

The 31th AKHT Hotel & Tourism Conference
2014년 (사)한국호텔관광학회 춘계 학술심포지엄 및
제31차 정기학술발표논문집

창조경제 시대 해양관광을 통한 지역산업 활성화 방안 모색

- 주 최 : 사단법인 한국호텔관광학회(AKHT)
- 주 관 : 영산대학교
- 후 원 : 부산광역시,  부산관광공사, 부산광역시관광협회, 영산대학교,
한국연구재단,  한국어촌어항협회, 신세계조선호텔, (주)보람케터
링, 흥익관광복지재단, (주)한수개발
- 협 찬 : 부산롯데호텔, 파라다이스호텔 부산, 노보텔엠배서더 부산,
부산 이비스엠배서더, 파크하이얏트 부산, 해운대그랜드호텔,
호텔농심, 건오 씨클라우드호텔, 해운대 센텀호텔, 밀레니엄 서울
힐튼, 노보텔엠배서더 강남, 아르피나호텔
- 일 시 : 2014년 5월 10일(토) 11:00 - 20:30
- 장 소 : 영산대학교 해운대캠퍼스
- 참가비 : 2만원(발표논문집 포함)



(사)한국호텔관광학회

The Academy of Korea Hospitality & Tourism
www.akht.or.kr

학회장: (612-743) 부산광역시 해운대구 반송순환로 142(반송동) 영산대학교 호텔경영학과 교수 박대환
사무국: (612-743) 부산광역시 해운대구 반송순환로 142(반송동) 영산대학교 호텔경영학과 교수 원철식
전화 051-540-7275/휴대전화 010-6660-5932/팩스: 051-540-7200/E-mail: woncs77@naver.com



환영사

봄 꽃 향기가 가득했던 이곳 교정에 푸르름이 더해가는 5월을 맞아 영산대학교 해운대캠퍼스를 찾아주신 사단법인 한국호텔관광학회 회원 여러분께 환영의 말씀을 드립니다.

“창조경제시대 해양관광을 통한 지역산업 활성화 방안 모색”이라는 주제로 열리는 한국호텔관광학회 제31차 춘계 정기학술대회 및 국제학술심포지엄은 부산이라는 해양관광도시에 매우 적합한 주제라고 생각합니다.



오늘 바쁘신 와중에도 지역관광의 활성화를 위해 참석해주신 부산관광공사 김수병사장님, 주제 발표를 맡아주신 문화체육관광부 이진식 관광정책과장님, 일본 립교대학의 카즈오 무라카미 교수님, 부산관광공사 장태순 MICE본부장님, 이번 모든 행사를 주최하시는 한국호텔관광학회 박대환 회장과 연구논문발표자, 좌장과 토론자, 관광분야 전공 교수님, 석박사과정 원생 여러분께도 영산대학교를 대표하여 진심으로 환영합니다.

흔히 “관광산업은 황금 알을 낳는 거위”라고 하며, 미래지향적인 감성산업으로 후진국이 따로 없는 세계적인 전략산업이라고 합니다. 선진국이든, 후진국이든, 민주주의 국가든, 사회주의 국가든 상관없이 나라마다 주요 국가산업으로 인정하고 지원하는 추세라고 알고 있습니다. 각 지자체 또한 가장 경쟁력이 있는 관광분야를 앞세워 인프라를 구축하고, 양질의 인력을 공급하여 관광산업을 활성화 해 가고 있는 것이 현실임을 잘 알고 있습니다. 이 지역 부산은 크루즈관광, 해양관광, 의료관광, MICE를 앞세워 외래 관광객과 국내 관광객을 유치하는데 많은 노력을 기울이고 있는 것으로 알고 있습니다. 오늘 한국호텔관광학회는 이 지역 관광의 특성을 살려 “창조경제시대 해양관광을 통한 지역산업 활성화 방안 모색”이라는 주제로 많은 전문가들의 연구 발표와 토론이 있게 되어 부울경 지역 관광산업 활성화에 크게 기여를 할 것으로 기대합니다.

끝으로 이번 학술대회를 위해 많은 준비와 노력을 해 주신 사단법인 한국호텔관광학회
관계자 여러분께 격려의 말씀을 드리며, 산학관의 협력을 위해 좋은 결실을 거두시길 기
원 드립니다.

감사합니다.

2014년 5월 10일

영산대학교 총장 부 구 욱



축 사

5월은 신록의 계절입니다. 독일 시인 하인리히 하이네는 5월을 가장 아름다운 달이라고 표현하고 있습니다. 이 아름다운 계절에 한국 호텔관광학회에서도 권위 있는 “한국호텔관광학회” 제 31차 정기 학술대회 및 국제 심포지엄이 우리 부산에서 개최된 것을 진심으로 환영합니다.

전통적으로 흔히 관광지가 갖추어야 할 조건으로 3S를 꼽습니다. 태양(Sun), 모래사장(Sand), 바다(Sea)가 그것입니다. 부산은 이 모든 조건을 갖춘 해양관광도시라고 생각합니다.

우리나라의 인바운드 관광객 수는 2013년 기준으로 1,200만명을 넘어섰으며 우리 부산의 경우, 같은 해 총 280만명의 외래 관광객을 유치하였습니다. 이중 중국 관광객은 총 78만명(점유율 28%)으로 전통적인 주력 시장이었던 일본(52만명, 점유율 18.5%)을 제치고 제1의 시장으로 성장하였습니다.

MICE의 경우, 2013년 국제협회연합(UIA) 발표에 따르면 총 87건의 국제회의를 개최하여 아시아 5위, 세계 19위의 MICE도시로 성장한 바 있으며, 금년 10.20~11.7일까지 IT의 올림픽이라고 불리는 세계 전자통신연합(ITU) 전권대회가 BEXCO에서 개최될 예정입니다.

우리 부산관광공사는 2013년 1월 작은 규모로 출범 하였으나, 향후 수년 내에 외래 관광객 500만명 유치, 세계 15위권의 MICE도시로 발전한다는 목표를 갖고 있습니다.

이를 위하여, 의료관광 및 영화·영상, 해양·물류 등 부산이 경쟁력을 갖고 있는 산업을 융합하여 관광과 MICE마케팅 전략을 수립하고 실행해 나갈 계획입니다.

아무쪼록, 한국호텔관광학회 제 31차 정기 학술대회 및 국제심포지엄이 이곳 부산에서 성황리에 진행되고 또한 많은 성과를 거두시기 바랍니다.

감사합니다.



2014년 5월 10일

부산관광공사 사장 김 수 병



대 회 사

존경하는 (사) 한국호텔관광학회 회원 여러분, 안녕하십니까?

이번 한국호텔관광학회 제31차 춘계 정기학술대회 및 국제학술심포지엄을 위하여 주말의 황금 같은 귀한 시간을 내어 주신 학회 회원, 임원 여러분께 진심으로 감사의 말씀을 드립니다.

또한 공사가 매우 바쁘신 우리 대학교 부구욱 총장님, 부산관광공사 김수병 사장님께서 참석하셔서 환영사와 축사를 해 주셔서 대단히 감사합니다.



지난 해 우리나라를 찾은 관광객은 1,217만6천여명으로 1012년에 비해 9.3%라는 고도성장을 이룩하였고, 올 해는 외래관광객이 1,250만 명을 넘을 것으로 추정하고 있습니다. K-pop, 한국 드라마, 한국 음식 등 한류열풍에 매료된 외국인이 날로 늘어나고, 크루즈, 해양관광, 레저스포츠를 즐기러 오는 외래관광객이 지속적으로 증가하고 있습니다.

이곳 부산은 관광 국제화 뿐만 아니라 “국내 관광 활성화”를 위해서 올 해부터 시작되는 대체휴일제와 관광주간을 적극적으로 활용하여 부산의 해양관광을 발전시키는 계기로 삼는 것과 동시에 정부 “5대 유망 서비스 업종” 중 하나인 관광산업 육성을 위해 부산관광공사와 부산시관광협회가 앞장서서 성과 창출을 위해 많은 노력을 기울이고, 산학관이 함께 양질의 호스피타리티 인재 육성과 고용 창출을 가속화 시키고 있습니다.

여러분께서 잘 아시다시피 부산은 크루즈와 해양관광의 메카로 성장하기 위해 많은 노력을 기울이고 있으며, 2014년 부산항에 입항예정인 크루즈는 134회 35만명에 이르며, 6월에는 벅스코에서 2014 부산 국제 크루즈박람회를 개최하게 됩니다. 뿐만 아니라 크루즈를 통한 부유층 외국인 의료관광객을 유치하기 위한 노력도 경주하고 있습니다.

오늘 우리 한국호텔관광학회는 이 지역 관광의 특성을 살려 “창조경제시대 해양관광을 통한 지역산업 활성화 방안 모색”이라는 주제로 많은 전문가들의 연구 발표와 토론이 있게 됩니다. 본 학회에서 발표되고 토론된 내용은 산학관이 함께 공유하면서 한국관광은 물론 지역관광 발전에 큰 도움이 되는 양질의 정보를 제공할 것으로 생각합니다.

끝으로 이번 학술대회를 위해 옥고를 내어 주시고, 좌장과 토론으로 봉사해 주시는 모든 분들에게 감사드리며, 학회업무를 맡아 수고해 주신 학술심포지엄위원회, 편집위원회, 사무국 임원들에게 두 손 모아 고마움을 표합니다. 감사합니다.

2014년 5월 10일

회장 박 대 환

진행순서

시 간	행 사 내 용	장 소
11:00-12:00	▣ 학회 참가등록	영산대
12:00-13:00	▣ 중 식	(해운대캠퍼스)
13:00-13:30	▣ 이사회	A1201호
13:30-14:00	▣ 개회식(사회 : 송두석 교수, 수석부회장, 경민대) • 국민의례 • 환 영 사 : 부구옥 영산대학교 총장 • 축 사 : 김수병 부산관광공사 사장 • 대 회 사 : 박대환 한국호텔관광학회 회장(영산대) • 대회선언 : 오석윤 학술심포지엄위원장(극동대)	영산대 해운대캠퍼스 영상문화관
14:00-14:10	▣ 커피 브레이크	
14:10-15:00	▣ 주제발표(사회 : 고재용 교수, 청운대; 유형숙 교수, 동의대) • 제1주제 : 창조경제시대의 관광정책 방향 (문화체육관광부 이진식 관광정책과장) • 제2주제 : "여성관광"으로서의 해양관광 가능성 (Prof. Kazuo Murakami, Rikkyo Univ.) • 제3주제 : 2014 부산 마이스 마케팅전략 (부산관광공사 장태순 MICE본부장)	
15:00-15:10	▣ 커피 브레이크	
15:10-17:10	▣ 학술논문 발표 • 제1주제 : Tourism • 제2주제 : Hotel • 제3주제 : Marine Tourism/Others • 제4주제 : Food Service • 제5주제 : Hospitality/MICE • 제6주제 : Japanese Tourism • 제7주제 : International Tourism	영산대 해운대캠퍼스 A동
17:10-17:20	▣ 커피 브레이크	
17:20-18:20	▣ 총 회(사회 : 원철식 교수, 사무국장) • 회장 취임식 • 공로패 수여 • 감사보고(감사) • 우수논문상 시상(경과보고 : 이재형 교수, 편집위원장) • 관광대상 시상 • 안건토의 ▣ 경품추첨	영산대 해운대캠퍼스 C동
18:30-20:30	▣ 석식	
5월 11일(일)	팸투어(감천문화마을과 산복도로 르네상스 관광)	

2014 춘계학술논문발표프로그램

■ 제 1 주제 : Tourism (제 1 발표장 : A1401호)

시 간	논 제	발표자	토론자	좌장
15:10 – 15:30	상황 학습 이론을 적용한 국제 매너 코스웨어 설계: 해외여행 에티켓을 중심으로	이재무(부산교육대) 김화진(경남정보대)	장태선(영산대) 최상수(세명대)	임은순 (세종대)
15:30 – 15:50	심리적 거리에 따른 관광목적지 이미지 영향에 관한 연구	이정규(신한대)	이상미(세명대) 이정원(신한대)	
15:50 – 16:10	이슬람 투어리즘에 관한 탐색적 연구	이희열(세종사이버대) 이선경(세종대)	윤병국 (경희사이버대) 장병주(영산대)	
16:10 – 16:30	커피브레이크			
16:30 – 16:50	해파랑길 도보여행객의 가치분석	한학진(한남대) 강혜숙(관동대)	최현정(백석대) 최영준(동명대)	이기종 (경희대)
16:50 – 17:10	내국인 해외 관광수요 탄력성에 대한 고찰	임은순(세종대)	이우진(백석대) 이정규(신한대)	

■ 제 2 주제 : Hotel (제 2 발표장 : A1306호)

시 간	논 제	발표자	토론자	좌장
15:10 – 15:30	호텔기업 감성경영이 조직성과 및 조직충성도에 미치는 영향: 부산지역 호텔기업을 중심으로	원철식(영산대) 이양희(영산대) 김륜현 (해운대센텀호텔)	남중현(창신대) 정연국(동의과학대)	김근중 (건양대)
15:30 – 15:50	지각된 통제와 조직몰입, 일-가족 갈등 및 직장만족의 인과적 관계에 관한 연구	최현정(백석대)	김동준(영남이공대) 박정해(중부대)	
15:50 – 16:10	정서적 도시이미지 및 도시명품지수와 의료관광위험지각이 의료관광객의 방문의도에 미치는 영향: 메디텔 사용예정유무를 조절변수로	이은지(부산대) 현성협(부산대)	최성기(백석문화대) 배준호(한라대)	
16:10 – 16:30	커피브레이크			
16:30 – 16:50	The cultural value effects on social media eWOM in the hospitality industry: A cross cultural study of comparison among China, Korea, and the USA	강선구(영산대) 오창호(영산대) 장해나(영산대)	최광수(제주한라대) 이상미(세명대)	문주현 (해전대)
16:50 – 17:10	특급호텔의 문화마케팅이 기업이미지에 미치는 영향	이인영(경성대) 오흥철(경성대)	전재균(부경대) 정구점(영산대)	

■ 제 3 주제 : Marine Tourism/Others (제 3 발표장 : A1305호)

시 간	논 제	발표자	토론자	좌장
15:10 - 15:25	호텔 이벤트 상품의 매출기여도에 관한 연구	이상동(롯데호텔)	김재원(신라대) 김가야(동의대)	여호근 (동의대)
15:25 - 15:40	해양레저참여자들의 체험이 재미요인과 지속의도에 미치는 영향: 스쿠버다이빙 체험객을 중심으로	박상훈(남해도립대) 전영록(안동대)	윤정현(동명대) 김정호 (부산테크노파크)	
15:45 - 16:00	국외여행인솔자(TC)의 고객지향성이 관계결속과 관계 성과에 미치는 영향	박명서(동명대) 윤정현(동명대)	배만규(안동대) 박상훈 (남해도립대)	
16:00 - 16:10	커피브레이크			
16:10 - 16:25	해양레저 및 관광 활동 유형별 선호도에 관한 연구	여호근(동의대) 김재원(신라대)	정호균(동아대) 박상훈 (남해도립대)	윤정현 (동명대)
16:25 - 16:40	마리나 서비스품질 중요도-만족도에 관한 연구	심미숙(한국해양대)	여호근(동의대) 이상동(롯데호텔)	
16:40 - 17:55	수요자 유형에 따른 해양관광 특성 분석	김가야(동의대) 김정호 (부산테크노파크)	심미숙 (한국해양대) 배만규(안동대)	
17:55 - 17:10	축제 방문객 특성별 방문행태, 성과 평가 비교: 안동 국제탈춤페스티벌을 중심으로	배만규(안동대)	최도석(BDI) 박명서(동명대)	

■ 제 4 주제 : Food Service (제 4 발표장 : A1304호)

시 간	논 제	발표자	토론자	좌장
15:10 – 15:30	커피전문점의 혼잡도와 체류시간 간의 상관관계에 관한 연구	김원태(동의대) 박기만(동의대) 김광지(동의대)	이은준(청운대) 김형일(관동대)	박종찬 (광주대)
15:30 – 15:50	대학생들의 정보습득 유형에 따른 식품안전 관리수준 차이 비교	김철원(방송통신대)	권영린(대덕대) 최용석(경주대)	
15:50 – 16:10	라이프스타일이 베이커리카페 선택속성 및 구매행동에 미치는 영향	김태숙(영산대) 양송자(영산대) 박은아(영산대)	이상규(신안산대) 서광렬(관동대)	
16:10 – 16:30	커피브레이크			
16:30 – 16:50	국내 개별 여행객의 라이프스타일 유형에 따른 여행 중 음식점 선택속성 차이연구	박근아(세종대) 정규엽(세종대)	김철원(방송통신대) 이승현(경민대)	정종훈 (관동대)
16:50 – 17:10	소셜커머스 레스토랑 상품구매자의 불평행동에 관한 연구: 불만족, 심각성, 통제가능성의 관계를 중심으로	배유나(경성대) 이해영(경성대)	김용중(경성대) 구정대(백석대)	

▣ 제 5 주제 : Franchise/MICE (제 5 발표장 : A1307호)

시 간	논 제	발표자	토론자	좌장
15:10 - 15:30	프랜차이즈 본사의 재무상태에 관한 연구	최황택(세종사이버대) 이희열(세종사이버대)	김태구(경희대) 박현진(영산대)	오흥철 (경성대)
15:30 - 15:50	서비스품질이 고객만족도 제고와 경영성과 향상에 미치는 영향: 부산도시철도 중심으로	유병웅(영산대) 에릭스완슨(영산대) 표진배(영산대) 박대환(영산대)	최동희(광주대) 민혜선(서비스품질 교육원)	
15:50 - 16:10	외식프랜차이즈 본사의 갈등해결전략이 관계신뢰와 해지의도에 미치는 영향	한상호(경민대) 송두석(경민대) 문혜선(경민대)	송기욱(청운대) 이한희(경민대)	
16:10 - 16:30	커피브레이크			
16:30 - 16:50	컨벤션센터의 커뮤니케이션, 명성, 독특성, 구전의도 간 관계 연구: 컨벤션 참가 동기의 조절효과	최윤석(부산대) 현성협(부산대)	선종갑(경남대) 안대희(대원대)	박봉규 (동의대)
16:50 - 17:10	재생관광을 위한 탐색적 시론: 부산감천마을을 중심으로	우경진(수원대) 양승훈(신라대)	최문용(청운대) 김창준(강원관광대)	

▣ 제 6 주제 : Japanese Tourism (제 6 발표장 : A1419호)

시 간	논 제	발표자	토론자	좌장
15:10 - 15:30	沖縄のクルーズ観光と振興策 (The Present Status and Promotion of Cruise Tourism in Okinawa)	朴在德 (名桜大)	미야기케이나 (신라대) 塩月亮子 (跡見学園女子大)	미야기케이나 (신라대)
15:30 - 15:50	沖縄の世界遺産と観光 (World Heritage and Tourism in Okinawa, Japan)	塩月亮子 (跡見学園女子大)	深見聡(長崎大) 鄭玉姬(立教大)	
15:50 - 16:10	ジオパークと住民の参画意識に関する考察 (Consideration on the Resident Participation of the Geopark Concept)	深見聡 (長崎大)	河本大地 (夙川学院大) 塩月亮子 (跡見学園女子大)	
16:10 - 16:30	커피브레이크			
16:30 - 16:50	1920-1930년대 운젠에 있어서의 외국인객층과 집객권의 변화(Changing Patterns in the Social Characteristics of Foreign Visitors to Unzen during the 1920s and 1930s)	鄭玉姬 (立教大)	李美花 (大阪成蹊大) 미야기케이나 (신라대)	유형숙 (동의대)
16:50 - 17:10	大阪駅北地区の参加型まちづくりに関する事例研究-“グランフロント大阪”を中心に-(A case study on development of participatory communities in Osaka Station North District)	李美花 (大阪成蹊大)	久保 由加里 (大阪国際大) 박은아(영산대)	

■ 제 7 주제 : International Tourism (제 7 발표장 : A1420호)

시 간	논 제	발표자	토론자	좌장
15:10 - 15:30	観光における系譜学的なアプローチの可能性－哲学・歴史・観光 (Genealogical Approaches in Tourism)	谷川嘉浩 (京都大学院)	류은주(제주대) 윤석임(청운대)	崔勝湜 (跡見学園女子大)
15:30 - 15:50	東日本大震災被災地のスタディツアーにおける語り部ガイドの重要性 (Importance of the storyteller in the study guide tour of the Great East Japan Earthquake disaster area)	鷹咲子 (跡見学園女子大)	井出明 (追手門學院大) 류은주 (제주대)	
15:50 - 16:10	観光学の視点から考える放射能災害 (A Research of Nuclear Disaster in terms of Tourism Studies)	井出明 (追手門學院大)	林秀也 (名古屋大) 深見聡(長崎大)	
16:10 - 16:30	ホテル企業のCSR－その特殊と普遍－ (A Study on the Special and Universal of CSR Management in Hotel Company)	崔勝湜 (跡見学園女子大)	鈴木晃志郎 (富山大) 권봉현(백석대)	朴在德 (名桜大)
16:30 - 16:50	機関リポジトリ・ベースの電子ジャーナルを活用した大学の社会貢献のあり方 (Operating Repository-based Online Journal as a Way of Social Contribution of University: The first year accomplishment of JIRCL)	鈴木晃志郎 (富山大)	戸田香(神戸大) 윤석임(청운대)	
16:50 - 17:10	Informal Learning Environments in Tourism: Augmented Reality Applications	Eric Hawkinson (成美大)	현성협(부산대) 최인묵(극동대)	



목 차

2014 부산 MICE 마케팅 전략	장태순	3
■ 제1주제 : Tourism (제 1 발표장 : A1304호)		
상황 학습 이론을 적용한 국제 매너 코스웨어 설계: 해외여행 에티켓을 중심으로	이재무·김화진	31
심리적 거리에 따른 관광목적지 이미지 영향에 관한 연구	이정규	51
이슬람 투어리즘에 관한 탐색적 연구	이희열·이선경	63
해파랑길 도보여행객의 가치분석	한학진·강혜숙	76
내국인 해외 관광수요 탄력성에 대한 고찰	임은순	88
■ 제2주제 : Hotel (제 2 발표장 : A1306호)		
호텔기업 감성경영이 조직성과 및 조직충성도에 미치는 영향: 부산지역 호텔기업을 중심으로	원철식·이양희·김륜현	101
지각된 통제와 조직몰입, 일-가족 갈등 및 직장만족의 인과적 관계에 관한 연구	최현정	115
정서적 도시이미지 및 도시명품지수와 의료관광위험지각이 의료관광객의 방문의도에 미치는 영향: 메디텔 사용예정유무를 조절변수로	이은지·현성협	129
The cultural value effects on social media eWOM in the hospitality industry: A cross cultural study of comparison among China, Korea, and the USA	강선구·오창호·장해나	149
특급호텔의 문화마케팅이 기업이미지에 미치는 영향	이인영·오홍철	167
■ 제3주제 : Marine Tourism/Others (제 3 발표장 : A1205호)		
호텔 이벤트 상품의 매출기여도에 관한 연구	이상동	183
해양레저참여자들의 체험이 재미요인과 지속의도에 미치는 영향: 스쿠버다이빙 체험객을 중심으로	박상훈·전영록	189
국외여행인솔자(TC)의 고객지향성이 관계결속과 관계성가에 미치는 영향	박명서·윤정현	204
해양레저 및 관광 활동 유형별 선호도에 관한 연구	여호근·김재원	214
마리나 서비스품질 중요도-만족도에 관한 연구	심미숙	222
수요자 유형에 따른 해양관광 특성 분석	김가야·김정호	233
축제 방문객 특성별 방문행태, 성과 평가 비교: 안동국제탈춤페스티벌을 중심으로	배만규	244
■ 제4주제 : Food Service (제 4 발표장 : A1304호)		
커피전문점의 혼잡도와 체류시간 간의 상관관계에 관한 연구	김원태·박기만·김광지	259
대학생들의 정보습득 유형에 따른 식품안전 관리수준 차이 비교	김철원	270
라이프스타일이 베이커리카페 선택속성 및 구매행동에 미치는 영향	김태숙·양송자·박은아	280

국내 개별 여행객의 라이프스타일 유형에 따른 여행 중 음식점 선택속성 차이연구 박근아·정규엽	296
소셜커머스 레스토랑 상품구매자의 불평행동에 관한 연구: 불만족, 심각성, 통제가능성의 관계를 중심으로 배유나·이해영	315
■ 제5주제 : Franchise/MICE (제 5 발표장 : A1307호)	
프랜차이즈 본사의 재무상태에 관한 연구 최황택·이희열	333
서비스품질이 고객만족도 제고와 경영성과 향상에 미치는 영향: 부산도시철도 중심으로 유병웅·에릭스완슨·표진배·박대환	342
외식프랜차이즈 본사의 갈등해결전략이 관계신뢰와 해지의도에 미치는 영향 한상호·송두석·문혜선	357
컨벤션센터의 커뮤니케이션, 명성, 독특성, 구전의도 간 관계 연구: 컨벤션 참가 동기의 조절효과 최윤석·현성협	371
재생관광을 위한 탐색적 시론: 부산감천마을을 중심으로 우경진·양승훈	394
■ 제6주제 : Japanese Tourism (제 6 발표장 : 1419호)	
沖縄のクルーズ観光と振興策 (The Present Status and Promotion of Cruise Tourism in Okinawa) 朴在德	401
沖縄の世界遺産と観光 (World Heritage and Tourism in Okinawa, Japan) 塩月亮子	402
ジオパークと住民の参画意識に関する考察 (Consideration on the Resident Participation of the Geopark Concept) 深見聡	413
1920-1930년대 운젠에 있어서의 외국인객층과 집객권의 변화 (Changing Patterns in the Social Characteristics of Foreign Visitors to Unzen during the 1920s and 1930s) 鄭玉姬	423
大阪駅北地区の参加型まちづくりに関する事例研究-“グランフロント大阪”を中心に- (A case study on development of participatory communities in Osaka Station North District) 李美花	439
■ 제7주제 : International Tourism (제 7 발표장 : 1420호)	
観光における系譜学的なアプローチの可能性-哲学・歴史・観光 (Genealogical Approaches in Tourism) 谷川嘉浩	451
東日本大震災被災地のスタディツアーにおける語り部ガイドの重要性 (Importance of the storyteller in the study guide tour of the Great East Japan Earthquake disaster area) 鷹咲子	463
観光学の視点から考える放射能災害 (A Research of Nuclear Disaster in terms of Tourism Studies) 井出明	481
ホテル企業のCSR-その特殊と普遍- (A Study on the Special and Universal of CSR Management in Hotel Company) 崔勝湜	487
機関リポジトリ・ベースの電子ジャーナルを活用した大学の社会貢献のあり方 (Operating Repository-based Online Journal as a Way of Social Contribution of University: The first year accomplishment of JIRCL) 鈴木晃志郎	496
Informal Learning Environments in Tourism: Augmented Reality Applications Eric Hawkinson	514

2014 부산 MICE 마케팅 전략

MICE본부장

장 태 순

2014 부산 MICE 마케팅 전략

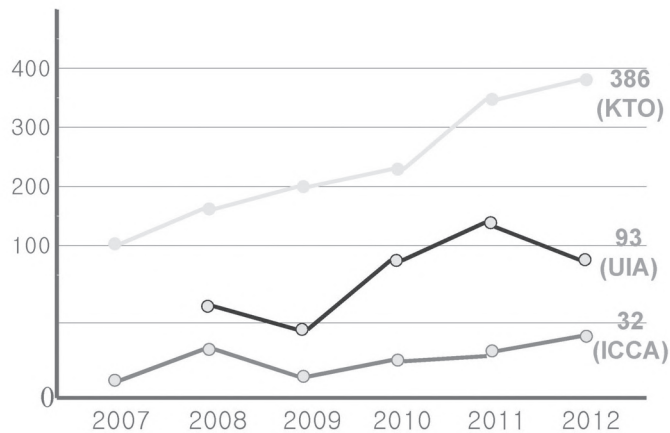


2014.05.
MICE본부장
장 태 순

2013 주요 실적

국제회의 연도별 증감

외국인 참가자 10명이상 국제회의 지속 증가세



부산관광공사 유치·지원 성과

대형국제회의의 중심 유치
→ 지역경제 기여

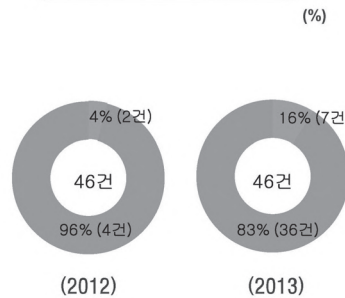
외국인 참가자 수(유치기준)



※ 내국인 평균 83만원, 외국인 281만원 소비
(2012 MICE 참가자 조사, KTO)

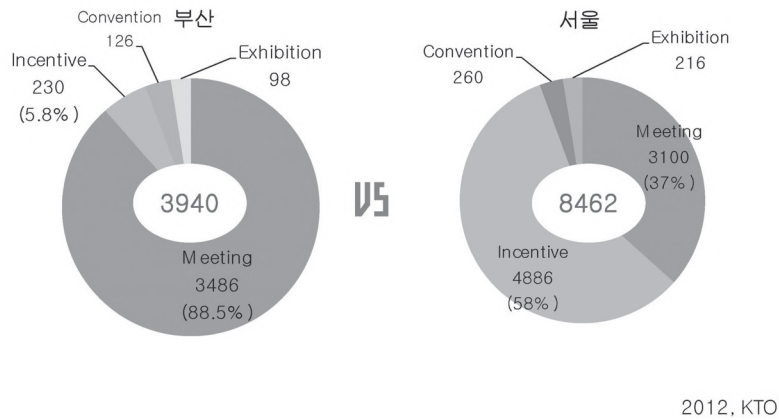
M&C, Incentive
균형발전 기초

M&C, Incentives 비율



기업회의, Incentives
M & C

※ M.I.C.E 간 비율



해외 유치 마케팅

역대 最多 해외 현지 설명/상담회 개최

해외 전시회 (6건)	IT&CM (상해), IT&CMA (방콕), ITB Aisa(싱가포르) IM EX(FFT, LV), EIBTM (바르셀로나)
유치 로드쇼 (10건)	칭다오(단독 로드쇼, 부산시 공동), 광저우, 타이베이 나고야 자카르타, 방콕, 마닐라, 호치민, 싱가포르, 쿠알라룸푸르
국제 행동 (2건)	2014 코루즈 컨벤션 (유치성공) 2017 국제관광경스포트즈관광 박람회 (관광 대기중)

※ 별도, Korea MICE Expo(1회), 주요 컨벤션 전차대회 참가 부산홍보(6회)

해외 유치 마케팅

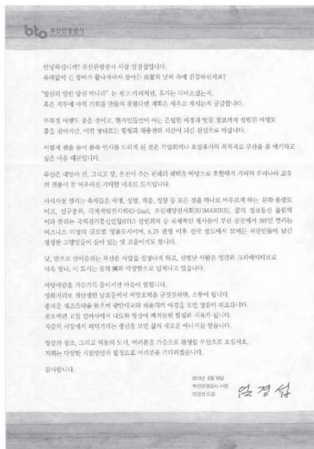
고객 DB 정비 및 부산 e-뉴스레터 발송 (10월부터 월 1회)



국내 유치 마케팅

주요 기업, 국제기구/협회 대상 DM 및 Sales Call 실시

제약, 보험사 등 154개사 DM



주요 기구, 협회 Sales Call

구분	대상
국제기구	UN 아태지역 경제사회위원회, UN 아시아 정보통신 기술교육센터, UN 재해경감 국제전략 동북아 사무소, 아시아 올림픽 평의회, 아시아 태평양 도시관광기구, 북서태평양보전 실천계획, APEC E-Learning 센터 외 다수
기업	Pan Asia Communication Co, 한국관광공사 배ijing 지사, 중국 국영 여행사 (CITS), 중국 하이텍 그룹 (CHTC), 카이나 (Kyani Inc.) 한국지부, ADT 캠프스, Hankook Media Network, KTO 동남협력단 외 다수
협회	한국 PCO 협회, 한국대기환경학회 등
기타	부산 소재 대학교, 부산 시립교향악단 등 문화공연단체

Fam Tour를 통한 부산 MICE 홍보

부산 MICE 스토리 축약 브로셔 제작 → Media 대응 → 기사화

캐나다	The Globe & Mail
인니	Tempo
미국	Preview
베트남	11개 매체

CONTENTS

- Introduction to Busan 03
- Busan MICE Planning Perfection 05
- Featured Venues 06
- About Busan 08

THE PERFECT PLACE FOR YOUR MEETING

Busan is a city of contrasts. From its modern, cosmopolitan skyline to its traditional, historic heart, Busan has everything you need for a successful meeting. The city's location, with its easy access to the sea and its proximity to the mountains, makes it a perfect place for a meeting. The city's infrastructure, with its modern hotels and conference facilities, makes it a perfect place for a meeting. The city's culture, with its traditional markets and modern shopping centers, makes it a perfect place for a meeting. The city's climate, with its warm weather and beautiful beaches, makes it a perfect place for a meeting.

A CITY WITH IT ALL

When it comes to a meeting, you need a city that has everything. Busan is a city that has it all. It has a modern skyline, a historic heart, and a beautiful location. It has a perfect infrastructure, a perfect culture, and a perfect climate. It is a city that is perfect for a meeting.

Best of Busan: What to do in Korea's 'second city'

By Frances Cha, CNN
July 29, 2013 - Updated 0225 GMT (1025 HKT)

Busan may be the most fun city in South Korea.

STORY HIGHLIGHTS

- South Korea's seaside metropolis has a laid-back vibe that separates it from Seoul.
- The country's two largest cities, however, are remarkably different places.
- Local cuisine is different than food found in other parts of the country.
- Summer swim season is from July 1 to August 31 each year.
- In the more low-key Busan, a night out usually means drinking soju with friends on the beach while watching kids play with firecrackers.

광고

부산 MICE Theme 개발

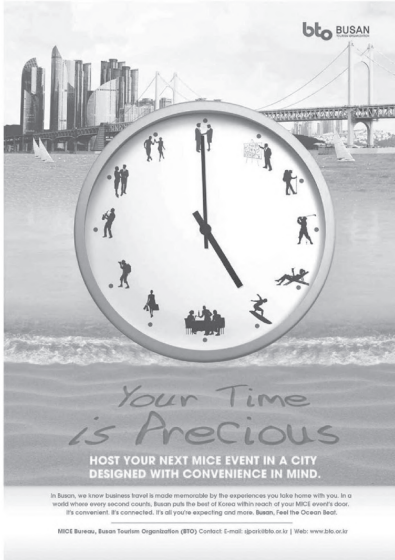
부산 · Dynamic Busan 슬로건 · 해양, 창조문화, 바이오, 융합 · 다양한 스펙트럼 (Old&New, Day&Night, Bustle & Nirvana...)	고객 니즈 · Business의 연장 · 새로운 에너지, Fun · Inspiration Seeking	경쟁도시 · 고객 지향 모토/슬로건 I♥NY, Your Singapore, Yes Tokyo... · 도시 특성 반영 Asia's world city, Asia's Biz Event Hub...
---	---	---

해양/Creative/ Fun& Inspiration 도시로서의 차별화

Feel the Ocean Beat!

Busan...beyond meetings

광고



bto BUSAN

Your Time is Precious

HOST YOUR NEXT MICE EVENT IN A CITY DESIGNED WITH CONVENIENCE IN MIND.

In Busan, we know business travel is made memorable by the experiences you take home with you. It's a world where every second counts. Busan puts the best of Korea within reach of your MICE event's clock. It's convenient. It's connected. It's all you're expecting and more. Busan. Feel the Ocean Beat.

MICE Busan, Busan Tourism Organization (BTO) Contact E-mail: sp@bto.or.kr | Web: www.bto.or.kr



Busan, Feel the Ocean Beat

The "we've got it all" approach of the South Korean coastal city of Busan has made the destination a first choice for MICE event organizers.

Busan is just two hours and ten minutes south of Seoul by high-speed train, or a short flight from many cities around Asia. Defined by its coastline and bayside, the city offers planners first-rate convention facilities, some of the region's best shopping, fantastic beach scenes, vibrant nightlife, and world-class entertainment.

The city's biggest draw is arguably the Busan Exhibition and Convention Center (BEXCO), which serves as the city's major event venue. Last year BEXCO opened a new hall with over 100,000 sqm of space, just in time to host the 2014 Asia Pacific International Convention. The five-day event was the largest to be hosted in Busan with more than 12,000 delegates flying in from over 120 countries.

Another proud part of the city is the Namgyeong APCC House, which hosted presidents and prime ministers from 21 Pacific rim countries in 2006. Situated at the famous coastline, the three-story APCC House has spacious meeting halls and event spaces that continue to be a popular choice thanks to stunning views of the sea and Busan's famed Diamond Bridge.

Indeed, Busan's coastal location means that visitors can enjoy a range of waterports, from surfing and jet skiing to sailing and scuba diving. The city also offers several scenic tribulations, including Korea's largest river, the Nakdong River, which winds its way for 525 km and is home to several sandbars where visitors can observe migratory birds.

The events that make the ocean part of the experience, APCC House has a pool available for offshore meetings. On land, the spacious Busan Aquarium can bring displays up close and personal with some of the ocean's most magnificent predators by offering diving options in the aquarium's shark tunnel.

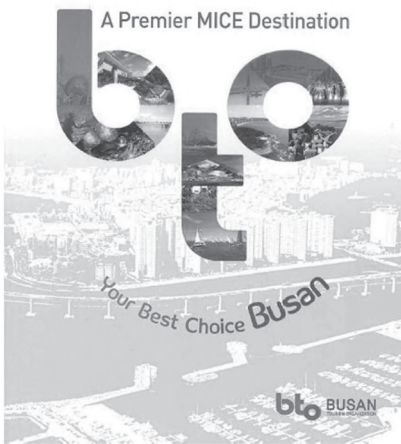
One of the main reasons more people are choosing Busan for events and conventions is the city's unique offerings that are hard to replicate elsewhere. With MICE Busan director Hugh Kim, "Busan is the destination meeting point of activity, alive with creativity, colour, sounds and tastes. We have it all from the sea, mountains and rivers. You can feel the rhythm of the ocean day and night."

MICE Busan, Busan Tourism Organization (BTO)
 Tel: +82 51 780 2150
 Fax: +82 51 780 2155
 E-mail: bto@bto.or.kr

기타 홍보물

(Meeting Planner's G-Book)

www.bto.or.kr



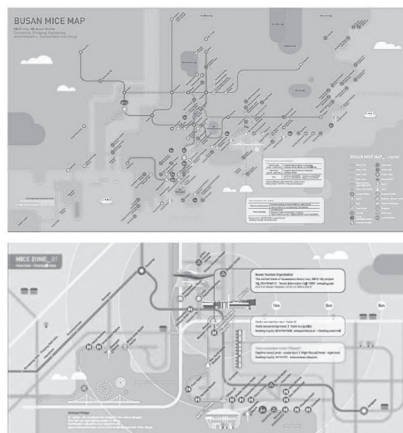
A Premier MICE Destination

bto

Your Best Choice Busan

bto BUSAN

MICE MAP

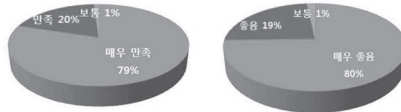


MICE 참가자 관광 활성화

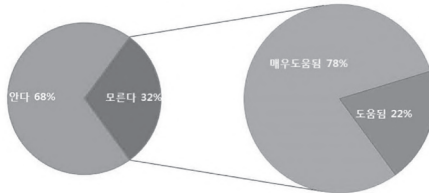
MICE KIT

관광 할인 쿠폰 Kit (할인쿠폰북 + 마이스맵 + 기념엽서+색동지갑)
은행, 택시, 재래시장 등 포함 65개 업체 참여

마이스키트 안내 만족도 마이스키트 구성 만족도



부산인지도 및 홍보데스크 운영효과



MICE 참가자 관광 활성화

인구총회, WCC 등 관광/문화체험 센터 운영

디자인 개선
16개 주요 Convention 행사 지원



MICE 참가자 관광 활성화

인구총회, WCC 등 관광/문화체험 센터 운영
(한복/다도/서예 등 체험 및 기념품 판매, 관광안내)



MICE 참가자 관광 활성화

관광프로그램 개발

기존 관광프로그램 외, 자전거 투어 등 신규 개발/도입
PCO 협력 프로젝트로 종합 관광프로그램 개발중



MICE 참가자 관광 활성화

관광프로그램 개발

외국인 위주 식음료점 DB 구축 및 Mapping (PCO 협력 프로젝트)



MICE 참가자 관광 활성화

관광프로그램 개발

주요 명소 소개 영문 오디오 파일 제작



제작 내용(테마별 관광 프로그램)

1. 국제회의의 도시 부산
2. 영화의 도시 부산
3. 부산 근현대사의 아픔을 담은 산복도로투어
4. 새로운 '맛의 도시' 부산-국제시장
5. 산이 많아 명산, 부산 명산 투어
6. 대한팔경, 달맞이 고개 여행
7. 크루즈의 도시 부산

...

Young MICE단

MICE홍보단 ▶ Young MICE團

단순 MICE 홍보에서 MICE 관련 입체적/종합적 경험 위주 전환



2013

부산 Young MICE 기자단
MICE 고등학생 멘토링
부산 유니브 엑스포 참가
국제회의 발굴단
MICE 대학생 캠프

Young MICE단

Youth Convention 기획 / 운영

- 2013 아시아필름아카데미 (Asia Film Academy)
- 2013. 9.26 ~ 10.13
- 사업비 33,000천원 (국비)



2014 부산 MICE 마케팅 전략

MICE 환경 - 경제

선진국 경제 회복세

실질적 세계 경제 견인은 아시아
(중국 및 동남아)

위안화 지속 강세

국제유가는 하향 안정화

	2012	2013		2014	
	연간	상반기	하반기	연간	연간
세계경제(PPP)	3.3	2.9	3.2	3.1	3.4
선진국	1.2	1.1	1.8	1.5	2.1
미국	2.2	1.5	1.7	1.6	2.5
일본	2.0	0.8	3.0	1.9	1.3
유로	-0.6	-0.9	0.1	-0.4	0.9
개도국	5.0	4.7	4.6	4.7	4.6
아시아	6.4	6.2	6.0	6.1	6.0
중국	7.7	7.6	7.6	7.6	7.4
인도	5.1	4.6	4.3	4.5	4.3
중남미	3.0	3.4	3.0	3.2	3.0
브라질	0.9	2.6	2.3	2.5	2.3
중동·북아프리카	5.2	3.7	3.3	3.5	3.4
아프리카(사하라이남)	4.8	4.3	4.7	4.5	4.7
러시아	3.4	1.4	2.3	1.9	2.4
동구	1.9	2.3	2.6	2.5	2.9
엔/달러 환율(평균)	80	96	99	97	101
달러/유로 환율(평균)	1.29	1.31	1.34	1.32	1.30
위안/달러(평균)	6.31	6.19	6.12	6.15	6.04
국제유가(두바이, 달러/배럴)	109.1	104.5	104.0	104.2	100

주 : 성장률은 PPP, 전년동기비 기준. 환율, 유가는 평균치임.

LG 경제연구원

MICE 환경 – 글로벌 경쟁

각국 주력 산업화

싱가폴

정부 주도, 복합리조트로
MICE 산업의 강자로 포지셔닝

- 마리나베이샌즈, 리조트월드센토사
- 개인 레벨의 서비스 강화
Uniquely Singapore → Your Singapore
- IN2015 : 정보통신 기반 관광안내 서비스
EASE :공항도착 이후 최적루트 제공

중국

세계관광강국을 지향,
관광산업의 국가성장 동력화

- 독일과의 제휴를 통한 선진노하우 습득
* 광조우 (Reed), 상해(메세)
- 도시 이미지 MICE 산업 연계
※ 상해-금릉/무역중심지 및
글로벌 기업의 현지공장 방문 연계
중국최대 컨벤션 추가 건설중 (상해)

일본

MICE 각분야 유치 노력

미팅, 인센티브, 컨벤션, 이벤트, 전시회 등을
포함하는 MICE 액션플랜 책정

도쿄 MICE 활성화 방안 용역중(노무라)
지원금 규모 확대

기타

- 홍콩 : 테마파크((디즈니랜드) 확장계획
세제 감면 (숙박료, 말코율 등)
- 말레이시아 : Twin Deal
MICE 참가자-기념품, 전통공연, 신속통관,
경찰경호, 일부 식음료비 지원
- MICE 유치업체 -항공권/숙박권, 식사권 등

MICE 환경 – 국내 경쟁

국내경쟁 심화

구분	설립형태 / 설립연도
대구 컨벤션뷰로	2003.04. (사단법인)
제주 컨벤션뷰로	2005.03. (사단법인)
강주관광 - 컨벤션뷰로	2007.10. (사단법인)
서울관광마케팅 (KTM)	2008.04. (주식회사형 지방공기업)
경기관광공사 - 경기컨벤션뷰로	2011.7.28 (CVB신설)
인천도시공사 - 인천컨벤션뷰로	2011.12.28. (지방공기업)
경남컨벤션뷰로	2012.4 (CVB신설)
대전마케팅공사	
부산관광공사 - 컨벤션뷰로	2012.12.1 부산관광공사출범 ※2005년 1.15 (사)컨벤션뷰로 설립 운영
경주컨벤션뷰로	2013년 설립

난립 컨벤션 센터 유치지원금 경쟁 제갈 깎기 부메랑

실제 지난해와 올해 부산시와 부산관광공사, 벅스코는 경쟁도시의 과도한
지원금 공세에 밀려 행사 유치를 포기
한 사례가 잇따르고 있다.

지자체 우후죽순 신·증설
10배 넘는 유치지원금 베풀
적자 보고도 행사유치 나서
벅스코, 다 잡은 회의 놓치기도

BUSAN.com

MICE 환경 - 2014 부산 개최 주요 회의

세계 한상 대회(3,500), 국제 크루즈 컨벤션(2,000),
국제해양/극지공학 학술대회(1,000), 특허청장 회의
인센티브/기업회의
(우센지, 3,200명, 암웨이 20,000명, 카야니 4,000명 등)

2014 ITU 전권회의

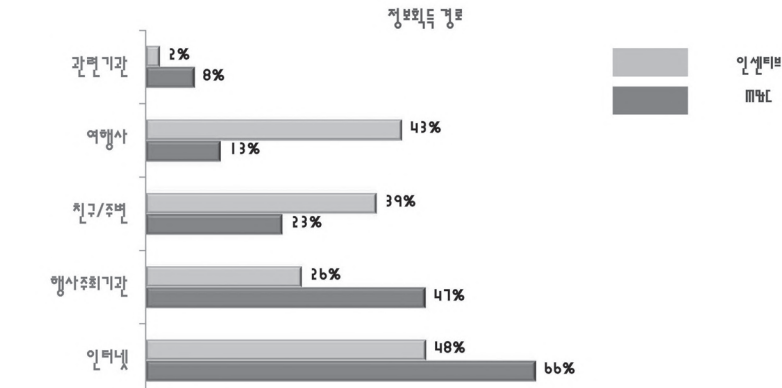
bto 부산관광공사
Busan Tourism Organization

행사명	2014 부산 ITU 전권회의 2014 International Telecommunication Union Plenipotentiary Conference	
일시	2014.10.20 ~ 11.7, 3주간	
장소	벡스코	
참가인원	150여명의 장·차관급을 포함한 정부대표단 3천여명 ICT 엑스포 등 특별 행사 참관객 30만여명	
주최	미래창조과학부	
주관	국제전기통신연합(ITU)	
주요행사	ICT 엑스포, 글로벌 ICT 컨퍼런스, 스마트 한류문화 축제 등 대규모 특별 행사 개최 예정	

MICE 환경 - 방문자 정보획득

M & C 참가자는 인터넷, 주최기관

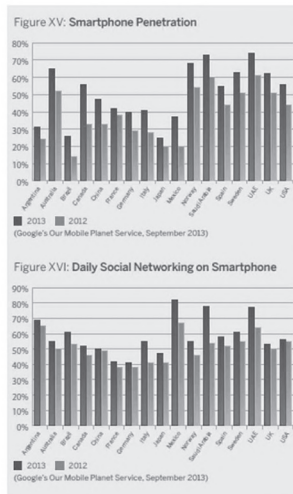
기업회의/Incentive 참가자는 인터넷, 여행사 순



※ MICE 참가자 대상 조사 (KTO)
- '12.1 ~ 12
- 부산 포함 한국내 MICE 참가 외국인 8,443명 대상

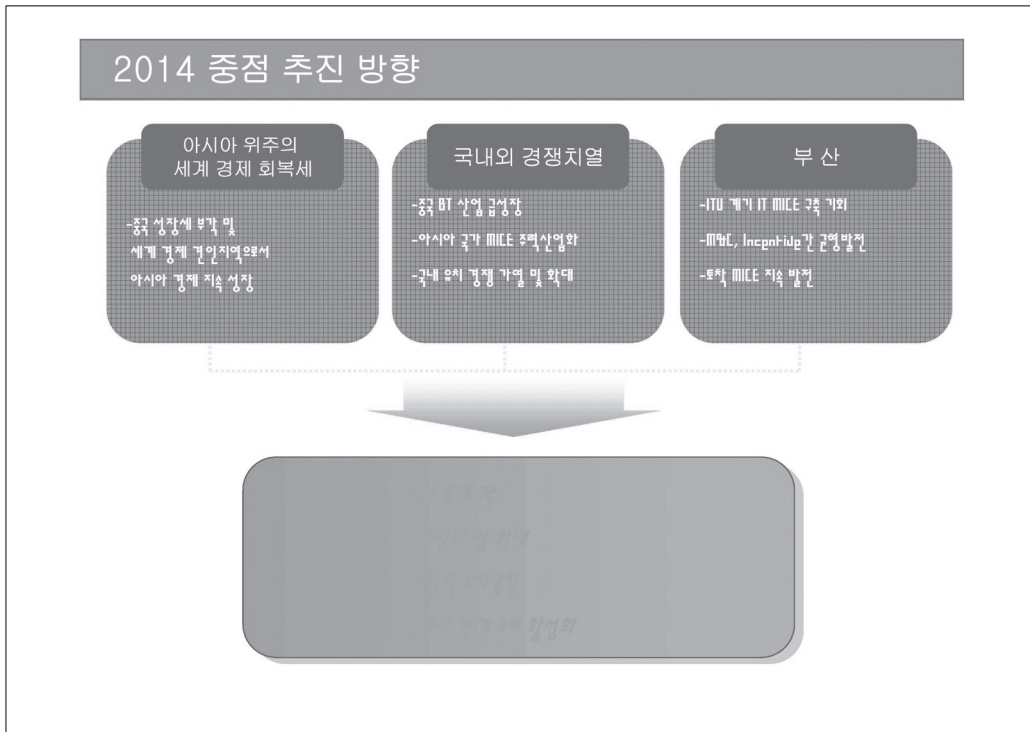
MICE 환경 - 고객환경 스마트화 가속

스마트폰 보급 확대 및 일상화 가속



Meetings Program Categories	From				
	North America	Europe	Central/South America	Asia	Global Hoteliers
Budget challenges	3.4% ▲	3.1% ▲	1.7% ▲	3.6% ▲	2.6% ▲
Safety & security	1.8% ▲	2.2% ▲	2.4% ▲	2.6% ▲	2.3% ▲
Local meetings	2.7% ▲	4.1% ▲	4.2% ▲	0.0% ▶	2.8% ▲
Destination driven meetings	0.9% ▲	0.6% ▲	2.0% ▲	0.8% ▲	1.4% ▲
Family friendly meetings	1.3% ▼	2.2% ▼	2.5% ▼	1.5% ▼	0.0% ▶
Adding meeting content to incentive trips	1.2% ▲	1.2% ▲	2.3% ▲	2.4% ▲	2.3% ▲
CSR/Charitable Activities	2.0% ▲	0.0% ▶	0.9% ▲	1.4% ▲	1.3% ▲
Green/paperless meetings	2.4% ▲	0.0% ▶	0.0% ▶	1.5% ▲	1.8% ▲
Use of social media	4.0% ▲	2.5% ▲	1.3% ▲	3.2% ▲	5.6% ▲
Use of mobile apps/meeting-specific apps	4.9% ▲	3.2% ▲	2.6% ▲	4.0% ▲	6.1% ▲

(Sources: American Express North American, European, Asia Pacific and Central/South America Surveys, September 2013)

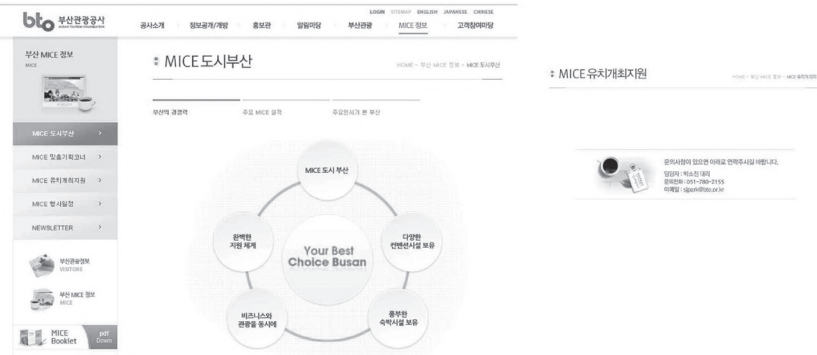


2014 중점 추진 방향

I 스마트 MICE 토대 구축

1-1. MICE 홈페이지 1차 개편 ('14.1월)

(현재)

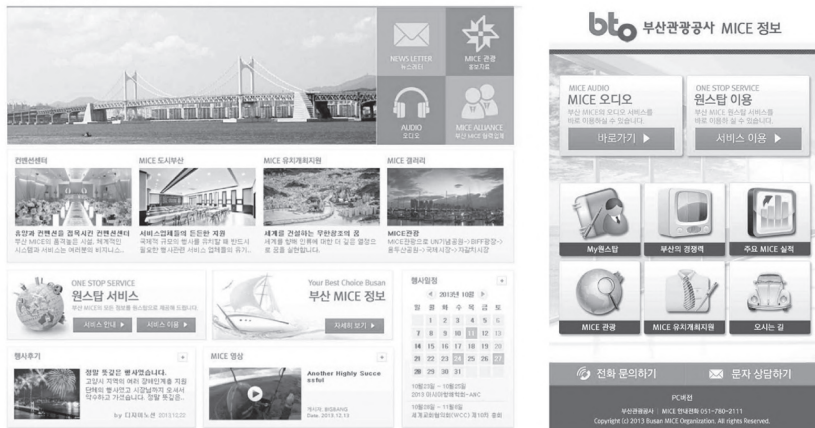


2014 중점 추진 방향

I 스마트 MICE 토대 구축

1-1. MICE 홈페이지 1차 개편 ('14.1월)

(개편 후)



2014 중점 추진 방향

I 스마트 MICE 토대 구축

1-1. MICE 홈페이지 1차 개편 및 모바일페이지 구축 ('14.2월)



2014 중점 추진 방향

온라인/ 모바일 페이지

주최자 지원 정보 및 시뮬레이션을 통한 지원금 등 사전예측

- 국제회의/컨벤션, 인센티브 등 고객중심 지원사항 정리 및 시뮬레이션 시스템 완비

주요 콘텐츠 다운로드 및 활용

- 마이스맵, 관광 오디오 및 안내자료, 식음료 DB 등 참가자 지원 콘텐츠

- 각종 지원서류

해외 DB, Trend 등 공유 및 사이버 의견나눔장(MICE Alliance)

- MICE Alliance 회원들에게 적시 정보 제공 및 공유 (등급별 차등)

2014 중점 추진 방향

I 스마트 MICE 토대 구축

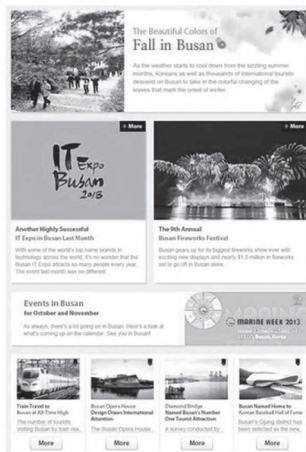
1-2. 스마트 컨벤션 프로그램 시범 적용



2014 중점 추진 방향

I 스마트 MICE 토대 구축

1-3. e-Letter 확대



영문 10회

중문 4회

2014 중점 추진 방향

II 유치 소스 다양화

2-1. 전략적 주최자 관리 강화

- 駐韓 국제기구 (일본 270, 태국 133, 싱가포르 86, 필리핀 75, 한국 43)
- 국내 연도대회 대상사 (제약, 보험, 보안회사 등)
- 해외 DMC, 대형 여행사
- 부산 MICE 앰배서더 (연 1회 → 연 3회 공식모임)
- 공동 마케팅 강화 (호텔, 학/협회 등)
 - 5백명 이상 참가회의 유치시 BTO 유치 지원 강화
 - MICE 얼라이언스 분과별 협의체 분기 운영

※ 2014 MICE 운영 관련



'10. 10 출범, 125개

영업 목적 등록사, 참석율 Zero 사 등

공동 마케팅이 어려운 구조

Alliance 혜택, 의무 등 개편 및 2014 신규 모집

공동 마케팅

분과별 모임 활성화

2014 중점 추진 방향

II 유치 소스 다양화

2-2. UIA, ICCA DB 활용, 잠재고객 발굴

Search	Database	Database Type	Database Content	Database Description
Name	Database	City	Country	Address
1. Annual Conference	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
2. Annual Congress	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
3. Annual Conference	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
4. Annual Congress	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
5. Annual Conference	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
6. Annual Congress	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
7. Annual Conference	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
8. Annual Congress	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
9. Annual Conference	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
10. Annual Congress	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
11. Annual Conference	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
12. Annual Congress	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
13. Annual Conference	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
14. Annual Congress	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
15. Annual Conference	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
16. Annual Congress	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
17. Annual Conference	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
18. Annual Congress	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
19. Annual Conference	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium
20. Annual Congress	International Association of Universities	WIS	Belgium	WIS, Belgium

Series List	Records in result: 20
1. 6014548 # ASCOBANS Advisory Committee Meeting	
2. 6018000 # Asian World Asia #	
3. 6014513 # Annual Conference on International Port Security	
4. 6006519 # Annual General Meeting of the Asian Shipowners' Forum -ASF-	
5. 6013859 # Annual Larval Fish Conference -ALFC-	
6. 6015070 # Asia CementTrade #	
7. 6015186 # Asia Offshore and Petrochemical Markets Conference	
8. 6021236 # Asia Pacific Marine Biotechnology Conference -APMBC #	
9. 4087001 # Asian Fisheries Forum -AFF-	
10. 6015447 # Baltic Sea Marine Geological Conference	
11. 6010209 # Coastal Zone Asia Pacific Conference -CZAP #	
12. 2970101 # Conference of the International Congress of Maritime Museums -ICMM-	
13. 6013442 # Conference of the International Society for Salt Lake Research	
14. 6013775 # European Conference on Marine Natural Products -ECMNP-	
15. 6008076 # European Conference on Marine Natural Products -ECMNP-	
16. 6013728 # Feroe Litterature Conference -FLC-	
17. 6002052 # Feroe Litterature Conference -FLC-	
18. 6024214 # Gas Puffing Ship Conference -GPS-	
19. 6003138 # IFAC Conference on Manufacturing and Control of Marine Craft -IFACMC #	
20. 6005823 # International Brachycephalus Congress	

2014 중점 추진 방향

II 유치 소스 다양화

2-3. UIA, ICCA 부산소재 등록협회 국제회의 육성

1. Asia Pacific Tourism Association	ICCA Data Series	Records in result
2. Action Plan for Protection, Development and Management of the Marine E	The gray coloured profiles may be incomplete or not up to date.	# of 1
3. Busan University of Foreign Studies	Series List	
4. Asian Film Commissions Network	1. 6020869 # Asia Teaching English as Foreign Language International Conference -ASIA TEFL-	
5. Asian Society for Mitochondrial Research and Medicine	2. 6011613 # General Assembly of the Tourism Promotion Organization -TPO-	
6. Asian Association of Teachers of English as a Foreign Language	3. 6011107 # Scientific Meeting of the Asian Society for Mitochondrial Research and Medicine -ASMRM-	
7. Asia Pacific Society for Sexual Medicine	4. 6025921 # Asian Federation of Middle East Studies Associations -AFMA- Conference	
8. World Committee of Maritime Culture Institutes	5. 6001755 # Biennial Meeting of the Asia Pacific Society for Sexual Medicine -APSSM-	
9. Institute of International Maritime Affairs	6. 6006284 # Conference of the Asia Pacific Tourism Association -APTA-	
10. Institute for Southeast Asian Studies	7. 6019584 # East Asian Workshop for Marine Environment and Energy -EAWMENZ #	
11. Tourism Promotion Organization for Asia Pacific Cities	8. 6009266 # International Conference on Finite or Infinite Dimensional Complex Analysis and Applied -ICFIDCAA-	
	9. 6002119 # International Congress on Medical and Applied Malacology	
	10. 6019744 # APEC Climate Symposium -APCS-	

2014 중점 추진 방향

III MICE 안정적 성장기반 강화

3-1. 부산...도시 인지/호감도 제고

- 영화/드라마 부산 Footage 활용 홍보영상 제작 (~'14.2)



2014 중점 추진 방향

III MICE 안정적 성장기반 강화

3-1. 부산...도시 인지/호감도 제고

- U-Tube, 블로그 활용 홍보 ('14.5 ~'10)



- MICE Alliance 공동 광고/기사 게재 추진
- 해외전략 매체 선정 및 패키지 딜

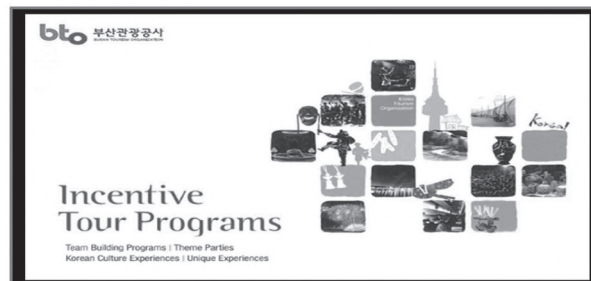


2014 중점 추진 방향

III MICE 안정적 성장기반 강화

3-2. 기업회의/인센티브 대응체제 구축

- 관광 → 팀빌딩, 사세과시, Creativity 관련 활동 니즈 대응
-부산 Incentive 프로그램 정리, 책자화 및 홍보



2014 중점 추진 방향

III MICE 안정적 성장기반 강화

3-3. 전략산업 연계 인큐베이팅 MICE 발굴/지원 강화

- '13년 : 인큐베이팅(2)-정착화(3)-지역특화(2)
'14년 : 인큐베이팅 MICE 지원 대폭 강화 및 지원조건 완화



2014 중점 추진 방향

IV MICE 참가자 연계소비 활성화

4-1. MICE KIT → MICE 카드사업 ('14년 또는 '15년)

- 교통카드 기능 포함, 실질적 (한도내) 체크카드 기능



- 한계점/문제점
- 자조한 외국인 발급률
 - 가맹점 범위의 제한(식당, 숙박)으로 인한 낮은 매력성

외국인 사용 편의성
극대화 및

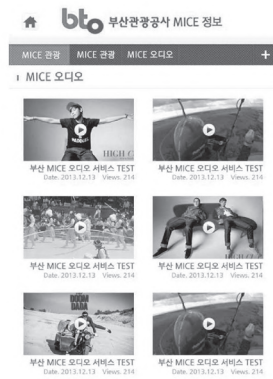
MICE 참가자 소비행태
분석과 연계

2014 중점 추진 방향

IV MICE 참가자 연계소비 활성화

4-2. 참가자 대상 사전 부산매력 Sales ('14년 2월~12월)

- 주최자 협업하, 부산 관광 정보 사전 제공 시스템 구축



2014 중점 추진 방향

IV MICE 참가자 연계소비 활성화

4-3. 호텔 MICE 투숙객 관광지원 ('14년 4월~12월)

- 주요 단체 대상 부산 관광 지원제도 시행
- '14.1Q : 지원방안 수립 및 모집 (1~2백만원 단체 관광지원)
- 주요 MICE 참가자 대상 Thank you Letter



2014 중점 추진 방향(요약)

I 스마트 MICE 토대 구축

- MICE 홈페이지/모바일페이지 구축 및 정보 포털화
- 스마트 컨벤션 프로그램 시범 적용
- E-Letter 버전 다양화 및 확대시행

II 유치 소스 다양화

- 전략적 주최자 관리 강화
- UIA/ICCA DB활용, 잠재고객 발굴
- UIA/ICCA 부산소재협회 회의발굴

III MICE 안정적 성장기반

- 부산 인지/호감도 제고
- 기업회의/인센티브 대응체제 구축
- 지역특화 MICE 인큐베이팅 강화

IV MICE 참가자 소비 활성화

- MICE 카드 사업, 시범 실시
- 참가자 대상 사전정보제공 시스템
- 호텔 MICE 투숙객 관광지원



감사합니다.
Thank you

제 1 주제 : Tourism

■ 제 1 주제 : Tourism (제 1 발표장 : A1401호)

시 간	논 제	발표자	토론자	좌장
15:10 – 15:30	상황 학습 이론을 적용한 국제 매너 코스웨어 설계: 해외여행 에티켓을 중심으로	이재무(부산교육대) 김화진(경남정보대)	장태선(영산대) 최상수(세명대)	임은순 (세종대)
15:30 – 15:50	심리적 거리에 따른 관광목적지 이미지 영향에 관한 연구	이정규(신한대)	이상미(세명대) 이정원(신한대)	
15:50 – 16:10	이슬람 투어리즘에 관한 탐색적 연구	이희열(세종사이버대) 이선경(세종대)	윤병국 (경희사이버대) 장병주(영산대)	
16:10 – 16:30	커피브레이크			
16:30 – 16:50	해파랑길 도보여행객의 가치분석	한학진(한남대) 강혜숙(관동대)	최현정(백석대) 최영준(동명대)	이기종 (경희대)
16:50 – 17:10	내국인 해외 관광수요 탄력성에 대한 고찰	임은순(세종대)	이우진(백석대) 이정규(신한대)	

상황 학습 이론을 적용한 국제 매너 코스웨어 설계

－ 해외여행 에티켓을 중심으로 －

Design of Courseware for Global Manners Based on Situated Learning Theory

- Focused on Overseas Trip Etiquettes -

이재무* · 김화진**

Lee, Jaemu · Kim, Hwa-Jin

ABSTRACT

The purpose of this study was to develop an online courseware for learning overseas traveling etiquette. This is an area where practice is more important than theory; therefore, individualized training that is appropriate to the differing situations that each student faces, to their learning levels and needs is necessary. Learning that considers individual differences and can increase the application of knowledge in actual situations is required through repetitive exercises in an environment similar to the real world. This study introduces a situated learning theory whose purpose is to improve the problem solving ability of students in real-life situations, and develops a courseware for individualized education which takes individual differences into account. To actualize situated learning, the learning content has been designed using situational simulations and procedural simulations. In addition, effective teaching and learning strategies have been applied to the courseware. The developed courseware was evaluated by students majoring in Computer Education. The courseware has educational values and received the highest evaluation for learning through the presentation of example situations and practice. This courseware can realize self-directed learning through interactions which are characteristic of computers. Through virtual exercises, it can cultivate both cognitive and procedural knowledge appropriate to the practice of proper etiquette for overseas trips.

Key words : 국제 매너(Global Manner), 해외여행 에티켓(Overseas trip's Etiquette), 상황 학습(Situated Learning), 온라인 학습(Online Learning), 코스웨어(Courseware)

I. 서 론

현대인들의 여가 생활에 대한 관심과 욕구는 점차 높아지고 다양화되고 있으며 관광이 차지하는 비중이 증대되어 일상생활의 한 부분을 차지하고 있다(최승일·김동일, 2007). 이는 국민 경제의 지속적인 성장과 개인의 여가관의 변화와 함께 개인의 삶의 질에 대한 가치 추구하고 맞물려 나타나고 있는 현상이라 할 수 있다(윤인해, 2011). 특히 주 5일 근무로 인한 여가 시간 증가와 경제적 여유로 인하여 해외여행이 증가하고 있다(윤람, 2008). 최근 들어 여행경험의 증가 및 인터넷을 통한 정보 획득과 공유 확산 등의 영향으로 여행사가 주도하는 단체 여행 형태에서 고객이 주도적으로 여행 계획을 세우는 개별 자유여행 형태가 새로운 트렌드로 부상하고 있다(이상훈·고동완, 2012). 그러나 우리나라의 관광 에티켓 의식 수준은 아직 선진국에

* 부산교육대학교 컴퓨터교육과 교수, 연구관심 분야 : 교육 온토로지, 교육 시스템, jmlee@bnue.ac.kr

** 경남정보대학교 항공관광과 교수, 연구관심 분야 : 항공관광마케팅, 항공서비스, csall@eagle.kit.ac.kr(교신저자)

진입하지 못하고 있는 실정이다. 여행 가격 비교 사이트 스카이스캐너가 최근 5년간 해외여행 경험이 있는 만 18세 이상 한국인 여행자 1000명을 대상으로 '공항 에티켓 설문조사'를 실시한 결과 38.9%의 응답자가 상대방을 배려하지 않는 여행자들로 인해 불편함을 느낀 적이 있고 응답하였다. 취업 포털 잡코리아와 유학문이 해외방문 경험이 있는 직장인 670명을 대상으로 '우리나라 국제 매너 수준'에 대해 설문한 결과, '해외 현지에서 우리나라 사람들이 에티켓을 잘 지키고 있느냐'는 질문에는 '지키지 않는다.'는 응답이 57.6%로 과반수를 차지했다. '해외서 한국사람 창피할 때' 조사 결과를 본 네티즌들은 "해외 나가서 나라 망신시키는 일 없었으면 좋겠다.", "해외서 한국사람 창피할 때 많다. 자랑스러워 할 수 있도록 에티켓 정도는 지켰으면 좋겠다.", 등의 다양한 반응을 나타냈다.

해외여행은 국내여행과는 달리 여행수속 및 통관절차가 복잡하고 여행기간이 길며 언어, 기후, 교통, 시설 등의 사회적, 문화적 차이가 달라 관광활동이 쉽지 않다. 한국인들의 해외여행 시 이러한 에티켓 문제들이 도출되는 배경에는 사회 문화적 차이도 일부분 차지한다. 예를 들면 일본에서는 국수를 먹을 때 소리를 내면서 먹는 게 좋은 매너이지만, 영국이나 한국에서는 무례한 것으로 통한다. 따라서 나라마다 에티켓이 달라 해외 여행객들은 혼란을 겪기 쉽고 이에 대한 교육이 여행 전에 필요하다. 해외여행 시 필요한 에티켓은 방문 나라에 따라 다르며, 방문자의 입장에 따라 각기 다르므로 개별화 교육이 필요하다. 또한 실제와 유사한 상황에서 간접 경험을 통한 실습이 요구된다. 이를 위해서는 컴퓨터 기반 코스웨어를 활용한 개별화 교육이 필요하다.

해외여행은 국내여행과는 달리 여행수속 및 통관절차가 복잡하고 여행기간이 길며 언어, 기후, 교통, 시설 등의 사회적, 문화적 차이가 달라 관광활동이 쉽지 않다. 한국인들의 해외여행 시 이러한 에티켓 문제들이 도출되는 배경에는 사회 문화적 차이도 일부분 차지한다. 현재 관광 교육은 늘어나는 교육 수요에 비하여 현재 개설되어 운영되고 있는 교육과정의 수가 적고 과정의 난이도나 내용이 다양하지 못하여 다양한 관광 교육의 수요를 반영하기에는 한계가 있다. 또한 개설 시기나 교육지역 및 장소가 한정되어 있어 교육요구가 있더라도 실제 교육 기회와 성공적인 수료가 어려운 현실적인 문제가 따르는 것으로 분석되었다. 따라서 오프라인 교육 체제의 단점을 극복하고 교육 수요자의 폭을 제한하지 않으면서 시공간의 제약을 극복할 수 있는 온라인 교육의 필요성이 있다(김민음·장혜정·문보영, 2013; 장은영, 2004).

정보통신 기술 발달로 인한 이러닝 활성화로 다양한 분야에서 온라인 교육을 위한 많은 코스웨어들이 개발되고 있다. 관광 교육을 위한 컴퓨터 기반의 온라인 교육과정의 필요성이 증대 되고 있음에도 불구하고, 관광 분야에서는 온라인 학습 교육과정이 다른 교육 분야에 비하여 상대적으로 부족한 실정이다. 특히 관광 에티켓 교육을 위한 코스웨어는 거의 없는 실정이다. 한편 많은 코스웨어들이 개발되어 있으나 코스웨어의 학습 효과가 높고 학습의 질이 좋은 코스웨어는 부족한 실정이다. 이는 코스웨어에 표현된 교수전략이 부족하기 때문이다(Hannafin & Peck, 1988). 이에 따라 Keller(1999)와 Shivkumar(2006)는 코스웨어에서 학습의 효율을 높이기 위하여 효율적인 교수전략의 도입이 필요함을 주장하고 있다.

따라서 본 연구에서는 교육 이론을 적용하여 온라인 관광 교육을 위한 코스웨어를 설계하고자 한다. 해외여행 에티켓 학습은 학습자마다 처한 입장, 학습 수준 및 요구 사항이 달라 개별화 교육이 필요하고, 실습이 중요한 실천 영역이다. 따라서 실제와 유사한 가상 환경에서 간접 경험 학습을 통하여 실제 상황에서 적용력을 높이는 학습이 필요할 것이다. 본 연구에서는 실제 상황에서 문제 해결력을 높이기 위하여 상황 학습 이론을 도입하여 개인차를 고려한 개별화 학습을 지원하는 온라인 코스웨어를 설계하고자 한다.

본 연구의 학습 문제를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 해외 여행 에티켓 학습을 위한 온라인 코스웨어를 설계한다.

둘째, 개발된 코스웨어를 평가 준거를 기준으로 평가한다.

II. 이론적 배경

1. 국제매너

우리는 자주 에티켓과 매너라는 말을 혼동하면서 사용하고 있다. 프랑스어인 에티켓(Etiquette)은 ‘예의범절’을 뜻하며 사회생활에 필요로 하고 있는 관행, 관습을 형식화하여 이를 지침으로써 사회생활이 원만하게 운영되도록 하는 하나의 불문율로써 행동기준인 것이다. 반면 매너(Manner)는 에티켓을 행동으로 나타내는 것이다. 따라서 에티켓은 형식이며 매너는 방법인 것이다. 사람을 만나면 ‘인사를 한다.’는 것은 에티켓이며, 그 인사를 경망스럽게 하느냐 공손하게 하느냐는 매너의 문제이다. 따라서 매너는 일상생활 속에서 에티켓을 적용하는 방식을 말한다(박한표, 2004).

교통수단의 발달로 항공기를 이용하면 세계는 일일 생활권이며 나라의 경계가 없는 국제화 시대를 맞이하고 있다. 다른 나라를 방문하게 되면 문화가 다른 타민족, 타인종을 만나는 경우가 많은데 문화적 차이로 인해 상대방의 행동을 오해하게 되는 경우가 많다. 이를 줄이기 위해서는 이(異)문화 커뮤니케이션인 국제매너를 이해하고 실천하는 것은 무엇보다 중요할 것이다. 세계화를 강조하는 요즘 한국의 교육에 필요한 교과목으로 국제매너의 중요성을 강조한 연구(김재식, 2003; 엄문자·류미현, 2004 배상남·서현, 2013)들이 있으나 현재 국제매너와 관련하여 대학교에서는 교양과목으로 이를 교육하고 있다.

국제매너에는 인사매너, 커뮤니케이션 매너, 복장매너, 사교매너, 테이블 매너, 공공생활매너, 여행매너, 직장매너 등이 있다. 국제매너 중 여행 매너와 관련하여 해외여행 시 필요한 에티켓은 방문 나라에 따라 다르며, 방문자의 입장에 따라 각기 다르므로 개별화 교육이 필요하나 이론 수업이 대부분이다.

2. 상황 학습 이론 (Situated Learning Theory)

상황 학습 이론(Situated Learning Theory)은 구성주의 철학에 기본을 두고 Dewey의 경험주의 학습에 근거한 이론이다. 구성주의의 기본 가정은 ‘학습은 학습자의 경험에 기초하여 학습자의 머릿속에서 구성되는 것’이라는 것이다. 따라서 구성주의에서는 학습이란 개인적인 지식 구성 과정으로 현실과 유사한 맥락에서 학습이 이루어질 때 그야말로 실제로 활용할 수 있는 지식을 획득할 수 있다는 것이다. 학습자가 지식이 발생되고 구성되는 상황에 능동적으로 참여함으로써 지식과 기술이 자발적으로 이루어지며, 지식은 그 지식이 적용될 상황 속에서 가르치고 그 상황을 통해 일반화 될 때 유의미하고 가치를 지닌다는 가정에 바탕을 두고 있다고 하였다(Duffy & Jonassen, 1991). 상황주의 학습을 처음 주장했던 Brown(1989) 등은 지식이라는 것은 상황적이고 그 지식이 사용될 과제, 맥락, 문화 안에서 생성되는 것이지 결코 단독적으로 존재하는 것이 아니며, 실제와 유사한 상황에서 이루어지는 학습이어야만 의미 있는 학습이라고 주장하였다. 상황 학습 이론은 학습자가 지식과 기능을 사용될 실제적인 맥락 안에서 학습할 때 학습의 효과가 최대로 나타날 수 있다고 제안하였다. 상황학습은 상황을 통해 일반화 될 때 유의미하고 가치를 지닌다는 가정에 바탕을 두고 있다(Duffy & Jonassen, 1991). 이와 같은 상황 학습에 대한 연구들을 종합하여 볼 때, 상황 학습 이론의 특징은 학습은 단순한 지식 암기에서 되는 것이 아니라 실제 상황에서 실제적인 과제를 가지고 학습할 때 일어난다. 다시 말해, 상황 학습은 실제 상황을 기반으로 하는 복잡한 문제를 제시해야 한다고 보고 있다. 실제적인 과제를 설계하기 위해서는 지식이 사용되는 방법을 보여줄 수 있는 상황이나 맥락을 고려해서 그 맥락 안에서 지식을 제시해야 한다. 이러한 상황에서 지식은 학습자의 경험과 연결되므로 실제 생활에 쉽게 전이될 수 있으며, 학습 동기도 유발된다.

3. 시뮬레이션(Simulation)

컴퓨터 시뮬레이션이란 컴퓨터를 통하여 실제와 유사한 가상적 상황을 단순화하여 학생들에게 제시함으로써 실제 상황에서 관련된 요소간의 원리를 이해하도록 모의한 것이다. 이는 조작이 가능한 실제상황의 모델과 이론적인 체제로 구성되어 학습자가 주어진 상황을 여러 방식을 조작하여 특정 목표에 도달할 수 있도록 돕게 된다(김근명, 2000). Reigeluth와 Schwartz(1989)는 시뮬레이션은 실제 상황과 매우 유사한 학습 환경 속에서 복잡 다단한 학습 과제를 가르침으로 인해 학습자가 본인이 습득한 학습 내용과 연관되는 학습 과제나 현실 상황에 그 내용을 적용할 수 있는 학습 전이를 향상시켜준다고 하였다. Alessi와 Trollip(1985)은 컴퓨터 시뮬레이션을 물리적 시뮬레이션, 절차적 시뮬레이션, 상황적 시뮬레이션, 과정적 시뮬레이션의 네 가지 학습형태로 구분하여 설명하고 있다. 본 장에서는 본 연구에서 적용된 상황적 시뮬레이션과 절차적 시뮬레이션을 기술한다.

1) 절차적 시뮬레이션

절차적 시뮬레이션(Situational Simulation)의 목적은 어떤 특정한 일의 절차 및 순서를 학습하도록 한다. 컴퓨터가 제시하는 문제 상황에서 학생이 다음 단계에서 취해야 할 행동을 선택하여 반응하면 컴퓨터는 그 반응에 대해 피드백을 제공해 주어 학생과 컴퓨터의 상호작용이 반복된다. 절차적 시뮬레이션의 특징은 학생이 학습하고 수행해야 할 분명한 최선의 방법이 있는 동시에 학생에게 다양한 방향과 연상효과를 탐구하기 위한 기회를 제공하기도 한다. 이종순(2002)는 절차적 시뮬레이션이란 학습자가 반응할 때마다 컴퓨터는 이에 대한 반응으로써 실세계에서 일어날 수 있는 행동의 결과에 대한 정보나 피드백을 제공하는 것으로 정의하고 있다(이철현·이태욱·안미리·차재혁, 2001).

2 상황적 시뮬레이션

상황적 시뮬레이션(Situational Simulation)은 여러 상황 내에서 어떤 기능의 수행 능력을 다루는 것이 아니라 사람의 태도와 행동을 다루는 것이다. 일련의 규칙과 절차를 가르치는 절차적 시뮬레이션과는 달리 상황적 시뮬레이션은 학습자에게 어떤 상황에 대한 다른 접근 방법의 효과를 탐구하게 하거나 또는 어떤 상황 내에서 다른 규칙을 활용해 보게 하는 것이다. 이 유형은 역할놀이의 기법을 활용하여 실행되는 것으로 게임의 성격을 띠고 있으나 게임과는 근본적으로 그 성격이 다르다. 이를테면 반드시 최선의 해답이나 최고의 점수가 있지 않고 문제 그 자체를 해결하는 것보다는 게임을 진행하는 과정에서 형성되어지는 교육적 환경에 초점이 주어지고 있다. 학습자는 여러 상황에 처한 경우 다양한 선택을 해 봄으로써 여러 해결방법을 터득하고 스스로 문제 해결의 기능을 알 수 있게 되는 것이다(백지원, 2003; 오홍석, 2004).

본 연구에서는 해외여행 에티켓 학습을 위하여 학습자들에게 실제 상황과 유사한 간접경험을 제공하는 상황적 시뮬레이션(Situational Simulation)과 학습자들의 반응에 대해 적절한 피드백을 제공하는 절차적 시뮬레이션(Procedural Simulation)을 적용하여 상황 학습을 실현하는 코스웨어를 설계하고자 한다.

Ⅲ. 상황 학습을 적용한 코스웨어 설계

본 장에서는 관광 에티켓 교육을 위한 코스웨어 설계 전략을 기술한다.

1. 개발 방향

본 연구에서 학습 효율성을 높이기 위한 코스웨어의 개발 방향을 기술하면 다음과 같다.

첫째, 관광 에티켓 교육은 직접적 경험을 통한 학습이 중요하다. 본 코스웨어는 상황 학습 이론을 적용하여 실제와 유사한 상황을 제시하고 이 상황에서 문제 해결을 시뮬레이션을 통하여 학습하도록 한다.

둘째, 여행 에티켓 학습을 위하여 다양한 상황을 제시하고 그 상황에서 바른 행동과 잘못된 행동을 반응하도록 상황적 시뮬레이션을 제공하여 학습자들의 정의적 지식과 태도를 기르고 실천하도록 한다.

셋째, 해외여행 관련 절차 및 항공 에티켓에 대한 일련의 과정에 대한 학습을 절차적 시뮬레이션을 통하여 절차적 지식을 기르도록 한다.

넷째, 해외여행에서 일어날 수 있는 실제 상황과 유사한 상황 학습으로 학습자 흥미를 유발하고, 학습자가 중심이 되어 문제 상황을 자율적으로 해결하면서 상호작용을 통하여 학습하도록 하여 자기주도 학습을 실현한다.

2. 코스웨어 설계

본 장에서는 에티켓 교육을 위한 코스웨어의 설계 및 교수 전략에 대하여 예를 중심으로 기술한다.

1) 시작화면



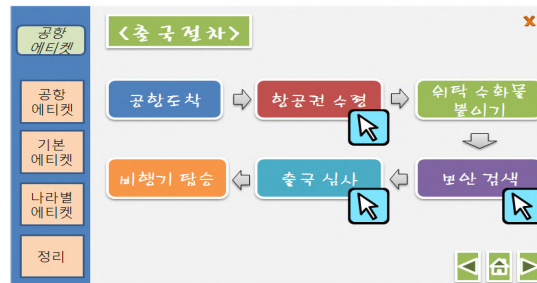
<그림 1> 시작 화면

시작화면은 코스웨어 시작을 알리는 화면으로 <그림 1>처럼 학습자들의 주의 집중을 하도록 음향과 함께 짧은 동영상으로 제시된다. 특히, ‘글로벌 시민의 첫걸음’이란 타이틀이 학습자들의 주의집중을 위하여 글자 애니메이션으로 나타난다. 그리고 동기유발을 위한 화면과 학습 목표 제시화면이 나타난다. 동기 유발은 한국 여행자들이 외국의 공공장소인 공원에서 시끄럽게 해서 쫓겨나는 상황과 길거리에서 침 뱉고 담배를 피우다 벌금을 내고, 일행이 길을 차지하고 가서 현지 사람들이 눈을 찌푸리는 동영상 장면이 나온다. 이 동영상을 통하여 해외 에티켓 교육이 필요함을 인식시킨다. 학습 목표 화면은 이 에티켓 학습을 통하여 학습자들이 달성하여야 할 학습 목표를 행위적 동사로 기술되어 있다. 그리고 항상 화면 왼쪽에는 메뉴가 제시되어 학습자들이 학습 내용을 선택하도록 한다.

2) 절차적 시뮬레이션을 통한 항공기 탑승 절차 학습

절차적 시뮬레이션은 일련의 절차적 과정을 가상적 절차를 통하여 간접 경험을 통하여 학습하도록 한다. 본 예는 여행자가 공항 도착해서 항공기 탑승까지의 일련의 과정을 절차적 시뮬레이션을 통하여 가상적으로

학습한다.



<그림 2> 출국 절차

<그림 2>는 출국 절차에 대한 메뉴를 제시하고 있다. 학습자는 각 과정에서 원하는 학습 내용을 클릭하여 해당 메뉴에 대한 학습을 하거나 반복학습을 할 수 있다.



<그림 3> 캐리어 크기

위탁 수화물 맡기기 단계에서 기내 수화물과 위탁 수화물을 구별하는 학습을 문제를 통하여 학습한다. <그림 3>은 학습자가 선택한 내용 중 하나의 선택이 틀렸음을 나타내는 피드백 제시화면이다. 이후 기내용 가방의 크기에 대한 설명적 피드백이 제시된다.



<그림 4> 검색대 통과

<그림 4>는 검색대를 통과하는 영상을 상황적으로 제시한다. 검색대를 통과하다 “삐” 소리가 나서 검색대를 통과하지 못하고 가방을 검색당하는 장면이 나온다.



<그림 5> 기내 반입 물건

검색대에서 통과를 못하게 된 이유를 생각하게 하고 <그림 5>처럼 학습자 자신의 가방에서 통과할 수 없는 물건을 선택하도록 한다. 검색대를 통과할 수 없는 물건을 잘 선택하면 쓰레기통에 제대로 들어가고 잘 못 선택하면 가방에서 선택한 물건이 쓰레기통에 들어가지 못한다. 올바르게 통과 못하는 물건을 선택하였으면 “액체류, 젤류, 흉기로 쓰일 수 있는 날카로운 물품은 가져갈 수 없다”는 긍정적 피드백을 준다. 이후 출국 심사를 마치고 탑승 게이트로 가는 모습을 나타낸다.

3) 상황적 시뮬레이션을 통한 기내 매너 학습

상황적 시뮬레이션은 상황을 제시하고 이 상황에서 문제를 해결하는 과정을 통하여 학습하도록 한다.



<그림 6> 항공 기내 에티켓

항공기내에서의 에티켓 학습을 하는 예를 <그림 6>처럼 제시한다. 우선 항공기내에서 에티켓을 지키지 않은 5가지 예를 제시하고 이를 올바르게 찾아서 에티켓에 대한 학습을 하도록 하였다. 학습자가 제대로 찾았을 경우 “딩동댕” 소리와 함께 긍정적 강화를 하고, 잘못 찾았을 경우에는 뽀 소리와 함께 잘못 찾았음을 인식시킨다. 그리고 다시 찾도록 한다. 다 찾으면 학습이 끝난다.



<그림 7> 항공 기내 에티켓 문제 피드백

<그림 7>은 가지고 탄 짐을 정리하는 사람의 모습을 선택하여 정답을 맞힌 경우의 화면이다. 이때는 정답임을 알려주고 학습 내용 강화를 위한 피드백을 준다.

4) 수준별 보충학습

수준별 보충학습은 지금까지 학습한 내용을 검토하고 각 학습자마다 부족한 부분을 보충하기 위함이다. 수준별 보충학습을 하기 위하여 학습자들이 학습한 지식을 테스트하여 학습 수준을 진단한다. 그리고 이들의 수준에 적합한 활동으로 보충학습을 제공한다.



<그림 8> 에티켓 검사 1

<그림 8>과 <그림 9>는 학습자들의 부족한 학습을 보충하기 위하여 학습자들의 에티켓에 대한 지식을 평가하는 화면이다. 제시하는 상황에 대하여 자신에 해당하는 부분을 Yes, No로 계속 선택하면 최종적으로 자신에 대한 평가를 한다.



<그림 9> 에티켓 검사 2

<그림 9>는 학습자가 응답한 것을 평가하여 최종 결과를 3가지 수준으로 나타내고, 학습자의 수준별 결과에 따라 차별화된 학습활동을 하도록 한다. 이는 개인차를 고려한 수준에 따른 적응적 학습을 제공하기 위함이다.

5) 게임을 통한 형성 평가

형성 평가는 게임형 코스웨어를 통하여 자신의 알고 있는 지식에 대하여는 강화를 하고 틀린 내용은 잘못을 인지하도록 하였다. 게임은 결과가 즉각적으로 나타나고 자신의 평가 결과의 정오가 즉각적으로 나타나므로 흥미를 가지고 학습을 할 수 있다.



<그림 10> 게임을 통한 형성평가

학습자는 이전에 학습하였던 각 나라별 여행 에티켓에 대하여 <그림 10>처럼 게임을 통하여 학습한다. 게임은 학습의 응답에 대하여 정답과 오답에 대하여 학습자가 인지하도록 정적 강화와 부적 강화를 통하여 반응한다. 형성 평가 후에는 학습 내용을 요약 및 정리하고 학습을 마치도록 하였다.

IV. 코스웨어 평가

본 연구에서 설계한 코스웨어에 대하여 평가를 실시하였으며 평가는 코스웨어 설계 및 평가를 이수한 대학

생들로부터 설문지를 통한 평가를 받았다. 설문지는 폐쇄형 및 개방형 문항으로 구성되어 있고 이들 문항에 대하여 평가 준거에 따라 응답을 받았다.

1. 설문 응답자 구성

본 코스웨어 설계에 대한 평가를 위하여 본 연구의 공동 연구자로부터 코스웨어 설계를 학습한 B교육대학 컴퓨터 교육 전공 4학년 학생에게 평가 문항을 제시하고 설문지를 통하여 평가를 요청하였다. 설문 문항은 웹 카페를 통하여 공개하고 1주일간의 시간을 주어 응답하도록 하였다. 설문지는 32부를 수령하여 분석하였다. 설문 응답자들의 구성은 <표 1>과 같다.

<표 1> 응답자 구성

구분	인원수	백분율
남자	12	32.5
여자	20	67.5
합계	32	100

설문 대상자의 성별을 보면 남학생이 32.5% 여학생이 67.5%로 여학생의 비율이 높았다. B 교육대학 컴퓨터 교육 전공 학생들에게 평가를 의뢰하는 것은 다음과 같은 의의가 있었다. 첫째, 컴퓨터 교육과 학생들은 코스웨어의 설계 및 평가를 전공으로 학습하여 코스웨어의 설계 및 평가 능력을 갖추고 있다. 둘째, 대학 생으로 사용자 관점에서 평가가 가능하다.

2. 평가 도구

본 연구에서 평가를 위한 도구로는 폐쇄형 설문지와 구조화된 개방형 설문지를 사용한다. 구조화된 개방형 설문(structured open question)을 사용한 이유는 연구 대상자들이 폐쇄형 설문 보다 좀 더 자신들의 의견을 자유롭게 피력하도록 하기 위한 의도였다. 즉 폐쇄형 설문이 응답자의 피상적인 데이터만 제시하는 것을 보완하여 응답자의 깊이 있는 마음속의 생각을 추출하기 위함이다.

설문의 평가 문항은 교사를 위한 코스웨어 설계 입문서(한국교육개발원, 1995)의 코스웨어 평가 문항 60 문항 중 본 연구와 관련 깊다고 생각되는 10개 문항을 연구자가 선택하였다. 폐쇄형 설문에 대한 응답은 리커드 4점 척도를 사용하였다. 리커드 5점 척도 대신하여 4점 척도를 사용한 이유는 5점 척도를 사용하였을 경우 응답이 보통에 몰리는 경우를 피하여 좀 더 긍정적 및 부정적 의견을 수렴하기 위해서이다.

3. 자료 분석

설문 문항은 3.2에서 언급한 것처럼 폐쇄형 질문과 개방형 질문으로 구성된다. 본 분석은 폐쇄형 설문과 개방형 설문에 대한 응답을 분석하였다. 폐쇄형 설문은 SPSS 통계 패키지 VER18.0을 이용하여 기술통계를 이용한 평균과 표준편차를 산출하였다. 그리고 각 응답에 대한 빈도분석을 하였다. 개방형 질문은 지속적 비교 방법(Constant Comparative Method)을 사용 하였다. 개방형 질문에 대한 응답 결과는 코딩하는 과정에서 주제들을 찾아 정리하는 주제 분석과 이 주제들을 유목화하는 유목 분석 방법을 사용하였다. 유목 분석은 연구자의 지식과 통찰력이 필요한데, 본 연구에서 유목 분석의 목적은 연구자의 식견을 반영하면

서 학습자들의 응답의 의미를 파악하기 위함이다.

개방형 질문에 대한 응답을 분석하는 절차는 다음과 같다.

개방형 설문문항에 대하여 내용분석을 실시하였고 응답은 지속적 비교 방법을 통하여 핵심어를 추출하였다. 첫째, 학습자들이 개방형 질문에 응답한 내용을 워드를 이용하여 컴퓨터에 기록한다. 둘째, 기록된 자료들을 분석해가면서 단어, 구절, 문장 등의 의미 있는 진술에 밑줄 긋고 줄 단위 분석을 하였다. 그리고 문장 의미를 파악하여 해당 의미에 부합되는 개념을 명명한다. 셋째, 도출된 개념들을 속성에 따라 유사 개념으로 그루핑을 한다. 넷째, 그루핑된 개념들을 긍정적 응답과 부정적 응답으로 분류한다.

4. 분석 결과

코스웨어 평가를 위한 10개의 설문 문항에 대한 응답을 분석하였다. 이들 분석 내용을 문항별로 정리하면 다음과 같다.

1) 교수전략

적절한 교수 전략이 제공되는가에 대한 폐쇄형 응답 결과는 <표 2>와 같다.

<표 2> 교수전략에 대한 응답

내용	평균	표준편차	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은편 이다	그렇다	매우 그렇다
적절한 교수 전략이 제공되는가?	3.00	0.508	0 (0%)	4 (12.5%)	24 (75.0%)	4 (12.5%)

75%의 응답자가 ‘그렇다’와 12.5%의 응답자들이 ‘매우 그렇다’로 표기하여 대부분 적절한 교수 전략에 대하여 긍정적으로 응답하고 있다. 적절한 교수 전략이 제공되는가에 대한 개방형 응답은 대부분 해외여행 에티켓에 대하여 직접 해보기 및 가상 체험 등 다양한 교수 전략을 사용하고 있다고 응답하고 있다. 긍정적인 대표적인 답변을 보면 다음과 같다.

설명이 필요할 때는 개인교수형, 설명을 들은 후 중간 중간 배운 내용을 바탕으로 자신이 직접 해볼 수 있도록 하는 모의 시험형, 마지막 종합 평가를 할 때는 게임형을 사용하여 적절히 혼합된 혼합형 코스웨어이다.

반면 교수 전략에 대한 부정적인 의견은 다음과 같다.

드래그 해서 끌어놓기, 클릭해서 선택하기 등 다양한 방법이 제시되고 있지만 학생이 선택하는 방식은 같은 방식이 반복된 점이 문제가 있었다.

이를 종합하면 코스웨어에서 성능을 좌우하는 가장 중요한 것은 교수 전략이고 이러한 교수 전략은 교수 내용에 따라 적절한 방법으로 제공되어야 한다. 관광 에티켓 코스웨어도 반복되는 방식을 지양하고 다양한 교수 전략을 사용하여 학습의 효율성을 높일 필요가 있다고 시사된다.

2) 상호작용

상호작용 전략이 적절한가? 에 대한 응답은 <표 3>처럼 65.4%가 '그렇다'로 응답하였고 9.6%가 '매우 그렇다'로 응답하였다. 그러나 25%가 '그렇지 않다'로 응답하고 있어 적절한 상호 작용에 대하여 부정적인 답변들로 많이 있었다.

<표 3> 상호작용 전략에 대한 응답

내용	평균	표준편차	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	그렇다	매우 그렇다
상호작용 전략이 적절한가?	2.84	0.574	0 (0%)	8 (25.0%)	21 (65.4%)	3 (9.6%)

상호작용 전략이 적절한가에 대한 개방형 응답은 코스웨어 콘텐츠를 일방적으로 제공하지 않고, 학습자들의 반응을 주고받으며, 학습자들의 활동중심의 상호작용을 높인 코스웨어라고 응답하였다. 예를 들어 입국 신고서 쓰기, 검색대 통과하기, 각 나라 에티켓 실천하기 등 컴퓨터에서 해보기 등의 활동을 예로 들었다. 상호작용에 대한 대표적인 긍정적 의견은 다음과 같다.

직접 마우스를 움직이며 활동하고, 틀리는 것 또는 그 마우스 포인터에 대해 반응을 하며 상호작용이 잘 이루어졌다. 예를 들면 입국신고서를 쓸 때를 들 수 있다. 학생이 직접 해보는 활동이 포함되어 있기 때문에 교사 혼자서 설명하는 단방향이 아닌 쌍방향 상호작용이 잘 이루어져 있다고 볼 수 있다.

반면 부정적 의견은 다음과 같다.

공항 에티켓에서는 기내 반입에 대해서 상세하게 설명해 주고, 퀴즈를 통해서 피드백을 해 주는 데 반해서 기본 에티켓에서는 그저 정보 전달이라는 일방향 정보를 제공해 줌으로써 상호작용이 잘 안 된 부분도 있다.

이를 보면 코스웨어는 컴퓨터의 특성을 살려 학습자와의 상호작용을 높여 콘텐츠 중심이 아닌 학습자 중심의 코스웨어를 중요하는 것이 중요함을 의미한다. 관광 에티켓 코스웨어에서 입국 신고서 쓰기 및 검색대 통과하기, 각 나라 에티켓 실천하기 등의 학습 활동들은 상호작용을 높이는데 기여하였다.

3) 피드백

학습자 반응에 적절한 피드백이 제공되는가? 에 대한 폐쇄형 응답으로는 <표 4>처럼 평균 2.69로 다른 문항에 비하여 낮고, 표준편차도 0.78로 높아 응답이 다른 문항에 비하여 다양하게 분포되어 있음을 알 수 있다. '그렇다'로 응답한 응답자가 16명(50%)이고, '매우 그렇다'가 4(12.5%)로 다른 문항에 비하여 낮았다.

<표 4> 피드백에 대한 응답

내용	평균	표준편차	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	그렇다	매우 그렇다
학습자 반응에 적절한 피드백이 제공되는가?	2.69	0.78	2 (6.3%)	10 (31.3%)	16 (50.0%)	4 (12.5%)

학습자 반응에 적절한 피드백이 제공되는가? 에 대하여 개방형 질문에 대한 대부분의 응답이 적절한 피드백이 제공되고 있다고 평가하고 있다. 특히 게임 및 평가 모듈에서 적절한 피드백이 제공되고 있다고 응답하였다. 특히 형성평가에서 학습자가 맞았을 경우 맞은 이유를 정리하면서 강화를 하고 틀렸을 경우 왜 틀렸는지 틀린 문항마다 이유를 설명적 피드백을 주고 보충학습을 제공하는 점이 좋다고 응답하였다. 이에 대한 대표적 응답은 다음과 같다.

대부분의 과정에서 학습자의 반응에 대한 적절한 피드백이 있었다. 학습자가 문제를 풀 때 맞으면 통과되고 틀리면 소리로 알려주고 입국신고서나 세관신고서를 쓰는 부분에서는 어떤 부분이 틀렸고 어떠한 내용을 적어야 하는지를 알려주어 구체적인 피드백을 주었다.

반면 피드백 제시에 대한 부정적 의견은 다음과 같다.

중간 내용에 맞는 문제들이 자주 출제되고 있지만 틀렸을 경우 그 이유나 다시 한 번 확인 하는 문제가 제시되고 있지 않는 것들이 종종 있었다. 문제를 맞히는데 중점을 두기 보다는 틀렸을 때 피드백을 확실하게 주는 게 필요할 것 같다.

이의 의견들을 종합하면 에티켓 가상 학습에서 학습자들의 반응에 대하여 피드백을 반드시 주어야 하며 상황에 따라 적절하고 다양한 피드백을 주어야 함을 알 수 있었다. 그리고 피드백의 적절성에 대한 연구도 필요함을 알 수 있었다.

4) 화면 설계

화면 설계 전략이 우수한가? 에 대한 폐쇄형 응답은 <표 5>처럼 평균 2.56으로 다른 문항 보다 특별히 부정적인 의견이 많았다. 빈도 분석도 ‘그렇지 않은 편이다’가 14명으로 43.8%로 반 가까이 응답자들이 부정적으로 답변하였다.

<표 5> 화면 설계 전략에 대한 응답

내용	평균	표준편차	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	그렇다	매우 그렇다
화면 설계 전략이 우수한가?	2.56	0.67	1 (3.1%)	14 (43.8%)	15 (46.9%)	2 (6.3%)

개방형 질문에 대한 응답을 분석한 결과, 화면 설계 및 색상 관점에는 긍정적이었지만 글자의 크기 및 일관성에 문제를 제기하였다. 사진 등의 배치가 적절하지 않다는 언급도 있었다. 화면 설계 전략에 대한 긍정적인 대표적인 의견은 다음과 같다.

화면 구성이 디자인적으로 깔끔하고 구성이 잘 이루어졌다. 학습자로 하여금 공부 하계끔 만들어졌기 때문에 화면설계 전략이 우수한 것 같다. 각각의 색선별로 상황에 맞는 글자와 그림, 동영상을 배치함으로서 학습자의 관심과 집중을 유도할 수 있도록 되어 있어 전체적인 화면 설계전략은 잘되어있다. 다만 글자체가 좀 더 눈에 띄고, 심플한 것으로 바꾸면 좋을 것 같다.

반면 화면 설계에 대한 부정적인 의견은 다음과 같다.

필요한 정보를 모두 제시해야하는 이유도 있었겠지만 글이 너무 많은 부분도 있었고 글씨가 너무 작은 부분도 있었다. 특히 세관신고서를 작성하는 부분은 글자도 많고 어수선해서 내용에 집중하기 힘들었다. 그리고 한꺼번에 글자들이 출력되어 집중이 되질 않았다.

따라서 관광 에티켓 상황 제시 화면 설계에 있어서 좀 더 가독성을 고려한 글자 제시의 필요성이 있다고 볼 수 있다.

5) 학습 동기

학습 동기를 유발하는가? 에 대한 폐쇄형 설문에 대한 응답은 <표 6>처럼 '그렇다'가 15명(46.9%), '매우 그렇다'가 8명(25.0%)로 대체로 긍정적인 응답을 하였다.

<표 6> 학습 동기에 대한 응답

내용	평균	표준편차	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은편 이다	그렇다	매우 그렇다
학습 동기를 유발하는가?	2.94	0.81	1 (3.1%)	8 (25.0%)	15 (46.9%)	8 (25.0%)

학습 동기를 유발하는가에 대하여 개방형 응답은 학습 시작 부분에 동영상 자료를 활용하여 에티켓을 지켜야하는 하는 이유를 실생활과 관련시켜 제시하여 학습자들의 흥미를 유발하고 에티켓 학습의 필요성을 인식시켰다는 의견이 많았다. 이에 대한 긍정적 의견으로는 다음과 같다.

맨 처음에 제시되는 동영상의 학습 목표와 연관이 잘 돼서 학습동기를 유발할 수 있을 것 같다. 그리고 처음 부분뿐만 아니라 중간 중간 새로운 내용을 배우기 전에 적절한 상황 동영상을 제시하여 수업 내내 동기 유발이 꾸준히 될 수 있도록 한 것 같다.

반면 부정적인 의견은 다음과 같다.

역지사지의 자세로 '저 상황에 처하지 말아야지' 라는 측면에서는 동기를 유발 할 수 있으나, 나라별 에티켓을 배워야 한다는 것에 대한 동기 유발은 이끌어 낼 수 없다. 특정 나라의 특별한 에티켓을 몰라 발생한 상황을 제시하면 적절하겠다. 그리고 학습동기 유발을 동영상을 통해서 하였는데 대부분의 동기유발이 동영상 뿐이어서 아쉬운 감이 들었다. 다양한 자료를 통해서 동기유발 하였다면 더욱 질 좋은 스토리보드가 만들어질 수 있었을 것 같다.

본 코스웨어는 학습 시작 부분에 동영상 자료를 통한 동기 유발이 많았다. 동기 유발은 학습 시작 뿐 아니라 학습 내용 전 과정에 걸쳐 동기 유발이 필요하며, 특히, 관광 및 에티켓에 대한 학습은 실생활 예를 많이 들어 학습자들의 친근하게 내용을 이해하는 전략이 필요함을 의미한다.

6) 연습 기회

연습할 기회를 제공하는가? 에 대하여 평균이 3.06으로, 표준편차로 0.564로 긍정적으로 응답하였다. ‘그렇다’에 22명(68.8%), ‘매우 그렇다’에 6명(38.8%)으로 빈도 분석에서도 긍정적으로 응답하였다.

<표 7> 연습할 기회에 대한 응답

내용	평균	표준편차	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	그렇다	매우 그렇다
연습할 기회를 제공하는가?	3.06	0.564	0 (0%)	4 (12.5%)	22 (68.8%)	6 (38.8%)

연습할 기회를 제공하는가? 학습자들이 학습 내용을 잘 이해하고 있는지를 평가할 뿐만 아니라 가상체험을 통하여 에티켓을 체험하게하고 이를 반복학습을 통하여 에티켓을 잘 숙달할 수 있는 연습 기회를 제공하고 있다. 예를 들어 출입국 신고서를 직접 써보면서 연습할 기회를 대체로 많이 제공한 편이라고 응답하고 있다. 이에 대한 긍정적 응답은 다음과 같다.

공항에서 가지고 갈 수 있는 물품과 없는 물품의 문제를 풀어보게 함으로써 적절히 연습을 하게 하였다. 그리고 헛갈리는 예제를 제시하여 기억에 남도록 하였다. 그리고 입국신고서를 작성하는 부분에서 학생이 직접 참여할 수 있으며 힌트도 제공하고 있어 학생들이 재미있게 참여할 수 있는 부분이다.

반면 부정적인 의견은 다음과 같다.

너무 게임 위주이긴 하지만 연습할 기회는 충분히 제공되었다고 생각한다. 각 항목을 배울 때 즉각적으로 연습할 기회를 주어서 좋았다. 그러나 연습방식이 단순하였다.

이의 의미는 관광 에티켓에 관한 연습을 제공할 때도, 상황에 따른 연습을 제공하고, 다양한 교수 전략을 반영하여 학습자들의 학습 효율성을 높일 필요가 있고 이에 대한 교수 전략 연구가 필요하다고 생각된다.

7) 교육적 가치 .

콘텐츠 내용은 교육적 가치를 가지고 있는가? 에 대한 폐쇄형 응답은 <표 8>처럼 ‘그렇다’에 22명(68.8%), ‘매우 그렇다’에 6명(38.8%)으로 빈도 분석에서도 긍정적으로 응답하였다.

<표 8> 교육적 가치에 대한 응답

내용	평균	표준편차	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	그렇다	매우 그렇다
콘텐츠 내용은 교육적 가치를 가지고 있는가?	3.06	0.564	0 (0%)	4 (12.5%)	22 (68.8%)	6 (38.8%)

콘텐츠 내용은 교육적 가치를 가지고 있는가? 에티켓 학습 내용은 공항 에티켓부터 시작하여 기본에티켓, 각 나라별 에티켓 등 여행을 시작하는 사람들에게 필요한 지식을 제공하고 있다. 누가 가르쳐주지 않아 막막

할 때 단순히 글로만 보는 것이 아니라 직접 체험해보면서 배우면 더 기억에 남을 것 같다는 의견들이 많았다. 이에 대한 긍정적 의견은 다음과 같다.

에티켓에 대한 내용을 컴퓨터 화면상에서 직접 배워봄으로써 더 와닿게 하고 책에서와는 다른 교육적 가치를 제공하는 것 같다.

내용의 교육적 가치에 대하여는 부정적인 의견이 거의 없었다. 부정적인 의견에 가까운 의견은 다음과 같다.

여행 가기 전에 비행기에티켓이나 나라별 에티켓이 궁금한 사람이라면 모르겠지만 사실 기본적인 것이기에 높은 교육적 가치가 있다고 생각되지는 않는다.

해외여행 에티켓 학습은 컴퓨터를 통한 학습이 의미가 있다. 특히 가상 체험을 통한 교육은 컴퓨터의 특성을 살리고 코스웨어를 통한 학습은 기존의 책과 같은 교재의 한계를 극복한 의미 있는 주제임을 알 수 있었다.

8) 내용의 예제 및 단서

내용의 예제나 단서가 제공되는가? 에 대하여 <표 9>처럼 ‘그렇다’에 19명(65.4%), ‘매우 그렇다’에 8명(25.0%)로 대체로 긍정적으로 답변하였다.

<표 9> 예제나 단서 제공에 대한 응답

내용	평균	표준편차	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은편 이다	그렇다	매우 그렇다
내용의 예제나 단서가 제공되는가?	3.09	0.641	0 (0%)	5 (15.6%)	19 (65.4%)	8 (25.0%)

개방형 설문에 대한 의견으로는 에티켓에 대한 내용을 제공할 때 그림 예제의 형태로 올바른 것과 아닌 것을 구분하게 함으로써 학습자들이 이해를 돕고 있다는 의견을 주었다. 대표적으로 출입국 신고서를 작성할 때, 제공된 예가 이해에 도움을 주었다고 하였다. 그러나 상황을 제공하며 학습자들의 시행하고 오류를 통한 학습에 대하여 부정적인 의견도 있었다.

이에 대한 긍정적 의견은 다음과 같다.

나라별 에티켓에서 생활에 밀접하게 관련하여 에티켓을 자세하게 제공하여 나중에 많은 도움이 될 것 같다. 비행기 역시 기내에서의 에티켓을 잘 모르는 사람들이 많은데 이러한 예시를 통해서 사람들은 비행기내의 에티켓을 알 수 있다.

반면 다음과 같은 부정적인 의견도 있었다.

대부분의 내용에서 연습할 기회를 주기 전에 알아야 할 방법을 알려 주고 있지 않다. 입국신고서와 세관신고서를 제외하고는 예제없이 먼저 해보고 틀림으로써 정보를 알게 하는 구조라서 적절하지 못한 것 같다.

이들 의견을 볼 때 관광 에티켓에 대한 상황적 예시 및 단서 제공은 학습자들의 수준을 고려하여 스के폴딩이 필요할 경우 제공하고 모든 학습자들에게 단서나 힌트 제공은 필요하지 않음을 시사한다.