수업이 미국 초등학교 5학년 학생의 수학 성취도 향상에 미치는 영향”, 『한국게임학회 논문지』, 제12권 제1호, 한국게임학회, 2012, pp79-90.

[소감문 1: from Gaelle]

G러닝 수업은 정말로 좋았어요! 나눗셈과 덧셈을 배웠어요. G러닝은 내가 수학 문제를 풀 수 있게 도와주었어요. 나는 G러닝이 정말 좋고, 다시 한 번 했으면 좋겠어요. 그리고 팀워크도 배울 수 있었습니다.(My final thought about G-learning was great! I learned about division and multiplication. It helped me solving problems. I really loved G-learning and I hope they will come back once again. I also learned team work.)

[의견 2: from Alondra]

G러닝은 정말 재미있었어요. 많이 그리울 거예요. 어떻게 수를 계산하는지 배웠어요. G러닝은 수학이 재미있다는 것을 알려 주었어요. G러닝은 재미있는 수학 게임이에요.(G learning is so fun. I will miss it so much. I learned how to evaluate. The program help me by math is fun. G learning is a fun math game.)

또한, G러닝 수업을 지켜본 교사, 교장 및 학교관계자 그리고 컬버시 교육청 관계자들의 인식은 다음과 같았다.

[데비의 뉴스 인터뷰]

G러닝에서 우리는 지도자가 무엇인지, 어떻게 지도자를 도와야 하는지를 알아야 합니다. 그래서 G러닝은 수학을 넘어선 학습방법입니다. 서로 어떻게 대해야 하는지, 어떻게 어울려야 하는지를 배우게 됩니다.(We have to know what is to be leader, what it is to help the leader. I think G-Learning goes beyond Math. And students learnt skills how to treat each other and how get along each other. So, that is one component that I like G-Learning)³¹⁾

[크리스틴 콜리스 뉴스 인터뷰]

캘리포니아에서는 예산확보가 어렵지만, G러닝을 할 수 있는 기술을 도입하면 좋을 것 같습니다.(Here California have a lot of funding difficulties. But it will be excellent to take technology to do G-Learning)³²⁾

31) YTN. “게임기반 G-러닝 미 교실 진입”, 2010. 10. 18.

32) YTN. “게임기반 G-러닝 미 교실 진입”, 2010. 10. 18.

IV. 공교육 시장 진출에 대한 전략적 시사점

이상에서는 국내에서 개발되고 국내 공교육을 통해 검증된 교육콘텐츠를 미국 공교육에 수출하는 과정을 정리해 보았다. 본 장에서는 제시된 사례를 토대로 G러닝이라는 혁신적인 콘텐츠의 해외 진출 전략에 대한 시사점을 고찰해 보고자 한다.

첫째, G러닝이라는 콘텐츠의 제품적 우위성을 지적할 수 있다. G러닝은 기존의 미국 시장에 존재하지 않았던 콘텐츠였다. 따라서 진입 초기에 교육청과 G러닝 위원회에 집중적으로 설명했다. 이 설명 과정에서는 특히 e러닝 형식의 콘텐츠의 한계와 G러닝의 차별성, 교육적 효과에 대한 논문화된 검증 결과를 제시했다. 그 결과 이들은, G러닝은 학생이 능동적으로 수업에 참여하는 방식으로 진행되기 때문에 수학 등 학습 선호도가 낮은 과목이나 새로운 내용에 흥미를 끌어올리는데 큰 효과가 있을 것이라는 점을 이해하게 되었다.

이처럼 교육콘텐츠의 해외 진출에서는 확고한 제품 차별성을 보유하는 것이 중요하다. 특히 미국이나 일본, 유럽과 같은 선진국 시장은 이미 자국 개발의 교육 콘텐츠가 확고한 지위를 점하고 있다. 또한 한국이라는 국가 브랜드 역시 선진국 소비자의 인식에 침투하는 데 제한적이다. 따라서 기존 시장 제품과의 차별성을 명확히 전달하는 것은 대단히 중요할 것이다.

둘째, 현지 지원조직의 구축과 활용이다. G러닝 진출 과정에서 직면했던, 학교 선정과 운영에서 발생한 다양한 문제 해결에서 가장 큰 도움이 되었던 것은 미국 현지에 조직했던 G러닝 위원회였다. G러닝 위원회는 미국인들이 자발적으로 G러닝을 지원하기 위해 만든 비영리조직(NPO)으로 현지의 학교나 교육구 관계자들을 설득하는 데 큰 힘을 발휘했다. G러닝에 관심을 가지고 있던 미국 현지인을 중심으로 구성된 G러닝 위원회는 현지의 의사소통 채널을 마련해 주었으며, 외국인으로서 대처하기 힘든 문제 해결에 큰 도움을 주었다. 즉 현지 공교육 기관을 현지인들이 설득하는 구조가 구축된 것이다.

이처럼 G러닝이 미국이라는 선진국의 공교육 진입이 가능했던 것은 G러닝 위원회라는 지원 조직을 조기에 구축하고 활용한 점이 중요했다. 특히 문화적으로 이질적인 해외에서, 더구나 진입 장벽이 대단히 높은 선진국 공교육 시장에서는 이러한 현지인 중심의 비영리 지원조직은 큰 힘을 발휘할 수 있다.

지금까지 한국의 교육기업들은 주로 자사의 역량에 의존해 선진국 교육 시장 진출을 도모하였다. 하지만 C연구소는 자체 역량을 해외에 이식하는 방식보다는 G러닝에 관심을 가진 현지인을 중심으로 조직을 구성하여 역량을 활용하는 방식을 채택하였다. 이들이 G러닝의 가치를 인정하고, 자발적으로 G러닝 도입이 가능한 교육구를 찾기 위해 노력한 결과 쉼버시

교육구를 발굴해 낼 수 있었다.

물론 이러한 외부 조직 활용 전략은 공교육 분야이기 때문에 적용된 전략이기는 하다. 그러나 사교육 시장의 경우에도 현지 공공조직과의 제휴는 중요하다. 예를 들어 대학이나 교육청 등과의 협력이나 제휴는 초기 시장 진입에서 발생하는 시행착오를 줄여줄 것이다.

또한 이러한 협력의 과정에는 일방적인 홍보의 일환이 아니라 상대국의 교육적 고민에 대한 해결책을 함께 모색한다는 진지함이 동반되어야 한다. 기업의 현지 사회 공헌 활동은 때로 이러한 진지함보다는 기업 홍보가 앞서는 경우가 많다. 하지만 이러한 기업 홍보를 중심으로 한 교육 협력은 성과보다는 반감을 초래하기 쉽다. 즉 해당 제품의 지속적인 시장 진입에서 오히려 장애물이 되는 것이다.

셋째, 커뮤니케이션이다. 본 프로젝트의 수행 과정에서는 관련 정보의 지속적인 제공과 피드백이 이루어졌다. C연구소는 컬버시 교육구에 국내 G러닝의 성과와 콘텐츠의 구성, 그리고 이를 도입하였을 때 학생들의 학업 동기가 어떻게 향상되는 지에 대한 상세한 정보를 제공하였다. 그리고 컬버시 교육구 부교육감과 게임사, 교사와 교장 등 이해 당사자들과 지속적으로 끊임없이 정보를 공유하고, 설득하였다.

특히 C연구소는 G러닝 수업의 전 과정에 대한 영상 자료를 제공하여 실제로 수업이 어떻게 이루어지는 지 명시적으로 제시하여 처음 G러닝을 접하는 사람도 명확하게 이해할 수 있도록 준비했다. 이러한 G러닝에 대한 정보는 교육구와 해당 학교 교장을 통해 다시 학부모로 전파되었다. 이러한 반복적인 정보제공과 피드백 과정은 새로운 교육콘텐츠에 대한 학교와 학부모의 불안감을 불식시키는 데 큰 도움이 되었다.

새로운 교육콘텐츠가 공교육에 확산되기 위해서는 콘텐츠 활용의 당사자인 학생 뿐 아니라 학부모, 교사, 교장 등 다양한 이해당사자의 동의와 공감의 필요하지만 이들과 의견을 조율하는 과정은 대단히 복잡하다. 학부모와 교육당국은 환영하지만 학생들이 싫어하는 콘텐츠는 실패하며, 반대로 학생들은 환영하지만 학부모와 교육당국이 반대하는 콘텐츠 역시 시장 진입에 실패한다.

신규 교육콘텐츠가 해외로 진입하는 경우 단순히 제품의 우위성만을 전면에 내세워 시장 침투를 시도하는 경우가 많다. 특히 기업의 경우에는 소비자에 대한 일방적인 마케팅과 홍보만이 집중적으로 이루어지는 경우가 많다. 해외의 소비자를 위한 정보 제공이 소비자의 궁금증에 대한 해결 정보 제공이 아니라 자사 제품의 우위성에 대한 일방적 설명으로 채워지는 경우이다. 하지만 이러한 수용자와의 쌍방향 커뮤니케이션 없는 일방적인 정보의 전달은 소비자의 반발을 부르고, 결국 그 제품은 실패할 확률이 높을 것이다.

V. 결론

향후 디지털교과서의 도입과 스마트 디바이스의 보급으로 스마트 러닝이 활성화 될 것으로 예상된다. 지식경제부는 2011년 글로벌 4대 스마트러닝 강국 진입을 목표로 ‘이러닝 산업 발전 및 활성화 기본계획’을 발표하였고 교육과학기술부(2011)는 ‘스마트교육 추진 전략안’을 수립하고 2015년까지 2조 2천억 원을 투입하여 스마트 교육 환경을 구현하겠다는 계획을 밝혔다³³⁾. 스마트러닝의 활성화는 다양한 교육콘텐츠의 생산과 유통으로 이어져 향후 교육콘텐츠 시장이 확대되고 교육콘텐츠의 해외시장 진출도 활성화될 것이다.

이에, 본 연구는 국내에서 개발된 교육콘텐츠의 성공적인 미국 공교육 시장 진출 사례인 C연구소의 G러닝 프로젝트를 선정하여 진출과정과 그 전략적 시사점을 제시하였다. 특히 이번 사례에서는 투입 콘텐츠의 우수성, 현지 지원조직의 구축, 현지 소비자와의 지속적인 커뮤니케이션이라는 세 가지 요인을 도출해 정리하였다.

첫째, G러닝은 기존의 미국 시장에 존재하지 않았던 혁신적 콘텐츠라는 점을 명확히 전달하였고 둘째, 자사 조직의 역량을 현지로 확장시키는 기존의 해외 진출방식과는 달리 미국 현지인으로 구성된 자발적 지원조직을 구성하여 소요비용을 줄이고 이들을 활용하여 효율적으로 문제해결을 할 수 있었으며 셋째, 프로젝트 수행 주체가 직접 모든 이해당사자들과의 지속적인 커뮤니케이션을 통해 정보를 공유, 결과적으로 한 참여자가 다른 참여자를 설득하는 연쇄적 설득과정이 일어날 수 있도록 했던 점이 중요했다.

마지막으로 본 연구의 한계와 향후 과제를 정리할 필요가 있다. 본 논문은 제3자의 객관적인 연구가 아니라는 한계를 가지고 있다. 이 점은 향후 다양한 연구자의 보완적 연구를 거쳐 보완될 필요가 있다.

33) 교육과학기술부 국가정보화전략위원회. “스마트러닝 추진 전략(안)”, 교육과학기술부. 2011.

참 고 문 헌

- 교육과학기술부 국가정보화전략위원회, “스마트러닝 추진 전략(안)”, 교육과학기술부. 2011.
- 권건호, “신규 G러닝 연구학교 5개교 확정... 총 8개교로 확대”, 「전자신문」, 2010. 2. 23,
- 권해주, “온라인게임도 훌륭한 교육 매체다... 콘텐츠경영연구소 입증 실험”, 「아이뉴스 24」.
2005. 1. 27
- 김경수, 손호준, 김태호, “교육업체 “亞 신시장을 잡아라””, 「파이낸셜 뉴스」. 2011. 3. 6, 사회
일반 26면
- 김기중, “경기도 ‘G러닝 시범학교’ 운영”, 「뉴시스」, 2009. 10. 16
- 김명희, “G러닝 베트남 중학생 성적 끌어올렸다.”, 「전자신문」, 2012. 11. 13
- 김순기, “온라인게임 이용 영어교육 효과 탁월”, 「전자신문」, 2008. 10. 15
- 박상준, “사이버 정치, 경제 수업’ 실험결과 “분배보다 성장 선호... 보수화 강화 돼”, 「한국일
보」 2007. 12. 6, 사회면
- 박상준, “[사이버 정치 수업] 교육 후 반장투표 기준 몰았더니”, 「한국일보」, 2007. 1. 5, 사회면
- 박상훈, “이러닝업체, “중국 진출” 속도낸다”, 「디지털타임즈」. 2010. 11. 22, 경제 15면
- 박종돈, 최혁준, “한국 디지털콘텐츠산업의 해외시장진출방안”, 「창업정보학회지」, 제8권 제3
호, 한국창업정보학회, 2005, pp103-125.
- 양승진, “LA 교육구도 한국 ‘G러닝’ 쓴다”, 「한국일보」, 2011. 1. 10.
- 위정현, “스마트교육과 G러닝 전략”, 「DIGIECO」, KT경제경영연구소, 2012년 2월호.
- 위정현, 원은석, “효과적인 구성주의 학습도구로써 온라인게임의 활용-대학생을 대상으로 온
라인게임 ‘군주’를 활용한 경영전략 수업의 구성주의적 고찰-”, 「한국게임학회 논문지」,
제6권 제4호, 한국게임학회, 2006, pp. 25-37.
- 위정현, 원은석, “G러닝 수학 수업이 미국 초등학교 5학년 학생의 수학 성취도 향상에 미치
는 영향”, 「한국게임학회 논문지」, 제12권 제1호, 한국게임학회, 2012, pp79-90.
- 이유범, “메가스터디 “中 시장 진출” 성공할까”, 「파이낸셜 뉴스」. 2010. 10. 29
- 이유범, “이투스교육 업계 첫 인도 진출”, 「파이낸셜 뉴스」. 2011. 2. 14, 산업일반 14면 2단
- 이호건, “디지털 콘텐츠 산업의 해외진출 활성화에 관한 연구: 이러닝 산업을 중심으로”, 「경
상논총」, 제3권 제1호, 청주대학교 경영경제연구소, 2010, pp.245-264.
- 장상현, “교육 3.0과 스마트 러닝”, 「교육정보화 수요포럼 발표집」, 한국교육학술정보원, 2010.
- 정수원, “우리나라 콘텐츠산업의 해외진출 방안-일본시장 개척을 중심으로”, 「일본근대학연구」,

- 제29집, 한국일본근대학회, 2010, pp325-344.
- 조선일보, 2009. 1. 6, '온라인게임형 콘텐츠 학교 교육에 활용'
- 조태현, "문화콘텐츠산업 해외진출 활성화를 위한 마케팅 전략", 「문화산업연구」, 제2권 제2호, 한국문화산업학회, 2002, pp.317-346.
- 프리티안Biz, "재능교육 스스로학습시스템. 미국 시장에서 프랜차이즈 맹위 떨쳐", 「프리티안」, 2011. 2. 21
- 프리티안Biz, "재능교육, 해외시장 개척 왕성한 활동", 「프리티안」, 2010. 10. 22,
- 한국경제, "JEI재능교육 : 해외무대 승부. 온라인교육 선두 야심", 「한국경제」 2001. 7. 11
- 한국콘텐츠진흥원, 「2012 월간 이슈 브리핑 11월호」, 2012, p.2
- 한국교육학술정보원. 「2005 교육정보화 백서」, 2005.
- Mintzberg, Henry (1994), "The Rise and Fall of Strategic Planning: Reconceiving the Roles for Planning, Plans, Planners", Free Press.
- Wi, Jong H. (2009), "Innovation and Strategy of Online Games", Imperial College Press.
- Yin, Robert K. (2002), "Case Study Research: Design and Method", Sage Publications.
- YTN. "게임기반 G-러닝 미 교실 진입", 2010. 10. 18.

ABSTRACT

Analysis of a Successful Entry Case of Education Contents into Global Market : The Entry of G-Learning(Game Based Learning) into a Public School System in USA

Jong-Hyun Wi* · Eun-Sok Won**

With the growth of contents business, the expansion of domestic culture contents into global market became active. However, while some field such as game, music and movie have made fine results, education contents has failed to make significant success in global market. Therefore, this study intends to look into a case of Contents Management Institute(CMI), which spread G-Learning into La Ballona Elementary School located in LA. In this case, CMI successfully dealt with diverse difficulties to conduct a G-Learning class in the school and helped to increase students' achievement. Based on analyzing this case, this study suggests three reasons behind the success. First, by separating platform and learning contents in development process, CMI could save the cost in contents development and handle problems swiftly. Second, it could be possible to use human resources efficiently by constructing a support organization. Third, by sharing information and doing persuasion CMI could lead to chain persuasion process among local decision makers.

Key Words : G-Learning, Education Contents, Global Public Educational Market Entry

* Professor, Department of Management, Chung-Ang University(First Author)

** Assistant Professor, Department of Liberal Arts Education, Mokwon University(Correspondent Author)