
경영 시뮬레이션 학습의 타당성 분석 및 교수모형 설계

Feasibility Analysis and Curriculum Design for the Business Simulation Learning

이재원*, 박진명**

한국기술교육대학교 산업경영학부*, 한국기술교육대학교 테크노인력전문대학원**

Jae-Won Lee(jwlee@kut.ac.kr)*, Jin-Meyoung Park(purity1125@kut.ac.kr)**

요약

경영 시뮬레이션 학습은 경영학 교육에 응용되는 교육용 게임 소프트웨어를 활용하는 교수방법으로 기업경영활동을 유사하게 모의화 하여 가상기업들을 경영하면서 경영학 지식, 경영관리 능력, 그리고 문제 해결 능력을 체험하며 학습하는 경영교육 도구로써 관심이 증대되고 있다. 이에 본 연구는 경영 시뮬레이션 학습에 대한 수업 타당성 분석과 교수모형의 설계를 목적으로 이뤄졌으며 경영 시뮬레이션 학습 교육 과정의 대학 도입 및 운영을 위한 사전 단계의 연구로써 경영 시뮬레이션 학습의 동향과 연구현황 조사, 필요성 인식 조사 및 수업 가능성에 관한 문헌조사 그리고 대학 학부생과 기업체 임원에 대한 설문 수요조사 및 분석 연구를 수행함으로써 산업계와 대학교육에서의 경영 시뮬레이션 학습에 대한 필요성과 가능성을 논의하였다. 또한 문헌조사와 수요조사의 분석결과를 활용하여 대학의 경영교육을 위한 경영 시뮬레이션 학습의 교과과정을 설계하고 교수모형으로 제시하였다.

■ 중심어 : | 경영 시뮬레이션 학습 | 경영교육 | 교수모형 | 경영 시뮬레이션 게임 |

Abstract

Business simulation learning is a business education method of the software applications that applied for the university's management training. Its interest is increasing as management training tools to simulate the virtual enterprise and to learn the business management knowledge, management skills, experience and problem-solving. This research was done for the feasibility analysis and management education model design of the business simulation learning. As a prior research to the introduction and operation of the university's business simulation learning curriculum, the need and literature research on the possibility recognition of classes for college students and corporate executives, a demand survey research and analysis was done and discussed the necessity and possibility of the business simulation learning for the industry and universities education area. In addition, we designed a curriculum of the business simulation learning and presented some of education models of management for the university's management training purpose by using the results of the survey research and literature analysis.

■ keyword : | Business Simulation Learning | Management Education | Curriculum | Business Simulation Game |

I. 서론

디지털 시대 및 지식 사회의 경쟁력은 무형의 자산인 지식의 보유 여부에 의해 개인과 조직과 기업의 가치가 결정되는 사회이며, 사회 구성원들의 창의력 및 문제해결 능력 등과 같은 무형의 지식에 의하여 좌우된다. 무형의 지식을 늘이고 구성원들의 지식 창출을 위해서 교육환경에서도 변화가 생겨나고 있으며, 정보산업의 발달에 따라 새로운 지식의 학습과 교육훈련은 디지털 기술과 경영교육 콘텐츠의 융합으로 변화하고 있다.

이로 인하여, 지식 창출과 공유를 위한 수단으로 경영학 교육에 응용하는 방법 중의 하나가 경영 시뮬레이션 학습(BSL, Business Simulation Learning)이다. 경영 시뮬레이션 학습은 기업경영활동을 유사하게 모의화 한 가상기업들을 경영하면서 경영지식, 경영관리 능력, 그리고 문제해결 능력을 체험하면서 학습하는 디지털 경영교육 콘텐츠이며 경영교육 도구이다.

경영 시뮬레이션 학습은 1990년대 초반부터 경영학 분야의 경영전략, 마케팅, 생산, 재무, MIS 등과 같은 여러 분야에서 개발되기 시작하여, 미국과 유럽을 중심으로 하는 외국의 여러 대학들의 정규 교육과정으로 이용되기 시작하였다. 국내에서도 일부 대학(예 : H대학교 Biz-Master, S대학교 Venture Tycoon, Y대학교 Mark Start 등)에서 강의가 이뤄지거나 경영교육 도구로 활용되어 오고 있다. 학교뿐만 아니라 기업에서도 기업경영 현장에 적용 가능한 새로운 교수법이 요구되고 있으며 이와 같은 변화 요구에 대한 대안의 하나로 경영 시뮬레이션 학습이 제시되고 있다.

이와 같은 경영시뮬레이션 학습의 유용성과 다양한 활용 가능성에도 불구하고 경영시뮬레이션게임에 대한 인식이 부족하고, 콘텐츠의 다양성 부족, 체계적이지 않은 교육과정, 훈련 교사 부족, 교육 효과성 여부, 교육 예산 부족 등으로 대학에서의 경영학 교육에 대한 개선 요구 및 중요성에도 불구하고 국내 대학과 기업에서의 경영시뮬레이션 학습의 활용도는 낮은 편이다.

이를 위해 본 연구에서는, 경영 시뮬레이션 학습 교육과정에 대한 대학 도입 및 운영을 위한 사전 단계의 연구로써 경영 시뮬레이션 학습의 운영과 연구동향, 필

요성 인식 및 수업 타당성을 문헌조사 방법, 학부생과 기업체 임원에 대한 설문 수요조사 및 분석 방법으로 수행함으로써 산업계와 대학교육에서의 경영 시뮬레이션 학습에 대한 필요성과 가능성을 논의하였다. 또한 문헌조사와 수요조사의 분석결과를 활용하여 경영 시뮬레이션 학습 교과과정의 설계하고 교수모형으로 제시하였다.

II. 문헌연구

1. 경영시뮬레이션게임의 발전

경영시뮬레이션을 활용한 학습은 1980년을 태동기로 경영시뮬레이션 게임의 교육적 장점에 관심을 가진 미국과 유럽의 일부 경영학과 교수들이 대학의 교육보조 도구로 활용하기 위하여 SIMQ, BPG 등의 게임을 개발하기 시작하였다.

이후 1990년대에는 캐피탈리즘과 같은 경영오락용 PC게임이 등장하기도 하였으며, 경영학 분야의 경영전략, 마케팅, 생산, 재무, MIS 등과 같은 여러 분야에서 개발되어 대학의 정규 교과과 활용되기 시작하였으며, 기업의 관리자 교육 등으로도 활용되었다. 경영시뮬레이션 게임은 점차 성장하여 다양한 종류의 경영교육용 게임이 등장하기 시작하였고 오락과 교육을 접합한 에듀테인먼트 형태로 진화하고 있다.

2. 경영시뮬레이션게임의 연구동향

경영시뮬레이션학습 혹은 경영시뮬레이션게임에 관련한 기존의 연구들은 [표 1]과 같이 크게 경영시뮬레이션게임의 개발에 관한 연구, 효과에 관한 연구 및 활용에 관한 연구영역으로 수행되었다.

경영시뮬레이션게임의 개발에 관한 연구는 주로 경영시뮬레이션게임을 개발하거나 의사결정 지원도구 개발에 관한 연구들이다. 경영시뮬레이션게임에 기반을 둔 의사결정지원시스템을 제시한 연구[1]가 진행되었으며, Angelides와 Paul[2]은 경영시뮬레이션게임의 효과를 높이기 위한 지능형 교육 시스템(intelligent tutoring systems) 모형을 제시하였다. 또한 경영시뮬

레이션게임의 전략을 지원할 수 있는 전문가 시스템의 모형을 제시한 연구[3]와 경영프로세스의 재설계를 지원하는 도구로서 모의 게임의 활용방안을 제시한 연구자[4]도 있었다. Forssen와 Hahol[5]는 88개의 기업의 시뮬레이션 게임을 비교 분석하였고 Fritzche[6]는 Business Policy Game의 새로운 버전을 발표하였다.

표 1. 경영 시뮬레이션 게임에 관한 연구

구분	순번	연구내용
경영모의게임의 개발 관련 연구	[1]	경영모의게임 기반 의사결정지원시스템
	[2]	지능형 교육시스템 모형. 경영모의게임의 효과를 위한 강사 및 교육생 간의 상호 작용의 중요성 강조
	[3]	경영모의게임 전략 지원 전문가 시스템 모형
	[4]	경영프로세스 재설계 지원도구로서 모의 게임의 활용 방안
	[5]	88개의 시뮬레이션 게임 비교 분석
	[6]	Business Policy Game의 신 버전 발표
경영모의게임의 효과 관련 연구	[7]	창업 교육 도구로서 경영 모의 게임의 가치 분석
	[8]	핀란드 제조회사 직원 훈련 결과 발표
	[9]	경영 전략 과정에서 경영 모의 게임에 대한 만족도와 개인별 차이에 관한 연구
	[10,11]	경영 전략 게임에서 효과적으로 팀을 구성하는 방법에 관한 연구 발표, 두 종류의 경영 모의 게임의 교육적 효과를 비교 분석
	[12]	홍콩의 7개 대학에서 경영 모의 게임의 활용 실태 조사, 경영 도입에 대한 호의적 결과
	[13]	홍콩 대학생 93명을 대상으로 경영 전략 과목에서 경영 모의 게임의 긍정적 유용성 결과 분석
국내 경영모의게임의 활용 관련 연구	[14]	경영 모의 게임을 채택 수업으로 진행하면서 교육 효과를 분석
	[15]	인터넷을 기반으로 한 경영 모의 게임의 교육적 효과를 연구
	[16]	미래환경 대응능력 향상을 위한 경영 모의 게임 제시
	[17, 18]	경영 모의 게임 Biz-Master의 개발 방법과 구조, 진행 방법 등 개발과정, 경영 교육에 활용 방안.
	[19]	경영모의게임 수강 기업 관리자를 중심으로 경영모의 게임의 교육효과 분석

경영시뮬레이션게임의 교육 효과를 측정하고 활용방안에 대해 연구하고 효과성을 입증하는 연구가 수행되었다. 창업교육의 도구로서 경영시뮬레이션 게임의 가치를 분석한 Klandt[7]의 연구와 핀란드의 한 제조회사 교육에 경영시뮬레이션게임을 도입하여 효과성에 대해 발표한 Smeds[8]의 연구가 있다. 또한 Walters 외[9]는 경영시뮬레이션게임에 대한 만족도와 통제위치, 성취욕구, 위험에 대한 성향과 같은 요소들에 대해 개인별

로 어떠한 차이가 있는지 연구를 수행해 해당 요소들이 만족도에 영향을 준다고 보였다. Myers[10][11]는 경영 전략게임에서 팀을 효과적으로 구성하는 방법에 관한 연구를 진행하여 두 가지 종류의 경영모의게임의 효과를 비교하였으며 경영모의게임이 경영교육의 도구로서 활용가치가 있음을 보였다.

Chang[12]은 홍콩의 7개 대학에서 경영시뮬레이션게임에 대한 실태조사를 통해 경영시뮬레이션게임에 대한 호의적인 반응을 확인하였다. 또한 홍콩 대학생 93명을 대상으로 경영전략과목에서 경영시뮬레이션 게임의 유용성이 긍정적임을 보였다[13].

국내에서 경영시뮬레이션게임에 대한 연구는 매우 적은 편이며, 이들 대부분도 경영시뮬레이션게임의 개발이나 분석도구에 관한 연구는 거의 없는 실정이며 대부분 경영시뮬레이션게임의 교육효과와 활용방안에 초점을 두고 진행되어 왔다. 국내 경영시뮬레이션게임의 활용방안에 관한 연구 중 인터넷을 이용한 경영모의 게임 과목의 구축 및 수행에 관한 구체적인 절차를 제시한 연구가 있다[14]. 이 연구는 또한 정보화된 경영모의 게임의 기업 교육훈련 시스템으로의 발전가능성을 제시하였다. 김광용[15]은 경영학과 학생들 72명의 채택수업에서 여러 개의 생산회사가 경쟁하는 경영시뮬레이션 게임을 실시하고 교육적 효과를 연구하였으며, 특히 수업효과에 '능동적 수업참여에의 동기부여'가 큼을 보였다. 김영곤[16]은 효과적인 경영모의게임 진행을 위해서는 목표설정, 사례와 매뉴얼 준비, 반복, 흥미요인 설계를 고려해야한다고 주장하였다.

김상수 외[17]는 소프트웨어 개발회사와 공동으로 개발한 경영 모의 게임인 Biz-Master의 개발 과정 및 구조를 소개하고 경영 교육에 활용하기 위한 교육 방안을 제시하였으며, 또한 경영모의게임의 개발 방법, 구조, 진행 방법을 중심으로 개발과정을 설명하였다[18]. 또한, 김상수와 임성택[19]은 경영모의게임을 수강한 기업 관리자를 중심으로 경영모의게임의 교육효과를 탐색적으로 분석하여 긍정적인 효과 확인과 교육현장에 활성화할 수 있는 방안을 제시하였다.

III. 경영시뮬레이션학습 수요조사 및 분석

1. 수요자 설문조사 개요

경영시뮬레이션학습을 위한 교육과정 개발을 위해 본 연구에서는 교육과정 개발 사전 작업으로 경영시뮬레이션게임의 수요자인 기업과 대학생들의 수요조사를 실시하여 교과과정 개발 설계에 반영하고자 하였다. 이에 따라 수요자 설문조사를 실시하였고 수요자 설문조사는 기업과 대학생들의 경영시뮬레이션에 대한 지식, 수요 파악, 선호하는 교과과정 및 시간 방법 등을 파악과 필요여부 등을 파악하기 위한 목적으로 실시되었다.

실증분석을 위한 자료 수집방법으로 설문지(questionnaire) 응답방법을 이용하였고 리커트 5점 척도로 응답하게 하였다. 설문 내용 구성은 [표 2]와 같이 3부분으로 구분하여 통계적 분석을 위한 응답자 사항, 경영학 교육에 대한 의견, 경영 시뮬레이션에 대한 내용으로 구성하였으며, 기업과 학생 각각 2가지 형태로 설문지를 작성하였다.

모집단은 충청지역 중소기업과 대학의 학부 재학생을 대상으로 하였다. 표본추출은 기업은 충청인사관리포럼 참가기업과 충청지역의 CEO를 대상으로 하였으며, 학생들은 호태대학교 학생들(경영학부, 공대)을 대상으로 하였다.

기업의 수요조사 분석단위는 기업으로 기업의 전반을 파악할 수 있는 사람(예 : 기획실장, CEO 등) 또는 실제로 교육을 설계하고 교육프로그램을 실시하는 교육·인사 담당자를 1인을 대상으로 조사하였다.

기업 수요조사의 설문지는 확보된 기업목록을 바탕으로 2주간(08년 11월 1주~2주)에 걸쳐 약 80여개의 기업을 대상으로 설문을 배포하였으며, 그 중 51개의 설문지가 회수되어 63.8%의 회수율을 보였으나, 통계자료로서의 가치가 없는 것으로 판단한 설문을 제외하고 50개 기업을 최종분석에 사용하였다.

한편, 재학생들을 대상으로 한 수요조사의 분석단위는 산업경영학부와 공대생들 개인을 대상으로 조사하였으며, 약 10일(08년 11월 2~3주)에 걸쳐 약 300부의 설문지를 배포하였으며, 198개의 설문지를 회수하였으며(66% 회수율) 최종 분석에는 총 191개의 설문을 사

용하였다.

표 2. 수요조사 설문항목

구분	설문구성	설문내용
경영학 교육 의견	교	대학 경영학 교육에 대한 의견
	대	대학 경영학 교육의 문제점에 대한 의견
기업	경영 시뮬레이션에 대한 내용	경영 시뮬레이션 프로그램에 대한 지식 대학 및 기업에서 경영 시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육 필요성 경영 분야별로 경영 시뮬레이션 프로그램 활용 교육의 필요성 선호하는 경영 시뮬레이션 프로그램 방법 및 형태
	응답자 사항	기업 형태, 기업 업종, 재직 경력, 담당 업무, 직급, 회사 규모, 종업원 수
경영학 교육 의견	교	학부 경영학 교육과정에 대한 의견
	대	대학 경영학 교육과정의 문제점에 대한 의견
학생	경영 시뮬레이션에 대한 내용	경영 시뮬레이션 프로그램(게임 포함)에 대한 지식 대학에서 경영 시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육의 필요성 경영 분야별로 경영 시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육의 필요성 경영 시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육의 필요성에 대한 의견 경영 시뮬레이션 프로그램의 교과목 도입 시 선호하는 강의운영 형태 경영 시뮬레이션 관련 교과목 도입과 관련한 희망사항, 의견
	응답자 사항	나이, 성별, 학년, 졸업 후 진출희망 분야

2. 수요자 설문조사 결과분석-기업

기업에서 현재 대학의 경영학 교육에 대하여 어떠한 의견을 가지고 있는지, 경영시뮬레이션학습을 활용한 교육에 대한 내용, 경영시뮬레이션게임을 활용한 교육을 실시할 때 선호하는 교육 분야, 교육 시간 등을 파악하여 교육과정 개발의 기초 자료로 활용하고자 하는 목적으로 실시되었다.

2.1 표본의 구성

수요조사에 참여한 기업들의 유형은 중소/벤처기업이 50%로 대부분이었으며, 기타(서비스, 금융, 언론사 등) 22%, 국내 대기업/계열사 16%, 그리고 공공기관, 외국계 기업 등이었다. 설문 응답자들이 중소/벤처기업에 편중되어 충청지역 기업 구성의 특징을 보였다.

산업별로 살펴보면, 제조업이 51%로 가장 많았으며, 서비스업 25%, 기타 10%, 그리고 도소매 유통, 금융 및 보험업, 통신업 순으로 나타났다.

조사에 참여한 기업의 종업원 수는 5인 이상 49인 이

하(28.6%)와 100인 이상 299인 이하(26.5%)가 과반 수 이상을 차지하였으며 이는 해당 기업들이 소기업, 중소기업에 속한다는 것을 의미하며, 응답자의 평균 근속년수가 약 10년 정도로 나타났으며 과장급 이상이 50%로 기업현황에 대해 전반적으로 파악할 수 있는 직급으로 판단된다. 응답자들이 현재 담당하는 업무는 대표 및 총괄 관리 담당자가 28.6%, 교육 · 인사담당자가 38.8%, 기획업무 담당자가 12.2%로 수요조사에 응답하였다.

2.2 경영학 교육에 대한 의견

현재 대학의 경영학 교육에 대한 부분으로 대학 경영학 교육에 대한 평가, 대학 경영학 교육의 문제점에 대한 의견을 조사하였다. 현재 경영학 교육에 대한 평가에서 보통 이상(보통 38.8%, 다소 만족 30.6%)으로 조사되었다. 경영학 교육에 대하여 가장 큰 불만을 느끼고 있는 이유는 산업 및 실무 지식의 부족으로 나타났으며, 너무 이론 중심적이다, 거시 경제에 대한 이해가 부족하다, 기본 소양교육이 부족하다, 경영의 기본 지식(재무, 회계포함)이 부족하다 순으로 응답하였다.

2.3 경영시뮬레이션학습에 대한 수요

경영 시뮬레이션 학습에 대한 지식, 대학 및 기업에서 경영 시뮬레이션 학습을 활용한 교육 필요성, 경영분야별로 경영 시뮬레이션 프로그램 활용 교육의 필요성, 선호하는 경영 시뮬레이션 프로그램 방법 및 형태에 관한 현황과 수요를 조사하였다.

① 경영 시뮬레이션 프로그램 사용여부

현재 수요조사 대상 기업에서 경영 시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육이 실시되고 있는지에 관한 현황을 조사해본 결과 실제로 활용하는 기업은 한 곳도 없었다. 또한 경영 시뮬레이션 프로그램을 들어본 적이 있는 기업은 58.3%였으나, 한 번도 들어보지 못한 기업도 41.7%나 차지하였다. 국내 기업에서의 경영시뮬레이션 게임의 활용도가 매우 낮다는 것을 알 수 있는데, 이는 경영시뮬레이션학습에 대한 인식 부족, 교육 효과성 여부 등을 생각해볼 수 있다.

② 경영시뮬레이션학습을 활용한 교육의 필요성

대학에서 경영시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육의 필요성에 대한 의견을 조사한 결과 필요하다 58.7%, 매우 필요하다 26.1%로 경영시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육의 필요성을 높게 평가하였다. 이는 기업에서 경영교육 도구의 하나인 경영시뮬레이션 프로그램에 대한 필요성과 효과에 대해 인식하기 시작하였음을 반영하는 결과라고 볼 수 있다.

③ 경영시뮬레이션학습 활용 경험을 원하는 교육분야

신입사원들이 대학에서 경영 시뮬레이션 프로그램을 활용하여 교육을 받고 왔으면 하는 정도에 대해 조사한 결과, [그림 1]과 같이 경영전략, 마케팅, 생산관리, 인사조직, 창업분야 순으로 요구되었다.

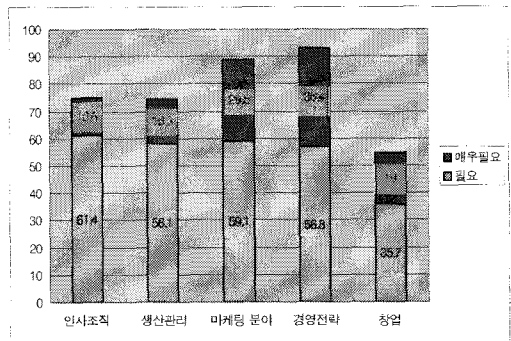


그림 1. 경영시뮬레이션학습이 필요한 교육 분야

④ 자사의 경영시뮬레이션 프로그램 교육 필요성

응답자들이 근무하고 있는 회사에 경영시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육 필요성에 대해 조사한 결과, 필요하다 50%, 매우 필요하다 11.4%로 응답하였다.

⑤ 경영시뮬레이션 프로그램 도입 시 선호 교육 분야

선호하는 경영학 교육 분야는 경영전략분야, 마케팅, 생산관리, 인사관리, 창업 순으로 나타났다. 이는 신입사원들이 대학에서 경영 시뮬레이션 프로그램을 활용하여 교육을 받고 왔으면 하는 분야에 대한 조사와 동일한 결과이다.

⑥ 경영시뮬레이션 프로그램 교육시간에 대한 선호
기업에서 경영시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육을 실시한다면 적절하다고 생각되는 시간은 2일~일주일 이내가 37.2%, 8시간미만이 25.6%로 상당수를 차지하였다. 이는 경영시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육을 실시할 때 일주일 미만의 단기 과정을 선호한다는 것을 의미한다.

⑦ 경영시뮬레이션 프로그램 교육기관 선정기준

기업에서 경영시뮬레이션 프로그램을 교육을 외부기관에 맡긴다면 교육기관 선정 시 가장 중요하게 생각하는 기준은 우수한 강사진 72.7%, 교육시설과 교육장비 18.2%로 조사되었다.

3. 수요자 설문조사 결과분석-대학생

경영시뮬레이션 교육과정 개발의 기초 자료로 활용하고자 학부생들을 대상으로 수요조사를 진행하였다. 수요조사는 현재 대학의 경영학 교육에 대한 평가의견과, 경영시뮬레이션게임에 대해(선호하는 교육 분야, 강의형태, 시간 등) 의견을 듣고자 실시되었다.

3.1 표본의 구성

수요조사에 참여한 학생들의 기본 정보를 파악하기 위한 문항들로 나이, 성별, 학년, 졸업 후 진출희망 분야에 대하여 조사를 하였다.

설문대상자의 성별비율은 3:2(남자 60.4%, 여자 39.6%)였으며 응답자의 평균연령은 경영대 23.3세, 공대 23.8세로 전체평균 23.4세로 나타났으며 해당 학년은 3학년이 52.4%로 가장 많았으며, 2학년(33.2%), 4학년(13.2%), 1학년(1.1%) 순으로 수요조사에 응답하였다.

응답자들이 졸업 후 희망하는 진출분야에 관한 조사 결과는 경영대, 공대 모두 기업체로의 진출(49.2%)을 가장 희망하는 것으로 나타났으나 경영대는 44.4%, 공대는 69.4%로 공대 학생들이 졸업 후 기업체로 희망하는 비율이 더 높은 것으로 나타났다. 기업체 다음으로 선호하는 희망진출분야에 대한 선호가 경영대와 공대의 경우 약간 차이를 보였는데, 경영대는 전문직(18.5%), 기타(12.6%) 순으로 나타났으며 공대는 기타

(11.1%), 영업·서비스직과 공무원(5.6%) 순으로 나타났다. 이러한 결과는 경영대가 공대보다 전문직, 공대가 경영대 학생들보다 영업·서비스직과 공무원 더 선호하는 것을 알 수 있는 결과이다.

3.2 경영학 교육에 대한 의견

현재 대학의 경영학 교육과정에 대한 평가의견을 조사한 결과, 경영대와 공대 모두 보통이다(50.0)라는 의견이 가장 많았으며, 다소 불만이다(29.8%), 다소 만족한다(16.3%) 순으로 의견을 제시해주었다. 특히, 공대의 경우 보통이라는 의견이 70.4%로 압도적이었고 다소 만족한다는 응답은 없었다. 경영학을 전공 학생들의 의견은 보통과 다소 불만이라는 의견이 많았다.

경영학 교육에서 만족도가 떨어지는 이유가 어디에서 기인하는지는 알아보기 위해 대학의 경영학 교육에서 느끼는 문제점을 조사결과를 평균을 내어 살펴보면, 전체적으로는 산업 및 실무를 잘 모른다(3.53)가 가장 큰 문제점이었으나 문제점으로 느끼고 있는 이유의 순서는 차이를 보였다. 경영대 경우, 대학의 경영학 교육의 문제점으로 생각하는 이유는 산업실무를 잘 모른다(3.56점), 너무 이론 중심적이다(3.52점), 거시 경제에 대한 이해가 부족하다(3.43), 경영의 기본지식이 부족하다(3.34점), 기본 소양교육이 부족하다(3.15점) 순으로 나타났으며, 공대의 경우 너무 이론 중심적이다(3.48점), 경영의 기본지식이 부족하다(3.44점), 거시경제에 대한 이해가 부족하다(3.41점), 산업실무를 잘 모른다(3.37점), 기본 소양교육이 부족하다(3.26점) 순으로 나타났다.

3.3 경영시뮬레이션학습에 대한 수요

대학생들을 대상으로 경영시뮬레이션학습(게임 포함)에 대한 지식, 대학에서 경영 시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육의 필요성, 경영 분야별 활용 교육의 필요성, 활용 교육의 필요 대상, 교과목 도입 시 선호하는 강의 운영형태에 관한 현황과 수요를 조사하였다.

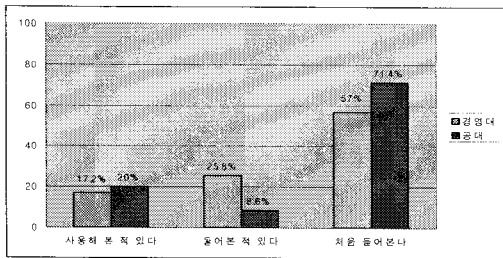


그림 2. 경영 시뮬레이션 프로그램 사용여부

① 경영 시뮬레이션 프로그램 사용여부

[그림 2]와 같이 경영 시뮬레이션 학습에 대해 ‘처음 들어본다’라는 의견이 59.7%로 가장 많았으며, 그림에서 제시된 바와 같이 공대생이 경영학부 학생들보다 경영 시뮬레이션 프로그램에 대한 경험이 처음 들어보는 사람의 비율도 71.4%로 더 높았으며, 프로그램을 경험해 본 학생들도 2.8% 더 많았다. 경영 시뮬레이션 프로그램을 활용해본 학생들은 경영대 17.2%, 공대 20%였는데 사용해본 프로그램은 [그림 3]과 같이 마케팅게임(수업시간에 접해봄), 심시티, 타이쿤, 캐피탈리즘, 군주, Capstone, 거상 등이 있었다.

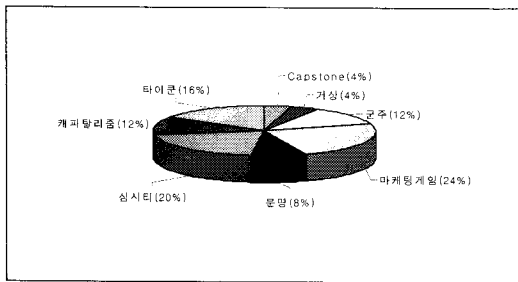


그림 3. 사용해 본 경영 시뮬레이션 프로그램명

② 경영 시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육 필요성 대학에서 경영시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육의 필요성에 대한 의견 조사 결과 전체적으로 필요하다 59.1%, 매우 필요하다 18.3%로 경영시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육의 필요성을 높게 평가하였다. 그러나 경영대, 공대로 구분하여 보면 필요성에 대한 인식의 차이를 보였는데, 경영대 경우 82.8%의 학생들이 경영 시뮬레이션 프로그램을 활용한 경영교육을 원하였으나

공대는 54.3%로 경영대보다 필요성을 낮게 인식하였다.

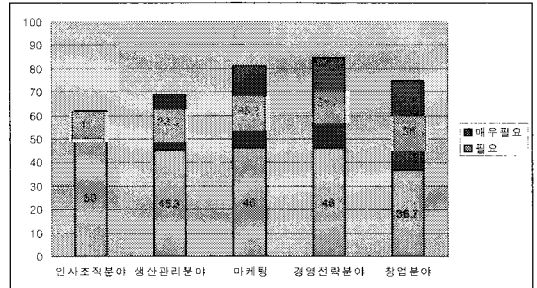


그림 4. 대학에서 경영 시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육의 분야별 필요성(경영대)

③ 경영시뮬레이션프로그램을 활용교육의 필요분야 대학에서 경영시뮬레이션 프로그램을 활용한 경영학 교육을 실시할 때 선호하는 교육 분야에 대한 조사결과이다. 경영전략분야(4.14점), 마케팅분야(4.06점), 창업분야(4.00점), 생산관리분야(3.84점), 인사관리분야(3.64점) 순으로 나타났다. 그러나 경영대와 공대가 가장 선호하는 교육 분야는 약간의 차이를 보였는데 경영대는 [그림 4]와 같이 경영전략분야를 선호하였으나, 공대생의 경우는 [그림 5]와 같이 마케팅분야를 선호하였다.

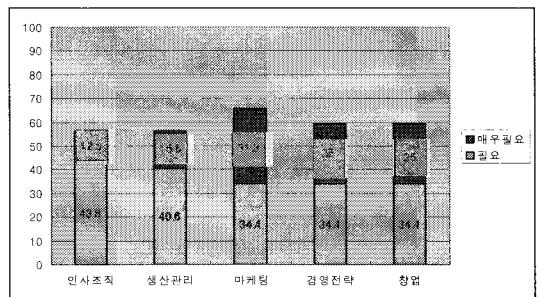


그림 5. 대학에서 경영 시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육의 분야별 필요성(공대)

④ 경영 시뮬레이션 프로그램을 활용교육 필요 대상 경영시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육의 필요 대상에 대해서는 경영대와 공대 모두 저학년보다는 고학년에서 도입하는 것이 바람직하다는 의견을 제시해주었다.

⑤ 선호하는 경영시뮬레이션 프로그램 강의운영형태
 경영시뮬레이션 프로그램의 교과목 도입 시 선호하는 강의운영 형태에 대한 의견은 강의 50%+시뮬레이션 50%가 68.7%로 상당수의 학생들이 선호하였으며, 그 다음으로는 강의 70%+시뮬레이션 30%를 선호하였다. 이는 강의 100% 또는 시뮬레이션 100%인 교육 보다는 강의와 시뮬레이션을 활용한 교육이 적절히 조화된 강의운영형태를 원한다는 생각을 반영한 결과로 [그림 6]과 같이 제시되었다.

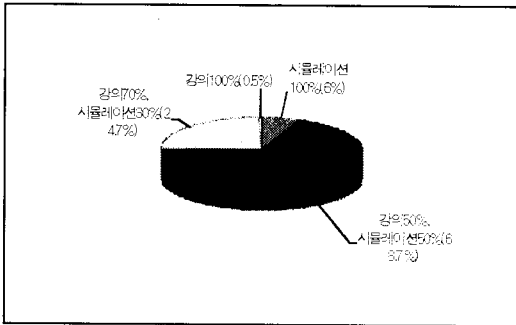


그림 6. 선호하는 경영시뮬레이션 프로그램 강의 운영 형태

⑥ 선호하는 경영시뮬레이션 프로그램 강의시간
 경영시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육을 실시할 때 선호하는 강의시간에 대한 의견은 [그림 7]에서와 같이 경영대의 경우 1개월~한 학기 동안 강의를 수강했으면 한다는 의견이 51%가 나왔으나, 공대의 경우 8시간~1개월 미만인 36.4%로 가장 높은 선호를 보였다. 이는 경영학부 학생의 경우 학기 단위의 강의형태를 원하는 것으로 판단되며, 공대생의 경우 상대적으로 단기적인 교육을 원하는 것으로 판단된다.

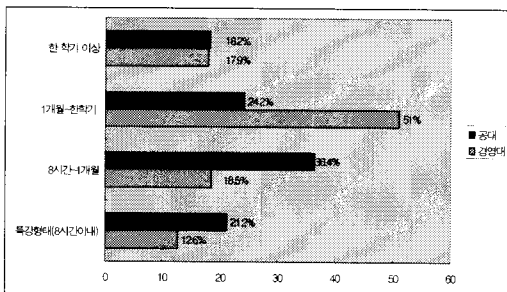


그림 7. 선호하는 경영시뮬레이션 프로그램 강의시간

4. 수요자 설문조사 결과분석

마지막으로 경영시뮬레이션을 활용한 교육의 필요성 등에 대한 기업과 학생의 의견 차이를 알아보기 위해 동일 조사항목에 대한 t검증을 실시하였다. 대학에서 실시하고 있는 경영학 교육에 대한 의견은 [표 3]에 제시된 바와 같이 학생들보다 기업이 현재 대학에서 실시하고 있는 경영학 교육에 대해 더 만족하고 있는 것으로 나타났다.

표 3. 대학 경영학 교육에 대한 의견

구분	평균(표준편차)	t
기업	3.30(0.88)	3.41**
학생	2.82(0.80)	

***p<.001, **p<.01, *p<.05

대학 경영학 교육의 문제점에 대한 차이를 살펴보면, [표 4]와 같이 학생들이 기업보다 경영 기본 지식(재무, 회계 포함) 부족을 더 큰 문제점으로 생각하는 것으로 나타났다.

표 4. 대학 경영학 교육의 문제점에 대한 의견

	기업	학생	t
너무 이론 중심	3.42(0.87)	3.45(0.83)	-0.21
산업 및 실무를 잘 모름	3.56(0.92)	3.49(0.91)	0.43
기본 소양교육 부족	3.11(0.86)	3.18(0.92)	-0.45
경영 기본지식 부족	3.07(0.89)	3.41(0.98)	-2.07*
거시 경제에 대한 이해 부족	3.16(0.85)	3.43(0.87)	-1.80

***p<.001, **p<.01, *p<.05

경영시뮬레이션에 대한 지식은 학생들이 기업에 비교해서 더 많이 가지고 있는 것으로 나타났으나 기업과 학생 간에 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 또한 경영시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육을 기업보다 학생들이 더 필요하다고 생각하였으나 기업과 학생 간에는 통계적으로 유의미하지 않았다.

경영시뮬레이션 프로그램을 활용하여 교육을 실시할 때 필요한 분야에 대한 의견은 [표 5]와 같이 마케팅과 창업분야에 대한 교육 필요성은 학생들이 더 중시하였으며 다른 교육 분야에 대해서는 기업과 학생 간에 의견 차이가 나타나지 않았다.

표 5. 경영시뮬레이션을 활용한 교육 필요성

	기업	학생	t
인사조직 분야	3.51(0.99)	3.68(0.85)	-1.05
생산관리 분야	3.59(1.04)	3.89(0.85)	-1.80
마케팅 분야	3.69(1.13)	4.10(0.88)	-2.37*
경영전략 분야	3.90(1.02)	4.14(0.84)	-1.53
창업 분야	3.22(1.20)	3.97(0.99)	-3.84***

***p<.001, **p<.01, *(<.05

전체적으로 보면, 기업에서 대학의 경영시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육의 필요성을 높게 평가하였다. 또한 경영시뮬레이션 프로그램을 활용한 교육을 도입할 때 선호하는 교육 분야에 대해서는 경영전략, 마케팅, 생산관리, 인사관리, 창업분야 순으로 나타났고, 대학 경영학 교육을 실무적인 형태로 개선을 요구하고 있었다. 학생들은 경영시뮬레이션 프로그램을 경영교육을 위한 하나의 도구로 인식하고 있었으며 전통적인 경영교수법 보다는 기업 경영 현장에 바로 적용 가능한 새로운 교수법의 도입을 요구하는 것으로 나타났다.

이러한 수요조사 결과를 바탕으로 경영 시뮬레이션 학습 교과과정설계에 활용하였다.

IV. 경영시뮬레이션학습 교육과정 개발

1. 경영시뮬레이션 교육과정의 개발 과정

경영시뮬레이션 교육프로그램의 개발 과정은 경영시뮬레이션에 대한 개념 및 중요성, 시대적 필요성 등에 대한 다각도의 분석과 문헌 고찰을 통해 필요성을 인식하고 개발 시사점을 도출하였다. 이후 경영시뮬레이션 교육프로그램의 주 수요자인 대학생과 기업의 인사담당부서를 중심으로 수요조사를 실시하여 교육프로그램에 대한 구체적 교과목과 교과진행의 수준 등에 대한 의견을 수렴하였다.

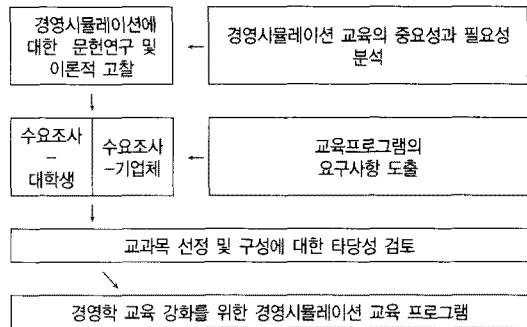


그림 8. 경영시뮬레이션 교육 프로그램 개발 과정

2. 교육프로그램 개발 방향

경영시뮬레이션을 적용한 교육 프로그램 개발의 방향은 앞서 제시한 방법에서 얻는 시사점을 토대로 설정하였으며 주요 방향은 다음과 같다.

첫째, 교육 수요자의 역량 수준에 맞는 체계적이고 맞춤형인 교육프로그램을 개발하여야 한다는 것이다. 대학에서 경영학을 전공하는 있는 학생이나 공학을 전공하고 있는 학생으로서 갖추어야 할 핵심역량을 정하고 그에 맞는 맞춤형된 교육내용을 제공한다라는 측면에서 교육프로그램의 수준을 단계적으로 고려하여야 한다. 설문조사 결과에서 보면, 교과목의 수강니즈가 다양하게 나타난다. 경영대 학생의 경우 경영전략, 마케팅에 대한 시뮬레이션 교육니즈가 높은 반면, 공대생의 경우에는 마케팅에 대한 시뮬레이션 교육니즈가 가장 높게 나타나 다소 차이를 보여주고 있다. 또한 교육기간에 대해서도 경영대 학생들이 1개월~ 한 학기동안 진행되는 방식을 선호하는데 비해 공대생들은 단기과정을 선호하는 결과를 보여주고 있다. 이러한 교육수요의 차별성에 근거한 각 수요자 집단별 역량 수준과 니즈에 부합하는 체계적이고 맞춤형된 교육프로그램을 개발하고 제공하는 것이 교육의 성과를 높일 수 있는 방안이 될 것이다.

둘째, 교육 프로그램의 진행방식을 이론 중심의 강의와 실습 중심의 참여적 방식을 섞어서 진행한다는 것이다. 기존에 경영학 교육에 대한 수요자들의 가장 큰 불만사항으로 이론에 치우친 강의와 실무지식의 부족이 제기되고 있으므로 경영학교육을 개선하기 위한 교육 프로그램에서 가장 신경 써야 할 부분은 실습이 강화된

교육을 제공하기 위한 노력이라고 할 수 있다.

3. 교육과정 개발

경영학 전공자를 대상으로 하는 교육과정 개발은 수요조사 결과와 문헌조사 결과를 바탕으로 학기 16주 기준 '경영시뮬레이션 및 실습'명의 교과목 단위 교육과정 설계 및 제시하였고, 강의 50% : 시뮬레이션 50% 과정과 시뮬레이션 100% 과정의 2가지 교수모형을 기본형 대안으로 설계하였다.

경영학 비전공자 대상으로는 4주 기준 약식 모듈단위 교육과정 설계 및 제시하였으며, 경영학 일반 위주 시뮬레이션 과정과 수요 요구가 가장 컸던 마케팅 위주 시뮬레이션 과정의 2가지 교수모형을 기본형 대안으로 설계하였다.

3.1 유형1: 경영학 전공자, 강의:실습=50:50

경영학전공자를 위한 교육과정 개발 유형 첫 번째는 16주 기준 '경영시뮬레이션 및 실습'명의 교과목 단위 교육과정 설계이다.

경영학을 전공하는 학생들에게 요구도가 큰 것으로 조사된 경영전략, 마케팅, 창업, 생산관리, 인사관리 분야 순으로 이를 반영하여 전략을 실행하고 의사결정에 필요한 경영학 전반에 관한 내용을 다루는 교과과정을 설계하였으며, 과목명은 '경영시뮬레이션 및 실습(가칭)'으로 정하였다.

교육대상은 경영학전공 3~4학년을 대상으로 교육을 실시하고, 경영학 원론을 선수과목으로 수강한 학생들을 대상으로 교육을 실시한다.

표 6. 전공자 50:50수업의 평가방법

평가	평가내용	평가 방법	평가 시점	가중치
중간고사	경영학 이론 전반에 관한 내용 이해 평가	개인	중간고사 종료	40%
전략실행 능력	각 팀별로 1년 단위로 경영성과 분석, 의사결정 방법 등의 능력 평가	개인	게임 종료	30%
개인 기여도 평가	각 팀원에게 타 팀원의 기여도를 평가하는 다면 평가	팀	게임 종료	20%
출석	출석 관리	개인	학기 종료	10%

본 교과목의 교육목표는 기업경영의 주체들을 중심으로 경영학을 이해하고, 기업이 처해 있는 외부환경과 내부의 경영자원을 냉철하게 분석하고, 그에 기반 하여 경쟁우위를 확보하기 위해 필요한 구체적인 실행방법을 모색할 수 있는 이론과 방법론을 제공한다. 또한 경영전략에 대한 이해를 돕기 위하여 가상 기업을 스스로 운영해보는 시뮬레이션 교육을 실시하여 학생들은 경영 전반에 대해 이해하게 되고, 경영의사결정 능력을 함양시키는 것이다.

표 7. 전공자 50:50수업의 강의계획

주	주요내용	진행
1주	강의 목표 및 오리엔테이션 경영학이란? 경영학 이론	강의
2주	경영전략	강의
3주	마케팅	강의
4주	인사/조직	강의
5주	e-Biz/MIS	강의
6주	생산관리	강의
7주	재무회계	강의
8주	중간시험	시험
9주	시뮬레이션 프로그램 오리엔테이션 및 프로그램 활용방법 의사결정 방법, 경영보고서분석 방법의 이해	강의/실습
10주	경영 목표 및 전략 수립	강의/실습
11주	수요 예측, 판매 및 생산량 분석	강의/실습
12주	마케팅 원가 분석, 생산원가 분석, 마케팅 믹스 분석, 추정 손익 계산서 분석	강의/실습
13주	SWOT 분석, 비전 및 목표 수립	강의/실습
14주	마케팅 탄력성 분석, 마케팅 수익성 분석	강의/실습
15주	손익 분기 분석, 추정 현금 흐름표 분석	강의/실습
16주	기말평가	발표/토론

교육방법은 이론 강의 50%, 시뮬레이션 실습 50%로 진행하며, 수업은 총 16주 동안 주당 3시간씩 진행된다.

본 교과목의 평가는 과제, 시험, 프로젝트(경영시뮬레이션 활용)를 팀 단위 또는 개인단위로 이루어진다. 평가 기준은 이론에 대한 이해도 평가, 전략실행능력 평가, 개인의 기여도 평가, 출석으로 각각의 평가내용과 평가 가중치는 [표 6]과 같다.

'경영시뮬레이션 및 실습(가칭)'은 16주 동안 주당 3시간 씩 이론 강의, 실습, 토론, 발표 등을 통해서 진행된다. 9주차부터 각 팀들은 시뮬레이션을 활용하면서 각 단계에 맞는 경영성과 분석, 의사결정 등에 관한 내용을 학습하게 된다. 중간고사는 8주차에 실시하며, 시

시뮬레이션 활용능력은 9~15주차에 매주 실습결과를 반영하고 16주차에 최종 보고서 제출과 함께 종합평가하여 과정을 마무리 한다. [표 7]에 '경영시뮬레이션 및 실습(가칭)' 강의 계획을 제시하였다.

3.2 유형2: 경영학 전공자, 실습 100%

외국 대학의 사례에서는 강의 50%, 시뮬레이션 50%의 강의 형태와 더불어 경영시뮬레이션 100%의 강의 형태로 진행된다. 이에 경영학 전공자들을 위해서 시뮬레이션 100%로 진행되는 강의도 필요하다고 판단되어 시뮬레이션으로만 진행되는 교과 과정을 설계하였다.

마케팅, 전략, 재무, 인사 등의 경영 전반에 대한 이해 제고 및 경영의사결정 능력을 함양하기 위하여 교과과정을 설계하였으며, 과목명은 '경영시뮬레이션 실습(가칭)'으로 정하였다.

교육 대상은 경영학을 전공한 3~4학년 학생들을 대상으로 하며, 이 과목은 이론 설명이 없이 경영시뮬레이션을 활용하기 때문에 경영학원론을 선수과목으로 반드시 들은 학생들이만 수강 대상으로 제한하여 교육을 실시한다. 본 과목의 교육목표는 경영학에 대한 기본적인 이해를 바탕으로 경영학의 세부 전공들의 연계를 원활히 할 수 있도록 하는 것이며, 본 강의과정을 수행함으로써 경영학 학습에 대한 흥미유발과 실전에서 활용할 수 있는 경영학적 감각을 함양시키고자 한다.

교육시간은 주당 3시간 씩 16주 동안 경영시뮬레이션 실습 100%로 진행된다. 수업시간에는 팀별로 토론을 통해 경영의사결정을 하며 경영시뮬레이션을 활용해보고, 조별로 결과를 발표하고 피드백 받는 형태로 이루어진다.

표 8. 전공자 100%수업의 평가방법

평가	평가내용	평가 방법	평가 시점	가중치
전략실행 능력	각 팀별로 주별로 경영 성과 분석, 의사결정 방법 등을 바탕으로 경영성과 평가	팀	매주수업 종료	40%
보고서/ 발표 능력	각 팀/개인별로 경영성과 보고서 등의 작성 능력과 발표 등의 능력 평가	개인/ 팀	기말	30%
기여도 평가	각 팀원에게 타 팀원의 기여도를 평가하는 다면 평가	개인	기말	20%
출석	출석 관리	개인	기말	10%

평가는 경영시뮬레이션을 활용은 매주 미션 수행결과를 팀별로 평가에 반영하며, 기말에는 종합평가로 팀별/개인별 보고서 작성, 개인 기여도 등을 종합적으로 평가한다. 평가기준은 경영성과, 미션 수행능력, 보고서 작성능력, 팀 기여도, 출석으로 각각의 평가내용과 평가시점 가중치를 [표 8]에 제시하였다.

표 9. 전공자 100%수업의 강의계획

주	주요내용	진행
1주	·시뮬레이션 프로그램 오리엔테이션 및 수업진행 설명	강의
2주	·의사결정 방법, 경영보고서분석 방법의 실습	토론/실습
3주	·인사 및 조직 구성 (매주 해당 시뮬레이션 프로그램 실습)	토론/실습
4주	·경영 목표 및 전략 수립	토론/실습
5주	·수요 예측, 판매 및 생산량 분석	토론/실습
6주	·마케팅 원가 분석, 생산원가 분석	토론/실습
7주	·마케팅 믹스 분석, 추정 손익 계산서 분석	토론/실습
8주	·SWOT 분석, 비전 및 목표 수립	토론/실습
9주	·마케팅 탄력성 분석, 마케팅 수익성 분석	토론/실습
10주	·손익 분기 분석	토론/실습
11주	·추정 현금 흐름표 분석	토론/실습
12주	·시뮬레이션 프로그램 실습 (1분기 시뮬레이션 프로그램 실습)	토론/실습
13주	·시뮬레이션 프로그램 실습2 (2분기 시뮬레이션 프로그램 실습)	토론/실습
14주	·시뮬레이션 프로그램 실습3 (3분기 시뮬레이션 프로그램 실습)	토론/실습
15주	기말평가-조별 경영성과 최종 발표1	발표/토론
16주	기말평가-조별 경영성과 최종 발표2	발표/토론

'경영시뮬레이션 실습(가칭)'은 16주 동안 주당 3시간 씩 실습, 토론, 발표 등을 통해서 진행된다. 경영시뮬레이션 활용능력은 매주 실습결과를 평가에 반영하고 15~16주차에는 각 팀별로 그 동안의 사업성과에 대한 최종 보고서 제출하고 프로젝트 결과를 발표하고 피드백 받으면서 본 강의를 종료하게 되며 [표 9]에 '경영시뮬레이션 실습(가칭)' 강의계획을 제시하였다.

3.3 유형3: 경영학 비전공자, 경영일반

경영학 비전공자를 위한 과목으로, 경영학 전반에 걸친 이해와 흥미를 돕기 위하여 경영학 전반에 관한 내용을 다루는 경영시뮬레이션 실습수업으로 과목명은 '

경영학의 이해 및 경영시물레이션 실습(가칭)'으로 하였다.

교육대상은 고학년을 대상으로 한 경영학 수업이 적절하다는 수요조사 결과를 참조하여 경영학 비전공 학생들 중 3~4학년을 대상으로 교육을 실시한다.

본 과목의 교육목표는 경영학에 대한 기본적인 이해를 목적으로 경영학에서 다루는 주제들이 실무에서 어떻게 접목이 되는가를 파악하는 것이며, 본 강의과정을 통해 본 강의과정을 성실하게 수행한다면 실전에서 활용할 수 있는 경영학적 감각을 기를 수 있을 것으로 기대된다.

교육은 경영학부 학생들에 비해 짧은 4주의 단기 교육기간, 강의형태로는 강의 50%, 시물레이션 50% 구성의 강의와 시물레이션을 병행하는 형태로 교과과정을 설계하였다.

표 10. 비전공자 경영일반 BSL수업의 강의계획

주	주요내용	진행
1주	·강의 오리엔테이션 ·시물레이션 활용방법 소개 ·시물레이션 프로그램 실습(1분기) - 산업개요, 게임준비, 회사 인수, 역할 분담	강의/ 토론/ 실습
2주	·의사결정 사항에 대한 설명 및 의사결정 - 가격, 광고선전비, 판매촉진비, 시설투자, 생산량, 원재료 주문량, R&D비, 교육훈련비, 영업사원 채용, 장기차입, 시장조사 등 ·시물레이션 프로그램 실습(2~4분기)	강의/ 토론/ 실습
3주	·시물레이션 프로그램 실습(5~7기)	강의/ 토론/ 실습
4주	·시물레이션 프로그램 실습(8~10기) ·최종 사업성과 평가	강의/ 토론/ 실습

평가는 4주 교육과정임을 고려할 필요가 있으며, 본 과정이 단독으로 운영된다면, 경영시물레이션 활용에 관한 사항을 중점적으로 평가한다. 경영계획 수립, 의사결정, 성과분석 및 재무제표 작성 Data 입력을 통한 경영실적, 그리고 성과분석 발표를 팀 단위로 평가할 수 있다.

'경영학의 이해 및 경영시물레이션 실습(가칭)'은 [표 10]과 같이, 4주 동안 주당 3시간 씩 강의와 실습, 토론, 발표 등의 일정계획을 통해서 진행된다. 경영시물레이션 활용능력은 매주 분기별 경영성과 결과를 반영

하고 4주차에 최종 보고서 제출과 함께 종합평가하여 과정을 마무리 한다.

3.4 유형4: 경영학 비전공자, 마케팅

경영학을 전공하지 않은 학생들을 대상으로 한 본 교과목 유형은, 마케팅의 개념에 대해 이해를 하고 마케팅과 관련된 전략을 실행하고 마케팅 의사결정에 필요한 내용을 다루는 교과과정을 설계하였으며, 과목명은 '마케팅의 이해 및 경영시물레이션 실습(가칭)'으로 정하였고 교육대상은 경영학 비전공자 3~4학년이다.

표 11. 비전공자 마케팅 BSL수업의 강의계획

주	주요내용	진행
1주	·강의 오리엔테이션 ·시물레이션 활용방법 소개 ·마케팅의 개념과 마케팅시스템에 대한 이해(이론 강의) ·시물레이션 프로그램 실습	강의/ 토론/ 실습
2주	·마케팅전략과 마케팅프로세스 ·소비자행동에 대한 이해 ·마케팅전략과 마케팅프로세스 ·소비자행동에 대한 이해, 마케팅 전략과 마케팅프로세스에 관한 시물레이션 프로그램 실습	강의/ 토론/ 실습
3주	·경쟁 및 시장분석 ·STP ·차별화전략 ·경쟁 및 시장분석, STP, 차별화전략에 관한 시물레이션 프로그램 실습	강의/ 토론/ 실습
4주	·시물레이션 프로그램 실습(종합) ·최종 마케팅사업성과 평가	강의/ 토론/ 실습

본 과목의 교육목표는 마케팅의 기본 원리에 대해 이해하고, 마케팅과 관련된 핵심 개념 및 원리를 이해하고 적용할 수 있는 능력을 키우고 변하는 마케팅환경에 보다 효과적으로 대응할 수 있는 마케팅전략 수립의 틀을 학습하고 적용할 수 있는 능력을 키우는 것이다.

교육은 단기교육 형태로 총 4주 동안 주당 3시간씩 수업이 진행된다. 이 교과목은 강의와 시물레이션을 병행하는 형태로 진행된다. 평가는 마케팅의 개념과 마케팅시스템에 대한 이해에 대한 평가와 경영시물레이션 활용 능력을 평가한다. 평가기준은 경영성과, 미션 수행 능력, 보고서 작성능력, 팀 기여도로 팀 단위 또는 개인 단위로 평가가 이루어진다.

'마케팅의 이해 및 경영시물레이션 실습(가칭)'은

[표 11]과 같이 4주 동안 주당 3시간 씩 강의와 실습, 토론, 발표 등을 통해서 진행된다. 경영시뮬레이션 활용능력은 매주 분기별 마케팅 성과 결과를 반영하고 4주차에 최종 보고서 제출과 함께 종합평가하여 마무리 한다.

V. 연구 결론 및 향후 연구방향

1. 연구 결론

본 연구는 경영 시뮬레이션 학습에 관한 수업 타당성 분석과 교수 모형의 설계를 목적으로 하여 수행되었다. 본 연구를 통해 경영 시뮬레이션 학습에 대한 개념 및 경영 시뮬레이션 학습의 문헌연구 및 연구 동향 조사하였다. 또한 경영 시뮬레이션 학습 교과과정 및 운영 프로그램에 대한 수요조사를 수행하고 분석 결과를 제시하였으며 이를 바탕으로 마지막으로 경영 시뮬레이션 학습의 교과과정 설계하였다.

본 연구과제의 연구결과물들은 경영학부, 공학부를 포함한 대학 학부 경영학 교육과 기업체 직원을 대상으로 하는 경영학 교육에 다음과 같은 효과가 기대된다.

경영 시뮬레이션 학습 방법 및 표준화된 교육과정의 체계적 제시를 통한 효과적인 경영 시뮬레이션 학습 교육을 강화할 수 있으며 팀워크 활동 강화 및 팀 프로젝트 기반 현장모의학습을 강화할 수 있다. 그리고 학부생 및 기업 경영관리자의 현장적응력의 강화 및 경영학 세부 전공 간 융합교육과 기초개념 교육에 활용하고, 공학과 경영학간 융합교육을 강화할 수 있다. 또한 기업교육과 경영학, 공학 분야의 상호 연계된 접근을 통해 실천적 교육 효과의 제고, 기업고객의 경영학 재교육의 경쟁력 강화, 중소기업 중간관리자와 경영자를 대상으로 경영 시뮬레이션 학습 교육 및 교육 자료를 제공함으로써 경영학 교육에 대한 실제적인 관심 제고를 유도할 수 있을 것으로 기대된다.

2. 연구의 한계 및 향후 연구 방향

본 연구는 본격적인 경영 시뮬레이션 학습 교육과정의 대학 도입 및 운영을 위한 사전 단계의 연구로써 산

업계와 대학교육에서의 경영 시뮬레이션 학습에 대한 필요성과 가능성을 확인하였다는 의미를 갖는다.

하지만, 경영 시뮬레이션 학습 교과과정의 도입과 운영을 위해 필수적이라 할 수 있는 기본 교육 교재의 선정, 경영 시뮬레이션 학습 소프트웨어의 선정 및 구매, 팀 설정 및 팀 경쟁방식을 포함한 교과과정 운영 방법 등의 구체적인 세부사항을 적시하지는 못하였다. 또한 기업체 교육을 위한 경영 시뮬레이션 학습 교수모형을 제시하지 못하였다. 또한 현황조사의 수행을 온라인 사이트 및 문헌조사에 의존하여 진행할 수밖에 없었다는 한계를 갖는다.

추가 연구방향으로는 향후 적극적인 도입 및 운영을 위해서 경영 시뮬레이션 수업에 대한 운영 분석과 개선 방안 설계 연구가 필요하다. 특히, 경영 시뮬레이션 학습을 적용한 수업과 적용하지 않은 수업 간의 이해도와 만족도 등과 같은 비교항목의 통계 분석을 통한 효과성 검증 연구가 필요하다. 그리고 국내 경영상황과 경영사례를 고려한 경영 시뮬레이션 학습 SW 도구 및 콘텐츠의 개발 및 연계 활용 연구가 필요하다.

참고 문헌

- [1] W. Bielecki, "A decision support system based on a simulation business game," *Simulation and gaming yearbook*, Vol.1, p.138, 1993.
- [2] M. C. Angelides and R. J. Paul, "Developing an intelligent tutoring system for a business simulation game," *Simulation Practice and Theory*, Vol.1, pp.109-135, 2003.
- [3] T. F. Burgess, "An Expert System to Assist with Strategy Support During a Business Simulation Game," *Proceeding of the annual conference-reading association of IRELAND*, pp.283-284, 1994.
- [4] T. Laakso, J. Hakamaeki, K. Forsberh, and R. Smeds, "Process assessment and simulation games-methods and software supported tools in

- business process re-engineering," Reengineering the enterprise, AMFM International Annual Conference, pp.302-311, 1995.
- [5] M. Forssen and P. Haho, "Participative development and training for business processes in industry: review of 88 simulation games," International journal of technology management : Journal international de la gestion technologique, Vol.22, No.1/3, 2001.
- [6] D. Fritzsche, "Playing the business policy game: an international business strategy simulation," International simulation and gaming yearbook-New series, Vol.11, pp.112-115, 2003.
- [7] H. Klandt, "Teaching experiences using a business simulation game as a tool for entrepreneurship education, Internationalizing entrepreneurship education and training," FGF ENTREPRENEURSHIP RESEARCH MONOGRAPHIEN, pp.192-200, 1993.
- [8] R. Smets, "Tailored simulation games for business process development: comparison of two cases," Proceedings of the triennial congress-international ergonomics association, International Ergonomics Association, pp.115-117, 1997.
- [9] B. A. Walters, T. M. Coalter, and A. M. A. Rasheed, "Simulation games in business policy courses: Is there value for students?," Journal of Education for Business, Vol.72, No.3, pp.170-174, 1997.
- [10] L. A. Myers, "Group (Team) Assignment for the Business Policy Simulation Game," Proceedings of The Annual Meeting-Western Decision Sciences Institutes, Western Decision Sciences Institute, pp.122-123, 1998.
- [11] L. A. Myers, "An Evaluation of Two Business Simulation Games for the Business Policy and Strategy Course," Proceeding of The Annual Meeting-Western Decision Sciences Institutes, Western Decision Sciences Institute, p.142, 1999.
- [12] J. Chang, "Use of business simulation games in Hong Kong," Simulation & gaming, Vol.34, No.3, pp.358-366, 2003.
- [13] J. Chang, M. Lee, and K. Ng, K. Moon, "Business simulation games: The Hong Kong experience," Simulation & gaming, Vol.34, No.3, 2003.
- [14] 김광용, 이재호, 이승렬, "인트라넷을 이용한 경영 모의 게임의 활용 및 효과", 한국경영과학회, 춘계학술대회 논문집, pp.68-70, 1997.
- [15] 김광용, "인터넷을 이용한 효과적인 원격 수업의 운영, 경영 모의 게임을 중심으로", 경영정보학연구, 제8권, pp.126-144, 1998.
- [16] 김영곤, "Business simulation game, 전략 경영 교육의 전략화", 한국 전략 경영학회, 춘계학술대회 발표 논문집, pp.19-25, 2003.
- [17] 김상수, 김형섭, 배용환, "경영교육을 위한 경영 모의게임의 활용방안 -Biz-Master 개발 과정 및 교육 방법을 중심으로-", 한국경영정보학회, 춘계학술대회 논문집, pp.54-64, 2004.
- [18] 김상수, "경영 교육을 위한 모의 게임의 활용 방안", Information Systems Review, 제7권, 제1호, pp.41-63, 2005.
- [19] 김상수, 임성택, "경영 모의 게임의 교육 효과에 관한 탐색적 연구", Information Systems Review, 제8권, 제2호, pp.173-189, 2006.

저자 소개

이재원(Jae Won Lee)

정회원



- 1993년 2월 : KAIST 과학기술대학 경영학과(이학사)
- 1995년 8월 : KAIST 테크노경영대학원 경영정보공학과(공학석사)
- 2003년 8월 : KAIST 테크노경영대학원 경영공학(경영학박사)

• 2004년 3월 ~ 현재 : 한국기술교육대학교 산업경영학부 교수

<관심분야> : 전자상거래, 경영정보시스템 응용, 인터넷 구매지원 및 검색, 인터넷 광고, 비즈니스IT 스킬 및 교육

박진명(Jin-Meyoung Park)

정회원



- 2004년 2월 : 한국기술교육대학교 산업경영학부(경영학사)
- 2009년 2월 : 한국기술교육대학교 대학원 산업경영학부(경영학석사)
- 2009 3월 ~ 현재 : 한국기술교육대학교 테크노인력개발전문대학원 박사과정

<관심분야> : 교육훈련, 교수모형 개발, 인적자원개발