

수요자 중심의 e-비즈니스 교육과정 개발에 관한 연구

최재영*

A Study on e-Business Curriculum : A Customer-oriented Approach

Choi, Jae Young

〈Abstract〉

The Internet is changing old organizational schemes, including education. A growing number of universities are creating curriculums to reflect these changes. Economic market is being opened to the international world, and in order to overcome the difficulties are demanding continuous supply of men power from university to efficiently manage human resource and implement superior e-business model. Technology innovation plays an important role in the sustainable grows of the firm in the global economy.

The objective of this study is to suggest an e-business curriculum for e-business department. We will analyze what kind of people is needed for e-business, and provide appropriate curriculum for educating suitable human resources, which could be for university program. This study may contribute to the much needed systematic analysis for e-business curriculum. We prioritize e-business curriculum selected and rank their importance through an exploratory study for suggesting the undergraduate curriculum.

Key Words : e-business, e-business Curriculum, e-business Classification System, Job Analysis

I. 서론

1.1 연구 목적 및 배경

기존의 전통적인 산업사회에서는 토지, 노동, 자본이 경제적인 부(富)를 창출하는 주요 원천이었다. 그러나 오늘날과 같은 초고속 지식-정보화 산업사회에서는 정보, 지식, 기술이 경제적인 부(富)와 가치를 창출하는 주요 원천이다. 또한 우리가 살아가고 있는 현재 사회의 특징은 미래를 예측하기 어려운 불확실성과 변화의 속도가

빠르다는 점이다.

오늘날의 기술발전은 급속한 지식·정보사회로의 전환과 함께 혁신을 통한 지식과 정보가 국가 및 기업 경쟁력의 중요한 원천으로 부상하여 사회 전체적인 변화와 혁신을 가져왔다[1]. 그 변화의 중심에는 인터넷이라는 기술이 있고 그로 인해 'e-비즈니스' 라는 새로운 영역을 만들어 냈으며, 이는 이전에 우리가 경험해 왔던 사회 구조와 전혀 다른 요소들의 결합이다. 현재까지 인류의 역사에서 인터넷만큼 빠르게 확산되고 엄청난 파급효과를 초래한 기술은 존재하지 않았다[2].

오늘날 기업의 경쟁력은 e로 시작하는 단어로 귀결되

* 부천대학교 e-비즈니스학과 교수(제1저자, 교신저자)

고 있다. IT 산업의 발달과 소비패턴의 변화에 따른 생존 및 성장전략의 일환으로 최근 많은 기업들이 e-비즈니스 시스템의 구축을 통해 판매시장에서의 주도권을 선점하고자 노력하고 있으며 이는 개인과 기업뿐만 아니라 정보 및 공공기관에 이르기까지 기하급수적으로 확산되고 있는 추세이다. 따라서 경영활동에 필요한 각종 자원을 저비용으로 신속하게 확보하고 이윤을 창출하기 위해서는 무엇보다 e-비즈니스를 위한 인프라를 종합적으로 설계, 구축하고 이를 효율적으로 운영, 관리해야 하는 시점에 이르렀다. 그럼에도 불구하고, 기업과 대학 상호간의 자발적 필요에 의한 실질적 협력은 여전히 미흡한 실정이다[3].

또한 기업이 정신의 함양을 통한 학생들의 창업능력 배양과 사업화 능력을 키워줄 교육 프로그램의 필요성이 증대되어 지고 있으나 이를 지원해 줄 수 있는 체계화된 교육과정이 절실히 필요한 실정이다. 최근 아이폰 등장 이후 IT업계는 새로운 플랫폼을 점령하기 위해 노력하고 있다. 웹 3.0, SNS(Social Network Service), 오픈 플랫폼 등 새로운 변화의 물결에 맞춰 교육내용을 재편해야 함은 물론이다.

21세기 정보화 사회를 맞이하는 현 시점에서 e-비즈니스 전공자들의 졸업 후의 사회진출은 양과 질적인 면에서 사회적 요구의 폭이 넓어질 것이며, 이에 따라 졸업생들도 전문인으로서의 다양한 역할이 기대되고 있다. 그러나 e-비즈니스학은 경영학과 정보기술의 융합된 통합 분야이기 때문에 아직 체계적으로 전문화된 인력을 양성하기에는 미흡한 실정이다. 이와 더불어 산업계는 보다 고도화된 e-비즈니스 시스템의 구축을 통한 조직성장에 필요한 전문 인력의 요구가 증대되고 있지만 현재의 교육과정으로는 이러한 심화된 인력요구를 충족하기에는 한계가 있다. 따라서 본 연구의 목표는 기존의 경영활동에 인터넷 IT기술을 접목함으로써 21세기 새로운 기업경영의 패러다임을 선도할 수 있는 e-비즈니스 관련 기술뿐만 아니라, 경영관리 및 전략 수립을 위한 이론적·실무적 지식을 제공함으로써 정보사회의 주역이 될 수 있는 전문 인력을 양성하는 것이다.

II. 이론적 배경

2.1 e-비즈니스의 정의

전자상거래(EC: Electronic Commerce)라는 용어는 1989년 미국의 LLNL(Lawrence Livermore National Laboratory)이 미 국방성의 프로젝트를 수행하면서 처음 사용하였다. 당시에는 거래의 전 과정에 서류를 사용하지 않는 기업환경을 정보기술(IT)에 의해 달성하고자 하는데 목적이 있었다[2, 4].

Kalakota[5]에 의하면 전자상거래의 영향은 각 단계별 특징을 가지며 발전하고 있다. 첫 단계(1994-1997)에서는 거의 모든 사람들이 자신의 웹 사이트를 가지고자 하였으며, 회사의 규모를 막론하고 거의 모든 회사들이 인터넷에서 최소한 무언가를 하려는 모습을 보였다. 왜 그것을 하는지 정확히 확신할 수 없었지만 사람들은 온라인에서 뭔가를 해야 한다는 것을 알고는 있었다.

전자상거래의 두 번째 단계(1997-2000)는 거래(transaction)에 관한 것이다. 즉, 디지털 매체를 통해 사고파는 행위가 이루어졌다. 이 단계에서의 초점은 주문의 흐름과 총 수입의 문제였다. 그리고 구매자들과 판매자들과의 연결도 중요한 문제였는데, 이것은 과거에는 전혀 발견하지 못했던 새로운 현상이었다. 또한 문서에 의한 구매 주문의 처리는 비록 그 변화의 의미가 매우 사소함에도 불구하고 인터넷을 통해 이루어졌다. 한편 이 단계에서 홍보는 어떤 비용을 감수하더라도 거의 모든 부분이 주문의 흐름에 대한 것이었다.

오늘날 전자상거래는 제 3단계(2000-?)로 접어들고 있으며, 인터넷이 어떻게 수익성을 가질 것인가에 초점이 맞추어지고 있다. 여기서 말하는 수익성이란 총수입의 증가라기보다는 오히려 총 마진의 증가를 의미한다. 우리는 이러한 제 3 단계를 「e-비즈니스」라고 부르며, 비즈니스 트랜잭션에 영향을 끼칠 수 있는 애플리케이션과 프로세스를 포함하고 있다. 게다가 전자상거래를 포괄하는 e-비즈니스는 현대 비즈니스의 핵심 엔진을 형성하고

있는 프론트 오피스와 백 오피스를 모두 포괄하고 있다.

이러한 전자상거래에 개괄적인 정의에 기반 하여 e-비즈니스에 대한 개념을 정리하면 다음과 같다. 먼저, e-비즈니스라는 용어는 1997년에 IBM에 의해서 최초로 소개되었다. IBM(1997)에 의하면 e-비즈니스는 “인터넷 기술의 사용을 통한 핵심적인 비즈니스 프로세스의 전환”이라고 정의하였다[4]. 그에 덧붙여 Gartner Group(1999)은 e-비즈니스를 정의하기를 “디지털 기술을 통한 기업 비즈니스 행위의 최적화”라고 하였다. 뿐만 아니라, Kalakota와 Robinson[6]에 따르면 “e-비즈니스는 최상의 비즈니스 모델을 실현하기 위한 비즈니스 프로세스, 기업 애플리케이션, 그리고 조직구조의 복잡한 통합”이라고 정의하였다. Canzer(2003)는 “인터넷에 기반 하여 수행되는 개별기업이나 산업의 모든 비즈니스 행위”라고 좀 더 포괄적으로 e-비즈니스를 정의하고 있다.

현재까지의 정의에 기반 하여 볼 때 e-비즈니스의 개념이 전자상거래 보다 좀 더 포괄적인 개념이라고 할 수 있다. e-비즈니스는 정보통신기술에 기반 하여 구매, 생산, 판매, 서비스로 이어지는 비즈니스 프로세스에 경영활동의 효율성과 새로운 사업기회를 창출하기 위한 활동으로서 비즈니스 모델의 재설계, 내외부 가치의 통합, 전사적 자원관리 등과 같이 조직적인 영역에 치중하고 있음을 알 수 있다. 그러므로 본 연구에서는 e-비즈니스를 「인터넷과 같은 정보통신기술에 기반 하여 조직 내외부의 비즈니스 프로세스를 혁신하는 경영활동」이라고 정의하고자 한다.

2.2 e-비즈니스 분류 체계

e-비즈니스 인력은 기존 정보기술 인력분류체계 연구와 e-비즈니스의 정의를 기반으로 다양하게 분류 할 수 있다.

한국전자거래진흥원은 e-비즈니스 영역과 범위를 통해 e-비즈니스 인력의 범위를 e-비즈니스 기술자, e-비즈니스 업무관리자, e-비즈니스 컨설턴트, e-비즈니스 경영

자 4가지로 나누거나[7], Engineer, Manager, Consultant 3가지로 나누어[8] 도출 하였다.

<표 1> 4가지 e-비즈니스 인력분류체계

구분	직무 내용
e-비즈니스 기술자	e-비즈니스의 기초 기술 및 응용 시스템의 개발, 관리 및 유지보수 또는 거래 대상이 되는 무형의 재화를 개발하는 인력
e-비즈니스 컨설턴트	e-비즈니스에 대한 경영, 업무 및 기술에 대한 컨설팅과 전문지식을 서비스하는 인력
e-비즈니스 업무관리자	기업에서 네트워크로 연결된 컴퓨터와 e-비즈니스 응용 시스템을 이용하여 업무를 수행하는 모든 인력
e-비즈니스 경영자	e-비즈니스 관점에서 기업의 전략을 분석, 기획 및 주요 사안에 대한 의사결정을 담당하는 인력

<표 2> 3가지 e-비즈니스 인력분류 체계

구분	직무 내용
Engineer	기업의 e-비즈니스 환경을 구축하고, 구축된 시스템의 관리 및 유지보수를 담당하는 인력
Manager	e-비즈니스 환경에서 기업의 기간 업무를 수행하는 인력으로, 정보기술과 업무 프로세스에 대한 지식을 겸비한 인력
Consultant	e-비즈니스에 대한 전문지식을 바탕으로 사용자에 대한 교육과 기업의 e-비즈니스 전반에 대한 상담 및 자문을 담당하는 인력

한편, 산자부는 e-비즈니스 인력을 기업이 e-비즈니스를 수행하는데 필요한 기술인력, 컨설턴트, 마케팅 및 구매 등 기존 업무인력, 경영자 등을 포괄한다고 하였다[9]. <표 3>에 제시된 바와 같이 e-비즈니스 인력은 업무별로 e-비즈니스 기술자, e-비즈니스 컨설턴트, e-비즈니스 업무관리자, e-비즈니스 경영자로 나눌 수 있고, 수준별로는 기반인력, 핵심인력, 전문 인력으로 구분할 수 있다.

본 연구에서는 e-비즈니스 인력이란 ‘IT 전문지식을 비즈니스에 접목함으로써 새로운 부가가치를 창출하는 인력’으로 정의하고자 한다. e-비즈니스 인력을 기능에 따라 e-비즈니스 기술, e-비즈니스 경영, 교육/컨설팅 3 분야로 분류하고, e-비즈니스 기술 분야는 SDLC 체계에 따라 개발 기획, 개발, 운영으로 분류하였다. e-비즈니스 경영 분야는 가치사슬(value chain)에 따라 e-기획, e-조

<표 3> e-비즈니스 인력의 분류

분류 기준	분류	설명
업무 별	e-비즈니스 기술자	e-비즈니스의 기초 기술 및 응용 시스템의 개발, 관리를 담당하는 인력
	e-비즈니스 컨설턴트	e-비즈니스에 대한 경영, 업무 및 기술에 대한 컨설팅과 전문지식을 서비스하는 인력
	e-비즈니스 업무관리자	기업에서 네트워크로 연결된 컴퓨터와 e-비즈니스 응용시스템을 이용하여 업무를 수행하는 모든 인력
	e-비즈니스 경영자	기업의 e-비즈니스 전략에 대한 분석, 기획, 의사결정을 담당하는 인력
수준 별	기반인력	e-비즈니스에 대한 잠재인력으로 e-비즈니스 관련 실무경력은 없으나 e-비즈니스에 대한 기본적인 지식은 구비
	핵심인력	e-비즈니스에 대한 기초적인 업무수행이 가능하고, 실무경력 확충과 교육을 통해 전문인력으로 발전 가능한 인력
	전문인력	e-비즈니스 분야에서 일정기간 이상의 교육 이수와 실무경력을 겸비, e-비즈니스를 실무에 적용할 수 있는 인력

<표 4> e-비즈니스 직종 분류

분야	직종	전문분야
e-비즈니스 기술	개발기획	개발기획
	개발	프로그래밍
		데이터베이스
		네트워크
		디자인
	운영	디지털컨텐츠
		보안
		시스템운영, 관리
		네트워크 운영
	e-비즈니스 경영	e-기획
e-조달		e-조달
e-생산/제조		e-생산/제조
e-로지스틱스		e-로지스틱스
e-마케팅		광고/홍보
		판매
		고객관리
e-패키지활용		ERP
		CRM
		SCM
교육/컨설팅	교육	교육과정 기획
		강의
	컨설팅	e-비즈니스 기술 컨설팅
		e-비즈니스 경영 컨설팅

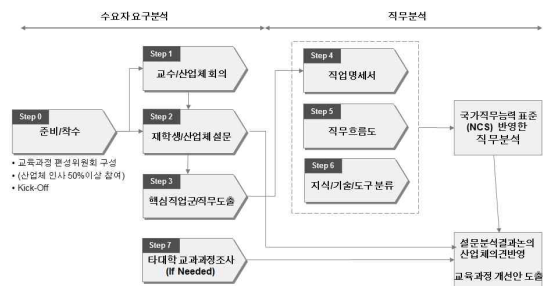
달, e-생산/제조, e-로지스틱스, e-마케팅, e-패키지 활용으로 분류하고자 한다[10]. 이를 토대로 e-비즈니스 직종을 분류하면 다음과 같다.

III. e-비즈니스 교육과정 개발

3.1 e-비즈니스 직무분석

교육과정 개발을 위해 먼저 수요자 요구분석을 토대로 핵심 직업군/직무를 선정하였다. 이 핵심 직무를 분석하여 도출된 직무명세서, 직무기술서는 교과과정 개발의 기초자료로 활용하였다.

1단계로 관련 학과 교수 인터뷰를 실시하였다. 인터뷰의 목적은 e-비즈니스학과의 직무분석을 위한 핵심직업군 도출과 주요 요구사항 도출 및 프로젝트에 대한 공감대 형성을 위해 실시하였다. 인터뷰 방법은 1:1 인터뷰로 진행하였다.

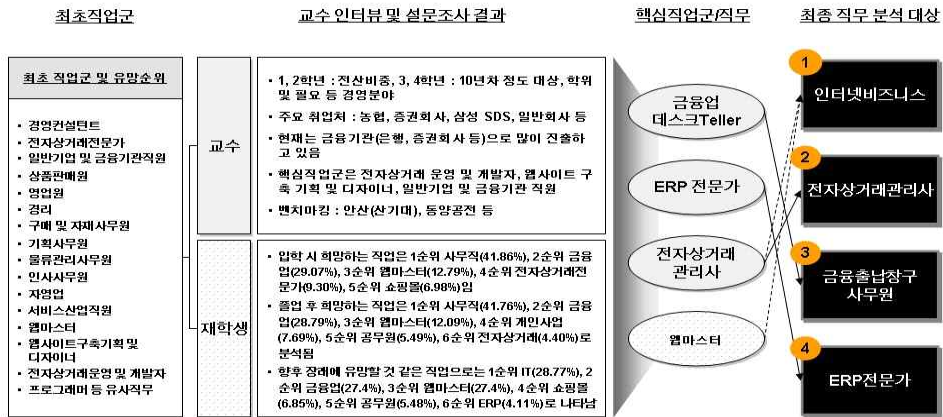


<그림 1> 직무분석 프레임워크

2단계로 재학생/산업체를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 학생들의 희망직업, 교과과정 만족도와 요구사항, 기타의견 등을 조사하여 직무분석 대상 및

1. 핵심 직업군/직무 도출

교수 인터뷰 및 재학생 설문조사 결과를 토대로 최종 직무 분석 대상으로 1. 인터넷비즈니스, 2. 전자상거래관리사, 3. 금융출납창구사무원, 4. ERP전문가를 선정함.



교육과정 개발의 기초자료로 활용하기 위해 실시하였다.

3단계로 교수 인터뷰 및 재학생/산업체 설문조사 결과를 토대로 핵심직업군으로 금융업 데스크 Teller, ERP 전문가, 전자상거래관리사, 웹마스터를 선정하였다. 최종 직무 분석 대상으로는 1. 인터넷비즈니스, 2. 전자상거래관리사, 3. 금융출납창구사무원, 4. ERP 전문가를 선정하였다.

3.2 산업체/학계 요구 분석

산업체 및 수요자의 요구를 충분히 반영하기 위해 교육과정 관련 설문조사를 실시하였다. 산업체 인사와 산업체 근무 중인 졸업생/재학생/학계를 대상으로 수요자의 요구를 반영하기 위한 교육과정 설문조사를 실시하였다. 설문 조사 결과, 실무 중심의 심화교육을 원하고 있음을 알 수 있었다.

본 교과과정 개발은 설문조사 결과 뿐 만 아니라 기업의 현실과 기술발전 추세를 충분히 반영하여, 실제 e-비즈니스 기업에서 필요한 이론과 실습을 겸하도록 구성하였다. 특히, e-비즈니스학과 학생들에게 핵심 개념의 전

달과 실습을 통한 체험 교육을 병행하도록 하여 교육의 효율을 극대화 할 수 있도록 하는데 목적을 두었다.

e-비즈니스학과의 과목 선정을 위한 요구 분석은 현재 동일 분야의 학과에서 강의를 수행하고 있는 교수들과 현재 동일 분야의 산업계에서 근무하고 있는 기업체의 CEO와 직원들을 대상으로 수행되었다. 현재 e-비즈니스학과의 교육과정에서 개설되어 있거나 향후 개설이 요구되는 67개 e-비즈니스 과목에 대한 중요성 인식도를 조사하여 향후 개설할 필요가 있는 새로운 과목에 대한 수요를 파악하였다.

3.3 e-비즈니스 과목별 중요성 분석

<표 6>은 67개 e-비즈니스 과목별 중요성 인식도 조사결과를 보여주고 있으며, 주요 내용을 다음과 같이 정리할 수 있다.

- 중요성 인식도 4점은 “중요하다”라는 의미를 가지고 있으며, 전체 67개 과목 중 8개 과목이 4점 이상을 획득하였다.

<표 5> 요구 분석 개요

구분	개요
조사 목적	정보기술 발전과 비즈니스 환경 변화에 대응하는 새로운 e-비즈니스학과 교과과정 개발
수행 단계	- 1단계 현황 조사: 미국 주요 대학교와 국내 주요 대학교의 학부, 석·박사, MBA 과정의 e-Biz/MIS 과목 조사 - 2단계 과목 분류: 전체 e-Biz 과목을 3개 영역으로 분류함 · Technical 영역 : 22개 교과목 · e-비즈니스/MIS 영역 : 17개 교과목 · Business Oriented 영역 : 28개 교과목 - 3단계 교수/학계의 중요성 인식도 조사: 67개 교과목의 중요성 인식도 조사 및 신규 코스 추가 - 4단계 산업계/졸업생의 중요성 인식도 조사: 67개 교과목의 중요성 인식도 조사 및 산업계 요구사항 분석 - 5단계 조사 결과를 토대로 차세대 e-biz 커리큘럼 표준안 개발
분석 내용	현재 국내의 대학교 e-비즈니스 커리큘럼에서 나타난 과목과 향후 e-비즈니스 커리큘럼이 포함해야 할 새로운 과목 또는 주제에 대한 중요 인식도를 조사 5점 척도 문항에 의하여 중요성 인식도를 조사함
분석 대상자	- 학계 · 국내 대학 e-비즈니스 관련학과 강의 교수 · 35개 응답 데이터 수집 - 산업계 · e-비즈니스 분야의 기업체 CEO와 직원 등 · 49개 응답 데이터 수집
분석 기간	2011년 10월(1개월간)
분석 방법	- 다양한 응답자 계층의 의견을 구하기 위하여 조사 여건 및 상황에 따라 다음 방법들을 선택적으로 활용함 · 이메일을 이용한 온라인 설문조사 · 방문 형식의 설문조사
통계 분석	- 68개 과목별 중요성 인식도 점수 평균 산출 학계 및 산업계 사이의 중요도 차이에 대한 통계적 유의성 분석(ANOVA)

- 영역별로 중요도 점수가 4점 이상이거나 상위인 과목, 즉, “중요하다”라고 인식되는 과목들은 다음과 같다.
 - Technical 영역 : 웹사이트구축(3.917), 스프레드시트(3.833), 데이터베이스실무(3.786)
 - e-비즈니스/MIS 영역 : e-비즈니스개론(4.000), e-비즈니스전략(3.976), e-비즈니스기획(3.952), 인터넷마케팅(3.893)
 - Business 영역 : 경영학원론(3.893), 회계원리(3.845)

영역별로 중요도 점수가 하위인 과목들 즉 3점 이하이거나 낮은 점수대의 과목들은 다음과 같이 나타났다.

- Technical 영역 : 데이터웨어하우스(3.071), 웹접근성(3.131)
- e-비즈니스/MIS 영역 : 정보시스템감사(3.274), 프로젝트관리론(3.369)
- Business 영역 : 금융상품론(3.131), 투자론(3.143)

3.4 e-비즈니스 과목별 학계/산업계 차이분석

e-비즈니스 과목의 중요성 인식도에 있어서 학계와 산업계의 결과를 비교해보면 일반적으로 대부분의 과목에서 학계의 중요도 인식이 높은 것으로 나타났다.

학계의 중요성 점수가 산업계에 비하여 상당히 크게 나타난 과목은 Technical 영역의 프로그래밍 언어실습, 인터넷 프로그래밍, 전산개론, 데이터베이스실무, 데이터마이닝, 정보기술 발전 동향으로 나타났다. 즉 프로그래밍과목과 데이터관리에 관련된 과목들을 학계에서 보다 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

e-비즈니스/MIS 영역에서는 e-비즈니스개론, e-비즈니스전략, e-비즈니스기획, ERP, 인터넷마케팅 등의 e-비즈니스 영역의 기본적인 과목들을 학계에서 보다 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

Business 영역에서는 경영학원론, 마케팅원론, 회계원리, MIS, 경영통계학, 조사방법론, 통계적 분석기법, 프레젠테이션스킬 등으로 나타났다.

산업계가 학계에 비하여 비교적 더 중요하게 인식하는 과목은 Technical 영역의 정보처리실습, 디지털컨텐츠실무, 웹디자인, 멀티미디어실습, 웹접근성 등과 같은 웹과 관련된 과목으로 나타났으며, e-비즈니스/MIS 영역에서는 SCM, e-비즈니스기술, e-비즈니스법규, Business 영역에서는 서비스마케팅, 유통관리실무, 물류관리, 벤처창업론, 금융상품론, 재무회계, 관리회계 등으로 나타났다. 학계 생각하는 것으로 나타났다.

3.5 재학생 설문조사 결과분석

e-비즈니스학과 교육과정 개발을 위해 재학생을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 총 154명의 학생이 응답하였으며, Excel 및 SPSS를 활용하여 빈도분석 및 비교분석을 실행하였다.

설문 항목은 대상자 특성, 희망직업, 만족도, 과목별

중요도로 구성되어 있으며, 과별 특성에 따라 부분 수정하여 진행하였다.

응답대상의 특성을 살펴보면 성별에서는 여성이 59.1%로 과반수 이상을 차지하고 있으며, 교육과정에서는 일반전문학사학위가 79.14%로 구성되어 있다. 학년 전체에서 1학년이 63.82% 비중을 차지하였다. 응답자 중 직장인의 경우 서비스업이 30.77%를 차지하고, 재직 중

<표 6> 67개 과목별 중요성 인식도

구분	과목명	학계(n=35)		산업계(n=49)		전체(n=84)	
		평균	순위	평균	순위	평균	순위
Technical 영역	(T1) 프로그래밍 언어실습	3.914	21	3.408	36	3.619	26
	(T2) 비주얼 프로그래밍	3.571	43	3.265	54	3.393	47
	(T3) 인터넷 프로그래밍	3.941	20	3.327	48	3.578	32
	(T4) 객체지향 프로그래밍	3.857	23	3.429	35	3.607	27
	(T5) 전산개론	3.629	36	3.020	64	3.274	59
	(T6) 정보처리실습	3.314	58	3.571	20	3.464	40
	(T7) 스프레드시트	3.857	23	3.816	3	3.833	11
	(T8) 디지털컨텐츠 실무	3.200	64	3.367	44	3.298	56
	(T9) 시스템 분석 및 설계	3.743	29	2.857	67	3.226	63
	(T10) 데이터웨어하우스	3.257	60	2.939	65	3.071	68
	(T11) 데이터베이스	3.429	49	3.388	38	3.405	45
	(T12) 데이터베이스 실무	4.343	3	3.388	38	3.786	15
	(T13) 데이터 마이닝	4.200	7	3.184	60	3.607	27
	(T14) 웹 디자인	3.429	49	3.857	1	3.679	21
	(T15) 멀티미디어실습	3.400	53	3.714	8	3.583	31
	(T16) 네트워크 관리	3.457	48	3.388	38	3.417	43
	(T17) 정보통신	3.629	36	3.347	45	3.464	40
	(T18) 무선네트워크	3.571	43	3.265	54	3.393	47
	(T19) 웹 접근성	3.114	66	3.143	61	3.131	66
	(T20) 웹 서버 구축	3.543	45	3.388	38	3.452	42
	(T21) 웹 사이트 구축	4.114	12	3.776	6	3.917	4
	(T22) XML	3.343	56	3.265	54	3.298	56
	(T23) 정보기술 발전동향	4.125	11	3.306	49	3.630	25
e-비즈니스/ MIS 영역	(E1) e-비즈니스 개론	4.371	2	3.735	7	4.000	1
	(E2) e-비즈니스 전략	4.229	6	3.796	4	3.976	2
	(E3) e-비즈니스 기획	4.343	3	3.673	12	3.952	3
	(E4) 인터넷비즈니스모델	4.029	14	3.694	9	3.833	11
	(E5) 전자적자원관리(ERP)	4.029	14	3.449	32	3.690	20
	(E6) 고객관계관리(CRM)	3.943	16	3.796	4	3.857	8
	(E7) 공급사슬관리(SCM)	3.657	34	3.673	12	3.667	22
	(E8) 디지털 경제론	3.629	36	3.469	30	3.536	35
	(E9) e-비즈니스 이슈	3.943	16	3.592	19	3.738	16
	(E10) e-비즈니스 프로젝트	4.086	13	3.673	12	3.845	9
	(E11) e-비즈니스 사례연구	3.914	21	3.571	20	3.714	18
	(E12) 정보보안	3.714	31	3.694	9	3.702	19
	(E13) e-비즈니스 구축실무	3.943	16	3.837	2	3.881	7
	(E14) e-비즈니스 기술	3.629	36	3.633	16	3.631	24
	(E15) e-비즈니스 법규	3.114	66	3.551	22	3.369	52
	(E16) 인터넷 마케팅	4.171	9	3.694	9	3.893	5
	(E17) 정보시스템 감사	3.286	59	3.265	54	3.274	59

Business 영역	(B1) 경영학원론	4.400	1	3.531	24	3.893	5
	(B2) 인적자원관리	3.543	45	3.531	24	3.536	35
	(B3) 조직행위론	3.600	42	3.510	27	3.548	34
	(B4) 마케팅원론	4.200	7	3.551	22	3.821	13
	(B5) 회계원리	4.171	9	3.612	18	3.845	9
	(B6) 경영정보시스템(MIS)	4.286	5	3.469	30	3.810	14
	(B7) 경영통계학	3.943	16	3.286	52	3.560	33
	(B8) 생산관리	3.471	47	3.224	59	3.325	55
	(B9) 중소기업론	3.400	53	3.388	38	3.393	47
	(B10) 지식경영	3.429	49	3.388	38	3.405	45
	(B11) 재무관리	3.686	32	3.347	45	3.488	39
	(B12) 조사방법론	3.800	27	2.857	67	3.250	61
	(B13) 통계적 분석기법	3.743	29	2.898	66	3.250	61
	(B14) 투자론	3.143	65	3.143	61	3.143	65
	(B15) 경영과학	3.429	49	3.082	63	3.226	63
	(B16) 소비자 행동론	3.686	32	3.531	24	3.595	30
	(B17) 서비스 마케팅	3.629	36	3.653	15	3.643	23
	(B18) 하이테크 마케팅	3.657	34	3.449	32	3.536	35
	(B19) 유통관리 실무	3.229	62	3.449	32	3.357	53
	(B20) 물류관리	3.229	62	3.510	27	3.393	47
	(B21) 벤처창업론	3.343	56	3.347	45	3.345	54
	(B22) 비즈니스 영어	3.857	23	3.633	16	3.726	17
	(B23) 의사결정지원시스템론	3.629	36	3.265	54	3.417	43
	(B24) 금융상품론	2.914	68	3.286	52	3.131	66
	(B25) 프리젠테이션 스킬	3.829	26	3.306	49	3.524	38
	(B26) 재무회계	3.371	55	3.408	36	3.393	47
	(B27) 관리회계	3.257	60	3.306	49	3.286	58
	(B28) 전산회계	3.771	28	3.490	29	3.607	27

<표 7> 학계-산업체 차이의 통계적 유의성

구분	과목명	학계 중요도(a)	산업체중요도(b)	차이(a-b)	통계적 유의성
Technical 영역	(T1) 프로그래밍 언어실습	3.914	3.408	0.506	●
	(T2) 비주얼 프로그래밍	3.571	3.265	0.306	
	(T3) 인터넷 프로그래밍	3.941	3.327	0.614	●
	(T4) 객체지향 프로그래밍	3.857	3.429	0.428	
	(T5) 전산개론	3.629	3.020	0.609	●
	(T6) 정보처리실습	3.314	3.571	-0.257	
	(T7) 스프레드시트	3.857	3.816	0.041	
	(T8) 디지털컨텐츠 실무	3.200	3.367	-0.167	
	(T9) 시스템 분석 및 설계	3.743	2.857	0.886	●
	(T10) 데이터웨어하우스	3.257	2.939	0.318	
	(T11) 데이터베이스	3.429	3.388	0.041	
	(T12) 데이터베이스 실무	4.343	3.388	0.955	●
	(T13) 데이터 마이닝	4.200	3.184	1.016	●
	(T14) 웹 디자인	3.429	3.857	-0.428	
	(T15) 멀티미디어실습	3.400	3.714	-0.314	
	(T16) 네트워크 관리	3.457	3.388	0.069	
	(T17) 정보통신	3.629	3.347	0.282	
	(T18) 무선네트워크	3.571	3.265	0.306	
	(T19) 웹 접근성	3.114	3.143	-0.029	
	(T20) 웹 서버 구축	3.543	3.388	0.155	
	(T21) 웹 사이트 구축	4.114	3.776	0.338	
	(T22) XML	3.343	3.265	0.078	
	(T23) 정보기술 발전동향	4.125	3.306	0.819	●

수요자 중심의 e-비즈니스 교육과정 개발에 관한 연구

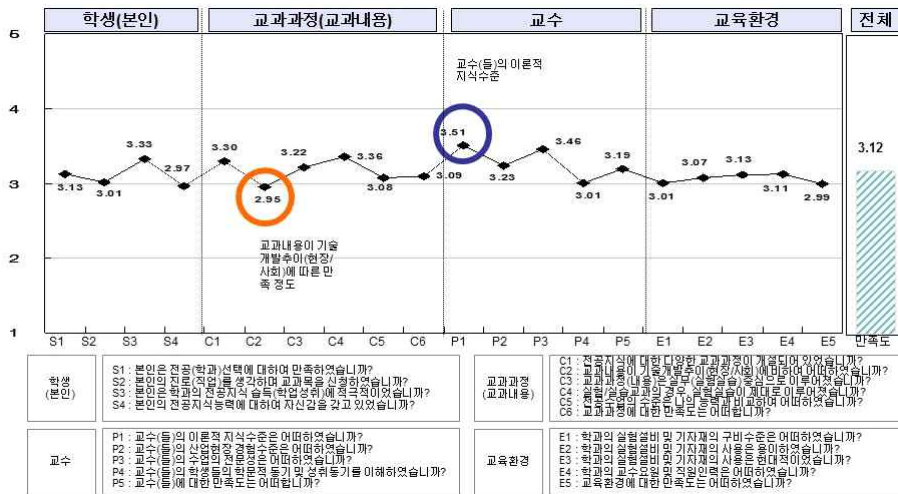
e-비즈니스/ MIS 영역	(E1) e-비즈니스 개론	4.371	3.735	0.636	●
	(E2) e-비즈니스 전략	4.229	3.796	0.433	●
	(E3) e-비즈니스 기획	4.343	3.673	0.67	●
	(E4) 인터넷비즈니스모델	4.029	3.694	0.335	
	(E5) 전사적자원관리(ERP)	4.029	3.449	0.58	●
	(E6) 고객관계관리(CRM)	3.943	3.796	0.147	
	(E7) 공급사슬관리(SCM)	3.657	3.673	-0.016	
	(E8) 디지털 경제론	3.629	3.469	0.16	
	(E9) e-비즈니스 이슈	3.943	3.592	0.351	
	(E10) e-비즈니스 프로젝트	4.086	3.673	0.413	
	(E11) e-비즈니스 사례연구	3.914	3.571	0.343	
	(E12) 정보보안	3.714	3.694	0.02	
	(E13) e-비즈니스 구축실무	3.943	3.837	0.106	
	(E14) e-비즈니스 기술	3.629	3.633	-0.004	
	(E15) e-비즈니스 법규	3.114	3.551	-0.437	
	(E16) 인터넷 마케팅	4.171	3.694	0.477	●
	(E17) 정보시스템 감사	3.286	3.265	0.021	
Business 영역	(B1) 경영학원론	4.400	3.531	0.869	●
	(B2) 인적자원관리	3.543	3.531	0.012	
	(B3) 조직행위론	3.600	3.510	0.09	
	(B4) 마케팅원론	4.200	3.551	0.649	●
	(B5) 회계원리	4.171	3.612	0.559	●
	(B6) 경영정보시스템(MIS)	4.286	3.469	0.817	●
	(B7) 경영통계학	3.943	3.286	0.657	●
	(B8) 생산관리	3.471	3.224	0.247	
	(B9) 중소기업론	3.400	3.388	0.012	
	(B10) 지식경영	3.429	3.388	0.041	
	(B11) 재무관리	3.686	3.347	0.339	
	(B12) 조사방법론	3.800	2.857	0.943	●
	(B13) 통계적 분석기법	3.743	2.898	0.845	●
	(B14) 투자론	3.143	3.143	0	
	(B15) 경영과학	3.429	3.082	0.347	
	(B16) 소비자 행동론	3.686	3.531	0.155	
	(B17) 서비스 마케팅	3.629	3.653	-0.024	
	(B18) 하이테크 마케팅	3.657	3.449	0.208	
	(B19) 유통관리 실무	3.229	3.449	-0.22	
	(B20) 물류관리	3.229	3.510	-0.281	
	(B21) 벤처창업론	3.343	3.347	-0.004	
	(B22) 비즈니스 영어	3.857	3.633	0.224	
	(B23) 의사결정지원시스템론	3.629	3.265	0.364	
	(B24) 금융상품론	2.914	3.286	-0.372	
	(B25) 프리젠테이션 스킬	3.829	3.306	0.523	●
	(B26) 재무회계	3.371	3.408	-0.037	
	(B27) 관리회계	3.257	3.306	-0.049	
	(B28) 전산회계	3.771	3.490	0.281	

인 회사 규모는 300인~999인의 규모가 23.08%로 가장 많았다. 또한 근속년수는 1년~2년이 53.85%로 가장 많은 비중을 차지하고 있었다.

학위 이수 목적은 '취업'이 가장 많았으며, 입학 시 희망 직업 '사무직(41.86%)', 졸업 후 희망하는 직업 '사무직(41.76%)', 향후 전망이 좋으리라 예상되는 취업분야 'IT'(28.77%)로 응답하였다. 희망하는 직업을 위한 개발이나 교육이 필요한 내용이나 과정은 1순위 자격증 취득과정(16.87%), 2순위 영어(토익, 외국어)(13.25%)이며, 개설되기를 희망하는 교육과정/교육내용은 1순위 외국어교육(18.00%), 2순위 회계(10.00%), 드림위버(10.00%)로 나타났다.

전체 문항 설문분석 결과 4대 항목에서 교수항목이 상대적으로 높으며, 교육환경 항목이 상대적으로 낮게 나타났다. 전체 만족도는 3.12점으로 분석되었다. 전체 문항 종합결과 교수(들)의 이론적 지식수준에 대한 만족 점수가 상대적으로 높게 나타났으며, 교과내용이 기술 개발추이(현장, 사회)에 따른 만족 점수는 상대적으로 낮게 나타났다.

전문학사학위 교과목별 만족도 평균을 살펴보면 난이도는 3.37점이며, 중요도는 3.31점, 만족도는 3.23점으로 나타났다. 전공심화 교육과정의 평균 점수는 난이도 3.72점, 중요도 3.88점, 만족도 4.05점으로 나타났다.



<그림 3> 전체 문항 설문분석 종합

<표 8> 전문학사학위 과정 과목별 중요도

구분	교과목	항목	<5점 척도>		
			난이도	중요도	만족도
전공 선택	e-비즈니스 구축실무 I	3.50	3.47	3.16	
		3.52	3.48	3.23	
		3.14	3.15	3.15	
	ERP 시스템	3.52	3.33	3.27	
		3.13	3.31	3.15	
	스프레드시트	3.00	3.02	3.34	
		3.52	3.36	3.24	
	비주얼 프로그래밍	4.00	3.16	3.17	
		3.48	3.47	3.28	
	e-비즈니스계열	3.52	3.43	3.33	
		3.24	3.38	3.19	
	경영정보 시스템	3.39	3.33	3.11	
		3.43	3.35	3.09	
	데이터베이스	3.49	3.64	3.30	
		3.21	3.23	3.16	
인터넷 마케팅	3.52	3.07	2.50		
	3.35	3.52	3.30		
사회봉사	3.33	3.15	3.21		
	3.43	3.58	3.37		
인터넷 프로그래밍	3.46	3.43	3.24		
	3.50	3.47	3.43		
전자계산원리	3.46	3.24	3.06		
	3.36	3.40	3.32		
웹 사이트 제작	3.51	3.57	3.36		

<표 9> 학사학위과정 과목별 중요도

구분	교과목	항목	<5점 척도>		
			난이도	중요도	만족도
전공심화 교과목	ERP실무	4.0	3.76	4.17	
		3.84	3.89	3.83	
		3.76	3.85	4.00	
	e-비즈니스 실용영어	3.58	3.75	4.08	
		3.25	3.55	3.75	
	회계재무회계(중급)	3.53	3.54	4.25	
		3.35	3.44	3.72	
	경영정보학	3.58	3.87	4.00	
		3.78	3.78	3.83	
	데이터베이스	4.17	3.67	4.00	
		3.67	3.67	4.00	
	데이터베이스실무	3.89	3.94	4.13	
		3.58	3.67	4.00	
	데이터베이스응용	3.58	4.16	4.12	
		3.75	4.00	4.25	
비즈니스 영어	3.58	4.16	4.12		
	3.58	4.00	4.25		
경영정보학	3.58	4.12	4.24		
	3.57	3.67	4.00		
온라인실용	4.11	4.06	4.22		
	3.94	4.00	4.16		
회계재무회계	3.55	3.75	3.75		
	4.22	4.22	4.33		
회계재무회계(중급)	4.11	4.50	4.33		
	3.72	3.88	4.05		

3.6 e-비즈니스 교육과정

지식정보화 사회는 자본 중심의 사회에서 지식과 정보중심 사회로의 전환이며, 획일화에서 다양한 사회로의 전환이다. 이러한 관점에서 e-비즈니스학과의 교육과정은 첨단정보기술과 경영혁신 기법에 대한 실용적 교육을 통하여 21세기 정보화 사회를 선도하는 유능한 전문 인력을 양성하는 것을 목표로 한다. 일반 4년제 대학의 학문 위주, 공급자 중심의 교육과정을 탈피하여 보다 실질적이고, 수요자 중심적인 교육과정이 되도록 편성하였다.

고객지향성은 시장지향성을 구성하는 개념의 하나로 기업의 장기적인 목적달성을 위해 고객의 이해를 우선시하는 신념들의 집합체로[11-12], 고객지향성이 높을수록 고객에 대한 정보가 풍부하고 관련부서가 이를 공유하며 고객의 욕구에 적합한 반응전략을 수립할 수 있다 [12-13].

교육목표 설정을 위해 외부환경 분석과 내부현황 분석을 기반으로 SWOT 분석을 하였다. 이 분석 결과를 토대로 학과의 전략 Option 및 과제를 선정하였으며, 비전 및 벤치마킹 결과 등을 고려하여 전략수립과 교육목표를 수립하였다. 또한, 기업이 원하는 인재상을 교육과정에 반영하였다. 기업은 기획 및 문서작성, 발표, 언어(영어), 비즈니스 예절, 올바른 가치관 등의 교과과정을 대학에 요구하고 있으며, 이러한 니즈를 반영한 교과과정은 장기적으로 대학/학과 이미지 제고에 기여할 것으로 본다.

e-비즈니스 학사 전공심화과정의 교육과정은 전문학사 학위과정의 80학점과 더불어 60학점의 심화된 전공과목들을 이수 할 경우 일반 4년제 대학의 학사학위 전공 지식에 비하여 양과 질적인 면에서 보다 우수한 인재를 배출할 것으로 판단된다.

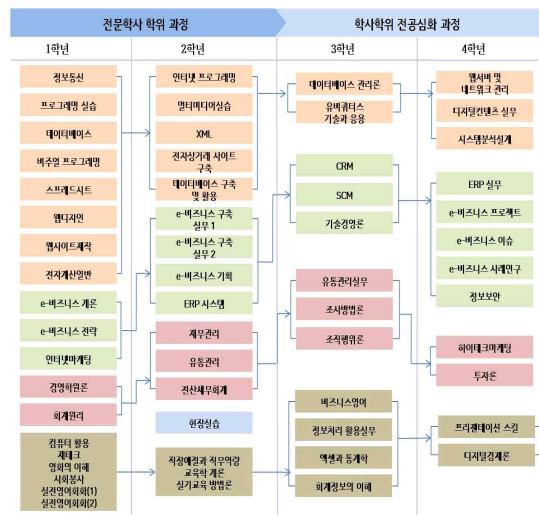
IV. 결론

본 연구는 e-비즈니스학과의 개설되어 있는 국내의 대

학의 교과과정을 고찰하고, 직무분석과 실증적 연구를 통하여 학계와 산업계의 새로운 요구사항을 분석하였으며, 이 결과를 토대로 미래에 적용할 수 있는 실무지향적 e-비즈니스 교과과정을 제시하였다.

본 연구결과는 e-비즈니스 관련 학과를 신설하려는 대학에서 교과과정을 만드는데 하나의 지침이 될 것으로 기대된다. 신설되는 전공의 교과목을 만드는 것은 단순히 학과 교수들의 역량과 주관적 판단에 의존할 것이며 특히 e-비즈니스처럼 아직 학문의 성격을 명확히 규정하기 어렵고, 시대적 흐름에 의존하는 경향이 많은 경우 표준 교과과정을 정하는 것은 매우 힘든 일이다. 그러나 전자상거래가 태동한 후 여러 연구 결과와 선진국 대학들의 교과목을 참조할 때, 국내 대학의 e-비즈니스 전공에서 강의되어야 할 부분은 분명한 지침을 가져야 할 것이다. 본 연구에서 제세된 교과목명 만으로는 세부적인 교과내용을 정하기 어려운 점도 있을 것이다. 교과목명에 합당한 한 학기에 강의할 분량의 좋은 교과서들이 많지 않기 때문에, 효과적인 e-비즈니스 교육이 이루어지기 위해서는 교과목 명칭을 정하는 것과 아울러, 세부적인 각론을 강의할 교재 개발이 시급한 과제라고 여겨진다.

본 교육과정은 본과의 교육과정과 동일계열의 산업체 인



<그림 4> e-비즈니스 교과과정 로드맵

사들과 연계하여 교육과정 편성위원회를 구성하여 교육과정 결정하였다. 학생들의 실무를 파악하고 연계하여 소수의 그룹단위 별 교육이 가능하도록 과목을 선정하여 교육과정 편성하였다. 수요자 중심의 교육과정 구성을 위하여 재학생, 졸업생, 산업체 설문조사 실시하였으며 세부적이고 응용분야에 특화된 직무능력배양중심의 교육과정, 현장중심의 교육과정 편성하여 수요자가 만족할 수 있는 교육과정, 최신 경향실무중심의 교육과정이 되도록 편성하였다.

본 연구는 e-비즈니스 전공 분야의 지식기술 뿐 만 아니라 훌륭한 e-비즈니스 전문가가 되기 위해 필요한 비즈니스 지식, 문제해결능력, 커뮤니케이션 능력등을 키우기 위한 과목을 종합적으로 갖추어 함을 제안한다.

참고문헌

[1] 송재길 · 하규수, “벤처기업의 기업가정신과 혁신성과 관계 연구: 사회자본의 매개효과를 중심으로,” 디지털산업정보학회논문지, 제6권, 제4호, 2010, pp. 267~278.

[2] 김정태 · 최재영, 컴퓨터를 활용한 정보관리, 생능출판사, 2007, p. 27.

[3] 김주미, 이동욱, 임양환, “중소기업 산학협력 사업의 문제점 분석 및 개선방안에 관한 연구,” 디지털산업정보학회논문지, 제5권, 제3호, 2009, pp. 155~173.

[4] 노규성 외, 전자상거래 & e-비즈니스 ; 관리와 전략관점, 사이텍미디어, 2009.

[5] Kalakota, R. and Robinson, M., e-Business 2.0: Roadmap for Success, Addison Wesley, 2000.

[6] Kalakota, R. and Robinson, M., e-Business: Roadmap for Success, Addison Wesley, 1999.

[7] 한국전자거래진흥원, “e-비즈니스 인력 요구사항 도출 및 양성방안 개발,” 2002. 8.

[8] 한국전자거래진흥원, “e-비즈니스 인력수급 실태조

사 및 전망,” 2002. 8.

[9] 산업자원부, e-비즈니스인력 양성방안, 2000년 12월.

[10] 산업자원부, e-비즈니스 스킬표준 및 연수로드맵 연구, 2006. 12.

[11] Deshpande, R., F. John, and W. Frederick, “Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japanese Firms,” Journal of Marketing, Vol. 57(Jan), 1993, pp. 23-37.

[12] 오재신 · 정기한, “CRM 구현을 위한 경영지원요인이 고객지향성 및 성과에 미치는 영향,” 디지털산업정보학회논문지, 제6권, 제1호, 2010, pp. 181~195.

[13] Kohli, A. K. and B. J. Jaworski, “Market Orientation: The Construct, Research Proposition, and Managerial Implications,” Journal of Marketing, Vol. 54(April), 1990, pp. 1-8.

■ 저자소개 ■



최 재 영
Choi, Jae Young

2001년 3월~현재
부원대학교 e-비즈니스과 교수
2002년 2월 한국외국어대학교 경영정보학과
(경영학 박사)
1998년 2월 한국외국어대학교 경영정보학과
(경영학 석사)
1995년 8월 한국외국어대학교 경영정보학과
조기졸업(경영학 학사)
1999년 1월~2000년 7월
시그마테크(주) 선임연구원
관심분야 : e-Business, BSC, CRM, IT
enabled Innovation and Diffusion
E-mail : choi0551@bc.ac.kr

논문접수일 : 2011년 8월 12일
수정일 : 2011년 9월 20일
게재확정일 : 2011년 9월 25일