

패션 인턴십에 대한 교수 및 학생의 의식 연구

유 지 헌
상명대학교 의류학과

A Study of Professor and College Students' Consciousness about a Fashion Internship

Ji-Hun Yu

Assistant Professor, Dept. of Clothing & Textile, Sangmyung University
(2005. 7. 13 투고)

ABSTRACT

The purposes of this study were to analyze the consciousness of the professors and college students about the fashion industry internship and to provide basis data which were to develop an internship program of the fashion company and university and to activate it.

The whole country were classified as Seoul and Gyeonggi division, Gangwon division, Chungcheong division, Yeongnam division, and Honam division for this study.

As object of the questionnaire, the professors of 50 universities and 132 college students from every division were selected by stratified cluster sampling.

The investigation tool for this study was composed of 95 items for two kinds of professor's and two kinds of college student's survey.

The question results were analyzed by frequency analysis and variance analysis, t-test and f-test by spss 10.0.

The contents of research result were as follows :

First, it arranged the opinions of the college students and professors about the internship experience and execution reason, the internship application methods and execution contents, the type of preference company and worked company, the company education contents, internship evaluation and postmortem.

It also proposed the roles of the academic world, fashion industry circles and government for the internship activation.

Key words: fashion internship program(패션 인턴십 프로그램), internship application methods(인턴십 응모방법), internship evaluation(인턴십 평가), internship postmortem(인턴십 사후관리), internship activation(인턴십 활성화)

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

21세기 들어서면서 패션스페셜리스트의 다양화로 이전에는 경험하지 못했던 다양한 업무들이 패션산업계에 창출되고 있다. 그러나 국내 패션산업은 교육과 노동시장의 연계성 부족으로 취업률이 저조하고, 취업자도 전공과 상이한 분야에 취업하는 경우가 많아 비효율성을 띠고 있다.

1990년대 말 이래 국내 여러 대학에서 점진적으로 학생들의 취업난에 관심을 기울이면서 취업지도 개선을 위해 다방면으로 노력하고 있으나 전공별 체계화된 프로그램이나 노력이 매우 미흡한 상황이므로 각 전공별 학생들의 요구가 반영된 프로그램의 개발과 운영이 매우 시급하게 요구된다¹⁾. 패션 관련 교육기관에서의 인력양성 역시 산업현장과 괴리되어 이루어짐으로써 산업현장의 인력수요에 부응하지 못하고 있다는 점이 현재 안고 있는 가장 큰 문제점이다.

최근 정부에서 조차 패션산업 육성정책으로 산·학협력 차원의 인턴십 프로그램의 개발과 실행을 계획하고 있다. 그러나 기존 패션산업의 특성을 반영한 인턴십 프로그램 개발에 관한 연구는 학계나 업계에서 여전히 미흡한 것이 사실이다.

21세기를 맞아 환경이 변화함에 따라 대학도 변화하고 그에 적응을 하여야 할 것이다. 대학이 사회를 리드하기 위해서는 사회의 요구를 인식하고 변화의 기회로 삼아야 한다. 지식정보사회에서의 기업은 현장에 바로 적응할 수 있는 활용성이 높은 전문인 양성을 요구하고 있다. 그러나 패션업계 인턴십 프로그램은 초기 도입단계에도 미치지 못하고 있는 현 시점에서 대부분의 기업들은 인턴학생을 적절히 활용하기 힘들 것으로 본다. 그러므로 패션 관련 학과의 현황이 반영된 인턴십 프로그램을 개발하여 대상기관과의 협력하에 대학에서 운영함으로써 인턴교육의 효과를 높임과 동시에 패션기업에게도 실질적인 도움을 줄 수 있으리라 본다.

최근 국내 패션관련 학과에서도 인턴십, 산학실

습, 현장실습 등의 도입·운영이 증가하고 있는 추세이지만, 패션인턴십 프로그램에 관한 실증적인 연구들은 아직 미흡한 실정이다. 그러므로 프로그램의 주체인 학계의 인턴십에 관한 의식을 조사·분석하여 그들의 실제적인 요구를 정확히 파악하고, 이를 기업에 피드백하여 인턴십 프로그램의 질을 제고할 수 있도록 지원하는 것은 매우 의미가 큰 연구이며, 또한 패션기업의 인적자원 마케팅 활성화에도 도움이 되리라 본다.

따라서 본 연구의 목적은 패션산업 인턴십에 대한 교수 및 학생의 의식을 분석하여 후속 연구인 패션기업 및 패션관련 대학의 인턴십 프로그램 개발에 기초 자료를 제공하는데 있다.

2. 연구의 내용

본 연구는 패션산업 인턴십 프로그램 모델 개발에 선행한 연구로서 다음과 같은 내용을 포함하고 있다.

첫째, 대학의 인턴십 도입 또는 경험 이유를 파악한다.

둘째, 인턴십 응모방법 및 실행내용에 대한 패션 관련학과의 교수와 학생들의 의식을 분석한다.

셋째, 교수와 학생들이 선호하는 인턴십 회사와 근무유형을 조사·분석한다.

네째, 인턴십 교육 및 실습내용에 대한 교수 및 학생의 의식을 분석한다.

다섯째, 인턴십 평가 및 사후관리에 관한 교수 및 학생의 의견을 파악한다.

3. 연구 방법 및 절차

본 연구를 위한 설문조사의 모집단은 대학의 패션관련 학과 교수 및 패션관련 전공 대학생이므로 먼저, 한국대학교육협의회²⁾와 한국전문대학교육협의회³⁾에 등재되어 있는 패션유관 대학 총 124개를 선정하였다. 이들 모집단을 대표하는 표본 중 대학 교수집단은 전국에 분포되어 있는 대학을 지역별 유층화 군집표집방법(stratified cluster sampling)에

의해 서울·경기권, 강원권, 충청권, 영남권, 호남권으로 분류하였으며 각 지역별 대학수의 비율로 총 50개 대학을 선정하였다. 대학생 표본은 위의 선정대학에서 성별구분 없이 4배수의 비율로 총 200명을 선정하였으나 최종 132명만이 채택되었다.

측정도구의 신뢰도와 타당도를 높이기 위하여 선행연구 및 정부 간행물 등을 기초로 서술형 설문을 제작하여 패션관련학과 교수와 대학생 각 20명에게 실시한 후 그 내용을 바탕으로 설문 문항을 작성하였다. 작성된 설문 문항은 2004년 5월에 각 분야별로 예비조사를 실시한 후 수정·보완되었다. 최종 설문조사는 2004년 8월 27일부터 10월 30일까지 약 두 달에 걸쳐 연구자들이 직접방문, 우편, 팩스, 인터넷 메일 방법 등을 통해 진행되었다.

조사대상의 배경 특성은 <표 1>과 같다.

<표 1> 조사대상의 배경 특성

소재지 대학 수(개교)		실행/비실행 대학 수(개교)		소재지별 조사대상 인원 수(명)		경험/무경험 학생 수(명)			
서울·경기권	18	실행 대학	27	서울·경기권	39	유경험 (4년제) 33	유경험 (2년제) 10	무경험 (4년제) 65	무경험 (2년제) 23
강원권	1			강원권	4				
충청권	8			충청권	33				
영남권	17	비실행 대학	23	영남권	43				
호남권	6			호남권	13				
계	50			계	132				

<표 2> 조사도구의 구성 및 내용

학교 학생 조사	응모내용	응모방법
	회사/근무 유형	응모회사유형/근무유형
	교육내용	교과과정 개설여부/ 인턴십 담당교수 유무/ 학생들에게 제공되는 교육내용/실습내용/부여과제/과제유형
	평가내용	학점부여 여부/ 인정 학점수/ 평가비중
	실행내용	실습시기/ 인정하는 실습기간/ 학생들의 인턴십 실시횟수
	처우 및 사후관리	사후 관리내용
실행 대학용 비실행 대학용	수당내용	수당에 대한 의견
	도입내용	도입이유
유경험 학생 무경험 학생	도입내용	도입계획여부/ 도입예상시기/ 도입한다면 이유/ 도입한다면 발생할 문제점
	경험내용	인턴십 경험동기
	경험내용	인턴십을 경험하지 못한 이유

4. 조사도구 및 분석방법

본 연구를 위한 조사도구는 학계에서의 인턴십 프로그램 개발을 위한 전반적인 내용을 파악할 수 있는 교수용(인턴십실행교, 인턴십비실행교)과 학생용(인턴십 유경험자, 인턴십 무경험자) 4종의 설문지에 총 95개 문항으로 구성되었다.

설문결과는 spss 10.0을 사용하여 빈도분석과 분산분석 t-검정과 f-검정을 실시하여 분석 하였다.

조사도구의 구체적인 내용은 다음 <표 2>와 같다.

II. 이론적 배경

1. 인턴십의 개념 및 기대효과

인턴의 초기 의미는 의사면허를 받고 수련을 받

는 전공의(專攻醫)로서 이들은 일정한 수련병원에 소속되어 있으며 전과목에 걸쳐 순환근무를 하며 임상수련을 받는 실습생을 일컬었다⁴⁾. 국내에서의 이러한 인턴제도는 1914년 세브란스병원에서 처음 실시되었다. 그러나 오늘날의 Internship은 보다 확장적인 의미를 내포하고 있다. 즉 intern의 신분이나 지위, 기간을 일컫는 용어로서, 일정 신분으로 일정 기간 동안 특정기관에서 학문이나 기술을 연구하거나 습득하는 수습 또는 연수, 남이 하는 것을 직접 보고 실제로 제 손으로 다루어 보면서 일정한 기능이나 기술을 배우고 익히는 견습, 그리고 강의나 강습으로 배운 이론을 현장이나 현실에서 실제로 다루어 보거나 눈으로 직접 보고 익히는 실습 등의 의미를 포함하고 있다.

Kariya⁵⁾는 인턴십은 학생들에게 생생한 현장 경험을 제공해 주며, 학생들에게 보다 나은 커리어를 쌓는데 결정적 역할을 한다고 하였다. 이와같이 체계적인 인턴십 프로그램은 학생 뿐만 아니라 대학에서도 커다란 효과를 기대할 수 있다. 즉 대학에서는 첫째, 학생들을 그들의 적성과 소양에 적합한 직업을 선택할 수 있도록 경쟁력 있는 교육을 제공할 수 있을 것이다. 둘째, 대학에서 부족한 이론교육이 무엇인가를 파악하여 보완 시킬 수 있을 것이다. 셋째, 별도의 투자 없이 학교 교육에서 부족한 인적, 물적, 정보자원을 보충할 수 있을 것이다. 넷째, 현장의 의견이 수렴된 교과과정 및 교재를 개발할 수 있을 것이다. 다섯째, 대학과 업체와의 연계망 강화로 효과적인 취업지도를 할 수 있을 것으로 기대된다.

학생들에게는 첫째, 학교에서 배운 이론과 실제를 접목시킬 수 있는 기회가 주어질 것이다. 둘째, 산업현장에서의 업무 흐름을 파악할 수 있으며, 조직문화의 이해를 통해 적응력을 고취시킬 수 있을 것이다. 셋째, 자신의 능력을 평가하여 보완할 수 있으며 인간관계를 형성 시킬 수 있을 것이다. 넷째, 문제해결능력, 팀워크, 리더십 스킬, 커뮤니케이션 능력의 중요성을 인식하고 향상시킬 수 있으리라 기대된다.

2. 선행 연구 고찰

주정은⁶⁾은 국내 학생들의 인턴십 경험에 대한 인식조사에서 관리자와의 정기적인 상담, 프로그램 목표 및 체계, 리더십 자질의 배양, 발표기회를 통한 전문지식 배양 등을 포함해서 인턴십 프로그램에 대한 전반적인 만족도가 매우 낮게 나타났다고 하였다. 나정기⁷⁾의 연구에서도 역시 산학실습 내용 중 인턴십 프로그램 구성내용과 체계, 실무지식 습득 정도에서 대체적으로 낮은 만족도를 보이고 있었다고 한다.

Petrillose 와 Montgomery⁸⁾는 인턴십 프로그램은 교육의 주체인 학생들에게 직업교육으로서 현장경험 교육을 제공하는 것으로서 선진국 대부분의 대학교에서는 인턴십을 정규 교과과정에 포함하여 운영하고 있으며 프로그램에 대한 학교, 업체, 학생들의 평가도 함께 이루어지고 있다고 하였다.

김대우·강길훈⁹⁾은 국내 기업의 인턴사원 제도의 기간이 짧고 교육 프로그램이 다양하지 못하여 교육의 효과를 최대로 발휘할 수 없으며, 명문대 인기학과 학생들에게 기회가 집중되는 현상을 지적하였다. 또한 대학입장에서는 학사일정의 공백과 면학분위기상의 문제점이 지적되었으며, 기업입장에서는 인턴 기간이 짧아 개인에 대한 평가가 곤란하다고 하였다. 반면 학생 입장에서는 기업에 대한 전반적인 사항과 적성 부합의 정도판단이 어렵다는 것을 지적하였다. 인턴사원 채용 제도의 효과를 극대화시키기 위해서는 모든 학교와 전공 학생들에게 동등한 기회를 부여하고, 지역적인 특색을 살려 선발하고, 사후관리를 철저히 하는 보완책이 이루어져야 한다고 하였다. 즉, 인턴기간 동안 보다 더 계획적이고 다양한 인턴실습 프로그램을 개발하여 기업이 개인을 평가하는 데는 물론, 학생이 기업을 파악하는 데 실질적인 도움이 될 수 있도록 해야 할 것과 인턴실습 기간 중 부서 간 순환근무나 현장 배치 등을 통하여 다양한 경험 제공이 가능하도록 배려해야 하며, 현행 평가 방법의 다각화와 합리적인 개선 방안을 모색하여야 할 것이라고 하였다.

Maynard¹⁰⁾는 유급 인턴그룹과 무급 인턴그룹 간의 기회분석을 의미 네트워크 분석에 의해 시도

하였다. 의미네트워크 분석은 편지에 나타난 차이로 비교하였다. 무급그룹에서는 '신용, 유연한 스케줄, 관리'에 의해 상호 발생하는 '기회'가 중요시 되었으며, 유급 그룹에서는 작문기교와 작업과 관련된 업무를 강조한다고 하였다. Knemeyer, Murphy¹¹⁾는 인턴십은 그 시대 로지스틱 전공을 위한 필수 요소로 부상되고 있으며, 흔히 인턴학생과 고용주의 win-win현상으로 보여 지고 있다고 하였다. 이처럼 로지스틱 인턴십의 중요성이 강조되에도 불구하고 기업과 학교 관계자간의 토론은 미비하다고 지적하였다. 그들은 문헌적 결핍을 보완하고자 문항 조사로 학생과 고용주간의 차이점을 파악하고, 그 속에 함축된 의미를 규명하였다. Kariya¹²⁾는 인턴십은 학생들에게 생생한 현장 경험을 제공해 주며, 학생들에게 보다 나은 커리어를 쌓는데 결정적 역할을 한다고 하였으며, 최근 고용 전망에서 현장경험은 매우 귀중한 증거가 된다고 하였다. NACE(National Association for College and Employers)의 보고에 의하면 졸업생의 36.4%가 고용에서 제외되는데 이들의 대부분은 고용 경력이 없었다고 하였다.

Gifford¹³⁾는 소매 인턴십의 효과와 결과에 대한 3단계 퍼듀 인턴십 프로그램을 개발 하였다. 첫째 단계에서는 교수진, 고용주, 인턴학생을 대상으로 퍼듀프로그램의 만족도, 중요목표 범위, 소매인턴십 등을 조사하였다. 이들 3그룹은 모두 퍼듀 소매 인턴십 프로그램이 그들의 목적을 달성할 수 있으리라고 인식하였다. 두 번째 단계에서 수행평가, 소매인턴, 그리고 두 그룹(실습학생그룹: 교실학생그룹)들이 사전, 사후 검토되었다. 피험자들은 학기 초와 14주 후에 각각의 활동수행에 인식된 기술을 평가 받았다. 실습학생군은 29개 소매활동 중 8개 분야에서 긍정적인 반응을 보였다. 기술을 증진시키는데 경험의 강도와 소매 경험은 무관하게 나타났으며, 실습학생집단과 교실학생집단에도 차이가 없었다. 세 번째 단계는 결과 평가로써, 소매관리 프로그램 이수 학생들은 질문 문항을 통해 인터뷰, 장소, 임금정도에 관한 정보를 경험한 것으로 나타났다. 두 그룹간의 채용율이나 초봉에는 차이가 나타나지 않았다. 그러나 소매 활동의 인지능력, 채용, 봉급상에

는 약간의 차이가 있었다고 하였다.

Sheldon¹⁴⁾은 패션소매 인턴십에 있어서 소매상과 학생, 교육자를 위한 인턴십 프로그램 개발, 인턴조직과 인턴대상자간의 협상, 다양한 소매점(백화점, 전문점, 할인점, 체인점과 비체인점, 소매상과 학생, 슈퍼바이저와 학교 관계자) 간의 반응을 비교 분석하였다. 소매상인들은 학교의 소매관련 교과과정, 학교와 당점간의 근접성에 관심을 보였으며, 인턴 선정시 인성, 활동성, 리더십, 소매관련 전공 여부, 소매점에서의 경험, 평점 등의 순으로 관심을 보였다. 여기서 교수와 소매상인이 모두 중요시 여긴 사항은 의사소통능력, 인간관계, 상품기획력, 그리고 관리능력이었다. 교수들은 소매상인들 보다 바이어의 역할과 관련된 행동에 관심을 보였으며, 소매상인들은 교수보다 매일 매일의 활동력을 높게 평가했다. 비체인점 상인은 체인점보다 넓고 다양한 활동에 관심을 보였으며, 본점이나 사무소 관계자는 지점관계자보다 바잉과 관련된 활동에 관심을 보였다. 지점관계자는 본점관계자보다 관리책임에 더 관심을 보였다.

이상의 연구들은 인턴십 프로그램의 구성요소 및 만족도, 유급인턴그룹과 무급인턴그룹간 주요 업무 내용 비교, 학생과 고용주의 입장 차이, 인턴십의 역할 및 중요성, 소매 인턴십 프로그램 개발 및 평가에 대한 내용이 주를 이룰 뿐 패션산업 인턴십에 대한 대학교수 및 학생들의 의견에 관한 연구는 이루어지지 않았다.

그러므로 본 연구에서는 인턴십을 운영하고 있는 대학 및 실습 당사자인 학생들의 의견을 분석하여 바람직한 인턴십 프로그램 개발의 기초 자료를 제공하고자 한다.

Ⅲ. 결과 및 논의

패션산업 인턴십 프로그램 모델 개발에 앞서 본 연구에서는 패션관련학계의 교수와 학생들을 대상으로 인턴십 실행 및 경험 이유, 인턴십 응모방법 및 실행내용, 선호회사 및 근무회사의 유형, 교육내용, 인턴십 평가 및 사후 관리에 관한 의견을 인턴십 실행·비실행학교와 유경험·무경험 학생 별로 분

석하고자 한다.

1. 인턴십 도입 내용

1) 인턴십 도입·경험 이유 및 계획

인턴십 실행 또는 도입이유에 대한 설문에서 실행대학과 비실행대학 교수들 간에는 <그림 1>에서와 같이 유의한 차이를 보이고 있었다. 즉 실행대학 교수들은 '현장경험을 학생들에게 제공해 주기 위하여(37%)'에 가장 높은 반응을 보였으며, 다음으로 '학생장래 취업을 위하여(35%)' '경력자 우대 때문에(8%)' '산학공동 연구 개발을 위하여(7%)'순으로 응답하였다. 반면 비실행학교는 전체의 응답 대학의 47%였으며, 이들 중 약 85%가 2-3년 내에 인턴십을 도입할 계획이 있다고 답하였다. 이들 대학의 인턴십 도입이유로는 '학생들의 장래 취업을 위하여(35%)'가 가장 높았으며, 다음으로 '현장경험을 제공해 주기 위하여(32%)' '산학공동연구 개발을 위하여(17%)' '경력자 우대 때문에(11%)'순으로 나타났다.

이를 통합 분석한 결과는 '학생장래취업을 위하여 / 현장경험을 제공해 주기 위하여(각 34%)'가 가장 높았으며, 다음으로 '산학공동연구를 위하여(12%)' '경력자 우대 때문에(9%)'순으로 나타났다. 이러한 결과는 인턴십이 학생에게는 취업이나 현장교육을 제공할 수 있는 기회로 인식되고 있었으며, 교수들에게는 산업체 인사들과의 공동연구의 기회를 마련하는 장으로 인식되고 있다고 볼 수 있다.

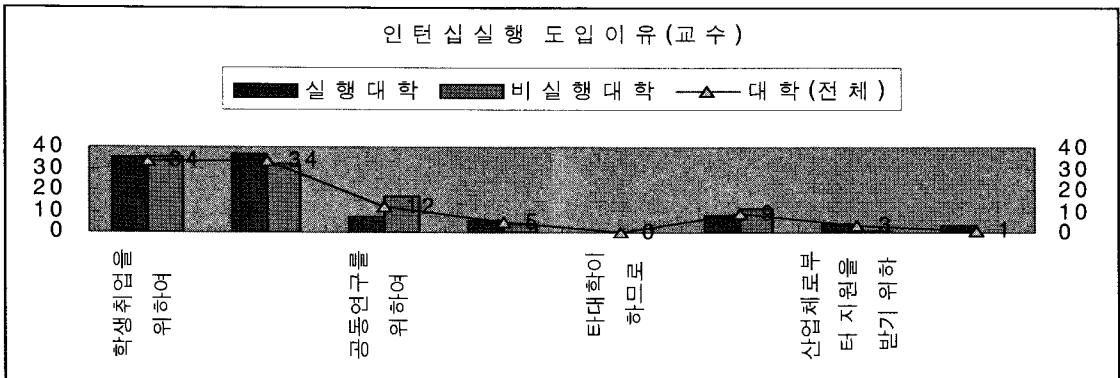
인턴십을 경험한 학생들의 경험동기를 묻는 질문에 '현장경험을 하기위하여(48%)'가 가장 높게 나타났다으며, 다음으로 '취업을 위하여(32%)' '학점을 따기 위하여(4%)'순으로 나타났다. 이러한 결과가 나타난 이유는 현재 대학에서 인턴십이 학점으로 인정되지 않기 때문도 있겠지만 학생들은 인턴십을 단순히 학점을 이수하기 보다는 취업을 위한 중요한 수단으로 인식하고 있다고 볼 수 있다.

인턴십 무경험 학생들이 경험하지 못한 이유를 묻는 질문에 '인턴십 채용회사가 없어서(35%)'라는 응답이 가장 높았으며, 다음은 '희망하는 회사가 없어서(18%)' '지방이라서(13%)'라는 대답이 주를 이루었다. 이로부터 현재까지 인턴십을 허용하는 회사가 매우 부족할 뿐만 아니라 특정 지역에 치우쳐 있음을 알 수 있었다. 즉 인턴십을 원하는 학생들을 수용할 회사들의 적극적인 참여와 인식 변화가 시급하다고 볼 수 있다.

2. 인턴십 응모 방법 및 실행 내용

1) 인턴십 응모 방법

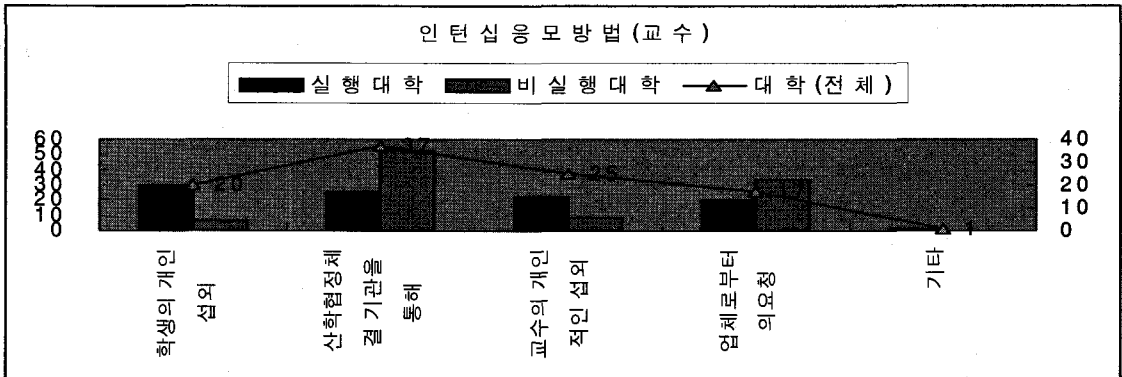
인턴십 응모방법을 조사한 결과, 인턴십 실행대학과 비실행대학 교수간에는 <그림 2>에서와 같이 유의한 차이를 보이고 있었다. 즉 인턴십 실행 대학에서 실행하고 있는 응모방법으로는 '학생의 개인소외(30%)'가 가장 높게 나타났으며 다음으로 '학과와의 산학협정 체결 기관을 통해(26%)' '교수의 개



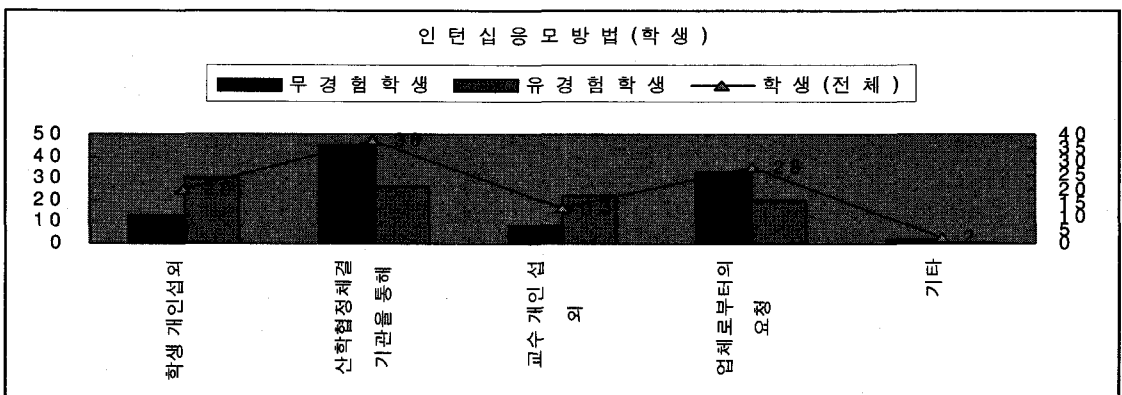
<그림 1> 인턴십 도입 이유

인적인 섭외(22%)’ ‘업체로부터의 요청을 통해(20%)’ 순으로 나타났다. 그러나 비실행 대학교수들은 ‘학과와의 산학협정체결기관을 통해(52%)’서 인턴십을 응모하는 것을 선호하였으며, 다음으로 ‘업체로부터 요청을 통해(33%)’ ‘교수의 개인적인 섭외(9%)’ ‘학생개인섭외(3%)’ 순으로 희망하였다. 이들을 통합한 전체교수들의 의견으로는 ‘학과와 산학협정 체결기관을 통해서(37%)’가 가장 높게 나타났으며 다음으로 ‘업체로부터의 요청을 통해서(25%)’ ‘학생개인섭외(20%)’ ‘교수 개인섭외(17%)’ 순으로 나타났다.

으며, 다음으로 ‘산학협정기관을 통해서(26%)’ ‘교수개인섭외(22%)’ ‘업체로부터의 요청에 의해(20%)’ 순으로 나타났다. 반면, 무경험 학생이 선호하는 인턴십 응모방법은 ‘학과와 산학협정을 통한 방법(45%)’이 가장 높았으며, 다음으로 ‘업체로부터의 요청을 통한 방법(33%)’ ‘학생개인 섭외(13%)’ ‘교수 개인섭외(8%)’ 순으로 나타났다. 이를 통합 분석한 결과를 보면 ‘산학협정기관을 통해(38%)’가 가장 선호되었으며, 다음으로 ‘업체로부터의 요청(28%)’ ‘학생개인섭외(20%)’ 순으로 나타났다.



<그림 2> 인턴십 응모방법에 대한 대학 교수의 의견



<그림 3> 인턴십 응모방법에 대한 학생의 의견

유경험 학생과 무경험 학생 집단간에도 <그림 3>에서와 같이 유의한 차이를 보였다. 즉 인턴십 유경험학생들은 ‘개인섭외(30%)’로 가장 많이 응모하였

이 중 ‘학과와 산학협정을 통한 방법’은 2004년도 이후 교육부 지침에 의해 각 대학의 산학협력단이 발족되어 각 대학에서 적극 수용하고 있는 실정이

므로 '교수의 개인적 섭외(22%)'와 '업체로부터의 요청(20%)'에 의한 방법이 '산학협정체결기관을 통한 방법'으로 편입 가능하리라 사료된다. 그러므로 향후 인턴십 응모방법으로는 '산학협정'이라는 단일화된 채널을 통한 방법'이 바람직 하리라 본다.

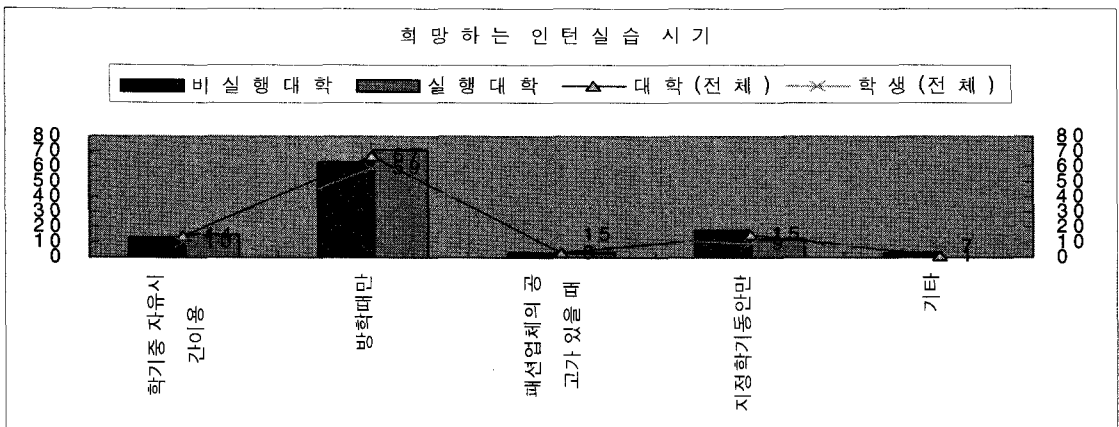
2) 인턴십 실습 시기

인턴십을 하기에 가장 적합한 시기에 대하여 인턴십 실행 대학의 교수와 비실행 대학의 교수 간에는 유의한 차이가 있었으나 이들 모두가 <그림 4>에서와 같이 '방학때(71%,63%)'가 가장 적합하다고 답하였으며 몇 학년 방학 때가 가장 적합한가에 관한 질문에 '2-3학년 방학(49%)'이 가장 적합하다는 가장 낮은 응답을 보이고 있는데 이것은 패션업

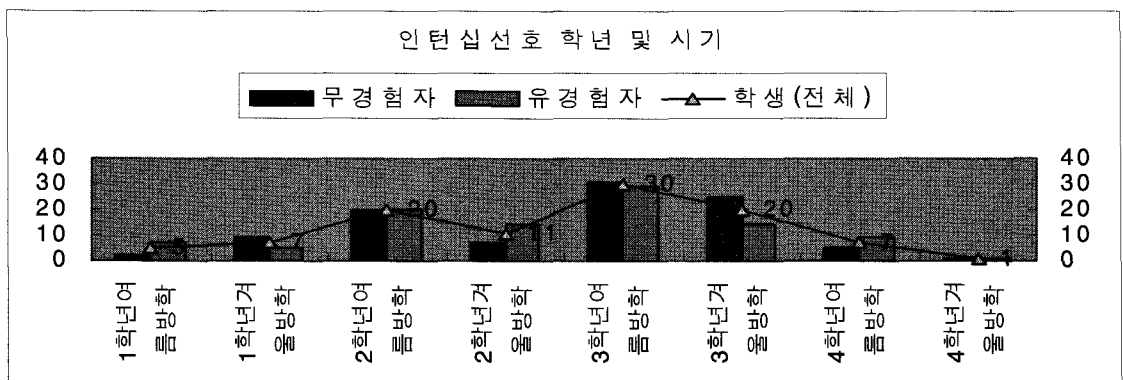
체의 공고가 주로 대학 학기가 가장 바쁜 학기 초나 시험 기간과 겹치기 때문이며 이처럼 불규칙한 일회성 인턴십은 체계적인 현장학습의 효과를 보기 힘들기 때문이라 사료된다.

대학생의 경우, 인턴십 경험자와 무경험자 간에 유의한 차이는 나타나지 않았다. 이들 역시 '방학때(59%)'를 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 다음으로 '패션업체의 공고가 있을 때마다(15%)' '학기 중 자유시간(10%)' '지정학기 동안만(9%)' 순으로 답하였다.

인턴십 실습 학년 및 방학시즌에 대한 설문에는 <그림 5>에서와 같이 학생들의 대부분은 2-3학년 방학 때 인턴십 경험을 희망하였으며 3학년 여름방학을 가장 선호하는 것으로 나타났다.



<그림 4> 교수/학생이 선호하는 인턴실습 시기



<그림 5> 선호하는 인턴십 실습 학년 및 방학 시즌

이러한 결과는 2개월간의 방학 기간동안 현장 학습에 충실할 수 있으며 겨울보다는 여름이 낮이 길고 활동하기에 편하기 때문이며, 졸업 전 학년인 2학년과 3학년 때 인턴십을 경험해 봄으로서 자신을 평가해 보고 보완할 기회를 갖을 수 있기 때문이라 본다.

3) 인턴십 실습 횟수

인턴십 경험횟수 또는 희망횟수에 관한 질문에 실행대학 교수집단과 비실행대학 교수 집단에는 유의한 차이를 보였다. 즉 현재 실행하고 있는 대학의 교수들은 <그림 6>에서와 같이 '1회(82%)'에 높은 응답률을 보였으나, 비실행 대학의 교수님들은 '2회(53%)'가 적당하다고 답하였다. 그러나 통합 분석

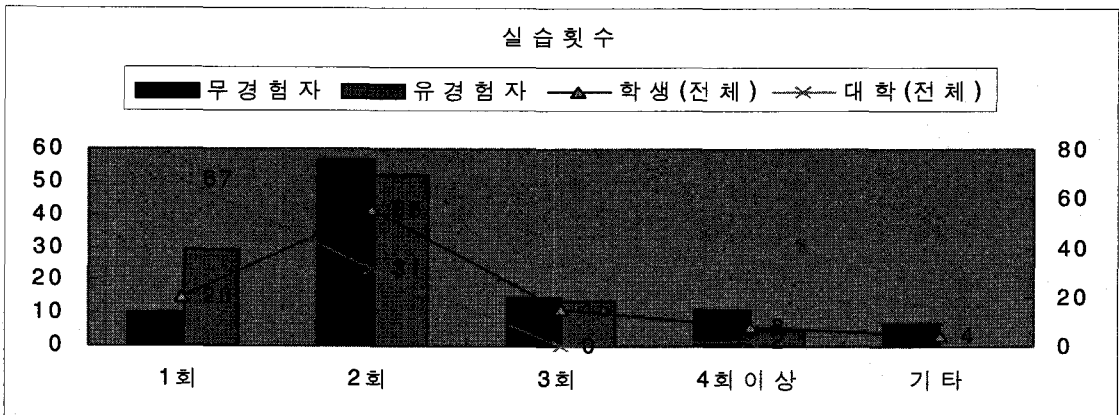
결과는 '1회(67%)'가 가장 높게 나왔다.

대학생의 두집단은 유의한 차이 없이 모두 '2회의 경험(55%)'을 가장 선호 하는 것으로 나타났다. 그러므로 대학에서는 학생들에게 2회에 걸친 인턴십 프로그램을 개발하는 것이 바람직하리라 본다.

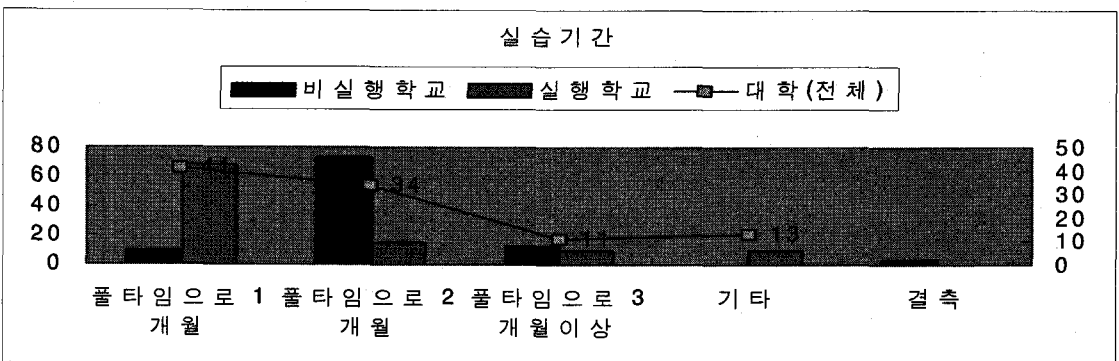
4) 인턴십 실습 기간

현재 인턴십을 실행하고 있는 대학에서는 <그림 7>에서와 같이 '풀타임으로 1개월 (68%)'을 가장 많이 실행하고 있는 것으로 나타난 반면, 비실행 대학에서는 '풀타임으로 2개월(73%)'를 가장 선호하는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 대학에서는 교수나 학생 모두가 인턴십 기간을 장기간 보다는 방학과 같은 단기간



<그림 6> 인턴십 횟수



<그림 7> 인턴십 실습 기간

에 실시하여 대학 정규과정에 지장이 미치지 않는 것을 바라고 있다고 볼 수 있다.

3. 인턴십 회사 유형 및 근무 유형

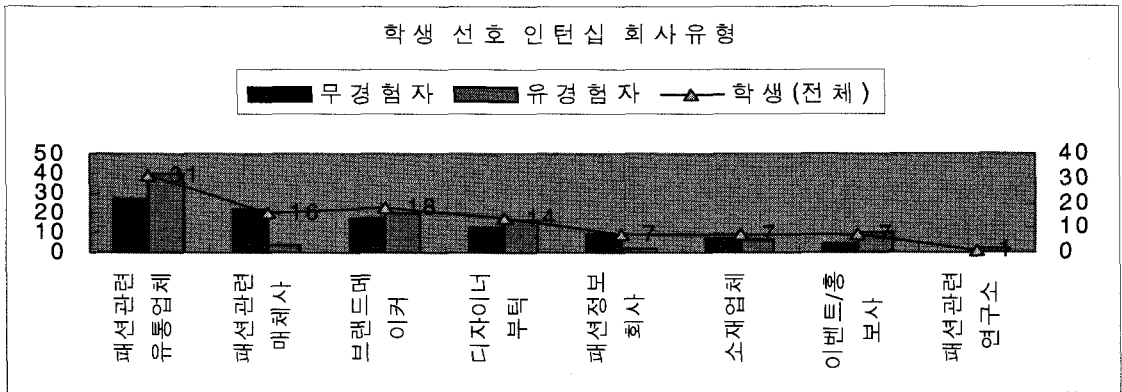
1) 인턴십 회사 유형

인턴십을 경험한 학생들이 실습한 업체 유형으로는 <그림 8>와 같이 '유통업체(37%)'가 가장 많았으며 다음으로 '브랜드메이커(18%)' '디자이너 부티크(15%)' '이벤트/홍보회사(9%)' '소재회사(6%)' 순으로 나타났다. 무경험학생들도 역시 '유통업체(27%)'를 가장 선호하고 있었다. 그러나 '브랜드 메이커나 디자이너 부티크'와 같은 생산업체 보다는 '관련매체사(22%)'나 '패션정보회사(9%)' 등과 같은 기관을 보다 선호하는 것으로 나타났다.

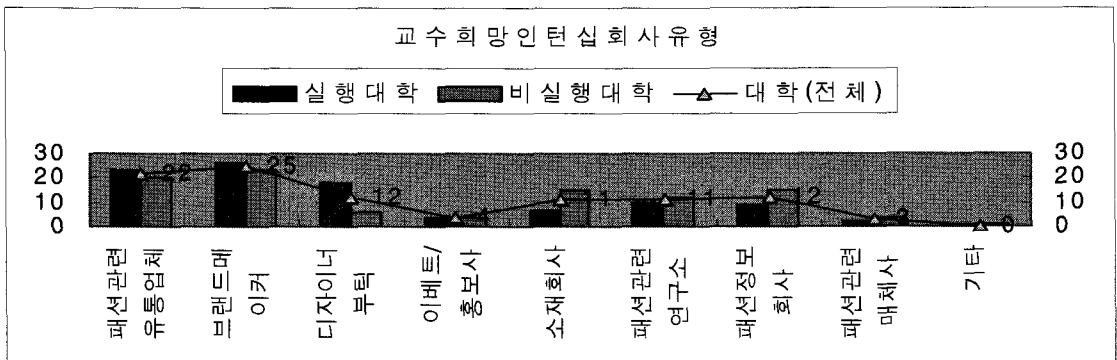
이상을 정리해 보면, '유통업체'에서의 인턴십 수요가 가장 많았으며, 학생들도 가장 선호한 것으로 나타났다. 이것은 수요와 접근 용이성, 근무 환경 그리고 수당이 타 업체보다 우수하기 때문이라 사료된다.

'브랜드메이커'와 '디자이너 부티크' 분야 역시 수요가 있었으며, 학생들 역시 선호하고 있었다. 그러나 패션전문TV, 인터넷방송, 홈쇼핑방송, 전문 잡지 및 신문 등과 같은 '패션관련매체사'와 '패션정보회사'에서 인턴십을 희망하는 학생들이 많은 것으로 나타나 향후 이들 업체에서도 인턴십 프로그램에 관심을 가질 수 있도록 대학측에서 먼저 인턴십 프로그램을 기획·제안할 필요가 있다고 본다.

반면, 대학의 교수들은 <그림 9>에서와 같이 학생들이 '브랜드 메이커(25%)'와 '패션관련 유통업체



<그림 8> 학생들이 선호하는 인턴회사 유형



<그림 9> 교수들이 희망하는 인턴회사 유형

(22%)에서 인턴십 경험 쌓는 것을 희망하는 것으로 나타났는데, 그 이유는 '브랜드 메이커'에서의 실습은 의복의 전반적인 생산기획과정을 실습할 수 있기 때문이며, '유통업체'는 최근 패션 업계에서 가장 중요시 하는 소비자에 관한 지식과 경향 파악을 습득할 수 있는 기회이기 때문이라 사료된다.

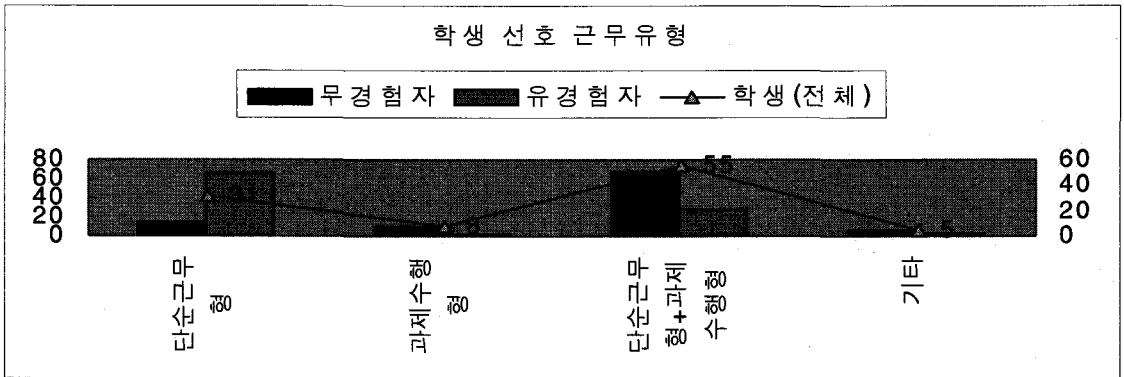
이 외에 교수들은 '디자이너부터' '패션정보회사' '소재회사' 순으로 실습하기를 희망하였다. 이중 '디자이너부터'는 규모는 작지만 이곳에서 패션 시장조사, 디자인, 패턴, 봉제, 수선, 서비스에 관한 다양한 경험을 쌓을 수 있다는 장점이 있다고 본다. '패션정보회사'는 최근 학생들이 선호하는 인턴십 중 하나이나 아직 수요가 적은 실정이며, 저학년 보다는 고학년에 적합하다고 볼 수 있다. 본 조사에서 비록 선호 순은 낮게 나타났지만 '소재회사'는 패션전공

학생에게 가장 기초적이며 필수적인 현장학습이 가능한 회사로써 저학년에 적합한 곳이기 때문에 향후 인턴십 대상업체로 적극 검토할 필요가 있다고 본다.

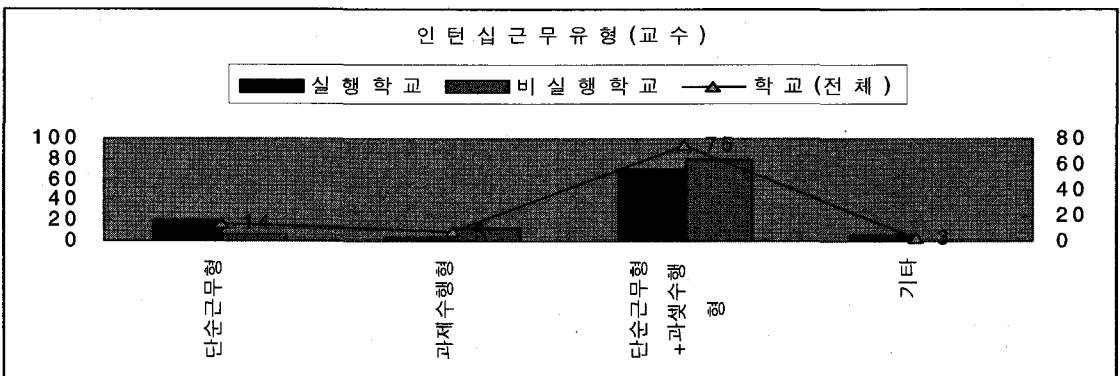
2) 근무 유형

근무유형에 대해서는 유경험집단과 무경험집단에 유의한 차이를 보였다. 즉 인턴십 경험학생의 근무유형은 '단순근무형(67%)'이 가장 높게 나타난 반면, 비경험 학생들이 희망하는 근무유형은 '단순근무와 과제수행의 혼합형(68%)'을 가장 선호하였다. 이를 통합 분석한 결과 <그림 10>에서와 같이 '단순근무 + 과제수행형(55%)'이 가장 높게 응답되었다.

실행대학과 비실행대학 교수들은 <그림 11>에서



<그림 10> 학생 선호 인턴십 근무 유형



<그림 11> 교수들 선호 인턴십 근무유형

와 같이 '단순근무와 과제수행형(71%, 80%)'을 각각 선호하였으나 실행대학 교수들은 다음으로 '단순근무형(21%)' '과제수행형(3%)'순으로 나타난 반면 비실행대학 교수들은 '과제수행형(13%)' '단순근무형(7%)'순으로 나타났다. 이것은 현재 인턴십을 실행하고 있는 대부분의 패션기업들에게 인턴십 교육을 위한 프로그램이 부재함을 의미한다. 그러므로 인턴십을 운영하고 있거나 운영할 계획이 있는 패션기업을 위한 담당부서별 실습 가능한 내용과 실습 방법 그리고 스케줄 등을 고려한 커리큘럼, 탄력적 종합평가를 위한 과제 수행형 프로그램의 개발이 시급하다고 본다.

4. 인턴십 교육/실습 내용

1) 인턴십 담당교수

인턴십을 담당할 전담교수의 존재 여부를 묻는 질문에 현재 인턴십을 실행하고 있는 대학에서는 56%가 부재한 것으로 나타났다. 그러나 인턴십을 아직 실행하고 있지 않은 대학의 교수들은 그 필요성을 더욱 느끼고(67%) 있는 것으로 나타났다.

인턴십을 경험한 학생들의 응답에서도 인턴십 전담교수가 계셨던 경우는 응답학생의 54%정도였으나, 비경험학생들의 82%가 담당교수를 희망하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과로부터 대학의 교수와 학생 모두가 인턴십을 담당할 교수를 희망하고 있다고 볼 수 있다. 그러므로 대학에서는 인턴십

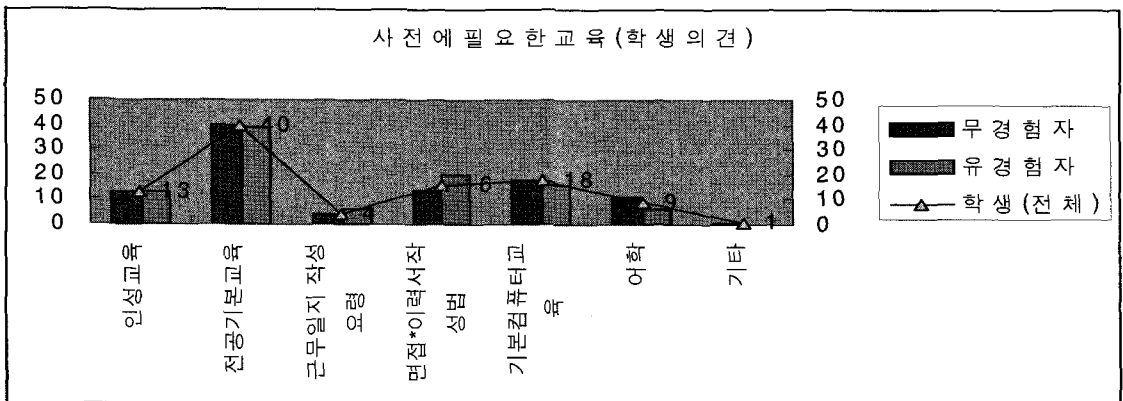
교과과정을 개설해서 전담교수를 지정하여 운영할 수도 있고, 각 학년의 지도교수가 담당하는 방법을 택할 수도 있을 것이다.

2) 인턴십 교과과정 개설

인턴십관련 교과과정 개설 여부를 묻는 질문에 인턴십을 실행하고 있는 대학의 68%만이 교과과정이 개설되어있다고 답하였다. 이에 반해 비실행대학의 교수들은 '개설이 필요하다'에 73%로 높은 응답을 보이고 있으므로 향후 인턴십을 실시할 대학이 늘어날 것을 예상하면 대학에서의 교과과정 및 학점 체계상 변화가 불가분하다고 볼 수 있다.

3) 인턴십 사전 교육 내용

인턴실습 시 필요한 교육 내용을 알기위하여 '인턴십을 위하여 사전에 학습해야 한다고 생각하는 내용'을 설문한 결과 인턴십 경험학생들과 무경험 학생들 간에는 <그림 12>에서와 같이 유의한 차이를 보이고 있었다. 즉, '전공기본교육(각각 40%)'에 대한 필요성은 인턴십 경험 또는 무경험 학생 모두에게 가장 높게 나타났다. 그러나 유경험 학생들은 '면접 및 이력서 작성법에 관한 교육(20%)' '기본컴퓨터교육(16%)' '인성교육(13%)' '어학/근무일 작성법(6%)'순으로 필요하다고 느낀 반면, 무경험 학생들은 '기본 컴퓨터 교육(18%)' '면접 및 이력서 작성법(14%)' '인성교육(13%)' '어학교육(10%)'순



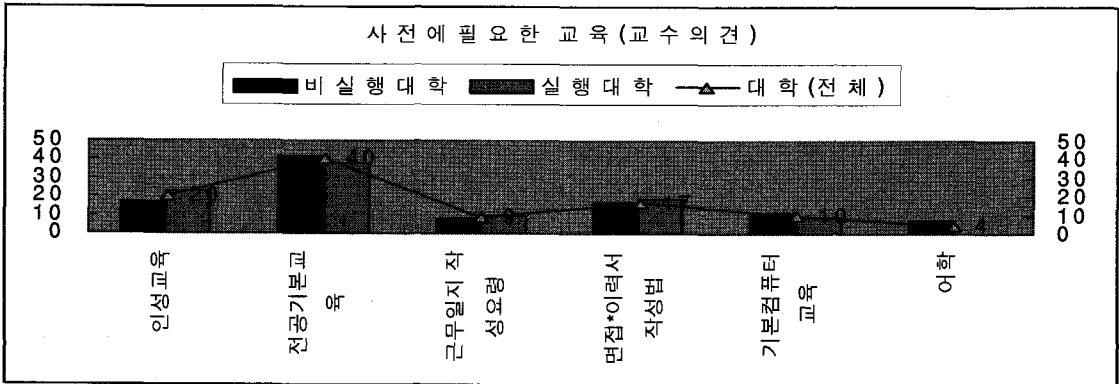
<그림 12> 사전에 필요한 교육내용(학생의견)

으로 중요시 여기고 있었다.

이들은 모두 어학 및 근무일지작성요령에 대해서는 중요도를 부여하지 않았다.

인턴십을 실행한 학교의 교수와 비실행교 교수 간에도 유의한 차이가 나타났다.

이로부터 인턴십 경험이 있는 학교의 교수들은 '인성교육' '면접·이력서작성법' '근무일지 작성요령' 과 같은 현장업무와 직접적으로 연결되는 교육의 필요성을 학생들로 부터의 feedback 받고 있음을 알 수 있었다.



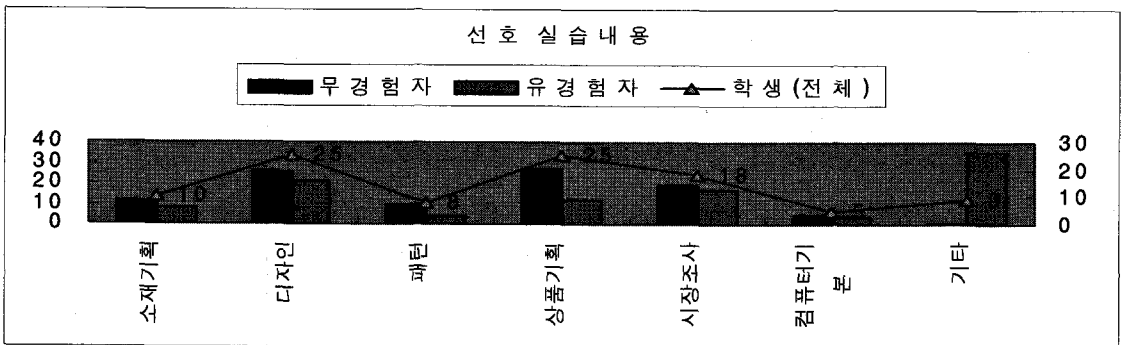
〈그림 13〉 사전에 필요한 교육내용(교수의견)

〈그림 13〉에서와 같이 교수 모두가 '전공기본교육(37%, 41%)'을 가장 중요시 여기고 있었으나, 그 외의 교과목에서는 차이를 보이고 있었다. 즉 인턴십을 실행하고 있는 대학의 교수들은 '인성교육(23%)' '면접·이력서작성법(18%)' '근무일지 작성요령(10%)' '컴퓨터교육(9%)' 순으로 사전 학습 필요성을 제시한 반면에, 비실행 대학의 교수들은 '면접·이력서작성법/인성교육(각17%)' '컴퓨터교육(11%)' '근무일지 작성요령(8%)' '어학교육(7%)' 순으로 중요시 여기는 것으로 나타났다.

'인성교육'의 중요성은 기업의 관계자들이 종종 지적하는 사항으로 대학의 교양교과목에 개설되어야 할 과제라 본다. 이외에 '면접법·이력서 작성법' 등도 그 중요성이 강조되고 있으므로 졸업 전 1-2 회 정도의 특강형식으로 학생들에게 교육이 이루어 지는 것이 바람직하리라 본다.

4) 인턴 실습 내용

인턴 실습 내용을 파악하기 위하여 학생들을 대상으로 '인턴 실습 내용'에 관해 분석한 결과 〈그림



〈그림 14〉 학생 선호 인턴 실습 내용

14)에서와 같이 인턴십 유경험과 무경험 두 집단간에는 차이를 보이고 있었다. 즉 인턴십 유경험 학생들은 '디자인(21%)' 영역에서 가장 많이 경험을 쌓고 있었으며, 다음으로 '시장조사(17%)' '상품기획(12%)' '소재기획' '패턴/ 컴퓨터' 순으로 나타났다. 그러나 무경험 학생들은 유경험 학생들이 주로 참여한 '디자인' 교육 보다는 '상품기획(29%)' 분야에서 실습하기를 원하고 있었고, 다음으로 '디자인(26%)' '시장조사(18%)' '소재기획' '패턴' '컴퓨터' 순으로 희망하고 있었다.

이로부터 지금까지 인턴실습생들은 '디자인' '시장조사' '상품기획' 관련 교육에 주로 노출된 반면에 '소재, 패턴, 컴퓨터' 관련 업무를 접할 기회는 상대적으로 적었다고 볼 수 있다. 인턴십을 희망하지만 기회가 없었던 대다수의 학생들을 위한 다양한 교과과정 및 인턴십 프로그램이 개발되어야 할 것이다.

5) 부여과제 여부 및 과제 유형

'인턴학생에게 과제 부여 여부 및 부여 의사' 관련 질문에 실행대학의 약 50%가 부여하고 있었으며, 비실행대학의 교수 중 73%가 부여 의사가 있다고 답하였다. 즉 현재 실행대학의 대부분이 특별한 과제를 요구하고 있지는 않지만 향후 실행의사가 있는 대학의 교수들은 과제를 부여할 것으로 예상된다.

'부여하신다면 부여과제의 유형'에 관한 질문에는 응답률이 낮았으나 그 중 '활동보고서 제출(30%)'을 가장 선호하였는데 이것은 인턴십을 pass/fail로 평

가하는 제도에서는 적합하지만 평점(A,B,C...) 제도로 운영할 경우에는 현장과 대학교육을 연결시킬 수 있는 과제가 부여되어야 할 것이다.

5. 인턴십 평가 및 사후관리

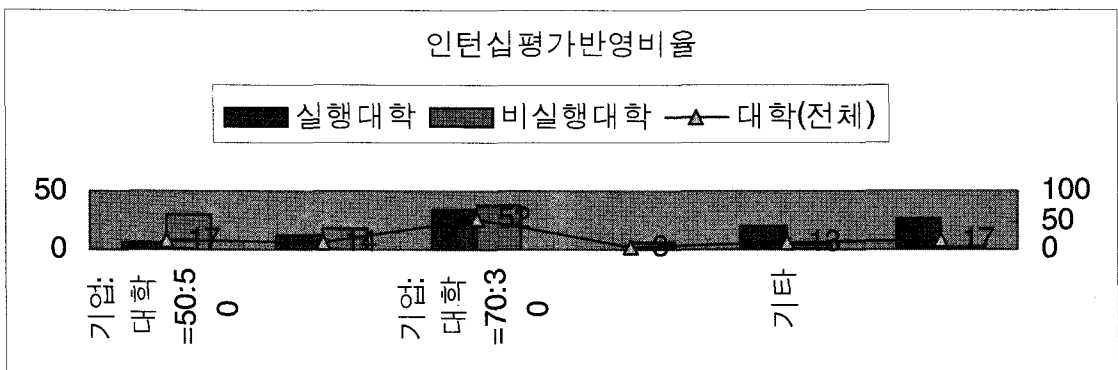
1) 인턴십 평가 반영 비율

인턴십을 종료한 학생을 평가할 경우, 기업 : 대학의 평가 반영 비율에 대한 질문에 실행대학 교수와 비실행대학 교수 간에 유의한 차이는 나타나지 않았다. 응답 교수의 52%가 <그림 15>에서와 같이 기업 : 대학 = 70 : 30을 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 비율은 대학에서 인턴십을 평가할 경우 평점제 보다는 pass/fail 시스템으로 운영하는 것이 유리하리라 본다.

2) 인턴십 학점 인정 여부 및 적정 학점수

현재 인턴십을 실행하고 있는 대학에서 인턴십을 학점으로 인정하고 있는 대학은 59%이며, 아직 실시는 하지 않고 있지만 실행할 경우 인턴십을 학점으로 인정하겠다는 대학은 87%로 나타나 향후 인턴십의 학점제 운영이 예상된다.

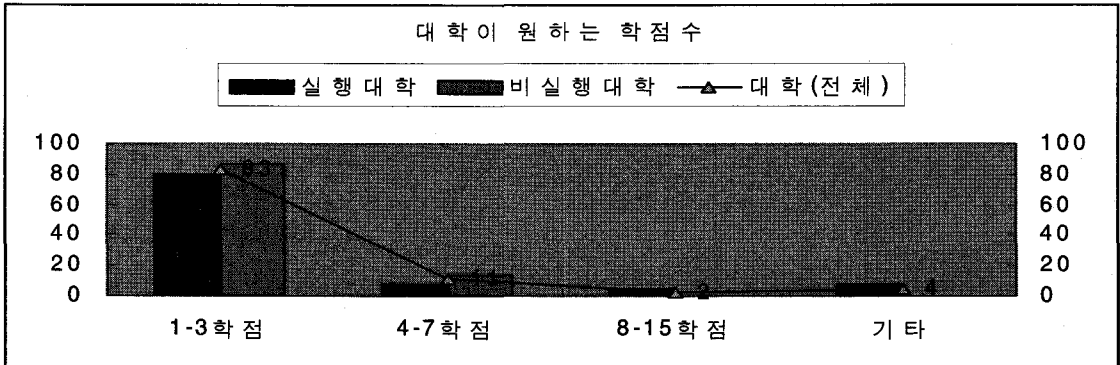
학생들의 경우 인턴십을 경험한 학생들의 약 52%만이 학점을 인정 받고 있다고 하였는데 이러한 결과는 대학교수의 조사와 유사하게 나타난 것으로 볼 수 있다. 비경험 학생의 경우 59%가 인턴십 학점 인정을 희망하는 것으로 나타났다.



<그림 15> 인턴십 평가 반영비율

인턴십 적정학점 수에 대하여 실행대학과 비실행 대학간에는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 이를 통합 분석한 결과는 <그림 16>에서와 같이 '1-3학점(83%)'이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '4-7학점(11%)' '8-15학점(2%)'순으로 나타났다.

이러한 결과로부터 대학에서 인턴십을 학점제로 운영할 경우 인턴십 교과목을 전공학점과 교양학점으로 이분화 시킴으로서 학생들이 원하는 만큼의 학점을 인정 받을 수 있도록 다양한 프로그램을 개발할 필요가 있다고 본다.



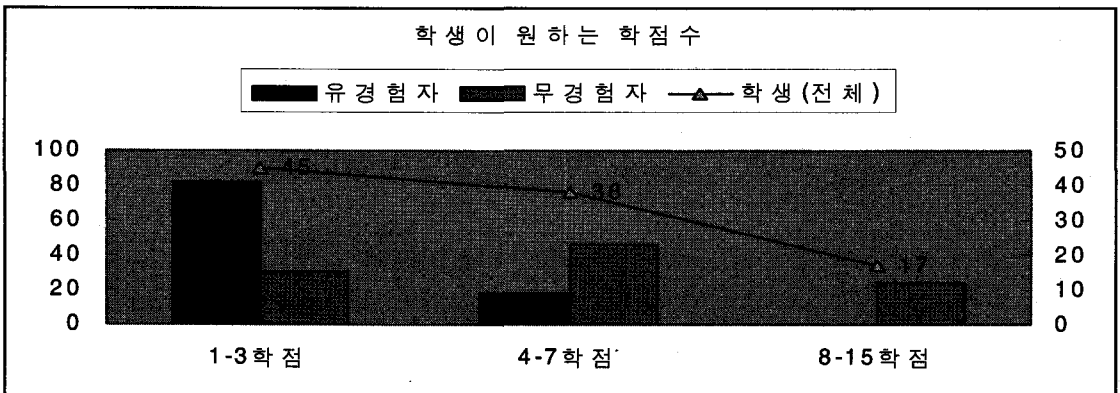
<그림 16> 대학이 희망하는 인턴십 학점수

그러나 학생의 경우에는 유경험학생과 무경험학생간에 유의한 차이를 보였다. <그림 17>에서와 같이 유경험학생은 '1-3학점(82%)'이 가장 높게 나타났으며 다음으로 '4-7학점(18%)'순이었다. 반면 무경험학생들은 '4-7학점(46%)'에 높은 반응을 보였고 다음으로 '1-3학점(30%)' '8-15학점(24%)'순으로 나타나 향후 인턴십으로 보다 많은 학점을 인정받기를 원하고 있음을 알 수 있다.

3) 인턴십 수료 후 특전부여 및 관리

인턴십 수료 후 대학에서 수료학생에게 '특전 부여 여부'에 관한 설문에서 무경험학생집단과 유경험학생 집단간에 유의한 차이를 보이고 있었다. 즉 유경험학생들의 79%가 부여하지 않아도 된다는 의견을 보인 반면, 무경험학생들은 74%가 부여해야 한다는 반응을 보였다.

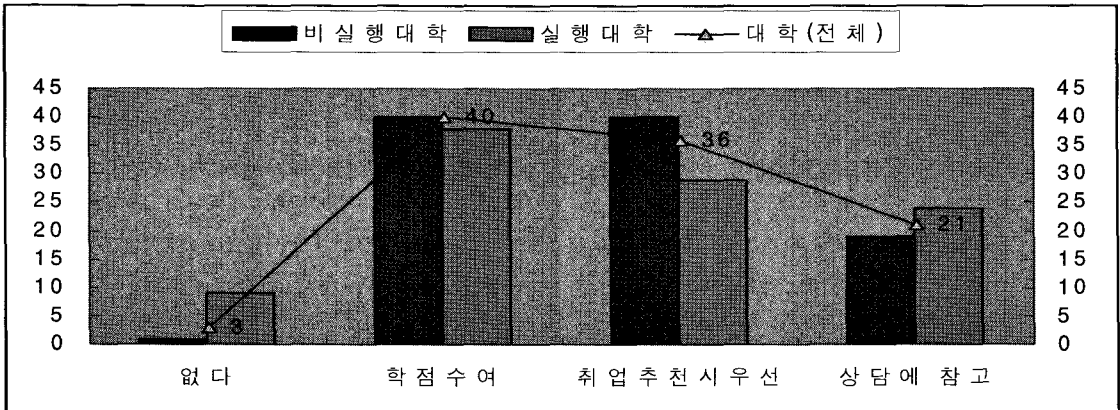
인턴십 수료 후 사후 관리는 <그림 18>에서와 같



<그림 17> 학생이 희망하는 인턴십 학점수

이 인턴십 실행대학과 비실행대학간에 유의한 차이는 나타나지 않았다. 즉, '학점수여(40%)'가 가장 높았으며, 다음으로 '취업추천시 우선(36%)' '상담에 참고(21%)'순으로 나타났다.

십 사후관리로 적정한 학점을 인정할 필요가 있으며, 교수는 취업추천시 인턴십 유경험 학생을 우선시 하는 규정을 정하는 것이 바람직하리라 본다.



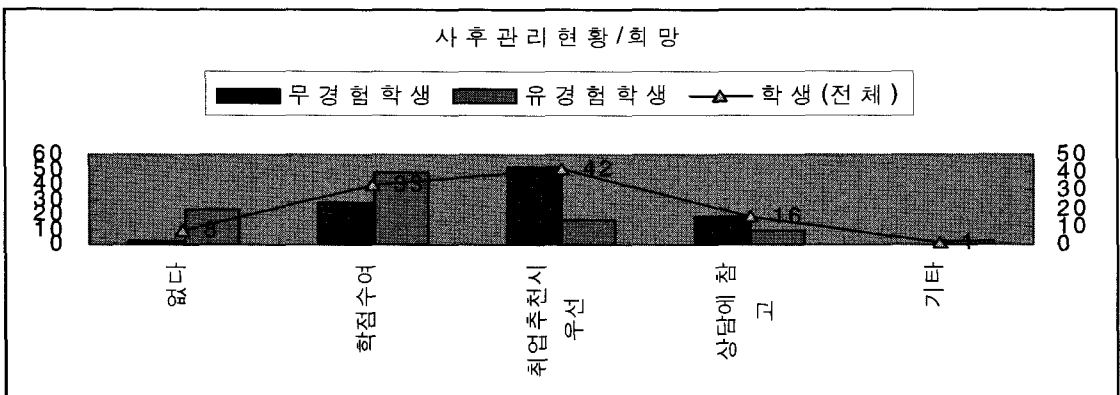
〈그림 18〉 인턴수로 후 사후관리 내용(교수의견)

반면 학생들의 경우 〈그림 19〉에서와 같이 두 집단간에 약간의 차이를 보였다. 인턴십 경험을 한 학생들이 받은 혜택은 '학점수여(48%)' '없다(24%)' '취업추천의뢰 시 우선(17%)' '진로상담에 참고(9%)' 순으로 나타난 반면, 무경험학생들은 '취업추천 시 우선(52%)'을 가장 선호하였으며 다음으로 '학점수여(28%)' '진로 상담에 참고(19%)' '없어도 된다(2%)'로 나타났다. 이상의 결과로 볼 때 대학에서는 인턴

IV. 결론 및 제언

본 연구는 패션산업 인턴십에 대한 교수 및 학생의 의식을 분석하여 후속 연구인 패션기업 및 패션 관련 대학의 인턴십 프로그램 활성화 방안을 제시하는 데 목적이 있었다.

분석결과 및 제언을 정리하면 다음과 같다:



〈그림 19〉 인턴수로 후 사후관리 내용(학생의견)

1. 인턴십은 학생에게는 취업이나 현장교육을 제공할 수 있는 기회의 장으로, 교수들에게는 산업체 인사들과의 공동연구의 기회를 마련하는 장으로 받아들여지고 있으므로, 대학에서는 산학연계 프로그램과 취업지도 강화를 위한 교과목의 개설 및 채용 변화에 맞춘 경력개발 프로그램을 확충하여야 할 것이며, 또한 기업의 전문가를 겸임교수로 활용하거나 동일 직업인으로 구성된 자문위원회 등과 같은 커뮤니티를 구성하여 활성화 시켜야 할 것이다.

2. 향후 인턴십 응모방법으로는 '산학협정'이라는 단일화된 채널을 통한 방법'이 바람직하리라 본다. 그러나 '산학협정'이 현실화 되어 있지 못한 현실에서 대학은 우선 일정기간 동안 '학생 개인의 선택'을 통한 인턴십 데이터를 축적한 후 학생들로부터 반응이 좋은 기업들을 선정하여 그들 기업과 접착적인 협정을 체결 하는 방안을 모색하여야 할 것이다.

3. 대학의 가장 바람직한 인턴십 시기는 2-3학년 방학 때로서 이것은 학생들이 대학교육에 지장을 받지 않으며 부족한 부분을 4학년에 보충할 수 있는 시간적 여유를 지닐 수 있기 때문이며, 대학재학 기간을 연장하지 않아도 되기 때문이라 본다. 그러므로 향후 바람직한 인턴십 회수를 제안해보면, 4년제 대학인 경우, 2학년 때 1회(여름/겨울 방학), 3학년 때 1회(여름/겨울 방학)로, 단기 2개월 코기로 총 2회를 '단순근무형'으로 경험한 후 자신의 적성 및 장단점을 고려하여 남은 기간인 4학년이 되었을 때 기업의 장기 프로그램인 '과제 수행형' 인턴십 프로그램에 참여함으로써 곧바로 취업으로 연결시키는 것이 바람직하리라 본다.

4. 선호하는 인턴십 회사 유형은 '유통업체'였으며 이것은 수요와 접근 용이성, 근무 환경 그리고 수당이 타 업체보다 우수하기 때문이라 사료된다.

학년별 적합한 인턴십 유형을 제안해 보면, '소재 회사' "브랜드메이커" 유통업체 "디자이너 부티"에서의 인턴십은 대학 저학년인 1학년과 2학년에서 이루어지는 것이 효율적이라 본다. 반면 '패션관련 매체사' "이벤트/홍보회사" "패션정보회사"에서의 인턴십은 1-2학년에서 패션소재, 소비자 및 생산공정에 관한 어느정도의 지식과 이해력을 지닌 3학년 이상의 학

생에 한해서 추천 및 지원이 가능하도록 프로그램을 설계하는 것이 바람직하리라 본다.

5. 근무유형에 대해서는 '단순근무와 과제를 수행하는 혼합형(55%)'이 가장 높게 응답되었다. 그러므로 패션기업은 담당부서별 실습 가능한 내용과 실습 방법 그리고 스케줄 등을 고려한 커리큘럼, 팀워크와 종합평가를 위한 과제 수행형 프로그램을 개발하여야 할 것이다.

6. 대학에서는 단순히 학생을 기업에 파견하는데 그치지 말고, 인턴십 교과과정 개설과 함께 전담교수를 지정하여 그 기간동안 사이버 공간을 통한 학생의 고충 면담 지도 등과 같은 쌍방 커뮤니케이션이 이루어지도록 특별 교육프로그램을 개발하여야 할 것이다.

7. 인턴실습 시 필요한 교육 내용으로 전공교과목 외에 인성교육이 지적되었는데, 이것은 대학의 교양교과목에 개설되어야 할 과제라 본다. 또한 '면접법' '이력서 작성법' 등도 그 중요성이 강조되고 있으므로 졸업 전 1-2회 정도의 특강형식으로 학생들에게 교육이 이루어지는 것이 바람직하리라 본다.

8. 지금까지 인턴실습생들은 '디자인' '시장조사' '상품기획' 관련 교육에서 주로 실습하였고, '소재, 패턴, 컴퓨터' 관련 업무를 접할 기회는 상대적으로 적었다. 그러므로 인턴십을 희망하지만 기회가 없었던 대다수의 학생들을 위한 다양한 교과과정 및 인턴십 프로그램 개발이 요구된다.

9. 인턴십을 종료한 학생을 평가할 경우, pass/fail 이외에 학점을 평점제(A, B, C....)로 운영할 수 있다. 이 경우 인턴 대상 기관의 규모나 유형 그리고 실습 기간의 다양성으로부터 발생할 수 있는 부작용을 최소화 할 수 있도록, 교수의 평가를 50 : 50의 비율로 강화하는 것이 바람직하리라 본다.

또한 대학에서 인턴십을 학점제로 운영할 경우 인턴십 교과목을 전공학점과 교양학점으로 이분화 시킴으로서 학생들이 원하는 만큼의 학점을 양쪽에서 인정받을 수 있도록 단계별 프로그램을 개발할 필요가 있다고 본다.

10. 대학에서는 인턴십 사후관리로 적정한 학점을 인정할 필요가 있으며, 교수는 취업추천 시 인턴

십 유경험 학생을 우선시 하는 규정을 정하는 것이 바람직하리라 본다.

이상의 분석결과를 기초로 후속 연구에서는 '대학교수 및 대학생을 위한 패션산업 인턴십 프로그램 연구'가 진행되었다.

본 연구의 한계점은 연구대상이 50개의 전국 대학과 132명의 대학생에 한정되어 있어서 결과의 대표성 떨어질 수 있다는 점과 학생 응답자 구성비가 무경험자(68%)에 편중되어 있어 변별력 있게 파악하지 못한점, 그 외에 인턴십 프로그램 평가항목에 미처 포함시키지 못한 요인들이 있을 수 있다는 점이다. 따라서 향후 이와 같은 점들을 보완한 연구 진행이 요구된다.

참고문헌

- 1) 진미석 (2004). 분야별 CDP의 재조명. Talent Track 제 2호. 인크루트 부설 경력개발연구소, pp. 19-27.
- 2) 4년제 대학 중 패션유관 대학 86개 대학 선정. 검색일: 2004. 5. 10. 자료출처 <http://univ.kcue.or.kr>
- 3) 2년제 대학 중 패션유관 대학 38개 대학 선정. 검색일: 2004. 5. 10. 자료출처: <http://www.kcce.or.kr>
- 4) 백과사전 '인턴', 2005. 1. 15일 검색, <http://100.naver.com>
- 5) Kariya, S. (2002). What I did last summer [Internship]. *IEEE spectrum*, Vol.39, No.7, Institute of Electrical and Electronics Engineers, p.13.
- 6) 주정은 (1997). Korean students' perceptions of the effectiveness of their internship experiences in the hospitality industry in Korea. *Unpublished Master Thesis*, University of North Texas, Denton, Texas, pp. 208-209.
- 7) 나정기 (1999). 산학합숙제도의 개선방안에 관한 소고. *경기관광연구*, 제3권, pp. 31-49.
- 8) Petrillose, M. J. & Montgomery R. (1998). An exploratory study of internship practices in hospitality education and industry's perception of the importance of internships in hospitality curriculum. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 9(4), pp. 46-51.
- 9) 김대우, 강길훈 (1994). 기업의 인턴사원 채용제도에 관한 연구. *학생생활연구*, 제2권, pp. 139-156.
- 10) Maynard, M. L.(1997). Opportunity in paid vs. unpaid public relations internships: A semantic network analysis. *Public Relations Review*, Vol.23 No.4, JAI Press, pp. 88-105.
- 11) Knemeyer, A. Michael & Murphy, Paul R. (2002). Logistics internships: Employer and student perspectives. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol.32 No.2, MCB University Press.
- 12) Kariya, S. (2002). 앞의 책, p. 15.
- 13) Gifford, Patricia Louise (1986). *The retail internship: Evaluating goals and outcomes of a college-level experiential education program*(Retail training, Fashion Merchandising). PhD, Purdue University, pp. 1-67.
- 14) Sheldon, Gwendolyn Jean Catners (1984). Attitudes of retailers and college educators concerning fashion retail internships(merchandising, cooperative education, employer attitudes). *EDD*. University of the Pacific.