

# 상업계 고등학교 전자상거래과의 교육과정과 활성화 방안에 관한 연구

서순모\*, 이종호\*\*

## A Study on the Curriculum and Activation Plan of Electronic Commerce Department at Business Highschool

### < 목 차 >

개요	IV. 신 교과과정 제안과 활성화 방안
I. 서론	V. 결론
II. 관련연구	참고문헌
III. 전자상거래교육과 관련한 각 분야의 동향	ABSTRACT

### 개요

본 논문은 상업계 고등학교의 전자상거래과(또는 관련학과)에 대한 전문선택영역 중심의 교육과정 내용을 다루고 있다. 고등학교 전자상거래과는 관련분야의 빠른 변화와 이에 대한 연구의 미흡성, 그리고 전문교사의 부족과, 교육방안 및 실험실습 교재부족 등으로 교육활동에 많은 어려움이 발생하는 것으로 파악된다. 이에 따라 본 논문에서는 제기된 문제해결과 현재 국내 상업계 고등학교의 전자상거래과에 적용할 수 있는 교육과정 모형과 학과 운영의 활성화 방안에 관하여 본 연구자들의 제언을 기술하였다.

**주제어 :** 상업계 고등학교, 전자상거래과, 교육과정, 전자상거래과 교육과정, 활성화 방안

\* 공주대학교 대학원 전자상거래학과 박사과정(제1저자)

\*\* 공주대학교 사범대학 상업정보교육과 부교수(공동저자)

접수일자 : 2003-05-10      게재확정일자 : 2003-11-28

## I. 서론

최근 국내 중등교육은 시대적 변화에 기인하는 새롭고 강력한 요구에 직면해 있다. 고등교육기관의 다변화된 입시정책에 따라 직업계열 교육수요자들의 교육기관에 대한 인식전환이 전개되고 있음은 이를 증명해주고 있다. 특히, 취업에 대한 목적보다는 진학에 대한 목적을 달성하기 위한 직업계열 고등학교 입학은 직업계열 고등학교의 전망과 교육환경에 중대한 문제를 안겨주고 있다. 90년대 후반 인터넷의 폭발적인 성장과 사회의 저변확대는 경영활동에 새로운 패러다임을 선사하였고, 기존에는 없던 전자상거래(Electronic Commerce)라는 분야가 새롭게 대동되는 현상을 보였다. 전자상거래의 개념과 관련 기술은 사회에 너무나 급격하게 수용되었고, 재빨리 적용되었다. 이러한 사회의 움직임은 상업계 및 특성화 고등학교(이하 고등학교)의 전자상거래과 신설을 이끌어냈다. 정부와 노동 및 경제연구소 등 각종 단체에서 발표하는 전자상거래 분야 인력수요에 대한 전망보고서는 수많은 사람들의 심리적 동요를 이루어냈으며, 일반 대중들의 심리상황을 파악한 각종 교육기관은 시대적 조류에 부응하여 전자상거래에 대한 적용의 노력으로 나타났다.

이러한 노력은 전자상거래 분야가 일반 대중에게 취업과 창업에 대한 새로운 이슈로 받아들여지고 있음을 의미하는 것으로 볼 수 있다. 또한, 전자상거래를 배우려는 학습자들의 전자상거래에 대한 관심과 기대치는 현 교육기관에서 제공하는 것 보다 훨씬 상회한다. 이러한 관심과 기대치의 이면에는 일부 기업형 자격증 관련회사 등의 무차별적 광고 등으로 인해 누구나 쉽게 전자상거래 자격취득을 통해서 고소득을 보장받을 수 있다는 환상을 심어준 측면도 있다. 현재, 고등학교에서 제공하고 있는 2002~2003학년도 전자상거래과(또는 관련과의 전자상거래 관련과목)교육과정은 본 연구자들이 판단하기에 큰 효과를 보기가 어려울 것으로 사료된다. 그 세부적 사유로는 일선 고등학교의 교육과정을 살펴보면, 과 명칭에 부합하지 않는 전문 교과체제로 구성되어 있으며, 더욱이 관련 분야에 대한 정부정책의 저변확대와 노력이 이루어졌는지에 대한 의문이 들기 때문이다. 뿐만 아니라, 빈약한 중등교육기관에 대한 학계의 관련연구 동향과 노력을 봐도 알 수 있다. 이러한 현실에 따라 일선 교육기관의 담당교사와 학생들은 많은 어려움과 인내를 요구받는 현실에 직면해 있으며, 관련과목의 전문교사 수급에 많은 애로 사항을 겪고 있다는 점은 이를 뒷받침한다. 제7차 교육과정이 도입되고 점차 그 기반이 확대되어 가고 있는 상황에서 제7차 교육과정의 특징은 다양성추구, 자율성과 창의성 신장, 학교교육중심체계 등의 효과가 달성될 수 있을 것이다. 그러나, 이것은 학교별로 상이한 교육과정의 운영을 통한 학교별 경쟁력이 교육수혜자들의 입학을 위한 학교선택에 매우 중

요한 고려요소가 될 것임을 전망할 수 있다. 이에 따라 학교별 교육품질 제고 노력이 매우 중요한 쟁점이 되고 있으며 그 일부 사례로 적절한 교육과정 모형에 대한 일선학교의 관심이 매우 집중되고 있는 상황이다. 본 논문에서는 일선 고등학교에서 개설운영하고 있는 전자상거래과의 문제점과 한계점을 지적하고 이를 해결하기 위한 방안으로 전자상거래과 교과과정(특히, 전문교과 선택영역)과 학과 운영의 활성화 방안을 제시하고자 한다. 본 논문의 구성을 살펴보면 제2장에서 관련연구로 현 고등학교의 전자상거래과 교육과정과 관련분야의 문헌조사 그리고 문제점 등을 살펴보고 제3장에서는 전자상거래 교육에 관하여 각 분야의 동향을 살펴본다. 그리고, 제4장에서는 고등학교에 적용할 수 있는 교과과정과 활성화방안에 대해 기술한다. 마지막으로 제5장에서는 본 논문의 결론을 맺는다.

## II. 관련연구

### 1. 상업계 고등학교의 전자상거래과 교육과정

제7차 교육과정의 적용으로 최근의 상업계 교육과정편성은 크게 보통교과(국민공통기본교과 포함)와 전문교과영역(필수영역과 선택영역으로 구성)으로 분류된다.

[표 1] 전자상거래과 개설 주요 교과목 분류

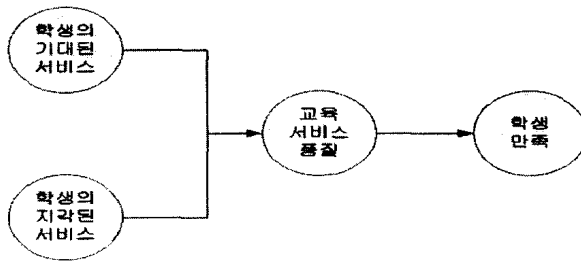
구분	주요 개설 과목의 학문별 분류			자격증 연계
	상업관련	컴퓨터관련	전자상거래관련	
필수 영역 (교육청, 전문학교 교과 선택) 영역	·상업경제	·컴퓨터일반	·전자상거래 일반	-전자상거래
	·회계원리	·정보통신일반	·전자상거래 실무	관리사
선택 영역 (학생 선택)	·경영대요	·운영체제일반	·인터넷쇼핑몰 관리	-전산운용사
	·경영실무	·자료처리		-정보처리
전용 교과 영역	·회계원리	·전산편집	·전자상거래 법규	기능사
	·상업법규	·전자계산실무	·전자상거래 보안기술	-인터넷
선택 영역 (학생 선택)	·국제상무	·프로그래밍	·인터넷마케팅	정보검색사
	·문서실무	·프로그래밍 실무		-워드프로세서
선택 영역 (학생 선택)	·사무자동화 일반	·웹 디자인		-컴퓨터활용
	·무역영어	·컴퓨터보안		능력 등
개설과목 합계	11과목 이상	10과목 이상	6과목이상	
비 고	상기 내용은 현 고등학교별 개설과목을 종합하여 학문적 연관성을 기초로 본 논문 저자들의 주관적 견해에 따라 분류하였음.			

전국의 상업계 고등학교별 홈페이지를 통해 전문교과과정에 개설되어 있는 전자상거래과 교육과정의 교과목을 수집하여 정리하고, 이를 학문적 유사성에 따라 분류하면 [표 1]과 같이 상업, 컴퓨터관련 분야의 교과목이 상당수를 차지하고 있다. 그러나 이와는 대조적으로 전자상거래 관련 전문교과목은 상대적으로 적었으며, 이 중에서 “전자상거래 일반”과 “전자상거래 실무”라는 두 과목이 가장 많은 개설과 운영현황을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 심지어는 전자상거래과를 표방하면서도 위 두과목만을 개설운영하고 있는 사례도 나타났다.

## 2. 교육서비스품질 측정에 관한 실증연구

본 연구와 관련한 분야의 선행연구를 살펴보면, 김민성, 이종호, 채연수(2003)는 상업계 교육의 위기, 특히 상업계 교육에서 학생들의 요구가 무엇인지에 대한 파악이 위기상황을 극복할 수 있는 적극적 대안중 하나가 될 수 있음을 강조하였다. 교육서비스품질 측정에 관한 실증적 연구라는 논문에서 교육서비스품질은 학생 만족에 긍정적인 영향을 미치고 있음과 더불어서 경영활동에 대한 서비스품질 측정모델인 SERVPERF를 이용한 교육품질 측정활동이 우수함을 주장하였다. 아래의 [그림 1]은 교육서비스품질 측정의 실증연구를 위한 연구모형을 나타낸 것이다.

[그림 1] 교육서비스품질 측정의 연구모형



실증연구의 결과에 따라 교육서비스 품질 수준이 높을수록 학생의 만족도는 높아질 수 있음을 강조하였다. 일반적으로 교육서비스의 핵심적 요소에서 교육과정은 교육시설과 더불어 매우 중요한 대표적 요소이다. 위 연구에 의한 주장에 기초해 보면 상업계 고등학교의 학생만족을 위한 교육서비스 품질에서 교육과정의 구성은 중요한 역할을 점유할 것이라 사료된다.

### 3. 현 고등학교 전자상거래과 운영의 문제점

조사 및 분석 결과 전국 상업계 고등학교의 전자상거래과는 여러 가지 문제점이 드러나고 있었다. 몇몇 문제점들은 정부의 제7차 교육과정 적용에 의한 과도기적 현상으로 이해될 수 있다. 그러나 가장 큰 문제점은 현 교육계에서 받아들일 수 없을 만큼 빠르게 변화되고 있는 사회적 조류와 요구이며, 또 하나 이에 대한 다양하고 보편적인 교육과정에 대한 연구의 미비라고 볼 수 있다. 조사결과 도출된 문제점을 정리하면 [표 2]의 내용과 같다.

[표 2] 전자상거래과 운영의 문제점

구분	자체조사에 의해 정리된 전자상거래과(교과과정포함)의 문제	도출된 주요요인
1	현 교과과정은 전자상거래학의 특수한 전문성을 반영하고 있지 못함	전문성(학문)
2	전자상거래 전문교사의 배치가 원활히 이루어지고 있지 못함	전문성(교수)
3	산학관계의 모색을 유도할 수 있는 환경 구축의 미비	취업연계, 발전성
4	고등학교 전자상거래과에 적합하지 않는 과목개설과 운영	적합성
5	전자상거래와는 거리가 먼 비 전문교과의 혼합개설 및 운영	전문성(구성)
6	전자상거래 교육과정에 대한 학계의 연구 부족	전문성(연구)
7	고등교육기관과의 학문적 연계를 고려하지 않은 교육과정	진학연계

\* 본 논문 저자들의 주관적인 견해를 바탕으로 구성한 것임

문제점을 정리할 때 주요하게 고려된 특성은 전문성(학문, 교수, 구성, 연구), 발전성, 적합성, 합리성, 취업과 진학의 연계이다. 이 중에서 “적합성”은 제7차 교육과정에서 제시하고 있는 선택중심교육과정의 차원에서 학과통합을 유도한 측면이 있지만, 전자상거래라는 새로운 학문에 대한 접근이 너무 소극적인 나머지 기존의 학문 특히 상업, 경영정보, 정보처리 등의 범주에서 벗어나지 않은 교과를 개설 운영하고 있으며, 일부 자격증 취득에 교육과정이 맞추어진 듯 한 느낌이 강하기 때문이다.

전자상거래 기업 분류는 크게 몇몇의 대기업과 나머지 중소기업으로 나뉜다. 이 중 대기업의 경우 신기술 수용과 개발에 적극적인 특징이 있으며, 나머지 기업들은 영세한 기업 환경에서 운영하고 있는 상황이 대부분으로 상품등록, 관리 등의 단순 반복적인 작업을 행하는 경우가 일반적이다. 그러나 공통적으로 기술수용과 변화의 속도는 여타의 전통적 기업과는 달리 매우 빨라서 전자상거래 교육과정이 기업과 연계한 산학연계(현장실습포함)과목에 대한 고려는 필수적이다. 이에 따라,

산학관계의 요구가 크게 일어날 것을 전망할 때 전자상거래과의 현 교육과정에 대한 지적(특히, 발전성)은 피할 수 없다고 사료된다.

### III. 전자상거래 교육과 관련한 각 분야의 동향

#### 1. 고등교육기관의 전자상거래 교육동향

본 절에서는 고등교육기관에서 전자상거래에 대한 교육동향에 관하여 기술하며 고등학교 교육과의 관계를 모색해본다.

##### 1) 4년제 대학교의 동향

전자상거래의 도입은 1999년을 시점으로 폭발적인 학과개설로 이어져서 현재는 정착단계에 진입했다고 볼 수 있다. 대다수의 학과는 전자상거래 전문교수요원과 제반교육환경의 확보가 불가능했기 때문에 기존의 상경계열학과 또는 컴퓨터계열의 학과를 전환하여 전자상거래과로 운영하는 측면이 있었다. 또한, 사립대를 중심으로 e-비즈니스학과라는 학과명을 내세우며 전자상거래학에 대한 교과과정을 운영하는 대학도 2001년 이후 두드러지게 나타났다.

[표 3] 정규 고등교육기관의 전자상거래학과 개설현황

구분	전문대학(2~3년제)	대학교(4년제)	대학원
학과(전공) 개설대학	44[21]	28[22]	15{6}[30]
특징	계열별 모집에 따른 전공 단위가 강세	학부별 모집에 따른 전공 단위가 강세	특수대학원 중심의 학과 단위 모집
기타	13개 대학 과 개설 31대학 계열(전공) 개설	인문계열 18개 자연계열 10개	일반대학원 2{4}개 포함
설립주체	도립(1), 사립(43)	국립(3), 사립(25)	국립(7), 사립(14)

\*학과 개설대학 숫자 :: {}=협동과정, []=e-비즈니스학과(전공) 개설 대학(서순모, 이종호, 2003).

한국대학교육협의회와 한국전자거래진흥원에서 배포한 자료와 자체적인 조사에 의해 국내 전문대와 4년제 대학교 그리고 대학원에 개설된 전자상거래 관련학과는 전

자상거래학과(전공)와 e-비즈니스학과(전공), 인터넷상거래학 등으로 개설 운영되고 있는 것으로 파악됐다. 2003. 5월 현재, 전자상거래라는 용어가 들어간 학과나 전공 명칭을 사용하는 대학은 전문대학이 44(21)개, 4년제 대학은 28(22)개 그리고 대학원은 15(6)(30)개로 조사됐다(( )안의 숫자는 e-비즈니스학과(전공)). 이중 박사과정을 개설하여 운영하고 있는 대학은 3개 국립대이며 이중, 공주대는 단일학과체제로 운영하고 있고 전남대와 부경대는 학과간 협동과정으로 운영하고 있다. 학과를 개설운영하고 있는 현황조사를 통해서 각 대학들이 전자상거래학에 대한 접근 자세를 볼 수 있었는데 학과간 협동과정운영이 6개 대학교 그리고 특수대학원에서의 운영이 13개 대학교이며 일반대학원의 단일학과 체제는 2개 대학교로 나타나서 신학문에 대한 매우 조심스런 접근을 파악할 수 있다(서순모, 이종호, 2003).

## 2) 2~3년제 전문대학의 동향

[표 3]에 기술한 바와 같이 2~3년제 전문대학 과정의 전자상거래과 개설 및 운영 동향을 살펴보면 총 44개 대학에서 개설 운영하고 있으며 도립(1), 사립(43)의 순으로 사립대학들이 적극적인 개설운영현황을 나타내고 있었다. 가장 큰 특징은 전문대학의 특징을 반영하듯이 계열에 따른 전공개설이 주된 특징으로 나타났는데, 주로 전자상거래 시스템(기술분야)측면의 전공을 개설운영하고 있는 것이 많은 수를 차지하고 있음이 파악되었다. 이는 취업에 유리한 상황을 점유하기 위한 것으로 4년제 대학의 인문사회학차원의 학과 개설과는 차이가 있었다.

## 2. 산업계의 전자상거래 동향과 관련자격증

산업계의 전자상거래 동향은 매년 매우 가파른 성장세를 보이고 있는 것으로 파악되고 있다. 최근 통계청에서는 2003년 1/4분기 전자상거래 기업체통계조사 및 기업/정부간 전자상거래통계조사, 2003년 1월~3월의 사이버쇼핑몰 통계조사를 통해 나타난 우리나라 2003년 1/4분기 전자상거래 총 규모는 52조 9,630억원으로 조사되었다고 발표했다.

전분기에 비하여 2조 6,290억원(5.2%), 전년 동분기에 비해서는 13조 7,650억원(35.1%)이 증가한 수준이며, 각 거래주체별로 보면 기업간(B2B) 전자상거래가 47조 3,470억원(89.4%), 기업·정부간(B2G) 전자상거래가 4조 300억원(7.6%), 그리고 기업·소비자간(B2C) 전자상거래가 1조 4,670억원(2.8%)인 것으로 나타나서 가파른 성장을 계속하고 있다. 가파른 성장을 지속적으로 보이고 있는 전자상거래업계에서는 그만큼의 전문인력도 필요하다. [표 5]는 전자상거래 분야에서 필요한 부족인력

의 전망치를 나타낸 것이다. 표에서 나타낸 인력은 전문인력이지만, 이들 전문인력에 대한 지원인력은 더욱 클 것이다.

[표 4] 거래주체별 전자상거래액 규모

구분	2002년		2003년		전분기 대비증감	증감률	전년	
	1/4분기	4/4분기	1/4분기	구성비			동분기 대비증감	증감률
전자상거래총 규모	39,198	50,334	52,963	100.0	2,629	5.2	13,765	35.1
기업간 (B2B)	35,212	42,574	47,347	89.4	4,773	11.2	12,135	34.5
기업정부간 (B2G)	2,776	6,226	4,030	7.6	-2,196	-35.3	1,254	45.2
기업소비자간 (B2C)	1,104	1,420	1,467	2.8	47	3.3	363	32.9
기 타	106	114	118	0.2	4	3.8	12	11.7

[단위:십억원/%, 출처: 2003. 1/4분기 전자상거래 통계조사 결과, 통계청(2003)]

대한상공회의소가 시행하고 있는 전자상거래관리사 1, 2 급 자격검정에서 2급은 전문대학이상의 지식체계를 보유하고 있는 자의 수준으로 자격취득에 아무런 제한이 없으며, 전자상거래관리사 1급을 실무적으로 지원하기 위한 자격을 평가한다. 전자상거래관리사 1급은, 해당 종류의 2급 자격 취득후 해당실무에 3년 이상 종사한 자 또는 해당실무에 5년 이상 종사한 자이거나 대학 졸업후 해당 실무에 3년 이상 종사한 자로 제한하여 전자상거래관리사 1급 자격의 위상을 명실공히 전자상거래분야 최고의 전문자격으로 그 임지를 구축해 놓았다.

[표 5] 전자상거래 부족인력의 규모

구분	2002	2003	2004	2005
Engineer	41,032	39,307	37,559	36,111
Manager	69,137	69,447	68,995	67,412
Consultant	5,906	5,537	5,046	4,385
총부족규모	116,075	114,291	111,600	106,909

[단위 : 명, 한국전자거래진흥원.2002]

전자상거래관리사 2급의 자격소지자를 지원하기 위한 인력의 자격검정은 전자상거래운용사이다. 전자상거래운용사는 상경계열 고등학교 재학생이나 졸업생이 취득하기 용이한 자격증으로 대한상공회의소가 시행하고 있으나, 본 논문의 필자들은 상기 자격의 실효성이 일반인들이 생각하고 있는 기대치에 비해 그리 높지 않을 것이

라 사료된다. 이러한 자격은 관련업무 수행에 대한 최소한의 능력을 갖추었음을 증명하는 것일 뿐, 고도로 발전해 가고 있는 현 전자상거래 기업환경을 볼 때 한정한 내용 위주의 학습과 그에 대한 문제출제를 통해서 관련인력을 양성한다는 것은 현 기업체 입장에서 볼 때 실효성에 의문을 품을 수 있는 가능성이 있다. 또한, 이러한 자격취득 과정에 고등학교의 교육과정을 맞추게 되면 교육의 한계를 노출시키지 않을 수 없다. 이에 따라 일선고등학교에서 개발운영하고 있는 전자상거래과의 교육과정에 전자상거래관리사 2급 또는 전자상거래운용사 자격취득을 위한 교육과정운영은 재고해 볼 만한 문제를 안겨준다고 사료된다. 전자상거래관련 자격증 취득에 적합하게 개발된 교육과정의 운영은 교육품질과도 연관되며 이에 대한 충분한 개검토가 필요하다고 사료된다. 교육과정의 질에 따라 학교별 경쟁력이 평가되는 제7차 교육과정의 특징을 볼 때 본 연구자들의 주장은 충분한 타당성이 있다고 사료된다.

### 3. 학계의 전자상거래 동향

본 절에서는 학계에서의 전자상거래 수용동향을 교육측면에서 기술한다. 전자상거래의 기술과 경영적 측면은 이미 수많은 연구가 이루어지고 있다. 국내뿐 아니라 국외에도 전문학회가 활발한 운영활동을 보이고 있으나, 전자상거래 교육 분야에 대한 연구는 상대적으로 빈약하다고 사료된다. 다음은 문헌조사를 통해 정리된 내용을 기술하고 학계에서의 전자상거래에 대한 연구동향을 통해 고등학교 과정의 전자상거래 교육방안을 유도해 본다.

#### 1) 학계 동향

변대호의 전자상거래 교과과정 연구(2002)는 전자상거래학과를 개설한 국내외 대학을 비교 연구하였다. 특히 국내 대학에서는 대학원 과정을 중심으로 비교 연구하였으며, 미국, 캐나다, 홍콩 등 국외 대학들의 전자상거래 교과과정을 비교 분석하여 그 결과를 제시하였다. 이영민, 박순창의 e-비즈니스 인력양성방안 연구(2003)는 c-비즈니스학과가 당면한 문제점 분석과 독립 학문으로서의 위상제고에 필요한 방향성을 제시한 탐색적 연구로서 각 대학별 개설전공을 분석하고 학과 운영의 전략과 방안을 제시하였다. 서순모와 이종호(2003)는 전자상거래학의 학문적 분류기준과 교과과정이라는 연구를 통해서 4년제 대학에 적용할 수 있는 전자상거래학부과정의 교과과정을 제시하였으며, 이러한 교과과정 제시의 원칙을 위해서 전자상거래학을

정의하고 학문적 분류기준을 세워 이를 주장하였다.

반면에, 고등학교의 전자상거래과에 대한 교육분야 연구는 상당히 부족하여 거의 연구가 이루어지고 있지 않다고 해도 과언이 아니다. 제7차교육과정의 적용과 전자상거래라는 신학문의 급작스런 발전 등을 통해 일선 고등학교에서 신학문과 제도수용에 대해 아직 서투를 수 있지만, 이런 상황일수록 학계에서는 전자상거래 교육분야에 대한 폭넓은 연구활동을 펼쳐야 하며 동 분야에 대한 연구활동은 그 당위성 측면에서 강력하고 충분한 지지를 받는다고 사료된다.

## IV. 신 교과과정 제안과 활성화 방안

### 1. (전문교과 영역중심의) 신 교육과정 제안

고등학교에서 개설운영하고 있는 전자상거래과 교육과정을 보면 기존의 학문적 틀에서 벗어나고 있지 못하다. 뿐만 아니라, 기존학문과의 연계관계를 지나치게 고려한 나머지 전자상거래라는 학문적 특수성을 간과한 측면이 보인다. 학과의 통합 운영 등 새로운 제도의 요구와는 다르다. 대학의 학부제처럼 고등학교에서도 학과의 통합운영을 할 것이라면 유사학문과의 연계를 고려해 볼 수도 있을 것이다.

그러나, 학문의 통합운영이라는 측면이 아니라면 전자상거래의 전문성을 고려해야 한다. 다음에는 현 고등학교 교육과정에서 채택 운영할 수 있는 새로운 전자상거래과의 교육과정 특히, 전문교과영역중심으로 새로운 교과목 모형을 제안한다. [표 6]에 기술한 바와 같이 고등학교 전자상거래과 교육과정에 추천되는 교과목은 제3장에서 기술한 전자상거래 현황의 각 분야별 현황을 고려한 것으로 학생들의 진학과 취업비율이 점차 엇비슷해지는 점을 감안하여 학계의 동향(진로측면)과 산업계의 동향(취업측면)을 고려한 교과목이다. [표 6]에는 총 15과목을 제시하였으나, 전자상거래, 상업, 컴퓨터부문으로 구분 지어 나타냈는데 이는 제안하는 각 과목이 기존의 학문과 어떤 유사성을 갖는지를 의미해주는 것으로 이해를 도모하기 위해 구분을 지었다. [표 6]에 제시된 교과목에서 전자상거래일반, 경영대요, 컴퓨터일반은 필수과목(또는 필수기초)으로의 지정을 추천한다. 나머지는 각 분야별로 각 학교별 재량에 따라 취사선택을 통해 개설운영하면 될 것이다.

현재 전자상거래과 현장실습 등에 상당한 애로사항이 예견되는 만큼 [표 6]에 제시된 전자상거래 사례 과목에 현장실습의 내용을 포함하고, 수시로 변하는 기업과 전문가들의 목소리를 청취하기 위한 것으로 산학관계를 고려한 과목이라고 볼 수

상업계 고등학교 전자상거래과의 교육과정과 활성화 방안에 관한 연구

있다. 구체적인 과목별 개요를 기술하면 다음과 같다.

[표 6] 전자상거래과 교육과정을 위한 추천과목

구분	재안과목의 학문별 분류			자격증 연계
	전자상거래관련	상업관련	컴퓨터관련	
필수 영역	·전자상거래 일반	·경영대요	·컴퓨터일반	-전자상거래 관리사
	·전자상거래 실무 ·전자상거래 관리 및 운영	·문서작성과 발표실무	·데이터베이스 일반	-전자상거래 운용사
전문 교과 영역	·전자상거래 사례 (학생 선택)	·회계정보의 이해	·전자상거래 시스템 구성	-인터넷 정보검색사
	·전자상거래 결제 ·인터넷 마케팅 ·고객 서비스 ·물류유통관리		·홈페이지와 웹디자인	-워드프로세서 -컴퓨터활용 능력 등
추천과목 수	8과목	3과목	4과목	
비 고	상기 내용은 전자상거래과에 개설 추천과목을 열거한 것으로 학문적 분류에 의 해 구분한 것이며 종합하여 총15과목 중에서 학교환경에 따라 취사선택이 바람직			

1) 전자상거래 관련 교과목

다음은 순수한 전자상거래 분야의 교과목을 각각에 대해 그 개요를 기술하였다.

- 전자상거래 일반 :: 전자상거래 일반은 전자상거래에 대한 전반적인 소개를 다루고 있는 필수 추천과목이다. 전자상거래의 특징과 개요, 비즈니스 모델, 전자상거래 시스템의 구성과 개요, 성공과 실패사례, 법규일반 등을 포함한다.
- 전자상거래 실무 :: 전자상거래 머천트 서버를 통해서 머천트 서버의 구성원리를 이해하고 상품등록과 상품주문 그리고 결제 등 이에 따른 각각의 인터페이스 실습을 통해서 전자상거래에 대한 체계를 확립한다. 원활한 교육을 위해 B2C모형을 통한 실무실습이 적합할 것이다.
- 전자상거래 관리 및 운영 :: 본 과목은 전자상거래 실무를 보다 구체화하고 전문화한 과목으로 전자상거래 실무를 선수과목으로 이수해야 한다. 본 과목은 이론과 실습이 적절히 혼합되어 운영될 수 있으며, 주요하게 다루는 내용은 시

시스템운영관리, 공급사슬관리(SCM), 고객관계관리(CRM), 구매관리, 제품과 프로세스 관리에 대한 기본적인 내용이 포함될 수 있다.

·전자상거래 사례 :: 전자상거래는 첨단 학문이자 신학문의 성격을 갖고 있다. 그러므로 그동안 현장실습 같은 과목의 개설운영은 상당한 제약을 받는 것이 현실이었다. 본 과목은 이론과 실습(탐방)을 병행 운영할 수 있다. 각 조직별로 전자상거래의 도입을 통한 성공과 실패사례를 학습하며, 현장전문가와 학계의 전문가를 초청하여 최근의 동향은 어떤지를 공유할 수 있는 과목이다. 뿐만 아니라 전자상거래를 도입운영하고 있는 기업을 선정하여 그에 준한 기업탐방을 실시할 수 있다.

·전자상거래 결제 :: 전자상거래는 온라인 결제를 주요한 특징으로 하고 있다. 이러한 특징으로 인해 전자상거래 결제 프로세스에 대한 주요한 특징과 절차, 주의 사항, 시스템 도입에 대한 성공과 실패 사례, 전자상거래 결제 현황과 전망 등에 대한 개괄적인 내용을 다루어 그 이해의 폭을 넓힌다.

·인터넷 마케팅 :: 전통적인 상거래와는 달리 온라인 상거래에서는 마케팅의 개념이 대폭 변화였다. 이러한 인터넷마케팅은 고객과의 빠른 상호작용과 의사교환이 가능한 특징이 있다. 전자상거래 기업들이 인터넷 마케팅을 어떤 방식으로 수용하고 활용하고 있는지와 인터넷 마케팅의 발전전망은 어떤지에 대해서 개괄적인 내용을 학습한다.

·고객 서비스 :: 전자상거래는 사이버 공간에서 상거래가 이루어지는 특징으로 상호신뢰관계 형성이 매우 중요한 변수로 떠오른다. 특히 관련기술의 발달로 전자상거래 기업간 서비스품질에 대한 차이가 기업의 승패로 여겨질 만큼 많은 관심과 집중을 받고 있는데, 본 과목에서는 전자상거래 운영의 실무담당자가 취해야할 서비스 정신과 자세 등을 학습하며, 전자우편의 발신과 답신, 전화응대 등에 대한 자세에 관해서 예절교육 등을 병행 운영할 수 있다.

·물류유통관리 :: 전자상거래 분야에서 근래 들어 많은 관심을 받고 있는 것이 물류 및 유통관리분야이다. 본 과목은 전자상거래 운영관리의 과목에서 공급사슬관리부문을 보다 폭넓게 확대한 것으로 관련된 기본 이론과 기술과 제품동향, 주요한 기능과 역할, SCM, e-Logistics에 대한 이해를 구하는 과목이다.

## 2) 상업 관련 교과목

다음은 본 논문에서 제시한 교과목 모형에서 상업분야에 해당하는 교과목의 각각에 대해 그 개요를 기술하였다.

·경영대요 :: 본 과목은 현재 일선학교에서 교육하고 있는 경영대요의 과목으로 전자상거래라는 신학문을 구성하는 주요한 근간이론으로서 필수과목에 추천된다. 추가적으로 세무부문에 관한 기존 내용 외에 추가 교육을 요한다.

·문서작성과 발표실무 :: 컴퓨터와 같은 전자적인 매체를 이용하여 정보를 다루다 보면 잘못된 문장과 의사의 표현은 자칫 경영활동에 좋지 않은 결과를 초래하곤 한다. 뿐만 아니라 인터넷의 활성화를 통해 일반인들의 지식과 정보에 대한 쉬운 접근성은 수많은 요구를 양산하게 되었다. 이에 따라 본 과목에서는 워드프로세서를 이용한 작문활동(특히, 논술)과 이에 대한 발표활동(프리젠테이션 도구를 활용한 발표)을 위해 필요한 주요 기법과 도구의 학습을 다룬다. 최소한 2회 이상 컴퓨터 프리젠테이션 도구를 활용하여 작문과 발표활동을 하는 것이 바람직하다.

·회계정보의 이해 :: 전자상거래는 컴퓨터를 이용한 상거래활동이 특징으로, 재무와 회계 등의 부문에 대한 각종 계산은 애플리케이션 소프트웨어를 통해 자동적으로 계산되어져서 과거의 학습방법은 유효하지 않는 상황이 되었다. 이에 따라 회계정보에 대한 이해를 강구하기 위해서 회계정보시스템의 주요한 기능과 솔루션 현황 운영 방법에 대해서 학습한다. Excel 등의 스프레드 시트를 통해서 회계정보에 대한 이해를 구하는 학습방안도 적절할 것이라 사료된다.

## 3) 컴퓨터 관련 교과목

다음은 본 논문에서 제시한 교과목 모형에서 컴퓨터분야에 해당하는 교과목의 각각에 대해 그 개요를 기술하였다.

·컴퓨터일반 : 본 과목은 현재 일선학교에서 교육하고 있는 컴퓨터일반의 과목으로 전자상거래라는 신학문을 구성하는 주요한 근간이론으로서 필수과목에 추천된다.

·데이터베이스 일반 :: 전자상거래는 데이터베이스를 근간으로 이루어진다. 데이터베이스에 대한 이해는 전자상거래에 대한 바른 이해의 시작이다. 이에 따라 본 과목에서는 데이터베이스에 대한 기본적인 이론과, 정규화 기법 그리고 아주 기초적인 SQL에 대한 이론을 학습토록 하여 전자상거래의 제반 시스템에 대한 이해를 강구한다.

·전자상거래 시스템 구성 : 전자상거래는 시간이 진행될수록 보다 전문화 세분화되고 있다. 이에 따라 초기 머천트 서버와 지불, 보안시스템 위주의 전자상거래시스템 구성은 보다 복잡해지고 다양해지고 있다. 특히, 머천트 서버의 구성에서도 상품의 등록, 결제, 관리 등 다양한 작업이 컴포넌트화 되어 가고 있는 상황에서 이러한 동향에 대한 개괄적인 사항들을 다루며 시스템 구성에 대한 바른 이해를 도모하기 위한 학습을 목적으로 한다.

·홈페이지와 웹디자인 :: HTML, JavaScript, FTP, Telnet 그리고 홈페이지 저작도구의 기본 개념과 각각의 활용에 대해 다룬다. 특히, 학습자별로 개별홈페이지를 구성토록 하고 이어서 팀별로 특정한 주제를 부여한 팀별 홈페이지를 프로젝트로 구성 운영하는 것이 효과적일 것이며, 상기 결과로 나온 결과물은 취업과 진학에서 주요한 포트폴리오로 활용하는 방안을 모색해 볼 수 있다.

## 2. 상업계 고등학교 전자상거래과 활성화 방안

본 장에서는 제4절 제1장에서 제안한 교과과정모형을 바탕으로 전자상거래과가 보다 활성화 될 수 방안에 관하여 기술하였다.

상업계, 정보계의 고등학교와 몇몇 특성화 고등학교를 위주로 전자상거래과가 개설 운영되고 있으나, 신학문과 동 분야에 대한 자세한 이해 부족 등으로 과 활성화와 이에 따른 인력의 육성이 당초 목표보다는 원활하지 못한 측면이 있다. 이에 따라 현재 고등학교의 전자상거래과는 우선적으로 학과의 정체성을 확립해야 한다. 이것은 기존의 상업과, 경영정보과, 인터넷과 등의 학과와 견주어 독보적인 존재로 자리매김을 할 수 있는 것이어야 하며, 전자상거래의 심도 있는 정체성 확립에 대한 고민이 필요하다. 정체성 확립은 매우 중요하다. 자신이 행하는 일에 대한 만족감은 보다 높은 교육효과와 인력양성의 결과로 나타나는 것이기 때문이다.

전자상거래 전문교사의 점진적인 확충에 대한 정부정책과 연구가 필요하다. 전자상

상업계 고등학교 전자상거래과의 교육과정과 활성화 방안에 관한 연구

거래과는 기존의 상업(정보)교육과의 목적과 교육방향이 다른 과정을 담고 있기 때문에 기존의 사범계열 학과에 병행 운영하는 것은 학문간 정체성의 혼란과 불명확성 등 문제를 발생시킬 소지가 있다고 사료된다.

그러나, 이러한 우려에도 불구하고 현재 노출되어 있는 교육현장의 문제를 해결하기 위해서는 현 교육대학원을 중심으로 전자상거래교육과(전공)를 개설 운영하여 전문 교사의 수급문제를 해결할 수 있을 것이다. 그리고 현 사범대학에 전자상거래교육과를 신규개설 운영하는 방안이 있을 수 있다. 이는 또한 전자상거래 핵심과목을 부전공(전자상거래교육전공)을 이수케 하여 관련 교사로 활동할 수 있는 안을 강구할 수 있을 것이다. 또한, 4년제 대학에 개설 운영되고 있는 전자상거래학부(과)에 교과과정을 한시적으로 개설운영 할 수 있는 방안을 강구할 수도 있을 것이나 기존에 교육학과가 개설된 대학에 한정하는 것이 바람직할 것이다.

[표 7] 고등학교 전자상거래과 활성화 방안

구분	전자상거래과 활성화 방안	특징
1	학교, 교사, 학생간의 전자상거래에 대한 정체성과 자부심 확립과 강화 전자상거래 전문교사 수급을 위한 교육정책의 다변화	정체성 강화
2	- 교육대학원을 중심으로 한 전자상거래 전문교사 육성(1차) - 사범대학을 중심으로한 전자상거래교육과 신설 또는 전공개설 운영(2차) :: 기존의 상업(정보)교육과 학생들은 필수 과목 이수로 자격취득을 도모할 수 있는 방안 강구 - 일반대학의 전자상거래학부(과)에 한시적인 교직과정 개설(3차)	전문교사 육성
3	전자상거래과 교육과정의 지속적인 개선(최소 2년)	교육과정의 전문화
4	전자상거래과에 사례중심 교육, 현장 전문가 초청 일일교사 등 프로그램운영	산학관계 모색
5	관련기업체 탐방을 통해 현장체형의 적극적인 실시	산학관계 모색
6	전자상거래 사이트 및 홈페이지 경진대회 등의 개최운영 또는 참가 유도	실무능력의 검비
7	자격증 위주의 교육에서 진정한 전문교육으로 전환유도를 모색하고, 자격증 취득은 다른 차원의 문제이기 때문에 특정한 기간에 집단적 학습을 통한 취득방안을 강구하고 운영하는 것이 바람직 할 것임	바람직한 교육모델

그러나, 본 연구진들의 이러한 1차적인 견해도 불구하고 현 교육인적자원부의 정책은 본 연구자들의 견해의 방향과 상이하므로, 현 정부정책에 부응하는 안을 모색해 볼 때 대학원에 전자상거래교육전공을 신규개설 운영하는 방법이 가장 근접한 방법으로 선택될 수 있을 것이다. 현, 정부의 정책구조상 고등학교 전자상거래과가 안고 있는 문제의 해결은 매우 복잡하고 난해하므로 정부정책의 유연한 대처능력이

적극적으로 요구된다. 전자상거래분야는 관련기술과 동향이 매우 급박하게 변화하는 분야이므로, 최소한 2년에 한번정도 교육과정을 변경하고 운영하는 정책이 추천된다. 뿐만 아니라, 적극적인 현장탐방과 기업과 학교간의 원활한 교류 등의 노력이 수반되어야 할 것이다. 이것은 제4절 1장에서도 기술한 바와 같이 관련전문가(학계, 산업계 등)의 초청강연 등을 포함한다. [표 7]의 6번항은 이제까지와는 다른 단순한 홈페이지 개발이 아니라 전자상거래에 관련한 특화된 경진대회를 의미하며 기존의 애플리케이션을 이용한 기업체 EC사이트 구축 등의 내용이 포함될 수 있을 것이다.

## V. 결 론

본 논문에서는 현재 상업계 고등학교의 전자상거래과를 중심으로 현재의 교육과정을 온라인 조사를 통해 수집하였고, 개설운영 하는 교과목들을 학문적 분류를 통해서 나타내었다. 또한, 전자상거래과의 주요 과목운영이 상업계, 컴퓨터계열에 많은 배려를 함으로 인해 정체성을 침해하는 측면에 대해서 언급을 하였다. 본 논문에서는 고등학교 전자상거래과에 적용할 수 있는 교육과정에서 특히, 전문교과중심을 바탕으로 교과목 모형을 제시하였다. 제시한 모형은 총 15과목으로서 현재 전자상거래 분야가 직면해 있는 여러 가지 상황과, 학생들의 취업 그리고 진학 등을 고려하여 전문교과모형을 제안하였다. 본 논문을 통해 일선학교에서는 제시된 교과목들을 학교별 환경에 맞게 적용할 수 있을 것이다. 전자상거래과 운영의 활성화 방안으로 약 7가지 대안을 제시하였다. 요약하여 제시하면 학과 정체성 강화, 전문교사 육성, 교육과정의 전문화, 산학관계 모색, 실무능력의 겸비, 바람직한 교육모델이다. 전자상거래라는 새로운 학문의 급작스런 도입에 따라 관련 인력의 수급이 매우 큰 문제로 떠오르고 있는 상황에서 교육계는 상당히 어려운 입장에 처해 있는 것이 사실이다. 관련분야에 대한 검증과 기준 그리고 모델의 정립이 없는 상황에서 새로운 교육의 요구는 거세어졌고, 제7차 교육과정의 정착단계에 따른 능동적 자세의 요구는 현 교육 실무자에 안겨진 많은 어려움 중의 하나였었다. 이러한 배경을 바탕으로 하여 제기된 어려움을 해결하기 위해 본 논문에서는 고등학교 교육과정에 적용할 수 있는 교육과정모형과 활성화 방안을 제시하였다. 제안 모형과 방안을 통해 일선학교에서 보다 우수한 인재육성과 전자상거래분야의 발전을 기대해 본다.

향후계획으로는 본 논문에 의한 학교별 반응을 통해서 본 논문에 의해 제시된 내용을 수정 보완하는 것으로 보다 우수한 교육과정 모델을 개발하여 일선학교에 보급하는 것이 될 것이다.

## 참고문헌

- 김민성, 이종호, 채연수, “교육서비스품질 측정에 관한 실증적 연구”, 「경영교육논총」, 제31집, 한국경영교육학회, 2003, pp.401-411
- 김춘수, 허동욱, “교육용 인터넷 쇼핑몰의 구축에 관한 연구”, 「경영교육논총」, 제30집, 한국경영교육학회, 2003, pp.5-32
- 김효근, “e-비즈니스 커리큘럼 및 교과목 개발 연구”, 「e-비즈니스 인력양성포럼」, 산업자원부, 2002
- 교육부, “상업계 고등학교 전문교과 교육과정”, 교육부, 1997
- 변대호, “전자상거래 교과과정 연구”, 「Information System Review」, 제4권 제1호, 한국경영정보학회, 2002, pp.111-130
- 산업자원부, “전자상거래 정책 현황 및 2003년도 정책 추진계획”, 산업자원부, 2002
- \_\_\_\_\_, “e-Business인력 양성방안”, 산업자원부, 2002
- 서순모, 이종호, “전자상거래학의 학문적 분류기준과 교과과정에 관한 연구”, 「한국전자거래학회지」, 제8권제3호, 한국전자거래학회, 2003, pp.143-164
- 신황호, “실업계 고등학교에서의 계속교육기회 확대 방안”, 「경영교육논총」, 제28집, 한국경영교육학회, 2002, pp.251-280
- 이영민, 박순창, “e-비즈니스 전문인력 양성을 위한 e-비즈니스학과의 운영방안”, 「경영교육논총」, 제30집, 한국경영교육학회, 2003, pp.91-107
- 이재길, “e-비즈니스 인력수급실태와 인력양성방안”, 「e-비즈니스 인력양성포럼」, 산업자원부, 2002
- 통계청, “2003. 1/4분기 전자상거래 통계조사 결과(B2B, B2G, B2C 종합)”, 통계청, 2003
- Marc J. Schniederjans, Qing Cao, “e-COMMERCE OPERATION MANAGEMENT”, World Scientific, 2002
- Ravindra krovi, B.S. Vijayaraman, “E-commerce content in business school curriculum : opportunities and challenges”, Internet and Higher Education, No 3, 2000, pp.153-160
- Volker Gruhn, Lothar Schope, “Software process for the development of electronic commerce systems”, Information and Software Technology, Vol.44, 2002, pp.891 ~ 901

ABSTRACT

A Study on the Curriculum and Activation Plan of  
Department of Electronic Commerce  
at Business Highschool

Seo, Soon-Mo<sup>\*</sup> Lee, Jong-Ho<sup>\*\*</sup>

In this paper, We want to propose a Curriculum and activated plan for the Department of Electronic Commerce at Business Highschool. We had found that there are many difficulties to make education activities because of the insufficient researches, lacks of specialty teacher, curriculum, the training, and teaching materials in spite of the quick change of related fields, especially at Dept. of EC Business Highschool. Therefore, to solve those problems this study focuses on the curriculum suitable for the Dept. of EC at Business Highschool and the activated plan in this paper.

---

**Keyword** : *Business Highschool, Dept. of EC, Curriculum, Activated Plan  
Dept. of EC Curriculum,*

---

\* Ph.D. Candidate : Dept. of Electronic Commerce, Graduate School, KongJu National University  
\*\* Professor : Dept. of Business Information Education, KongJu National University