

스마트러닝 기반 중학교 가정교과 소비생활 교수-학습안 개발

서유리* · 채정현**†

*한국교원대학교 대학원 석사과정 · **한국교원대학교 가정교육과 교수

Development of Consumer Education Teaching-Learning Process for SMART Learning-Based Middle School Home Economics Education

Seo, Yu Ri* · Chae, Jung Hyun**†

**Student, Graduate School of Home Economics Education, Korea National University of Education*

***Professor, of Home Economics Education, Korea National University of Education*

Abstract

The purpose of this study was to develop and evaluate a Smart learning-based middle school home economics education plan to improve the online home economics education classes. The educational plan in this study was completed through the process of analysis, design, development, and evaluation. The results of this study are as follows. First, as a result of analyzing consumer life units in the middle school textbooks based on 2015-revised curriculum, Smart learning activities were presented in only two out of the 12 textbooks analyzed. Second, a Smart learning-based middle school home economics education plan was developed in this study with the following characteristics: the topics and contents are structured so that to help learners actively engage in the teaching and learning activities; the education plan reflects various media and current issues that learners may be interested in; the lesson plans were structured with the premise of online classes; softwares that enable real-time discussion and collaboration are used; and the evaluation method are composed of online activities. Third, the expert evaluation scores for the educational plan and activity materials developed were 4.52 (5-point Likert scale), when averaged across subject, goal, content, teaching/learning activity, and evaluation, and the overall content validity index(CVI) was 0.95. The adequacy of execution, benefit, attractiveness, usefulness, and feasibility were highly with an average of 4.62. Based on the experts' comments, the education plan and activity materials were revised and completed. This study is meaningful in that it developed teaching and learning activities based on online classes after the COVID-19 outbreak, overcoming the limitations of offline classes. It has implications for face-to-face home economics classes due to COVID-19, as it suggests ways to blend online and offline teaching/learning activities depending on the situation.

Key words: 가정교육(home economics education), 교수-학습안(teaching-learning process), 소비자교육(consumer education), 스마트러닝(Smart learning)

† 교신저자: Chae, Jung Hyun, 250 Taeseongtabyeon-Ro Gangnae-myeon Heungdeok-gu, Cheongju-si, Chungbuk, Korea National University of Education of Korea
Tel: +82-43-230-3758, Fax: +82-43-231-4087, E-mail: jchaes62@hanmail.net

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

우리나라는 성인의 94%가 스마트폰을 사용하는 IT(Information Technology) 선진국으로써(Smartphone usage rate, 2018), 스마트폰의 보급이 확대되면서 스마트라는 단어가 사회 곳곳에서 사용되고 있으며 디지털 기술과 일상생활을 융합시켜 시공간의 제약을 뛰어넘는 스마트혁명은 교육 방식에도 영향을 주고 있다(Kim, Kim, & Park, 2011). Ministry of Education, Science and Technology(2011)은 교육 방식이 과거 산업사회에 형성된 획일적이고 표준화된 방식에서 학습자 중심의 선택적·맞춤형 방식으로 바뀌면서 각자 혹은 함께 성장하는 교육환경 조성이 가능함을 주장하면서 스마트교육을 추진하고자 실행계획을 발표하였다. 이를 통해 학습 선택을 최대한 보장할 수 있는 교육복지 정착의 새로운 패러다임을 설계하고자 하였으며 학습자원의 공동 활용과 협력학습의 기반을 마련하고자 하였다.

2020년 COVID-19의 유행은 온라인 개학을 초래하였고 갑작스러운 교육 환경 변화에 교사들은 기존의 수업 방식을 뒤엎고 온라인 기반 수업을 개발하고 진행할 수밖에 없었다. 그러나 기존의 강의식 수업을 녹화해 학생들이 온라인으로 수강하는 온라인 수업 방식은 지식과 이해에 초점을 두고 있기에 고차원적 사고방식을 위한 수업이 되기에는 한계가 있었으며(Kim, 2020), 기존의 면대면 수업에서 적용하던 교수전략이 온라인 수업에서는 맞지 않을 수 있었고, 수업 참여에 소극적인 학생들을 수업에 적극적으로 이끌기 위한 방법을 찾는 데 어려움이 있었다(Do, 2020).

스마트러닝(Smart Learning)은 스마트폰, 미디어 태블릿, e-book 단말기 등의 스마트기기를 이용한 학습 콘텐츠 및 솔루션을 통칭하는 것으로 인터넷과 정보통신 기술이 발달하면서 등장한 ICT(Information & Communication Technology) 활용 교육과 E-러닝(Electronic Learning), M-러닝(Mobile Learning), U-러닝(Ubiquitous Learning)의 단계를 거쳐 발전하였다(Jang,

2013). Bang(2012)은 학습자가 자신의 학습에 맞도록 ‘스마트하게’ 활용할 수 있을 때 스마트러닝이 제대로 구현될 수 있다고 하였다. 이러한 정보통신 기술의 발달 과정에서 태어난 Z세대는 1990년대 중반에서 2000년대 초반에 걸쳐 태어나 어릴 때부터 디지털 환경에서 자란 세대로서, 디지털 원주민이라고 불릴 만큼 경제와 문화를 선두하는 세대로 부상하였다(Choi, 2015). 스마트러닝은 정보기술을 바탕으로 시간과 장소에 구애받지 않고 원하는 학습을 할 수 있으며, 수업 방식이 다양해서 학습 선택이 최대한 보장받을 수 있는 교육복지가 정착되는 새로운 패러다임으로서 Z세대를 대상으로 한 온/오프라인 수업에 유용하다.

한편 COVID-19 사태는 교육계뿐만 아니라 경제계에도 영향을 미쳤다. 정부에서 사회적 거리두기 권고에 따라 사람들의 대면 접촉을 지양하도록 하였으며, 이에 위축된 소비 심리를 자극하여 떨어지는 매출을 극복하고자 각종 기업에서는 ‘언택트 마케팅(Untact marketing)’¹⁾을 펼쳤다. 이처럼 사회에서 발생하는 다양한 문제와 정보통신기술의 발달은 새로운 소비 형태를 양산하였고, 과거 소비자의 역할과 의무에 초점을 두었던 소비자 교육도 새로운 국면을 맞이하였다.

Kim(2017)은 소비자 교육이 소비자 스스로의 자립 지원에 가장 중요한 것이라고 주장하면서, 과거에는 소비자 교육이 소비자의 이익이나 소비자의 권리, 기업의 사회적 책임 등을 강조하는 내용이 중심이 되었다면 이제는 소비자의 힘, 사회적 책임, 상호 이익과 사회 발전의 지속가능성에 주목하고 있다고 하였다. 현재 가정교과 교육의 대상인 중·고등학생은 디지털 환경에서 자란 Z세대이다. Z세대는 신기술에 민감하며, 이를 소비 활동에도 적극 활용하고 있고 소셜미디어를 적극적으로 활용한다(Choi, 2015). 기업에서는 소비결정권을 가지고 영향력을 나타내는 Z세대를 핵심 소비층으로 여기고 있다(Kang, Lee, & Kim, 2020). 이러한 학습자들에 맞게 온라인 수업도 학습자 중심으로 소셜미디어를 비롯한 다양한 매체를 활용할 필요가 있으며, 수업의 내용과 방법에도 변화가 필요하다.

이에 본 연구의 목적은 선행연구와 중학교 「기술·가정」 교과서를 분석하여 스마트러닝 활동의 현황을 파악하고, 실시

1) 언택트 마케팅 : 접촉을 뜻하는 콘택트(contact)에 언(un)이 붙어 ‘접촉하지 않는다’는 의미로, 사람과의 접촉을 최소화하는 등 비대면 형태로 정보를 제공하는 마케팅을 말한다(네이버 지식백과 시사상식사전).

간으로 소통할 수 있는 소프트웨어를 활용하여 단순한 지식 전달과 자료 제작을 넘어 협업과 의사소통이 가능한 스마트러닝 가정교과 교수-학습안을 개발하는 데 있다. 이 연구에서 스마트러닝 기반 소비생활 교육안에 활용하는 소프트웨어(어플리케이션/사이트)는 직관적인 사용이 가능한 것으로 교사를 위한 안내 자료를 제시하였기에 COVID-19 이후 교실 현장에서 가정교과 교사와 학생들에게 유용하게 활용될 것으로 기대한다.

2. 연구내용

본 연구의 목적에 따라 선정된 연구내용은 다음과 같다.

첫째, 중학교 「기술·가정」① 교과서 소비생활 영역의 스마트러닝 활동의 주제 및 빈도를 분석한다.

둘째, 스마트러닝 기반 중학교 가정교과 소비생활 교수-학습안과 활동자료를 개발한다.

셋째, 개발한 교수-학습안이 스마트러닝 기반 중학교 가정교과 소비생활을 교육하기에 적절한지에 대한 타당성과 교수-학습안 전반(실행 적절성, 실행 가능성, 유용성, 유의성, 동기 유발 가능성)을 평가한다.

II. 이론적 배경

1. 스마트러닝의 이해

가. 스마트러닝의 개념과 등장 배경

스마트러닝은 교육 패러다임의 전환과 함께 등장한 학습 방법이다. 과거의 전통적 교육 패러다임이 교수자가 가지고 있는 지식과 경험을 교수자의 언어를 통해서 전달하는 역할을 담당했던 것과는 달리 21세기 지식정보화사회에서의 새로운 교육 패러다임은 학습자가 스마트폰이나 인터넷 등의 첨단 기술을 활용하여 스스로 필요한 지식과 경험을 얻고 재창조할 수 있도록 교수자는 학습을 안내하는 역할을 담당하는 것으로 패러다임이 변화하였다(Kang, 2011). MOE(2011)은 이러한 교

육 패러다임의 변화에 부응하여 2011년에 학습자 중심의 스마트러닝이 일어날 수 있도록 교육체제를 혁신할 것을 제시하면서 정보통신 기술을 바탕으로 한 네트워크 자원을 학교 교육에 활용하여, 교육의 내용·방법·평가·환경 등이 변화하도록 교육체제를 정비하기 시작하였다.

스마트러닝(Smart Learning)의 ‘스마트(Smart)’라는 단어는 스마트폰의 보급이 확대되면서 Smart Life, Smart Working, Smart Home과 같이 사회 곳곳에서 널리 사용되고 있다(Kim et al., 2011). 종합하면, 스마트러닝은 첨단 정보통신 기술을 바탕으로 스마트기기를 활용하는 학습자 중심의 방법으로 정의할 수 있다. 이는 교육(教育)이 지식과 기술을 가르친다는 의미에서 교수자 중심에 가깝고, 러닝(Learning)은 단어 그대로 학습자 중심이며, 스마트는 첨단 정보통신 기술을 바탕으로 스마트기기를 활용하는 학습이기 때문이다.

나. 스마트러닝의 특성

MOE(2011)은 스마트(SMART)러닝의 특성을 SMART의 알파벳 앞 글자를 따서 자기주도적으로(Self-directed), 흥미롭게(Motivated), 내 수준과 적성에 맞는(Adaptive), 풍부한 자료와(Resource enriched) 정보통신기술을 활용(Technology embedded)하는 것으로 규정하였다. Lim, Leem과 Sung(2013)은 스마트러닝의 핵심 속성을 4가지로 제시하였는데, 그것은 소셜 네트워크(Social Network)를 통한 협력적인 상호작용 지원, 지능적 맞춤화를 바탕으로 한 학습효과의 극대화, 학습자원의 확장성을 통한 학습 기회 및 공간의 확대, 자기주도적인 창발성을 바탕으로 한 자기주도학습 지원이다.

본 연구에서는 구글 클래스룸과 패들렛, SNS와 같은 협업 및 소셜네트워크 서비스를 활용하여 협력적인 상호작용을 지원하고, 스마트기기를 활용한 온라인 활동을 통해 학습 공간을 확장하고자 한다. 또한 학습 내용을 소비생활의 실제적인 문제로 제시함으로써 학습자들로 하여금 내재적 흥미를 가질 수 있도록 구성하고, 스마트기기를 활용한 정보 탐색과 사회적 도움 받기가 가능하도록 구조화된 과제를 제시할 것이다. 이에 학습자들은 구글 클래스룸과 패들렛 등을 통해 자신의 활동 과정을 기록하고 점검할 수 있으며, 과제를 공유하고 피드백하는 과정에서 자신과 동료의 학습을 평가할 수 있다.

온라인 활동을 통해 얻게 되는 다양한 정보를 과제에 맞게 재구성함으로써 학습자 스스로 자료를 조직하고 변환하는 활동을 통해 자기주도적 학습이 가능하도록 개발할 것이다.

2. 소비자교육의 이해

가. 소비자교육의 개념과 패러다임 변화

소비자교육이라는 개념은 1924년 미국의 헨리 하랍(H. Harap) 교수가 처음 사용한 후 여러 학자와 정책 등을 통해 정의되어 왔다(Bae & Son, 2013). Lee(1999)는 소비자교육을 소비자가 개인적이고 사회적인 존재로서, 자아를 실현하기 위해 소비생활 양식을 추구하며 새로운 소비문화를 형성하는데 필요한 소비자능력을 학습하는 것이라고 정의하였다.

소비자교육은 모든 소비자가 태어나서 죽음에 이르기까지 소비생활이 필수적이라는 측면에서 갖추어야 할 덕목이며, 경제적 관점으로 보면 지금까지의 생산자 중심의 시장 경제구조에서 소비자 중심으로의 전환을 맞이하면서 소비자의 역할은 더욱 중요해졌다(Kim, 2017). 소비자교육이 시작된 초기에는 교육의 중심이 소비자들에게 정보를 제공하여 개인과 가계에 도움이 되는 방향으로 진행되었다. 그 후 소비자의 힘과 권리가 중요시되면서 컨슈머리즘(소비자주권운동)에서 생활의 질을 중시하고 환경 문제에 대한 인식이 생기면서 사회와 환경을 고려하는 사회·그린 컨슈머리즘까지 발전하였다. 최근에는 소비자가 제품의 생산 과정과 판매 방식에도 영향력을 행사하는 주체적인 소비자로서 그 패러다임이 변화하였다(Bae & Son, 2013). Cheong과 Hwang(2017)은 현대의 소비 사회가 교육마저 상품화시키고 있으며, 이러한 문제는 교육의 불평등을 심화시키고 학생들의 주체적이고 자율적인 학습 능력 계발을 저해한다고 지적하였다. 오늘날의 소비자들은 직접적인 가치 판단에 따라 사전정보를 토대로 비교해보고 구매하는 합리적인 소비자로서 광고나 이미지에 휘둘리지 않고 본인의 가치판단에 따라 자신의 주관적인 가치만족을 충족시키고자 한다. 스마트 라이프 시대에 소비자가 자신의 경험을 공유하고 각자의 의견을 표출하는 쌍방향적 소통이 이루어지는 가운데서 다양화된 소비자교육체제가 구축될 수 있도록 교육채널의 다양성을 반영

하는 효율적인 소비자교육이 이루어져야 한다(You, 2013).

앞으로의 소비자교육은 변화된 소비자의 가치관과 소비 행태를 바탕으로 그 내용에 변화가 필요하다. 또한 소비자교육 방법 측면에서도 정보통신기술의 발전으로 일상화된 스마트 기기를 활용할 필요가 있다.

나. 가정교과에서의 소비자교육

가정교과는 「실과(기술·가정)」의 가정 분야에 속하는 실천 교과로서 2015 개정 실과(기술·가정) 교육과정 문서에 가정교과의 가정 분야의 성격으로 ‘합리적인 자원 관리와 소비를 통해 지속가능한 생태 환경을 유지시키며 의·식·주생활을 기반으로 한 가정생활 문화를 창조·발전시켜 나가는 주체로서의 삶을 살 수 있도록 한다’는 점을 명시하고 있다(MOE, 2015).

2015 개정 중학교 「실과(기술·가정)」 교육과정에서 소비생활과 관련된 내용은 자원 관리와 자립 영역에 포함되어 있다. 자원 관리와 자립 영역의 핵심 개념은 관리와 생애설계로, 그 중에서도 소비생활 관련 내용 요소는 ‘관리’ 핵심 개념에 포함되는 내용 요소의 ‘청소년의 자기 관리’와 ‘청소년기의 소비생활’이다. 고등학교 「실과(기술·가정)」 교육과정에서도 자원 관리와 자립 영역의 ‘관리’ 핵심 개념에서 소비생활 관련 내용 요소를 제시하며, 그 내용은 ‘지속가능한 소비생활 실천’이다. 고등학교 진로선택 과목인 가정과학 과목에서는 자원 관리와 생활 문화로 영역을 제시하고 있으며 핵심 개념은 관리와 생활 문화 두 가지이다. 소비생활 관련 내용 요소는 관리 핵심 개념에서 ‘소비 시장의 이해와 소비자 구매행동’과 ‘소비 생활과 가계 재무 관련 직업·진로 개발’로 제시하고 있다.

이처럼 가정교과는 교과의 성격과 내용체계 및 성취기준에서 소비에 대한 내용을 명시하고 있었으며, 해당 영역 외에도 의식주 생활과 관련하여 소비자교육이 이루어지고 있음을 알 수 있었다.

III 연구 방법

스마트러닝 기반 가정교과 소비생활 교수-학습안 개발을 위하여 본 연구에서는 Korea Institute for Curriculum and Evaluation(2005)의 교수·학습 콘텐츠 개발 모형을 활용하였다. 본 연구에서는 스마트러닝과 소비자교육, 중학교 「기술·가정」① 교과서에 대한 문헌 분석을 진행한 후 중학교 가정교과 소비생활 교수-학습안의 내용체계와 스마트러닝 적용 방안을 설계하였다. 스마트러닝 기반 가정교과 소비생활 교수-학습안의 내용체계는 성취기준과 학습 요소를 바탕으로 교수-학습안 주제와 학습 주제를 선정 후 교수·학습 활동에 자기주도전략과 스마트러닝을 적용하였다. 개발한 교수-학습안과 활동자료에 대한 타당도와 교수-학습안 전반을 평가하기 위하여 전문가 타당도 평가도구를 개발하였으며, 구글 설문 형태로 평가를 진행한 후 수합된 전문가의 평가를 실시하였다. 전문가의 평가 결과를 바탕으로 교수-학습안을 수정·보완하여 최종 교수-학습안을 완성하였다(Figure 1).

1. 분석

분석 단계에서는 문헌연구를 통해 스마트러닝 관련 선행 연구를 분석하여 스마트러닝의 의미와 특성을 정의하고, 소비생활 교육 관련 문헌을 통해 소비자 교육의 의미와 소비자교육의 패러다임 변화를 분석하였다. 분석한 교과서는 2015 개정 교육과정을 적용한 중학교 「기술·가정」① 교과서(주교문사, (주)교학도서, (주)교학사, (주)금성출판사, (주)동아출판, (주)미래엔, (주)비상교육, (주)삼양미디어, (주)씨마스, (주)원교재사, (주)지학사, (주)천재교육) 12종을 분석하였으며, 분석 단원은 ‘청소년의 자기관리’ 단원과 ‘청소년기의 소비 생활’ 단원이다.

분석 범위는 본문 내용을 제외한 활동과제로서 학습자에게 활동으로 제시되는 학습자료 전부이며, 분석 기준은 교육과정에서 제시하고 있는 학습 요소를 기준으로 분류하여 활동 주제를 추출한 후 주제별 빈도를 분석하였다. 스마트러닝 관련 활동 과제 분석 기준은 스마트기기나 소프트웨어(어플리케이션)를 활용한 내용이 명시된 활동의 주제와 빈도를 분석하였다.

연구 단계 및 내용	
분석 (A)	<ul style="list-style-type: none"> 스마트러닝 관련 문헌 분석 소비자 교육 관련 문헌 분석 가정교과 교육과정 및 선행연구 분석 중학교 「기술·가정」 ① 교과서 분석 <ul style="list-style-type: none"> 분석 대상: 2015 개정 교육과정 중학교 「기술·가정」 ① 교과서 12종 분석 범위: 소비생활 단원 구성 및 활동
설계 (D)	<ul style="list-style-type: none"> 소비생활 교수-학습안 내용체계 설계 스마트러닝 적용 방안 설계
개발 (D)	<ul style="list-style-type: none"> 가정교과 스마트러닝 소비생활 교수-학습안 개발 가정교과 스마트러닝 소비생활 활동자료 개발 전문가용 타당도 평가도구 개발 <ul style="list-style-type: none"> 차시별 구성의 적절성 교수-학습안 전반의 적절성
평가 (E)	<ul style="list-style-type: none"> 전문가 타당도 평가 <ul style="list-style-type: none"> 전문가 구성: 석사과정 이상 가정교과 교사 17인 평가 방법: 구글 설문 교수-학습안과 평가도구 수정·보완

Figure 1. Research methods and research contents according to research stage

2. 설계

설계 단계에서는 2015 개정 중학교 가정교과 교육과정의 성취기준을 바탕으로 ‘나와 우리, 지구를 지키는 소비’를 교수-학습안 주제로 선정하고, 교수-학습안의 차시별 학습주제와 학습목표, 스마트러닝 적용 방안을 선정하였다. 2015 개정 중학교 가정교과 교육과정과 12종의 교과서를 분석한 결과 소비생활 단원의 학습 요소는 생활자원의 관리 문제, 청소년기 소비 성향과 소비 환경, 합리적인 구매 의사 결정 과정, 소비자 권리와 역할, 소비자 문제 해결의 5가지로서 이러한 학습요소가 교수-학습안에 포함될 수 있도록 교수·학습활동을 설계하였다. 교수·학습 평가는 학습자가 스마트기기 및 소프트웨어를 활용하여 활동한 결과물을 바탕으로 설계하였다.

3. 개발

개발 단계에서는 스마트러닝 기반 가정교과 소비생활 교수-학습안에 해당하는 8차시의 교수-학습안과 활동자료, 전문가 타당도 설문지를 개발하였다.

스마트러닝 적용 방안은 ZOOM의 화상 회의 어플리케이션을 기반으로 하여 수업을 운영하고 패들렛과 구글 클래스룸을 중심으로 줌보드, 구글 문서, 카훿, SNS/검색 어플리케이션 등을 활용하여 교수-학습안과 활동 자료를 개발하였다. 개발한 교수-학습안과 활동 자료의 적절성과 교수-학습안 전반을 평가할 수 있는 전문가 타당도 검사 도구는 8차시의 차시별 교수-학습안과 활동자료 구성의 적절성을 평가하는 것과 교수-학습안 전반의 적절성을 평가하는 도구를 개발하였다. 차시별 교수-학습안과 활동자료 구성의 적절성은 크게 주제, 목표, 내용, 교수·학습 활동(스마트러닝 적용, 자기주도학습 전략, 학습자의 동기유발), 평가에 대한 7개의 5점 리커트 문항과 개선방안 및 추가 의견의 서술 문항, 교수-학습안 전반에 대한 평가는 현장 실행 적절성과 유의성, 동기 유발 가능성, 유용성, 실행가능성의 5가지 5점 리커트 척도로 개발하였다. 5점 리커트 척도는 1점=매우 동의하지 못한다, 2점=별로 동의하지 못한다, 3점=보통 이다, 4점=약간 동의 한다, 5점=매우 동의 한다로 구성하여 개발하였다.

4. 평가

평가 단계에서는 개발된 교수-학습안과 활동자료가 스마트러닝 기반 중학교 가정교과 소비생활을 교육하기에 적절한지 알아보기 위하여 개발한 전문가 타당도 검사 도구를 구글 설문 방식으로 평가하였다.

전문가 타당도 평가를 실시한 결과는 차시별 평가와 교수-학습안 전반에 대한 평가로 분류하여 분석하였다. 차시별 평가의 경우 주제와 목표, 내용, 교수·학습 활동(스마트러닝 적용, 자기주도학습 전략, 학습자의 동기 유발), 평가에 대하여 차시별 평균과 표준편차, 타당도 지수(CVI), 영역별 평균과 표준편차, 타당도 지수(CVI)를 분석하였다. 교수-학습안 전반에 대한 평가는 실행 적절성과 유의성, 동기 유발 가능성, 유용성, 실행 가능성에 대하여 평균과 표준편차를 분석하였다. 타당도 지수(Content Validity Index; CVI)는 ‘4점 또는 5점을 선택한 전문가의 수’를 ‘평가에 참여한 전문가의 총 수’로 나누어 계산하며, 지수가 0.8 이상이면 타당도가 높다고 해석할 수 있다(Yu & Park, 2019).

전문가는 가정교과 교수와 가정교과 교사 중에서 석사과정 이상의 학력을 갖춘 사람으로 선정하였으며, 17인의 전문가로부터 교수-학습안과 활동자료를 평가 받은 후 수정·보완하여 최종 교수-학습안과 활동자료를 개발하였다.

IV. 연구 결과

1. 중학교 「기술·가정」 ① 교과서 소비생활 영역의 스마트러닝 활동 분석

스마트러닝과 관련된 활동이 제시된 교과서는 두 개의 출판사에서 발행된 「기술·가정」 ① 교과서였다.

한 개의 「기술·가정」 ① 교과서에서는 중단원 마무리 활동으로 청소년기 소비생활과 관련된 UCC 제작 활동을 제시하면서, 스마트폰이나 카메라를 활용하도록 하였다. 활동 주제는 청소년기의 비합리적인 소비 행동, 소비자의 권리, 구매

의사 결정 과정, 소비자 문제 해결을 주제로 제시하고 모듈별로 선택할 수 있도록 하였다. 또한 모듈별 토의를 거쳐 주제와 제작 방법을 결정한 후 UCC 제작 계획서를 작성하고, 발표 후 동료 평가를 통해 피드백을 할 수 있도록 제시하였다.

다른 「기술·가정」 ① 교과서에서는 소단원 활동으로 구매 의사 결정 과정을 점검하는 활동을 제시하고, 정보 탐색 방법으로 미디어를 활용하도록 하였다. 구매 의사 결정 과정의 문제 인식, 정보 탐색, 대안 평가, 구매, 구매 후 평가 5단계 중에서도 정보 탐색 단계에서 미디어를 활용하여 구매하고 싶은 물건의 정보를 탐색하도록 활동을 제시하였다.

두 교과서의 활동은 UCC 제작을 위한 동영상 편집과 정보를 탐색하는 검색 용도로 스마트폰과 미디어 사용을 제안한 것으로서, 스마트기기를 활용하여 실시간으로 의사소통하거나 협업하는 활동은 아니었다. 두 교과서를 제외한 나머지 10개 교과서에서는 활동에 스마트기기를 활용하거나 소프트웨어(어플리케이션)를 활용한 스마트러닝 관련 활동을 찾아볼 수 없었다.

2. 스마트러닝 기반 중학교 가정교과 소비생활 교수-학습안 개발

스마트러닝 기반 중학교 가정교과 소비생활 교수-학습안은 2015 개정 중학교 「실과(기술·가정)」 교육과정에서 제시된 소비생활 관련 성취기준과 ‘생활자원의 관리 문제’, ‘청소 년기 소비 성향과 소비 환경’, ‘합리적인 구매의사결정 과정’, ‘소비자의 권리와 책임’, ‘소비자 문제’, ‘지속가능한 소비’의 내용 요소를 바탕으로 주제와 학습 주제, 학습요소를 정하여 개발하였다. 이렇게 개발된 스마트러닝 기반 중학교 가정교과 소비생활 교수-학습안의 주제는 ‘나와 우리, 지구를 지키는 소비’로 학습자들이 안에서 우리, 더 나아가 지구를 위한 소비생활을 실천하도록 하였다.

이 교수-학습안은 학습자가 학습에 흥미를 가지고 주체적으로 참여할 수 있도록 학습자를 상징하는 ‘나’로 학습 주제를 표현하였다. 자신의 소비행동을 인식 및 반성하고, 사회와 지구를 위해 무엇을 실천할 수 있을지 문제의식을 갖고 그 문제를 해결할 수 있도록 총 8차시의 교수-학습안과 활동 자료로

구성하였다. 본 교수-학습안의 목표는 의식주 생활을 기반으로 학습자들이 가정생활 문화를 발전시키는 주체로서의 삶을 살아갈 수 있도록 자신의 소비행동과 현대의 소비 환경을 반영함으로써 바람직한 소비문화를 형성하고 환경 문제 해결에 주도적으로 참여하게 하는 데 있다. 이러한 목표는 2015 개정 가정교과 교육과정의 성격과 성취기준, 그리고 내용 요소를 바탕으로 정하였다. 본 교수-학습안에서는 스마트러닝을 위하여 스마트폰이나 스마트패드와 같은 스마트 기기는 물론 PC나 노트북으로도 참여 가능도록 구성하였다. 본 교수-학습안에서 적용한 스마트러닝은 Zoom의 온라인 회의 플랫폼을 주로 수업 운영에 활용하며, 교수·학습 활동을 위한 구글 클래스룸, 구글 문서, 패들렛과 활동에 맞는 다양한 어플리케이션을 활용하였다(<Table 1>).

가. 교수-학습안 특성

스마트러닝 기반 중학교 가정교과 소비생활 교수-학습안의 특성은 다음과 같다.

첫째, 학습 주제를 ‘나’라는 주어로 주로 표현하여 학습자가 중심이 되어 주체적으로 수업에 참여하고 활동할 수 있도록 표현하였다.

둘째, 학습 내용과 활동은 학생들과 관련된 것으로 이슈가 되는 최신 동영상과 뉴스자료 등 다양한 매체를 활용하여 주의를 집중시키고 내재적인 흥미를 유발하는 동기유발 전략을 사용하였다.

셋째, 수업 방법은 온라인 수업을 전제로 하였다. Zoom이라는 온라인 회의 플랫폼을 중심으로 강의와 활동을 진행하며, 모듈별 토의가 필요할 때에는 Zoom의 소회의실 기능을 활용하였다.

넷째, 실시간 토의 및 협업이 가능한 소프트웨어로 구글 클래스룸의 구글 문서와 패들렛을 활용하였다. 구글 클래스룸의 경우 구글 문서 형식으로 개발된 활동 자료를 차시별로 구조화하여 제시할 수 있고, 학습자가 제출한 결과물에 대하여 댓글로 피드백할 수 있다. 패들렛은 동영상이나 뉴스 기사와 같은 인터넷 자료를 링크를 걸어 학습자가 직관적으로 자료를 확인할 수 있고 댓글 달기 기능을 통해 피드백을 제공할 수 있다.

마지막으로, 평가방법은 온라인 활동 자료를 중심으로 하였다. 구글 클래스룸의 과제 제출 기능을 활용하여 교사가

Table 1. Teaching-learning content system of consumer education teaching-learning process for smart learning-based middle school home economics education

성취기준						
[9기가03-01] 생활자원의 특성을 이해하고 자신의 상황 및 생활자원 관리 문제를 분석하여 삶의 질을 향상시킬 수 있는 방법을 탐색하고 실천한다.						
[9기가03-04] 청소년기 소비 성향과 소비 환경을 이해하고, 구매 의사 결정 과정을 통해 합리적인 소비생활을 실천한다.						
[9기가03-05] 소비자 권리와 역할을 이해하고, 소비생활에서 발생하는 문제 상황을 중심으로 해결 방안을 탐색하고 책임 있는 소비생활을 실천한다.						
교수-학습안 주제						
나와 우리, 지구를 지키는 소비						
차시	1	2	3	4-6	7	8
성취기준	[9기가03-01]	[9기가03-04]	[9기가03-04]	[9기가03-05]	[9기가03-04] [9기가03-05]	[9기가03-05]
학습주제	나는 언제, 어디서 소비하는가?	나는 어떤 소비자인가?	화려한 마케팅이 나를 감싸네?	소비자는 왕인가?	갑질 논란, 무엇이 문제일까?	지구를 지키는 소비, 가능할까?
학습목표	1. 생활자원의 특성을 설명할 수 있다. 2. 생활 자원을 효율적으로 관리할 수 있다.	1. 청소년기 소비 성향을 설명할 수 있다. 2. 합리적인 소비 생활을 실천할 수 있다.	1. 현대 소비 환경을 이해할 수 있다. 2. 소비 환경 변화를 설명할 수 있다.	1. 소비자의 책임을 설명할 수 있다. 2. 책임 있는 소비생활을 실천할 수 있다.	1. 소비자의 권리를 설명할 수 있다. 2. 합리적으로 구매 의사결정을 할 수 있다.	1. 지속가능한 소비 실천 방안을 탐색할 수 있다. 2. 지속가능한 소비 행동을 실천할 수 있다.
학습요소	생활자원의 관리 문제	청소년기 소비 성향, 합리적인 소비 생활	소비 환경	소비자의 권리와 책임, 소비자문제	소비자의 권리와 책임, 소비자문제, 구매의사 결정과정	지속가능한 소비
스마트러닝 적용 방안	Zoom 패드렛(학습) 웹보드 PPT	Zoom 구글 문서 편한 가계부 앱 PPT	Zoom 패드렛(모둠) PPT	Zoom 패드렛(학습) 구글 문서 자료 제작 앱 PPT	Zoom 패드렛(모둠) 구글 문서 검색 앱 카훗, PPT	Zoom 패드렛(모둠) 구글 문서 SNS 앱 PPT
스마트폰/스마트패드						

학습 활동에 대하여 평가하고 피드백할 수 있으며, 구글 문서와 패들렛의 댓글 달기 활동을 통해 동료 평가를 할 수 있도록 구성하였다.

나. 스마트러닝 적용방안

중학교 가정교과 소비생활 교수-학습안의 스마트러닝 적용방안은 크게 하드웨어와 소프트웨어로 구분하였다. 하드웨어는 스마트러닝을 위하여 필요한 매체로서 스마트폰이나 스마트패드와 같은 스마트기기는 학습 활동을 위해 필수적이다. TV나 스크린은 온라인 수업이 진행될 때에는 필요하지 않지만, 오프라인으로 수업이 진행될 때에는 학습자들에게 PPT를 공유하거나 수업 자료를 공유하기 위하여 필요하다. 스마트러

닝 기반 중학교 가정교과 소비생활 교수-학습안에서 활용한 소프트웨어는 다양하며, 학습자가 활용한 자료는 모둠 혹은 개인별로 제출함으로써 평가가 가능하도록 개발하였다.

Zoom은 온라인 회의 플랫폼으로서 온라인 수업을 진행할 경우 필수적인 프로그램이다. 패들렛은 활동 자료를 공유하고 댓글 달기 기능을 활용할 수 있는 프로그램으로서, 게시판 역할을 한다. 구글 클래스룸은 차시별 과제와 자료를 효율적으로 관리할 수 있는 소프트웨어로서 1, 2, 4, 5, 7, 8 차시의 활동 자료와 교수·학습 활동에 대한 성찰일지 자료와 성찰일지 제출 과제가 포함되어 있다. ‘나와 우리, 지구를 지키는 소비’ 수업 성찰일지 양식은 학습자가 개별적으로 저장한 후 매 차시가 끝날 때마다 개인별로 작성할 수 있도록 안내하며, 8차시가 종료 된 후 개별적으로 성찰일지를 제출할 수 있도록

하였다. PPT는 학습 내용과 활동을 이미지 형태로 제시하여 학습흐름을 이해할 수 있으며 스마트교재로 활용할 수 있도록 차시별로 개발하였다. 줌보드는 구글의 전자 칠판으로, 사진과 글을 손쉽게 편집해서 직관적인 자료 제작이 가능하다. 편한 가계부 어플리케이션은 안드로이드와 iOS 사용자가 무료로 사용할 수 있는 어플리케이션으로 개인의 수입과 지출, 저축 등을 기록하여 재무 관리에 활용할 수 있도록 활동으로 구성하였다. 카훿는 쿼츠를 기반으로 한 플랫폼으로 학습에 대한 내용을 확인하는 형성평가로 활용할 수 있으며 검색 사이트나 어플리케이션은 구글, 네이버, 다음, 유튜브 등 주제에 맞게 활용 가능하다. SNS 사이트나 어플리케이션은 페이스북,

인스타그램, 틱톡 등이 있으며, 활동 과제를 영상이나 사진, 글의 형태로 공유할 수 있도록 구성하였다.

다. '나와 우리, 지구를 지키는 소비 프로젝트' 교수-학습안 및 활동 자료

1) 1차시 '나는 언제, 어디서 소비하는가?' 교수-학습안 및 자료

1차시 학습 주제는 '나는 언제, 어디서 소비하는가?'이며, 학습 목표는 생활 자원의 특성을 이해하고, 생활 자원을 제대로 활용하고 관리함으로써 개개인의 삶의 질을 향상하는데 있다(<Table 2>).

Table 2. Teaching-learning process for unit 1

주제	나는 언제, 어디서 소비하는가?	차시	1 / 8
학습목표	1. 생활자원의 특성을 이해할 수 있다. 2. 생활 자원을 효율적으로 관리할 수 있다.		
스마트러닝 적용방안	<ul style="list-style-type: none"> • 하드웨어 : 스마트폰/스마트패드 • 소프트웨어 : Zoom, 패들렛(학습), 구글 클래스룸, 줌보드, PPT 		
자기주도 학습전략	<ul style="list-style-type: none"> • 인지·메타인지적 : 자기평가, 기록·모니터링 • 행동적 : 정보 탐색, 사회적 도움 • 동기적 : 내재적 흥미 		
단계	교수학습 활동	학습자료·도구	
도입	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 동기유발 동영상 '우리가 무심코 쓴 플라스틱이 모여 아주 큰 나라가 됐다는 사실' - 무심코 사용하는 자원의 영향력 인식하기 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • 동영상(1:32) https://youtu.be/6vSE2eBh-Do • PPT 	
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 학습목표 제시 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • PPT 	
전개	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 강의. 생활자원 내용 소개 - 생활자원의 종류와 특성 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • PPT 	
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 활동1. 나는 하루 종일 어떤 물건을 사용하고 있을까? • 내가 하루 종일 사용하는 자원 목록 만들기 - 패들렛에 개인별 댓글달기 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom 소회의실 • 패들렛(학습) 	
마무리	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 활동2. 어떻게 하면 우리가 사용하는 물건을 더 오래 쓸 수 있을까? • 동영상 '아나바다쌍' https://youtu.be/d5SPMh32dww • 물적 자원을 낭비하지 않고 효율적으로 관리할 수 있는 방법 탐색하기 - 공통자원 중 1개와 모듬별 자원 목록 중 4개를 선택하기 - 줌보드에 선택한 물적 자원의 사용을 줄이거나 오래 쓸 수 있는 방법 작성하기 • 모듬별 발표하기 - 발표를 통해 모듬별로 나온 의견을 공유하기 	<ul style="list-style-type: none"> • 동영상(2:19) https://youtu.be/d5SPMh32dww • Zoom 소회의실 • 구글 클래스룸 • 줌보드 	
	<ul style="list-style-type: none"> • 생활자원을 낭비하지 않으면서 사용하고, 효율적으로 관리하는 것이 자신뿐만 아니라 사회와 환경에 영향을 미칠 수 있음을 상기한다. • 모듬활동을 통해 정리한 효율적인 관리방법을 생활에서 실천할 수 있도록 격려한다. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • 구글문서 	
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 성찰 일지 작성 		

소비생활에 대하여 학습을 시작하는 1차시에서는 소비생활에 대한 중요성을 인식하고 자극받을 수 있도록 무심코 이루어진 우리의 소비가 쓰레기 섬을 만들어냈다는 뉴스 영상을 동기유발 자료로 구성하였다. 먼저 강의를 통해 소비의 기초가 되는 생활자원의 종류와 특성을 알 수 있으며, <활동 1>에서 하루 종일 내가 어떤 생활자원들을 소비하고 있는지 인식할 수 있다. <활동 2>를 시작할 때 아나바다 운동에 대한 노래 동영상상을 통해 생활 자원을 관리할 수 있는 큰 방향을 제시하고 학습자의 경험을 짧게 공유함으로써 흥미를 유발하고 활동과 학습자의 삶을 연결시킨다. <활동 2>에서 잼보드에 구체적인 자원 관리 방법을 작성할 수 있으며, 잼보드가 완료되면 완료된 문서를 Zoom으로 화면 공유하여 띄우고 발표를 통해 전체적으로 공유할 수 있다. 수업 종료 전 성찰 일지를 작성하는데, 이는 구글 클래스룸에서 개인별로 성찰일지를 다운받아 앞으로 이루어지는 8차시까지 성찰일지를 작성하고 8차시 종료 후 제출할 수 있도록 안내한다. 또한 세계적으로 환경문제가 매우 심각함을 안내하면서 자원을 아끼고 관리하는 것이 더 이상 선택의 문제가 아니라 필수적으로 행해야하는 문제임을 상기시키며 수업을 마무리한다.

2) 2차시 ‘나는 어떤 소비자인가?’ 교수-학습안 및 자료

2차시 학습 주제는 ‘나는 어떤 소비자인가?’이며, 학습 목표는 청소년기 소비 성향을 설명하고 바람직한 소비 습관의 필요성을 인식하고 설명하는 것이다(<Table 3>).

먼저 동기유발에서 이루어지는 ‘나의 소비 유형 테스트’는 한국소비자원(2009)에서 배포한 교육 자료를 구글 설문 형태로 개발하였다. 각 문항에 대한 점수 합계를 비교하여 가장 높은 합계가 나온 유형이 자신의 소비 유형에 해당한다. <강의 1>은 청소년기에 쉽게 이루어질 수 있는 비합리적인 소비 행동에 대한 것으로, 동기유발에서 실행한 소비 유형 테스트 결과와 연결된다. <활동 1>에서는 학습자들이 많이 이용하는 편의점에서 경제 원리가 숨어 있음을 동영상상을 통해 흥미를 유발하고, 모뎀 구글 문서를 통해 학습자들이 자주 이용하는 온라인/오프라인 쇼핑장소를 분석함으로써 비합리적인 소비를 유발하는 소비 환경에 대해 인식하게 한다. <활동 2>에서

‘편한 가게부’ 어플리케이션을 사용하여 지난 1주일간의 수입과 지출을 기록하고 분석하게 한다. 어플리케이션을 활용한 간단한 가게부 작성이 재무 설계의 기초가 됨을 상기시킨다. 수업 종료 전 2차시에 대한 성찰일지를 작성하고, 자신의 소비 습관을 파악하고 반성하는 것을 통해 합리적인 소비 습관이 형성될 수 있음을 상기시키며 자신에게 맞는 가게부 어플리케이션을 찾아 지속적인 수입/지출 관리가 필요함을 안내하며 수업을 마무리한다.

3) 3차시 ‘화려한 마케팅이 나를 감싸네?’ 교수-학습안

3차시의 수업 주제는 ‘화려한 마케팅이 나를 감싸네?’이며, 학습목표는 현대의 소비환경을 이해하고 소비 환경의 변화를 설명할 수 있는 것이다(<Table 4>).

동기유발 동영상상은 학생들에게 익숙한 MBC 예능 프로그램에서 PPL²⁾이 나타난 장면을 제시하여 일상 속에 녹아든 광고의 존재를 흥미롭게 인식할 수 있도록 구성하였다. <활동 1>에서는 TV/SNS에서 접한 광고를 분석함으로써 쏟아지는 광고를 비판적으로 바라볼 수 있는 안목이 길러질 수 있도록 하였으며, <활동 2>에서 나의 스마트기기 안에서 활용하는 어플리케이션에서도 다양한 방식으로 소비가 이루어지고 있음을 인식할 수 있도록 구성하였다. <활동 3>에서 과거와 현재의 소비 환경에 대해 비교하는 활동을 통해 현대의 소비 환경에 대한 전반적인 흐름을 이해할 수 있다. 3차시에 대한 성찰일지를 작성하고, 과거에는 없지만 현대에 나타난 소비 문제(택배 쓰레기, 텀블러 사용의 장단점, 쓰레기 섬 등)를 상기시키며 현대의 소비가 지속되면 미래의 소비 환경에 어떠한 영향을 미칠 것인지 발문하며 수업을 마무리한다.

4) 4차시 ‘소비자는 왕인가? ①’ 교수-학습안

46차시는 소비자의 책임을 핵심 내용으로 하여 수업 주제를 ‘소비자는 왕인가?’로 설정하고 인터뷰와 발표로 활동을 구성하였으며, 크게 인터뷰 준비, 인터뷰, 발표자료 제작, 발표 순으로 진행된다. 46차시 학습 목표는 소비자의 권리와 책임을 이해하고, 책임 있는 소비 생활을 실천하는 것이다(<Table 5>).

‘손님은 왕이다’라는 말은 소비 마케팅에서 소비자에게 최

2) PPL(Product Placement): 영화나 드라마의 영상 매체로 자기 회사의 제품을 광고하는 마케팅 전략. 네이버 국어사전.

Table 3. Teaching-learning process for unit 2

주제	나는 어떤 소비자인가?	차시	2 / 8
학습목표	1. 청소년기 소비 성향을 설명할 수 있다. 2. 합리적인 소비 생활을 실천할 수 있다.		
스마트러닝 적용방안	• 하드웨어 : 스마트폰/스마트패드 • 소프트웨어 : Zoom, 구글 클래스룸, 구글 설문지, 구글 문서, 편한가게부 앱, PPT		
자기주도 학습전략	• 인지·메타인지적 : 자기평가, 기록·모니터링, 시연·지역 • 행동적 : 정보 탐색, 사회적 도움 • 동기적 : 내재적 흥미		
단계	교수학습 활동	학습자료·도구	
도입	▶ 동기유발 나의 소비유형 테스트 - 구글 설문지를 통해 나의 소비유형 알아보기	• Zoom • 구글 설문지	
	▶ 학습목표 제시 ▶ 강의1. 청소년의 소비성향 - 충동 소비, 과소비, 모방소비, 과소소비의 의미와 예시	• Zoom • PPT	
전개	▶ 활동1. 나는 주로 00에서 물건을 산다. • 동영상 ‘셋! 편의점에 이런 비밀이?’ - 소비심리 [홍미단던 경제교실 2편] 요약 편집 • 내가 자주 이용하는 사이트나 쇼핑 장소의 장/단점 분석하기 - 구글 문서에 모듈별로 작성하기 - 댓글달기 기능을 활용하여 모듈원의 기록에 피드백하기 • 발표하기 : 희망하는 모듈의 활동내용 공유하기	• 동영상(14:03) https://youtu.be/wUw1DuVFIR0 • Zoom 소회의실 • 구글 클래스룸 • 구글 문서 • Zoom	
	▶ 강의2. 합리적인 소비 • 동영상 ‘선택의 기로, 치킨을 먹느냐! vs 몸짱이 되느냐! [홍미단던 경제교실 1편]’ 요약 편집 • 합리적인 소비의 의미	• 동영상(13:25) https://youtu.be/8HtGk3Mnz6k • Zoom • ‘편한가게부’ 어플리케이션	
마무리	▶ 활동2. 제테크의 첫 걸음 ‘가계부’ 작성하기 • ‘편한가게부’ 어플리케이션을 통해 수입과 지출 기록하기 - 앱스토어/플레이스토어에서 ‘편한가계부’ 어플리케이션을 다운받기 - 최근 1주일간 수입과 지출을 기록하기 - 수입과 지출 경험이 부족한 학생들은 동영상 1과 동영상 2의 등장인물의 지출을 분석할 수 있도록 안내	• 동영상 1(7:43) https://youtu.be/fC6vc4jPThc • 동영상 2(6:05) https://youtu.be/zlAifDdaui0	
	• 자신의 소비 습관을 파악하고 반성하는 습관을 통해 합리적인 소비습관이 형성될 수 있음을 상기시킨다. • ‘편한가계부’ 어플리케이션 외에 활용할 수 있는 어플리케이션을 소개하며 자신에게 맞는 수입/지출 관리가 필요함을 안내한다.	• Zoom • 구글문서	
	▶ 성찰 일지 작성		

상의 서비스를 제공하도록 유도하는 문구로 자주 활용되었지만, 시간이 지남에 따라 이를 약화하여 판매자에게 부적절한 요구를 하는 블랙컨슈머들을 양산하기도 하였다. 소비 환경에서 누가 누구의 위에 있는 것이 아니라 동등한 관계에서 소비가 이루어질 때 건강한 소비 환경이 만들어질 수 있음을 안내하며 학습자의 동기를 유발한다. <활동 1>에서는 모듈원이

자주 이용하는 온라인/오프라인 상점을 모듈 구글 문서를 통해 분석하고 인터뷰 대상을 선정한다. 판매자 인터뷰에서 활용하기 좋을 것 같은 질문을 <활동 2> 학급 패들렛에 개인별로 올린 후 이를 바탕으로 모듈 구글 문서를 작성한다. 구글 클래스룸을 통해 인터뷰 계획서를 제출하고 교사의 피드백을 받고 다음 시간까지 실제 인터뷰를 진행해 올 수 있도록 과제

Table 4. Teaching-learning process for unit 3

주제	화려한 마케팅이 나를 감싸네?	차시	3 / 8
학습목표	1. 현대의 소비 환경을 이해할 수 있다. 2. 소비 환경 변화를 설명할 수 있다.		
스마트러닝 적용방안	<ul style="list-style-type: none"> • 하드웨어 : 스마트폰/스마트패드 • 소프트웨어 : Zoom, 패들렛(학습), 패들렛(모둠), PPT 		
자기주도 학습전략	<ul style="list-style-type: none"> • 인지·메타인지적 : 자기평가, 기록·모니터링 • 행동적 : 정보 탐색, 사회적 도움 • 동기적 : 내재적 흥미 		
단계	교수학습 활동	학습자료·도구	
도입	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 동기유발 동영상 ‘[놀면 뭐하니?] MV제작을 위해 수분 한껏 보충하는 린다G 20200718’ <ul style="list-style-type: none"> - 일상 속에 녹아들어 소비를 유발하는 다양한 광고의 존재 인식하기 ▶ 학습목표 제시 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • 동영상(2:20) https://youtu.be/527U3fzk4no 	
전개	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 활동1. 나를 불편하게 하는 광고 <ul style="list-style-type: none"> • TV/SNS 속 광고 분석하기 <ul style="list-style-type: none"> - 패들렛(학습)에서 분석할 광고 선택하기 - 패들렛(모둠)으로 광고 분석하기 <ul style="list-style-type: none"> ▷ 광고 링크 걸기(CF/유튜브/SNS 등) ▷ 광고 내용 분석 <ol style="list-style-type: none"> 1) 광고하는 상품/서비스는 무엇인가요? 2) 광고는 어떤 목적으로 만들어졌을까요? 3) 이 광고를 보고 마음이 불편한 사람들이 있을까요? 4) 이러한 광고가 계속 만들어진다면 어떤 일이 발생할까요? - 분석한 내용 모둠 안에서 공유하기 ▶ 활동2. 내 폰 안의 ‘텀장(텀장 빈 통장)’ 유발 앱 <ul style="list-style-type: none"> • 스마트폰에서 사용하는 어플리케이션 중 소비를 유발하는 어플리케이션 찾아보기 <ul style="list-style-type: none"> - 패들렛(모둠)으로 텀장 유발 앱 분석하기 <ul style="list-style-type: none"> ▷ 앱 소개 ▷ 앱 분석하기 <ol style="list-style-type: none"> 1) 앱을 사용하는 이유는 무엇인가요? 2) 앱을 사용할 때 주의할 점이 있나요? 3) 앱을 친구들에게 추천한다면/추천하지 않는다면 그 이유는 무엇인가요? 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom 소회의실 • 스마트폰/스마트패드 • 패들렛(학습) • 패들렛(모둠) • Zoom 소회의실 • 스마트폰/스마트패드 • 패들렛(모둠) 	
마무리	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 활동3. 변화하는 소비 환경 <ul style="list-style-type: none"> • 활동1과 활동2에서 나온 내용들을 바탕으로 과거와 비교되는 현대 소비 환경의 특징 탐색하기 <ul style="list-style-type: none"> - 패들렛(모둠)으로 과거와 현대의 소비 변화 분석하기 <ul style="list-style-type: none"> ▷ 과거와 현대의 소비하는 상품/서비스 에는 차이가 있을까? ▷ 과거와 현대의 소비하는 장소에는 차이가 있을까? ▷ 과거에는 있지만 현대에는 없어진 소비가 있을까? ▷ 과거에는 없지만 현대에는 생겨난 소비가 있을까? 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • Zoom 소회의실 • 구글문서 	
	▶ 성찰 일지 작성		

를 제시한다. 수업을 마무리하며 성찰일지를 작성하고 실제 인터뷰를 진행할 때 주의사항을 강조한다.

5) 5차시 ‘소비자는 왕인가? ②’ 교수-학습안

5차시는 ‘소비자는 왕인가?’의 두 번째 차시로, 과제를 통

Table 5. Teaching-learning process for unit 4

주제	소비자는 왕인가? ①	차시	4 / 8
학습목표	1. 소비자의 책임을 설명할 수 있다. 2. 책임 있는 소비생활을 실천할 수 있다.		
스마트러닝 적용방안	• 하드웨어 : 스마트폰/스마트패드 • 소프트웨어 : Zoom, 패들렛(학급), 구글 클래스룸, 구글 문서, PPT		
자기주도 학습전략	• 인지·메타인지적 : 자기평가, 목표설정·계획, 기록·모니터링 • 행동적 : 정보 탐색, 사회적 도움 • 동기적 : 내재적 흥미		
단계	교수학습 활동	학습자료·도구	
도입	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 동기유발 ‘손님은 왕인가’라는 말. 언제부터 사용되었을까? - ‘손님은 왕이다’라는 말을 처음 사용한 세자르 리츠, 이를 악용하는 소비자의 갑질 사례 사진으로 소개 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • PPT 	
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 학습목표 제시 		
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 4·6차시 활동 주제: 소비자는 왕인가? • 우리가 자주 이용하는 온라인 사이트나 오프라인 상점에서 자주 발생하는 블랙컨슈머 사례 및 해결 방안 발표하기 - 4차시 : 내 주변의 블랙컨슈머에 대해 조사할 상점 선정 및 조사할 내용 정리 - 5차시 : 조사한 내용 정리 및 자료 제작 - 6차시 : 발표 및 공유하기 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • PPT 	
전개	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 활동1. 내 주변의 블랙컨슈머? - 상점선정 - 내가 자주 이용하는 온라인/오프라인 상점의 소비자 유형 구글 문서(모둠)에 분석 <ul style="list-style-type: none"> ▷ 상점의 주된 소비층은 누구인가? ▷ 해당 상점에서 예상되는 소비자의 갑질 문제는 무엇인가? - 모둠별 온라인/오프라인 상점 선정 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom 소회의실 • 스마트폰/스마트패드 • 구글 클래스룸 • 구글 문서 	
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 강의1. 인터뷰란? - 인터뷰의 의미, 과정, 내용, 주의사항, 예시 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • PPT 	
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 활동2. 내 주변의 블랙컨슈머? - 인터뷰 계획하기 - 패들렛(학급)에 온라인/오프라인 상점에 인터뷰할 질문 올리기 - 패들렛(학급)에 올려진 질문을 바탕으로 인터뷰 계획하기 <ul style="list-style-type: none"> ▷ 인터뷰 방법 및 시간 계획 : 전화/방문 ▷ 인터뷰할 질문 정리 4-5가지 ▷ 구글 클래스룸에 인터뷰 계획서 제출하기 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom 소회의실 • 스마트폰/스마트패드 • 패들렛(학급) • 구글 클래스룸 • 구글 문서 	
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 과제 안내 • 인터뷰 계획서를 바탕으로 실제 인터뷰하기 <ul style="list-style-type: none"> - 인터뷰 전 인터뷰 목적 및 양해 구하기 - 인터뷰 후 감사 인사 전하기 - 인터뷰한 내용 대략적으로 정리하기 		
마무리	<ul style="list-style-type: none"> • 인터뷰 할 때 정중한 태도를 갖출 것을 강조한다. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • 구글문서 	
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 성찰 일지 작성 		

해 정리한 인터뷰 자료를 발표 자료로 제작하는 시간이다 (<Table 6>).

발표 자료를 제작할 때 알아두면 좋은 팁을 PPT로 제시하여 동기를 유발한다. <활동 1> 발표 자료 제작 계획서를 통해

발표 내용과 방식을 정리한 후 어플리케이션을 통해 발표 자료를 제작한다. 발표 자료를 제작할 수 있는 어플리케이션으로는 Canva, Mango board, Viva video가 있으며 Canva와 Mango board는 인포그래픽이나 카드뉴스, 포스터와 같은 시각 자료

Table 6. Teaching-learning process for unit 5

주제	소비자는 왕인가? ②	차시	5 / 8
학습목표	1. 소비자의 책임을 설명할 수 있다. 2. 책임 있는 소비생활을 실천할 수 있다.		
스마트러닝 적용방안	• 하드웨어 : 스마트폰/스마트패드 • 소프트웨어 : Zoom, 구글 클래스룸, 구글 문서, PPT		
자기주도 학습전략	• 인지·메타인지적 : 자기평가, 조직·변환, 목표설정·계획, 기록·모니터링 • 행동적 : 학습환경 구조화, 정보 탐색, 사회적 도움 • 동기적 : 내재적 흥미		
단계	교수학습 활동	학습자료·도구	
도입	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 동기유발 효과적인 발표는 어떻게 할 수 있을까? - 사진과 짧은 영상으로 좋은 발표 자료의 사례 제시 ▶ 학습목표 상기 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • PPT 	
전개	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 4·6차시 활동 흐름 안내 <ul style="list-style-type: none"> • 4·6차시 활동 주제: 소비자는 왕인가? - 우리가 자주 이용하는 온라인 사이트나 오프라인 상점에서 자주 발생하는 블랙컨슈머 사례발표하기 ▶ 활동1. 발표 자료 제작 계획하기 <ul style="list-style-type: none"> • 인터뷰를 통해 얻은 자료를 바탕으로 발표 방식, 내용 구상하기 - 구글 클래스룸의 활동지의 양식에 맞게 모듈별로 작성하기 <ul style="list-style-type: none"> ▷ 인터뷰를 통해 알게 된 내용과 느낀 점 정리 ▷ 해당 상점의 블랙컨슈머 해결 방안 ▷ 자료 형식 선정 : 브이로그, 카드뉴스, 인포그래픽 등 ▷ 자료 주제, 내용 구상하기 ▶ 활동2. 발표 자료 제작하기 <ul style="list-style-type: none"> • 모듈별로 선정한 자료 형식에 맞게 자료를 제작한다. - 소비자의 책임 있는 소비 행동을 격려하는 내용을 중심으로 발표 자료 제작하기 - 완성된 발표자료 패들렛(학급)에 게시하기 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom 소회의실 • 스마트폰/스마트패드 • 구글 클래스룸 • 구글 문서 • Zoom 소회의실 • Canva, Mango board, viva video 	
마무리	<ul style="list-style-type: none"> • 6차시에 바로 발표가 실시됨을 안내하기 • 발표 방식 안내하기 - 발표 내용 : 발표 계획서 요약, 인터뷰 소개, 블랙컨슈머 해결 방안, 활동 소감 - 청중은 발표 모듈에 대한 피드백 예정 ▶ 성찰 일지 작성 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • 구글문서 	

제작에 유용하고 Viva video는 동영상 편집에 유용하다. 제작한 자료는 학급 패들렛에 공유한다. 성찰일지를 작성하고, 다음 차시에 이루어지는 발표 내용(발표 계획서 요약, 인터뷰 소개, 블랙컨슈머 해결방안, 활동 소감)을 숙지할 수 있도록 안내하며 수업을 마무리한다.

6) 6차시 ‘소비자는 왕인가? ③’ 교수-학습안

6차시는 ‘소비자는 왕인가?’의 마지막 차시로 4·5차시 수업과 과제를 발표를 통해 학급 전체와 공유하는 수업이다.

개인별 스마트기기를 활용하여 다른 모듈의 발표에 대한 피드백을 댓글을 통해 표현한다(<Table 7>).

동기유발의 동영상은 구체적이고 친절한, 도움이 되는 피드백을 통해 Austin이 그렸던 스케치 수준의 나비가 아름다운 모양과 색을 갖춘 나비로 발전하게 되는 영상으로 경청과 피드백의 중요성을 강조할 수 있다. 발표는 모듈 전체가 나와서 진행하며, 제시된 발표내용이 포함되도록 안내한다. 모듈 별 발표 종료 후 간단한 질의응답을 가지며, 청중은 학급 패들렛에 공유된 발표 자료에 댓글 달기를 통해 피드백을 작성한다.

Table 7. Teaching-learning process for unit 6

주제	소비자는 왕인가? ③	차시	6 / 8
학습목표	1. 소비자의 책임을 설명할 수 있다. 2. 책임 있는 소비생활을 실천할 수 있다.		
스마트러닝 적용방안	<ul style="list-style-type: none"> 하드웨어 : 스마트폰/스마트패드 소프트웨어 : Zoom, 패들렛(학급), PPT 		
자기주도 학습전략	<ul style="list-style-type: none"> 인지·메타인지적 : 자기평가, 기록·모니터링, 시연·기록 행동적 : 사회적 도움 동기적 : 내재적 흥미 		
단계	교수학습 활동	학습자료·도구	
도입	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 동기유발 동영상 ‘the story of austin’s butterfly’ 일부 - 친절하고 구체적이며 도움이 되는 피드백의 중요성 강조하기 ▶ 경청의 중요성 안내 ▶ 학습목표 상기 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • 동영상(6:29) https://youtu.be/hqh1MRWZjms 	
전개	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 4·6차시 활동 흐름 안내 • 4·6차시 활동 주제: 소비자는 왕인가? - 우리가 자주 이용하는 온라인 사이트나 오프라인 상점에서 자주 발생하는 블랙 컨슈머 사례발표하기 ▶ 모둠별 발표하기 • 발표 내용 : 발표자료 학급 TV/스크린에 띄우기 <ul style="list-style-type: none"> ▷ 발표 계획서 요약 (1분) ▷ 제작한 자료 소개 (3분 이내) ▷ 활동 소감(1분) • 청중 피드백 <ul style="list-style-type: none"> - 청중은 발표 모둠에 대한 피드백을 패들렛(학급)에 댓글 달기 <ul style="list-style-type: none"> ▷ 구체적으로 ▷ 도움이 되는 방향으로 ▷ 친절하게 • 발표자료 게시 : 학교 홈페이지, 개인 SNS 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • 스마트폰/스마트패드 • 패들렛(학급) 	
마무리	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자의 권리는 책임 있는 소비 행동이 뒷받침 될 때 힘을 얻게 됨을 강조하며 책임 있는 소비 행동을 일상에서 실천하도록 유도한다. ▶ 성찰 일지 작성 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • 구글문서 	

피드백을 작성할 때에는 ‘구체적으로, 도움이 되는 방향으로, 친절하게’라는 원칙을 바탕으로 작성한다. 발표 자료는 학교 홈페이지 및 개인 SNS 에 게시한다. 성찰일지를 작성하고, 소비자의 권리 행사는 책임 있는 소비 행동이 바탕이 되었을 때 더 빛을 발할 수 있음을 강조하며 수업을 마무리한다.

7) 7차시 ‘갑질 논란, 무엇이 문제일까?’ 교수-학습안
7차시 주제는 소비자의 권리를 내용요소로 하여 ‘갑질 논란, 무엇이 문제일까?’로 선정하였다. 학습목표는 소비자에게 위협이 되는 소비 환경을 탐색하고 소비자의 권리를 이해하며, 합리적으로 구매의사결정 과정을 실천하는 것이다(<Table 8>).

먼저 논란이 되고 있는 인플루언서들의 ‘내돈내산(내 돈 주고 내가 산)’ 뉴스를 제시하며 광고료를 받거나 상품을 험찬 받아 소비자들을 기만한 사건을 주제로 하여 소비자들이 분노한 이유는 무엇인지 질문을 던지며 동기를 유발한다. <활동 1> ‘내가 사장이야’ 활동에서는 판매자가 소비자의 정당한 요구를 무시하는 사례를 개별로 검색하여 모둠 패들렛에 공유한다. 모둠 패들렛에서 공유된 사례들 중에서 1가지를 선택하여 모둠 구글 문서를 작성한다. 모둠별로 작성한 내용을 소비자의 8대 권리와 연결 지어 강의를 진행한다. <활동 2> ‘나는 합리적으로 상품을 구입하고 있을까?’는 최근에 학습자가 구입한 상품/서비스를 개별 구글 문서를 통해 분석하면서 자신의

Table 8. Teaching-learning process for unit 7

주제	갑질 논란, 무엇이 문제일까?	차시	7 / 8
학습목표	1. 소비자의 권리를 설명할 수 있다. 2. 합리적으로 구매의사결정을 할 수 있다.		
스마트러닝 적용방안	• 하드웨어 : 스마트폰/스마트패드 • 소프트웨어 : Zoom, 패들렛(모둠), 검색 사이트/앱, 구글 클래스룸, 구글 문서, 카훗, PPT		
자기주도 학습전략	• 인지·메타인지적 : 자기평가, 기록·모니터링 • 행동적 : 정보 탐색, 사회적 도움 • 동기적 : 내재적 흥미		
단계	교수학습 활동	학습자료·도구	
도입	▶ 동기유발 ‘내돈내산’이라던 유명인들의 뒷광고. 사람들은 왜 화가 났을까? - 소비자를 속인 뒷광고 사례 사진으로 소개	• Zoom • PPT	
	▶ 학습목표 제시		
전개	▶ 활동1. 내가 사장이야 • 판매자의 갑질 사례 분석하기 - 판매자의 갑질 사례에 대한 뉴스, 동영상 자료 검색 - 패들렛(모둠)에 사례 올리기 - 모둠원이 검색한 사례 중 1가지 선택 - 모둠 활동지에 사례 분석하기 ▷ 사례에서 판매자는 어떤 행동을 하였나? ▷ 사례에서 소비자는 어떤 행동을 하였나? ▷ 사례에서 문제되는 것은 무엇인가? ▷ 사례에 대한 나의 생각은? ▷ 이러한 판매자의 행동이 반복 된다면 어떤 일이 발생할까? • 발표하기 : 모둠별 활동내용 공유하기	• Zoom 소회의실 • 스마트폰/스마트패드 • 검색 사이트/앱 • 패들렛(모둠) • 구글 클래스룸 • 구글 문서	
	▶ 강의1. 소비자의 권리 - 소비자의 8대 권리 - 소비자의 권리를 추구하고자 발생한 새로운 소비문화(프로슈머 등)	• Zoom	
	▶ 활동2. 나는 합리적으로 상품을 구입하고 있을까? • 최근 구입한 상품/서비스의 구입 과정 작성하기 - 구글 클래스룸의 7차시 활동에 접속 - 구글 활동지1 작성하기 ▷ 1)최근 구입한 상품의 구입 과정 ▷ 1)의 내용을 구매 의사 결정 과정에 적용해보기 - 과제 제출 후 희망자의 활동 내용 공유하기	• Zoom 소회의실 • 스마트폰/스마트패드 • 구글 클래스룸 • 구글 문서	
마무리	▶ 강의2. 구매 시 고려사항 - 정보의 원천, 구매 장소, 대안 평가 방법	• Zoom • PPT	
	▶ 활동3. Kahoot 퀴즈 - 지금까지 학습한 내용을 퀴즈로 정리하기 - 교사: 카훗 kahoot.com 접속 및 퀴즈 오픈 - 학생: 스마트기기로 kahoot.it 접속 ▷ 화면에 띄워진 PIN Number 입력 ▷ 별명 입력	• 스마트폰/스마트패드	
	• 수동적인 존재로 여겨졌던 과거의 소비자와 현재의 소비자의 영향력을 비교하면서 합리적이고 책임 있는 소비 행동이 나뿐만 아니라 사회와 환경에 선한 영향력을 줄 수 있음을 상기시킨다.	• Zoom • 구글문서	
	▶ 성찰 일지 작성		

구매 의사 결정 과정을 반성할 수 있도록 안내한다. 개별 활동 종료 후 구매할 때 고려해야하는 소비자 정보와 구매 장소, 구매 의사 결정 과정을 강의한다. 7차시까지 학습한 내용을 바탕으로 제작된 카훗 퀴즈를 통해 학습 내용을 정리하며 수업을 마무리한다. 성찰일지를 작성하고, 과거에 비해 소비자의 권리가 향상된 배경에는 소비 환경에 대한 소비자의 비판적인 인식과 스스로를 지키는 소비 행동 실천이 있음을 강조하며 소비자의 정당한 권리 행사를 내면화 할 수 있도록 격려한다.

8) 8차시 ‘지구를 지키는 소비, 가능할까?’ 교수-학습안

8차시는 지속가능한 소비를 내용요소로 하여 ‘지구를 지키는 소비, 가능할까?’로 주제를 선정하였다. 학습목표는 지속가능한 소비 실천 방안을 탐색하는 것과 일상생활에서 지속가능한 소비 행동을 실천하는 것이다(<Table 9>).

동기유발의 동영상상을 통해 소비와 환경의 관계를 인식하고 지속가능한 소비 행동 실천의 중요성을 강조한다. 먼저

Table 9. Teaching-learning process for unit 8

주제	지구를 지키는 소비, 가능할까?	차시	8 / 8
학습목표	1. 지속가능한 소비 실천 방안을 탐색할 수 있다. 2. 지속가능한 소비 행동을 실천할 수 있다.		
스마트러닝 적용방안	<ul style="list-style-type: none"> 하드웨어 : 스마트폰/스마트패드 소프트웨어 : Zoom, 패들렛(학습), SNS 사이트/앱, 구글 클래스룸, 구글 문서, PPT 		
자기주도 학습전략	<ul style="list-style-type: none"> 인지·메타인지적 : 자기평가, 조직·변화, 목표설정·계획, 기록·모니터링, 기록·복습 행동적 : 학습환경 구조화, 정보 탐색, 사회적 도움 동기적 : 내재적 흥미 		
단계	교수학습 활동		학습자료·도구
도입	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 동기유발 동영상 ‘윤리적 소비, 지구를 변화시키는 건 우리의 지갑! 미래수업 Living the New Normal EP.4’ - 기후변화와 소비 관련성 찾기 ▶ 학습목표 제시 		<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • PPT • 동영상(4:51) https://youtu.be/GXCEMUc6DR0
전개	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 강의 1. 지속가능한 소비 - 공정무역, 녹색소비, 로컬소비 - 탄소발자국, 지속 가능성 ▶ 활동1. 내가 지속가능 소비 챌린지 메이커 • 일상 속에서 쉽게 실천할 수 있는 지속가능한 소비 행동 챌린지 만들기 - 구글 문서를 통해 모둠별로 ‘지속가능한 소비 챌린지 메이커’ 계획서 작성하기 <ul style="list-style-type: none"> ▷ 챌린지 이름 선정 ▷ 챌린지 성격 선정 (사회/경제/환경) ▷ 챌린지 내용 구성 ▷ 챌린지 방법 선택 ▷ 활용할 어플리케이션/홍보 방안 탐색 - 챌린지 만들기 - 챌린지 SNS 및 학습 패들렛에 공유 ▶ 과제 안내 • 패들렛(학습)에 올라도 챌린지 중 한 가지 실천하기 - 구글 클래스룸에 실천 인증 사진/영상 제출하기 		<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • PPT • Zoom 소회의실 • 스마트폰/스마트패드 • 구글 클래스룸 • 구글 문서 • 패들렛(학습) • SNS 사이트/앱
마무리	<ul style="list-style-type: none"> • 현재 지구의 환경문제는 더 이상 외면할 수 없는 시급한 문제임을 강조한다. • 책임 있고 지속가능한 소비 행동을 항상 실천하는 것은 어렵지만, 한 번의 생각과 행동이 쌓여 보다 나은 나와 우리, 지구를 만들 수 있음을 강조한다. ▶ 성찰 일지 작성 ▶ 과제 안내 - 구글 클래스룸에 성찰 일지 제출하기 		<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • 구글문서

공정무역, 녹색소비, 로컬소비와 같이 지속가능한 소비의 대표적인 형태를 안내하고 이와 관련된 탄소발자국과 지속가능성의 의미를 강의한다. 이를 바탕으로 <활동 1> 지속가능한 소비 챌린지 메이커를 진행한다. 모둠 구글 문서를 활용하여 챌린지 이름, 챌린지 내용, 챌린지 방법, 홍보 방안을 계획하고 챌린지를 학급 패들렛에 공유한다. 개별 과제로 학급 패들렛에 공유된 챌린지 중 1가지를 실천하여 인증 사진이나 영상을 구글 클래스룸에 제출하도록 안내한다. 성찰일지를 작성하고 구글 클래스룸에 개별로 제출하도록 안내하고, 지속가능한 소비 행동이 지금, 당장 실천해야하는 문제임을 강조한다. 개인의 행동이 모여 우리가 되고, 우리의 행동이 모여 사회와 환경에 선한 영향력을 행사할 수 있음을 안내하며 수업을 마무리한다.

3. 전문가 타당도 검증 결과

스마트러닝 기반 중학교 가정교과 소비생활 교수·학습안 대한 전문가 타당도 검사 도구는 가정교육과 지도교수 1인의 검토를 가정교과 교사 17인에게 의뢰하였다. 전문가는 석사과정 및 석사 졸업 11인과 박사과정 및 박사 졸업 6인이며 교직경력 평균은 11.61년으로 전문성이 높고 현장에 대한 이해도가 높다.

타당도 검사 도구는 교수·학습안 및 활동자료가 스마트러닝 기반 중학교 가정교과 소비생활을 교육하기에 적절한지에 대한 타당도와 실행가능성을 평가하기 위하여 차시별 평가(8차시)와 교수·학습안 전반에 대한 평가로 구성하였다. 차시별 평가는 주제와 목표, 내용, 교수·학습 활동(스마트러닝 적용,

자기주도학습, 동기유발), 평가에 대한 7개의 5점 리커트 척도와 3점 이하의 점수를 부여한 이유와 추가 의견에 대한 2개의 자유 서술 문항으로 구성하였다. 교수·학습안 전반에 대한 평가는 교수·학습안 구성과 현장 실행 가능성, 유용성, 유익성, 동기유발 가능성에 대한 5개의 5점 리커트 척도와 3점 이하의 점수를 부여한 이유와 추가 의견에 대한 2개의 자유 서술 문항으로 구성하였다.

교수·학습안 전반에 대한 전문가 평가 결과 실행 적절성(4.82), 유익성(4.65), 동기 유발 가능성(4.65), 유용성(4.53), 실행가능성(4.43) 순으로 평균 4.62로 이 교수·학습안은 실행 가능하고, 유익하고 매력적이며, 유용하고 실행하기 적절하다고 평가되었다(<Table 10>).

교수·학습안 전반에 대한 서술 평가 결과 스마트러닝 전략 다양화와 교사용 스마트러닝 전략 제시, 구체적인 자료 활용에 대한 내용이 포함되어 있었다. 스마트러닝 전략을 다양화하기 위하여 1차시 학습자의 생활자원 관리에 대한 <활동 2>를 모둠 구글 문서 작성에서 썬보드 작성으로 활동을 변경하였으며, 7차시 종료 후 학습한 내용에 대하여 카훗(Kahoot) 퀴즈 프로그램을 활용한 형성평가를 추가하였다. 또한 스마트러닝 활용 매뉴얼을 추가로 개발하여 스마트러닝 적용 방안에 대하여 교사들의 활용도를 높이고자 하였으며, 2차시의 <활동 2>에서 학습자의 경험이 부족하여 활동이 어려운 경우를 대비하여 활동과 관련된 동영상상을 제시하여 분석하게 함으로써 활동 자료를 보완하였다.

전문가 평가 결과 차시별 평가의 평균은 4.52, 전체 타당도 지수는 0.95로 나타났다(<Table 11>). 전체 평균에 비해 상대적으로 낮은 점수를 받은 영역은 학습 목표와 학습 내용이었다. 이에 전문가 서술 평가 결과를 반영하여 1차시와 2차시,

Table 10. Expert evaluation results of the overall teaching-learning process

영역	내용	M	SD
실행 적절성	이 교수·학습안의 구성은 중학생 대상 가정교과 소비생활 단원의 스마트러닝 수업을 실행하기에 적절한가?	4.82	.38
유익성	이 교수·학습안은 학습자에게 유익한가?	4.65	.48
동기 유발 가능성	이 교수·학습안은 학습자의 동기를 이끌 수 있게 매력적인가?	4.65	.48
유용성	이 교수·학습안은 교사들의 스마트러닝 수업 자료로 유용한가?	4.53	.61
실행 가능성	이 교수·학습안은 현장에서 실행 가능한가?	4.47	.50
	평균	4.62	.49

Table 11. Expert evaluation result of each teaching-learning process

영역	내용	1차시		2차시		3차시		4차시		5차시		6차시		7차시		8차시		영역별	
		M (SD)	CVI	M (SD)	CVI	M (SD)	CVI	M (SD)	CVI	M (SD)	CVI	M (SD)	CVI	M (SD)	CVI	M (SD)	CVI	M (SD)	CVI
주제	학습 주제가 적절한가?	4.65 (.49)	.94	4.71 (.45)	1.00	4.76 (.59)	.94	4.59 (.61)	.94	4.59 (.62)	.94	4.59 (.62)	.94	4.35 (.81)	.94	4.71 (.81)	.94	4.62 (.62)	.95
목표	학습목표가 적절한가?	4.35 (.70)	.88	4.65 (.62)	.94	4.47 (.63)	.88	4.35 (.73)	.82	4.29 (.73)	.82	4.12 (.88)	.76	4.47 (.50)	1.00	4.71 (.45)	1.00	4.43 (.66)	.89
내용	학습 내용은 적절한가?	4.59 (.50)	1.00	4.24 (.56)	.94	4.29 (.59)	.88	4.06 (.96)	.94	4.41 (.81)	.94	4.47 (.82)	.94	4.24 (.77)	.94	4.59 (.82)	.94	4.36 (.73)	.94
교수 학습 활동	스마트러닝 적용 방안은 적절한가?	4.76 (.35)	1.00	4.82 (.41)	1.00	4.59 (.49)	1.00	4.53 (.50)	1.00	4.71 (.45)	1.00	4.71 (.45)	1.00	4.71 (.45)	1.00	4.82 (.35)	1.00	4.71 (.43)	1.00
	자기주도학습 전략은 적절한가?	4.41 (.61)	.94	4.71 (.48)	1.00	4.41 (.48)	1.00	4.59 (.49)	1.00	4.47 (.49)	1.00	4.47 (.62)	.94	4.65 (.61)	.94	4.76 (.41)	1.00	4.56 (.52)	.98
	학습자의 학습 동기 유발에 적절한가?	4.59 (.62)	.94	4.82 (.35)	1.00	4.59 (.49)	1.00	4.65 (.48)	1.00	4.47 (.50)	1.00	4.41 (.61)	.94	4.59 (.45)	.94	4.59 (.62)	.94	4.59 (.52)	.97
평가	학습 평가는 적절한가?	4.35 (.61)	.94	4.35 (.61)	.94	4.29 (.59)	.94	4.29 (.61)	.94	4.24 (.61)	.88	4.29 (.81)	.94	4.59 (.61)	.94	4.53 (.62)	.94	4.37 (.61)	.93
	차시별 평균	4.53 (.57)	.95	4.61 (.50)	.97	4.49 (.55)	.95	4.44 (.62)	.95	4.45 (.60)	.94	4.44 (.69)	.93	4.51 (.60)	.96	4.67 (.58)	.97	4.52 (.58)	.95

4-6차시, 8차시의 학습 목표를 수정하여 학습 내용과의 연계성을 강화하였다. 특히 8차시는 윤리적 소비가 고등학교 교육 과정에 포함된 내용으로서, 중학교 수준에서 다루기에는 ‘지속가능한 소비’가 적절하다는 전문가 의견을 반영하여 학습 요소를 윤리적 소비에서 지속가능한 소비로 변경하고, 학습 주제와 학습 목표, 교수·학습 활동에도 이를 적용하여 수정하였다.

교수·학습 활동 중 학습자의 경험과 의견을 묻는 활동에 대한 전문가 의견을 반영하여 교수·학습 활동을 확장 혹은 축소하였다. 2차시의 <활동 2>에서는 어플리케이션을 이용하여 가계부 작성 시 수입과 지출 경험이 부족한 학습자를 위하여 영화

혹은 드라마의 인물을 사례를 추가로 제시하였다. 3차시의 <활동 2>에서는 학습자가 광고를 검색하는 데에 한계가 있을 수 있으므로 학습 패들렛에 분석할 수 있는 광고 사례를 교사가 제시하여 그 중 하나를 선택하여 활동을 진행할 수 있도록 변경하였으며, <활동 2>에서 내 휴대폰 안에 소비를 유발하는 어플리케이션이 없을 경우를 대비하여 10대 청소년에게 인기 있는 어플리케이션 중 하나를 분석할 수 있도록 활동 대상을 확장하였다. 또한 소비자의 책임과 관련된 사회적 참여를 유도할 수 있도록 6차시 발표 활동 후 활동 결과를 학교 홈페이지

지 및 SNS에 공유하도록 활동을 보완하였다. 8차시의 지속가능한 소비 챌린지 메이커 활동을 계획할 때 챌린지 성격을 추가하여 지속가능한 소비의 범위를 환경에서 사회와 경제까지 확장하였다.

V. 결론 및 제언

1. 요약 및 논의

본 연구에서는 스마트러닝과 소비생활 교육에 대한 문헌과 12개 출판사의 중학교 「기술·가정」 ① 교과서를 분석하여 온라인 수업으로 실행할 수 있는 스마트러닝 기반 가정교과 소비생활 교수-학습안의 주제를 선정하고, 소비생활 교수-학습안의 내용체계와 스마트러닝 적용방안을 설계하였다. 중학교 가정교과 교육과정의 성취기준과 내용요소를 바탕으로 학습 주제와 학습 목표를 도출하고, 자기주도학습 전략을 적용하여 스마트러닝 교수-학습안과 활동자료를 개발하였다. 개발된 교수-학습안과 활동자료에 대하여 타당성을 평가하기

위하여 전문가 타당도 평가도구를 개발하고 평가 내용을 바탕으로 교수·학습안과 활동자료를 수정·보완하였다.

본 연구에 대하여 요약한 내용은 다음과 같다.

첫째, 2015 개정 교육과정 중학교 「기술·가정」① 교과서 12종의 소비생활 단원을 분석한 결과 12종의 교과서 중 2개의 교과서만이 스마트러닝 활동을 제시하고 있었다. 하나의 활동은 소비생활과 관련된 UCC 제작할 때 스마트폰을 활용하도록 한 것이고 다른 활동은 구매 의사 결정 과정을 점검하는 과정에서 미디어를 활용하여 검색하도록 제시한 활동이었다.

둘째, 본 연구의 스마트러닝 기반 중학교 가정교과 소비생활 교수·학습안의 특징은 학습자가 교수·학습 활동의 주체가 될 수 있도록 주제와 내용을 구성하였다는 것과 학습자가 흥미를 가질 수 있는 다양한 매체와 최신 이슈를 반영한 것, 온라인 수업을 전제한 것, 실시간 토의 및 협업이 가능한 소프트웨어를 활용한 것, 평가 방식 또한 온라인 활동으로 구성하였다는 것이다. 교수·학습안의 주제는 ‘나와 우리, 지구를 지키는 소비’로 가정교과 교육의 성격과 성취기준을 반영하여 선정하고, 학습자 중심의 8차시 교수·학습안의 6개 학습 주제를 포함한 교수·학습안과 활동 자료를 개발하였다. 교수·학습안에 제시된 교수·학습 활동은 가정교과 교육과정의 내용요소를 포함하고 스마트기기와 다양한 소프트웨어를 활용하였으며, 현장에서의 활용도를 높이기 위하여 교사와 학습자를 위한 스마트러닝 활용 매뉴얼을 포함하여 교수·학습안과 활동 자료를 개발하였다.

셋째, 전문가 평가 결과 개발한 교수·학습안과 활동 자료는 차시별 주제, 목표, 내용, 교수·학습 활동(스마트러닝 적용, 자기주도학습 전략, 학습자의 동기 유발), 평가에 대한 7가지 문항에 대한 평균은 4.52(5점 리커트 척도), 전체 타당도 지수(CVI)는 0.95로 나타났다. 교수·학습안 전반에 대한 전문가 평가 결과 실행 적절성, 유익성, 동기 유발 가능성, 유용성, 실행가능성에 대한 5가지 문항에 대한 평균은 4.62로 높게 나타났다. 교수·학습안의 개선 방안 및 추가 의견을 묻는 서술형 평가 결과를 반영하여 교수·학습안과 활동 자료를 최종적으로 수정·보완하여 완성하였다.

현재까지 가정교과에서 개발된 스마트러닝 교수·학습안은 오프라인 수업을 전제한 것이며, COVID-19 사태 이후 온라인 수업과 오프라인 수업이 지역과 학교 상황에 따라 유동적으로

변경되면서 오프라인 수업을 전제로 한 교수·학습안은 한계가 있었다. 이러한 한계를 극복하여 온라인 수업을 전제로 교수·학습 활동을 개발한 본 연구는 온라인으로 수업이 진행될 때에는 Zoom이라는 온라인 회의 플랫폼을 사용하고, 오프라인으로 수업이 진행될 때에는 학교 공간 안에서 교수·학습 활동을 온라인으로 운영할 수 있는 방식으로 온/오프 병행이 가능하여 COVID-19로 인한 비대면/대면 가정교과 수업에 도움을 주고자 하는데 그 의의가 있다.

스마트러닝의 경우 인터넷 망과 스마트기기가 교수·학습 활동에 필수적이므로 이러한 물리적 환경이 갖추어지지 않았을 경우 수업 운영에 한계가 있으며, 온라인으로 수업이 진행되더라도 실시간으로 운영되지 않는다면 교사와 학습자, 학습자와 학습자 간의 효율적인 의사소통과 협력이 이루어지기 어렵다. 그러므로 본 연구결과를 참고하여 학교 현장에 맞게 수정·보완하여 활용해야 할 것이다.

2. 제언

이상의 연구를 바탕으로 연구의 제한점을 보완할 수 있는 후속 연구를 제언하고자 한다.

첫째, 본 연구는 중학교 가정교과 소비생활 단원을 주제로 하여 다양한 가정생활의 주제를 담지 못하였다. 따라서 소비생활 외에도 의생활이나 식생활, 주생활 등 다양한 주제로 연구를 확장할 필요가 있다.

둘째, 본 연구에서 개발한 교수·학습안의 교육 대상은 중학생으로서, 고등학생 수준의 스마트러닝 교수·학습안이 개발될 필요가 있다. 시수 부족이나 선택 과목 부족으로 가정교과의 입지가 위협받고 있는 고등학교 환경에서 Z세대가 흥미를 가질 수 있는 스마트러닝 학습 방법을 개발하고 실행함으로써 가정교과가 학습자 중심으로 미래 역량을 키울 수 있는 교과임을 밝힐 필요가 있다.

셋째, 본 연구는 문헌과 선행연구, 교과서를 분석하고 교수·학습안과 활동자료를 개발하였으나, 실제 현장에서 실행하지 못하였다. 따라서 후속 연구에서는 스마트러닝 교수·학습안을 실행한 후 설문이나 면담, 관찰 등의 다양한 방법으로 이 수업의 효과를 평가할 필요가 있다.

넷째, 본 연구는 교수-학습안 개발 전 소비생활 교육과 스마트러닝 수업에 대한 학습자의 요구, 수업을 실행하는 가정교과 교사의 요구, 그리고 현장 교실의 상황에 대한 상황평가를 하지 않았다. 따라서 후속 연구에서는 학습자의 요구와 가정교과 교사의 요구를 조사하고 현장 교실의 상황에 대한 평가를 하여 교수-학습안과 활동자료를 개발할 필요가 있다.

마지막으로, 교사들의 스마트러닝 활용 역량을 조사하여 교사들의 역량에 맞는 수준별 연수를 제공함으로써 교사들의 스마트러닝 활용 역량이 향상될 수 있도록 지원할 수 있는 연구가 필요하다.

참고문헌

- Bae, S. Y., & Son, J. Y. (2013). *A study on the consumer education implementation system in korea* (Policy research report 13-07). Seoul: Korean Consumer Agency. Available from <http://searchi.kca.go.kr/libtechuploa/2481576.pdf>
- Bang, S. H. (2012). A study on strategies of self-directed learning to promote Smart Learning. *Journal of Lifelong Learning Society*, 8(1), 93-112.
- Cheong, E., & Hwang, H. Y. (2017). A study on education and human character development in consumer society. *Journal of Yeolin Education*, 25(3), 1-20.
- Choi, A. Y. (2015). A study on the objectives of communication design education for the generation Z. *Journal of the Korean Society Design Culture*, 21(3), 675-683.
- Do, J. W. (2020). An investigation of design constraints in the process of converting face-to-face course into online course. *Journal of Education Culture Research*, 26(2), 153-173.
- Jang, S. H. (2013). The case study on smart education of converging with education 3.0 and ICT. *The Korea Contents Association Review*, 11(1), 35-39.
- Kang, J. H. (2011). A study on utilizing SNS to vitalize smart learning. *Journal of Digital Convergence*, 9(5), 265-274.
- Kang, J. Y., Lee, Y. D., & Kim, J. S. (2020). A semantic networking analysis of news data regarding ‘Generation Z’ utilizing text mining. *Journal of Future Oriented Youth Society*, 17(2), 14-48.
- Kim, H. B., Kim, S. H., & Park, J. M. (2011). A study on the strategies to facilitate debate in smart-learning environment. *Korean Journal of Learning Sciences*, 5(1), 79-114.
- Kim, H. S. (2020, April 14). 온라인 개학의 두 가지 딜레마 [Two dilemmas of online school opening]. *Edu in News*. Retrieved from <http://www.eduinews.co.kr/news/articleView.html?idxno=28404>
- Kim, S. Y. (2017). 10 years of framework act on consumers, the evaluation and prospects of consumer education by consumer expert. *Journal of Consumer Problem Research*, 48(2), 87-119.
- Korea Institute for Curriculum and Evaluation (2005). *Content development guidelines for teaching and learning, guidelines for content quality management content quality management programs: focusing on general theory and 10 common basic subjects*. Seoul: Author.
- Lee, K. C. (1999). *Consumer education: theory & practice*. Seoul: Gyomoon.
- Lim, B. R., Leem, J. H., & Sung, E. M. (2013). What is the concept of smart education and the typology of smart education contents?. *Journal of Educational Technology*, 29(3), 459-489.
- Ministry of Education, Science and Technology (2011). *인재대국으로 가는 길 스마트교육 추진 전략 실행계획 [The road to a talented nation, smart learning implementation strategy execution plan]*. Retrieved from <https://www.moe.go.kr/sn3hecv/doc.html?fn=f82c54c8f759324e8a36b73084e56a22&rs=upload/synap/202101/>
- Ministry of Education, Science and Technology (2015). *Practical arts (technology · home economics) · Information curriculum (Notification No. 2015-74)*. Sejong: Author.
- Untact Marketing (n.d.). In Naver encyclopedia of knowledge. Retrieved from <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=4368994&cid=43667&categoryId=43667>
- You, D. R. (2013). Consumer education in a “value-conscious consumption” society. *Journal of Social Science Thesis*, 12, 111-129.
- Yu, I. Y., & Park, M. J. (2019). Development of ‘healthy couple relationship’ curriculum in high school based on backward

design. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 31(3), 1-21.

韓, 세계 최고 '연결사회'...인터넷·스마트폰 사용률 1위 [Korea, the world's best connected society... no. 1 in Internet and

smartphone usage rate]. (2018, June 24). Retrieved from <https://www.yna.co.kr/view/AKR20180622141000017?input=1195m>

<국문요약>

본 연구의 목적은 스마트러닝 기반 중학교 가정교과 소비생활 교수-학습안을 개발하고 이 교수-학습안의 타당성과 교수-학습안 전반을 평가하여 온라인(비대면) 가정교과 수업에 도움을 주는데 있다. 본 연구에서의 교수-학습안은 분석, 설계, 개발, 평가의 과정을 거쳐 완성되었다. 본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 2015 개정 교육과정 중학교 「기술·가정」 ① 교과서 12종의 소비생활 단원을 분석한 결과 학습요소별 활동 주제에 대한 빈도를 분석하였으며, 12종의 교과서 중 2개의 교과서만이 스마트러닝 활동을 제시하고 있었다. 둘째, 본 연구의 스마트러닝 기반 중학교 가정교과 소비생활 교수-학습안의 특징은 학습자가 교수·학습 활동의 주체가 될 수 있도록 주제와 내용을 구성하였다는 것과 학습자가 흥미를 가질 수 있는 다양한 매체와 최신 이슈를 반영한 것, 온라인 수업을 전제한 것, 실시간 토의 및 협업이 가능한 소프트웨어를 활용한 것, 평가 방식 또한 온라인 활동으로 구성하였다는 것이다. 셋째, 전문가 평가 결과 개발한 교수-학습안과 활동 자료는 차시별 주제, 목표, 내용, 교수·학습 활동, 평가에 대하여 평균 4.52(5점 리커트 척도), 전체 타당도 지수(CVI)는 0.95, 교수-학습안 전반에 대한 전문가 평가 결과 실행 적절성, 유익성, 동기 유발 가능성, 유용성, 실행가능성에 대하여 평균 4.62로 높게 나타났다. 교수-학습안에 대한 전문가 의견을 반영하여 교수-학습안과 활동 자료를 최종적으로 수정·보완하여 완성하였다. COVID-19 사태 이후 오프라인 수업의 한계를 극복하여 온라인 수업을 전제로 교수·학습 활동을 개발한 본 연구는 온라인으로 수업이 진행될 때에는 Zoom이라는 온라인 회의 플랫폼을 사용하고, 오프라인으로 수업이 진행될 때에는 학교 공간 안에서 교수·학습 활동을 온라인으로 운영할 수 있는 방식으로 온/오프 병행이 가능하여 COVID-19로 인한 비대면/대면 가정교과 수업에 도움을 주고자 하는데 그 의미가 있다.

■논문접수일자: 2020년 12월 13일, 논문심사일자: 2020년 12월 29일, 게재확정일자: 2021년 1월 9일