

광고PR분야 NCS 기반 교육과정의 적합성 및 효과성에 대한 탐색적 연구*

채용공고 내용분석 및 NCS 교육 이수 실무자 대상 조사를 토대로

정원준 수원대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수**

한규훈 숙명여자대학교 홍보광고학과 교수***

본 연구에서는 광고PR분야 NCS 기반의 교육에 대한 적합성 및 효과성을 검증하고, 이를 토대로 향후 광고PR학 전공교육에서 적극적으로 도입할 필요가 있는 역량 중심 NCS 교육의 현실적 운영 방안을 제시하고자 하였다. 이를 위해 본 연구는 두 가지 연구를 실행하고, 이들을 통합하여 결론을 도출하였다. 연구 1에서는 NCS에 기반한 광고PR분야 채용공고 847개의 내용 분석을 통해 산업계가 요구하는 광고PR분야의 세부 직업기초능력과 직무수행능력에 대한 중요도 순위 및 상호연결성을 고찰하였다. 연구 2에서는 과거에 NCS 교육과정을 이수한 광고PR분야 실무자 238명을 대상으로 설문 조사를 실시하였고, 이들이 취업 후 인식하는 NCS 교육의 적합성 평가와 더불어, 학습동기, 학습전이, 교육만족도, 직무만족도, 그리고 NCS 교육 지속가능성 간의 영향경로 분석을 토대로 NCS 기반 교육과정의 효과성을 검증하였다. 연구 1과 연구 2의 수행을 통해 도출한 통합적 연구결과 및 함의를 토대로 향후 광고PR학 전공교육에 효과적으로 도입할 수 있는 현행 NCS 체계의 적용 및 개선 방향에 대해 논의하였다.

KEY WORDS NCS(국가직무능력표준) • 광고PR • 전공교육 • 학습전이 • 직무만족도

* 이 논문은 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 일반공동연구지원사업의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2020S1A5A2A03042379).

** wjchun1@hotmail.com, 제1저자

*** hanque@sookmyung.ac.kr, 교신저자

1. 문제제기

4차 산업혁명을 통해 기존 산업과 신기술이 융합된 형태로 생산의 지능화가 이루어지면 서 산업현장과 일상생활 곳곳에서 변혁이 일어나고 있다. 그리고 이러한 과정을 통해 직무와 숙련의 변화, 일하는 방식의 변화, 고용형태의 변화, 신산업 및 신직업의 등장 등 일자리 전반에 걸쳐서도 변화의 흐름이 목격되고 있다. 이에 우리 사회 대부분의 산업영역에서 실무와 현장관리 능력을 갖추고 있는 숙련된 인력을 요구하는 것은 자연스러운 현상이라고 볼 수 있다. 그러나 현재의 대학교육과 인력개발체제는 산업계의 니즈에 부응하기에는 한계가 크다. 특히 대학교육에 있어서는 현장에서 요구하는 역량과 소양을 제대로 반영하지 못하여 졸업생들이 자신의 전공분야에 취업했을 때 능력을 제대로 발휘하지 못하고 있다는 문제점도 꾸준히 제기되어 왔다(김병희, 2013; 백성준 외, 2011; 정원준, 2018). 취업과 창업의 목적으로 교육을 진행하는 직업훈련기관에서도 단기취업이나 자격증 위주의 교육방식으로 인해 막상 현장에 취업했을 때 기업체가 요구하는 실무역량을 발휘하기에 미흡한 경우가 많다는 지적도 있다(유현숙 외, 2011; 정광희, 2014).

이에 대학은 정보화사회가 필요로 하는 지식인 또는 직업인을 양성하는 고등교육기관으로서의 위상을 지키기 위해 국가직무능력표준(National Competency Standards, 이하 NCS) 기반 교육과정 운영, 능력 중심 교육과정 개발, 직업기초능력 체계화, 일학습병행(IPP) 학습모듈 개발 등 고등직업교육을 통해 산업체가 기대하는 수준으로 학생들의 능력을 향상시킬 수 있는 방안을 모색하고 있다(정광희, 2014). 고등교육의 효과를 높이기 위한 여러 대안 중 본 연구가 주목한 것은 NCS이다. NCS는 산업현장에서 직무를 수행하기 위해 요구되는 지식, 기술, 태도 등의 내용을 국가가 산업부문별 및 수준별로 체계화한 것이다(고용노동부, 2013; 한국직업능력개발원, 2015). 또한 NCS에는 해당 직업에서 요구되는 업무를 성공적으로 수행하기 위한 모든 능력이 포함되어야 하므로, 지식이나 기술을 응용하여 산업현장의 새로운 환경에 적용할 수 있도록 하는 능력도 주요한 직업능력으로 제시된다(정원준, 2019; 한국산업인력공단, 2022a).

NCS의 추진 배경에는 산업계의 수요에 부응하고 기술 변화에 능동적으로 대응하는 인력 개발의 필요성, 직업훈련과정과 자격제도의 효율적 운영을 위한 직무수행 체계의 필요성, 교육시장과 노동시장의 미스매치(mismatch)를 해결하는 국가적 차원의 인력자원개발 시스템의 필요성 등 다양한 사회적 니즈가 자리 잡고 있다(고용노동부, 2013; 정원준,

2019; 한국직업능력개발원, 2015; 한국산업인력공단, 2022a). 이러한 배경과 결을 같이하며 NCS가 교육 및 산업현장에 성공적으로 활용되기 위해서는 이를 잘 이해하고 그 취지를 공감하며 교육계와 정부 사이에서 원활히 소통할 수 있는 교육전문가 및 분야별 전문가의 역할과 적극적 참여가 필요하다. 이에 지금까지 NCS 기반 교육과정의 개발 및 활용과 관련한 다양한 성과분석 연구가 수행되었으나, 현행 NCS의 효과 평가라든지 NCS 적용 확대를 위한 대안 제시 등 통합적이고 미래지향적인 연구는 크게 미흡한 상황이다. 그간의 선행 NCS 관련 연구들도 NCS 활용 우수사례를 발굴하여 NCS 활용을 효과적으로 홍보하기 위한 목적 등 정책 추진 차원에서 집필된 용역보고서 형식의 연구가 주를 이루며(김동연·김진수, 2013; 김주섭, 2014; 서병권·문재승, 2018; 오계택 외, 2013; 조성웅 외, 2017), 학술논문의 형태로 발표된 실증연구는 드문 실정이다.

그런 가운데 주목할 만한 최근의 연구로서, 한규훈과 정원준(2021)은 광고PR학¹⁾ 전공을 중심으로 NCS 기반의 커리큘럼 개선 방향에 대한 학생, 교육자, 실무자 인식의 비교 분석을 통해 대학교육이 제공하는 NCS 기반 학습 및 훈련영역과의 적합성을 평가한 바 있다. 그들은 분석 결과를 토대로 광고PR분야 NCS 체계의 문제점으로 역량지표의 현실성 부족, 대내외 환경 변화의 반영 미흡, 다수의 전공 역량 중복항목 존재, 직무역량 평가의 어려움, 그리고 전공 교과과정에서의 적용 미흡을 제시하였다. 그리고 그 개선방안으로서는 세부 직무 분야들 간의 연계성을 고려한 항목 재설계, 교육 후 직무역량 평가의 적정성 제고를 위한 모듈 개편, NCS 능력단위 편성에 있어서의 체계성 개선 등을 제안하였다. 본 연구는 이 선행연구의 제안을 이어받는 후속연구의 차원에서 기획되었다.

궁극적으로 본 연구는 NCS 기반 채용제도로 입사한 실무자들을 대상으로 직업기초직무 능력, NCS 전공 직무능력 그리고 직무 연계 변인 간 인과관계를 규명함으로써 현행 NCS 교육과정 및 채용제도의 적합성을 진단하는 데 그 목적이 있다. 아울러 NCS 체계의 지속가능성에 대한 조사도 진행하여 효과성 차원에서의 검증도 시도하고자 한다. 그동안 미래지향

1) 최근의 학문적 경향과 실무의 확장성 측면에서 보자면, ‘홍보’보다는 ‘PR(public relations)’이 더 적합한 용어라고 판단된다. 다만, 학과 명칭은 광고홍보학과, 홍보광고학과, 언론홍보학과 등의 예시에서 보듯, 대부분 ‘홍보’라는 용어의 사용을 여전히 고수하고 있는 실정이다. 이에 반하여 국내 대학교육 커리큘럼 상에는 ‘PR의 이해’, ‘PR전략’ 등의 교과목명으로 PR 관련 수업이 개설되어 있는 상황이다. 때문에 본 연구에서는 전공 분야를 칭함에 있어 ‘홍보’ 대신에 ‘PR’로 표현하고자 한다. 단, NCS 직무분류 체계에서 ‘기업홍보’ 분야를 지칭하는 경우와 직무수행능력의 ‘언론홍보’, ‘홍보전략수립’ 등 고유명사형으로 제시한 경우에만 ‘홍보’란 용어 그대로 사용하기로 한다.

적 관점에서 대학교육의 구조개혁 문제를 거시적으로 다룬 연구는 다수 있었지만(대학교육 연구원, 2020; 유현숙 외, 2011), 개별 전공수준에서 직면하고 있는 교육 운영의 문제는 좀처럼 다루어지지 않았다(정향진, 2015; 한구훈·정원준, 2021). 따라서 본 연구는 기존의 대학교육 관련 또는 NCS 관련 연구와의 차별성 및 보완성 차원에서 의미 있는 시도가 될 것으로 기대된다. 대학교육의 개혁은 국가적 차원에서도 접근되어야 하지만, 개별 전공 차원에서, 특히 교육수요자인 학생과 대학이 배출하는 인재의 수요자인 산업계의 관점에서도 문제를 다룰 필요가 있기 때문이다.

구체적으로, 본 연구에서는 2015년부터 대학 및 다양한 직업훈련기관에서 진행되고 있는 광고PR분야 NCS 교육 프로그램을 이수하고 취업한 현직 실무자들을 대상으로 NCS 교육과정에 대한 적합성 및 효율성을 검증하고, 향후 추진해야 할 미래지향적 NCS 교육 및 운영방안을 제시하고자 한다. 이를 위해 본 연구는 크게 두 가지 연구 접근을 시도하였다. 먼저 연구 1에서는 공공 및 민간기관에서 NCS 기반의 광고PR분야 인재 채용을 위해 쓰인 채용공고문의 내용분석을 통해 산업계가 요구하는 광고PR분야의 직업기초능력과 세부 직무 수행능력에 대한 우선순위와 중요도를 고찰하고자 한다. 그리고 연구 2에서는 NCS 기반 역량을 요건으로 한 채용공고를 통해 취업한 광고PR 실무자들을 대상으로 학습전이 개념을 적용하여 취업 후 인식하는 NCS의 적합성 탐색과 더불어, 현재 직무만족도 및 NCS 교육 지속가능성에 대한 응답 분석을 토대로 NCS의 효과성을 평가하고자 한다.

2. 연구 1: 광고PR분야 채용공고 내용분석

1) 개요

그동안 공공기관과 민간기업에서는 소수의 대기업이 시행해 온 공채방식의 채용 프로세스 외에는 능력을 평가할 수 있는 객관적인 기준이 부족해 출신대학, 학점, 어학성적, 전문 자격증과 같은 스펙(spec)이 채용에 큰 영향을 미치는 중요한 요건이 되어왔다. 직무에 대한 설명이 부족하고 명확한 채용기준이 제시되지 않다 보니 취업준비생들은 희망직무와의 유관성이나 필요성을 깊이 고려하지 않은 채 다양한 스펙만을 쌓기 위해 많은 시간과 비용을 투자하는 일이 비일비재했다. 이러한 과정을 통해 쌓은 스펙은 NCS에서 제시된 세부 영역

에서의 ‘직무역량’과는 거리가 있고, 실제로 채용담당자들은 정작 필요로 하는 역량을 갖춘 인재를 찾기 어렵다고 불평하는 일이 많다(정광희, 2014; 최동선 외, 2016). 이는 지원자의 기술이나 역량이 조직에서 원하는 직무능력과 맞지 않고(미스매치), 이에 따른 불필요한 사회적 비용이 과다하게 발생하는 원인이 되었다(김동연·김진수, 2013; 백성준 외, 2011).

이에 정부는 직무수행에 꼭 필요한 능력을 쉽고 체계적으로 평가하며 선발에 활용함으로써 불필요한 스펙 쌓기에 몰입하는 채용문화를 개선하기 위한 방편으로 공공기관의 인력 채용제도를 NCS 기반의 체계로 개편하고자 했다. 그 결과, 2015년 100여 개 공공기관에서 NCS 기반 채용제도를 도입한 이후, 타 공공기관과 민간기업에서도 이를 적용하는 사례가 많아지고 있다(조성웅 외, 2017; 한국산업인력공단, 2022a). NCS 기반의 채용제도는 기존의 인적성 시험, 면접시험 등과는 다른 새로운 채용방식이며, 능력 중심 채용이 그 핵심이라 할 수 있다. 이는 ‘채용대상 직무를 NCS 기반으로 분석하고, 그 결과를 바탕으로 해당 직무의 상세내용 및 직무능력 평가기준을 정하여 사전에 명확하게 공지하며, 해당 평가기준을 토대로 인재를 선발하는 채용방식’을 의미한다(고용노동부, 2013). 다시 말해, 불필요한 과잉의 능력(over spec)이 아니라 해당 직무에 꼭 필요한 능력(on spec)을 평가하여 채용하는 것이고, 그 기준을 NCS로 정한다는 것이다. 이를 통해 기업은 자사에 적합한 인재(right person)를 선발할 수 있고, 입사 지원자는 불필요한 스펙이 아닌 희망직무에 적합한 능력을 개발하여 궁극적으로 스펙을 초월한 능력 중심 사회를 구현하고 국가경쟁력을 강화하는 선순환의 고리를 마련한다는 것이다(고용노동부, 2013).

NCS 기반 채용방식이 조직의 채용과정에 미치는 영향력이 점차 커지고 채택 기업이 확대됨에 따라 자연스럽게 구직자들의 관심사로 부상하고 있다. 이에 학교를 포함한 교육훈련 기관과 구직자로서의 학생 입장에서는 희망직무분야에 따라 NCS 기반의 채용 항목 중 어떤 부문에 더 비중을 두고 준비해야 할지에 대한 이해와 예측이 필요할 것이다. 그러나 이에 대해 분석한 연구, 즉 채용기관이 중시하는 NCS 능력을 조사한 연구는 찾아보기 어렵다. 이 같은 연구는 교육기관에게는 중점 교육분야를 반영한 교과과정 설계에, 구직자에게는 취업 준비에 필요한 방향의 사전 이해 및 대비에, 그리고 채용기관에게는 필요한 인재를 선발하기 위한 채용기준의 설정에 도움을 줄 것이기에, 다양한 용도로의 활용이 기대되는 만큼 학계에서의 적극적인 연구 추진이 필요한 시점이다.

이러한 연구 필요성을 인식하여 연구 1에서는 최근 인재 채용에 도입되고 있는 NCS에서 어떠한 능력(항목)을 실제 채용기관들이 중요하게 판단하고 있는지, 그리고 능력 간 상대

적 중요성 및 연결성은 어떠한지에 대해 탐색적으로 고찰하고자 한다. 구체적으로, NCS를 도입한 공공기관 및 민간기업들의 채용공고에 대한 내용분석을 통해 공고문 안에 담긴 NCS 기반 역량(직업기초능력과 광고PR분야 직무수행능력)을 추출하고 이를 분석할 것이다. 그리고 그 결과를 토대로 대학을 포함한 교육훈련기관 및 구직자들에게 기업이 요구하는 실무형 인재에 대한 실증 정보를 제공하는 것이 연구 1의 목적이다.

2) NCS에 규정된 능력 구성

NCS 기반 채용 프로세스를 분석해보면, 능력 중심의 요건으로는 선발 대상 직무의 구체화, 기초직업능력의 중시, 직무수행능력의 구체화, 직무수행능력 중심의 선발 평가 등이 강조된다(고용노동부, 2013). 이처럼 기존의 채용에 있어서는 지원자가 가진 스펙은 무엇이고, 전공지식이나 기술이 얼마나 우수한지 등을 평가했다면, NCS 기반의 능력 중심 채용은 구직자가 직무에 필요한 역량을 갖추고 있는지, 그리고 그 수준은 어느 정도인지 등을 평가한다는 점에서 비교된다. NCS에서는 직업인으로서 직무를 수행하기 위해 보편적으로 필요한 기본능력과 직업능력의 필수 여부 등을 분석한 후, 그 공통요소를 찾아 직업기초능력과 직무수행능력으로 구분하고 있다.

(1) NCS 직업기초능력

먼저 NCS 기반의 인력 채용 시 평가기준으로는 고용노동부(2013)에서 지정한 직업기초능력을 바로 적용할 수 있으며(〈표 1〉 참조), 이 기준에 의거하여 해당 직무의 지원자가 갖춰야 할 직무능력의 평가가 가능하다. 예를 들어, 직업기초능력 10개의 영역 중 해당기관의 업무에서 필요로 하는 직무능력 및 인재상, 핵심가치 등을 고려해 핵심영역 및 평가항목을 선정하고 채점기준을 제시하는 식이다. 가령, ‘의사소통능력’은 문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 의사구사력, 기초외국어능력의 5개 하위항목을 기초로, 문제해결능력은 사고력과 문제처리능력을 기반으로 인재 채용 시의 평가기준을 세울 수 있다.

표 1. NCS 직업기초능력의 구성

| 대영역(10개) | 정의 | 하위영역(34개) |
|----------|--|--------------------------------------|
| 의사소통능력 | 업무를 수행함에 있어 글과 말을 읽고 들음으로써 다른 사람이 뜻한 바를 파악하고, 자기가 뜻한 바를 글과 말을 통해 정확하게 쓰거나 말하는 능력 | 문서이해능력, 문서작성능력, 경청능력, 언어구사력, 기초외국어능력 |
| 수리능력 | 업무를 수행함에 있어 사칙연산, 통계, 확률의 의미를 정확하게 이해하고, 이를 업무에 적용하는 능력 | 기초연산능력, 기초통계능력, 도표분석능력, 도표작성능력 |
| 문제해결능력 | 업무를 수행함에 있어 문제 상황이 발생하였을 경우, 창조적이고 논리적인 사고를 통하여 이를 올바르게 인식하고 적절히 해결하는 능력 | 사고력, 문제처리능력 |
| 자기개발능력 | 업무를 추진하는데 스스로를 관리하고 개발하는 능력 | 자아인식능력, 자기관리능력, 경력개발능력 |
| 자원관리능력 | 업무를 수행하는데 시간, 자본, 재료 및 시설, 인적자원 등의 자원 가운데 무엇이 얼마나 필요한지를 확인하고, 이용 가능한 자원을 최대한 수집하여 실제 업무에 어떻게 활용할 것인지를 계획하고, 계획대로 업무 수행에 이를 할당하는 능력 | 시간자원관리능력, 예산관리능력, 물적자원관리능력, 인적자원관리능력 |
| 대인관계능력 | 업무를 수행함에 있어 접촉하게 되는 사람들과 문제를 일으키지 않고 원만하게 지내는 능력 | 팀워크능력, 리더십능력, 갈등관리능력, 협상능력, 고객서비스능력 |
| 정보능력 | 업무와 관련된 정보를 수집하고, 이를 분석하여 의미있는 정보를 찾아내며, 의미있는 정보를 업무수행에 적절하도록 조직하고, 조직된 정보를 관리하며, 업무 수행에 이러한 정보를 활용하고, 이러한 제 과정에 컴퓨터를 사용하는 능력 | 컴퓨터활용능력, 정보처리능력 |
| 조직이해능력 | 업무를 수행함에 있어 도구, 장치 등을 포함하여 필요한 기술에는 어떠한 것들이 있는지 이해하고, 실제로 업무를 수행함에 있어 적절한 기술을 선택하여 적용하는 능력 | 국제감각능력, 조직체제이해능력, 경영이해능력, 업무이해능력 |
| 직업윤리 | 업무를 원활하게 수행하기 위해 국제적인 추세를 포함하여 조직의 체제와 경영에 대해 이해하는 능력 | 근로윤리, 공동체윤리 |
| 기술능력 | 업무를 수행함에 있어 원만한 직업생활을 위해 필요한 태도, 매너, 올바른 직업관 | 기술이해능력, 기술선택능력, 기술적응능력 |

출처: 고용노동부 (2013)

(2) NCS 직무수행능력

NCS는 직업기초능력 외에 분야별 직무수행능력도 제시하고 있는데, 다양한 분야에 광고 및 PR도 포함되어 있다. <그림 1>에 보이는 바와 같이, 광고PR분야의 직무수행능력은 '기업홍보'와 'PR·광고'의 두 영역으로 분류되어 있다. 그리고 직능수준(단계)은 직업기초능력 배양을 위한 1과 2 수준에서부터 Assistant급의 3 수준, Pro급의 4 수준, Master급의

5 수준, 그리고 Director급의 6 수준에 이르기까지 총 6단계로 세분화되어 있다.

먼저 기업홍보 유형에서는 위기대응커뮤니케이션 분야를 가장 높은 수준으로 배치하고, 홍보전략수립, 홍보활동종합평가와 언론홍보를 다섯 번째 수준으로, 언론홍보, 사회공헌활동, 온라인홍보, 그리고 출판홍보 직무를 네 번째 수준으로, 기업환경모니터링, 기업홍보모니터링, 광고홍보환경조사, 그리고 미디어환경조사 직무를 세 번째 직능수준으로 분류하고 있다. 한편 PR·광고 직무능력에서는 PR전략수립, PR메시지개발, PR커뮤니케이션, PR활동평가, 광고전략수립, 광고메시지개발, 광고집행관리, 브랜드기획, 브랜드관리, 브랜드평가를 다섯 번째 직무 수준으로 배치하였으며, 광고효과평가를 네 번째 수준으로, 그리고 브랜드자산관리를 세 번째 수준으로 분류하였다. 기업홍보 직무와 달리, PR·광고 직무에서는 여섯 번째 단계에 속하는 직능이 제시되어 있지 않다.

3) 연구문제

연구 1에서는 NCS를 도입한 공공기관과 민간기업의 채용공고문에 나타난 지원자의 능력 요건에 대해 내용분석을 시도하고, 그를 통해 공고문 안에 담긴 NCS 기반 광고PR분야 역량(직업기초능력과 직무수행능력)을 추출하여 규명하고자 한다. 이에 따라 도출한 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1: 광고PR분야의 NCS 채용공고문에 제시된 주요 직업기초능력은 무엇이며, 능력 간 연결 네트워크는 어떻게 구조화되는가?

연구문제 2: 광고PR분야의 NCS 채용공고문에 제시된 주요 직무수행능력은 무엇이며, 능력 간 연결 네트워크는 어떻게 구조화되는가?



출처: 고용노동부(2013)

그림 1. 광고PR분야의 NCS 직무수행능력 구조도

4) 연구방법

연구 1에서는 2015년부터 2022년 상반기까지 약 7년간의 광고PR 직무 관련 채용공고문에 제시된 NCS 기반 직무 내용을 빅데이터 텍스트마이닝 기법을 활용하여 분석하였다. 빅데이터 분석 방법은 데이터 분석 자체뿐 아니라 데이터를 수집하고 클리닝(cleaning)하는 단계 모두를 포함한다(정원준, 2022a). 따라서 본 연구에서의 빅데이터 분석 절차를 ① 데이터 수집, ② 데이터 클리닝, ③ 데이터 분석의 세 단계로 구분하고 단계별로 기술하고자 한다.

(1) 데이터 수집

한국산업인력공단(2022a)은 기업의 NCS 활용 및 확산을 위해 2014년 19개 기업에 대한 컨설팅 시범사업을 시작으로 현재까지 공공기관 및 중소기업을 대상으로 한 NCS 기업 활용 컨설팅 사업을 지속적으로 수행해오고 있다. 공공기관에서도 NCS 기반 채용이 추진되었으며, 기관별 특성에 맞는 직무분석, 채용 툴(tool) 등 축적된 NCS 취업연계 공공데이터(예: 채용공고, 직무기술서, 자격정보, 대분류/채용분류별 채용현황 등 채용정보 모니터링 통계정보)를 NCS 블라인드 채용공고 페이지(<https://ncs.go.kr/blind/bl04/RecrtNotifList.do>)에 제공하고 있다(한국산업인력공단, 2022b). 또한 공공데이터 포털사이트(www.data.go.kr)에서는 ‘국민직무능력표준 정보’, ‘과정평가형, 일·학습병행 자격종목별 능력단위 정보’ 등의 데이터도 오픈 API(application programming interface) 형식으로 공개하고 있다.

이에 본 연구에서는 약 7년여에 걸쳐 게시되어 온 NCS 블라인드 채용공고 페이지와 공공데이터포털에서 제공하는 광고PR분야 채용공고 DB를 추출하고, 중복적인 공고문을 제외한 총 847개의 공고문을 분석 대상으로 선정하였다. NCS 기반 채용공고문에는 기본적으로 채용기관마다 중요시하는 직업기초역량과 직무수행역량이 순위별로 명시되어 있다. 가령 A라는 기관의 채용공고문에는 NCS 직업기초능력 중 대인관계능력을 최우선 순위로 놓고, 문제해결능력, 자원관리능력 등을 순차적으로 제시하고 있다. 마찬가지로 직무수행역량 중에도 광고메시지개발, 브랜드기획, 온라인홍보 등 인재 채용 시 우선적으로 고려하는 역량들이 순위별로 나타나 있다. 이에 본 연구는 채용공고문에 나타난 역량별 우선순위와 능력 간의 연관성을 텍스트 네트워크 방법 중 단어(본 연구에서는 역량) 간 연결 네트워크 분석법을 사용하여 검증하였다.

(2) 데이터 클리닝

데이터 클리닝 작업은 수집한 텍스트 데이터를 분석하기 용이한 형태로 정제하기 위해 필수적인 과정이다(정원준, 2018, 2022a). 넷마이어(NetMiner) 프로그램을 이용한 본 연구에서는 자연어 처리(natural language processing: NLP)를 활용한 데이터 클리닝 단계에서 텍스트 데이터에 대한 전처리(preprocessing)를 수행하였다. 전처리단계에서는 수집된 텍스트 데이터 중 동의어나 유사어지만 다르게 표현된 단어들을 유의어(thesaurus) 지정을 통해 통일하는 정규화(normalization) 작업도 진행하였다. 이를테면, 광고PR분야 직무 수행능력 중 하나인 ‘위기대응커뮤니케이션’은 ‘위기관리’로 동의어 처리하였으며, ‘홍보전략수립’은 ‘홍보전략’과 동의어로 간주하였다. 유사하게 기업문화전파(조직문화전파), 온라인홍보(온라인PR), PR전략수립(PR전략), PR활동평가(PR평가), 광고전략수립(광고전략), 광고집행관리(광고집행), 광고효과평가(광고효과) 등의 용어도 정규화하였다. 그리고 NCS 직무능력 목록에는 포함돼 있지 않지만 채용공고에 나타난 광고제작, PR환경분석(PR환경조사), 오프라인PR(오프라인홍보)을 추가하였다.

(3) 데이터 분석

연구 1을 위한 데이터 분석 방법으로서 채용공고에 나타난 ① 주제어(즉, 직업기초능력과 직무수행능력) 빈도 분석과 ② 중심성(centrality) 분석을 통한 능력 간 단어 네트워크 분석을 사용하였다. 주제어 빈도 분석은 특정 문서 집단 내에서 자주 언급되는 주제어를 추출하고 이들이 언급되는 빈도에 따라 중요도를 분석하는 방법이다(정원준, 2022a). 주제어의 빈도는 특정 단어가 문서에서 얼마나 자주 등장하는지를 나타내는 ‘단어 빈도(term frequency: TF)’로 결정할 수 있다. 단순하게는 TF 값이 큰 단어일수록 중요도가 높다고 판단할 수 있다.

텍스트 분석에 있어 단어 빈도 탐색 이외의 중요한 요소는 핵심단어 간 의미의 연관성 파악이다. 이를 위한 언어네트워크 혹은 의미망연결 분석은 핵심 주제어들의 동시 사용 패턴을 바탕으로 해당 텍스트들을 대표하는 특정 주제나 이슈를 자동으로 추출하는 분석기법이다(정원준, 2022a). 동시출현(co-occurrence) 단어 조합이란 전체 텍스트 데이터의 특정한 분석 범위 내에서 두 개 이상의 단어들 이 함께 출현했을 때 해당 범위 내에 있는 단어들 이 상호 연관되어 의미를 가진다는 것을 전제로 하며, 단어들 이 가까이에 존재할수록 더 강한 연관성을 가진다는 것을 의미한다. 즉, 동시출현 정도가 높다는 것은 서로 연관되는

의미가 크다는 것을 뜻하며 유사한 맥락을 지니고 있다고 해석할 수 있다. 따라서 전체 텍스트를 구성하는 단어들의 구조적 관계를 파악함으로써 텍스트가 전달하는 의미를 분석할 수 있다(정원준, 2022a).

언어네트워크 분석기법을 본 연구를 위한 분석에 적용하면, 하나의 채용공고문에서 직업기초능력 또는 직무수행능력에 속한 특정 하위능력들이 순차적으로 동시출현하면 이들 사이의 의미론적 연관을 밝히는 데 중점을 두고 해당 텍스트가 전달하려는 핵심 의미를 추론할 수 있다. 예를 들어, A라는 기관의 채용공고문에 NCS 직업기초능력 중 대인관계능력을 최우선 순위로 놓고 문제해결능력과 자원관리능력을 순차적으로 명시하고 있다면, 대인관계능력, 문제해결능력, 그리고 자원관리능력이 동시출현 단어조합이라 할 수 있으며, 단어 간 관계에서의 순위에 따라 대인관계능력-문제해결능력-자원관리능력 순으로 채용기준에 있어서의 중요도를 해석할 수 있다.

또한 본 연구는 하나의 특정 능력과 다른 능력들 간의 직접적인 연결 정도를 측정하는 연결중심성(degree centrality)의 개념과 원리를 활용하였다. 단어 간 의미연결 네트워크는 하나의 노드(핵심단어)가 다른 노드와 맺고 있는 연결선(link)에 의해 구성된다. 이러한 네트워크 내에서 각 노드의 위치와 영향력을 나타내는 연결중심성 측정을 통해 텍스트 네트워크 구조를 세부적으로 이해할 수 있다. 연결중심성은 하나의 노드가 전체 연결 네트워크에서 중심에 위치하는 정도를 나타낸 지표로서, 특정 노드의 연결중심성은 다른 노드들과의 관계를 많이 맺고 있을수록 그 값이 높아진다(정원준, 2022b). 이러한 개념을 본 연구에 적용하여, 특정 NCS 능력의 연결중심성은 개별 채용공고문 내에서 해당 능력이 다른 능력들과 동시에 얼마나 자주 언급되는지를 확인하고 우선순위를 매김으로써 산출하였다.

5) 연구결과

(1) NCS 직업기초능력

최근 7년간 공시되었던 광고PR분야 채용공고 847개 중 NCS 직업기초능력을 표기하지 않은 57개(6.7%) 공고를 제외한 790개의 공고문을 분석하였다. 그 결과, 의사소통능력(785회, 99.4%)과 문제해결능력(777회, 98.4%)이 거의 모든 공고문에서 언급된 것을 확인하였으며, 이어 조직이해능력(598회), 대인관계능력(553회), 자원관리능력(549회) 순으로 빈도가 높게 나타났다(〈표 2〉 참조).

표 2. 광고PR분야 채용공고에 적시된 NCS 직업기초능력의 빈도 분석

| 순위 | NCS 직업기초능력 | 빈도 | 비율(%) |
|----|------------|-----|-------|
| 1 | 의사소통능력 | 785 | 99.4 |
| 2 | 문제해결능력 | 777 | 98.4 |
| 3 | 조직이해능력 | 598 | 75.7 |
| 4 | 대인관계능력 | 553 | 70.0 |
| 5 | 자원관리능력 | 549 | 69.5 |
| 6 | 정보능력 | 529 | 67.0 |
| 7 | 직업윤리능력 | 433 | 54.8 |
| 8 | 수리능력 | 348 | 44.1 |
| 9 | 자기개발능력 | 120 | 15.2 |
| 10 | 기술능력 | 108 | 13.7 |

총 10개의 NCS 직업기초능력 간 네트워크 관계를 탐색하기 위해 연결중심성 분석도 실시하였다. 연결중심성은 각 노드에 연결된 모든 링크(노드 간 연결된 화살표 내지 모든 weight 정도의 합)로 평가할 수 있는데, 방향성이 있는 경우에는 연결방향에 따라 내향중심성(in-degree centrality)과 외향중심성(out-degree centrality)으로 구분한다(정원준, 2022b). 본 연구에서 내향중심성은 하나 혹은 다수의 능력으로부터 지목받은 또 다른 노드의 링크 정도를 의미하며, 이 지수를 통해 각 노드의 인기(popularity) 수준을 판단할 수 있다. 이에 반해, 외향중심성은 하나의 능력이 다른 능력(들)을 지목하는 방향과 정도를 의미하며, 이 지수로 지목을 시작한 능력의 영향력 및 중요도를 파악할 수 있다. 예를 들어, 대인관계능력→문제해결능력, 그리고 대인관계능력→자원관리능력 간 연결중심성에서는 대인관계능력이 문제해결능력과 자원관리능력을 총 2회 지목할 만큼 외향중심성이 높음을 의미하며, 대인관계능력을 기초로 문제해결능력이나 자원관리능력을 지향하는 관계라 해석할 수 있다. 반면에, 문제해결능력과 자원관리능력은 대인관계능력으로부터 지목을 받은, 즉 내향중심성이 높은 노드라 할 수 있다. 직업기초능력 간 연결중심성의 순위는 <표 3>에 제시된 바와 같다.

표 3. 광고PR분야 채용공고 분석에 따른 NCS 직업기초능력 간 연결중심성 순위

| 내향중심성 | | | 외향중심성 | | |
|-------|--------|--------|-------|--------|--------|
| 순위 | 직업기초능력 | 지수 | 순위 | 직업기초능력 | 지수 |
| 1 | 조직이해능력 | 126.11 | 1 | 의사소통능력 | 171.11 |
| 2 | 자원관리능력 | 118.33 | 2 | 문제해결능력 | 162.44 |
| 3 | 문제해결능력 | 113.56 | 3 | 자원관리능력 | 91.89 |
| 4 | 대인관계능력 | 112.89 | 4 | 대인관계능력 | 91.56 |
| 5 | 정보능력 | 109.67 | 5 | 정보능력 | 85.00 |
| 6 | 직업윤리능력 | 94.78 | 6 | 조직이해능력 | 71.11 |
| 7 | 수리능력 | 57.11 | 7 | 수리능력 | 67.67 |
| 8 | 자기개발능력 | 25.33 | 8 | 자기개발능력 | 19.00 |
| 9 | 기술능력 | 20.78 | 9 | 직업윤리능력 | 18.11 |
| 10 | 의사소통능력 | 14.33 | 10 | 기술능력 | 15.00 |

내향중심성의 경우, 조직이해능력(126.11), 자원관리능력(118.33), 문제해결능력(113.56), 대인관계능력(112.89), 정보능력(109.67) 순으로 지수가 높게 나타났으며, 의사소통능력이 가장 낮은 수준(14.33)을 나타냈다. 이는 채용기관이 대체로 의사소통능력을 가장 기초적인 능력으로 여기고 있으며, 조직이해능력, 자원관리능력, 문제해결능력, 대인관계능력 등을 상대적으로 더 중요한 직업기초능력으로 인식하고 있다는 점을 암시하는 결과라 할 수 있다.

한편 외향중심성의 경우에는 의사소통능력(171.11), 문제해결능력(162.44), 자원관리능력(91.89), 대인관계능력(91.56), 정보능력(85) 순으로 지수가 높았으며, 기술능력(15.00)이 가장 낮은 수준을 보였다. 이는 내향중심성 분석 결과와 유사하게, 의사소통능력, 문제해결능력, 자원관리능력, 대인관계능력 등이 채용과정에서 고용조직이 중요시하는, 즉 영향력이 높은 기초능력이라 해석할 수 있는 결과이다. 이 같은 결과를 토대로 내향중심성과 외향중심성을 통합한 연결중심성 네트워크는 <그림 2>에 나타난 바와 같다.

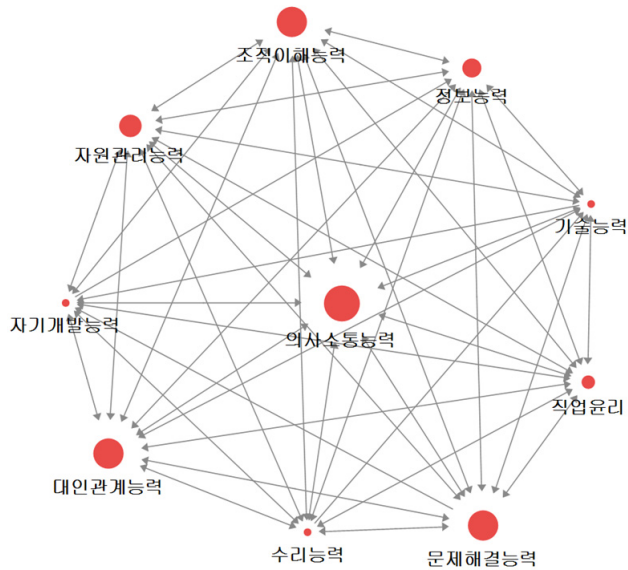


그림 2. 광고PR분야 채용공고 분석에 따른 NCS 직업기초능력의 연결중심성 네트워크

〈그림 2〉에서 보이듯이, 연결중심성 차원에서 중요한 직업기초능력에 따라 노드(원형)의 크기가 차이 나게 표현되어 있다. 이는 의사소통능력, 조직이해능력, 문제해결능력, 대인관계능력의 노드가 다른 노드들보다 상대적인 영향력과 중요도가 더 크다는 점을 의미한다. 특히 네트워크의 중심에 위치한 의사소통능력은 직무능력의 가장 기초적인 영역이자 외향중심성도 가장 높은 능력이므로 구직자가 반드시 갖춰야 할 매우 중요한 기초능력임을 시사하는 결과로 볼 수 있다.

(2) NCS 직무수행능력

채용공고 847개 중 NCS 직무수행능력 단위를 표기하지 않은 279개(32.9%)를 제외한 568개의 채용공고를 분석하였다. 공고문에서 언급된 개별 직무수행능력의 빈도분석 결과, 언론홍보가 471회(82.9%)로 가장 많이 언급되었으며, 이어 온라인PR(439회), PR전략수립(347회), PR환경분석(237회), 오프라인PR(225회) 순으로 나타났다(〈표 4〉 참조). 흥미롭게도, 광고PR분야의 NCS 능력단위 구조도에서 제시된 홍보전략수립, 홍보활동평가, 출판홍보, 기업환경모니터링, 기업홍보모니터링, 광고홍보환경조사, 미디어환경조사, PR메시지개발, PR커뮤니케이션, 광고메시지개발, 브랜드자산관리와 같은 직무능력에 대한 직접적인

언급은 나타나지 않았다. 다만, PR환경분석 직무에 기업환경모니터링, 기업홍보모니터링, 광고홍보환경조사, 미디어환경조사 등의 직무가 포함되고, 오프라인PR에 출판홍보, PR메시지개발, PR커뮤니케이션 활동이 포함됨을 가정할 수 있다.

표 4. 광고PR분야 채용공고에 적시된 NCS 직무수행능력의 빈도 분석

| 순위 | NCS 직무수행능력 | 빈도 | 비율(%) |
|----|------------|-----|-------|
| 1 | 언론홍보 | 471 | 82.9 |
| 2 | 온라인PR | 439 | 77.3 |
| 3 | PR전략수립 | 347 | 61.1 |
| 4 | PR환경분석 | 237 | 41.7 |
| 5 | 오프라인PR | 225 | 39.6 |
| 6 | 사회공헌활동 | 163 | 28.7 |
| 7 | PR활동평가 | 139 | 24.5 |
| 8 | 위기관리 | 121 | 21.3 |
| 9 | 조직문화전파 | 73 | 12.9 |
| 10 | 광고전략수립 | 61 | 10.7 |
| 11 | 광고집행관리 | 57 | 10.0 |
| 12 | 광고효과평가 | 25 | 4.4 |
| 13 | 광고제작 | 10 | 1.8 |
| 14 | 브랜드기획 | 6 | 1.1 |
| 15 | 브랜드관리 | 5 | 0.9 |

한편 NCS 직무수행능력에 있어서의 내향중심성과 외향중심성의 순위는 <표 5>에 나타난 바와 같다. 내향중심성은 PR전략수립(44.13), 언론홍보(39.73), PR환경분석(26.26), 사회공헌활동(18.87), PR활동평가(18.13) 순이었으며, 온라인PR은 0점을 나타냈다. 이는 온라인PR이 가장 기초적인 직무수행능력임을 의미하며, 이 능력으로부터 시작해서 PR전략수립, 언론홍보, PR환경분석, 사회공헌활동, PR활동평가 등의 직무를 수행할 인재를 채용하겠다는 의도로 해석된다. 이는 현재 광고PR 실무영역에서 온라인(디지털) 기반 커뮤니케이션의 중요성과 의존도가 점차 높아지는 현상을 반영하는 결과로 볼 수 있다.

표 5. 광고PR분야 채용공고 내 적시된 NCS 직무수행능력 간 연결중심성 순위

| 내향중심성 | | | 외향중심성 | | |
|-------|--------|-------|-------|--------|-------|
| 순위 | 직무수행능력 | 지수 | 순위 | 직무수행능력 | 지수 |
| 1 | PR전략수립 | 44.13 | 1 | 온라인PR | 55.27 |
| 2 | 언론홍보 | 39.73 | 2 | 언론홍보 | 44.53 |
| 3 | PR환경분석 | 26.26 | 3 | 오프라인PR | 24.93 |
| 4 | 사회공헌활동 | 18.87 | 4 | PR환경분석 | 17.53 |
| 5 | PR활동평가 | 18.13 | 5 | 사회공헌활동 | 14.80 |
| 6 | 위기관리 | 15.40 | 6 | 위기관리 | 13.87 |
| 7 | 오프라인PR | 14.80 | 7 | PR전략수립 | 12.67 |
| 8 | 조직문화전파 | 8.00 | 8 | 조직문화전파 | 8.68 |
| 9 | 광고전략수립 | 6.67 | 9 | 광고전략수립 | 4.67 |
| 10 | 광고집행관리 | 5.80 | 10 | PR활동평가 | 3.47 |
| 11 | 광고효과평가 | 3.07 | 11 | 광고집행관리 | 1.47 |
| 12 | 광고제작 | 1.27 | 12 | 광고제작 | 0.93 |
| 13 | 브랜드기획 | 0.67 | 13 | 광고효과평가 | 0.33 |
| 14 | 브랜드관리 | 0.33 | 14 | 브랜드관리 | 0.13 |
| 15 | 브랜드평가 | 0.13 | 15 | 브랜드기획 | 0.00 |
| 16 | 온라인PR | 0.00 | 16 | 브랜드평가 | 0.00 |

이에 비해, 외향중심성은 온라인PR(55.27), 언론홍보(44.53), 오프라인PR(24.93), PR 환경분석(17.53), 사회공헌활동(14.8) 순이었으며, 브랜드기획과 브랜드평가는 0점을 나타냈다. 이러한 결과를 통해, 온라인PR, 언론홍보, 오프라인PR이 다른 능력에 미치는 영향력이 상대적으로 크며, 그만큼 채용기관이 중시하는 직무수행능력이라고 추정할 수 있다. NCS 직무수행능력에 있어서의 내향중심성과 외향중심성을 통합한 네트워크는 <그림 3>에 제시되어 있다.

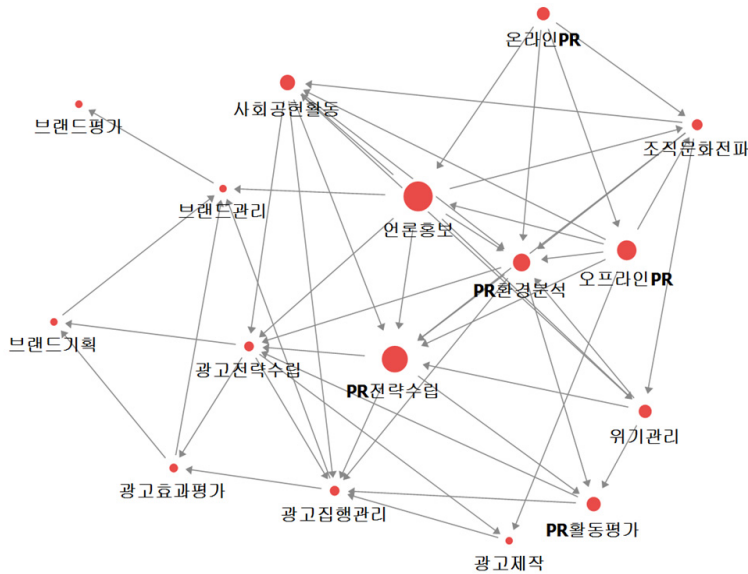


그림 3. 광고PR분야 채용공고 분석에 따른 NCS 직무수행능력의 연결중심성 네트워크

〈그림 3〉에 나타난 바와 같이, 언론홍보, PR전략수립, 오프라인PR, PR환경분석 능력의 노드가 다른 직무수행능력의 노드보다 상대적으로 더 크다. 또한 화살표의 방향과 빈도를 봐도 온라인PR과 언론홍보, 오프라인PR 능력이 다른 능력에 미치는 영향력이 대체로 크다는 점을 확인할 수 있다. 브랜드평가의 경우에는 화살표를 한 개만 받고 다른 직무를 지목하지도 않았는데, 이는 이 부문의 역량이 상대적으로 미약한 상호영향력을 갖는다는 점을 의미한다.

6) 결론 및 시사점

이상의 채용공고 분석 결과를 종합해보면, NCS 직업기초능력 중에서는 의사소통능력, 문제해결능력, 조직이해능력, 대인관계능력 등의 중요도가 높게 나타난 반면, 기술능력, 자기개발능력과 같이 스펙과 관련된 능력들은 상대적으로 중요도가 낮은 것으로 나타났다. 다시 말해, 채용기관의 입장에서는 의사소통능력, 조직이해능력, 대인관계능력 등 조직구성원으로서 요구되는 요소를 스펙과 밀접히 관련된 요소보다 더 중요시하는 경향을 읽을 수 있다. 특히 의사소통능력은 거의 모든 채용공고에서 언급되었으며, 내향중심성이 가장 낮고

외향중심성은 가장 높게 나타난 만큼 NCS 직업기초능력 중에서 가장 기본적이고 중요한 역량으로 평가되었다. 그러나 광고PR 실무자로서 기본적인 의사소통능력 외에 기업이나 브랜드의 문제를 창의적으로 해결할 수 있는 능력(문제해결능력)과 원활한 협업을 위한 소양(대인관계능력) 등도 인재 선발 시에 중요하게 고려되는 요건임을 알 수 있다.

한편 직무수행능력에서는 온라인PR, PR전략수립, PR환경분석 등의 직무가 중요하게 나타났는데, 이는 광고PR분야 NCS 지표에 대한 실무자들의 인식을 조사한 한규훈과 정원준(2021)의 선행연구 결과와 유사한 점이라 할 수 있다. 다만 그들의 연구 결과와 달리, 현업의 채용과정에 있어서는 전통적 언론홍보에 대한 직무능력을 요구하는 순위가 여전히 높게 위치하는 것으로 나타났다. 이는 전통매체의 퇴조 현상에도 불구하고 언론관리 및 언론기사 활용에 대한 기업의 중요성 인식이 여전히며, 이에 관한 직무역량을 광고PR분야 전문인력의 채용 시에도 적잖이 고려하고 있음을 시사한다.

3. 연구 2: 광고PR업계 실무자 대상 조사

1) 개요

NCS 기반 교육의 목적은 학습한 지식과 기술을 현장에서 활용할 수 있도록 실무 중심의 교육을 학습자들에게 제공하고, 취업 후 전공불일치로 인한 어려움이 없도록 직무 수행과 업무환경 적응에 도움을 주는 것이다(한국직업능력개발원, 2015). 실제 NCS를 채용제도에 도입함으로써 발생한 효과를 검증한 연구는 많지 않지만, 일부 연구결과는 주목할 만하다. 먼저, NCS를 활용한 채용에 대해 조사한 김희동(2015)의 연구에서는 NCS를 기반으로 인재를 채용한 기업들은 직무적합성, 조직적합성, 직무만족도에서 모두 높은 성과를 보였으며 퇴사율도 감소하는 긍정적 결과가 나타났다. 또한 조성웅 외(2017)의 NCS 활용 사례조사에서도 기업체의 경우 NCS를 통한 인재 선발 시 업무수행능력이 향상되었고 중도퇴사율이 감소했다고 밝혔으며, 교육훈련기관의 경우에는 교육과정 개편에 대한 신뢰도가 높아지고 개발에 소요되는 시간과 비용이 감소한 것으로 보고되었다.

한편 NCS 기반 채용시스템에 대한 연구가 부족한 원인에는 NCS가 여전히 정착단계에 있으며, 이를 채용제도에 도입하여 실제로 실시하고 있는 기업이 아직은 많지 않아 이를 기

반으로 한 채용제도의 활용성을 평가하기에 시기상조라는 의견도 있다(서병권·문재승, 2018). 그럼에도 불구하고, NCS가 능력 중심의 인재 선발 및 양성이라는 목적을 갖고 채용 제도에 활용된 지 7년여가 지난 현시점에서 NCS에 대한 중간평가의 의미를 두고 그 적합성과 효과성을 탐색할 필요가 있을 것이다.

이에 연구 2에서는 광고PR분야의 NCS 교육과정에서 학습한 내용이 현업에서 적용되는 수준이 어느 정도인지, 그리고 이를 얼마나 효율적으로 실무에 적용하고 있는지 적합성 분석을 통해 탐색하고자 한다. 분석을 위해 교육 프로그램의 적합성 평가에 있어 주요 지표가 될 수 있는 ‘학습전이’의 개념을 적용하고자 한다. 학습전이는 학습자들이 교육을 통해 습득한 지식, 기술, 태도, 그리고 업무에 대한 관심과 수행 노력 등을 통해 행동의 변화를 가져오고, 습득한 지식과 기술을 지속적으로 업무에 적용하는 것을 의미한다(Noe, 1986). 이러한 학습전이는 직무만족도와 함께 NCS 교육과정에 지속적으로 참여하고자 하는 의도에 영향을 미칠 수 있다고 보고 NCS의 효과성을 포괄적으로 검증하고자 한다.

2) 주요 변인 고찰

(1) 학습동기

인간은 자신의 감각과 능력을 개발하고자 하는 내재적 욕구, 즉 유능감이 있고, 이 유능감을 통해 지식과 기술을 습득하는데, 이러한 인간의 본질적 행동은 타고난 학습동기에 의해 설명될 수 있다(곽재덕·김진모, 2010). 학습동기는 목표와 방향을 지니며 학습적 행동을 하게 하는 힘이라고 할 수 있다. 노에와 슈미트(Noe & Schmitt, 1986)는 교육이나 훈련 과정에서 지식, 기술, 태도 등을 배우려는 의지를 학습동기라고 하였으며, 이는 학습자의 교육만족도와 학습성취도에 영향을 미친다고 주장하였다. 또한 클락(Clarke, 2002)과 히스와 크리모스키(Hicks & Klimoski, 1987)는 교육과정에서 높은 학습동기를 가진 학생은 낮은 학습동기를 가진 학생에 비해 지식이나 기술을 더 적극적으로 배우려 하고, 교육 참여에 대한 의지가 높으며, 학습을 위한 노력도 지속된다고 하였다.

(2) 학습전이

상기한 바와 같이, NCS 교육과정에서 학습전이는 매우 중요한 개념이다. 학습전이는 여러 연구자들에 의해 정의되었는데, 앞서 언급한 노에(Noe, 1986)의 정의 외에 교육이수자

들이 학습한 내용을 직무 수행에 적용하는 행동(김희동, 2015)으로 본 관점도 있고, 교육전이나 훈련전이나 같이 교육 및 훈련 상황에 맞게 탄력적으로 적용되는 개념(김영길, 2014)으로 이해되기도 하였다. 이러한 관점들을 바탕으로 본 연구에서는 학습전이를 ‘NCS 기반 교육을 통해 학습자가 습득한 지식, 기술, 태도에 대한 학습 내용을 자신의 업무 상황에 효과적으로 적용하고 지속적으로 활용하는 과정’이라 개념적으로 정의하고자 한다.

한편 선행연구를 살펴보면, 학습전이에 영향을 주는 요인은 피훈련자, 직무 및 조직환경, 그리고 교육·훈련 만족도라는 세 가지 특성요인으로 구분된다. 노에(Noe, 1986)는 피훈련자 특성의 하위요인으로 자아효능감, 학습동기, 교육응용능력 등을 제시하였고, 홀톤(Holton, 1996)은 교육·훈련의 만족도를 교육·훈련 설계, 교육·훈련 환경, 학습자 자질 등과 같은 요인으로 제시하였다. 그러가 하면, 발드윈 외(Baldwin et al., 1991)는 교육·훈련 과정의 중요성뿐만 아니라 교육 참가 만족도 수준이 학습전이에 영향을 준다고 하였다. 선행연구에서 밝혀진 학습전이의 영향요인들은 <표 6>에 정리된 바와 같다. 본 연구에서는 이들 잠재적 영향요인 가운데 주요한 요인으로 판단된 학습동기, 학습만족도, 직무만족도, 교육지속가능성을 추출해 NCS 기반 교육의 적합성 및 효과성에 대한 심층분석을 시도하고자 한다.

표 6. 선행연구에서 규명한 학습전이의 영향요인

| 연구자 | 학습전이 영향요인 | 속성 |
|---|------------------------|----------------------|
| Bandura(1997); Noe(1986); 곽재덕·김진모(2010) | 자아효능감 | 피훈련자의 특성 |
| Hicks & Klimoski(1987); Noe(1986); 곽재덕·김진모(2010) | 학습동기 | |
| Holton(1996); 박영용·김진모(2006) | 전이실천-수행만족, 학습태도, 학습준비도 | |
| Baldwin & Ford(1988); 정은이(2016); 정영재(2011) | 직무환경, 조직환경 | 조직환경 |
| Baldwin & Ford(1988); Baldwin et al. (1991); 박영용·김진모(2006); 한인나(1999) | 교육만족도 | 교육·훈련 프로그램 설계와 교육만족도 |
| Holton & Baldwin(2000); 정재삼·한영진(2004) | 전이설계, 학습설계, 교육설계 | |

(3) 교육만족도

발드윈과 포드(Baldwin & Ford, 1988)는 교육만족도에 영향을 미치는 주요한 요인으로서 학습동기의 중요성을 강조하였다. 그들은 학습동기가 교육에 참가하기 전 또는 도중에 학습을 이끄는 동인인 반면, 교육만족도는 교육 중간과 교육 후에 학습자가 인식하는 성취

감이라고 보았다. 또한 그들은 교육이나 훈련 참여 전과 참여 중에 학습자의 학습동기가 높을수록 교육만족도도 높아지며, 현업에서의 적용성, 즉 학습전기도 높게 나타난다고 주장하였다. 다시 말해, 학습동기는 학습전이뿐만 아니라 교육만족도에 대해서도 중요한 영향요인으로 작용할 수 있다는 것이다(박영용 · 김진모 2006).

한편 홀튼(Holton, 1996)은 학습자가 무언가를 배우려는 동기가 지식이나 기술 습득에 대한 성과와 만족도 상승을 가져오며, 나아가 자신의 업무에 적용하려는 과정을 거친다고 하였다. 그는 학습전이 발생의 중요한 영향요인이 학습동기와 교육만족도에 따른 성과기대라고 보았다. 성과기대는 브롬(Vroom, 1964)의 기대이론에 따른 개념으로서, 동기는 결과에 대해 갈망하는 강도, 즉 도전성의 정도와 자신의 행동을 통해 원하는 결과를 실제 얻을 수 있다는 기대감, 그리고 그 성과가 보상을 가져오는 정도를 모두 포함한다. 이는 광고PR 영역의 NCS 교육이수자가 학습한 연관 지식이나 기술을 업무현장에서 적용하려는 노력으로 나타나며, 이를 통해 자신의 업무수행에 대한 성과를 기대하는 것으로 볼 수 있다.

(4) 직무만족도

기업경영 및 조직관리와 관련된 연구영역에서는 직무현장에서의 교육 · 훈련전이와 업무수행 능력을 극대화하기 위한 종사자들의 직무환경 및 직무만족도를 조사한 연구들이 수행되었다(김진모 · 광재덕, 2010). 발드윈과 포드(Baldwin & Ford, 1988)는 직무만족도를 직무수행 과정에서 체험한 의미, 책임감, 성과 등의 성취적 인식으로 정의하면서, 이는 직무에 관련된 조직구성원의 직무 경험과 행동 그리고 직무 성과에 지속적인 영향을 미치는 속성들에 대한 전체적인 개념이라 보았다. 자기만족, 직무환경, 성과포상 등 다양한 관점에 따라 정의되는 직무만족도는 종사자의 직무와 관련된 특성이나 환경과 관련성이 높으며, 종사자 스스로 직무에 대한 만족 정도를 지각하는 개인적 인지체계에 따라서도 차이가 나타날 수 있다(Lee et al., 2015; 김성완 · 김재훈, 2003).

일반적으로 직무환경은 종사자가 직무를 수행하고 있는 조직의 환경을 일컫는데, 직무환경의 속성은 조직구성원 간의 관계 및 상호작용, 조직의 내부과정, 구성원의 자율성, 의사소통 방식, 의사결정의 참여 방식 등을 포함한다(김영길, 2014; 김진모 · 광재덕, 2010). 또한 직무환경은 종사자의 관심과 흥미, 임금, 승진기회, 고용안정성 등 개인적 가치인 내재적 요인과 업무의 공정성, 이타성, 자율성 등 공공성을 강조하는 외재적 요인으로 구분될 수 있다(Lee et al., 2015; 김영길, 2014). 직무만족도에 영향을 미치는 요인에는 직무에 대한

성취감, 역량의 인정, 가치 있는 업무에 대한 기대, 업무를 대하는 책임감, 개인의 성장과 발전 욕구 등의 개인적이고 내재적인 요인이 포함되어 있으며, 보수 또는 보상의 적절성, 노동환경, 상사나 동료와의 관계 등 종사자가 경험할 수 있는 다양한 외재적 요인도 직무만족도에 큰 영향을 미칠 수 있다(Clarke, 2002; 정영재, 2011).

(5) 지속가능성

높은 학습동기를 갖고 교육 프로그램에 참여하고, 교육에 대한 만족감이 높아 학습한 내용이 직무환경에서 전이되고, 이 과정이 직무만족도에 긍정적인 영향을 준다고 하더라도 그 직무에 만족하는 지속성이 담보되지 않는다면 장기적인 직무수행 능력에 긍정적인 변화를 가져오기 어렵다(Baldwin & Ford, 1988). 교육·훈련 참여 및 만족에 있어서의 지속성은 학습전이가 업무수행의 결과로 나타나고 그 효율성이 발현됨으로써 가능해질 것이다(Manju & Suresh, 2011; 조성웅 외, 2017). 이에 연구 2에서는 학습전이와 직무만족도 간의 관계를 탐구한 기존의 연구를 확장해서 지속가능성이란 변인을 추가하고 이 요인의 영향력을 분석하고자 한다. 본 연구에서 지속가능성은 NCS 교육 이수 후에 채용된 광고PR 실무자가 NCS 교육의 효과를 직무과정에서 긍정적으로 인식하고 후속 NCS 교육과정에 지속적으로 참가하고 이수하고자 하는 의도, 그리고 주위에 이를 공유하고 추천하려는 의도로 정의하였다.

종합하면, 연구 2에서는 광고PR분야의 NCS 교육과정을 통해 학습한 내용이 현업에서 얼마나 적용되고 어떠한 영향요인을 통해 학습 내용에 대한 전이효과가 일어나는지를 검증하는 것이 목적이며, 이를 위해 본 연구의 핵심개념인 학습전이를 내생잠재변인으로 설정하였다. 구체적으로, NCS 교육의 적합성을 평가하기 위해 NCS 교육 참여 전이나 중간 시점의 학습동기와 교육 후의 성과인 교육만족도를 외생잠재변인으로 설정해 학습전이에 대한 직·간접적인 영향관계를 분석하고자 한다. 아울러 NCS 교육의 효과성 평가를 위해서는 학습전이 외에 내생잠재변인으로 직무만족도를 추가하여 이 변인이 NCS 교육 지속가능성에 직·간접적인 영향을 미치는지 확인하고, 그 효과경로에 있어 교육만족도와 직무만족도의 매개효과가 있는지도 알아볼 것이다.

3) 연구가설 및 연구모형

앞서 살펴본 바와 같이, 연구 2에서는 NCS 교육과 관련한 학습동기, 학습전이, 교육만족도, 직무만족도, 그리고 지속가능성을 주요 변인으로 추출하고, 이들 간의 인과관계를 실증조사를 통해 분석하고자 한다. 이를 위해 세부적인 영향관계를 구조화하여 <그림 4>에 제시된 바와 같은 연구모형을 설계하였고, 그에 따른 연구가설을 다음과 같이 설정하였다.

가설 1: NCS 학습동기는 NCS 학습전이에 정적(+인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1: NCS 학습동기는 NCS 교육만족도의 매개효과를 통해 NCS 학습전이에 정적(+인 영향을 미칠 것이다

가설 2: NCS 학습동기는 NCS 교육만족도에 정적(+인 영향을 미칠 것이다.

가설 3: NCS 교육만족도는 NCS 학습전이에 정적(+인 영향을 미칠 것이다.

가설 4: NCS 학습전이는 직무만족도에 정적(+인 영향을 미칠 것이다.

가설 5: NCS 학습전이는 NCS 지속가능성에 정적(+인 영향을 미칠 것이다.

가설 5-1: NCS 학습전이는 직무만족도의 매개효과를 통해 NCS 지속가능성에 정적(+인 영향을 미칠 것이다.

가설 6: 현재 직무만족도는 NCS 지속가능성에 정적(+인 영향을 미칠 것이다.

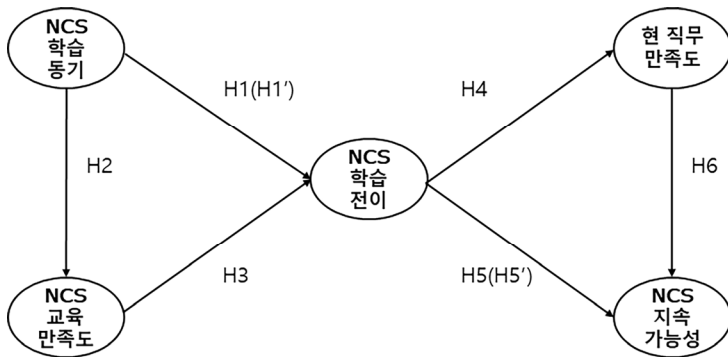


그림 4. 연구 2의 모형 설계

4) 연구방법

(1) 표본설계 및 응답자 특성

연구 2의 조사대상은 광고PR분야 NCS 교육을 이수하고 NCS 기반 채용공고를 통해 해당 기업에 취업한 광고PR 현업 실무자들로 설정하였다. 한정된 모집단과 표본 발굴의 어려움으로 인해 전문 조사회사를 선정하여 데이터 모집을 의뢰하였다. 2) 앞선 연구 1에서 활용한 광고PR분야 채용공고를 다시 참조하여 이를 게시한 공공기관과 민간기업에 공문을 보내 협조를 요청하였고, 자발적으로 조사에 응한 재직자들을 대상으로 2022년 5월~7월에 걸쳐 온라인 설문조사를 실시하였다. 설문은 총 800명에게 발송하여 280명으로부터 응답을 회수하였고(응답률 35.0%), 이 중 불성실한 응답을 한 8명과 최종학력이 고졸인 34명의 응답을 제외한 238부를 분석대상으로 정하였다.

이들 응답자 중 남자는 95명(39.9%), 여자는 143명(60.1%)으로 여성 응답자가 20% 가량 더 많았고, 전체 응답자의 평균 연령은 30세(range=22~44, SD=9.9)였다. 현 직무 유형은 경영/기획, 광고PR, 마케팅 분야가 대부분(N=231, 97%)이었으며, 나머지(N=7, 3%)는 인사/조직/관리 직무였다. 설문응답자의 거주지역별 분포를 보면, 서울시를 포함한 경기·인천 등 수도권 거주자가 149명(62.6%)으로 가장 많았고, 그 외 지역 거주자는 89명(37.4%)이었다. 또한 현 직무 경력은 5년 미만이 184명(77.3%)으로 하위직급 근무자가 많았다. 소속기관의 유형은 공공기관이 217명(91.2%)으로 압도적으로 많았고, 민간기업은 19명(8.0%)이었다. 마지막으로, 최종학력 분포는 4년제 대학 졸업이 193명(81.1%), 전문대 졸업이 19명(8.0%), 그리고 대학원 재학 또는 졸업이 26명(11.0%)으로 나타났다.

(2) 변인 측정

본 연구의 변인들은 선행연구에서 사용한 문항들을 본 연구에 맞게 수정하여 측정하였고, 각 문항은 7점 리커트척도(1=강한 부정, 7=강한 긍정)로 제시하였다. 변인별로 설계된 구체적인 측정척도는 다음과 같다.

2) NCS 기반 광고PR 교육과정을 이수한 후 채용된 현 실무자의 모집단 크기가 매우 제한적이고, 최근 개인정보보호에 대한 민감성이 높아지면서 입사자들의 정보 제공에 난색을 표한 기업들이 많아 설문에 참여할 응답자를 확보하기 어려웠다.

① 학습동기

본 연구에서 학습동기는 과거 NCS 교육 전 또는 교육 동안 가졌던 지식이나 기술의 습득 욕구 및 그 결과에 대한 기대와 믿음으로 정의하였다. 학습동기의 측정문항은 박영용과 김진모(2006), 광재덕과 김진모(2010)가 사용한 문항들을 본 연구에 적합하게 수정해서 활용하였다. 구체적으로, ‘과거 NCS 교육 참가 전 강한 학습동기를 가지고 있었다’, ‘과거 NCS에서 배운 내용들은 그 당시 학습동기를 더욱 유발하였다’, ‘과거 NCS 교육 시 성과가 있을 것으로 기대하여 더욱 교육에 매진하였다’의 3개 문항으로 구성하였다($\alpha=.91$).

② 학습전이

본 연구에서 학습전이는 교육이수자가 습득한 학습 내용과 지식, 기술, 태도 등을 직무 수행에 적용하려는 노력과 과정으로 정의하였다. 학습전이의 측정을 위해서는 김진모와 광재덕(2010), 정재삼과 한영진(2004)이 사용한 문항들을 본 연구에 맞게 수정 및 보완하여 개발하였다. 구체적으로, ‘NCS에서 학습한 내용을 실제 업무에 적용하려고 시도하였다’, ‘NCS에서 학습한 내용을 실제 업무에서 많이 사용한다’, ‘NCS에서 학습한 내용을 실제 업무에서 적용하면서 성과를 만들어냈다’, ‘NCS에서 학습한 내용을 바탕으로 나에게 할당된 업무를 잘 수행하고 있다’, ‘나는 업무에 문제가 생겼을 때 다양한 관점에서 해결 방안을 제시할 수 있다’의 5개 문항으로 구성하였다($\alpha=.91$).

③ 교육만족도

교육만족도는 학습에 있어 목적인 바를 달성했거나 학습을 통해 기대가 충족되었을 때 얻는 마음의 상태로 정의하였고, 측정척도는 발드윈 등(Baldwin et al., 1991)과 한안나(1999)의 연구에서 사용한 문항들을 본 연구에 맞게 변형하여 구성하였다. 구체적으로, ‘과거 NCS 교육은 현 실무에 대해 더 많이 알고 싶을 정도로 유익했다’, ‘과거 NCS 교육은 내게 흥미와 호기심을 주었다’, ‘과거 NCS 교육을 통해 많은 배움을 얻었다’, ‘과거 NCS 교육 전반에 대해 만족했다’의 4개 문항으로 측정하였다($\alpha=.90$).

④ 직무만족도

직무만족도는 학습전이가 현 직무의 수행에 긍정적인 변화를 가져오고 이를 통해 본인의 직무 수행에 만족하는 정도로 정의하였다. 직무만족도의 측정척도는 여러 선행연구

(Baldwin & Ford, 1988; Lee et al., 2015; 김성완 · 김재훈, 2003; 김영길, 2014)에서 사용된 문항들을 본 연구에 적합하게 수정하여 구성하였다. 구체적으로, ‘NCS 학습 내용을 현 업무에 적용함으로써 직무수행 능력이 향상되었다’, ‘NCS에서 학습한 내용을 현 업무에 활용하여 만족스러운 업무성과를 거두었다’, ‘현 직무에 대해 만족한다’, ‘직무역량 개선으로 인해 보상이나 승진의 기회가 있을 것으로 기대한다’의 4개 문항으로 측정하였다($\alpha=.89$).

⑤ 지속가능성

NCS 교육 지속가능성은 선행연구(Baldwin & Ford, 1988; Manju & Suresh, 2011; 조성웅 등, 2017)에서 사용한 척도를 토대로 NCS 교육 지속가능성 기대 정도, 채용 후 후속 NCS 교육 프로그램 참여 의도, NCS 교육 프로그램 추천 의도 등을 포함한 4개 문항으로 측정하였다. 구체적으로, ‘NCS 교육 프로그램은 지속적으로 수정·보완되어 계속 발전할 것이다’, ‘후속 NCS 교육 프로그램을 안내받을 경우 지속적으로 참여할 의향이 있다’, ‘NCS 교육을 주변에 추천할 의향이 있다’, ‘NCS 교육에서 학습한 내용을 적용한 직무 수행은 긍정적인 직무만족도에 지속적으로 영향을 줄 것이다’라는 문항들로 구성하였다($\alpha=.91$).

5) 연구결과

(1) 기초검증

먼저 계수결정값(coefficient determination, r^2)을 활용한 주요 변인들의 판별타당성 검증을 실시하였다. 분석 결과, 모든 변인의 AVE가 상관관계 제곱값보다 큰 것으로 나타나 변인들의 타당성은 충족되었다. 또한 다중공선성 분석을 통해서도 공차한계(tolerance)가 .81, 분산팽창계수(variance inflation factor, VIF)가 1.8로 나와 독립변수들 간의 상관성은 낮은 수준으로 확인되었다. 한편 변인 간 상관관계의 분석 결과, 본 연구의 종속변인인 지속가능성은 학습동기(Pearson's $r=.82$), 교육만족도($r=.83$), 학습전이($r=.83$), 그리고 직무만족도($r=.78$)와 유의미한 정적(+) 관계를 보였다. 변인 간 상관계수와 상관계수의 제곱값은 <표 7>에 제시된 바와 같다.

표 7. 상관계수(r)와 계수결정 값(r^2)

| | AVE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|-----|----------------|----------------|----------------|----------------|---|
| 1 | .80 | - | | | | |
| 2 | .79 | .82 (.67)** | - | | | |
| 3 | .73 | .83 (.69)** | .83 (.69)** | - | | |
| 4 | .70 | .83 (.69)** | .75 (.56)** | .77 (.59)** | - | |
| 5 | .73 | .78 (.61)** | .66 (.44)** | .72 (.52)** | .86 (.74)** | - |

1=학습동기, 2=교육만족도, 3=학습전이, 4=직무만족도, 5=지속가능성

** $p < .01$

(2) 측정모델의 적합도 검증

변인별 측정문항에 대한 타당도 및 내적 신뢰도를 확인하기 위해 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석을 실시하였다. 분석 결과, 각 구성개념을 측정하는 문항들의 요인적재량이 0.6 이상으로 비교적 높게 나타났으며, 이에 모델의 적합도에 문제가 없음을 확인하였다($\chi^2 = 427.42$, $p < .01$, $df = 67$, $GFI = .91$, $SRMR = .051$, $RMSEA = .063$, $CFI = .91$, $TLI = .88$).

(3) 가설 검증

연구 2에서 도출한 가설들을 통합적으로 검증하기 위한 경로분석 결과, NCS 학습동기는 학습전이(가설 1, $\beta = .83$, $p < .01$)와 교육만족도(가설 2, $\beta = .82$, $p < .01$)에 유의미한 정적(+) 영향을, 교육만족도는 학습전이(가설 3, $\beta = .47$, $p < .01$)에 유의미한 정적(+) 영향을 준 것으로 나타났다. 또한 학습동기와 학습전이 간의 인과관계에 있어 교육만족도는 통계적으로 유의한 부분적 매개효과(가설 1-1, $\beta = .83 \rightarrow \beta = .44$, $p < .01$)를 보였다.

한편 NCS 학습전이는 직무만족도(가설 4, $\beta = .77$, $p < .01$)와 지속가능성(가설 5, $\beta = .72$, $p < .01$)에 유의미한 정적(+) 영향을, 직무만족도는 지속가능성(가설 6, $\beta = .76$, $p < .01$)에 유의미한 정적(+) 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 학습전이와 지속가능성 간의 인과관계에 있어 직무만족도는 부분적 매개효과(가설 5-1, $\beta = .72 \rightarrow \beta = .14$, $p < .05$)를 통계적 유의수준에서 나타냈다. 이 같은 경로분석 결과에 따라 모든 가설이 지지됨을 확인하였으며, 종합적인 결과 및 검증모형은 <표 8>과 <그림 5>에 제시된 바와 같다.

표 8. 경로분석 결과

| 가설 | 경로 | B | S.E. | C.R. | β | 가설검증 |
|--------|---------------------------------|-----|------|-------|---------|------|
| 가설 1 | NCS 학습동기 → NCS 학습전이 | .80 | .033 | 24.12 | .83** | 수용 |
| 가설 1-1 | NCS 학습동기 → NCS 교육만족도 → NCS 학습전이 | .43 | .051 | 8.45 | .44** | 수용 |
| 가설 2 | NCS 학습동기 → NCS 교육만족도 | .78 | .033 | 23.46 | .82** | 수용 |
| 가설 3 | NCS 교육만족도 → NCS 학습전이 | .48 | .053 | 8.94 | .47** | 수용 |
| 가설 4 | NCS 학습전이 → 직무만족도 | .79 | .04 | 19.89 | .77** | 수용 |
| 가설 5 | NCS 학습전이 → NCS 지속가능성 | .78 | .046 | 16.95 | .72** | 수용 |
| 가설 5-1 | NCS 학습전이 → 직무만족도 → NCS 지속가능성 | .15 | .053 | 2.85 | .14* | 수용 |
| 가설 6 | 직무만족도 → NCS 지속가능성 | .79 | .051 | 15.69 | .76** | 수용 |

* $p < .05$, ** $p < .01$

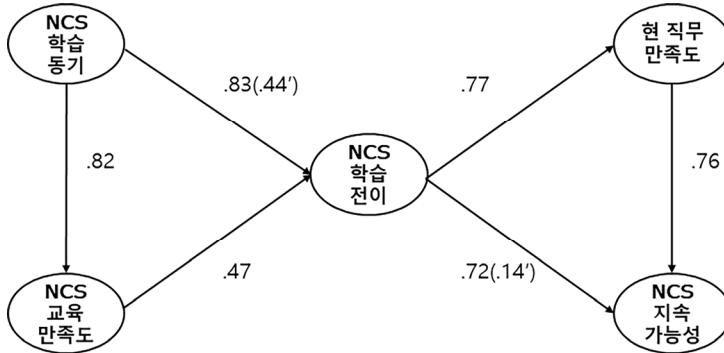


그림 5. 연구 2의 검증 모형

부가적으로, NCS 교육의 효과성과 관련하여 전반적인 교육만족도(M=5.00, SD=1.17), 실무능력 향상 기여도(M=4.97, SD=1.13) 그리고 현업의 적용 정도(M=4.38, SD=.98)에 대해서는 대체로 긍정 응답률이 높았다. ‘취업 후 중요하다’고 평가한 기초직무역량은 3순위 까지 선택하도록 했으며, 그 분석 결과 의사소통능력(N=189, 79.4%), 문제해결능력(N=157, 66%), 대인관계능력(N=131, 55%), 조직이해능력(N=63, 26.5%), 정보능력(N=58, 24.4%) 순으로 중요도 인식이 나타났다. 이는 한규훈과 정원준(2020)의 실무자 대상 인식조사 결과, 그리고 본 연구 1의 결과와 맥락을 같이 하는 부분이다. 한편 직무수행 능력 중에서는 온라인PR(N=211, 88.7%), 광고전략(N=165, 69.3%), PR전략(N=159, 66.8%), 광고효과평가(N=92, 38.7%), 그리고 환경분석(N=86, 36.1%)을 취업 후 중요한 역량으로 평가하였다. 이 결과 역시 연구 1에서 가장 높은 빈도를 보인 ‘언론홍보’를 제외한

빈도 순위와 유사하다고 할 수 있다.

6) 결론 및 시사점

연구 2의 분석 결과, NCS 기반 광고PR분야 교육과정이 어느 정도 성과를 이루고 있다고 볼 수 있다. 모든 변인 간 상관관계와 요인적 경로분석 결과에 의거해 NCS 교육과정의 적합성과 효과성은 모두 긍정적인 것으로 평가되었다. 본 연구의 조사대상인 광고PR분야의 NCS 교육 이수 후 취업한 실무자의 경우, 자신이 학습한 내용을 취업 후 직무능력으로 발현하기 위해서는 충분한 학습동기도 필요하지만, 이러한 동기는 NCS 교육에 의한 높은 만족도를 확보할 경우 더 효과가 크다는 점을 입증했다. 이처럼 본 연구에서는 직무와 연관된 시의적절하고 충실한 교육을 강조한 선행 NCS 관련 연구(Baldwin et al., 1991; 박영용·김진모, 2006)와 유사한 맥락에서 교육적 특성이 중요함을 확인할 수 있었다. 이 같은 결과는 NCS 교육을 통해 대학에서의 전공수업과 실무 중심의 훈련이 결합되어 빠른 직무 적응 및 효율적인 직무 수행에 기여한다면, 기업 입장에서도 신규 채용한 직원들에게 별도의 시간과 비용을 들여 교육시켜야 하는 부담을 절감할 수 있다는 점을 시사한다.

NCS 기반 광고PR 교육과정에서 제공하는 실무 중심의 학습 내용을 효과적으로 직무에 적용하기 위해서는 수강생들의 학습동기 부여 및 유지, 그리고 교육의 질 확보와 교육만족도 제고를 위한 노력이 뒤따라야 할 것이며, 이 과정을 통해 NCS 교육을 통해 배운 지식과 기술을 취업 후 직무에 적극적으로 활용하는 학습전이가 발생하게 될 것이다. 연구 2의 결과에서 학습전이는 현재 직무에 대한 만족도를 매개로 하여 NCS 교육의 지속가능성에 대해서도 정적(+) 효과를 나타냈다. 이 같은 결과는 NCS 교육과정에서 배운 내용을 실제 광고PR 업무에 적용할 경우 현 직무에 대한 만족도가 높아지고, 이러한 과정을 통해 지속적인 NCS 교육 참여나 주변 추천의 의향도 높아질 수 있음을 시사한다. 따라서 NCS 교육의 효과 제고 및 참여 확대를 위해서는 학습전이의 발현과 높은 직무만족도의 유지가 필요조건이며, 이에 현업 실무에 적합한 NCS 교육 내용의 부단한 개편과 더불어 직무 활용을 극대화하려는 교육이수자들의 노력도 함께 수반되어야 할 것이다.

4. 종합 결론 및 논의

1) 연구의 의의

본 연구에서는 현업에서 높은 역량을 발휘할 수 있는 인재의 선발 및 양성을 목적으로 국가적 차원에서 추진하고 있는 NCS 교육제도의 적합성과 효과성을 채용기관이 공시한 직무역량 분석과 광고PR분야 실무자 대상의 설문조사를 통해 다각적으로 검증하였다. 이는 4차 산업혁명시대가 요구하는 인재를 양성하기 위해 국내 광고PR학 전공교육과정이 나아가야 할 방향을 제시하기 위한 시도의 일환으로서, 국내에 본 전공을 개설한 대학의 교육과정 개편을 위한 시사점을 제공하고, 핵심역량 증진을 위한 NCS 교육의 수용 확산에도 기여할 수 있을 것으로 기대된다. 나아가 앞으로 실용적 가치가 더 높아질 NCS 교육의 현실적인 가이드라인과 합리적인 채용기준 개선 방향에 대해서도 함의를 제시한다는 점에서 연구의 의의를 찾을 수 있다. 또한 급격한 사회 변동 및 수요 변화에 따라 NCS 지표체계도 부단히 업데이트될 필요가 있으므로, 본 연구는 향후 더욱 확대될 직무역량에 대한 현실적 지표 개선을 위해 필요한 참고자료로도 활용될 수 있다고 판단된다.

더불어, 지금까지 NCS 제도에 대한 소개 및 개발 현황, 국가 간 비교, 교육과정 개발, 동향 분석 등에 주안점을 둔 기존 연구들과 비교했을 때, 객관적인 텍스트 데이터 기반 분석을 통해 구직자들이 현시점에서 비중을 두어야 할 구체적인 직무능력을 파악한 연구결과는 교육현장에도 시사점을 제공할 수 있을 것이다. 특히 유현숙 외(2011)와 조성웅 외(2017)의 연구에서 지적된 바와 같이, 대학교육 커리큘럼의 정체 현상과 새로운 고용 환경과의 괴리 등 현재 대학교육이 당면하고 있는 문제점의 해소 방안에 대해 부분적이거나 실용적 함의를 제시할 수 있다. 또한 화려한 스펙보다는 취업 후 실제 업무에 임할 때 조직구성원으로서 요구되는 직무능력(의사소통능력, 문제해결능력, 대인관계능력, 조직이해능력 등)이 더 중요함을 입증한 결과는 향후 NCS에 대한 사회적 인식의 제고와 더불어 제도의 확산 및 정착에도 긍정적인 효과를 줄 수 있을 것으로 기대된다.

일과 교육훈련 및 자격의 연계를 강화하여 산업현장에 필요한 인력양성체계를 구축하기 위해 도입된 NCS 기반 교육과정은 광고PR분야에 있어 긍정적 효과를 보이고 있는 것으로 본 연구를 통해 확인되었다. 이는 교육과 일을 연계한 실무형 고등교육정책의 효과를 일정 부분 입증한 결과라고도 볼 수 있다. 그러나 NCS 교육과정이 기존의 교육과정을 대체하기

보다는 그것을 보완한다는 관점이 더 적절할 것이다. 본 연구는 이론 중심의 대학교육의 장점과 실무 중심의 NCS 교육의 장점을 통합하고 상호보완하려는 융합적 교육구조가 자리잡을 필요가 있음을 시사한다. 향후 대학에서의 광고PR 전공교육이 추진해야 할 실질적 방향성을 고심하고 논의하는 과정에 있어서도 이러한 점을 고려해야 할 것이다.

2) 함의 및 제언

본 연구의 결과를 바탕으로 주요한 함의를 도출하고, 향후 NCS 기반 교육과정의 개선을 위한 몇 가지 제언을 하고자 한다. 먼저 연구 1에서는 고용노동부가 지정한 10개의 직무수행 능력 중 어떤 능력이 광고PR분야의 채용공고에서 많이 적시되고 있는지를 빈도분석과 연결 중심성 분석을 통해 고찰하였다. 분석 결과, 의사소통능력, 문제해결능력, 조직이해능력 등과 관련된 직업기초능력들의 중요도가 높게 나타난 반면, 수리능력, 자기개발능력, 기술능력은 상대적으로 중요도가 낮게 나타났다. 특히 의사소통능력과 문제해결능력은 거의 모든 채용공고에서 언급되었고(각각 99.4%, 98.4%), 다른 기초능력에 대한 영향력을 나타내는 외향중심성 지수도 압도적으로 높게 나타났는데, 이는 커뮤니케이션 및 기획력이 무엇보다 중요시되는 광고PR분야의 속성과 밀접히 관련된 결과라고 볼 수 있다. 의사소통능력은 업무 수행의 과정에서 동료들과 협업하거나, 아이디어 또는 기획안을 설명하고 설득하거나, 타깃소비자에게 전략적으로 메시지를 전달하는 과정 등에서 두루 필요한 광고PR분야 종사자들의 기초역량이라 하겠다. 문제해결능력은 클라이언트나 브랜드가 직면한 문제를 창의적이고 전략적인 기획을 통해 해결해야 하는 광고와 PR의 본질을 고려할 때 이 또한 이 분야의 실무자들이 기본적으로 갖추어야 할 역량에 속할 것이다. 따라서 이는 현행 NCS 기반 교육과정을 실제 직무현장에서 필요로 하고 중요시하는 능력 중심으로 재편하고자 할 때 우선적으로 염두에 두어야 할 역량이 무엇인지에 대한 직접적인 시사점을 제시한다.

그런데 의사소통능력과 문제해결능력을 어떻게 교육과정을 통해 향상시킬 것인가의 문제는 또 다른 이슈이다. 기본적으로 이들 능력은 이론 중심의 수업 혹은 수강자의 학습 참여가 수동적으로 이루어지는 강의 중심 수업에서는 크게 향상시키기 어렵다. 다시 말해, 다양한 문제 상황이 주어졌을 때 아이디어와 커뮤니케이션을 통해 직접 문제를 해결해보는 경험과 훈련이 뒷받침되어야 이러한 능력들이 배양될 수 있는 만큼, 학생참여형 실습과목 또는 프로젝트성 과목의 증설이 필요하다. 광고PR학 전공이 설치된 국내 38개 대학의 커리큘럼을

분석한 박진우(2019)의 연구에 따르면, 거의 모든 조사대상 대학에서 캠페인 기획과 관련한 실습과목을 개설하고 있지만, 이론과목 대비 실습과목의 비중은 대학마다 편차가 큰 것으로 나타났다. 교육수요자인 학생 입장에서 보면, 광고PR학 전공 재학생들의 인식을 조사한 한 규훈(2020)의 연구에서도 드러났듯이, 실무교육의 강화에 대한 학생들의 요구수준은 매우 높은 편이다.³⁾ 따라서 실무교육의 비중을 높이는 쪽으로 전공교육의 개편을 추진하는 것은 변화의 큰 방향성이 되겠지만, 세부 기술 중심의 역량보다는 사고력과 표현능력 등의 기초 역량 향상에 더 주안점을 둘 필요가 있다. 실제로 광고와 PR은 실무 수행의 과정에서 의사소통과 문제해결의 크고 작은 과정을 빈번히 거치게 되고, 그러한 경험의 축적을 통해 이들 능력도 자연스럽게 향상될 수 있는 만큼, 실습과목의 추가 개설이나 실습형 과제의 부여를 통해 대안을 모색할 수 있을 것이다. 다만, 기초능력 및 응용능력의 심화를 위해 이러한 실무 경험은 광고나 PR의 전형적 상황, 예컨대 신상품 런칭이나 경쟁환경에서의 브랜드 문제를 해결하는 등의 제한된 영역에 국한하지 말고 좀 더 다양한 상황으로 확장될 필요가 있다. 다시 말해, 인문학적 관점이나 폭넓은 지식을 수반하여 사회적 문제를 해결할 수 있는 방안, 그리고 전혀 다른 시각이나 창의적 발상을 통해 우리 사회를 개선할 수 있는 방안 등과 같이 NCS 기반 전공교육과 훈련의 과정에서는 과제나 사고의 영역을 반드시 일반적인 광고PR 기획의 상황으로 제한할 필요는 없을 것이다.

본 연구는 현행 NCS 체계의 ‘기업홍보’와 ‘PR·광고’ 부문에서 적시하고 있는 여러 직무수행능력들에 대해서도 같은 방식으로 빈도분석과 연결중심성 분석을 실행하였다. 분석 결과, 언론홍보, 온라인PR, PR전략수립의 빈도 및 연결성이 높게 나타난 반면, 광고실무 관련 능력(광고전략수립, 광고집행관리, 광고효과평가, 광고제작)과 브랜드실무 관련 능력(브랜드기획, 브랜드관리, 브랜드평가)은 상대적으로 낮은 수치로 확인되었다. 이 같은 결과는 해당 전문분야의 직접적 수요를 반영한다고 단언하기 어렵고, 본 조사의 제한성과 채용 현실, 그리고 용어 사용을 고려한 조심스러운 해석을 필요로 한다. 예컨대, 조사참여자들이 대부분 공공기관 소속 종사자들이었으므로 ‘광고’보다 좀 더 포괄적인 영역으로 인식되는 ‘(언론 및 온라인)홍보’나 ‘PR’직무로 모집분야를 제시하는 경우가 일반적이었으며, 소비재를 생산하거나 판촉하는 기업이 아니므로 ‘브랜드’란 용어도 좀처럼 사용하지 않은 것으로 보인다. 그럼에도 언론홍보와 온라인PR이 채용공고 내 적시 빈도가 가장 높고, 연결중심성

3) 설문조사에 참여한 광고PR학 전공생의 74.3%가 현행 전공 커리큘럼에서 실무교육의 강화가 필요하다고 응답하였고, 이에 비해 이론교육의 강화를 주장한 응답은 8.8%에 그쳤다(한규훈, 2020).

또한 두드러지게 나타난 결과는 주목할 만하다. 언론홍보는 내향중심성과 외향중심성이 모두 높게 나타났는데, 이는 언론홍보 능력이 다른 기초능력에 의해 영향을 많이 받고 거꾸로 다른 능력에도 크게 영향을 미치는, 다시 말해 영향력의 파장 및 상호작용성이 큰 역량임을 암시한다. 반면에, 온라인PR은 내향중심성은 최저수준인데 반해 외향중심성은 가장 높은 능력으로 밝혀졌는데, 이는 온라인PR 능력이 독립적으로 개발되는 전문역량임과 동시에 그를 통해 여타 능력의 향상에도 두루 영향을 미치는 중요한 능력임을 시사한다. 전통적인 PR 범주에 속해온 언론홍보와 디지털시대에 걸맞은 PR수단으로서의 온라인PR이 모두 중요함을 보여주는 이러한 결과를 토대로, 광고PR분야의 현행 NCS 기반 교육과정은 전통미디어와 뉴미디어에 대한 이해와 활용능력을 선택적, 전문적으로 배양할 수 있도록 교과 개편이 추진될 필요가 있음을 알 수 있다.⁴⁾

한편 연구 2에서는 광고PR분야의 NCS 교육을 수료하고 NCS 기반 채용공고를 통해 취업한 현업 실무자들을 대상으로 NCS 교육과정의 적합성 및 효과성을 검증하기 위한 설문 조사를 실시하였다. NCS 교육과정의 적합성 및 효과성 검증을 위해서는 ‘학습전이’의 개념을 적용하여 NCS 학습동기, 교육만족도, 직무만족도, NCS 교육 지속가능성과의 인과관계를 분석하였다. 검증 결과, NCS 학습동기와 교육만족도는 학습전이에 유의미한 정적(+) 영향을 미치고, 학습전이는 직무만족도를 매개로 NCS 교육 지속가능성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 과거 NCS 학습동기와 교육만족도가 높았다면 이는 NCS 교육과정에서 학습한 지식이나 기술을 실무에 활용하려는 노력, 즉 학습전이 효과를 일으키고, 이것은 다시 현재의 직무만족도와 NCS 교육의 지속가능성 인식에도 긍정적 영향을 미칠 가능성이 높을 것이다. 또한 NCS 교육의 효과성과 관련해서는 전반적 교육만족도, 실무능력 향상 기여도, 현업의 적용 정도가 모두 높은 수준으로 나타나 교육이수자들의 평가는 대체로 긍정적임을 확인할 수 있었다.

중전의 학벌 중심 사회에서 능력 중심 사회로의 진입을 위해 NCS 기반 교육과정이 대학 교육의 현실에 맞게 재정비되고 안정적으로 자리 잡게 된다면, 대학, 학생, 구직자, 기업이 모두 윈윈(win-win)하는 이상적인 토대를 마련할 수 있을 것이다. 이를 위해 부가적인 제언을 첨언하면 다음과 같다. 먼저 기업의 관점에서, NCS 기반으로 채용된 입사자들에 대한

4) 이를테면, 보도자료 작성 등의 언론홍보 능력 향상을 위한 PR Writing 과목을 강화하거나, 온라인광고(모바일광고 포함)의 영역에서 더 확장한 온라인PR 관련 교과목을 신설하는 방안을 고려할 수 있다.

안정적인 고용을 보장하고 지속적인 학습전이 분석을 통해 개인의 적성에 맞는 부서 배치와 업무 분장을 한다면 개개인의 직무역량을 십분 발휘할 수 있는 바람직한 업무환경이 조성될 것이다. 또한 민간기업의 경우, NCS 교육이수자들의 학습전이가 유지되고 이러한 결과가 기업의 이익 창출로 이어질 수 있도록 인사고과 반영이나 연봉 인상, 특진 기회 등의 인센티브를 제공한다면 NCS 교육에 대한 인식도 크게 제고될 것으로 보인다. 나아가 일 중심 평생 학습의 촉진도 필요하다. 연구 1의 결과에 따르면, 광고PR 직무의 인재 채용 시 NCS 교육 과정을 이수한 지원자에 대해서는 해당 인력의 자격검정을 토대로 비교적 정확히 평가가 이루어질 수 있으므로, NCS 교육체계의 재정비 및 확장은 신입이나 경력직 구직자에게 평생 학습의 참여를 높일 수 있는 방안이 될 것이다. 다만 NCS 교육만이 능사는 아니며, 대학은 학생 개개인이 지닌 지식과 역량을 능숙하게 활용할 수 있도록 적절한 교육을 지속적으로 제공하고, 취업지원 프로그램 등을 적극 활용하여 학생들의 희망직무에 따른 맞춤형 취업지원을 제공할 필요가 있다.

결론적으로, 본 연구를 통해 NCS 기반 교육과정의 적합성과 효과성이 입증되고 NCS 직무수행능력 단위들 간의 상대적 중요성도 일정 부분 규명된 만큼, 향후 일자리 문제 해결과 인력수급 환경의 개선을 위한 교육정책으로서 NCS는 더 주목받고 활용성을 높일 필요가 있다. 또한 NCS 기반 교육체계가 교육자와 학생들에게 신뢰를 얻고 참여 동기를 제고하기 위해서는 기존 NCS 교육의 실효성을 높일 수 있는 현실화 노력과 더불어 정부의 지원도 뒤따라야 할 것이다. 특히 본 연구를 통해 학습전이와 직무만족도가 NCS의 효과성에 긍정적인 영향을 미치는 주요 요인으로 확인된 만큼, 채용기관은 광고PR분야의 NCS 교육을 이수한 실무자들의 학습전이 효과와 직무만족도가 증진될 수 있도록 사후관리에도 관심을 가질 필요가 있다. 그리고 대학은 재학생들의 취업률 향상 및 졸업생 평판도의 제고를 위해 교과과정의 개편 과정에서 이론 중심 과목과 NCS 기반 실무 중심 과목의 배합을 최적화하고, 과감한 교육 개혁을 통해 변화된 시대에 걸맞은 새로운 균형 찾기를 모색해야 할 것이다.

3) 연구의 한계점 및 후속연구의 방향성

앞서 언급한 본 연구의 시사점 및 의의에도 불구하고 한계점 또한 존재한다. 먼저 연구 2의 조사대상자인 광고PR분야의 실무자 대부분이 공공기관에 집중되었다는 점을 지적할 수 있다. 이는 공공기관에 대해서는 보편적이고 실질적인 함의를 줄 수 있다는 장점이 있으나,

채용과정에 있어 NCS 기반의 직무역량을 반영하는 많은 민간기업들에게 본 연구의 결과를 일반화하기에는 다소의 한계를 가질 것이다. 이에 향후 연구에서는 다양한 민간영역 중심으로 조사를 수행하고, 광고PR학 전공뿐만 아니라 인문사회계와 이공계의 다양한 전공분야에 대해서도 현행 NCS 교육의 적합성 및 효과성을 지속적으로 검증할 필요가 있다. 특히 각 전공분야나 직무분야별로 요구되는 직업기초능력을 비교하는 후속연구가 실행된다면, 향후 채용기관의 수요에 부합하는 전공별 인재상을 구체화하고 이를 대학교육에 반영하는 데 있어 많은 도움이 될 것으로 보인다. 이러한 시도는 또한 NCS 기반의 채용기관과 구직자 간의 미스매칭을 줄이고, 입사자들의 직무 적응 및 직무만족도 향상에도 기여할 것이다.

또 다른 한계점으로 광고PR분야의 세부직무, 즉 광고와 PR을 분리하여 분석하지 못한 점도 지적할 수 있다. 광고와 PR을 영역상 통합해서 조사할 수밖에 없었던 이유는 기업의 NCS 기반 채용이 시행되고 확산된 지 그리 오래되지 않아 어느 한 분야로 국한하기에 대상 기업 수가 충분하지 않았고, 광고PR분야의 특성상 두 영역 간의 업무 혼재가 종종 발생되기 때문이다. 이에 광고와 PR 업무에 대한 구체적인 기준을 세우고 각 직무에 따른 차이를 비교분석하는 것도 유용하고 흥미로운 후속연구의 방향이 될 것으로 보인다.

본 연구의 결과를 토대로 학습전이의 증대 요인이 될 수 있는 추가적인 변인들을 발굴하고 그 영향력 검증을 통해 NCS 교육 개선을 위한 부가적 지침을 제공할 후속연구도 필요하다. 연구 2의 결과에 따르면, 개인적 특성인 학습동기와 교육수준의 평가지표인 교육만족도가 학습전이의 중요한 영향요인이었으며, 학습전이는 직무만족도와 NCS 교육 지속가능성에 영향을 주는 요인으로 확인되었다. 이러한 결과를 바탕으로 광고PR분야의 직무만족도를 제고할 추가 변인을 탐색하고 각각의 영향력을 검증하는 연구가 수행된다면 NCS 교육의 순기능 강화를 위한 유용한 시사점을 도출할 수 있을 것이다.

또한 공채를 통해 채용된 실무자뿐만 아니라 채용과정을 직접적으로 관리하는 인사담당자들을 대상으로 비교연구를 진행한다면 의미 있는 결과들을 부가적으로 도출할 수 있으리라 예상된다. 이들을 대상으로 NCS 체계 및 NCS 기반 채용인력에 대한 인식조사를 수행하고 그 결과를 실무자 대상의 조사 결과와 비교분석한다면, 본 연구에서 도출된 함의를 심화시킬 유용한 발견을 기대할 수 있다. 마지막으로, 세부적인 NCS 교육과목과 직무수행능력 간의 적합도를 정성적으로 분석할 필요가 있으며, NCS 교육 이수자와 미이수자 간의 평가치 비교도 후속연구에서 조사할 수 있는 의미 있는 탐구 대상이 될 것이다.

능력 있는 인재의 선발을 위한 NCS 기반의 채용제도가 일시적인 정책이 아니라 거시적

안목을 기반으로 한 성공적 제도로 정착해야 한다는 당위성을 고려할 때, 본 연구의 결과는 현행 NCS 체계의 보완과 개선을 위해 필요한 기초자료가 될 것이다. 그리고 대학의 전공교육 개편 및 실무교육 강화를 위한 현실적인 방향을 제시하고, 나아가 불필요한 사회적 비용 감소를 위한 NCS 교육의 역할 및 향후 과제를 시사한 점도 본 연구의 성과로 볼 수 있다. 앞으로 이러한 방향을 성공적으로 이행하기 위해서는 NCS 기반 교육제도에 대한 관심과 논의, 그리고 연구자들의 다양하고 심도 있는 분석이 요구된다고 하겠다. 그리고 이와 더불어 기업에서 필요로 하는 인재상과 역량을 파악하고, 그를 반영해 NCS 교육체계를 꾸준히 업데이트하고 현실화하려는 노력도 동반되어야 할 것이다.

참고문헌

- 고용노동부 (2013). *국가직무능력표준: 표준 및 활용 패키지*. 세종: 고용노동부.
- 곽재덕·김진모 (2010). 기업 교육훈련 참여자의 학습동기와 자기효능감, 유인가, 직무몰입의 관계. *직업교육연구*, 29(2), 99~112.
- 김동연·김진수 (2013). 한국의 국가직무능력표(NCS) 개발 동향 분석. *한국기술교육학회지*, 13(3), 22~26.
- 김병희 (2013). 현행 광고홍보학 커리큘럼의 문제점과 개편방향. *2013 한국광고홍보학회 특별세미나 발제집*.
- 김성완·김재훈 (2003). 기업 교육훈련에서의 학습 및 전이 모형 개발을 위한 탐색적 연구. *기업교육연구*, 5(1), 83~105.
- 김영길 (2014). 학습전이 촉진 전략에 따른 핵심역량교육의 효과성 연구. *디지털융복합연구*, 12(8), 175~186.
- 김주섭 (2014). *국가직무능력표준 활용 활성화 방안*. 한국노동연구원.
- 김진모·곽재덕 (2010). 기업 교육훈련 전이 촉진을 위한 모형 설계. *한국산업교육학회지*, 21, 21~48.
- 김희동 (2015). NCS의 교육훈련 특성이 교육전이에 미치는 영향. *수산해양교육연구*, 27(6), 1577~1580.
- 대학교육연구소 (2020). *대학 위기 극복을 위한 지방대학 육성 방안*.
- 박영용·김진모 (2006). 기업 리더십교육 프로그램 참여자의 학습전이와 영향요인. *농업교육과 인적자원개발*, 38(4), 215~239.
- 박진성·이형석·서민혜 (2017). 4차 산업혁명과 광고·홍보 교육과정의 미래: 학계와 업계의 관점을 중심으로. *광고연구*, 115(겨울), 120~142.
- 박진우 (2019). 커리큘럼을 중심으로 살펴본 국내 광고홍보교육. *광고홍보 교육의 현재와 미래* (pp. 77~135). 서울: 한경사.
- 백성준·채창균·유한구·주희정 (2011). *미래 지향 고등교육체제 개편 구상: 직업교육 강화를 중심으로*. 서울: 한국직업능력개발원.
- 서병권·문재승 (2018). 국가직무능력표준(NCS) 연구의 동향과 향후 연구방향 제언. *직업능력개발연구지*, 21(1), 1~29.
- 오계택·김덕기·박윤희 (2013). *NCS 기반 직무별 요구역량에 기초한 민간분야 적용사례 발굴*.

한국직업능력개발원.

- 유현숙·이정미·최정운·임후남·권기석·서영인·류장수 (2011). *고등교육 미래비전 2040*. 서울: 한국교육개발원.
- 정광희 (2014). *교육환경 변화에 따른 대학의 교육운영체제 개선방안 연구: 대학진학수요 맞춤형 교육운영체제를 중심으로*. 한국교육개발원.
- 정영재 (2011). *업무환경 특성과 학습전이의 관계에서 전이동기의 매개*. 석사학위논문, 고려대학교 대학원.
- 정원준 (2019). NCS 기반의 PR 분야 직무능력과 PR 커리큘럼 고찰. *광고홍보 교육의 현재와 미래* (pp. 219~262). 서울: 한경사.
- 정원준 (2022a). *NetMiner를 활용한 빅데이터 텍스트 분석 기법과 활용*. 서울: 학지사.
- 정원준 (2022b). *NetMiner를 활용한 빅데이터 소셜미디어 분석 기법과 활용*. 서울: 학지사.
- 정은이 (2016). 전문대생의 자아효능감과 직무열의, 직무만족에 관한 연구. *사회과학연구*, 32(4), 277~304.
- 정재삼·한영진 (2004). 고객만족 교육프로그램의 학습전이 영향에 대한 요인분석. *한국기업교육 학회지*, 6(2), 127~148.
- 정향진 (2015). *국가직무능력표준 기반 문화콘텐츠 분야 고교직업교육 과정 개발*. 세종: 한국직업능력개발원.
- 조성웅·김기용·노경희·지재현 (2017). *지속가능한 NCS 활용 확산체제 구축 연구: 직무·실력 중심의 블라인드 채용문화 정착*. 한국산업인력공단.
- 최동선·정향진·이민욱·문한나·추연우·현지운 (2016). *국가직무능력표준(NCS) 학습모듈 활용방안 연구*. 세종: 한국직업능력개발원.
- 한국산업인력공단 (2022a). *국가직무능력표준*. URL: <https://ncs.go.kr/th01/TH-102-001-01.scd0>
- 한국산업인력공단 (2022b). *국가직무능력표준 블라인드채용 공고 페이지*. URL: <https://ncs.go.kr/blind/bl04/RecrtNotifList.do>
- 한국직업능력개발원 (2015). *2015년 NCS 학습모듈 개발사업*.
- 한규훈·정원준 (2021). 전문역량 강화를 위한 광고홍보학 전공의 교육체제 개선 방향: 현행 NCS 체제에 대한 재학생-교수-실무자 인식 분석을 토대로. *한국광고홍보학보*, 23(2), 203~235.
- 한안나 (1999). *기업교육에서 학습의 직무 전이에 영향을 미치는 요인에 관한 연구*. 석사학위논문, 서울대학교 대학원.

- Baldwin, T. T., & Ford, J. K. (1988). Transfer of training: A review and directions for future research. *Personnel Psychology*, 41(1), 65~92.
- Baldwin, T. T., Magjuka, R. J., & Loher, B. T. (1991). The perils of participation: Effects of choice of training on training motivation and learning. *Personnel Psychology*, 44(1), 51~65.
- Bandura, A. (1997). *Self efficacy: The exercise of control*. NY: Freeman.
- Clarke, N. (2002). Job, work environment factors influencing training effectiveness within a human service agency: Some indicative support for Baldwin and Fords' transfer climate construct. *International Journal of Training & Development*, 6(3), 146~162.
- Hikes, W. D., & Klimoski R. J. (1987). Entry into training program and its effects on training outcomes: A field experiment. *Academy of Management Journal*, 30(3), 542~552.
- Holton, E. (1996). The flawed four-level evaluation model. *Human Resource Development Quarterly*, 7, 5~21.
- Holton, E., & Baldwin, T. (2000). Making transfer happen: An action perspective on learning transfer systems. *Advances in Developing Human Resources*, 8, 1~6.
- Lee, J., Kim, J., & Jeong, I. (2015). Factors of core competency of NCS influencing satisfaction about job competency. *Asia-pacific Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology*, 5(3), 251~263.
- Manju, S., & Suresh, B. H. (2011). Work environment factors and implications for transfer of training. *SDM IMD Journal of Management*, 2(1), 32~40.
- Noe, R. A. (1986). Trainees' attributes and attitudes: Neglected influences on training effectiveness. *Academy of Management Review*, 11(4), 736~749.
- Noe, R. A., & Schmitt, N. (1986). The influence of trainee attitudes on training effectiveness: Test of a model. *Personnel Psychology*, 39(3), 497~523.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. NY: John Wiley & Sons.

논문투고일: 2022년 11월 29일

논문심사일: 2023년 01월 10일

게재확정일: 2023년 01월 25일

Abstract

An Exploratory Study on the Suitability and Effectiveness of NCS-based Education in the Field of Advertising and Public Relations^{*}

Based on the Content Analysis of Recruitment Announcements and the Survey of Practitioners Who Have Completed NCS-based Education

Wonjun Chung^{}**

Associate Professor, Dept. of Media Communication, University of Suwon

Kyoo-Hoon Han^{*}**

Professor, Dept. of Public Relations & Advertising, Sookmyung Women's University

In this study, the suitability and effectiveness of NCS-based education in the advertising and public relations (hereafter PR) field were assessed, and based on the results, realistic directions for operation of competency-oriented NCS education that needs to be actively introduced in the advertising and PR major education in the future were suggested. To this end, this research conducted two studies and integrated them to draw conclusions. In Study 1, the importance ranking and degree centrality among basic job abilities and job performance abilities in the advertising and PR field required by the industry were examined through the content analysis of 847 recruitment announcements. In Study 2, a survey of 238 practitioners in the advertising and PR field who have completed the NCS-based educational program was conducted. At this stage, the effectiveness of NCS-based education was verified on the basis of the path analysis among learning motivation, learning transfer, satisfaction with NCS-based education, satisfaction with the current job, and sustainability of NCS-based education. Based on the integrated research results and implications derived through the performance of Study 1 and Study 2, several directions for application and improvement of the current NCS system that can be effectively incorporated into the advertising and PR major education were discussed.

KEY WORDS NCS(National Competency Standards) • Advertising and public relations • Major education • Learning transfer • Job satisfaction

* This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea (NRF-2020S1A5A2A03042379).

** First Author, wjchun1@hotmail.com

*** Corresponding Author, hanque@sookmyung.ac.kr