

창의성경영 신규교과목 개설과 운영 사례

신 건 권*

A Case Study of Creative Business Administration Course

< 목 차 >

I. 서 론	2) 창의성경영의 체계
II. 이론적 고찰	III. 창의성경영 교과목 운영 사례
1. 창의성경영의 대두 배경	1. 신규교과목 개설 개요
1) 경영패러다임의 발전	2. 신규교과목 운영
2) 창의성경영에 대한 선행연구	3. 평가
3) 창의성경영 교육의 필요성	IV. 결 론
2. 창의성경영 신규교과목 개발	참고문헌
1) 창의성경영의 의의	부록

개 요

우리나라 대학교육은 경영환경 변화에 둔감한 교육과정을 운영해왔다. 그러나 21세기 경영환경은 창의적인 경영교육과 인력양성의 필요성을 제기시키고 있다. 이에 따라 본 연구에서는 선행연구들에 기초하여 아직 정립되어 있지 않은 '창의성경영'에 대한 개념정의를 제시하였고, 왜 '창의성경영' 교육이 필요한지, 그리고 '창의성경영' 교과목의 내용에는 어떤 것들이 포함되어야 하는가에 대해서 논의하였다. 특히 본 연구에서는 G대학교에서 자유교양으로 개설된 '창의성경영' 교과목을 대상으로 종단적 사례연구와 관찰을 실시하였다. 본 연구는 생소한 분야인 '창의성경영' 분야를 학계에 소개하고 이론적인 배경을 설명하였다는 점에서 의의가 있다. 그러나 본 연구는 아직 초기단계의 연구라고 볼 수 있으며, 특히 '창의성경영' 교재가 완전히 개발되지 않은 상황에서 시험적으로 교과목이 운영되었다는 점에서 한계가 있다. 이러한 한계점은 매년 교과목이 개설되는 경우에 점차 보완될 것으로 예상된다.

주제어 : 창의성경영, 경영환경, 교육과정

* 경주대학교 경영학부 부교수

접수일자 : 2003-3-10 게재확정일자 : 2003-11-14

1. 서 론

1. 문제제기와 연구목적

우리나라 기업들은 1997년 말부터 시작된 경제위기 이후 과거의 성장모형이 근본적으로 한계에 부딪히면서 경영방식의 근본적인 전환을 모색하고 있다. 『맥킨지보고서』(1998)나 『한국보고서』(1998)에서는 한국 기업들의 문제점을 각각 ‘생산성 격차’와 ‘지식 격차’로 집약하였지만, 그 핵심은 국내 기업들의 근본적인 창의성 부족에 있다고 볼 수 있다(손태원·홍길표·정명호·김영수, 2000).

한편, 산업사회에서 기업경영의 핵심은 생산성이었다. 이어서 등장한 품질경영은 생산성의 기반 위에서 기존 경영패러다임의 문제점을 보완하였다. 그러나 21세기의 디지털경영시대(또는 지식기반경영시대, 정보화경영시대, 글로벌경영시대)에서는 새로운 패러다임인 ‘창의성경영’(creative business administration)¹⁾의 필요성이 크게 대두되기 시작하였다. 이는 전통적인 생산성 및 품질경영의 중요성을 무시하는 것이 아니라 생산성과 품질, 그리고 창의성을 동시에 추구하는 패러다임으로, 창의성과 혁신(creativity & innovation)을 경영의 근본 목표로 삼는 것이다(Reckmeyer, 1990; 김영배, 1998; 전성용, 1999; 손태원·홍길표·정명호·김영수, 2000; 임성준, 2000).

창의성을 기업경영의 중심과제로 삼기 위해서는 개인 차원의 창의성개발만으로는 부족하며, 이를 집단이나 기업전체의 수준까지 확산시키는 것(개인창의성 → 집단 창의성 → 기업창의성)이 요구된다. 그리고 기업의 경영자가 ‘창의성경영’을 성공적으로 실천하기 위해서는 기업내외에서 창의성을 촉진하거나 저해하는 요소를 식별하여 관리할 필요가 있다. 그러나 그간의 연구나 실천의 내용을 보면 기업문화, 제도, 리더십, 정책, 구조 요인 등과 같이 개별적 수준의 연구에 치중되어 왔기 때문에 ‘창의성경영’의 전체적인 체계가 제대로 정립되지 못하였다고 볼 수 있다(Mackinnon, 1978; Guilford, 1987; Robinson과 Stern, 1997; Amabile, 1997; Leonard와 Swap, 1999).

이상의 논의에 기초해 볼 때 ‘창의성경영’의 필요성은 시대적인 산물이라고 볼 수

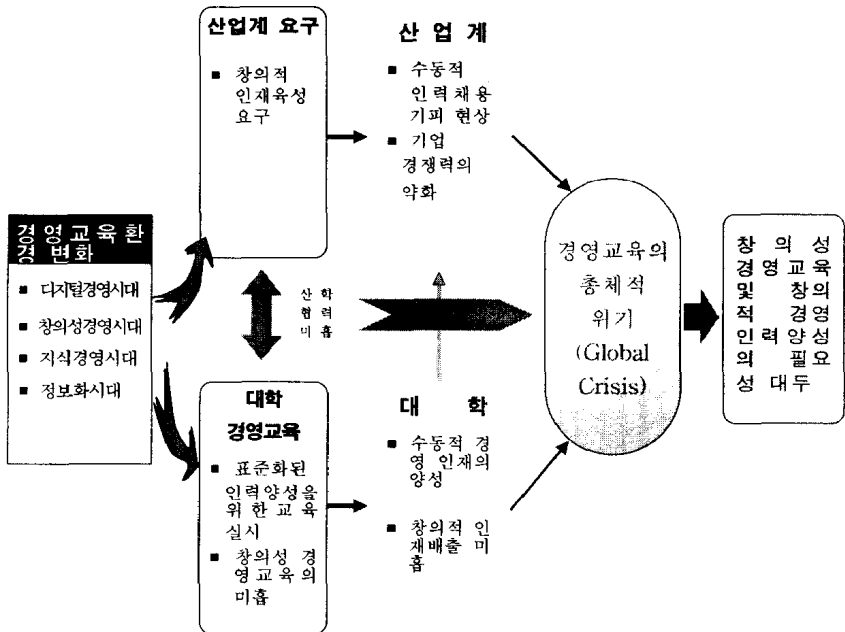
1) 창의성경영이란 ‘기업체에 소속되어 있는 구성원들이나 기업이 유용하고 혁신적인 아이디어를 창출하고 그 성공적인 실행을 위해서 촉진 및 저해요소를 관리하는 것으로, 창의적인 사람이나 기업은 물론 평범한 사람이나 기업들조차도 창의적 행위(creative acts)를 하도록 유인하고, 창의적인 문제해결이 이루어지도록 경영시스템 내 제반 특성과 조건을 관리하는 것’을 말한다.

창의성경영 신규교과목 개설과 운영 사례

있다. ‘창의성경영’에 대한 이론체계를 정립하기 위해서는 [그림 1]에서 제시된 것처럼 경영교육환경 변화에 따른 산업계의 요구와 대학경영교육의 근본적인 문제점이 무엇인가를 규명하는 것에서부터 출발해야 할 것이다.

현재 산업계에서는 우리나라 기업들이 외국 선진기업들과 경쟁에서 살아남기 위해서 창의적인 인재육성이 절대적으로 필요하다는 점을 깊이 인식하고 있으며, 이에 대한 실천의 반증으로서 신입사원을 채용할 때 학력보다는 응시자의 창의성을 우선시 하는 경향을 나타내고 있다. 또한 대학의 경영학교육에서도 이론중심의 강의식 교육에 치중되어 왔으며, 이를 통해서 창의적 인재 양성이 다소 어렵다는 인식이 높아지고 있다.

[그림 1] 경영환경 변화에 따른 ‘창의성경영’ 교과목과 창의적 인재개발의 필요성



[표 1] 현행 경영학교육의 전반적인 문제점

현행 경영학교육의 전반적인 문제점 요약
◆ 경영환경 변화에 둔감한 교육과정 설계와 교과목의 운영
◆ 창의적 인재 양성을 위한 경영교육프로그램 개발 및 산업체의 요구를 반영하는 신규 교과목 도입의 미흡
◆ 규격화되고 표준화된 수동적 인재의 양성
◆ 경영이론 및 논리적 사고 향상에 초점을 둔 교수중심의 강의식 교육과 훈련
◆ 창의적 사고능력 배양을 위한 자기 주도적인 창의성 경영교육의 미흡

그러나 최근까지의 우리나라 대학의 경영학교육은 [표 1]과 같이 경영환경 변화에 둔감한 교육과정과 교과목을 운영해왔다고 볼 수 있다. 그리고 대학과 산업체에서는 모두 창의적인 인재 양성의 필요성에 대해서는 공감하고 있지만, 이를 위한 경영교육프로그램이나 교과목의 개발에는 효과적으로 대응하지 못했다고 사료된다. 또한 경영학교육이 교육내용이나 교수-학습방법 면에서 경영환경의 변화에 신속하게 대응하지 못했다는 비판을 받고 있다. 예컨대 현행 우리나라의 경영학교육은 새로운 경영패러다임의 변화에 대한 대응과 수용능력이 부족한 실정이다(류원영, 1996; 조동성, 1997; 김영배, 1998; 유시경, 1999; 전성연, 1999; 정재삼, 2000; 임성준, 2000, 최삼우, 2001).

21세기 경영환경은 품질경영시대에서 디지털경영시대와 창의성경영시대로 점차 발전되고 있으며, 이러한 시대에는 창의성, 아이디어, 자율(autonomy), 정보, 지식 등이 중요한 기업의 핵심역량(core competencies)이며 기업을 평가하는 기준이 되고 있다. 그러므로 경영학교육도 과거 표준화된 인재를 양성하는 방식에서 벗어나 자율과 창의성이 넘치는 교육으로 전환되어야 할 것이다(전성연, 1999; 정재삼, 2000; 이필훈, 2000; 송영수, 2000).

따라서 본 연구에서는 전문대학과 4년제 대학에서 공부하는 학생들이 경영환경 변화에 효과적으로 대응하고, 졸업 후에 산업현장에서 필요로 하는 창의적인 경영전문 인재로 성장할 수 있도록 지원하는데 목적이 있다. 이러한 목적을 달성하기 위해서 먼저, 이론적 배경으로서 심리학이나 사회학 등에서 연구되어 온 창의성 개념을 경영학 분야에 접목시켜 '창의성경영'을 신규교과목으로 개발하고자 한다. 다음으로, 개발된 신규교과목을 실제 대학교육 현장에 적용하고 그 결과를 평가하여 효율적 운영방향을 제시하고자 한다. 본 연구의 결과는 '창의성경영'을 새로운 경영학의 한 분야로 정립시킴으로써 경영교육의 발전에 기여할 수 있을 뿐만 아니라,

창의성경영 신규교과목 개설과 운영 사례

지식기반 및 창의성경영시대의 한국경영학의 나아갈 하나의 방향을 제시할 수 있을 것이다.

2. 연구방법

일반적으로 경영학에서는 기초경영이론을 연구하기 위해서 연역적 접근방법(deductive method)과 귀납적인 방법(inductive method)이 사용된다. 그런데 본 연구에서는 먼저, '창의성경영'에 관한 이론개발을 위해서 기존문헌연구에 기반을 둔 연역적 접근 방법을 주로 사용하며, 다음으로 실제 적용 결과는 사례연구방법(case study)을 적용하여 분석한다. 사례연구는 G대학교에서 2003학년도 제1학기에 개설된 신규교과목인 '창의성경영'을 대상으로 실시하고, 한 학기동안 교수자가 강의를 진행하면서 관찰한 종단적 사례연구와 수강학생들을 대상으로 한 설문조사(questionnaire)를 병용한다.

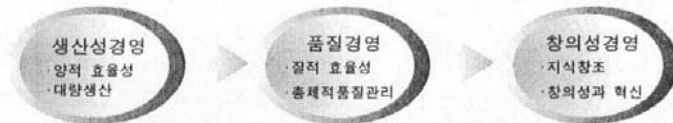
II. 이론적 고찰

1. 창의성경영의 대두 배경

1) 경영패러다임의 발전

최근의 기업을 둘러싼 기업환경은 [그림 2]와 같이 대량생산을 증시하는 생산성 경영시대에서 품질을 강조하는 품질경영시대로, 다시 품질경영시대에서 '창의성경영'을 강조하는 시대로 발전하고 있다.

[그림 2] 경영패러다임의 진화



산업사회(industrial society)에서 기업경영의 핵심은 생산성향상(productivity

improvement)이었고, 이후 1980년대 중반까지 기업경영의 근간이 되어 왔다. 이어서 등장한 품질경영은 생산성의 기반 위에서 기존 경영패러다임의 문제점을 보완하고, 질적인 효율성과 총체적 품질관리(TQM : Total Quality Management)를 추구하게 되었다. 그러나 1990년대 중반 이후부터 등장한 디지털경영시대에는 전통적인 생산과 효율성의 개념을 뛰어넘어 창의성과 혁신을 기업경영의 최대목표로 삼고 있다. 앞으로는 창의성을 기반으로 한 지식우위가 기업의 전반적인 경쟁력을 좌우하고, 기존의 생산성과 품질에 중점을 둔 경쟁우위는 국지적 시장에서만 의미를 가질 것으로 예측된다.

이와 같은 경영패러다임의 진화는 새로운 차원에서의 경영학교육을 요구하고 있다. 특히 인터넷의 도입으로 불어닥친 경영환경의 변화는 현재 대학에서 실시하고 있는 전통적인 교육내용에 대해서 재검토할 것을 요구하고 있다. 전통적인 경쟁우위요소인 생산성이나 품질에 대한 경영의 중요성이 상대적으로 떨어지고 있으며, 끊임없이 새로운 지식을 창출해 낼 수 있는 지적능력인 창의성(creativity)이 중요한 경쟁우위요소로 부상되고 있다(전성연, 1999). 이에 따라 기업들은 치열한 경쟁에서 생존하기 위해서 새로운 경영패러다임에 대한 대책을 수립하지 않을 수 없게 되었다.

2) 창의성경영에 대한 연구동향

오늘날 창의성에 관한 학계의 연구나 실무기업의 실천은 대단히 산발적으로 진행되고 있다. 또한 창의성에 관한 학계의 연구들은 심리학, 교육학, 경영학, 경제학 등에서 꾸준히 계속되어 왔지만 이를 기업경영의 문제와 관련지으려는 시도는 거의 없었다. 또, 실무 쪽에서도 1990년대 중반부터 창의성 문제와 밀접하게 관련되는 '학습조직'과 '지식경영'이 큰 관심을 끌고 있지만 일종의 경영유행(business fad)으로 전락하고 있는 실정이다.

기존의 선행연구들은 창의적인 개인의 특징과 성향에 대한 연구, 개인 창의성에 영향을 미치는 맥락변수에 대한 연구, 창의적 성과에 영향을 미치는 조직 변수에 대한 연구, 소규모 집단의 창의성에 관한 연구 등의 주제를 다루고 있다(Drazin, Glynn 및 Kazanjian, 1999). 이들 선행연구들은 수준에 따라 개인창의성 연구, 집단 창의성 연구, 조직창의성 연구, 그리고 사회적 창의성 연구로 대별할 수 있다.

첫째, 창의성에 관한 선행연구들은 개인창의성 수준에 대한 연구에서부터 시작되었다고 볼 수 있다. 이 단계에서의 주요 주제는 성격특성과 언어능력, 표현능력, 지능, 수렴적·발산적 사고 등이었다. 한편, 심리학, 교육학, 사회학 등에서 개발된 창의성 개발 및 활용기법이 경영 분야에도 활발히 도입되어 경영자 선발이나 교육에

창의성경영 신규교과목 개설과 운영 사례

활용되었다. 예컨대, 창의적 문제해결 기법(Creative Problem Solving : CPS), 마인드매핑기법, TRIZ 등이 활용되고 있다. 개인수준 창의성 연구의 초점은 창의성이 높은 개인의 특성을 규명하는 데에 중점을 두고 있다. 창의적 개인의 성격특성이나 인지적 특성을 밝혀려는 연구들이 여기에 속한다. 또한 개인 창의성의 선행조건에 대한 연구들도 꾸준히 수행되고 있다(최종인·김인수, 1996; Amabile, 1997). 한편, 다중지능이론에 의하면 인간은 여러 가지의 지능을 가지고 있으며 그 중에서 음악 지능(musical intelligence)도 하나의 중요 요소라는 것을 강조하고 있다(Guilford, 1987). 국내외의 연구자들은 음악이 개인의 음악적 창의성 개발(특히 공간지각과 추리능력 향상)에 도움이 되느냐에 대해서 찬반양론을 펴고 있으나, 긍정적인 측면에서 보는 쪽이 우세한 실정이다(임성란, 2001).

둘째, 창의성에 관한 선행연구들은 집단 수준으로 발전되었다. 창의성을 사회심리적 수준과 조직적 수준으로 확장시킨 연구들이 진행되었다. 이들 연구에서는 각종 집단 및 사회심리적 변수들과 창의성의 관계가 다양하게 다루어졌다(Leonard와 Swap, 1999; Ford와 Gioia, 1995).

셋째, 창의성에 관한 선행연구들은 집단 수준과 함께 조직 수준에서도 수행되었다. Amabile(1982)는 창의성에 대한 포괄적 연구(7,000편 논문 리뷰)를 시도하였으며, 이에 의하면 이 중에서 조직과 관련된 창의성 연구는 138편에 불과하다는 것이다. Robinson과 Stern(1997)은 조직창의성을 조직의 구성원들이 지시나 교육 없이도 새롭고 잠재적으로 유용한 행동을 함으로써, 기업의 장기적인 생존과 성장에 필요한 개선(improvement)과 혁신(innovation)을 가져오는 능력으로 규정하고 있다. 그들은 기업창의성의 필수요인으로 ① 방향일치, ② 자발적인 활동, ③ 비공식적 활동, ④ 다양한 자극, ⑤ 운 좋은 뜻밖의 발견, ⑥ 사내 커뮤니케이션의 여섯 가지를 제시하였다.

넷째, 창의성에 관한 최근의 연구들은 사회적 수준까지 발전되고 있다. 창의성의 문제를 사회적 수준의 문제들과 연관시켜 연구한 예는 흔치 않다. 그럼에도 불구하고 창의성이 발전되고 촉진되기 위해서는 개인이나 집단, 조직의 차원을 넘어서 사회와 문화, 제도상의 문제와 더불어 연구될 필요성이 있다.

이상에서 살펴 본 것처럼, 국내에서도 창의성에 관한 관련 연구들이 여러 학문분야에서 다양하게 진행되어 왔다. 하지만 경영학 분야에서는 주로 개별적 주제를 중심으로 연구되었고, 종합화된 이론체계로 정립되는데는 아직 미흡한 것으로 보인다. 따라서 앞으로는 창의성 연구와 경영학을 접목시키는 연구를 통해 '창의성경영'을 하나의 학문분야로 정립시킬 것이 절실히 요구된다.

21세기는 모든 직업에서 창의성이 요구되는 시대이고, 창의적인 아이디어 하나

하나가 기업 및 국가의 경쟁력을 좌우한다는 것을 전제로 할 때, 직업 세계와 관련된 창의성 연구는 국가적인 당면과제의 하나라고 볼 수 있다. 아울러, 지식기반사회를 대비함에 있어서 창의적인 인재의 육성에 대한 필요성은 그 어느 때보다도 절실하기 때문에, 각각의 직업 군에서 창의적인 성과물이 산출되는 과정과 그 요인들을 이해하고 규명하는 연구는 대단히 중요한 연구 과제이다. 그리고 창의성이 아무리 뛰어난 개인이라도 특정 조직에 소속되어 작업할 때, 해당 조직의 문화나 특성에 따라서는 그 개인의 창의성이 전혀 발휘되지 못할 수도 있음을 감안할 때, 국내 기업문화와 관련하여 창의성이 증진될 수 있는 조건들을 분석해 내는 연구는 매우 시급히 요구되는 연구 과제이다.

‘창의성경영’과 관련된 최근의 연구동향을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 체계적 연구가 부족하다. 미국에서는 이미 1950년부터 본격적인 창의성연구에 들어가, 창의성의 정의에 대한 연구 및 경험적 연구를 진행하고 있으나, 국내에서는 일부 기업들이 창의적 인재의 필요성을 인식하여 90년대 초 창의성 교육프로그램을 실시하였고, 교육부에서도 96년 교육발전 5개년 계획안을 고시하여 창조적 인재를 육성할 계획을 세웠으나, 아직 체계적인 연구는 이루어지지 않고 있다.

둘째, 대학에서의 ‘창의성경영’ 연구에 대한 관심이 매우 저조한 실정이다.

셋째, 창의성 연구는 미국에서 먼저 시작되었지만, 이는 개인적 수준의 창의성이고, 조직적 수준에서의 창의성에 대한 연구는 아직 어느 나라에서도 체계적으로 연구되지 않고 있는 실정이다. 하지만, 창조적 개인도 조직의 구성원이라는 것을 전제할 때, 조직내의 여러 구성요소들이 개인의 창의성 발현에 어떤 영향을 미치는지를 밝혀내는 것이 창의적 인재의 육성과 경쟁력 있는 조직의 양성에 선결요건이라고 볼 수 있다.

3) 창의성경영 교육의 필요성

지구촌은 매우 빠르게 변화하고 있으며, 교육시장에서도 과거 어느 때보다도 무한경쟁의 시대로 진입하고 있다. 아울러 창의적 아이디어와 정보화의 경쟁은 나라가 살아 남기 위한 생존 전략으로 국가 간에 보이지 않는 전쟁을 유발하고 있다. 1995년 교육부의 5.31 교육개혁 조치도 이러한 흐름에 발맞추기 위한 조치로서 국민적 공감대를 형성하기도 하였다.

전통적인 교육방법으로는 엄청나게 증가하는 지식의 모든 것을 교수할 수 없으며, 시대환경의 변화는 현재의 지식을 곧 무용한 것으로 바꾸고 있는 것이 지금의 현실이다. 따라서, 불필요한 지식을 전수시키는 주입식 교육방식에서 벗어나, 미래사회가 가장 필요로 하는 창의적인 인간을 양성하는 것이야말로 교육의 가장 중요

창의성경영 신규교과목 개설과 운영 사례

한 핵심으로 떠오르고 있다. 대학교수의 가장 중요한 업무인 수업에서도 학생들이 자기 주도적·개별화 학습을 통해 창의성을 신장시킬 수 있도록 하고 있는데, 이는 개인적으로 자신의 삶의 질을 향상시킬 수 있음을 물론 국가적으로는 국가의 경쟁력을 높일 수 있는 바탕이 되기 때문이다.

한편, 산업계와 교육계에서는 우리나라 기업들이 외국 선진기업들과 경쟁에서 살아남기 위해서 창의적인 인재육성이 절대적으로 필요하다는 점을 깊이 인식하고 있으며, 이에 대한 실천의 반증으로서 신입사원을 채용할 때 학력보다는 응시자의 창의성을 우선시 하는 경향을 나타내고 있다. 특히, 초·중등교육에서는 대학에 비해서 창의성교육에 대하여 많은 관심을 가지고 연구해 왔으며 실제수업에도 적용하는 사례가 점차로 증가되어왔다. 예컨대, 현재와 같은 암기위주의 획일화된 교육으로는 미래사회에 적응하기 힘들다고 보고, 21세기 지식정보화 사회가 요구하는 창의적인 인재를 양성하기 위한 틀로서 창의성교육을 활용하고 있다. 그러나 대학교육에서는 그 동안 지능을 고정적인 시각으로 이해하고, 창의성교육을 강화할 필요성에 대해서 상대적으로 낮은 관심을 가져왔다. 앞으로는 다음과 같은 몇 가지 측면에서 볼 때 창의성의 기초로서의 지능이 강조될 것이고, 대학교육에서도 창의성을 향상하기 위한 제반 노력이 강화될 것으로 예측된다.

첫째, 창의성교육 분야는 뇌 과학(brain science), 교육·정보·인간공학, 커뮤니케이션이론, 창의학(creatology) 등과 같은 인접학문 분야와의 종합적 접근방법을 통해서 하나의 중요한 학문분야로 정착될 것으로 예견된다.

둘째, 최근에는 대학에서도 창의적 문제해결, 창의성개발과 기업경영, 창의학, 인지와 창의성교육 등의 교과목이 개설되고 있고 앞으로는 창의성을 개발하기 위한 각종 교재들이 활발하게 저술될 것으로 예상되며, 실제 대학교육에도 적용될 것으로 예상된다.

셋째, 창의성은 지능과 관련성이 있지만 창의성을 발휘하는데는 반드시 높은 지능이 필요한 것은 아니므로 대학에서의 창의성교육을 실시하는데는 각자가 갖고 있는 잠재능력을 최대한 개발할 수 있도록 지원해야 하며, 필요한 동기부여와 여건을 마련해 주어야 할 것이다. 그리고 창의성교육은 다중지능의 시각에서 학생들 각자가 무슨 문제나 일이던지 해결할 수 있다는 적극적이고 도전적인 의식을 함양시킬 수 있을 것이다.

이상의 논의에 기초해 볼 때, '창의성경영'에 대한 교육은 다음과 같은 몇 가지 점에서 필수적으로 요청된다는 것을 알 수 있다.

첫째, 시대환경변화(디지털시대, 정보화시대, 창의성시대 등)는 과거와는 다른 교육방식과 교육과정, 그리고 창의적인 인재를 요구하고 있다(Reckmeyer, 1990; 전성

연, 1999). 먼저, 대학교육과정의 변화를 요구하는 시대적 상황 중에서도 가장 긴박한 것은 아마도 산업체계의 변화(농경사회 → 산업사회 → 정보화사회)일 것이다. 변화 속도가 너무 빠르기 때문에, 대학의 교육과정이 오히려 산업체계의 변화를 따라잡지 못하는 모습을 흔히 볼 수가 있다. 다음으로, 세계화(globalization)는 '창의성경영'을 요구한다. 세계화에 대한 요구를 수용하지 못하고 아카데미즘에 도취되어 있는 대학들은 점차 국제적인 경쟁에서는 말할 것도 없고 자국내 대학간의 경쟁에 있어서도 뒤지게 될 것이다. 마지막으로, 대학의 교육과정 변화를 촉진시키는 또 하나의 요인은 교육의 질에 대한 소비자들의 강력한 요구이다. 경쟁에서 살아남기 위해서는 교육 소비자들의 질 보장에 대한 요구를 외면할 수가 없다.

둘째, 대학교육에서 창의적 사고와 창의성개발의 중요성을 인식시키고 유도하기 위해서 필요하다. 창의성개발은 본래 교육의 중요한 기능의 하나라고 할 수 있다. 잠재능력의 개발, 가능성의 실현을 통하여, 교육은 개인으로 하여금 보다 나은 삶을 영위하도록 하는 것이다.

셋째, 대학에서 학생들에게 암기위주의 주입식 교육을 시킬 것이 아니라 창의적인 사고능력을 배양시켜 변화하는 환경에 능동적으로 대처할 수 있도록 하는데 도움이 될 수 있다. 다가오는 21세기는 지식기반사회이며, 대학은 우리 사회에서 다른 어떤 기관과 비교할 수 없을 만큼 다양한 지식과 정보의 창출기관이다. 만일 대학이 새로운 지식의 창출기능을 소홀히 한다면, 21세기에도 선진국과 우리의 격차는 좀처럼 좁혀지지 않을 것이다. 교수는 강의를 하고 학생은 필기하고 수용하는데 급급해서는 협동적 상호작용이나 창의적 사고작용은 일어나기가 어렵다. 따라서 학생들에게 최첨단의 지식과 정보를 주는 것과 동시에 학생들의 유연한 머리 속에서 창의적 사고가 일어나도록 하는 창의성과 관련된 경영교과목들을 개발하고 적용해야 할 것이다.

2. 창의성경영 신규교과목 개발

1) 창의성경영의 의의

현재까지의 전통적인 경영방식은 환경변화에 수동적인 경향이 있었다. 그러나 환경도 사람이 만드는 것이며, 경영도 사람이 하는 것이라는 경영자들의 인식이 높아짐에 따라 환경변화에 능동적인 역할을 하려는 움직임이 강해지고 있다. 그 움직임의 가장 가운데에 자리잡고 있는 것이 바로 '창의성경영'이다.

'창의성경영'(creative management, or creative business administration)이란 '기업체에 소속되어 있는 구성원들이나 기업이 유용하고 혁신적인 아이디어를 창출하고 그 성공적인 실행을 위해서 촉진 및 저해요소를 관리하는 것으로, 창의적인 사

창의성경영 신규교과목 개설과 운영 사례

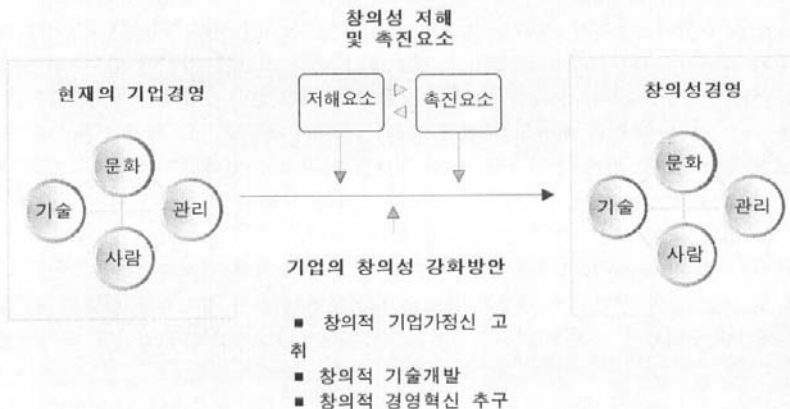
람이나 기업은 물론 평범한 사람이나 기업들조차도 창의적 행위(creative acts)를 하도록 유인하고, 창의적인 문제해결이 이루어지도록 경영시스템 내 제반 특성과 조건을 관리하는 것'을 말한다(손태원 등, 2000). 따라서 '창의성경영'은 기대하지 않은 개선과 혁신을 적극적으로 증진시킬 수 있는 방법을 배우는 것이다.

21세기 디지털경영시대에는 창의성이 기업경쟁력의 가장 중요한 핵심원천이라고 할 수 있다. 창의성을 기업경영의 중심과제로 삼기 위해서는 개인 차원의 창의성개발만으로는 부족하며, 이를 집단이나 기업전체의 수준까지 확산시키는 것이 요구된다. 그리고 기업의 경영자가 '창의성경영'을 성공적으로 실천하기 위해서는 기업내외에서 창의성을 촉진하거나 저해하는 요소를 식별하여 관리할 필요가 있다.

[그림 3]은 '창의성경영'의 틀(framework)을 제시한 것이다. 그림에서는 현재의 기업경영 상황을 '창의성경영'으로 전환하려면 창의성과 관련된 저해 및 촉진요소를 찾아내어 효율적으로 관리해야 한다는 사실을 보여주고 있다. 또한 현재의 기업경영 상황에서 기업의 창의성을 강화하는 방향으로 전환하려면 창의적 기업가정신의 고취·기술개발·경영혁신 추구·인재육성이 성공적으로 달성되어야 함을 나타내고 있다. 만약 이들 목표가 달성되거나 개선되면 '창의성경영'이 강화된다고 볼 수 있다.

한편, '창의성경영'의 틀에서는 [표 2]와 같이 '창의성경영'을 성공적으로 실천하기 위한 네 가지 영역으로 기업문화(corporate culture), 기술(technology), 관리(management) 및 사람(people)을 제시하고 있다.

[그림 3] '창의성경영'의 틀



[표 2] '창의성경영'의 주요 영역과 달성목표

영역	목표
기업문화	창의적 기업가정신의 고취
기술	창의적 기술개발
관리	창의적 경영혁신의 추진
사람	창의적 인재육성

21세기 디지털경영시대에서는 '창의성경영'을 실천하는 기업은 생존하고, 그렇지 못한 기업들은 소멸될 가능성이 높아질 것으로 예상된다. 따라서 기업이 생존하려면 경쟁기업보다 구성된 개인이나 기업전체의 창의성이 최대한으로 발휘될 수 있는 기업분위기와 문화를 조성하는 것이 필요하다. 이를 위해서는 기업들은 다음과 같은 몇 가지 '창의성경영'의 성공적 실행요소들을 갖출 필요가 있다(손태원 등, 2000).

첫째, 다양성(diversity)이 있어야 한다. 획일적이고 순혈주의를 강조하는 기업분위기에서는 창의성이 발휘되기 어렵다. 구성원들이 자유롭게 아이디어를 제시할 수 있어야 하며, 제출된 아이디어는 창의적 마찰과정을 통해 새로운 아이디어로 창출될 수 있어야 한다.

둘째, 자율성(autonomy)이 보장되어야 한다. 창의성은 상사의 지시가 아니라 구성원 스스로의 자발적 활동에서 나온다. 자율성을 고취시키기 위해서는 구성원 스스로가 무슨 일을 어떻게 할 것인지 결정하도록 권한을 부여하고, 의사결정에 참여시키며, 팀별 자율성을 보장하는 경영활동이 요구된다.

셋째, 잉여성(redundancy)이 확보되어야 한다. 이는 시간과 자원, 그리고 인력의 여유와 관련된다. 창의적 결과를 얻으려면 문제를 창의적으로 생각해보고, 기존에 결정된 방식이 아니라 새로운 관점을 탐구해 볼만한 시간이 있어야 한다. 예컨대, 3M사에서는 근무시간의 15%를 업무와 상관없는 개인적인 관심사에 사용할 수 있도록 하고 있다. 자원의 여유도 마찬가지이다. 자원이 극도로 최소화되면 혁신은 위축될 수밖에 없다. 여러 부서에서 같은 문제를 가지고 고민하면 창의적 결과를 얻을 가능성이 훨씬 높아진다. 따라서 자원의 중복을 낭비나 비효율로 볼 것이 아니라 창의성의 토양으로 보는 발상의 전환이 필요하다.

넷째, 연결성(connectivity)이 있어야 한다. 아무리 창의적 인재를 많이 보유한 회사라도 그들 간의 원활한 연결성이 확보되지 못하면 이러한 잠재력을 실현할 수 없다. 예컨대, 3M사의 스카치카드는 직원들 간의 커뮤니케이션이 없었다면 불가능했다.

마지막으로, 유연성(flexibility)이 있어야 한다. 경직성과 형식주의는 창의성을 억

창의성경영 신규교과목 개설과 운영 사례

압한다. 우리는 과거의 관료제가 여러 조직의 창의성을 얼마나 저해했는가를 잘 알고 있다. 제도적 유연성 외에도 구성원들이 새로운 일에 도전하거나 실패를 문책 없이 허용하는 유연성 있는 조직문화가 뒷받침되어야 한다.

2) 창의성경영의 체계

본 연구의 사례대상 대학인 G대학교에서는 『교양교육 5개년 발전계획』에 따라 2003학년도부터 창의적인 인재양성을 목적으로 자유교양에 창의력과 사고 영역을 도입하기로 하고, 이에 대한 연구와 실천을 계속하고 있다. G대학교와 한국학술진흥재단의 재정지원을 받아 추진하는 2003학년도 대학교육과정개발사업의 일환으로 연구되고 있는 과제의 주제는 ‘창의성경영 교과목 및 교수-학습자료 개발 연구’이다. 이에서는 선행연구에 기초하여 [표 3]과 같이 ‘창의성경영’의 목차를 설정하여 연구하고 있다. 대학교재 형태로 개발되는 ‘창의성경영’ 신규교재의 예상되는 목차는 다음과 같다.

[표 3] ‘창의성경영’의 주요 내용

제 I 부 창의성경영의 이해
제1장 창의성경영의 기초
제2장 기업경영과 창의성개발
제3장 기업경영과 창의적 사고
제4장 창의적 발상을 위한 사고기법 (1)
제5장 창의적 발상을 위한 사고기법 (2)
제 II 부 창의성경영의 내용
제6장 창의적 기업문화
제7장 창의적 경영혁신
제8장 창의적 CEO 연구 (1)
제9장 창의적 CEO 연구 (2)
제10장 창의적 CEO 연구 (3)
제11장 창의적 기술개발
제12장 지식경영과 창의성
부록 : 창의성경영을 위한 교수-학습자료

III. 창의성경영 교과목 운영 사례

1. 신규교과목 개설 개요

사례연구 대상 대학인 G대학교에서는 학생들에게 창의적인 사고방식과 도전적이

신 건 권

고 적극적인 사고방식을 함양시키기 위해서 2003학년도 1학기에 최초로 '창의성경영' 교과목(2학점 2시간)을 개설하였다. 향후 본 강좌는 매년 1학기에 1-2학년을 대상으로 자유교양 중 창의력과 사고 영역 교과목으로 개설될 예정이다. 경영학부는 필수교과목으로 이수해야 하며, 나머지 학부의 학생들은 선택교과목의 형태로 이수하게 된다.

2003학년도 제1학기에 개설된 강좌에서는 아직 교재가 완전히 개발되어 있지 않은 상황이므로, 창의성경영의 기초 (1)과 (2), 그리고 기업경영과 창의성사고를 중심으로 강의가 이루어졌다.

[표 4] 2003학년도 제1학기 '창의성경영'의 강의 내용

제1장	창의성경영의 기초
1.	창의성의 주체 : 인간
1)	인간의 뇌와 창의성
2)	인간의 지능과 창의성
(1)	인간의 지능(IQ), 감성지능(EQ), 그리고 창의성
(2)	인간의 지능과 창의성
3)	창의성과 동기유발
(1)	창의성경영의 요소
(2)	창의성과 동기유발의 관련성
4)	창의적인 인간
2.	왜 창의성경영이 필요할까?
1)	환경변화와 경영패러다임의 발전
2)	창의성경영의 의의와 필요성
3.	기업경영과 창의성
1)	창의성경영을 저해하는 요소는 무엇일까?
(1)	과제중심사고
(2)	회의주의
(3)	고정관념
(4)	과거습관
(5)	진실이 아닌 가정하기
(6)	부적절한 언어표현
2)	창의성경영을 촉진하는 요소는 무엇일까?
제1장	요약
제1장	창의성경영 연습
제2장	기업경영과 창의성개발
1.	왜 창의성의 개발이 필요할까
1)	창의성의 개념과 유형
2)	창의성개발의 필요성
2.	기업창의성
1)	기업창의성의 본질과 핵심요소
(1)	기업창의성의 본질
(2)	핵심요소
2)	기업창의성의 활성화 방안
제2장	요약
제2장	창의성경영 연습

제3장 기업경영과 창의적 사고

1. 왜 창의적 사고능력의 개발이 필요할까
 - 1) 창의적 사고의 개념
 - (1) 판단을 유보하고 통제하는 능력
 - (2) 유창성, 유연성, 독창성 및 정교성
 - (3) 질문할 줄 아는 능력
 - (4) 시각을 바꿔서 볼 수 있는 능력
 - (5) 문제의 범위를 확대할 수 있는 능력
 - (6) 결합과 조합의 능력
 - 2) 왜 창의적 사고능력의 훈련이 필요할까
2. 창의적 사고자의 습관
 - 1) 습관 : 가정 뒤집기
 - 2) 습관 : 준비된 우연을 만나는 것
 - 3) 습관 : 잠재의식을 종합화하는 것
 - 4) 습관 : 판단을 보류하는 것
 - 5) 습관 : 유추적인 사고를 이용하는 것
 - 6) 습관 : 모호함을 견디는 것
 - 7) 습관 : 아이디어를 저축하는 것
3. 창의적 발상을 위한 사고기법
 - 1) 인간의 뇌와 사고방법
 - (1) 인간의 뇌와 사고기법
 - (2) 사고방식의 유형
 - 2) 창의적 사고기법의 체계
 - (1) 발산적 사고기법
 - (2) 수렴적 사고기법
 - (3) 통합적 사고기법

제3장 요약

제3장 창의성경영 연습

2. 신규교과목 운영

강의계획서에 제시되어 있는 '창의성경영'에 대한 교과목 개요는 "창의적인 사람은 물론 평범한 사람들조차도 창의적인 행위를 할 수 있도록 유도하고 집단과 조직 차원의 창의적인 문제해결이 이루어질 수 있도록 경영시스템 내 제반 특성과 조건을 관리하는 것을 말한다. 본 강좌는 학생들이 정보화와 네트워크시대로 대변되는 오늘날의 사회에서 용이하게 환경변화에 적응하며, 역으로 새로운 환경변화를 창출

신 건 권

할 수 있도록 돕기 위해서 '창의성경영'의 이론과 실체를 강의하는데 목적이 있다. 주요한 학습주제는 창의성의 기본개념, 개발기법, 창의성 발상기법, 창의적 기업문화·경영혁신·기술개발, 창의적 지식경영, 가치창조경영, 창의적 리더와 성공요인 등이다"와 같다. 본 강좌는 학생들의 정보화와 네트워크시대로 대변되는 오늘날의 사회에서 용이하게 적용할 수 있도록 돕기 위해서 '창의성경영'의 이론과 실체를 강의하는데 목적이 있다. 강의목표는 (1) 창의적인 사고능력 배양, (2) '창의성경영'을 실천할 수 있는 미래의 경영자(또는 지식인) 양성이다.


강의방법은 '창의성경영'에 대한 기초이론 강의와 토론, '창의성경영' 실천에 관한 사례연구 발표와 논의이었다. 교수자의 강의는 앞에서 제시한 [표 4]를 중심으로 수행되었으며, 질문을 통해서 교수자와 학생 간의 커뮤니케이션이 이루어진다. 그러나 학생들이 수강 초기에는 많은 질문이 없었으며, 학기 마지막 4주 간에 걸쳐 시행된 조별 사례발표 시에 교수자와 학생간, 학생과 학생간(조와 조간)의 열띤 토론활동이 벌어졌다. 한편, 교수자의 학습자료와 발표 조의 발표자료는 [표 6]과 같이 인터넷 자료실(<http://biz.kyongju.ac.kr/prof/shingk/frame.htm>)에 게시하여 학생들이 항상 접근하여 자료를 입수할 수 있도록 하였다.

[표 5] '창의성경영' 사례 발표조 편성 안내

- 발표 조 편성 : 1조, 2조, 3조, 4조
- 발표 일시 :
1조(5월 23일), 2조(5월 30일), 3조(6월 6일), 4조(6월 13일)
- 발표물 제출처 : 담당교수실(조별 지정발표 일시 1주일 전)
- 발표 내용 : 창의성경영 사례발표(기업체의 창의성경영 실천사례)
- 발표 방법 : 파워포인트를 이용(간단한 유인물 전체학생 배포)
- 발표대표자 선정 : 조원 합의(개인 점수 가산점 5점)
- 발표 평가 : 조별 평가, 조별 개인평가(조원에 의한 평가) 총 30점

창의성경영 신규교과목 개설과 운영 사례

[표 6] '창의성경영' 수업자료실

12	<input type="checkbox"/> [발표자료] 4조 SM의 BOA	 신건권	06/10 [01:34]
11	<input type="checkbox"/> [발표자료] 3조 휴렛팩커드	 신건권	06/03 [22:39]
10	<input type="checkbox"/> [발표자료] 2조 지브리콜 아십니까?	 신건권	05/27 [21:14]
9	<input type="checkbox"/> 제3장 기업경영과 창의적사고(1)	 신건권	05/16 [02:03]
8	<input type="checkbox"/> [발표자료] 1조 Du Pont	 신건권	05/15 [17:19]
7	<input type="checkbox"/> 제2장 기업경영과 창의성개발(2)	 신건권	05/02 [03:07]
6	<input type="checkbox"/> 제2장 기업경영과 창의성개발(1)	 신건권	04/18 [02:30]
5	<input type="checkbox"/> 제1장 창의성경영의 기초(3) PPT자료	 신건권	03/28 [09:59]
4	<input type="checkbox"/> 제1장 창의성경영의 기초(2) PPT자료	 신건권	03/17 [13:33]
3	<input type="checkbox"/> 제1장 창의성경영의 기초(1) PPT자료	 신건권	03/17 [13:31]

성적평가는 중간고사(30%), 과제물(20%), 조별 사례발표(30%) 및 출석(20%)의 네 가지 요소에 의해서 평가된다. 1) 중간고사는 중간고사 기간까지 배운 내용 중에서 단답형과 주관식 서술형 문제로 출제하였다. 2) 기말고사는 치루지 않고 대신 전체 수강학생들을 4개 조로 편성하여 조별 사례발표를 하도록 하였다. 조별 사례발표에 대한 평가는 ① 교수자의 조별 발표와 토론내용에 대한 평가(이를 위해서 교수자는 매시간 학생들의 발표내용과 토론내용을 Video로 촬영하여 평가시 이용하였으며, 각 조가 상호교차적으로 사례발표시에 토론할 수 있도록 유도하였으며), ② 각 조에 의한 자기평가를 활용하여 이루어졌다. 자기평가에서는 조원 상호간 평가결과(각 조원이 사례연구와 발표준비를 진행하는 동안 자기 조에 상대방 조원들이 기여한 정도를 상호평가하도록 하였으며, 조원 점수평가표에는 각 조원들이 나머지 조원들에 대한 평가결과에 의해 한 번에 1개의 name tag를 붙이도록 하였고, 붙여진 수를 파악하여 각 조원의 점수를 매기는 방식을 이용함)와 출석점수를 각 조장이 가산하여 교수자에게 제출하도록 함으로써 평가상의 공정성을 확보하고자 하였다. 특히 조원들 간의 경쟁심을 유발하기 위해서 조별 사례발표와 조원 상호간 평가방식을 도입한 것은 약간 특이한 사항이었다. 이 방식의 도입으로 학생들은 공정하게 경쟁하는 방법과 동료, 선후배 간의 인간관계를 향상시킬 수 있었다고 판단된다. 한편, 각 조에서는 사례발표 준비를 위해서 함께 생활하는 시간이 많아졌으며, 준비를 위해 3개의 자발적 인터넷카페(internet cafe)가 개설되었다. 1조의 경우는 조원들을 다시 5개의 토론팀으로 구분하였으며, 조원들이 수행하는 사례연구 진행 절차를 '현재진행상황' 조회를 통해 알 수 있도록 동기부여하였다. 그리고 매 번 모임일시를 공지하고 일정장소에 모여 함께 토론하고 발표준비를 하였으며, 조장이

각 조원의 출석상황을 점검하였다. [그림 4]에 제시된 'CPA창의력' 카페는 조원 상호간 자료공유와 교환, 발표준비를 위한 의견교환 등이 활발하게 이루어져 충실한 발표준비와 조원 간의 인화단결에 크게 기여한 것으로 판단된다. 3) 과제물은 수강생 각자가 창의적인 인물을 선정하여 '각 인물에 대해 어떤 점에서 창의적인가?'를 기술하는 내용으로 4회 제출하게 하였고, 4) 출석은 1회 결석시 2점, 3회 지각시 2점 감점하는 방식을 사용했다.

[표 7] 조별 사례발표 평가를 위한 Video 녹화 내용

이름	크기	종류
1조발표비디오.avi	622,833KB	비디오 클립
2조발표비디오.mpg	646,540KB	동영상 클립
3조발표비디오.mpg	374,046KB	동영상 클립
4조발표비디오.wmv	682,650KB	Windows Media ...

아이콘을 선택하면 설명을 볼 수 있습니다.

[그림 4] '창의성경영' 인터넷카페 개설(예시) : CPA창의력

창의성경영 신규교과목 개설과 운영 사례

강좌의 수강생들은 사례대상 대학이 지방소도시에 소재하고 있어서 대부분 입학 성적이 다소 낮은 편이며, 이로 인해 다소 적극적이고 도전적인 정신이 취약하다는 약점을 가지고 있는 것으로 사료된다. 아울러, 수강생의 출신배경은 경영학부, 관광학부, 관광외국어학부 등의 다양한 학부와 학과 학생들이 포함되어 있었으며, 이러한 다양한 출신 배경은 3조 조별 사례발표시 다양한 언어(국어, 영어, 일어)의 사용을 가능케 하였다.

교수-학습방법으로는 교수설명, 학생발표, 상호토론, 사례연구 제시 등의 방법이 다양하게 사용되었다. 교수자는 해당 주에 교육할 내용과 사례를 파워포인트로 제작하였으며, 멀티미디어 구현이 가능한 강의실에서 강의를 진행하였다. 강의 진행기간 동안에는 우뇌 개발을 촉진하기 위해서 창의적 우뇌개발 음악CD(페르퀀트조곡, 월광, 송어, 야상곡2번, 트로이메라이, 라르고 등 12개 클래식 곡)를 선곡하여 들려주었다. 또한 4주 간에 걸쳐 진행된 조별 사례발표시에는 학생 발표, 학생 상호간의 토론을 장려하는 방식을 채용하였다.

교수-학습매체는 비디오, 파워포인트 및 창의성 음악CD 등이 활용되었다. 비디오는 TV매체에서 방영된 내용 중 '창의성경영' 교과과 관련된 내용을 발췌하여 재편집한 30분 내외의 것을 사용하였으며, 2주에 한 편씩 시청하였다. 교수자와 학습자는 모두 강의와 발표시 파워포인트 자료를 제작하여 활용하였으며, 교수자는 강의 시간이나 발표시간에 창의성음악을 활용하도록 지도하였다.

저자가 적용한 '창의성경영' 수업은 다른 교과목 수업과 비교해 볼 때 다음과 같은 몇 가지 점에서 차별화 될 수 있지 않을까 사료된다.

첫째, 수업지도시 다른 수업과는 달리 사례발표시 자기주도적 방식으로 발표자료를 조직화하고 수업시간에 배운 창의적 기법들을 모두 적용하여 발표할 수 있도록 지도하였다.

둘째, 사례발표시 창의적 우뇌개발에 도움이 되는 음악들을 들을 수 있게 하였고, 학생들은 우뇌개발용 음악을 들으면서 각 조의 발표내용을 시·청취하였다.

셋째, 수업을 진행하는 동안 각 조에서는 사례발표를 위해서 자발적으로 카페를 개설하였고, 이를 통해 조원들 간에 활발한 논의가 진행되었다.

3. 평 가

본 연구는 '창의성경영' 교과목의 교수-학습 목표, 방법, 사용매체 및 학습 평가기준의 적절성을 평가하고, 본 교과목에 대한 수강 전후의 창의성관련 태도나 능력 변화의 내용을 파악하기 위해서, 수강생들을 대상으로 강의 첫주(1주 때)와 마지막

신 건 권

주(15주 때)에 각각 동일 설문문항을 가지고 설문조사를 실시하였다. 수강생 50명 중에서 총 33명이 질문에 응답하였으며, 응답률은 66%이었다. 응답자는 남자가 16명(48.5%), 여자가 17명(51.5%)이었으며, 학년별로는 1학년이 6명(18.2%), 2학년이 20명(60.6%), 3학년이 3명(9.1%), 4학년이 4명(12.1%)이었다. 수집된 자료는 paired T-test를 이용하여 분석하였다.

[표 8] 설문 응답자의 빈도 분석

구 분		빈도	비 율 (%)
성 별	남 자	16	48.5
	여 자	17	51.5
학 년	1학년	6	18.2
	2학년	20	60.6
	3학년	3	9.1
	4학년	4	12.1
합 계		100	100

[표 9] paired T-test 검증 결과

설문문항	수업 전후	평 균	표준편차	t값	유의확률
교수-학습목표의 적절성	수강 전(1주)	2.76	0.87	-5.899	0.000**
	수강 후(15주)	3.91	0.84		
교수-학습내용의 적절성	수강 전(1주)	2.82	1.04	-4.635	0.000**
	수강 후(15주)	3.64	1.08		
교수-학습방법의 적절성	수강 전(1주)	2.94	1.06	-5.387	0.000**
	수강 후(15주)	4.09	0.98		
교수-학습매체의 적절성	수강 전(1주)	3.52	1.03	-3.725	0.000**
	수강 후(15주)	4.21	0.86		

(표 계속)

창의성경영 신규교과목 개설과 운영 사례

설문문항	수업 전후	평 균	표준편차	t값	유의확률
학습평가기준의 적절성	수강 전(1주)	3.06	1.00	-2.180	0.001**
	수강 후(15주)	3.55	1.15		
개인 창의능력의 향상	수강 전(1주)	2.85	1.09	-4.945	0.037*
	수강 후(15주)	3.67	1.05		
집단(조) 창의능력 향상	수강 전(1주)	2.88	0.89	-6.082	0.000**
	수강 후(15주)	4.12	0.96		
발표와 토론능력 향상	수강 전(1주)	2.88	0.78	-6.614	0.000**
	수강 후(15주)	3.97	0.85		
창의성경영 분야 지식 향상	수강 전(1주)	2.85	1.12	-3.967	0.000**
	수강 후(15주)	3.67	0.82		
인간관계 향상	수강 전(1주)	2.64	0.93	-7.803	0.000**
	수강 후(15주)	4.12	0.96		
본 강좌에 대한 전반적 만족도	수강 전(1주)	3.00	0.94	-5.183	0.000**
	수강 후(15주)	3.85	0.91		
선후배들을 위한 본 교과목의 향후 개설 희망 정도	수강 전(1주)	2.94	1.20	-6.247	0.000**
	수강 후(15주)	3.88	1.22		

주 : N=33, * P<0.05, ** P<0.01

[표 9]에 제시된 것처럼, 먼저 ‘창의성경영’ 교과목을 수강한 후에 응답자들이 개인 창의능력이 향상되었다고 생각하는가를 분석한 결과 P<0.05에서 유의적인 차이를 나타내었다. 이러한 결과는 ‘창의성경영’ 교과목을 수강하기 전보다 수강한 후에 응답자의 개인 창의능력이 향상되었음을 의미하는 것으로 해석할 수 있다.

다음으로, 교수-학습목표(적극적, 창의적 사고능력 배양, 미래의 창의적인 경영자 양성, ‘창의성경영’ 지식의 습득과 적용)·교수-학습내용·교수-학습방법(교수설명, 학생발표, 상호토론, 사례연구 제시)·교수-학습매체 사용(비디오, 파워포인트, 창의성 음악CD)·학습 평가기준(중간고사, 조별 사례발표, 과제물)의 적절성, 집단 창의능력의 향상, 발표와 토론능력 향상, ‘창의성경영’ 분야 지식 향상, 인간관계(선후배관계, 동료관계) 향상, 본 강좌에 대한 전반적 만족도, 선후배들을 위한 본 교과목의 향후 개설 희망 정도에 대한 분석 결과, ** P<0.01에서 모두 유의적으로 차이를 나타내었다. 이러한 결과는 ‘창의성경영’ 교과목을 수강한 학생들이 모든 항목에서 수강 전보다 후에 창의적인 능력이나 전반적인 만족도가 높아진 것으로 볼 수 있다.

IV. 결 론

우리나라 대학교육은 경영환경 변화에 둔감한 교육과정을 운영해왔다고 볼 수 있다. 그러나 급변하고 있는 21세기 경영환경은 창의적인 경영교육과 인력양성의 필요성을 제기시키고 있다. 이에 따라 본 연구에서는 선행연구들에 기초하여 아직 정립되어 있지 않은 ‘창의성경영’에 대한 개념정의를 제시하였고, 왜 ‘창의성경영’ 교육이 필요한지, 그리고 ‘창의성경영’ 교과목의 내용에는 어떤 것들이 포함되어야 하는가에 대해서 논의하였다. 특히 본 연구에서는 G대학교에서 자유교양으로 개설된 ‘창의성경영’ 교과목을 대상으로 종단적 사례연구와 관찰을 실시하였다. 주요한 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 초등학교나 중고등학교에 비해서 대학은 창의성에 대한 관심이 저조한 편이나 최근 산업계와 교육계를 중심으로 ‘창의성경영’ 교육의 필요성을 인식하기 시작하였다.

둘째, ‘창의성경영’ 교과목은 학생들의 다양한 창의능력을 향상시키는 것으로 나타났다, 대체적으로 개설된 교과목의 운영에 대해서 만족하고 있는 것으로 분석되었다. 특히 ‘창의성경영’ 교육을 효율적으로 실시하게 되면 발표와 토론능력의 향상은 물론, 개인과 집단의 창의능력 향상에 기여하는 것으로 나타났다.

셋째, ‘창의성경영’ 교육에서 학생평가 방법(조별 자율적 평가방식)은 매우 유용한 수단으로 활용될 수 있다. 본 교과목 운영사례에서는 이로 말미암아 자발적 인터넷 카페가 개설되었고, 이는 조원 상호간 자료공유, 의견교환 및 조원간 인화단결에 기여한 것으로 사료된다.

본 연구는 생소한 분야인 ‘창의성경영’ 분야를 학계에 소개하고 이론적인 배경을 설명하였다는 점에서 의의가 있다. 특히 ‘창의성경영’의 개념, 체계 등에 대한 제시는 향후 이 분야의 연구와 교육에 기여할 수 있으리라고 사료된다. 그러나 본 연구는 아직 초기단계의 연구라고 볼 수 있으며, 특히 ‘창의성경영’ 교재가 완전히 개발되지 않은 상황에서 시험적으로 교과목이 운영되었다는 점에서 한계가 있다. 이러한 한계점은 매년 교과목이 개설되는 경우에 점차 보완될 것으로 예상된다. 또한 본 연구에서 실시한 설문조사 결과는 ‘창의성경영’ 교과목 운영 효과에 대한 객관적인 평가결과라기보다는 ‘창의성경영’에 대한 학생들의 인식이라는 점에서 한계가 있다. 그리고 동일집단에 대한 사전사후 조사만 했는데, 통제집단을 설정하여 비교한다면 더 객관적인 결과를 얻을 수 있을 것으로 판단된다.

참 고 문 헌

- 강명희 편역(1999), 창의적·비판적 사고, 창지사.
- 김 선 편역(1996), 교육과 창의성, 집문당.
- 김영배(1998), “경영과 기술의 접목을 통한 21세기 경영교육 프로그램 - KAIST 테크노 경영대학원 사례,” KAIST 경제논집, 제17집, pp.215-235.
- 김인원(2000), 창의적 문제해결전략, 도서출판 아진.
- 류완영(1996), “테크놀로지의 변화와 대학교수-학습방법의 개혁방향,” 대학교육, 통권 114호, pp.31-36.
- 맥킨지 컨설팅과 MGI(1998), 맥킨지 보고서 (원제 ‘Reinventing Korea : Productivity-led Growth for Korea’), 매일경제신문사.
- 부즈 엘런 & 해밀턴(1998), 한국보고서, 매일경제신문사.
- 손태원·홍길표, 정명호, 김영수(2000), “디지털경제시대의 창의성경영,” 한국학술진흥재단, pp.1-124.
- 송영수(1999), “지식경영시대 기업교육의 전략과 방향,” 산업교육, 8월호, pp.28-31.
- 송영수(2000), “경영학과 교육공학-경영환경변화 속의 경영과 교육의 접목,” 교육공학연구, 제16권 제3호, pp.183-199.
- 신건권(2001), “창의성 지향적인 교수-학습 전략,” 창의력개발연구, 제5호, pp.49-71.
- 신건권(2003), “창의성경영의 이론적 구축에 관한 연구,” 창의력개발연구, 제6호.
- 유시정(1999), “우리나라 경영학교육의 향상을 위한 실증적 연구,” 산업연구, 제11집 제1호, pp.39-60.
- 이경희 역(2001), 학습전략과 교육, 교육과학사.
- 이무길(2000), “21세기 교육현장의 변화,” 교육연구, 통권 369호, pp.85-88.
- 이필훈(2000), “디지털시대의 교육,” 교육경북, 통권 124호, pp.70-74.
- 임성란(2001), “현대음악교육철학을 바탕으로 한 6-7차 음악교육과정의 비교연구 - 초등교육을 중심으로,” 건국대학교 교육대학원 석사학위논문, pp.1-77.
- 임성준(2000), “e-시대의 경영학 교육,” 한국인사조직학회 춘계학술연구발표회 자료집, 연세대학교.
- 전성연(1999), “대학 교육과정 비교연구,” 교육학연구, 제37권 제2호, pp.323-344.
- 전성용(1999), 디지털 경제시대의 핵심전략 : 창조성경영, 현대경제연구원, Prime Business Report, 82호, pp.1-6.
- 정재삼(2000), “학습과 퍼포먼스의 연계를 추구하며,” 교육공학연구, 제16권 제3호,

pp.201-212.

- 정재삼(2000), 수행공학의 이해 : 기업교육 리엔지니어링의 틀, 서울 : 교육과학사.
- 정재삼(2000), “지식기반사회 기업교육의 초점,” 기업교육연구, 제2권 제1호, pp.137-155.
- 조규종 · 오병수 · 설승윤 · 강보선(1999), “창의성 개발 교과목 운영사례,” 1999년도 공학교육학술대회 논문집.
- 조동성(1997), “21세기 미래경영자 육성을 위한 경영교육방법,” 경영교육연구, 제1권 제2호 , pp.183-203.
- 최도성 · 김재일 · 박수근 · 박철(1997), “서울대학교 경영학교육의 사회적 평가와 그 개선방안에 관한 연구,” 서울대경영논집, 제31권 제3·4호, pp.131-160.
- 최삼우(2001), “21세기와 교육의 창의성,” 교육연구, 통권 383호, pp.42-46.
- 최인수 (1998). 창의성을 이해하기 위한 여섯 가지 질문. 한국심리학회지 : 일반, 17권 1호, pp.25-47.
- 최종인 · 김인수 (1996), 개인창의성 연구의 개념적 고찰, 경영연구, 30권 1호, 고려대학교, pp.51-77.
- 허 형(1996), “대학 교수방법의 다양화,” 대학교육, 통권 80호, pp.42-53.
- Amabile, T. M. (1985). Motivation and creativity: Effects of motivational orientation on creative writers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, pp.393-399.
- Amabile, T. M. (1997). Motivating Creativity in Organizations, *California Management Review*, 40, pp.39-58.
- Drazin, R., Glynn, M., Kazanjian, R. K. (1999). Multilevel theorizing about creativity in organizations: A sensemaking perspective. *Academy of Management Review*, 24(2), pp.286-307.
- Ford, C.M. & Gioia, D.A. (1995), Multiple Vision and Multiple Voice : Academic and Practitioner Conceptions of Creativity in Organization. in Ford, C.M. & Gioia, D.A. eds., *Creative Action in Organization*, Thousand Oaks : SAGE Publications, Inc.
- Getzels, J.W. & Jackson, P.W.(1962), *Creativity and intelligence*, New York : Wiley.
- Groth, J. C. & Peters, J. (1999), What blocks creativity? A managerial perspective. *Creativity and Innovation Management*, 8, pp.179-187.
- Guilford, J.P. (1987). *Creativity Research : Past, Present and Future*, in S.G. Isaksen ed., *Frontiers of Creativity Research*. New York : Bearly Press).

- King, N. (1995), Individual Creativity and Organizational Innovation, in Ford, C.M. & Gioia, D.A. eds., Creative Action in Organization, Thousand Oaks : SAGE Publications, Inc.
- Leonard, D. & Swap, W. (1999), When Sparks Fly : Igniting Creativity in Group, Boston : Harvard Business School Press.
- Mackinnon, D.W. (1978). In search of human effectiveness: Identifying and developing creativity. Buffalo, NY: Creative Education Foundation.
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995), The Knowledge-Creating Company. New York : Oxford University Press.
- Porter, Lyman W. and Lawrence E. McKibbin(1988), Management Education and Development, McGraw-Hill.
- Reckmeyer, W.J(1990), Paradigms and Progress In G. Bugliarello, M.E. Clark, & S.A. Wawrytko(Eds), Rethinking the curriculum, New York, Greenwood Press.
- Robinson, A.G. & Stern, S. (1997), Corporate Creativity : How Improvement and Innovation Actually Happen. Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E, & Griffin, R. W. (1993). Toward a theory of organizational creativity. Academy of Management Review, 18, pp.293-321.
- Woodman, R.W. (1995), Managing Creativity. in Ford, C.M. & Gioia, D.A. eds., Creative Action in Organization, Thousand Oaks : SAGE Publications, Inc.

부록 : 창의성경영 교과목 운영평가 설문지

작성자 : (남자, 여자)

학년 : (1학년, 2학년, 3학년, 4학년)

본 설문은 창의성경영 교과목의 올바른 교수와 학습을 위한 기초자료를 수집하기 위한 것입니다. 여러분의 솔직한 의견은 향후 본 교과목을 효율적으로 운영하는데 유용하게 활용될 수 있습니다. 귀하의 의견에 해당하는 곳에 체크 표시(✓)해 주십시오.

응답시 참고할 사항 설문문항 답변시의 숫자 의미는 다음과 같습니다.

전혀 아니다 그저 그렇다 보통이다 그렇다 매우 그렇다
 1 2 3 4 5

[설문 문항]

1. 교수-학습목표(적극적·창의적 사고능력 배양, 미래의 창의적인 인재양성, 창의성경영 지식의 습득과 적용)의 적절성	1	2	3	4	5
2. 교수-학습내용의 적절성	1	2	3	4	5
3. 교수-학습방법(교수설명, 학생발표, 상호토론, 사례연구 제시)의 적절성	1	2	3	4	5
4. 교수-학습매체 사용(비디오, 파워포인트, 창의성음악CD 등)의 적절성	1	2	3	4	5
5. 학습평가 기준(중간고사, 발표, 과제물)	1	2	3	4	5
6. 개인 창의능력의 향상	1	2	3	4	5
7. 집단(조, team) 창의능력의 향상	1	2	3	4	5
8. 발표와 토론능력 향상	1	2	3	4	5
9. 창의성경영 분야 지식 향상	1	2	3	4	5
10. 인간관계(선후배, 동급생관계) 향상	1	2	3	4	5
11. 본 강좌에 대한 전반적 만족도	1	2	3	4	5
12. 선후배들을 위한 본 교과목의 향후 개설 희망 정도	1	2	3	4	5

ABSTRACT

**A Case Study of Creative Business
Administration Course**

Shin, Gun-Kwon*

University education in Korea has been implementing curricula insensitive to radical change of management environment. However, changing management environment in the 21st century involving digital management, creative business administration, knowledge & information management) calls for a need for training manpower through management education.

The current study has attempted to define concept of creative business management and discuss why it is needed and what needs to be included in the its content. In particular, the researcher made a longitudinal case study of 'creative business management' course which was offered as part of liberal education at G university.

The significance of the current study is in establishing theoretical foundation of 'creative business administration' considered as a new field of study and introducing it into academic domain. It is thought that major conceptual framework established here will facilitate research and education in this field of the future times. However, this study is still in its infantile stage and has limits because the syllabus was implemented without use of a systematic textbook. It is hoped that this limit can be overcome with successive introduction of the course in ensuing years.

Key words : *creative business administration, management environment, curriculum*

* Professor, School of Business Administration, Gyeongju University