

향장미용산업의 핵심인재육성을 위한

대학원 교과과정에 관한 연구

김주덕

숙명여자대학교 원격대학원 향장미용전공

A graduate school curriculum development for talking core men of into Cosmetic & Beauty industry

Kim Ju-Duck

Online Graduate School of Cosmetic & Beauty Specialization

Sookmyung Women's University

I. 서론

향장품이란 향료제품과 화장품을 총칭하는 것으로, 향료제품은 향취의 발산을 목적으로 하는 제품이며, 화장품은 신체를 청결하게 하고, 아름답게 하며, 매력을 증가시켜 줄뿐 아니라 피부와 모발을 보호하기 위하여 신체에 바르거나 뿌리거나 그 밖에 이와 유사한 방법으로 사용하는 물품으로서 인체에 대한 작용이 적은 것을 말한다.

제조기술과 미용기술이 발달함에 따라 향료제품과 화장품이 통틀어 넓은 의미로서 향장품이라 부르고 있으며, 그 사용이 갈수록 증가하고 있다. 향장품이 고대,중세,근대에 이르기까지는 일부 특수계층에서만 사용되어졌으나, 19세기 후반부터 20세기에 접어들어서는 공장규모로 성장하게 되어 일부 특권층 뿐만 아니라 일반인들도 사용하게 되었으며 사용량이 많아지고 기능성을 추구함에 따라 대규모 생산시설과 고도의 기술 및 과학적인 시스템을 접목시킨 향장품을 개발하게 되었다.

최근 우리 나라도 정부의 경제정책에 힘입어 모든 산업이 고도 성장을 이룩하였고 또한 국민 소득이 증가됨에 따라 구매에 대한 수요가 크게 증대되고 2001년에는 생산실적이 세계7위 권에 도달하게 되었다.

83년도에는 색조화장품 수입이 단계적으로 개방되기 시작하였고, 92년에는 화장품 소매업의 부분개방 및 96년도 전면 개방과 함께 수입화장품의 국내유입이 손쉬워져 국내 시장 점유율은 계속해서 늘어가고 있는 실정이다. 한편, 더욱 문제가 되는 것은 이러한 화장품 수입에 국내의 대메이커가 열을 올려 무역 역조현상이 갈수록 심화되고 있다는 것이다.

또한 유통질서의 파괴 및 과대 과장 광고와 원료국산화의 부재, 전문인력의 육성 미비 등과 같은 문제점을 안고 있는 것이 지금 우리 화장품업계의 현실이다.

미용산업분야에서도 마찬가지이다. 미용산업이라 함은 국민의 건강과 복지를 포함하여 인간의 기본적인 욕구인 아름다움을 추구함으로써 올바른 정신건강을 갖게 되는 일련의 모든 산업을 일컬을 수 있다. 현재 미용산업에 종사하는 사람은 해마다 그 수가 증가하고 있음에도 불구하고 그 교육환경은 열악하여 스스로 터득한다던가 선임자가 후임자를 교육하여 교육체계의 미흡을 여실히 들어내고 있다. 현 향장미용업계의 내면적인 면을 나열해 보면 많은 문제점을 보여주고 있다.

첫째, 원료의 무분별한 유입으로 한국인의 생리·생체와 무관한 원료를 사용하고 있으며 우리 나라의 환경과 한국인의 체질에 적합한 안전성을 가지는 지에 대한 기초연구조차 부족한 실정이다.

둘째, 외국산 화장품의 완전 수입 자유화로 무분별한 무국적 무메이커 제품이 홍수처럼 유입되고 있으나 이것을 조정할 수 있는 기관 및 전문가가 부족한 실정이다.

셋째, 미용분야에 있어서 관리자가 모발이나 피부 등의 인체를 직접 손으로 다룸에도 불구하고 그 안전성이나 효과 측면에서 제대로 알지 못하고 무분별하게 사용하는 경우가 비일비재하여 그러한 사람들의 사회교육이 절실히 요구된다.

넷째, 최근 향장미용 관련 전문인력을 양성하는 대학원들이 많이 개설되고 있는데 그에 따른 교과과정은 과학적이고 체계적이지 못하고 어느 한쪽으로만 편승되어 있거나 아니면 전문대학 교과 과정에서 크게 벗어나지 못하고 있는 것이 현실이다.

이러한 문제점을 해결하기 위하여 한국인 체질과 환경에 알맞은 화장품을 개발하고 학문적으로 보조할 수 있는 전문인력의 양성과 향장미용관련 대학원 교과과정을 현실에 맞게끔 개발되어야 한다.

현재 향장미용 관련 대학원에 진학하는 학생들의 학부 전공을 보면 화학공학, 약학, 상경계열, 어문계열, 예체능계열 등 향장미용에 관한 내용을 전혀 모르거나 학원이나 업체, 업소 등에서 학문과 기술을 습득한 경우가 많은 실정이다. 따라서 대학원에서 보다 일관성 있게 향장미용을 공부하고 연구하여 향장미용산업의 수준을 끌어올려 세계적인 수준의 향장미용제품과 기술을 향상시키기 위해서는 대학원 교과과정을 보다 체계적으로 연구할 필요가 있다.

향장미용교과과정 연구의 필요성을 나열하면 다음과 같다.

첫째, 현재 우리나라에는 향장미용이란 학문적 정의조차 정확하지 않은 실정에서 몇 년전부터 향장미용관련 대학원이 개설되고 있다. 이런 대학원에서 향장미용학을 학문적으로 체계화 할 수 있는 연구기반 확립이라는 점에서 필요하다.

둘째, 향장미용전문가의 교육 및 재교육, 전문정보를 제공하는 정보 인프라 구축을 위하여 필요하다.

셋째, 첨단 생명공학과 피부과학을 접목할 고기능성 화장품 개발 등 향장미용 분야의 국가 경쟁력을 확보하기 위하여 필요하다.

넷째, 향장품은 고기능과 안전성을 요구하는 고도의 기술집약적 산업으로 미용건강산업의 한 분야로 정착시키기 위하여 필요하다.

따라서, 본 연구는 향장미용전공의 특성화된 교육과정을 개발하기 위하여 향장미용관련 산업의 정부 정책, 향장미용 산업 현황과 전망, 국내외 동향, 산업체의 직무 분석, 교육과

정의 개념, 전문대학 향장미용관련 학과의 교육현황 등을 문헌 및 자료 조사와 현재 재직중인 산업체 부서장 및 근무 경력 5년 이상인 종사자를 대상으로 한 설문조사 등을 통하여 조사 분석한 후 향장미용전공의 교육목표, 교육과정 등을 제시해보자 한다.

II. 연구내용 및 방법

1. 연구 내용

1) 교과과정 개설 대상

향장미용과 관련된 산업체 및 도·소매업자, 관련 학원, 향장미용의 관련학과 등에서 전문지식이 부족한 실무자 및 전공자를 대상으로 교과과정 개발을 하여 처음부터 정확하고 체계적인 교육 속에서 올바른 개념을 형성시킬 수 있도록 한다.

2) 교과과정 목표

향장품의 제조와 연구 및 미용연구에 대한 전문적 지식을 습득하기 위해 이론 및 기술 교육에 목표를 둔다. 향장미용 교육의 궁극적인 목표는 인간을 아름답고 젊고 건강하게 살아가게 한다는 관점에서 물리, 화학, 약학 및 예술의 영역까지 확대하여 교육시키고 또한 피부과학의 영역을 핵으로 하여 정신적 및 심리적인 영역까지 연결하여 유기적인 교육을 수행한다.

향장미용은 하나의 독립된 학문으로 접근하는 것은 어려운 일이므로 자연과학과 예능계의 연결된 종합적인 교과과정을 목표로 한다.

3) 교과과정 체계

향장미용관련 대학원 과정은 화장품을 개발하고 연구할 수 있는 전문인력 양성과 화장품 업계의 재교육을 위한 과정이며 또한 미용관련 전문인력양성과 재교육을 위한 과정이다.

본 과정에서는 인체의 구조와 생리에 대하여 정확하게 이해하고 적용할 줄 알아야 하며 화학, 미생물학, 약제학 등의 기초와 화장품에 관한 성분과 제조, 마케팅, 색채학 등을 잘 조화시켜 우리나라 실정에 적합한 전문가 양성과 체계적인 교육과정을 그림1과 같이 교육체계를 만들고자 한다.

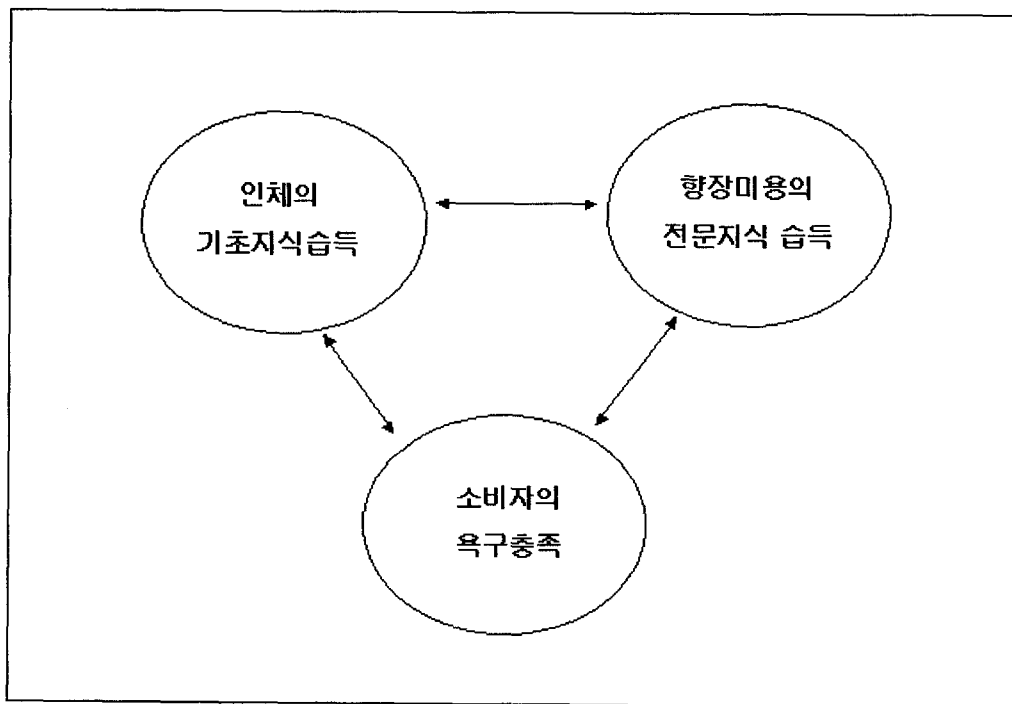


그림1. 교육체계

2. 방 법

1) 문헌 및 자료 조사

국내외 향장미용관련 대학의 현황, 교육과정, 교육방법, 산업체의 현황, 산업 동향, 직무 분석 방법 등과 대학의 교육 개혁 방향에 관한 각종 논문 및 자료, 문헌들을 조사 분석 하였다.

2) 설문조사

본 연구를 위하여 설문조사기간을 1차에 한하여 2002년 11월3일부터 2002년 12월28일까지 향장미용산업체의 5년이상 종사자와 숙명여자대학교 사이버 교육원 중 향장미용 전문가과정의 교. 강사를 대상으로 하였으며 설문지에 의한 우편이용법과 방문에 의한 대인면담법으로 실시하였다.

III. 향장미용 관련 산업의 현황

1. 정부의 향장미용산업 정책 방향

최근 우리나라의 향장미용산업은 전면적인 수입 자유화와 시장개방으로 극심한 경쟁환경에 처해 있으며 향장미용산업의 자생력 확보를 위하여 국제경쟁력 확보가 시급한 과제로 대두되고 있다.

2000년 7월 화장품법이 시행됨에 따라 화장품에 대한 연구개발 의욕을 고취시키는 기회가 부여되었으며 국내 화장품 산업을 도약시키는 발판을 마련할 계기가 되었다. 또한 화장품 산업은 21세기 핵심선도기술산업으로 성장할 수 있는 무한한 잠재력을 내포하고 있다. 다만 타 산업에 비해 산업지원정책이 미흡하였고 이와 함께 영세기업중심의 취약한 산업기반구조 등으로 인해 국제경쟁력이 열위에 있는 실정으로 고부가가치를 창출하는 지식기반산업의 하나인 화장품 산업을 집중 육성하여 국가경쟁력을 강화하는데 기여하기 위하여 주요 국가전략산업으로 성장시킬 필요가 있다.

화장품 산업은 기술 집약적인 산업으로 볼 수 있으며, 다품종 소량생산체제의 정밀화학 산업이다. 또한 화장품 산업은 타 산업에 비하여 환경 친화적인 산업이며 에너지 절약 산업인 동시에 고부가가치를 창출하는 산업의 특성을 갖고 있다. 또한 전형적인 내수 지향적인 산업으로서 각국 사람의 피부특성과 화장습관 차이로 인한 화장품은 대부분의 국

가에서는 내수중심 산업으로, 구미 선진국에서는 주요 수출산업으로 발전되어 왔다,

이러한 화장품 산업을 고부가가치를 창출하는 선진미래형의 산업으로 전환하여 육성 발전시키기 위해서는 무엇보다도 국내외 환경변화에 능동적으로 대처하고 기업의 자율성보장과 창의력이 우선되어야 할 것이며, 각종 법률 규제 제도의 과감한 개혁으로 국제경쟁력의 확보를 위하여는 소비자 욕구변화에 적극적으로 대응한 제품개발과 소비자의 피부 특성에 부합한 신 기능성 화장품의 개발력을 한층 더 강화해야 한다. 국내 화장품 산업의 국제 경쟁력 강화를 위한 육성발전은 무엇보다도 국제적 규제와 조화를 위한 화장품 산업의 표준화 및 대중화가 선행되어야 할 것이다.

향후 정부의 육성발전대책으로는 기능성 화장품 개발 및 신제품, 신기술 개발 촉진, 관련 각종 법률, 규제제도의 개혁으로 경쟁력 확보, 산업 기술력 증진, 과다 경쟁 지양으로 내수기반확대 및 무역활성화, 산업의 경영체질개선으로 기업경영 체제의 강화, 유통 구조의 선진화 및 가격질서 확립, 품질개선 및 제품의 다양화, 생산시설의 현대화, 유통구조의 개선, 수입화장품의 품질 및 가격관리의 강화, 수출시장의 다변화와 신시장의 개척, 해외시장 조사의 활성화와 국산제품의 홍보, 수출경쟁력 강화를 위한 각종 지원과 해외 마케팅 전략강화 등을 적극 추진 중에 있다.

2. 향장미용산업의 전망

1) 세계 화장품 시장 규모

화장품 산업은 인종에 따른 피부특성 및 화장습관의 차이로 인하여 대부분의 국가에서 내수중심의 산업으로 성장해 왔다. 세계 화장품 산업의 시장규모를 보면 서유럽 33%, 미국 29%, 일본 17%, 동유럽 5%, 기타 국가는 16%로 나타나서 서유럽 화장품 시장에서 차지하고 있는 비율이 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 이는 국가별 피부특성 및 화장문화의 특성 차이에 기인한다.

2002년도 세계 화장품의 유형별 생산비율을 보면 두발용 19%로 생산비율이 가장 높았으며 다음은 기초 화장품이 18%, 색조 화장품 14%, 목욕용품, 방향용품이 각각 11%였다. 이러한 유형별 특성은 방향용 제품보다 두발용 제품의 비중이 차지하고 있는 비율이 높은 특성을 가지고 있음을 의미하며, 세계 화장품의 개발 동향은 자연성, 고기능성, 다기능성의 제품을 개발하는 경향으로 변모하는 추세이다.

2) 아시아 · 태평양 지역 시장 규모

아시아 · 태평양 지역의 화장품과 목욕용품 시장은 Soap perfumery cosmetics '98.11의 자료에 의하면 '97년도 아시아 화장품 시장규모는 일본 52%, 중국 11%, 한국 8%, 필리핀 6%, 태국 5%, 오스트레일리아 5%, 대만 4%, 홍콩, 인도네시아가 각각 2%, 말레이시아 1%, 기타 4%로 조사되었다.

아시아권내의 화장품 세계무역은 일본시장이 가장 높으며, 다음이 중국이며 한국 3%로서 세계시장에서 3위를 차지하고 있으나 국내 화장품 산업은 향후 중국과의 무역교류가 활발해지면서 중국현지에 공장을 설립하거나 판매법인 등을 통한 시장 개척이 활발히 이루어지면서 대중국 수출이 증가하는 추세이다.

3) 국내 화장품 시장 규모

국내 화장품 2001년도 생산 실적은 3조원을 넘어섰고 수입화장품까지 포함하면 4조5천억시장으로 세계10위권 안에는 드는 규모와 시장을 갖고 있으며, 2005년에는 8조원, 2010년에는 17조원 규모로 성장할 것으로 전망된다.

4) 외국기업의 연구개발 지원 현황

외국기업 가운데서 연구개발비를 가장 많이 투자하고 있는 회사는 로레알로 이 회사의 R&D 투자 규모는 2,500 억원으로서 2001년도의 매출액의 3%에 해당하는 것으로 매년 8~10%씩 증가하는 추세에 있다.

세계 화장품 시장 4위를 차지하고 있는 시세이도의 경우를 보면 R&D 투자규모는 총 매출액의 3.5%에 해당하는 1,700 억원의 투자액이며, 연구원수는 900 여명으로 연구소

는 세계 각지에 9개 연구소를 가질 만큼 방대하게 운영하고 있으며 주로 리서치에서는 스킨케어 화장품 개발과 신소재 개발, 피부과학 연구, 피부·신경계·면역계의 관계연구를 하고 있고 제 4 세대 화장품 개념을 도입하고 있는 추세이다.

5) 국내 기업의 연구개발 지원 현황

국내 화장품업계는 과거 연구개발 투자에 인색해 왔으나 현재는 상위권 회사의 연구개발 투자비율은 점진적으로 증가하는 추세이다.

이는 주 소비계층인 여성들의 피부특성에 적합한 상품개발 및 유효성이 인정된 신제품 개발의 전조로 매우 고무적이다. 특히, 2000년도 총매출액 대비 연구개발 투자비는 3%를 상회하였으며 각 사의 매출액 대비 연구개발비는 (주)태평양이 4.0% , LG생활건강이 2.7% 등 일정한 비율로서 5%이상은 아니지만 연구개발 투자는 17.6%의 연 증가율을 보였으나 연구개발 투자비 증가율은 상위권 9개 화장품업체 모두 최근 2년간 지속적인 증가율을 보여주고 있다.

3. 화장품 산업체의 직무 분석

화장품산업에서 현장의 직무를 분석하여 교과과정을 개발하고자 직무현황, 신입사원 직무연수교재, 산업체 인사 등을 통하여 직무를 분석한 결과 크게 일반 관리직, 생산 관리직, 기술개발 연구직, 영업직 등 4가지로 구분할 수 있었다. 이들 직무에서 일반 관리직인 경우 기획, 노무, 자재, 회계업무와 생산 관리직인 경우 운영, 품질안전, 환경, 공장관리 및 공무, 기술연구 개발직인 경우에는 공정분석, 품질관리, 기술개발 및 시험 분석업무 그리고 영업직에는 일반 영업과 기술 영업으로 구분할 수 있었다.

4. 업종과 직무를 동시에 고려한 전공 분류

업종과 직무를 동시에 고려한 전공교과과정을 분류하면 표1과 같다.

표. 1 업종과 직무를 동시 고려한 전공 분류

전공교과과정	관련업체	관련업무
화 장 품 전공	-화장품 제조업체 -화장품 수입업체 -화장품 원료업체 -화장품 부자재업체 -화장품 관련 학원 -화장품 관련 유통업체	-개발 업무 -품질관리 업무 -공장관리 업무 -제조관리 업무 -생산관리 업무 -공정분석 업무
화 장 품 마 케 팅 전공	-화장품 제조업체 -화장품 수입업체 -화장품 원료업체 -화장품 부자재업체 -화장품 관련 학원 -화장품 관련 유통업체	-영업기획 업무 -신제품기획 업무 -수출입 업무 -영업관리 업무 -자료 조사 및 분석 업무 -광고 판촉 업무
미 용 학 전공	-화장품 제조업체 -화장품 수입업체 -화장품 관련 학원 -화장품 관련 유통업체	-교육 업무 -자료 조사 및 분석 업무 -클레임처리 업무 -광고 · 판촉 업무

IV. 향장미용관련학과의 교육현황

1. 향장미용계열 교과내용

1) 외국의 교과내용

화장품 산업이 발달함에 따라 그 세부 전공자들의 범위도 늘어가고 있음에도 불구하고 국내여건과 마찬가지로 국외의 실정도 화장품학 전공학위과정이 거의 없을 정도로 열악하다. 자료조사에 의하면 화장품 관련 대학원 과정이 미국 내에 2 개교에만 있는 실정이며 국내와 마찬가지로 화장품 산업체 종사자의 전공인 의약, 약학, 화학 · 화학공학, 생물

학 등에서 화장품에 관한 연구나 개발이 이루어지고 있다.

2) 국내의 교과과정

우리나라 전문대학의 향장미용관련 교과과정은 전문대학의 2년 교과과정 이수 후 취업 진로로 인해 이론이나 학문적 근거가 불충분하게 실습위주로 짜여져있으며 충분한 기초 연구를 거치지 않아 학과나 교과과정이 쉽게 바뀌기도 하는 것이 현 전문대학의 운영 실정이다. 4년제 대학이나 대학원도 최근에 개설된 학과이므로 향장미용을 체계적으로 공부하기에는 교과과정이 아직 미흡하다.

또한, 교과에 대한 교·강사의 질적인 문제도 고려되어야 한다. 최근 몇 년 동안 한 해에 거의 10 여개 학과가 신설되었고 또한 국내외에 향장미용 전공자가 없다는 사실에 비춰 생각해 보면 현 전문대학에서 교·강사의 질은 짐작할 만 하다.

2. 향장미용관련학과의 현황

국내 향장미용관련 전문 인력을 양성하는 대학 내의 학과 수는 2003년 입학생 모집요강을 기준으로 모두 1백여 개로 조사되었다. 이 중 향장에 관련된 학과는 전문대학 2개, 4년제 대학 1개, 대학원 석사과정 2개, 박사과정 1개가 있다.

피부관련분야는 피부미용, 뷰티디자인, 코디네이션, 스타일리스트 또는 이와 비슷한 학과 명으로 66개의 전문대학, 7개의 4년제 대학, 8개의 대학원 석사과정과 4개의 학점은 행제, 14개의 평생교육원이 있는 것으로 조사되었다.

이들 향장미용관련 전문인력 양성 대학들 중 향장관련 전문학사 과정은 약 8년의 역사를 가지고 있으며 미용관련 전문학사과정은 학교에 따라 짧게는 2~3년에서 길게는 십 수년의 역사를 가지고 있어 졸업생들은 향장,미용관련분야에서 활발한 업무수행을 하고 있다. 또 학사과정은 약 4년 전에 2개 학과가 개설됐고 한동안 개설이 이뤄지지 않다가 올해부터 여러 대학에 개설하기 시작 향후 많은 대학에 관련학과들이 개설될 것으로 보인다.

석사과정도 2000년 처음 개설되기 시작하여 지금은 10여 학교에 개설되어 있고 앞으로 많은 대학들이 개설될 것으로 보인다.

표 2 향장미용관련학과 현황(2003년)

과 정	향 장 분 야	미 용 관 련 분 야
전문학사과정	3	66
학사과정	1	7
석사과정	2	8
박사과정	1	0
학점은행제	0	4
사회교육원	0	14

V. 결과 및 고찰

1. 학과 명칭 및 교육연안

국내 최초로 설립되는 원격향장산업대학원과 관련하여 학과 명칭에 대한 응답으로는 화장품 과학과가 51%, 향장미용학과가 28%, 향장산업과가 13% 였고 기타가 있었다. 기타 의견으로는 향장과학과, 향장미용과학과 등의 응답이 있었다.

대학원과는 관계없이 향장미용을 배우는데 수업연한을 물어본 결과 4년이 54%, 3년이 13%, 2년이 28% 나타났다. 이런 결과를 보면 최근 4년 정규대학에 향장미용관련 학과가 개설되는 것은 바람직한 현상이라고 본다.

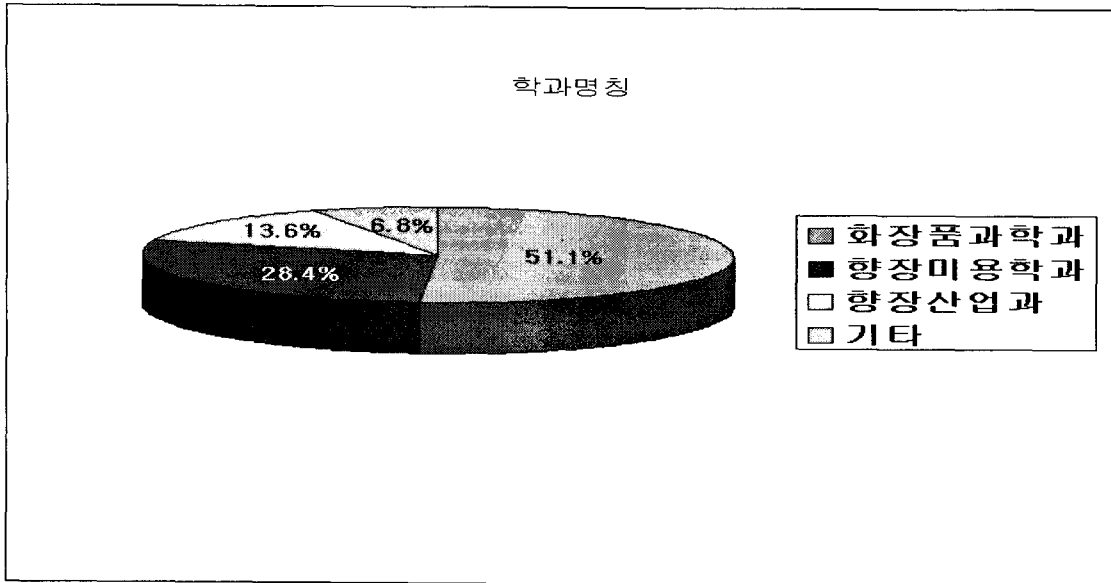


그림 2. 신설학과 명칭

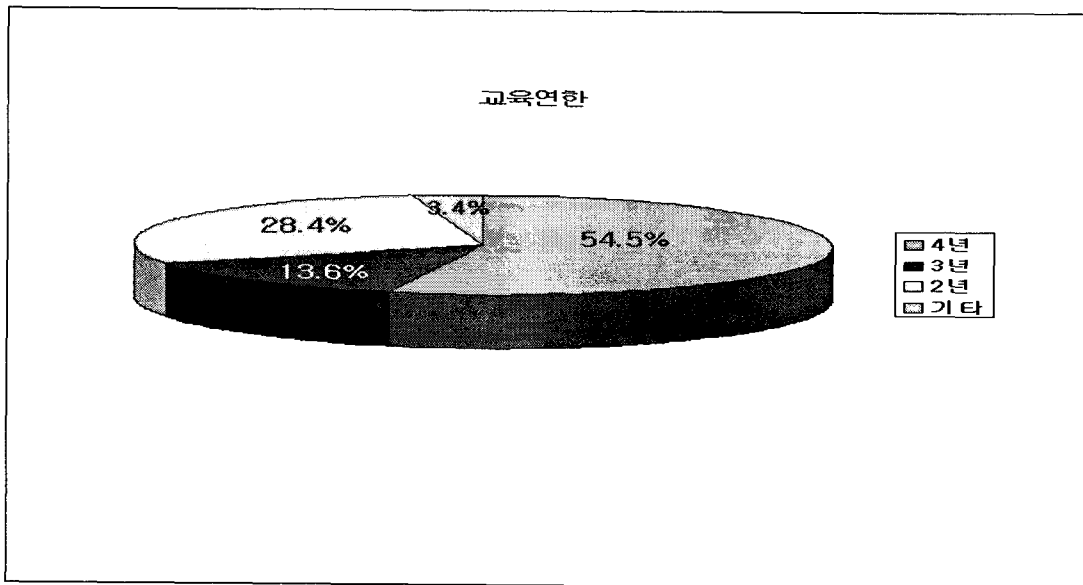


그림 3. 향장미용전공자의 학위 교육연한

2. 교과과정

향장미용관련 학과의 특성화를 위한 교육과정을 개발하기 위하여 다음과 같은 원칙 하에서 연구하였다.

첫째, 향장미용 관련 산업 동향을 분석하여 업종 및 직무에 따른 교과과정을 개발한다.
둘째, 대학원의 특성화에 맞는 전공 코스제를 선택할 수 있도록 다양한 전공 교육과정을 개발한다.

셋째, 기초학력평가, 산업체 및 자문위원의 자문을 받아 과감히 현행의 출석교육의 교과목을 통폐합하여 그 수를 축소하고 원격교육에 맞도록 교육과정을 편성한다.

넷째, 전공과목은 실무와 연계성이 이루어지도록 하며 전공이론 과목은 기초실력의 체계화를 위하여 전공과목의 이해와 응용력을 발휘하도록 한다.

다섯째, 실무중심의 교육과정, 프로젝트 수업 등으로 구성되는 산학협동에 바탕을 둔 현장 중심의 교육과정을 편성한다.

여섯째, 레벨 1~3까지 차등을 두어 교과과정을 편성하며 레벨1에서는 전공기초과목, 레벨2와 3에서는 전공과목과 선택과목으로 구성을 한다.

이런 원칙의 토대 하에서 교과과정의 개발 방향은 기존의 학교에서 실시하는 일반교육 혹은 직업교육에 상응하는 대안적인 교육으로서 개인과 사회의 발전을 가속화할 전략으로서 “ 모든 이를 위한 교육 ” 의 제공이 시급하다는 문제에서

첫째, 학습자들이 학위 인정 프로그램을 통하여 직접적인 지식, 태도, 그리고 기술을 습득하여 그들의 삶의 질을 높일 수 있도록 한다.

둘째, 본 학위 프로그램을 통하여 과학과 기술의 발전에 의해 일어나는 현재와 미래의 사회변화에 학습자들이 적응할 수 있도록 하고 나아가 향장미용분야를 리드할 수 있도록 한다.

셋째, 학습자들이 향장미용학위 프로그램을 통하여 향후 향장미용산업이 국가기간산업으로 발전하기 위한 적합한 지식, 태도, 기술을 습득할 수 있도록 하고 또 그들로 하여금 더 깊은 학습을 준비할 수 있도록 해 준다.

넷째, 학업과 직장이 동시 수행이 가능하도록 한다.

다섯째, 가능한 모든 전달체계가 이용하도록 한다. (예컨대 원격학습, 출석학습, 자율학습, 집단학습 등)

여섯째, 원격학습에 맞도록 개인적인 학습시간에 따라 개인의 진도를 조정할 수 있도록 한다.

이런 원칙과 방향에 기인하고 설문조사와 현 향장미용산업의 직무분석을 통하여 교과과정을 3단계로 구분하여 작성하였다.

표. 3 설문조사 및 직무분석에서 추출된 교과목

분 류	교 과 목
전 공 기 초	향장학 특론
	피부과학의 이해
전 공 과 목	화장품소재 특론 향료학 특론 모발과학의 이해 미용 영양학 향장 심리학 기능성 화장품 특론
선 택 과 목	계면화학 특론 제품개발론 색채학 분장학
기 타	향장연구방법론 논문지도 논문연구 사이버교육의 이해

1) 교과과정 및 과목해설

-사이버교육의 이해 (Instrudction to cyber education)

사이버교육의 개념, 유형 및 영역에 대하여 알아보고 사이버 교육과 교육공학과의 관계

를 분명히 인식한다.

-향장학특론 (Advanced Cosmetics)

향장품과 피부, 원료, 안전성, 제품 및 향장품에 관련된 모든 사항을 올바르게 인식한다.

-피부과학 (Understanding of Dermatology)

피부와 밀접한 관련이 있는 물리적 사회적 요인들이 피부노화 및 피부미용에 미치는 영향에 대한 이론을 익히고 피부질환에 따른 예방 및 관리에 대한 전반적인 내용을 인식한다.

-화장품소재특론 (Advanced Cosmetic Material)

화장품 원료로 이용되고 있는 기초 원료 및 약리 효과를 주는 원료등 전반적인 원료의 성질과 응용분야에 대한 전문지식을 인식한다.

-기능성화장품특론 (Advanced Functional Cosmetic)

피부구조 및 피부노화 이론을 토대로 주름, 미백, 선제품, 여드름 등에 사용되는 기능성 화장품 원료 및 안전성, 유효성 평가에 대한 전문지식을 습득한다.

-향료학특론 (Advanced Perfumes)

다양한 천연식물에서 추출한 천연향과 합성향에 대한 특성을 알고 이들을 사용해 인간의 신체적 정신적 심리적 건강을 도모, 건강유지 및 활력을 증진시키려는 과정을 인식한다.

-모발과학의 이해 (Understanding of Hair Science)

모발의 구조, 생리 및 질병에 대한 이론과 모발제품의 개발에 필요한 기본 능력을 인식한다.

-계면화학특론 (Advanced Surface Chemistry)

화장품을 제조하는데 필요한 학문으로서 유화, 가용화, 보습, 분산 등과 같은 학술적인 내용을 교육함으로써 화장품을 이해하는데 기본지식을 습득시키고자 한다.

-제품개발론 (Products Development)

소비자의 성향을 조사하여 신제품을 개발할 수 있도록 지도하고 제품품질 및 미용 교육안을 작성할 수 있는 능력을 갖출 수 있도록 지도한다.

-미용영양학특론 (Advanced Beauty Nutrition)

기본적인 영양의 이론을 바탕으로 인체의 생리적인 변화와 관계를 터득하여 실제 식생활과 관련시켜 미용에 효과적으로 이용할 수 있도록 지도한다.

-화장품마케팅 (Cosmetic Marketing)

화장품의 유통과정, 가격전략, 국제마케팅을 이해함으로써 제품 판매를 촉진시키고 관리하는 마케팅 전략을 수립할 수 있도록 지도한다.

-향장심리학 (Cosmetic Psychology)

아름다워 지고자하는 인간의 심리를 파악함으로써 시대에 맞는 향장품 개발의 능력을 갖출 수 있도록 지도한다.

-색채학 (Theory of Color)

색채의 과학적인 부분과 심리적인 부분에 의한 색채의 체계, 색채의 현상, 색채의 기능을 이해하고 색채조화 및 배색의 방법을 인식한다.

-향장연구방법론 (Research methodology of Cosmetic)

연구방법과 관련된 구체적인 지식들을 제공한다. 또한 실제 연구의 수행 시 수집된 자료 (data)를 분석하여 결과를 산출하기 위한 방법도 병행하여 제시한다. 이를 위해 통계의 기본 개념 및 원리, 의미 등을 탐구하고 실제 양적 연구에 적용할 수 있는 방법을 제시한다.

-학위과제(intership)지도 및 연구 (Digital literacy)

학습한 향장학의 제반 이론을 실제 향장산업 현장에 적용 평가할 향장학 전문가로서 현장경험의 기회를 제공한다.

-논문지도 및 연구

3. 교육목표

향장미용교육의 궁극적인 목표는 인간을 아름답고 젊고 건강하게 살아가게 한다는 관점에서 물리, 화학, 피부학 및 예술의 영역까지 확대하여 교육시키고 피부과학의 영역을 핵으로 하여 정신적 및 심리적인 영역까지 연결하여 유기적인 교육을 수행하여야 한다.

따라서 향장미용학은 하나의 독립된 학문으로 접근하는 것은 어려운 일이므로 자연과학과 예능계의 연결된 종합적인 교육이 필수적이다.

VI. 결론

최근 향장미용관련 대학원이 많이 개설되는 것은 아주 바람직한 일이다. 그러나 그에 따른 교과과정이나 교수진 등이 잘 구성되어 내실 있는 대학원이 되어야만 향장미용산업에 크게 기여하게 될 것이다. 그렇지 않고 대학에서 단지 학생정원을 늘이는 하나의 도구로 이용한다면 대학원이 아무리 많은 향장미용전공을 개설한다고 하더라도 향장미용산업에는 도움이 되지 않을 것이다. 정부와 산업체에서 많은 관심과 지원이 있어야만 대학이 발전하고 그리고 여기서 양성되는 전문인력이 향장미용산업 발전에 큰 도움이 될 것이다.

향후 향장미용산업은 산업규모나 국가 경쟁력 등을 감안할 때 정밀화학산업 중 의약품산업 다음으로 큰 산업분야로서 의약품과는 달리 적은 집중투자로서 경쟁력을 가져올 수 있는 산업 분야이다. 그러나 향장미용은 의약품과는 달리 약학대학 등을 통한 전문인력 양성기관도 거의 없었고 또한 정부기관 내에서도 향장미용산업의 발전을 다룰 수 있는 부서도 없는 실정이다. 이러한 시점에서 향장미용관련 대학원이 최근 설립된 것은 아주 바람직한 현상이며 이 또한 대학, 정부, 산업체 등에서 서로 관심을 가져 내실 있는 발전을 기하여 향장미용산업 발전에 도움이 되는 계기가 되었으면 한다.

감사의 글

본 연구는 2002학년도 숙명여자대학교 교내연구비의 지원으로 이루어졌음을 알려드립니다.

[참고문헌]

1. 김주덕 외, 신화장품학, 동화기술, 1997
2. 김주덕 외, 화장품화학, 수문사, 2002
3. 유네스코 아·태 지역 사무처, 성공적인 성인교육 전략, 교육과학사, 1998
4. 생리활성 정밀화학 로드 맵 보고서, 산업자원부, 2002
5. 이주영, 미용계 학과의 발전방향과 커리큘럼에 관한 연구 한국미용학회, 6(2), 2000
6. 김주덕, NT·BT를 이용한 기능성 화장품 개발 전략수립에 관한 연구, 한국미용학회지, 8(2), 2000
7. 김주덕, 4년제 대학 화장품학과 설치 필요성, 대한화장품공업협회지, 제40호(봄호), 1998
8. 이영탁 외, 지식경제를 위한 교육혁명, 삼성경제연구소, 1999
9. 김주덕, 성장 거듭하는 대학원 교육, 화장품신문, 1월14일, 2002
10. 김상진, 화장품 R&D체제 뉴 패러다임(전문인력양성), 장업신문, 1월2일, 2003

ABSTRACT

Recently, many graduate schools related to Cosmetic & Beauty have established, and it is very advisable. However, the following the curriculum or the teaching staff has to be made up well for making a substantial graduate school, and it will contribute largely toward to Cosmetic & Beauty industry. If it is used like a tool for only increasing the quorum of student, it is not a help to Cosmetic & Beauty industry even though many Cosmetic & Beauty courses in the graduate schools are established. The government and the industrial circles have to give thought and support to develop a university. Then special workers who train in this part will be a help to grow Cosmetic & Beauty industry.

Hereafter, Cosmetic & Beauty industry is a big field of industry after medical supplies in the fine chemistry industry when we take the scale of industry and the national competitiveness into consideration. And Cosmetic & Beauty industry is a competitive field of industry with a small investment contrary to medical supplies. However, there are few educational institutions for special workers through the college of pharmacy in Cosmetic & Beauty contrary to medical supplies. Also, there is no position for managing the growth of Cosmetic & Beauty industry in the government agencies. At this point of time, it is very desirable situation that the graduate school related to Cosmetic & Beauty is established lately, and we hope that it is an opportunity for the growth of Cosmetic & Beauty industry through the interests of the university, the government, the industrial circles, and so on.