

# The Study of Educational Program Development for Self-Marketing based on Job Analysis

Sang Joon Ahn\*

## Abstract

Given the ability and skills required by modern people, marketing can be divided into knowledge-related skill such as marketing plans, market segmentation, and marketing mix management and supportive skill such as communication, inter-organizational management, creativity, and decision making.

Knowledge related skills can be nurtured in existing marketing classes, but it is recognized that special educational programs such as self marketing are needed to develop and train supportive skills regardless of education levels or major education.

This paper is aimed to design for marketing educational program for the self marketing. In this study, a DACUM method job analysis to extract contents by specialists such as model setting of task and job, job statement, job analysis, education course development, and so on. In the first place, this report presents job analysis model by procedures for developing selection criteria of examination questions of the self marketing qualification. The first step is preparation for job analysis, the second step: the establishment of job models, the third step : the job specification and task analysis, the fourth step: the review of job model, the fifth step: the establishment of subjects for examination matrix table for making questions.

▶Keyword: self marketing, DACUM, marketing education, job analysis

## 1. Introduction

고용노동부는 기업들이 직무와 무관한 불필요한 스펙 대신 역량을 기준으로 인재를 선발할 수 있도록 '핵심직무역량 평가모델'을 만들어 2013년 8월부터 30개 기업에 시범 보급한다고 밝혔다. 시범보급 대상 직군은 생산관리와 경영지원, 금융보험 출납창구 등 3개 직군으로 롯데, 현대모비스, 대우건설, 우리은행 등 공모절차를 통해 선정된 30개 기업에 우선 보급된다. 고용노동부는 이들 기업들을 대상으로 업종 등 기업 실정에 맞는 맞춤형 컨설팅과 면접관 교육 등을 제공하고, 실제 채용과정에서의 평가모델 활용도 지원할 예정이다. 아울러 취업자 수와 채용수요가 많은 직무를 중심으로 평가모델을 계속 개발해 매년 3~4개씩 오는 2017년까지 총 20개 직군을 개발할 계획이다[1].

이렇게 국가적 차원에서 직무역량 측정을 위한 평가모델을

제시하는 이유는 최근 취업을 준비하는 구직자들이 각종 스펙은 많지만 대부분 취업 후 실제 업무 현장에서는 필요 없는 경우가 많아 무용론이 대두되고 있기 때문이다.

일선 기업 현장에서는 현업에서 꼭 필요한 직무 역량을 갖춘 인재가 필요하기 때문에 인재 채용 시 선발 기준으로 활용할 수 있는 실질적인 측정도구가 필요하고, 취업준비생은 이런 역량을 갖춘 인재임을 증명할 수 있는 자격 조건을 증명해야 한다. 하지만 기업들은 각자의 목표와 환경 요소가 다르기 때문에 기업이 요구하는 핵심 인재와 직무역량은 상이하다.

또한 기업들이 선호하는 인재 유형 역시 다르다. 대기업과 중소기업이 채용하고 싶어 하는 신입사원의 유형 조사에서 다소 차이를 보였는데, 잡 코리아 좋은 일 연구소가 2012년 대기

---

\*First Author: Snag Joon Ahn , Corresponding Author: Snag Joon Ahn  
\*Snag Joon Ahn (sejj48@khu.ac.kr), School of Management, Kyung Hee University  
• Received: 2019. 07. 16, Revised: 2019. 08. 27, Accepted: 2019. 08. 27.

업 및 중소기업 596개사를 대상으로 <채용하고 싶은 인재 유형>에 대해 조사한 결과, 대기업에서는 ‘책임감’을 뽑은 인사담당자가 52.3%로 가장 많았고, 중소기업은 ‘성실성’을 뽑은 인사담당자가 73.3%로 압도적으로 많았다.

성격유형 검사방식의 한 종류인 MBTI 검사의 결과를 나타내는 16가지 유형을 보기문항으로 <채용하고 싶은 신입사원 유형>에 대해 조사한 결과, 대기업과 중소기업이 채용하고 싶은 신입사원 유형이 달랐다. 대기업은 ‘성실하고 온화하여 협조를 잘하는 유형’(39.5%)을 중소기업은 ‘한번 시작한 일은 끝까지 해내는 유형’(39.4%)의 직원을 채용하고 싶다는 답변이 가장 높았다[2].

반면에, 2013년 4월 대한상공회의소가 국내 매출액 상위 100대 기업의 인재상을 분석해 낸 보고서에 따르면 도전정신을 뽑은 기업이 88개사로 가장 많았고 이어 주인의식 78개사, 전문성 77개사, 창의성 73개사, 도덕성 65개사 순으로 나타났다. 이는 예전에 100대 기업이 중시했던 인재상과는 다소 다른 모습을 보였다. 2008년 분석 당시 첫 번째 덕목으로 뽑혔던 창의성은 네 번째로 밀렸다. 두 번째 덕목이었던 전문성도 세 번째로 밀려났다. 대신 도전정신은 세 번째에서 으뜸 덕목으로 올라섰다. 주인의식은 여덟 번째 덕목에서 두 번째가 됐다[3].

업종별로 바라는 인재상도 차이를 보였다. 제조업과 운수업은 도전정신(92.3%, 100%)을 첫 손에 꼽은 반면 금융보험업은 전문성(90.5%)을 갖춘 인재를 가장 선호했다. 도소매업은 주인의식(90.9%)을 핵심역량으로 꼽았다. 건설업은 도전정신(85.7%), 도덕성(85.7%), 주인의식(85.7%) 세 가지 모두 중요시했다[3]. 그 이유는 제조업의 경우 하드웨어 차별화의 어려움과 글로벌 경쟁심화로 신 시장 창출이 중요해졌기 때문으로 분석되며, 운수업 또한 저 운임, 유가상승, 화물수요 상승 등 여러 불안요인을 이겨낼 적극적 인재가 필요했기 때문이다.

이렇듯 신뢰성과 공정성이 높은 기관에서도 기업들이 선호하는 인재에 대한 조사 결과가 다르게 나오는 실정에서 동일한 측정기준으로 직무 역량 및 핵심 인재의 기준을 적용해 평가한다는 것은 문제가 있다. 앞서 고용 노동부도 기업 실정에 맞는 건설됨을 실시한 후 교육 및 평가하는 이유도 기업에 대한 내, 외부적인 환경 분석을 통해 직무역량 및 인재 선발을 해야 한다는 인식에서 비롯된 것이다.

그렇다면 표준화 된 직무역량을 지닌 인재 평가는 불가능한 것인가? 직무란 직책이나 직업상의 맡은 바 임무로 직무를 성공적으로 수행하고 목표를 달성할 수 있는 인재라면 기본적인 소양이 중요하다. 즉, 임무 달성을 위해 작업 능력 및 지식과 같은 부분도 중요하지만 자신이 어떤 사람인지 진단하며, 하고 싶은 무엇인지 판단해 자신의 역량을 한층 더 발전할 수 있는 인재가 직무역량을 갖추고 있는 인재라고 볼 수 있는 것이다.

현대인에게 필요한 능력과 기술을 지식관련 기술과 지원기술로 나눌 수 있다[4]. 마케팅에서는 마케팅계획 설계, 시장 세분화, 가격전략수립, 촉진관리 등과 같은 것들이 대학교과로 구성된 지식관련 기술에 해당된다. 하지만 지원기술은 여러 직업

들로 전이되어 사용되는 것으로 의사소통, 상호관계관리, 창의성, 의사결정 등이 이에 해당된다. 이러한 기술은 마케팅교과에서도 육성될 수 있으나, 교과목이외에 특강이나 특별활동 등을 통해 개발될 수 있다. 교육의 수준이나 전공등과 무관하게 이러한 지원기술들을 개발하고 훈련할 수 있다고 주장하면서 셀프마케팅의 중요성을 강조하였다.

이에 본 연구는 자신의 능력과 기술 및 적성을 파악하고 그것을 활용해 사회에서 성공할 수 있도록 실행 전략을 세우고 실천하기 위한 자기경영을 셀프마케팅개념에서 확인하고 셀프마케팅 교육의 필요성과 직무 분석을 실시하려고 한다. 여기서 셀프마케팅이란 어떤 일을 하는데 필요한 것을 체계적으로 연구하고 그것을 통해 자신을 표현하기 위한 하나의 전략이며, 이를 통해 자신의 능력과 기술 및 적성을 정확히 파악하고 그것을 활용해 사회에서 성공할 수 있도록 실행 전략을 세우고 실천하는 것을 의미한다. 결국 셀프마케팅 교육은 특정 실무에 국한된 인재 평가 방법이 아닌 기업이 선호할 만한 인재상을 갖추기 위한 반드시 필요하다고 볼 수 있다.

따라서, 이 연구의 주요 목적은 기업의 인재선발 및 개인의 핵심역량 구축이라는 측면에서 셀프마케팅의 구체적인 직무분석을 통하여 셀프마케팅 교육프로그램의 개발과 이를 통한 셀프마케팅 역량구축에 목적이 있다.

## II. Literature Review

### 1. Self Marketing

개인의 개발과 관련된 산업이 발전하고 있다. 이러한 산업은 제품과 기업의 발전을 위해 개발된 마케팅과 브랜딩의 이론들을 사람에 적용하고 있다. 즉, 셀프 마케팅은 시장에서 알려진 그들 자신을 만들기 위해 개인들에 의해 해온 여러 가지 다양한 활동들로 구성된다[5].

셀프마케팅의 개념은 객관적 입장에서의 타아와 사회구성원으로서의 자아를 표현하는 전략적인 방법으로서 자신에 대한 가치인식을 만들어 내는 것과 동시에 업그레이드시키기 위해 행해지는 모든 활동으로 정의하였다[6].

특히 오랫동안 영화, 스포츠, 팝스타들과 비즈니스와 정치영역에서의 리더들에 의해 셀프마케팅이 실무적으로 실행되어오고 있다[5]. 또한 기업들이 고용을 하는데 있어서 즉각적인 필요를 충족시키기 위하여 셀프마케팅이 필요한 것 이외에도, 졸업생을 비롯한 대학생들에게 잡서칭의 기술과 함께 셀프마케팅의 필요성도 지속적으로 강조된다[7].

미국의 각 대학에서 경영학과 마케팅 전공 교수들의 특강들이 개설 중이다. 정규과정이라기 보다는 직업능력개발 혹은 학습센터를 중심으로 자기개발과 자기관리에 대한 강좌로 이루어져 있다. 대표적으로 Lebanese American University는 개인을 브랜드로 관리하고 개발하는 것과 관련된 셀프마케팅을 강좌로

Table 1. Job analysis

No.	Step	Methods	Contents
1	Job analysis preparation	Demand analysis Data survey and interview	Job analysis objective setting → Composition and training of job analysis personnel → Collecting relevant information and materials (drafting job statements) → Selection of SME and job analysis experts
2	Setting the job model	Workshop on qualification systems for the relevant labs and academic forums	Job analysis purpose, process description → Definition of a job → Making scop of duty and task
3	Job description and job analysis		→ Job description preparation → Occupational basic capability analysis → Creating a work specification → Making job statement (requires training and determines how to apply)
4	Job model review	SME target workshop	→ Review of job definitions → Review scop of duties and tasks → Review of job, task, job description → Review the difficulty of job and the need for training
5	Development of curriculum and creating a matrix	Conference of experts on internal qualification systems	→ Creating a task/knowledge/function matrix → Creating a task/tool matrix

\* SME(Subject Matter Expert): industrial content expert with extensive field experience

다루고 있다. 이 특강은 동문들을 위한 강좌로 학생뿐만 아니라 교수와 졸업생들 모두를 대상으로 자기관리의 방법을 중심으로 이루어진다. 자신을 둘러싼 환경을 SWOT으로 분석하고 자신의 목표를 설정하고 목표를 달성하기 위한 실행계획을 세워 성취해나가는 전 과정을 다루고 있다. 또한 Penn State University의 경영대학원 프로그램은 자기개발과 관리에 있어서 마케팅의 전략적인 개념을 응용하게 되었다. 즉, 개인을 하나의 브랜드로 보고 개인 브랜딩에 집중하고 있다.

셀프마케팅 계획 프로젝트에서는 대학생들이 취업을 고려하는 회사들이나 산업들 중 타겟그룹 선정, 자신의 포지셔닝을 결정, 마케팅믹스전략을 수립하는 것부터 단순하게는 커버레터와 이력서작성법까지 포함하고 있다[8].

학술적 영역에서는 셀프마케팅은 직업을 구하거나 커리어를 쌓는 것을 도와주는 교육기관들의 보케이셔널 전문가들에 의해 관심을 받고 있다[5]. 하지만 대부분 셀프마케팅이라는 개념을 언급한 문헌은 person marketing으로 개인의 마케팅로 등장하는 것이 전부였다[8]. Shepherd[2]는 person marketing이라는 용어는 personal selling 의 의미를 함축하고 있기 때문에 person marketing보다 셀프마케팅 혹은 셀프브랜딩이라는 용어가 더 확실한 의미를 가진다고 주장하였다. 본 연구도 그들 자신을 마케팅하는 주체로 간주한다는 의미에서 셀프마케팅 개념이 더 적합하다고 판단하였다.

또한 지금까지 퍼스널이미지에 대한 연구들에서도 메이크업, 헤어디자인, 코디네이션과 관련된 영역에 국한되어 활발히 진행되어왔기 때문에, 현대의 사회적인 관점과 개인의 자아성취를 위한 마케팅적 관점의 연구가 미비한 실정이다[6].

## 2. Job Analysis

본 연구에서는 연구기관과 셀프마케팅의 직무특성을 고려하여 직무분석에 많이 활용되는 데이컴(DACUM: Developing A Curriculum)기법을 실시하였다. 이 기법은 해당 분야 전문가들

이 한 자리에 모여 브레인스토밍기법으로 해당 직업의 임무와 수행 작업들을 분석하고, 교과과정을 개발하는데 활용되는 직업 분석 기법을 의미한다. 또한 교육내용 및 출제기준을 비교적 단시간 내에 추출하는데 효과적이고 접근방법 자체가 체계적이며 적용하는데 매우 용이하다[9]. 따라서 셀프마케팅 직무분석은 교육 전문가 및 실무 관련 업체 담당자로 구성된 직무분석 전문가 풀(pool)을 구성하여 실시되었다. 직무분석은 전체 5단계 즉, 직무분석 준비, 직무의 모형 설정, 직업명세서 및 작업분석, 교육과목 개발 행렬표 등의 설정 단계로 구분하였으며 단계별 구체적인 직무분석의 실시 내용은 <Table 1>에 제시하였다.

## III. Research Methodology

### 1. Conference of experts

연구 방향 및 업무 분야 감정체계를 논의하기 위하여 관련 연구소와 학술 포럼 관계자 등이 참석한 가운데 전문가 협의회를 개최하였으며 한국직업능력평가진흥원에 있는 내부 자격 체계 전문가 등이 참석한 직무분석 워크숍도 이루어 졌다. 외부 셀프마케팅 전문가는 현직에 있는 경영학 관련 교수 및 유관 관련 업체 종사자 등이 참석했으며 이들로 구성된 전문가 협의회에서는 연구방향 설정, 직무분석 내용검토, 자격 감정체계 검토 등이 이루어 졌다.

### 2. Job definition

셀프 마케팅은 시장에서 알려진 그들 자신을 만들기 위해 개인들에 의해 해온 여러 가지 다양한 활동들로 구성된다는 Shepherd(2005)의 정의와 본 연구에서 수행한 직무분석을 통해 다음과 같이 직무를 정의하였다. 셀프마케팅의 직무는 자신의 능력과 기술 및 적성을 파악하고 그것을 활용해 사회에서 성공할 수 있도록 실행 전략을 세우고 실천하는 것이다.

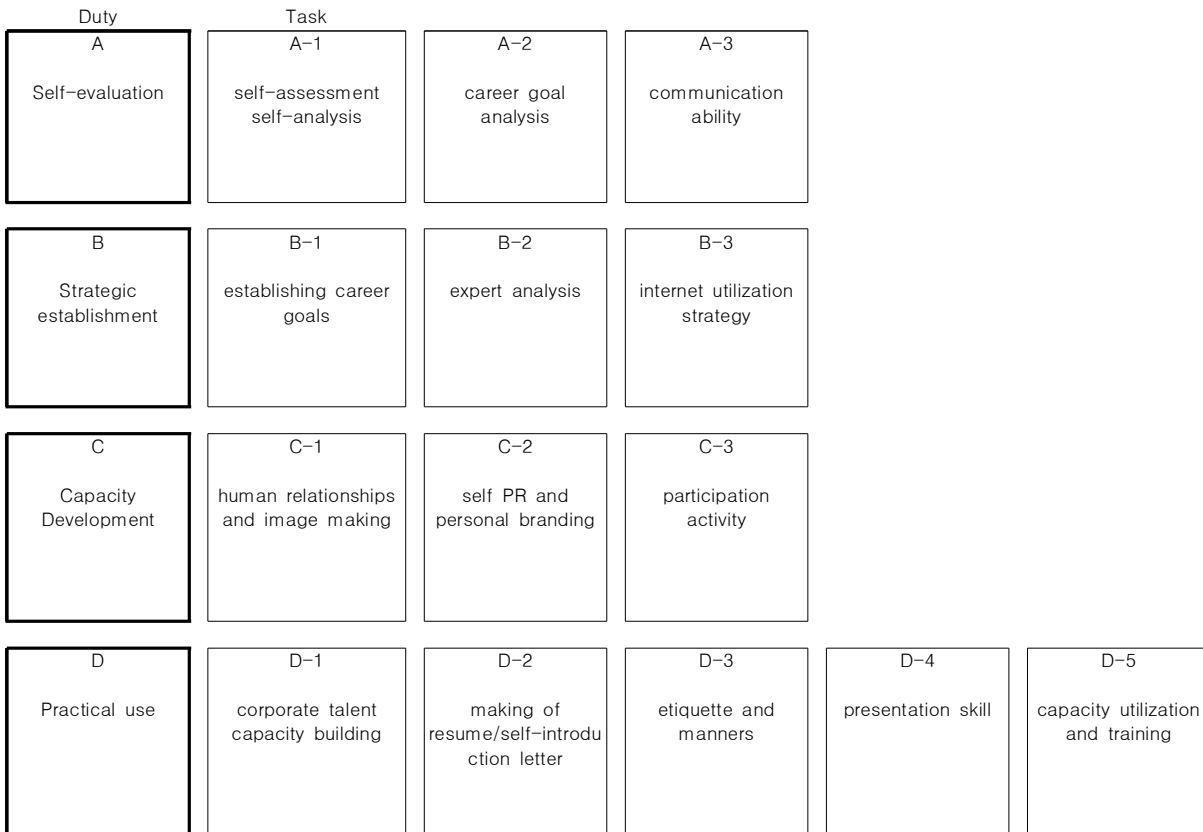


Fig. 1. Job Model

### 3. Job details

#### 3.1 job model

실무 전문가 협의회를 거쳐 작업내용과 직무 영역의 타당도를 검토해 [Figure 1]과 같은 직무 모형을 도출하였다. 직무 모형에서는 셀프마케팅의 직무 및 책무 그리고 작업의 관계를 나타내었다. 작업은 특정 목적을 달성하기 위해 수행하는 작업 활동으로, 작업자가 임무를 수행하는데 필요한 시간에 주기적인 빈도로 발생한다. 책무는 이러한 작업을 유사한 수준과 종류에 따라 구성된 집단으로 하나의 책무 안에는 하나 이상의 작업 요소가 나타나게 되고 작업자는 해당 작업을 책임지고 완수해야 한다.

셀프마케팅의 직무 모형을 보면 자기평가, 전략수립, 역량개발, 실무활용의 4개의 책무로 구성되어 있으며 각각 3개에서 5개까지의 작업요소로 이루어져 있다.

#### 3.2 job statement

직무모형의 내용을 기준으로 전문가 협의회 회의 결과 표 3과 같이 직무명세서를 작성하였다. 직무명세에는 직무의 개요에 대해 명시하고 직무모형에 따른 작업일람표와 핵심작업을 나타낸다. 작업일람표에서는 작업명에 따라 작업의 난이도, 작업의 중요도, 작업 빈도를 5점 척도에 따라 표시했으며, 1점인 경우 매우 낮음이고 5점인 경우 매우 높음이다.

또한 핵심작업에서는 교육훈련 필요도와 교육훈련 적용방법을 작업명에 따라 표시하였다. 표시된 기준은 교육훈련 필요도가 높은 경우 1순위, 보통인 경우 2순의, 낮은 경우 3순위이며,

셀프마케팅의 경우 교육훈련 필요도가 3순위인 경우는 없었다.

교육훈련 적용방법은 강의실 훈련, 현장 훈련, 재훈련의 3가지 형태로 구분된다. 강의실 훈련은 실내 강의실에서 교육자가 강의 형태로 교육을 하는 방법이고 현장 훈련은 실제 직무를 재현하는 형태로 교육이 이루어진다. 재훈련의 경우 기존 교육에서 보완, 수정이 필요한 경우 다시 훈련을 하는 경우를 말한다. 셀프마케팅 경우 모든 작업에서 강의실 훈련이 필요하며, 7개의 현장 훈련과 6개의 재훈련이 필요한 것으로 나타났다.

#### 3.3 job specification

작업 명세서에서는 각 작업의 성취수준과 그에 따른 작업 세부요소를 나타내고 작업 세부요소의 난이도(1점 매우 낮음, 5점 매우 높음)를 표시해 전체적으로 작업의 난이도 수준을 보여준다. 또한 해당 작업을 수행하는데 필요한 장비 및 도구를 작성해서 원활한 작업 수행에 도움이 될 수 있도록 한다. 마지막으로 작업에 관련된 지식, 기술(skill), 태도를 정확하게 도출하고 관련 작업 세부요소가 어떤 것이 있는지 표시한다. 셀프마케팅의 경우 ‘자아 평가와 자기 분석’ 직무를 수행할 때는 총 8개의 작업 세부요소가 필요하고 평균적인 난이도는 보통 수준이다. 주 장비 및 도구에는 평가 설문지, 필기도구, 컴퓨터, 프린터, 노트 등이 있으며, 지식은 인적자원개발의 기초 등 5개의 지식 요소, 스킬은 커리어 플래닝 기법 등 4개의 스킬 요소가 필요하다. 태도는 자기 자신에 대한 판단을 요구하는 직무이기 때문에 신중함과 통찰력이 필요한 것으로 나타났다.

Table 2. Job statement

I. Job outline								
Establish and implement an action strategy to succeed in society by identifying and utilizing one's abilities, skills and aptitude.								
II. Task list								
Duty	No.	Task name	Difficulty of task	Importance of task	Task frequency			
A	1	self-assessment and self-analysis	① ② ● ④ ⑤	① ② ③ ● ⑤	① ● ③ ④ ⑤			
	2	career goal analysis	① ② ③ ● ⑤	① ② ③ ● ⑤	① ● ③ ④ ⑤			
	3	communication ability	① ● ③ ④ ⑤	① ② ● ④ ⑤	① ② ● ④ ⑤			
B	1	establishing career goals	① ② ● ④ ⑤	① ② ● ④ ⑤	① ● ③ ④ ⑤			
	2	expert analysis	① ② ● ④ ⑤	① ② ● ④ ⑤	① ● ③ ④ ⑤			
	3	internet utilization strategy	① ● ③ ④ ⑤	① ● ③ ④ ⑤	① ② ● ④ ⑤			
C	1	human relationships and image making	① ② ● ④ ⑤	① ② ● ④ ⑤	① ② ③ ● ⑤			
	2	self PR and personal branding	① ● ③ ④ ⑤	① ② ③ ● ⑤	① ② ● ④ ⑤			
	3	participation activity	① ● ③ ④ ⑤	① ② ● ④ ⑤	① ② ● ④ ⑤			
D	1	corporate talent capacity building	① ② ③ ● ⑤	① ② ③ ④ ●	① ② ③ ● ⑤			
	2	making of resume/self-introduction letter	① ② ● ④ ⑤	① ② ③ ④ ●	① ② ③ ● ⑤			
	3	etiquette and manners	① ● ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ●	① ② ③ ● ⑤			
	4	presentation skill	① ② ③ ● ⑤	① ② ③ ④ ●	① ② ③ ④ ●			
	5	capacity utilization and training	① ② ③ ④ ●	① ② ● ④ ⑤	① ● ③ ④ ⑤			
III. Key task								
Duty	No.	Task name	degree of training required			training application method		
			1 ranking	2 ranking	3 ranking	classroom training	field training	re-training
A	1	self-assessment and self-analysis	●			●		
	2	career goal analysis	●			●		
	3	communication ability	●			●	●	
B	1	establishing career goals	●			●		●
	2	expert analysis		●		●		
	3	internet utilization strategy		●		●		
C	1	human relationships and image making	●			●		
	2	self PR and personal branding	●			●	●	
	3	participation activity		●		●		
D	1	corporate talent capacity building	●			●	●	●
	2	making of resume/self-introduction letter	●			●	●	●
	3	etiquette and manners		●		●	●	
	4	presentation skill	●			●	●	●
	5	capacity utilization and training		●		●	●	●

Table 3. job specification(A-1)

I. Task name		A-1 self-assessment and self-analysis	
II. Achievement level		Discover a better self, and find ways to get new recognition by correctly communicating one's abilities to others.	
		III. Task element	Difficulty
		(1) Establish goals for self-assessment and analysis.	① ② ③ ● ⑤
		(2) Prepare questionnaires for self-assessment and analysis.	● ② ③ ④ ⑤
		(3) Analyze yourself and value through prepared questions.	① ② ● ④ ⑤
		(4) Analyze your emotional and mental state through prepared questions.	① ② ● ④ ⑤
		(5) Analyze your habits and current skills through prepared questions.	① ② ● ④ ⑤
		(6) Evaluate the veracity of the analysis.	① ② ③ ● ⑤
		(7) Present a solution to the analysis.	① ② ③ ● ⑤
		(8) Summarize the analysis in the action notes.	● ② ③ ④ ⑤
		difficulty mean	① ② ● ④ ⑤
IV. Equipment and Tools		main equipment and tools	survey questionnaires, writing aids, computers, printers, notes
		sub-equipment and tools	text book, white board
V. Related Knowledge, Skill & Attitude			
Division	Contents		Related task elements
Knowledge	■ Basic for human resource development		1, 2, 3, 4, 5, 6
	■ Career development knowledge		1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
	■ Career paths and objectives		1, 2, 3, 4, 5
	■ Basic of organizational behavior		1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Skill	■ Experience learning knowledge		3, 4, 5, 6, 7, 8
	■ Career planning technique		1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
	■ Ability to complete questionnaires		2, 3, 4, 5
	■ Performance evaluation technology		6, 7, 8
Attitude	■ Ability to write reports		8
	Requiring judgment on oneself requires prudence to examine objectively and insight to understand one's career, skills and overall ability.		

Note: The job specification has been analyzed for 14 work names from A-1 to D-5 but only A-1 work names are given in relation to the paper size.

Table 4. Task/Knowledge-Function-Tool Matrix

Core task \ Knowledge	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Basic for human resource development	Career development knowledge	Career paths and objectives	Basic of organizational behavior	Experience learning knowledge	Career planning technique	Theory and types of career goals	Types of career goals by age	Communication theory	Introduction to sociology
A-1 self-assessment and self-analysis	●	●	●	●	●					
A-2 career goal analysis	●					●	●	●		
A-3 communication ability									●	●
B-1 establishing career goals	●	●					●			
B-2 expert analysis							●		●	
B-3 internet utilization strategy									●	
C-1 human relationships and image making				●					●	
C-2 self PR and personal branding									●	
C-3 participation activity									●	
D-1 corporate talent capacity building				●						
D-2 making of resume/self-introduction letter										
D-3 etiquette and manners										
D-4 presentation skill									●	
D-5 capacity utilization and training										

Note: Task/Knowledgement-Function-Tool matrix is a compilation of the knowledge, functions, and tools required for each task. The analysis result shows a total of 95 knowledge, functions, and tools, but only 10 are presented in relation to the paper size.

### 3.4 Task/Knowledge · Function · Tool Matrix

<Table 4>에서는 작업명세서의 지식과 기술 그리고 도구를 행렬표로 나타냈다. 각 핵심 작업에 따라 해당 지식, 기술, 도구가 포함될 경우 ●로 표시해 교육과목을 도출하는데 있어 도움이 될 수 있도록 만들었다. 예를 들어 <Table 4>의 ‘커뮤니케이션 이론’ 지식은 ‘커뮤니케이션 능력’ 작업을 비롯한 7개 작업 요소에서 필요하다.

## IV. Conclusions

이 연구는 셀프마케팅과 관련된 교육프로그램의 필요성과 나아가 방향을 제시하기 위한 목적으로 직무분석을 시행하였다.

이론적 시사점으로는 셀프마케팅이라는 개념에 대한 실무적 접근에 있다고 할 수 있다. 즉, 본 연구는 개념적으로만 접근되어 오던 셀프마케팅에 대한 구체적인 접근과 관련 요소들에 대한 탐색적인 연구로서 앞으로의 이론적 발전의 토대가 되었다고 하겠다.

또한 실무적으로는 본 연구를 통해 개발된 직무분석을 토대로 개인의 마케팅역량 및 인적자원관리 및 개발에 유용한 실무적 지침이 제시되었다고 볼 수 있다.

결과적으로 본 연구를 통해 셀프마케팅에 대한 선행연구들과 직무범위를 연구하는 것으로 셀프마케팅 교육프로그램의 필

요성과 당위성에 대해 살펴보았다. 지금까지는 셀프마케팅에 대한 체계적인 직무분석 및 연구들이 이루어지지 않았고 실무적인 관심과 훈련만이 전부였다. 그렇기 때문에 영역을 명확히 설정할 필요가 있어, 본 연구는 이러한 관점에서 전문가 협의회를 통해 기본적 범위 영역 설정을 하였으며, 외부 전문가와 검정체계 전문가를 중심으로 다수의 회의를 통해 직무분석도 실시하였다. 그 결과 얻어진 셀프마케팅 관련 주요 내용을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 셀프마케팅의 직무정의는 자신의 능력과 기술 및 적성을 파악하고 그것을 활용해 사회에서 성공할 수 있도록 실행 전략을 세우고 실천하는 것이다.

둘째, 셀프마케팅 교육프로그램은 자기 개발에 관련한 과목들로 구성되어야 하며, 추가로 실무활용 역량을 강화하는데 초점을 맞추어야 한다. 또한 자신의 셀프마케팅 관리 교육을 포함시켜 구성되어야 함을 알 수 있었다. 구체적인 교과목 및 주요 내용 제안은 <Table 5>에 나타나있다.

셀프마케팅과 관련된 교육프로그램의 시행은 개인 뿐 만 아니라 기업 더 나아가 사회발전에 크게 기여할 것으로 사료된다. 그러나 셀프마케팅 교육프로그램이 현실에서 인정받고 활용성을 높이기 위해서는 교육프로그램의 신뢰성 확보, 교육수료자들의 처우 개선 등이 우선되어야 하며, 이와 더불어 수반되어야 할 몇 가지 사항을 다음과 같이 제안하고자 한다.

첫째, 현재 제시되어 있는 셀프마케팅 교육프로그램은 직무분석을 바탕으로 만들어진 기초적인 내용이다. 향후 교육프로

Table 5. Suggestion of Self-marketing Curriculum and Main Contents

Major items (dividuation ratio)	Curriculum	Main Contents
Basic Theory of Self-Assessment and Human Relations	self-management	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Who am I? (Self-existing value)</li> <li>• Self-identify by life</li> <li>• Current technology and capability analysis</li> <li>• Analyze personal behavior (value, personality, attitude, perception, learning)</li> <li>• Types of career goals</li> <li>• Analyze career goals (vision, value, obstacles, etc.)</li> <li>• Target analysis of career goals (family, health, work, pleasure, etc.)</li> <li>• Advantages and disadvantages of magnetic PR</li> <li>• Personal branding method</li> <li>• Motivation</li> </ul>
	human relationship	<ul style="list-style-type: none"> <li>• What is a charming person?</li> <li>• Meaning and object of communication</li> <li>• Questions and listening methods</li> <li>• Importance and improvement of image</li> <li>• the kind of etiquette</li> <li>• Manners and cody technique</li> </ul>
Basic Theory of Self-development and Job Utilization	self-development	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Types of internal and external competitors and environments</li> <li>• Competitor and environmental analysis technique</li> <li>• Determine alternatives based on the analysis</li> <li>• How to plan action</li> <li>• Features of the internet (e-mail, blog, SNS, etc.)</li> <li>• Self PR through internet</li> </ul>
	career management	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Type of expert group</li> <li>• Method of participation by expert group</li> <li>• Trust-building methods and cases</li> <li>• Mentor and leadership</li> <li>• Emotional training and intelligence</li> </ul>
	job utilization	<ul style="list-style-type: none"> <li>• What kind of talent do businesses want?</li> <li>• Corporate talent selection techniques</li> <li>• Corporate personnel review</li> <li>• Corporate culture</li> <li>• How to create a resume</li> <li>• Characteristics of Korean and English resume</li> <li>• How to create a self-introduction document</li> <li>• Presentation order and method</li> <li>• Presentation notes</li> <li>• Ice breaking</li> </ul>

그럼 운영 시 비효율성이 발생할 경우 직무 분석 내용에 맞게 과목명 그리고 프로그램 운영 방법을 변경되어야 할 것이다.

둘째, 현재 구직자를 대상으로 많은 업체들이 자기 역량 개발이라는 내용으로 교육이 이루어지고 있다. 하지만 대부분의 업체가 제대로 된 직무 분석이 이루어지지 않은 상태에서 운영하는 교육이라 실제 구직자에게 도움이 될 수 있는지는 의문이다. 본 연구에서 제시하는 셀프마케팅 교육프로그램의 지적인 검증을 확대함으로써 구직자에게 실질적인 도움을 줄 수 있는 교육과 평가가 이루어져야 할 것이다.

마지막으로 직무분석은 일정한 기간을 두고 수시로 이루어져야 한다. 특히 기업의 환경과 인재상이 자주 바뀌는 셀프마케팅의 경우는 수시로 직무분석이 이루어져 빠른 환경 변화 내용을 자각 검증 내용과 방법에서 수용할 수 있도록 해야 할 것이다.

REFERENCES

[1] <http://www.dailyan.com/detail.php?number=2247>  
 [2] <http://pluskorea.net/19863>

[3] <http://www.donga.com/news/article/all/20130415/54453774/1>  
 [4] D. E. McCorkle, J. Reardon, J. F. Alexander, N. D. Kling, R. C. Harris, and R. V. Iyer, "Undergraduate marketing students, group projects, and teamwork: The good, the bad, and the ugly?," *Journal of Marketing Education*, Vol. 21, No. 2, pp.106-117, 1999.  
 [5] I. D. Shepherd, "From cattle and coke to Charlie: Meeting the challenge of self marketing and personal branding," *Journal of Marketing Management*, Vol. 21, No. 5-6, pp.589-606, 2005.  
 [6] S. K. Lee, "An Analysis on Self - Marketing to establish Personal Images," *Journal of the Korean society of beauty and art*, Vol. 4 No. 1, 263-272, 2003.  
 [7] D. E. McCorkle, J. F. Alexander, J. Reardon, and N. D. Kling, "Developing self-marketing skills: Are marketing students prepared for the job search?," *Journal of Marketing Education*, Vol. 25, No. 3, pp.196-207, 2003.  
 [8] D. E. McCorkle, J. F. Alexander, and M. F. Diriker, "Developing self-marketing skills for student career success," *Journal of Marketing Education*, Vol. 14, No.

1, pp.57-67, 1992.

- [9] K. S. Kim, "Test Subject and Test Evaluation Criteria for National Technical Qualifications in Livestock Field Based on DACUM," Journal of the Korea contents association, Vol. 12, No. 7, pp.473-482, 2012.

### Authors



Sang Joon Ahn received the M.S. degrees in hotel and tourism management from Kyung Hee University and Ph.D. degrees in business administration from Anyang University, Korea, in 2003 and 2014. Dr. Ahn is currently a Professor in School of

Management, Kyung Hee University. He is interested in brand marketing, self marketing and service management.