

패션 소매 경영과정을 위한 교과과정 연구⁺
- 한국과 미국 대학교를 중심으로 -

정 현 주
동의대학교 패션디자인학과 교수

Study of Fashion Retail Management Curriculum
- 4-year Colleges in Korea and the USA -

Jung, Hyun-Ju
Prof. Dept. of Fashion Design, Dongeui University

Abstract

The purpose of this study was to compare the curricula majored in fashion retail related area at 4-year colleges in Korea and the USA. Courses were divided into 15 elements including basics, design, production, textile, marketing, industry, merchandise planning, promotion, consumer behaviour, management, business, organization, internship and etc..

The research findings were as follows:

1. Most of 'industry' related majors in Korea consisted of fashion manufacture-oriented curricula elements including design, pattern making, tailoring, draping and textile sciences.
2. Fashion Marketing major stressed on a merchandising element and a marketing one, and the Fashion major focused on the promotion element and the merchandising element as well. However, the retail element was less focused than other elements in the Korean colleges.
3. Fashion Retail related majors in the USA College were likely to focus on the practical fashion retail management elements including retail, marketing, management, business, organization behavior and internship specialized by the major.

The different curricula between two countries were clearly existed in terms of the major name and the construction of the course element.

The results made in the research would be applied with some modification or adjustments in the fashion retail oriented curricula in order to produce the competitive retail human resource in Korea.

Key Words : Fashion Retail(패션 소매), Curriculum(교과과정), Korea(한국), USA(미국)

⁺ 이 논문은 2007년도 동의대학교 교내학술연구비에 의해 수행되었음(2007 AA145).

I. 서론

한국은 정보통신의 발달과 미국과 유럽의 FTA체결의 모색을 통한 글로벌화의 확장 그리고 선진산업 사회로 진입하는 과정에 있다. 또한 사회 경제 구조도 복잡하게 되고 있는데 이렇게 변화되는 환경 하에 패션산업도 점차로 세분화되고 다양하게 되어 가고 있다. 60·70년대에 국내 경제성장의 원동력이 되었으며 지금도 국가 산업에서 중요한 역할을 하고 있는 한국 패션산업도 거시적인 변화를 맞이하고 있다. 특히 한국은 소비자적 측면에서 살펴보면 1인당 GDP 대비 임금 수준은 G5/5대 경제 대국의 49%로 절반이하이지만 임금은 82%를 넘어 임금 수준은 1.77로 G5 평균 1.06에 비해 국민 소득 대비 69% 높다.¹⁾ 그러므로 임금 수준이 국민 소득에 비해 높으므로 한국 소비 경향은 패션을 포함한 소비 산업이 상대적으로 발달되어 있다.

한편으로 원부자재, 섬유 및 의류 제품을 효율적으로 생산하는 자체도 중요하지만 효과적이며 빠르게 원자재나 상품을 공급하는 문제가 부각되면서 유통관련 시설이나 설비에 따른 물류시스템과 새로운 환경에 적응하는 조직체제의 중요성이 부각되고 있다. 특히 패션산업이 인터넷과 접목되어 유통과 소비의 새로운 패러다임이 형성되면서 기존 패션산업 유통체제의 효율성을 가져왔다. 그러므로 온라인의 전체 소매품목 중에서 패션 상품이 중요한 자리를 차지하여 오프라인 산업에 접목되고 분화되면서 소매 유통 형태도 더욱 다양해지고 있다.

수입패션 브랜드의 국내 유입이 증가함에 따라 패션산업이 국내 중심에서 글로벌화로 전환되는 새로운 패션 유통 및 소매환경을 맞이하여 업무체제의 변화와 구성에 따른 전문적인 인력도 요구되고 있는 추세이다.

세계적인 산업 트렌드가 제품의 질을 향상시키는 과정도 중요할 뿐만 아니라 감성 부분인 제품 디자인도 중요시되는 시점에서 이 분야에 관련된 산업 인력의 전문적 능력을 강화시켜야 함은 두말할 나위가 없다. 그러나 패션산업에서 요구되어지는 다양한 인력을 시대에 맞게 공급하는 것도 중요하다. 이를 위해 교육도 차별화, 특성화, 고유화를 확보해야 하

며 세분화된 패션전문인 인증제 그리고 패션 전문인에 대한 대우와 의식전환도 필요하다²⁾. 특히 다양한 패션산업분야 중에서 판매 인력난을 겪고 있는 패션 소매업 분야에 효율적인 인력을 공급하기 위해서 관심을 가져야 하겠다. 변화된 패션 소매 환경에 잘 적응하고 발전시킬 수 있는 전문 인력이 필요한 시점에서 이와 관련된 국내 대학교의 교과과정을 살펴보고 소매 시스템의 선진국이라고 할 수 있는 미국의 대학교 교과과정을 살펴보는 것도 중요하다.

그러므로 본 연구 목적은 변화하는 패션소매업을 이해하고 이러한 과정에서 패션소매 전문 인력의 현황을 살펴 본 뒤 고급 패션산업 인력을 공급하는 국내 및 미국 대학교의 패션 소매관련 교과 과정의 경향을 분석함으로써 급변하는 한국패션소매 유통산업에 필요한 인력을 양성하는 교과 과정의 방향에 미력하나마 도움이 되었으면 한다.

II. 이론적 배경

1. 패션 소매업의 추세

최근 소비자들은 새로운 개인주의 창출과 함께 독특한 기호를 가진 마이크로 트렌드 집단이 동시다발적으로 각자의 유행을 창조³⁾하고 있다. 여기에 다양한 유행 스타일이 공존하며 유행기간이 짧아짐에 따라 패션 소매업계도 변화를 맞이하고 있다.

미국의 패션 유통 구조를 살펴보면 다양한 패션 소매업체와 도매기능도 활성화된 복잡한 구조를 가지고 있다⁴⁾. 이러한 유통구조를 보다 합리적이고 IT와 접목하여 소비자의 욕구를 빠르게 만족시키고 있다. 이러한 경향은 특히 유럽의 이태리, 스페인, 스웨덴, 영국 등에서 글로벌한 패션 브랜드인 SPA가 탄생되면서 패션 소매점의 혁신도 함께 가져오고 있다.

한국 소매업 중에서 패션 상품이 차지하는 비중은 결코 적지 않다. 성숙기에 들어선 백화점은 의류관련 패션 상품이 72%이상을 차지하고 있다. 고객의 취향이 고급화·개성화됨에 따라 고급 수입 패션 브랜드 확대, PB브랜드 패션 상품 전개 및 패션 편집매장을 운영⁵⁾하고 있다. 대형 할인점도 계절에 따라

상품이 변하는 특징으로 매장 분위기를 활성화시킬 수 있다는 점과 높은 이익률로 인해서 패션상품 매장을 점차로 증가시키고 있다. 이에 어떤 상품 군보다도 소매점을 차별화시킬 수 있는 도구로서 패션상품에 대한 소매전략의 중요성이 대두되고 있다.

소비자들의 합리적인 가격 지향으로 다양한 패션 소매점 및 브랜드도 소개되고 성장하고 있다. 패션 재고상품의 취급 형태에 따라 아울렛, 특판점, 상설 할인 매장이 생겼으며 더 나아가 전문점 스타일의 할인점, 유락시설을 포함한 대형 교외 아울렛도 탄생했다. 국내 대형 할인 매장도 전국적으로 확대되고 있는데 여기에 입점을 위해 국내 유명 패션업체들도 저가격대의 브랜드를 런칭해 유통 경로에 따른 브랜드를 개발하거나 전략을 수정하게 되었다.

최근 들어온 패션 제조 소매 브랜드(SPA)들은 합리적인 가격대와 다양한 신상품으로 대형매장을 형성해 차별화된 토탈 라이프스타일의 문화공간으로 전개해 국내 캐주얼 시장에서 그 영역을 확대하고 있다. 글로벌화된 저임금, 빠른 생산과 자동화된 물류시스템을 구축하여 공급 체제를 생산에서 소매점까지 연결하면서 운영해 국내 패션소매업계에도 그 영향을 미치고 있다⁶⁾.

1977년 국내 처음 전개된 제조 소매 브랜드인 GAP은 베이직 캐주얼 상품 컨셉으로 미국에 비해 높은 가격대를 제시하면서 백화점 중심으로 전개해 백화점 복종 별 분류에 따라 분산되어 각 매장들을 운영하고 있다. 그러나 일본 유니클로는 국내 롯데와 합작회사로 대형매장의 가두점과 몰에 입점해 메이커 토탈 전문점으로 운영되고 있다. 고품질에 다양한 칼라의 상품을 취급하며 가격은 초저가로 매장 내에서 부진 상품은 수시로 할인 판매하는 소매전략을 사용하고 있다. 2008년 국내 시장에 들어온 스페인의 Zara는 롯데와 합작하여 핵심 상권에 대형 매장을 오픈하며 여성라인은 백화점 위주로 전개해 국내 유통 시스템을 고려한 전략을 취했다. 유명한 브랜드의 인기상품을 벤치마킹한 적절한 품질의 트렌디 패션상품을 2주마다 새롭게 공급하고 있다. 합리적인 가격대를 제시하고 있으며 매장 내의 VMD 마케팅을 중요시 하는 소매전략을 펴고 있다⁷⁾.

한편으로 국내 소비자들의 안목이 높아지고 고급화되면서 가방과 같은 액세서리 수입 명품브랜드들

의 구매가 일반화되기 시작하면서 수입패션 명품시장이 확대되었다⁸⁾. 해외 패션 명품의 신상품인 경우 백화점과 면세점 혹은 수입 편집 전문매장에서 판매되고 있다. 재고 패션 상품의 경우 교외 대형 아울렛 몰에서 판매되고 있어 국내에서 수입브랜드 상품을 다루는 소매점도 증가하고 있다.

패션 소매업의 추세 중에서 소비자의 개성화에 따른 편집 매장이 대형 가두점뿐만 아니라 백화점에서도 전개되고 있다. 소매점 컨셉에 따른 패션 상품 구매, 선정 및 구색 맞추기, 가격 전략, 재고 처리 등 일반적인 수수료 패션 매장과 다른 소매점 경영 전략을 요구하고 있다.

국내외 각 브랜드와 상품 특성에 의한 패션 소매점 경영 전략도 변화하는 상품구색과 빠른 상품 회전율로 좀 더 구체적으로 세분화시키게 되었다. 여기에 상품 디스플레이, 판매 촉진 등 새로운 상품 컨셉에 맞추어 매장 분위기를 조절하는 것도 필요하게 되었다.

2. 패션 리테일러의 현황

이상과 같이 다양하게 변화되는 패션 소매업의 시대적 요구에 따를 수 있는 소매점포 매니저, 소매 바이어, 소매 머천다이즈 그리고 비주얼 머천다이즈의 세분화된 전문 인력이 요구되고 있다. IMF체제 이후 패션 소매업계에서도 구조적인 변화가 있었는데 대부분의 패션 대기업이 고용 직원제에서 샵 마스터 제도를 도입하면서 계약제로 바꾸었다.

특히 변화된 환경 하에서 패션 리테일 매니저는 고객의 니드를 정확히 파악하여 상품기획 시에 반영이 되도록 하며 상품이 가진 특성을 고객에게 전달하는 커뮤니케이터의 역할, 까다로운 고객에게 패션 정보를 제공하며 고객에게 맞는 상품의 코디네이션을 제시하는 어드바이저 및 코디네이터의 역할이 필수적이다. 또한 이들은 고객관리 파일과 매상 보고서를 분석해 이해할 수 있는 분석가, 적극적인 고객의 생활과 가치관에 관심을 가지고 즐거운 쇼핑을 할 수 있도록 매장환경을 개선하는 도전자, 그리고 상품의 운영을 전문적으로 하는 전문판매원으로서의 역할⁹⁾이 필요하며 고객들에게 좋은 인상을 줄 수 있는 외모도 요구된다. 또한 다양한 외국 브랜드들을

수입하여 판매하는 편집매장의 경우 패션 상품에 대한 글로벌 트렌드, 전문적인 상품 지식과 외국어 능력도 필요하다. 그러므로 빠르게 변화하는 소매점 환경에 대응하기 위한 패션 소매점 매니저는 상품관리, 판매관리, 고객관리, 직원관리, 물량관리, 매장관리, 본사관계 관리에 대한 기본 능력은 물론이고 변화되는 상황에 대처하는 응용 관리 능력도 요구되고 있는 상황에서 역할 갈등이나 과중함도 나타나고 있다¹⁰⁾.

이렇게 전문적인 능력과 조건이 요구되고 있음에도 불구하고 몇몇 브랜드를 제외하고는 현재 패션소매업 근무환경은 선호할만한 조건이 못 되는 경우가 많다. 주 5일 근무를 하는 곳도 있지만 공휴일과 주말에는 오히려 고객들이 많으므로 근무를 해야 하며 2교대로 근무시간을 단축시킨 매장이 있지만 대부분 백화점 근무시간 혹은 일반매장의 경우 그 이상 근무를 하므로 신체적으로 단련되어야 하며 지구력도 요구된다.

그러나 패션 소매점은 재래시장에서부터 수입 명품 고급 소매점에 이르기까지 그 수가 워낙 많고 다양하다. 몇몇 브랜드 소매점을 제외하고 패션 상품의 소매 영업 인력이 부족한 실정이다. 그러므로 판매관련 영업인은 학력 제한이 크게 없고 전문 교육을 받고 취업하기보다는 실무에서 일정 기간의 경력을 쌓거나 브랜드에 따라서 자체 사내 교육을 받고 승진하는 경우가 일반적이다.

이상과 같이 패션소매점의 환경변화에 따라 전문적 인력 수요가 증가하는 산업 추세에 맞추어 한국 직업 연구진흥원은 샵매니저 자격을 개발하여 시행하게 되었다. 2004년부터 국가공인 자격증으로 인정받아 업체에 따라 승진 시 추가 점수로 인정받기도 한다.

3. 국내 패션 소매 관련 연구 동향

패션 소매 분야의 교과과정에 대한 기존 연구는 아직까지 많이 이루어 지지 않았지만 패션 마케팅 및 패션 비즈니스분야는 다양하게 조사되었다. 패션 머천다이즈의 육성방안에 대해 연구¹¹⁾도 이루어 졌으며, 웹기반으로 한 머천다이즈 프로그램의 유용성에 대한 연구¹²⁾도 있어 패션 머천다이즈를 위한 교

육방법도 조사되었다.

다른 국가들의 교과과정을 비교 연구한 것으로 구양숙 외의 연구¹³⁾에서 한국과 미국, 영국, 일본, 홍콩의 4년제 패션관련학과를 대상으로 교과과정 현황을 비교했다. 여기에서 상품기획과 판매유통으로 세분화해 분석한 결과 디자인과 생산 분야에 편중되었음을 지적했다.

한국과 미국의 패션마케팅 교육 현황의 환경 및 조건에 대해서 설문지를 통한 비교 분석한 연구¹⁴⁾, 한국과 미국의 패션마케팅교육을 비교하여 성공요인을 분석한 연구¹⁵⁾, 이탈리아와 프랑스 그리고 일본 패션비즈니스 교육에 대한 전반적인 고찰¹⁶⁾, 보다 전문적이고 고급인력의 교육을 위한 연구로 미국과 한국의 대학원에서 패션 마케팅 분야의 교과 과정¹⁷⁾을 살펴보았다. 여기서 미국의 미래 교과과정 방향을 5가지 제안했는데 그 중에서 소재 실험, 의류 경영, 소재 경제, 섬유/의류마케팅, 제품 홍보와 유통을 포함한 마케팅과 매니지먼트 방향, 광고, 직접 마케팅, 온라인 소매, 기업을 포함한 소매 트렌드 방향, 의사결정, 사고방법, 의사교환을 포함한 의사결정과 교환방법 방향이 포함되어 있다¹⁸⁾.

국내의 유통업체 및 학교를 대상으로 한 연구¹⁹⁾에서 대구지역을 중심으로 패션관련 전문대학 학생들의 취업희망 분야를 조사했다. 여기서 디스플레이어, 샵 마스터 분야가 1위와 2위를 차지하여 패션 소매 분야에도 진출하기 원하는 것으로 나타났다. 이후 패션유통업체근무자를 대상으로 산업체 위탁교육 활성화를 위해서 현장 맞춤형 특성화 교육 프로그램을 위한 연구²⁰⁾에서 전년도에 비해 2005년에는 백화점 머천다이즈 및 바이어보다 샵 마스터가 가장 높게 희망하는 직종으로 나타났다.

패션마케팅 및 복식사회심리 교과 과목의 개설 현황을 조사한 연구²¹⁾에서 약 과반수의 학과에서 3-4개의 패션마케팅관련 교과목들이 전체 교과목 중에서 12.7%를 차지했다. 교과목은 기획 및 판매 분야와 소비자 분야로 분류하여 살펴 본 결과 상품 기획 및 판매의 과정에 초점을 맞춘 교과 과정이 큰 비중을 차지한다고 했다. 그러나 이러한 국내 패션 관련 교과과정이 패션 소매분야의 인력 전문성도 심화시킬 수 있는지에 대하여 살펴볼 필요가 있다.

III. 연구방법

1. 자료수집

본 연구는 국내 대학교 패션 소매분야에 관련 학과의 교과과정 현황을 살펴보기 위해 각 대학교의 ‘패션 소매’ 혹은 ‘패션 유통’학과 혹은 전공을 살펴 보았는데 직접 관련된 학과는 없었다. 그러므로 좀 더 포괄적으로 조사했는데 패션마케팅 분야의 패션 산업 및 패션 마케팅, 패션 머천다이징, 패션 유통 등으로 분류한 것²²⁾을 기준으로 의류산업학과, 패션 산업학과, 의류패션산업학과, 의류 상품학과, 패션 마케팅학과, 패션(VMD)학과를 조사했다.

조사된 국내 학과는 계명대학교 패션마케팅 학과, 한성대학교 의류패션산업학과, 공주대학교 의류상품학과, 인천대학교와 대구 카톨릭 대학교의 패션산업학과, 호서대학교 패션학과이다

미국 내 관련학과는 2007 ITAA에서 등재된 대학교²³⁾ 중에서 Fashion Retail 혹은 Retailing이 들어간 학과를 선정한 후 인터넷을 이용하여 각 대학교의 교과과정을 수집했다. 그 결과 미국의 대학교와 소속된 학과는 University of Alabama와 California State Polytechnic University의 Fashion Retailing학과, University of South Carolina, Textach Tech University, Michigan State University 의 Retailing학과, University of North Carolina의 Retailing and Consumer Studies학과, University of Tennessee의

Retail and Consumer Sciences학과, University of Minnesota, University of South Carolina, North Dakota State University, Ohio University 의 Retailing & Merchandising학과, Purdue University, Southeast Missouri State University, Syracuse University의 Retail Management학과, University of Wisconsin-Stout의 Retailing Merchandising & Management학과로 미국학과 명칭에서는 학과 특성이 구체적으로 나타나 있다.

관련 교과 과목의 분류기준은 구양숙 외²⁴⁾의 교과 과목 분류를 기초로 하였으며 여기에 이유리 외²⁵⁾의 패션 마케팅 교과목 분류기준을 활용했지만 본 연구에서는 시장분석과 정보 분석은 패션산업에 포함시켜 분류했다.

그러므로 의류학과 복식 문화를 포함한 기초분야, 의복구성 및 봉제, 패턴캐드 등을 포함한 제품 생산 분야, 디자인 원리, 패션디자인, 복식미학, 졸업 작품을 포함한 디자인분야, 섬유소재, 신소재, 직조들을 포함한 소재와 인체공학과 위생, 정리 관리를 포함한 소비과학을 합쳐서 소재분야로 했다. 그리고 인터넷, 글로벌, 창업을 포함한 마케팅 분야, 패션산업론, 통계, 시장 분석, 정보 분석을 포함한 산업 분야와 상품기획을 포함한 머천다이징 분야, 유통 및 판매를 포함한 소매분야, 코디네이션, 디스플레이, VMD, 패션광고를 포함한 홍보분야 그리고 패션 소비자 행동, 패션소비자 심리와 복식 사회 심리를 포함한 소비자 분야와 기타로 세분화하여 조사했다.

<표 1-1> 한국 패션 소매분야의 관련 교과과정 분류

	기초	디자인	제품생산	소재	마케팅
의류산업 학과	현대사회와패션 한국복식문화사 서양복식사	복식 의장학, 패션일 러스트레이션 I, 자 수, 패션일러스트레이 션 II, 전통복식디자인 및 실습 I, 복식디자인 및 실습 I, 패션아트&디 자인 I, 전통복식디자인 및 실습 II, 복식디 자인실습 II, 색채구성 학 디자인, 전통복식 디자인 및 실습 III, 창 작의상 I, 패션아트&디 자인 II, 전통복식디 자인 및 실습 IV, 창작의 상 II	패턴 메이킹 I, 패턴 메이킹 II, 봉제 과학, 한국의복구성 기초, 편물, 의복구성 I, 생 활한복 I, 어패럴 CAD I, 생활한복 II, 의복구성 II, 어패럴 CAD II, 패션 드레이 핑 I, 패션 드레이핑 II	섬유재료학 염색 I 염색 II 의복위생학 인체와 의복 피복정리 및 관리 인간 과 환경	패션마케팅
	7%	33%	28%	15%	2%

<표 1-1> 한국 패션 소매분야의 관련 교과과정 분류-계속

	기초	디자인	제품생산	소재	마케팅
패션산업 학과	서양복식연구 패션과문화 동양복식연구 패션의 역사 세계의 민속 의 상의 복 환경학 한국복식문화사 세계민속의상사 한국복식문화사 서양복식문화사 현대패션모드	색채와 디자인, 패션 디자인기초, 패션표현 기법, 패션일러스트레 이션, 패션디자인 I, 패 션디자인 II, 남성복, 패션스튜디오, 패션 디자인응용, 특수의상, 패션일러스트레이션, 패션디자인, 패션제품 디자인, 텍스타일·디자 인CAD, 디자인과 색 채, 패션일러스트레 이션(1), 패션일러스트 레이션(2), 복식 디자 인, 디자인CAD, 공연 예술의상, 니트디자인, 생활소품디자인, 생활 작의상디자인, 생활 한복디자인	패턴제작 및 실습, 의복 구성학, 기초 한복구성, 입체재단, 한복조형설계, 고급 의복설계, 인체와 의 복구성, 봉제기법, 패 턴메이킹, 기초패턴 실습, 어패럴패턴실 습, 패턴CAD, 고급패 턴CAD, 패션드레이 핑, 한국의복구성 (1), 한국의복구성 (2), 패턴디자인(1), 패턴디자인(2), 입체 디자인(1), 입체디자 인(2),	섬유소재이해 섬유소재성능 섬유제품시험 가공과신소재 소재설계와CAD 섬유와 첨단과학 패션소재 및 실험 의복재료와 관리 및 실험 섬유재료학 염색기초(2) 디지털텍스타일프린 팅 염색디자인	패션소자본창업 패션마케팅(3) 패션비즈니스 실 무
	12%	24%	19%	12%	5%
의류패션 산업학과	서양복식문화사 동양복식문화사 20세기복식문화 사	칼라 스튜디오 패션크로키 복식디자인 패션일러스트레이션I 디자인연습 컴퓨터디자인 패션일러스트레이션II 디자인개발연구 창작디자인	의복구성 드레이핑 테일러링 한국의상구성 패턴연구 의류제품품질관리 의류생산과정 어패럴패턴CAD 한국의복연구	의류소재의이해 직물과패션소재 염색실습 의류신소재 패션소재특성연구 직물정보분석과 CAD	패션마케팅 패션전자상거래
	8%	25%	25%	17%	6%
의류상품 학과	서양의복식문화 한국의복식문화 파복관리	패션디자인, 복식공 예디자인실습, 패션 일러스트레이션, 창 작의상	인체와 의복구성 의복 구성학 및 실 습 전통의상, 패턴 메 이킹	의류소재의이해 염색디자인 및 실습 섬유신소재정보 직물학, 편직물디자 인	패션마케팅 패션과 창업
	13%	17%	17%	22%	8%
패션마케팅 학과	서양복식사 20세기 패션사 동양의 패션문 화 복식미학	패션CAD 디자인과 색채 패션디자인의 이해 고급패션CAD 패션드로잉(1) 패션드로잉(2) 패션스타일링	의상제작 기성복제작	텍스타일 소재	패션마케팅, 패 션경영론, 고객 관리론, 패션 e- 비즈니스, 패션 비즈니스 커뮤니 케이션, 패션마 케팅현장학습, 글로벌 패션 비 즈니스, 섬유/패 션국제무역
	7%	13%	4%	2%	15%
패션(VMD/ MD) 학과	패션과문화 패션의 역사	드로잉, 패션표현기 법, 디자인의 이해, 패션디자인, 컴퓨터 이미지1, 컴퓨터이미 지2, 패션스타일링 기성복디자인, 디자 인제도형 이미지	의상제작기초		패션마케팅 인턴넷쇼핑몰제 작
	4%	22%	2%		4%

<표 1-2> 한국 패션 소매분야의 관련 교과과정 분류-계속

	산업	머천다이징	소매	홍보	소비자행동	기타
의류산업 학과	패션정보분석	의류상품개발		패션코디네이션		패션과이미지메이킹,디자인과생활,해외현장실습 I, 해외현장실습 II
	2%	2%		2%		9%
패션산업 학과	패션산업이해 패션산업세미나 패션정보 패션시장조사 패션 산업학의 이해	패션색채 기획 패션 트렌드 기획 패션소재 기획 패션상품 기획	패션소매유통 패션유통	패션 코디네이 션 패션 디스플레이	패션과 인간행 동 소비자와 시장 패션소비행동 이해 의상사회심리 패션소비자 행 동	복식공예, 의상 교과교육론, 의 상교과교재연구 및 지도법, 패 션위크샵, 의상 교과 교육론, 의상교과교재 연구및지도법, 패션포트폴리오, 산업채현장 실습(1),(2), 논 문
	5%	4%	2%	2%	5%	10%
의류패션 산업학과	패션산업탐색	의류상품기획	패션리테일링	패션상품연출	인간과 의복심리 소비자행동분석	패션과문화콘텐츠
	3%	3%	3%	3%	6%	3%
의류상품 학과	의류제품 분석	의류상품학개론 패션상품개발 의류소재기획			의상사회심리학	
	4%	13%			4%	
패션마케 팅학과	패션과 산업,유행 경향분석(1), 유행경향분석 (2),디자이너 콜 렉션 분석,패션 마켓 리서치	색채기획(1),패 션이미지기획, 색채기획(2), 소 재정보기획, 패 션디자인 기획, 패션제품생산관 리,패션머천다이 징,패션아웃소싱 ,소재기획, 예산 물량기획, 포트 폴리오 구성,패 션전시기획,패션 머천다이징세미 나 ,정보편집기 획	패션쇼핑몰제작 실습 리테일 마케팅 산업태연구 패션유통	비주얼머천다이 징 패션미디어1 패션미디어2 패션프로모션	패션과사회문화 의상사회심리 소비자구매행동	패션프레젠테이 션 패션테마기획 출업논문
	9%	26%	7%	7%	6%	6%
패션(VM D/MD) 학과	디자이너컬렉션 분석, 해외패션시장분 석	패션색채기획,패 션상품지식,포트 폴리오제작기초, 상품코디네이트, 패션소재기획,전 시디자인기획,패 션상품생산,브랜 드런칭1,브랜드 런칭2	패션소매점운영 스토어아이덴티 티 인터넷쇼핑몰운 영 유통환경디스플 레이	공간디자인, 쇼 윈도우 디스플 레이,소형점 VMD,공간연출, 대형점 VMD,샵 이미지메이킹, 패션 머천다이 징1,전시디자인 연출,스토어리 뉴얼,조명연출, 패션머천다이징 2, VMD 실무, VMD 응용	패션상품구매 소비자심리분석	
	4%	20%	9%	29%	4%	

<표 2-1> 미국 패션 소매분야의 관련 교과과정 분류

학과/분류	기초	디자인	제품생산	소재	마케팅
Fashion Retailing	Cultural Dynamics of Apparel and Textiles, Culture, People & Dress, History of Costume, History of Textile Design	Costume Design, Apparel Design Analysis, Apparel Technical Design, Applied Design, Textile Design		Apparel Product Analysis, Product Development I : Apparel Analysis and Development, Sewn Product Analysis, Introductory Textile Science, Textiles	Apparel Importing and Exporting, International Fashion Retailing, International Marketing, Textile and Apparel in International Trade, Marketing, Marketing for Non-Marketing Majors, Marketing Strategy, Principles of Marketing Management
	5%	6%		6%	9%
Retailing	Contemporary Trends in Fashion, Durable Products			Fashion Product Analysis	International Retailing, International Buying and Product Development, International Retailing, Multi-National Retailing, Internet Retailing
	3%			2%	7%
Retailing and Consumer Studies				Apparel Product Development, *Engineering Materials Science	Principles of Marketing, International Retail Industry Study Tour, International Retailing, International Retail Environments, E-Retailing
				7%	17%
Retail and Consumer Sciences	Historical Perspectives	Design Principles Apparel, Textile		Textiles : Fibers to Finish	Apparel and Related Consumer Products Marketing, Principles of Marketing, Global Sourcing of Apparel and Related Products, Multicultural & Multichannel Retailing
	4%	4%		4%	15%
Retailing & Merchandising	Aesthetic Analysis of Business & Society, Aesthetics of Architecture, Interiors, and Design, Dress and Human Behavior, Dress in World Cultures, Fashion Dynamics, History of Costume(2), History of Fashion, History of Interiors 1, 2, Inter-cultural Communication	Color Theory, Descriptive Drawing, Design and Illustration Techniques, Design Fundamentals 1, Design Fundamentals Studio, Interior Design Studio 1: Resident, Interior Graphics 1, Introduction to Fine Arts		Product Development, Evaluation, and Distribution, Sewn Product Manufactures & Analysis, Product Development I : Apparel Analysis and Development, Elementary Textiles(2), Textiles Laboratory,	Foundations of Marketing, Marketing Principles, Principles of Marketing, Global Fashion Economics, Global Retailing, Multi-National Retailing, Internet Retailing, Introduction to Web Development, Principles of Internet Web-based Design
	9%	7%		5%	7%
Retail Management	Apparel Aesthetics History of Costume	Design Foundations		Apparel Analysis Textiles, Textiles	Principles of Marketing Cross Cultural Marketing and International Retailing International Special Topics E-Retailing Electronic Retailing & Marketing
	4%	2%		6%	9%
Retailing Merchandising & Management	Inter-cultural Communication				Principles of Marketing Target Marketing International Management(2) International Marketing
	3%				13%

<표 2-2> 미국 패션 소매분야의 관련 교과과정 분류-계속

학과/분류	산업	머천다이징	소매	홍보	소비자행동
Fashion Retailing	Apparel Production, Fashion Industry, Fashion Industry Dynamics, Database Management for Agribusiness, Managerial Statistics I, Statistics Data Analysis	Apparel Merchandising and Buying, Design and Merchandising Strategies, Industrial Costs and Control, Retail Planning, Allocating & Forecasting	Fashion Retail Analysis, Fashion Retailing I, Fashion Retailing II, Fashion Retailing Seminar, Fashion Retailing Simulation, Personal Selling, Professional Selling, Retail Management, Retail Management, Retailing Problems, Textile Specifications Buying, Introduction to Management Science, Business Logistics	Visual Merchandising I, Visual Merchandising Analysis, Visual Merchandising and Store Design, Fashion Promotion	Buyer Behavior, Consumer Textiles, Customer Behavior
	7%	5%	15%	5%	4%
Retailing		Advanced Merchandising Management Strategies, Advanced Retail Business Planning, Merchandise Management Strategies, Merchandising, Merchandising Planning & Buying, Principles of Fashion Merchandising, Professional Practices in Fashion Merchandising, Retail Buying, Retail Buying and Control, Retail Category Management	Principles of Retailing, Community and Governmental Relations for Retailing, Contemporary Issues in Retailing, Critical Issues in Retailing, Introduction to Retailing(2), Professional Practices in Retailing, Promotional Strategies in Retailing, Retail Management, Retail Management Strategies, Retail Strategy Analysis, Retailing Entrepreneurship, Retailing Field Study Tour, Retailing Information Systems, Retailing Research, Retailing/Fashion Merchandising Field Study, Sales Strategies, Seminar in Retail Management, Store Operation, Textile for Retailers, Textiles for Retailers	Visual Merchandising and Store Design, Advanced Retail Promotion and Visual Merchandising Strategies, Retail Promotion (2)	
		15%	32%	6%	
Retailing and Consumer Studies	Introduction to Statistics		Entrepreneurship and Small Business Management, Honors: Retail and Consumer Sciences, Professional Experience in Retailing II, Retail Market Planning and Execution, Introduction to Retail Management, Strategic Retail Planning, Strategies for Growth, Retail Operations Management, II	Retail Promotion	Family and Consumer Behavior, Issues & Trends in Customer Service, Professional Experience in Retail & Consumer Sciences
	3%		30%	3%	10%
Retail and Consumer Sciences	Economics & Business Statistics Introduction to Apparel Industry	Quality Analysis of Consumer Goods, Retail Buying and Merchandising	Introduction to Consumer Retailing, Retail Strategies		Social Psychology of Dress
	8%	8%	8%		4%

<표 2-2> 미국 패션 소매분야의 관련 교과과정 분류-계속

학과/분류	산업	머천다이징	소매	홍보	소비자행동
Retailing & Merchandising	Introduction to Statistics, Basic Social Statistics, Business Statistics: Data Sources, Presentation & Analysis, Data Analysis, Interior Environment Analysis, Introduction to Statistical Analysis, Introduction to Statistics, Marketing Research, Statistics for Behavior Sciences, Introduction to Information Analysis and Design	Advanced Buying and Sourcing, Product Development : Softliness, Professional Practices in Fashion Merchandising, Strategic Merchandise Planning	Entrepreneurship & Small Business Management, Retail Marketing Management, Foundations of Retailing, Introduction to Retailing, Retail Financial & Merchandising Control, Retail Merchandise Planning, Sales Strategies, Sales Training, Small Business & Management Entrepreneurship, Store Operation, Strategic Retail Policy, Retail Buying	Visual Merchandising, Fashion Trend and Visual Analysis, Visual Merchandising and Promotion, Retail Promotion and Consumer Decision Making, Advertising Principles, Retail Promotion	Consumer Behavior, Customer Service Training, The Consumer in American Society, Managerial Psychology
	9%	4%	10%	5%	4%
Retail Management	Introduction to Marketing Analysis	Buying of Merchandise, Introduction of Fashion Merchandising, Issues & Trends in Fashion Merchandising, Product Development for Retail, Strategic Merchandise Management	Introduction to Consumer Science and Retailing, Introduction to Retail Management, Strategic Issues for Sale and Retailing, Fashion Retailing, Retail Management, Retailing Fundamentals	Visual Merchandising I, Display Design, Visual Merchandising and Store Planning, Introduction to Advertising, Advertising & Promotion	Consumer Behavior, Customer Relations Management, Professional Image and Behavior, Social Psychological Aspects of Clothing
	2%	9%	11%	9%	7%
Retailing Merchandising & Management	Management Info Systems	*Merchandising Planning and Control, Basic Merchandising	Current Retail Strategies, Introduction to Retail Merchandising & Management, Retail Practicum I, II, Store Management	Visual Merchandising, Retail Promotion	Psychology, Sex & Gender
	3%	5%	13%	5%	3%

<표 2-3> 미국 패션 소매분야의 기타의 세분화된 교과과정 분류

학과/분류	일반경영	비즈니스	조직관계	인턴십	기타
Fashion Retailing	Principles of Macroeconomics, Principles of Microeconomics, Decision Support Systems, Introduction to Production Management, Legal Environment of Business Transactions, Management Science I, Principles of Economics(2), Product and Brand Management, Product Management, Production Operation Management, Promotion Management, Quality Control for Textile Product, Financial Accounting, Principles of Accounting I		Contemporary Ethical Issues and Corporate Responsibility, Human Resources, Leadership(2), Multicultural Organizational Behavior, Organizational Theory and Behavior	Field Study, Internship, Internship in Fashion Retailing, Internship/ Career Preparation	*Special Topics, Computer Simulation, Computing, Introduction to Micro-computing, Microcomputer in Consumer Sciences, Orientation to College of Agriculture, Science, Technology and Society, Special Study for Lower Division Students, Special Study for Upper Division Students, Special Topics
	17%		7%	5%	11%

<표 2-3> 미국 패션 소매분야의 기타의 세분화된 교과과정 분류 - 계속

학과/분류	일반경영	비즈니스	조직관계	인턴십	기타
Retailing	Basic Economics, Financial Management in the Agri-FoodSystem, Introduction to Finance, Management Skills and Processes, Functional Accounting1,2, Survey of Accounting Concepts, Principles of Financial Accounting, Advanced Retail Accounting, Applied Concepts in Teamwork	Introduction to Business Law	Human Resources and Professional Practice in Retailing, Small Business Organization and Operation, Personnel Organization and Supervision	Careers in Retailing, Fashion Merchandising Internship, Retail Externship	Independent Study, Computing Concepts and Competencies, Fashion Show Production, Income Tax Procedures, Individual Studies G 1-5, Retailing Internship
	15%	2%	5%	5%	9%
Retailing and Consumer Studies	Financial Management, Principles of General Operations Management, Foundations of Accounting	Business Functions	Professional Development		Developing a Diverse Service Workforce, Microcomputer Application, Directed Study, Special Topics
	10%	3%	3%		13%
Retail and Consumer Sciences	Management (5), Financial Accounting	Business Computing	Consumer Survival : Rights and Responsibilities	Pre-Internship	Capstone
	23%	4%	4%	4%	4%
Retailing & Merchandising	Principles of Macroeconomics, Principles of Microeconomics, Elements of Economics, Foundations of Management, Fundamentals of Management, Management, Women in Management, Financial Accounting, Fundamentals of Accounting I	Business Use of Computers, Business and Professional Speaking, Business and Professional Writing	Human Resources Management and Industrial Relationship, Personnel Organization and Supervision, SmallBusinessOrganizationandOp eration, Organizational Communication, Small Group Communication	Field Experience, Interior Design Career, Internship : Retail Merchandising, Internship : Retail Sales, Internship Preparation, Career Search Strategies, Field Trip, Pre-Internship, Strategic Career Planning, Apparel and Textile Capstone Experience	Calculus I, 3Dimensional Studies, Algebra, College Composition 1,2,Creative Writing I, Family and Life Span Development, Fundamentals of Public Speaking(2), Introduction to Calculus, Introduction to Child Development, Introduction to Media Writing, Listen & Nonverbal Communication, Microcomputer Packages, Microcomputer Packages Lab, Professional Communication, Professional Development, Professional Issues, Seminar, Skills for Academic Success, Writing and Rhetoric (2)
	7%	3%	4%	9%	18%

〈표 2-3〉 미국 패션 소매분야의 기타의 세분화된 교과과정 분류 - 계속

학과/분류	일반경영	비즈니스	조직관계	인턴십	기타
Retail Management	Personal Finance, Economic Problems and Policies, Personnel Management, Financial Accounting for the Service Industries, Introductory Accounting	Business Writing, Introduction to Business, Legal Background Business I, Principles of Selling in Agricultural Business	Human Relations In Organizations, Leadership Strategies,*Management and Organizational Behavior	Retail Management Internship, Field Experience in Retail Management, Internship in Textile and Apparel, Supervised Internship	Interviewing:Principles andPractice,Computing,SpecialityMarkets,ConsumerLaw,ProfessionalPractices,SalesandStrategicPartnerships
	9%	7%	6%	7%	11%
Retailing Merchandising & Management	Principles of Economics II,Principles of Management, Financial Accounting, Managerial Accounting, Women Minority in Management	Business Writing, Training System Business Industry	Human Resource Management, Organization Leadership, Basic Leadership, Individual&Group Differences, Employ Involvement Teams, People Process, Foundations Officership	Interpersonal Effectiveness Training, Retail Co-op/Internship	Technical Writing, Interviewing, Social Gender Roles, Social Minority Groups, Critical Thinking, Critical Writing, Introduction Logical Thinking
	13%	5%	18%	5%	18%

IV. 결과 및 고찰

1. 한국 패션 소매분야 관련 교과과정

국내 대학교 소속 패션 소매분야와 직접 관련된 학과는 없으므로 인접학과를 조사한 교과과정은 다음과 같다. 패션기초과목, 복식사를 포함한 기초분야에서 패션산업학과와 의류상품학과의 각각 12%와 13%를 차지하고 패션학과에서 가장 낮은 비율인 4%를 차지하고 있었다.

디자인 분야에서 의류산업학과가 33%를 차지하고 있고 의류패션산업학과와 패션산업학과도 25%이므로 교과 과목 분류 영역 중에서 가장 높은 비중을 차지하고 있었다. 의류상품학과에서는 17%로 제품 생산과 함께 두 번째로 높은 비중을 차지하고 있으며 패션마케팅학과에서도 13%를 차지하고 있다. 패션학과에서는 컴퓨터로 응용한 실내 디자인과 관련된 드로잉과 캐드 과목들을 디자인분야에 포함해 분석하였으므로 디자인 분야아의 비중이 높게 나타난

것으로 보인다. 그러므로 전공학과에 구분 없이 디자인 분야가 10%이상의 비중을 차지하고 있었다.

제품 생산 분야의 경우 의류산업학과, 패션산업학과, 의류패션산업학과는 20%정도로 비중 있게 차지하고 있으며, 의류상품학과는 17%, 패션마케팅학과와 패션학과에서는 5%미만의 비중을 차지하고 있다. 이 분야에서 학과 명칭이 ‘산업’을 포함한 학과에서는 패션마케팅학과나 패션학과에 비해 높은 비중을 차지하고 있다.

소매분야에서 의류상품학과는 22%로 이 분야에서는 가장 높게 점유하고 있으며 의류산업학과, 패션산업학과, 의류패션산업학과도 10%이상을 차지하고 있었다. 그러나 패션마케팅학과는 2%미만을 차지하고 패션학과에서는 이 분야의 교과과목도 개설되어 있지 않았다.

인터넷, 창업, 글로벌 마케팅을 포함한 마케팅 분야에서 패션마케팅학과는 15%로 이 분야에서 가장 높은 비중을 차지하고 있었으며, 의류상품학과에서 9%이다.

시장분석을 포함한 산업분야는 패션마케팅학과에서 10%를 차지하고, 상품기획을 포함한 머천다이징 분야는 패션마케팅학과에서 25%, 패션학과는 20% 그리고 의류상품학과는 13%를 차지하고 있다.

일반 패션 유통을 포함시킨 소매분야는 패션학과가 9%, 패션마케팅학과가 8%를 나타내고 있지만 그 외 다른 학과에서는 미비하거나 없었다. 광고 및 VMD를 포함한 홍보 분야는 패션학과에서 29%를 차지하고 있었으며 패션마케팅학과에서는 7%, 나머지 학과에서는 미비하거나 없었다. 복식 사회 심리를 포함하여 소비자행동분야는 의류산업학과를 제외하고 5%정도의 비중을 차지하고 있었다.

이상과 같이 학과 명칭에 산업을 포함한 학과들은 디자인 및 제품생산과 관련된 교과과목들이 가장 큰 비중을 차지하고 있었다. 비록 학과 명칭에 패션 산업학과, 의류산업학과, 의류패션산업학과로 되어 있지만 교과 과목 분류에 따른 비중은 패션디자인관련 학과와 마찬가지로 패션 산업 내에서 디자인과 구성 및 봉제를 위주로 한 의류 제품 생산 분야의 교과 과정에 중점을 두고 있었다. 의류상품학과도 소재분야에 중점을 두고 디자인과 제품생산 분야도 큰 비중을 차지하고 있었다. 한편 의류산업학과와 의류상품학과에서는 일반패션 유통을 포함한 소매분야의 교과 과목이 개설되어 있지 않아서 미비했으며 의류상품학과에서는 VMD 및 프로모션과 관련된 홍보분야의 교과 과목도 없었다. 이것은 기존 연구²⁶⁾에서도 이미 언급된 기존 의상학과 및 패션디자인학과 교과 과정과 거의 비슷하게 유지하고 있음을 보여주고 있으며 패션산업 중에서 제품생산위주의 교과과정으로 구성되어 있음을 보여 주고 있었다.

단지 패션마케팅학과에서는 머천다이징과 상품기획에 관련된 교과목 구성을 중심으로 마케팅 분야가 큰 비중을 차지했다. 마케팅학과는 VMD를 위주로 하는 홍보분야와 머천다이징 분야, 마케팅 분야, 소매분야 그리고 홍보분야가 커다란 비중을 차지하고 있었다. 그러나 제품생산 분야와 소재분야의 비중은 아주 미비했다.

패션학과에서 비주얼 머천다이징과 관련된 교과 과목이 가장 많아서 홍보분야의 비중이 가장 크게 차지했는데 이전에 학과 명칭을 변경하기 전인 VMD 학과의 영향을 받은 것처럼 보인다. 다음으로 머천

다이징 분야 그리고 디자인 분야 순이었지만 소재분야와 관련된 교과목은 없었으며 제품생산 분야와 관련된 교과목은 단지 한 과목만 개설되어 교과 과정 내에서 소재 분야들이 차지한 비중은 낮았다. 그러므로 일반 패션 소매 및 유통분야보다도 상품 기획이나 VMD에 초점을 맞추고 있어 소매 분야의 관련 교과 과목이 비교적 미약함을 나타내고 있다.

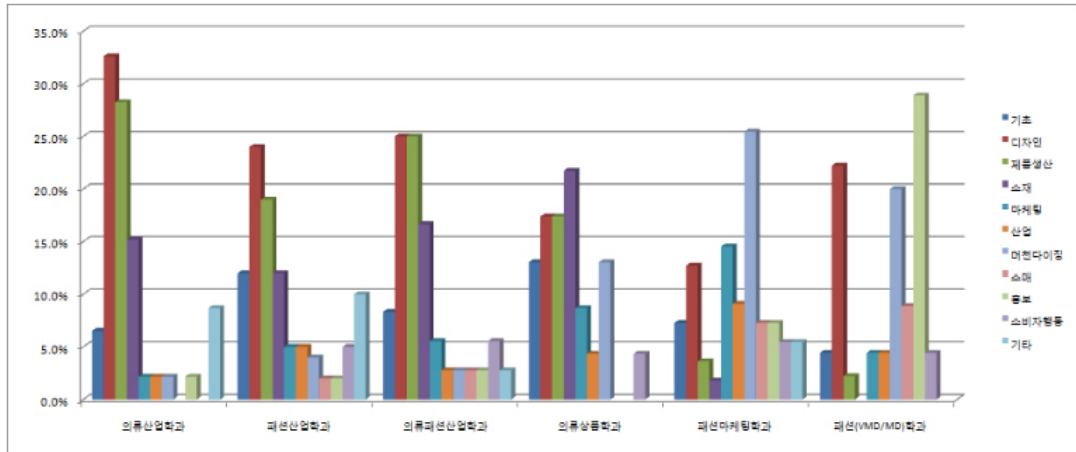
2. 미국 패션 소매분야 관련 교과과정

국내 학과 교과 과목 분석 기준을 이용해서 미국 대학교 관련학과인 Fashion Retailing학과, Retailing학과, Retailing and Consumer Studies학과, Retail and Consumer Sciences학과, Retailing & Merchandising학과, Retail Management학과, Retailing Merchandising & Management학과들의 교과 과목을 분석한 결과는 다음과 같다<그림 2><표 2-1><표 2-2>. 미국 4년제 패션 소매관련 학과의 교과 과정 분석 결과 가장 큰 특징으로 기타 분야가 Retailing Merchandising & Management학과에서는 50%이상을 차지했으며 Retailing학과와 Retailing and consumer Studies학과는 30%, Fashion Retailing학과를 포함한 그 나머지 학과는 40%를 차지해 가장 높게 나타났다.

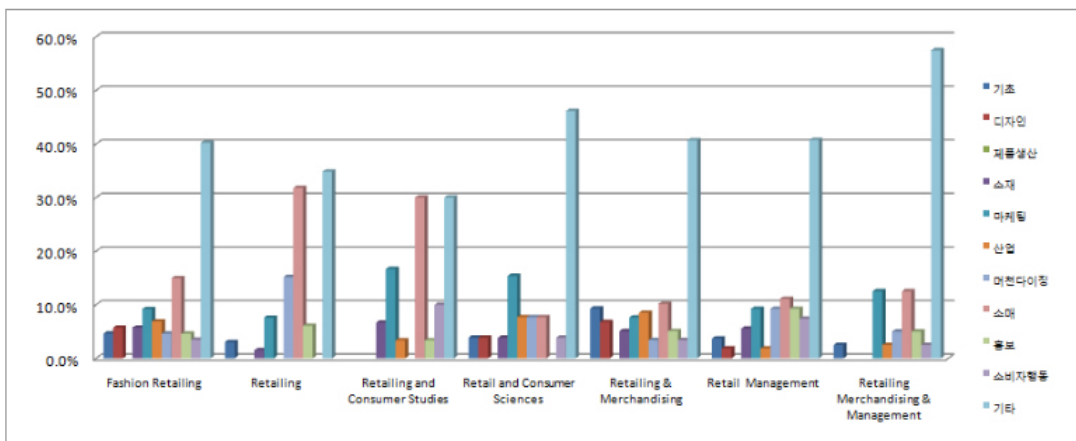
소매분야는 Retailing학과와 Retailing and Consumer Studies학과에서 30%를 차지하고 Fashion Retailing학과에서도 15%로 나타났으며 Retailing & Merchandising학과, Retail Management학과 그리고 Retailing Merchandising & Management학과에서 10% 정도를 차지했지만 학과 내 전체 분야에서 기타 다음 두 번째로 비중 있는 교과목 분야로 나타났다.

인터넷과 글로벌 마케팅을 포함한 마케팅 분야를 살펴보면 Retail and Consumer Sciences학과에서는 15%를 차지하고 있지만 기타 다음으로 높게 나타났다. Retail and Consumer Studies학과에서도 17%, Retailing Merchandising & Management학과에서는 기타분야 다음으로 소매분야와 같이 13%를 차지하고 있었다.

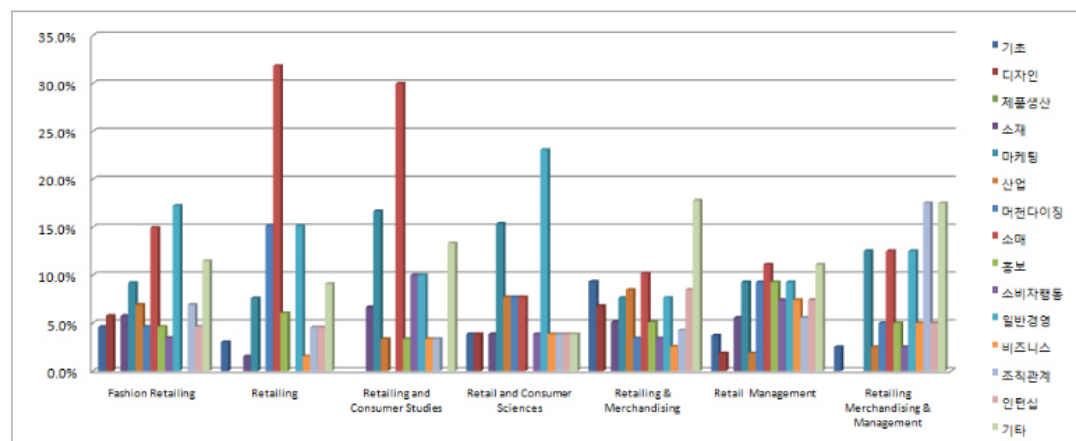
머천다이징 분야의 경우 Retailing학과에서 15%를 차지하고 Retail Management학과에서는 9%를 나타



<그림 1> 한국 패션 소매 분야 관련 교과과정



<그림 2> 미국 패션 소매 분야 관련 교과과정



<그림 3> 미국 교과 과목 기타 세분화 분류

내고 있지만 전체적으로 마케팅 분야에는 비해서 적은 비중을 보이고 있으며 Retail and Consumer Studies학과에서는 관련 과목이 개설되어 있지 않았다.

시장 분석을 포함하는 산업 분야에서 Retailing & Merchandising학과의 경우 9%를 점유하고 Fashion Retailing학과에서는 7%를 차지하지만 Retailing학과에서는 관련 교과 과목이 개설되지 않았고 그 외의 학과에서도 차지하는 비중이 미비했다.

홍보분야의 경우 Retail Management학과는 9%를 차지하고 심리를 포함한 소비자행동분야에서 Retail and Consumer Studies학과는 10%를 차지하고 나머지학과에서 5%내외 정도밖에 되지 않았다.

그러나 소비과학을 포함한 소재분야의 경우 Retailing Merchandising & Management학과에서는 없었으며 Fashion Retailing학과를 포함한 다른 학과에서도 5% 내외 정도였다.

기초분야의 경우 Retailing & Merchandising학과의 경우 9%, Fashion Retailing학과는 5%를 차지하고 있었다. 디자인 분야의 경우 Retailing학과, Retailing and Consumer Studies학과 그리고 Retailing Merchandising & Management학과에서는 관련 교과목이 없었으며 그 외 학과에서도 차지하는 비중이 미비했다. 제품생산 분야는 모든 학과에서 관련과목이 개설되어 있지 않았으므로 한국 교과과정의 분류에 따른 비중에서도 확연한 차이를 보여주고 있다.

기타 분야가 <그림 2>에서 보여 주듯이 가장 높게 나타났으므로 여기에 대한 분석을 위해서 경제학, 재무, 회계를 포함한 일반 경영분야, 비즈니스와 관련된 비즈니스분야, 리더쉽, 인간 자원, 조직을 포함한 조직관계 분야, 현장실습, 직장 찾기, 인턴을 포함한 인턴십 분야 그리고 나머지 교과 과목은 기타로 분류했다<그림 3>, <표2-3>.

일반 경영분야는 Retail and Consumer Sciences학과에서는 23%, Fashion Retailing학과에서는 17%를 차지하고 있었으므로 모든 분야 중에서 가장 커다란 비중을 차지하고 있었다. Retailing학과에서는 상품기획을 포함한 머천다이징 분야와 같은 비중을 차지해 소매 분야 다음으로 높게 나타났다.

비즈니스의 경우 Fashion Retailing학과에서는 관련분야 교과 과목은 개설되어 있지 않았지만 Retail

Management학과에서는 7%를 차지하고 있었다. 그러나 조직관계분야에서는 Retailing Merchandising & Management학과에서는 18%를 차지하고 Fashion Retailing학과에서는 7%를 차지하고 있었다.

인턴십은 Retailing and Consumer Studies학과를 제외한 나머지 학과에서 정규교과과정에 포함시켜 5%이상의 비중을 차지하고 Retailing & Merchandising학과는 9%정도로 인턴십을 강화해 산업 현장밀착형 교과과정을 구성하고 있음을 보여주고 있었다.

이상의 미국 대학교의 패션 소매분야의 교과과목을 분석한 결과 제품생산 분야의 교과 과목은 하나도 없었으며 소재 및 소비과학 분야와 디자인 분야는 미비한 수준을 차지하고 있어 한국 관련 교과과정 분류에서 그 비중에서 확연한 차이를 보이고 있었다. 그리고 미국 대학교의 패션 소매 관련 교과과정은 일반 패션 소매(유통)분야, 패션마케팅 분야 뿐만 아니라 경영분야, 조직관계 그리고 비즈니스분야와 인턴십의 실무 교육 강화로 현장 중심 전문 패션 소매 관리자를 위한 교과 과목들로 이루어졌음을 보여주어 한국 교과과정의 구성과 비중에도 차이점을 나타내고 있다.

V. 결론 및 제언

한국 패션산업 내에서 글로벌화의 확장, 인터넷과 과학기술의 발달에 따른 정보시스템과 물류의 향상으로 패션 제품 기획 및 생산의 기간은 단축되고 제품의 공급도 신속하게 진행됨에 따라 패션 소매업도 빠르고 다양하게 변화하고 있다. 패션소매업계에서는 이러한 소매환경의 변화에 능동적으로 대처할 수 있는 전문적인 고급 소매 인력을 필요로 하고 있다.

그러므로 본 연구에서는 전문적인 패션 인력의 효율적인 공급을 위해서 국내 대학교의 관련학과 교과과정을 살펴보고 미국 대학교 패션 소매분야의 교과과정을 분석해 본 결과는 다음과 같다.

국내 4년제 관련 대학교의 학과 명칭이 '산업'을 포함한 한 학과들로 패션 산업학과, 의류산업학과, 의류패션산업학과가 있는데 학과 교과과정은 패션

디자인과 의복 구성 및 봉제를 위주로 한 의류 제품 생산 과정에 중점을 두고 있었다. 의류상품학과도 소재 및 소비분야와 패션 디자인분야와 제품생산 분야에 큰 비중을 두고 있으므로 의류상품의 영업이나 유통보다는 제품 제조에 중점을 두고 있었다.

패션 마케팅학과는 기획 분야나 마케팅 분야에 중점을 두고 있으며 VMD학과에서 학과 명칭은 변경한 패션학과는 기획 분야와 아울러 VMD분야에 큰 비중을 두고 있지만 소재분야 및 제품생산 분야의 비중은 다른 산업관련 학과들에 비해서 상대적으로 낮았으며 패션소매나 유통 분야도 미약했다.

국내 관련 학과 명칭과 비교하여 미국 대학교의 패션 소매관련 학과 명칭이 보다 구체적으로 명시되어 있었다. 또한 한국 교과과목을 기준으로 한 구성 비율에서도 차이를 나타냈는데 제품 생산에 관련된 디자인, 제품생산 그리고 소재 분야의 비중은 낮았다. 그리고 완성된 제품을 판매하는 소매점의 영업과 관리에 중점을 둔 경영분야, 비즈니스분야, 조직관계 분야의 교과 과정이 보강되어 있었으며 인터넷을 교과과정에 편성하여 현장실무교육을 강화하고 있었다.

그러므로 글로벌시대에 패션 소매 분야에서 경쟁력 있는 관리자 능력을 갖춘 인력을 배출하기 위해서 국내 관련 학과에서는 산업 현장 실습을 강화하기 위한 방안으로 인터넷 실습을 교과과정 내에서 운영하여 실무교육을 강화시켜야 하겠다. 그리고 4년제 대학 수준에 따르는 전문 판매원이 아닌 유능한 판매 관리자인 매니저나 샵 마스터가 되기 위해 필요한 경영, 비즈니스, 조직 관계 분야 등도 학과 사정을 고려하여 보강할 방안을 연구해야 하겠다.

그러므로 본 연구는 학계 측면에서 패션 소매 분야의 전문 관리자를 배출하기 위한 첫 단계로서 국내와 미국의 패션 소매 관련 학과의 교과과정을 조사하여 방향을 제시했다는데 의의를 둔다. 또한 교과목 분류 시 양 분야에 걸쳐진 과목들이 있었으므로 교과과정 분류표를 본 연구에 첨가하여 과목 경향의 정확한 이해를 돕고자 했다.

향후 소매 유통분야에 선진국을 대상으로 교과과정뿐만 아니라 교과 운영 시스템 그리고 학교 교육 환경과 산업체와의 연관성에 대한 연구도 계속되

어야 하겠다.

이러한 연구들을 바탕으로 학계에서는 한국 패션 소매 환경에 맞는 교과과정과 시스템을 구축해서 배출한 인력들이 국내뿐만 아니라 세계패션소매시장에 나아가서 앞장 설수 있도록 준비해야 하겠다.

참고문헌

- 1) "숫자로 본 경제: 한국의 임금, 1인당 GDP의 1.77배", (2008, 05), *월간경영계*, p.5.
- 2) 조규화(1997), "한국패션산업의 인재육성에 관한 연구", *패션비즈니스*, 1(1), pp.27-42.
- 3) 구동민(2008. 11. 29), "성공 브랜드 분석 및 향후 성공 가능성 브랜드 분석" *한국패션비즈니스학과 추계학술대회 발표논문집*, pp.24-43.
- 4) Suh, John (1998), "The Distribution System in the American Fashion Industry", *패션비즈니스*, 2(3), pp.23-30.
- 5) "롯데 백화점 본점 가을 매장 개편 수입브랜드, NPB, 편집매장 확대"(2008, 10), *월간 유통저널*, 245, pp.98-99.
- 6) 한국섬유산업연합회(편)(2006), *섬유패션산업구조혁신전략*, p.64.
- 7) 이선호 (2008. 11. 29), "Global SPA브랜드 한국 진출현황", *한국패션비즈니스학회 추계학술대회 발표논문집*, pp.16-23.
- 8) "글로벌 SPA 브랜드 시장 장악력 확대 등2008년 패션유통 HOT ISSUE 10", (2008, 12), *Fashionbiz*, 260, p. 126.
- 9) 이호정 · 강경영 (2004), *패션리테일링*, 교문사, pp.352-353.
- 10) Wolken, W.S.·Good, L. K. (1995), "The Retail Environment: Relationship of Tension and Social Support", *Clothing and Textiles Research Journal*, 13(4), pp.280-288.
- 11) 전해정 (2000), "패션 머천다이징 교육 방향", *패션비즈니스*, 4(1), pp.87-96.
- 12) 이규혜 · Leslie Stoel (2006), "A Study of Student Perspectives on Web-Based Learning

- Technology in Merchandising Courses”, *한국 의류학회지*, 30(12), pp.1788-1799.
- 13) 구양숙 외(1999), “4년제 대학의 패션관련학과 교과과정 비교 분석:한국, 미국, 영국, 일본, 홍콩을 중심으로”, *대한가정학회지*, 37(11), pp.19-32.
 - 14) 이윤정 (2002), “한국과 미국의 패션마케팅 교육에 관한 비교 연구(제1보)” *한국의류학회지*, 26(5), pp.727-736.
 - 15) 이윤정 (2003), “한국과 미국의 패션마케팅 교육의 성공요인에 관한 비교 연구(제2보)”, *한국 의류학회지*, 27(2), pp.169-176.
 - 16) 山村貴敬 (2000), “패션비즈니스 교육의 현황과 전망”, *한국의류산업학회지*, 2(3), pp.185-190.
 - 17) 이승희 · 박수경 (2007), “글로벌 패션마케팅 전문인력 양성 방안 모색 연구”, *한국의류학회지*, 31(3), pp.420-432.
 - 18) Laughlin, J.· Kean, R. C. (1995), "Assessment of Textiles and Clothing Academic Programs in the United States", *Clothing and Textiles Research Journal*, 13(3), pp.184-199.
 - 19) 김효은 · 구경모 (2003), “전문대학 패션디자인과의 유통업체 위탁 교육 활성화 방안”, *한국의 상디자인학회지*, 5(19), pp.97-107.
 - 20) 김효은 (2006), “패션디자인과의 패션유통업체 위탁교육 활성화 방안”, *패션비즈니스*, 10(5), pp.74-92.
 - 21) 이유리 · 이미영 (2007), “패션마케팅 분야의 4년제 대학 교육과정과 복식지 연구동향 비교”, *복식*, 57(5), pp.123-139.
 - 22) Ibid., pp.123-139.
 - 23) *ITAA Membership Directory* (International Textile Apparel Association, 2006), pp.35-50.
 - 24) 구양숙 외, op.cit., pp.19-32.
 - 25) 이유리 · 이미영, op.cit., pp.123-139.
 - 26) 구양숙 외, op.cit., pp.19-32.
-
- 접수일(2008년 8월 11일)
수정일(1차 : 2008년 10월 22일, 2차 : 12월 22일)
게재확정일(2008년 12월 29일)