

사회적 가치 창출을 위한 PBL(Project Based Learning)교육설계 - K대학 ‘명예옷장’ 사례 중심으로*

김 선 아**
구 정 호***

본 연구는 대학에서 사회적 가치 창출 교육을 위한 방안으로 캡스톤디자인교과목에서 프로젝트 중심의 교과과정 설계 사례를 제공함으로써 교육 효과 향상에 기여하고자 한다. 인류는 지속적인 발전을 위하여 경제적 가치뿐만 아니라 사회적 가치 창출이 중요해짐을 밝히고, 이를 위한 인재 양성을 위하여 대학에서의 사회적 가치 창출을 위한 교과과정 개발과 수행이 필요함을 제기하였다. 이에 본 연구는 서비스디자인 기반의 PBL(Project Based Learning) 설계를 통해 ‘명예옷장’ 프로젝트를 수행한 사례 연구를 통해 각 단계별 활동과 내용이 사회적 가치 창출에 대한 교육의 유효함을 확인하는데 있다.

구체적으로 본 연구에서는 첫째, 사회적 가치 창출의 일환으로 Porter의 전략과 평가 모델과 서비스디자인 방법론 (Design Thinking)을 이용하여 캡스톤디자인 교과목으로 명예옷장을 설계한 사례를 제시한다. 둘째, 설문조사를 통해 명예옷장과 같은 사회공헌프로젝트가 사회적 가치를 제고하는데 효과적인지를 확인하였다.

단계별 명예옷장 프로젝트는 다음과 같다. 첫째, 우리가 직면하고 있는 재순환(Recycle) 관련 사회적 이슈를 정의하였다. 둘째, 의류와 잡화를 대상으로 관련 비즈니스 모델을 설계하였다. 셋째, 비즈니스 모델을 적용하여 전체 과정을 진행하였다. 넷째, 프로젝트 결과를 평가하고 새로운 가치를 발견하여 피드백 하였다. 마지막으로 설문조사 결과, 명예옷장 프로젝트에 직간접적으로 참여한 학생은 그렇지 않은 학생보다 사회적 가치 창출이 더 높은 것으로 나타났다.

본 연구는 대학 교육에서 사회적 가치 창출에 대한 주제를 바탕으로 프로젝트를 계획하고 수행할 수 있는 하나의 교과과정과 활동을 제시하였다는 점에서 의의가 있다. 이는 대학의 역할이 사회적, 환경적 문제를 해결하기 위한 투자의 일환으로 사회적 가치 창출을 제고할 수 있는 관련 교과과정이나 프로그램 개발이 필요함을 의미한다.

주제어: 사회적 가치 창출, 공유가치 창출, 서비스디자인, PBL(Project Based Learning)

1. 서론

산업혁명이후 고도의 경제성장 달성이 주축이었던 기업은 개발과 성장 중심으로 발전하여 왔다. 한정된 공간과 시간에서 차별적 우위를 갖추기 위한 노력이 지속되었으며, 이는 기업뿐만 아니라 개인, 사

회에 이르기까지 경쟁을 최우선으로 하는 전반적인 흐름과 분위기를 형성하였다(유한식 2018). 1972년 로마클럽의 논의를 바탕으로 발행한 보고서(Meadows et al. 1972)에 따르면, 성장 중심의 경제는 환경과 사회에 부정적 영향을 주어 성장의 한계에 다다를 것이라는 비판적 분석을 하였다. 이러한 논의가 점차 현실이 되는 상황에 직면하게 된 기업은 혁신의 방

논문접수일: 2020. 01. 10. 1차 수정본 접수일: 2020. 07. 03. 게재확정일: 2020. 07. 21.
* 본 연구는 과학기술정보통신부 및 정보통신기획평가원의 Grand ICT 연구센터지원사업의 연구결과로 수행되었음(HITP-2020-0-01612).
** 금오공과대학교 산업공학부 부교수(sun@kumoh.ac.kr), 제1저자
*** 금오공과대학교 경영학과 부교수(jhk2001@kumoh.ac.kr), 교신저자

향을 수립하는 데 있어 경제적 가치 창출뿐만 아니라 사회적 가치를 고려하게 되었다. 이는 단순히 기업의 내부적 문제가 아니라 고속 성장에 따른 다양한 사회 문제 발생 등에 의한 인류적인 문제의식에서 도래한 것이다. 최근 엄청난 이슈가 되고 있는 4차 산업혁명의 시대에서는 기업의 생산성은 올라가지만 일자리는 감소하고, 빅데이터와 인공지능의 활용에 있어 개인의 프라이버시 침해와 정보 유출과 같은 윤리적 문제가 발생할 소지가 있어 사회적 문제가 커질 것이라 예상하는 것도 같은 맥락이다(한국포스트휴먼연구소 2017).

이러한 변화는 기업의 사회적 책임에 대한 문제의식을 바탕으로 CSR(Cooperate Social Responsibility) 활동을 경영에 적극적으로 반영하기 시작하였으며, 이는 사회·환경 문제에 보다 더 적극적으로 관여하여 기업의 혁신을 이루고자 하는 CSV(Creating Shared Value) 개념으로 발전하고 있다(Porter and Kramer 2011). 기업이 변화함에 따라 미래 인재를 양성하는 대학의 교육 또한 변화해야 함에도 불구하고 여전히 경쟁중심의 교과과정으로 대부분 이루어지고 있다. 사회적 가치 창출을 통한 CSV 개념에 대한 이해의 효과를 높이기 위해서는 창의적 문제해결 교육방식인 PBL(Project Based Learning)을 통해 학생이 주도적으로 문제를 해결하는 체험 교육 방식이 적합하다. 이는 PBL이 사회문화적인 관점에서 출발한 교육방식이며, 상호 협력적 관계를 유지하는 것이 필수이기 때문이다.

이러한 배경을 바탕으로 본 연구의 목적은 사회적 가치 창출 교육을 위한 PBL 교과과정을 설계하고 수행한 사례를 연구함으로써 교육적 효과를 확인하는 것이다. 본 연구에서 교과과정 사례로 제시한 '명예옷장'은 교수의 추억이 담긴 좋은 옷을 기부 받아

학생에게 저렴하게 판매하고, 발생한 수익금을 사회에 기부하는 사회공헌 프로젝트로 2018년부터 K대학에서 실시하고 있다. 환경적인 측면에서 좋은 구제 옷을 단순히 재순환(Recycling)하는 것이 아니라 교수의 의미 있는 추억을 상품화하여 상품기획에서부터 판매 후 기부까지 비즈니스모델을 개발하여 구현하는 것이다. '명예옷장' 프로젝트에서 교수들은 상품 기부를 통해 사회적 가치 창출에 기여하게 되고 학생들은 구매를 통해 스승의 명예로운 가치를 이어 받아 스승과 무형의 네트워크를 형성할 뿐 아니라 지역사회에 판매대금 기부를 통해 사회적 가치를 창출하게 된다.

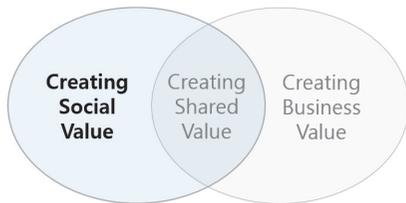
본 연구의 목적은 사회적 가치 창출의 교육효과를 위한 PBL을 설계하여 직접 수행하는 과정을 살펴봄으로써 대학에서 운영할 수 있는 교과과정을 제안하고자 한다. 이를 위한 연구방법과 내용은 다음과 같다. 첫째, 이론적 배경을 통해 공유가치 창출의 구성요소 중 본 연구에서 중점적으로 다루어야 할 사회적 가치 창출과 학생 주도적이고 창의적인 문제해결 방식인 프로젝트 중심의 교과과정인 PBL(Project Based Learning)에 대한 개념과 현황을 이해한다. 둘째, 이론적 배경을 바탕으로 사회적 가치 창출을 위한 서비스디자인¹⁾ 기반의 PBL 교과과정을 설계하고 구체적 활동방안을 제시한다. 셋째, 설계한 PBL 구성에 따라 '명예옷장' 프로젝트를 실행한 사례를 단계별로 살펴본다. 마지막으로 설계한 교과과정과 수행 사례를 통해 사회적 가치 창출이 유의미한지 설문조사를 통해 확인하고, 사회적 가치 창출 교육을 위한 효과적 PBL 과정 및 활동의 활용 방향성을 제시한다.

1) 서비스디자인(Service Design)이란 사회와 산업의 혁신을 위해 공감과 참여, 협력을 통해 가치를 창출하는 수요자 중심의 문제해결 프로세스이다.

II. 사회적 가치 창출 및 PBL(Project Based Learning)

2.1 사회적 가치 창출 (Creating Social Value)

산업사회에서 기업은 지속적인 성장과 생존을 위해 끊임없는 개발과 성과 중심으로 혁신하며 사업을 영위하여 왔다. 이는 오로지 경제적 가치에 집중하여 발전하였으나 시대의 변화에 따라 성장의 한계에 이르게 되었다. 경쟁우위전략의 대가인 마이클 포터(Michael E. Porter)는 이러한 한계를 극복하기 위해 기업의 사회적 책임을 넘어 공유가치 창출(Creating Shared Value)을 통해 기업의 지속적인 혁신을 이룰 수 있다고 하였다(Porter and Kramer 2011). 공유가치 창출은 <그림 1>과 같이 기업이 지속가능한 경쟁력을 갖추기 위해서는 사회적·환경적 문제를 해결하기 위한 자원 배분 및 투자가 동시에 이루어지는 것을 말하며, 경제적 가치(Creating Business Value)와 사회적 가치(Creating Social Value)를 균형 있게 다루어야 함을 의미한다. 즉, 기업의 활동 자체가 사회적 가치를 창출하면서 동시에 경제적 수익을 추구할 수 있는 방향으로 전개되어야 기업은 근본적인 협력을 통해 진정한 이윤을 취할 수 있다.



<그림 1> 공유가치 창출의 두 가지 측면

이미 대부분의 기업은 존재와 성장을 위하여 경제적 가치와 관련한 기본적인 조직과 시스템을 갖추었

다. 기업의 공유가치 창출 전략에 따라 필요한 사회적 가치 창출의 조직과 시스템 구성을 위해서 가장 중요한 것은 구성원들의 역량이다. 이는 고등교육기관인 대학에서부터 이와 관련한 교육을 통해 인재를 양성하는 것이 필요하다. Michaela (2012)의 연구는 교육적인 측면에서 마이클포터의 인터뷰를 정리한 것으로 현재 대학교육에서는 기존의 경제적 가치를 중요시하는 취·창업교육 위주로 진행하였으나, 사회적 가치 창출을 위한 교육이 부족한 현실을 직시하고 보다 사회적 기업가정신(Social Entrepreneurship)을 함양하고 사회적 자본(Social Capital)을 형성하기 위해 대학의 책임과 나아갈 교육 방향을 제시하고 있다. 사회적 자본은 사회발전의 중요한 원천으로 그 대상이 관계와 네트워크로 사람들 간의 협력과 사회적 거래를 활성화시키는 규범, 신뢰, 가치, 태도, 신뢰, 연결망 등의 사회적 자산을 포괄하는 개념으로 사회적 가치 창출에 기여한다(장시준 2006). Son et al.(2018)은 사회적 기업의 사회적 자본은 사회적 가치 창출에 긍정적인 영향을 미치고 이러한 사회적 가치 창출은 기업의 재무성과와 양의 관계를 가짐을 보고하였다. 사회적 기업은 사회적 가치를 지속적으로 창출하기 위해 일정 수준의 재무성과를 확보하기 위한 전략과 실행 계획을 개발하게 되고(Liu et al. 2015), 사회적 가치를 창출한다고 해서 기업의 재무적 성과의 중요성이나 필요성이 감소하는 것이 아니다.

사회적 가치는 윤리적 지도력(Ethical leadership), 지역사회 향상(Community enhancement), 책임(Responsibility) 등에 기반하며(Misha 2014), 선행연구에서는 사회적 가치 창출을 다양한 측면에서 측정하고 있다(Liu et al. 2015; 유소리 등 2015; Crucke and Decramer 2016; Koo et al. 2019). 유소리 등(2015)은 사회적 가치 창출을 지식 및 경험의 공유, 지역 사회 문제 해결, 지역 사회 발전에 대한 공헌의 정도로 측정하였고, Liu

et al.(2015)은 공공서비스 계약을 위한 입찰, 기업을 위한 정부의 지원금, 지역사회에 대한 더 많은 혜택과 다양한 사회적 서비스 제공, 제품개발을 통한 사회적 가치 달성 등으로 사회적 가치 창출을 평가하였다.

2.2 PBL(Project Based Learning)

급격한 기술과 사회 변화로 인해 세상은 더욱 복잡한 문제를 맞이하고 있다. 이러한 시대가 필요로 하는 인제는 창의적이고 통합적으로 자기주도적인 문제해결 능력을 갖춘 사람이다. PBL은 학습하는 과정에서 학생이 주도적인 역할을 함으로써 동기유발과 자기효능감을 향상하는 데 효과적이다(김주현 2010; 구정호와 양지연 2017; Shin 2018). PBL은 프로젝트 기반학습으로 학생이 문제를 발견하고 해결하는 과정에서 기획 및 설계, 조사, 의사결정 등과 같은 통합적인 활동을 하는 것을 말한다(Laffey et al. 1998). 사회문화적인 관점에서 출발하여 구성된 PBL 교육은 인지적(Cognitive), 내용(Contents), 협력적(Collaborative)을 세 가지 학습 원칙으로 제시하였다(Kolmos and Graaff 2007). 첫째, 인지적 학습은 학생의 동기 개발을 주요 원칙으로 하며, 복잡한 문제에 대한 인식과 분석을 통해 맥락적 상황에서 문제해결 전략을 과제로 삼는 것을 제시한다. 둘째, 내용 학습은 학생이 수학적 과목의 경계와 방법을 확장하여 종합적인 성과를 이루도록 하는 것이다. 셋째, 협력적 학습은 참여자가 주도하는 과정에서 지식을 공유하며 의사소통을 원활히 하는 사회적 행동을 학습하는 것이다(김진희와 정재삼 2015). PBL의 중요성과 학습 효과가 증명됨에 따라 대학에서의 PBL의 활용은 증가하고 있으며, 특히 종합적인 설계 능력과 운영 및 관리에 대한 학습을 목표로 하는 캡스톤디자인(Capstone design)을 대표적인 과목으로 운영하고 있다. 김민경(2006)은 PBL

은 학습 현장의 실제 사례를 통한 문제해결과정을 고려하는 것이 중요하며, 교수자 지원의 학습 중심 활동보다 교과목에 맞는 수업모형을 개발하고 수행하는 것에 대한 과정, 결과물 도출에 대한 어려운 점이 있다고 주장하였다. 이러한 PBL 교수법의 어려운 점은 아이디어 발상 및 문제에 대한 토의중심인 디자인 수업에 효과적이다(박양미 2011). 구정호 등(2018)은 PBL에 기반한 경영과 디자인 전공을 융합하여 학교 기념품을 개발한 융합캡스톤디자인 교과과정 사례를 제시하였다. 이들은 PBL에 근거하여 ‘리서치-디자인-설계-제작-원가분석-수익성분석-평가’ 등의 상품 개발을 위한 비즈니스 전 과정의 이론과 실무를 체험하는 구체적인 교과과정 사례 뿐 아니라 예산 확보, 강의 환경, 수강생 정원 등 행정 및 교과과정 운영상의 문제점과 이론을 프로젝트에 접목함에 있어 학문적으로 직면한 과제와 이를 해결해야 할 방안에 관한 제언 등을 함께 보고하였다.

2.3 사회적 가치 창출을 위한 PBL 설계

Porter et al. (2012)은 통합적 공유 가치 전략과 평가를 위한 모델을 <그림 2>와 같이 제시하였다. <그림 2>를 살펴보면, 통합적 공유가치 전략과 평가를 위한 모델은 4단계로 구성되어 있다. 첫째, 목표로 하는 사회적 이슈를 정의하고 둘째, 비즈니스



<그림 2> 통합적 공유가치 전략과 측정 모델 (Porter et al. 2012)

를 설계하고 셋째, 과정을 진행한 후 마지막으로, 결과를 평가하고 새로운 가치를 발견하여 첫 번째 단계로 피드백 하여 순환하는 것이다. 본 연구에서는 Porter의 모델을 PBL 교과과정의 단계별 교육목표로 구성하였다.

교육목표에 따른 구체적인 활동은 서비스디자인 방법론²⁾을 기반으로 구성하였다. 서비스디자인은 통합적인 공유 가치 창출 전략·평가 모델과 서비스 디자인 방법론을 단계별로 병합하여 구성한 PBL 교과과정 설계는 <표 1>과 같다. <표 1>에서 보듯이 본 연구에서 제안한 교과과정은 프로젝트를 위한 조사 및 기획, 설계, 수행, 평가에 이르기까지 총 4단계로 구성한다. 1단계는 Discover(발견)단계로서 주제를 정하기 위해 목표로 하는 사회적 이슈를 발견한다. 브레인스토밍, 거시적·미시적 관점에서 다양한 조사와 분석을 통해 이슈를 발견하고 정의하는 활동으로 구성한다. 2단계는 Define(정의)단계로서 비즈니스 케이스를 만드는 것이다. 수요자와 이해관계자를 대상으로 서비스를 구성하는 모델을 만드는 것으로 페르소나(Persona), 고객여정맵(Customer Journey Map), 서비스 플로우(Service Flow), 이해관계자 맵(Stakeholder Mapping)을 바탕으로 비즈니스 모델을 정의한다. 3단계는 Development(개발)단계로서 서비스의 구체적 수행을 위한 아이디어 도출과 접점(Touch Point)마다 시각화를 위한 디자인, 프로토타이핑(Prototyping), 사전 시뮬레이션을 위한 롤-플레이팅(Role-Playing)을 한다. 4단계는 Deliver(전달)단계로서 계획한 서비스를 실행(Execution)하고 리뷰(Review)를 통해 평가하고 보고서(Report)작성을 통해 새로운 가치의 발견이나 추후 개선사항 등을 제안한다.

<표 1> PBL 수업 설계

Stage	Theme	Activity
1 (Discover)	Identify the social issues to target	Brainstorming
		Research (Macro)
		Research (Micro)
		Discover the issues
2 (Define)	Make the business case	Persona
		Customer journey map
		Service flow
		Stakeholder mapping
		Business model
3 (Develop)	Track progress	Ideation
		Design(Touch point)
		Prototyping
		Role-playing
4 (Deliver)	Measure results& use insights to unlock new value	Execution
		Review
		Report

III. K대학 '명예옷장' 사례

3.1 개요

K대학의 '명예옷장' 프로젝트는 사회적 가치 창출을 목적으로 2018년 1학기에 기획하여 2018년 2학기에 캡스톤디자인 교과과정으로 개설하여 지금까지 매학기마다 지속적으로 수행되고 있는 프로젝트이다. '명예옷장'은 교수의 추억이 담긴 좋은 옷을 기부 받아 학생에게 저렴하게 판매하고, 발생한 수익금을 사회에 기부하는 사회공헌 프로젝트이다. 본 연구에서는 제시한 '명예옷장'은 2018년 2학기에 처음으로 개설한 PBL기반의 캡스톤디자인 사례이다.

2) 서비스디자인 방법론은 서비스디자인 프로세스를 수행하기 위해 사용하는 방법론으로 더블 다이아몬드 프레임워크에서 확산과 수렴적 사고를 하는 각 단계에서 다양한 정량, 정성적 조사 방법을 활용한다.

팀명은 '블루치즈(Blue Cheese)'이고 2명의 지도교수와 디자인공학전공 학생 10명, 경영학과 학생 6명으로 구성하였다. 준비기간을 거쳐 2018년 10월 31일 K대학 내 생활협동조합 공간에서 오프라인 판매를 하였으며, 이 후 프로젝트를 정리하는 기간을 가졌다. 캡스톤디자인 수업에서 설계한 PBL과정은 <표 1>에 따라 진행하였으며 각 단계별 내용은 다음과 같다.

3.2 Stage 1 : Discover

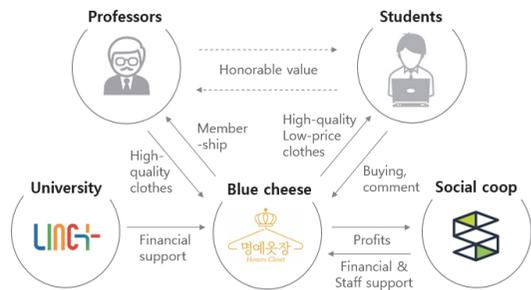
1단계는 프로젝트를 진행하기 위한 이슈 발굴 단계로써 팀원 간의 문제의식과 가치를 공유하는 차원에서 브레인스토밍(Brainstorming)을 하고, 거시적·미시적 차원에서 PEST³⁾ 조사를 하여 전반적인 사회 문제에 대한 인식과 팀원이 공감하는 차원에서의 이슈를 정리하였다. 발견한 다양한 이슈 중에서 버려지는 옷에 대한 환경 문제와 대학 내 스승과 제자 간의 교류에 관한 문제를 최종적으로 도출하여 '명예옷장'이라는 개념의 주제를 정하였다. 이는 사회 문제라는 무거운 주제에서 출발하였지만, 패션이라는 흥미로운 주제를 통해 학교차원에서 학생이 주도적으로 프로젝트를 수행할 수 있는 범위에서 적절하다.

3.3 Stage 2 : Define

2단계에서 도출한 주제와 내용을 바탕으로 비즈니스 모델을 만들기 위한 활동을 수행하였다. '명예옷장'의 고객은 페르소나(Persona)⁴⁾ 조사방법을 통해 교수와 학생으로 정해 분석하고, 고객여정맵(Customer Journey Map) 조사 및 분석을 통해 서비스 전·중·후의 고객 요구와 기대사항을 파악하였다. 이를 바탕으로 온라인과 오프라인에서 고객

에게 제공해야 할 서비스 내용에 대해 서비스 플로우(Service Flow)를 작성하였다. 사회적 자本是 사회적 가치를 넘어 경제적 가치를 추가적으로 창출하는데 있어 중요한 기반이 된다. '명예옷장' 프로젝트는 이를 위해 대학의 '링크플러스(LINK+)사업단'으로부터 자금을 지원받고, 외부조직인 '서비스디자인 사회적 협동조합'으로부터 기획인력 및 자금을 지원받아 사회적 네트워크를 구축하였다. 이는 다양한 이해관계자를 구성하여 협동적 사회가치 창출이라는 교육적 효과를 체감할 수 있는 중요한 부분이다. 이러한 내용을 바탕으로 구성한 '명예옷장' 비즈니스 모델은 <그림 3>과 같다.

'명예옷장'을 운영하는 블루치즈팀은 교수로부터 스토리가 있는 좋은 옷을 기부 받고 멤버십자적으로 프로필사진 촬영과 같은 혜택을 제공한다. 그리고 학생에게 옷을 팔고 학생은 구매 착상 사진이나 후기 등을 제공한다. 이를 통해 교수와 학생은 간접적으로 명예로운 가치를 주고받는다. 링크플러스 사업단과 서비스디자인 사회적 협동조합과 같은 내·외부 조직과 연계하여 자금과 인력 등을 지원받고 수익금은 서비스디자인 사회적 협동조합에 예치하여 다음 운영을 위한 자금으로 활용하고 수익금의 일부를 사회에 기부하는 것으로 한다.



<그림 3> 명예옷장 비즈니스 모델

3) PEST(Political, Economical, Social, Technological)란 거시적 트렌드를 살펴보기 위한 방법론으로 정치, 경제, 사회, 기술 측면에서 변화 동인을 조사하고 분석하는 것이다.

4) 페르소나(Persona)는 서비스를 디자인하기 위해 설정하는 가상의 수요자로 핵심대상자를 분석한 결과로부터 정의한다.

3.4 Stage 3 : Develop & Deliver

3단계에서는 앞서 구성한 비즈니스를 실행하기 위해 구체적인 활동을 한다. 첫째, 고객 및 이해관계자와 소통할 수 있는 자료를 구체화하기 위해 접점(Touch Point)을 정의하고 디자인한다. '명예옷장' 브랜딩 전략을 기반으로 컬러와 폰트, 레이아웃 등 다양한 디자인 요소를 일관성 있게 계획한다. 온라인 홍보를 위해 페이스북과 인스타그램을 활용하고 초대장, 브로슈어, 가격표, 종이가방 등 오프라인 판매를 위한 품목을 디자인하여 제작하고 판매재고관리 시스템을 엑셀로 제작한다. 옷걸이와 테이블 등 인테리어 관련 사항은 지정 장소를 고려하여 계획한다. <그림 4>는 접점(Touch Point)을 디자인하여 완성한 것을 제시한 사례이다(Prototyping). 둘째, 각 팀원이 담당할 관리, 판매, 배치, 홍보, 경품 등에 대한 업무 분장을 하고 시간대 별로 활동 내역을 작성하여 준비하고 공유한다. 셋째, 수거한 제품의 명단을 작성하고 가격대 별로 옷을 분류한 후 효과적인 판매를 위하여 각 제품마다 3단계의 가격을 정하여 순차적으로 조정하여 판매한다. 이를 통해 학생은 직접 고객을 응대하여 제품을 판매하는 경험을 통해 기

획과 현장에서의 차이점을 학습하도록 한다(그림 5).



<그림 4> 접점을 위한 디자인



<그림 5> 명예옷장 당일 이미지

3.5 Stage 4 : Review

마지막 단계인 4단계에서는 프로젝트를 기획하고 수행하는 과정과 도출한 결과에 대해 리뷰하는 것이다. 본 사례의 경우, <그림 6>과 같이 엑셀을 이용하

								상의		하의		기타		총	
2018년 10월 30일 작성								66		1		31		98	
품명	상품코드	규격	특징	입고량			출고량			제고량		No			
				1	2	3	출고시간	판매자	단가	금액	수량	단가	금액		
니노세누티코트	AA001	F	녹색	8.5	7.5	6.5								1	
티킴블레이저	AA002	F	녹색	8	7	6								2	
브라더외투	AA003	F	녹색	7	6	5								3	
가죽라미타자켓	AA004	L	검정	10	8.5	7								4	
외제가죽라미타	AA005	M	회색	7	6	5								5	
얼머니 배낭자켓	AA006	L	녹색	10	9	8								6	
티스트링자켓	AA007	L		9	8.5	8								7	
버버리자켓	AA008	S	여이보리	6.5	5.5	4.5								8	
타미원피겨 대삼	AA009	M		6	5	4								9	
자라블레이저	AA010	L	남색(포켓)	5	4	3								10	
베네트원피스	AA011	01M	무채	5	4	3								11	
조룩원피스	AA012	01M	조룩	5	4	3								12	
아디다스자켓	AA013	01L	얼룩무늬	7	6	5								13	
딕스코트	AA014	남자L	갈색	8.5	7.5	6.5								14	
미니원조끼	AB001	F	녹색	2.5	2	1.5								15	
까르매가디건	AB002	F	녹색,치크	3.5	2.5	2								16	
벤롱집업후드	AB003	L	별은남색	4.5	4	3.5								17	
가디건(해네통)	AB004	M	형광노랑	2	1.5	1								18	
아디다스후드	AB005	01M	회색	3.5	3	2								19	
데코목폴라티	AB006	01M		3	2	1.5								20	
올리비아로렌자켓	AB007	F	자주색	2.5	2	1.5								21	
가디건	AB008	M	검정	3.5	2.5	2								22	



<그림 6> 판매재고관리 시스템

여 판매재고관리시스템을 만들어 제품명과 코드, 가격, 입고고와 재고를 관리하였다. 또한 판매 시 상품에 부착된 태그를 제거하여 이를 장부에 수기로 부착하여 정산 시 장부와 시스템 간의 차이가 없는지 확인하는 작업을 병행하였다. 정산한 결과, 총 98개의 제품 중 43개를 판매함으로써 완판 시 예상 평균 매출액의 50%를 달성하였다.

IV. ‘명예옷장’ 프로젝트 사회적 가치 창출 효과

4.1 개요

본 연구의 일차적 목적은 대학에서 경제적 가치 뿐 아니라 사회적 가치 창출을 교육할 수 있는 교과 과정을 개발하여 사례를 제공하는 것이다. 명예옷장 프로젝트는 수업에 직접 참여한 학생뿐 아니라 대학

구성원이라면 누구든지 기부, 구매, 방문 등으로 참여할 수 있는 프로젝트이다. 특히, 오프라인 행사를 위해 구성원을 대상으로 포스터, 브로셔, 인스타그램, 페이스북, 학교 홈페이지, 방송국, 신문사 및 SNS, 학생회, 동아리 등 다양한 채널을 통해 홍보를 하여 명예옷장의 의미를 지속적으로 노출해왔다. 또한 K대학의 경우 명예옷장 판매대금이 지역사회 어린이재단에 기부됨을 홍보활동에 포함하여 지역사회와 유기적으로 연계되어 있음을 간접적으로 인지하도록 하였다. 대학에서 교육은 교과과정을 통해 기본적으로 이루어지나 학내 다양한 활동 등을 통해 직간접적으로 이루어진다. 본 연구에서는 설문조사를 통해 프로젝트 명예옷장과 같은 프로젝트가 학생들에게 교육적으로 사회적 가치 창출에 유용한지를 살펴보고자 한다.

4.2 변수 조작적 정의

사회적 가치는 지역사회의 고용이나 환경, 경제에

Social Engagement	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
1. 나는 지역사회와 연계되어 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 지역사회는 나를 도와준다.	①	②	③	④	⑤
3. 나는 사회의 한 부분이다.	①	②	③	④	⑤
4. 사회의 사람들은 서로 영향을 주고받는다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 사회의 구성원으로 느낀다.	①	②	③	④	⑤
Ethics	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
6. 나는 다른 사람들의 상황을 이해하고 고려한다.	①	②	③	④	⑤
7. 나는 윤리적 가치를 깊이 생각하고 존중한다.	①	②	③	④	⑤
8. 나는 모든 활동을 투명하고 공정하게 처리한다.	①	②	③	④	⑤
9. 나는 공동체에서 일 할 만한 가치가 있는 사람이라 생각한다.	①	②	③	④	⑤
10. 나는 다른 사람들의 성공을 기뻐한다.	①	②	③	④	⑤

관한 문제를 해결하거나 지역사회 발전에 대한 공헌, 지식이나 경험의 공유를 내포한다(유소리 등 2015). 본 연구에서 사회적 가치 창출은 명예옷장 프로젝트 의미와 관련성이 있는 선행연구(Koo et al. 2019)에서 제시한 지역 및 사회에 내가 어느 정도 연관되어 있는지를 나타내는 인식 정도와 공동체적 규범의 중요성에 대한 윤리 인식 정도를 의미한다.

사회적 가치 창출을 나타내는 첫 번째 변수 Social Engagement는 사회적 응집력과 참여의 정도를 나타내는 변수로 선행연구(Berry 2011; Buil et al. 2016; Hajduk & Zaborek 2016; Sabitzer et al. 2018)에 근거하여 같이 아래의 1번부터 5번까지 5개의 설문 문항을 이용하여 리커트 5점 척도로 측정한다.

사회적 가치 창출을 나타내는 두 번째 변수 Ethics는 윤리 의식의 정도를 나타내는 것으로 선행연구(Dreyer et al. 2017 ; Carmennado et al. 2016)에 근거하여 문항6부터 문항10까지 5점 척도로 측

정한다.

4.3 표본 및 분석결과

명예옷장과 같은 프로젝트가 사회적 가치 창출에 유용한지를 살펴보기 위해 2018년 2학기 K대학의 학생들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 명예옷장 프로젝트에 직접적으로 참여한 학생은 16명이지만 10월31일 명예옷장 오프라인 행사를 위해 온라인 및 오프라인을 통해 홍보활동을 수행하였기 때문에 판매 당일에 명예옷장 행사장에 찾아온 학생이나 홍보활동을 기억하는 학생은 사회적 활동에 관심이 있는 활동으로 볼 수 있을 것이다. 설문항목에는 명예옷장을 알고 있는 학생과 그렇지 않은 학생을 구분 표시하도록 하였다. 설문은 K대학 학생들에게 랜덤하게 배포하였고 설문에 응답한 학생은 총 557명으로 표본 분포는 <표 2>와 같다.

<표 2>의 표본 분포를 살펴보면, 명예옷장 프로젝트

<표 2> 표본 분포

구분		빈도	비중 (%)
명예옷장 인지 여부	인지 / 미인지	292 / 265	52.42 / 47.58
성별	남 / 여	364 / 193	65.35 / 34.65
학년	1학년	129	23.16
	2학년	112	20.11
	3학년	185	33.21
	4학년	127	22.8
	대학원	4	0.72
전공	경영 / 산업공학	162	29.08
	컴퓨터 및 IT 계열	57	10.23
	전기 및 기계 계열	134	24.06
	화학 및 신소재 계열	88	15.80
	기타	116	20.83
학점 (4.5)	4.0 이상	23	4.13
	3.5 이상	73	13.11
	3.0 이상	237	42.54
	2.5 이상	173	31.10
	2.0 이상	51	9.12

를 인지하고 있는 학생은 292명으로 표본의 52.42%를 차지하고 있고 미인지 학생은 47.58%로 표본이 고르게 분포되어 있다. 남학생은 전체 표본의 65% 정도를 차지하고 여학생의 분포는 35%이나 이는 K 대학이 공대 중심의 대학이기 때문에 상대적으로 여학생의 비중이 작은 것에서 기인한다. 그 밖의 특성으로 학년과 전공, 학점을 살펴보더라도 표본이 한쪽에 치우치지 않고 있어 랜덤하게 분포됨을 알 수 있다.

〈표 3〉은 사회적 가치 창출에 대한 설문 문항의 신뢰도 분석을 나타낸 것이다. 신뢰도 분석은 동일한 개념에 대해 수차례 반복 측정하였을 때 동일한 측정값을 가질 확률을 의미한다. 〈표 3〉에 보듯이 사회적 가치 창출을 대응하는 설문항목의 크롬알파 계수 값은 모두 0.85이상으로 매우 높아 설문 문항이 이를 잘 대표함을 알 수 있다.

사회적 가치 창출을 대응하는 측정치는 5점 척도로 사회적 참여와 응집력을 나타내는 Social Engagement 설문 5문항과 윤리를 나타내는 Ethics 설문 5문항

으로 구성되어 있다. 〈표 4〉는 설문 항목의 기술통계량을 나타낸 것이다. Social Engagement 설문 문항 중 지역사회와 연계되어 있다는 문항1의 평균값은 3.061로 가장 낮고, 지역사회는 상호 연계되어 있다는 문항 4의 평균값은 3.637로 가장 높다. Ethics 설문 문항의 평균값은 3.8이상으로 전반적으로 Social Engagement의 설문 문항의 평균값보다 높다.

명예옷장 프로젝트의 사회적 가치 창출 효과를 검증하기 위해 명예옷장 프로젝트를 인지하고 있는 그룹과 인지하고 있지 않는 그룹을 이원화하여 평균 차이검정을 실시하였다. 차이검정 결과는 〈표 5〉와 〈표 7〉과 같다.

〈표 5〉를 살펴보면, 명예옷장을 인지하는 있는 그룹의 평균값은 명예옷장을 인지하고 있지 않는 그룹의 평균값보다 유의적으로 높은 것으로 나타났다. 이와 같은 연구결과는 대학에서 명예옷장 같은 사회 공헌 프로젝트가 사회적 가치를 높여주는데 유의한

〈표 3〉 신뢰도 분석

Cronbach's α	Social Engagement 0.881	문항1 0.858	문항2 0.851	문항3 0.848	문항4 0.850	문항5 0.847
	Ethics 0.888	문항6 0.851	문항7 0.860	문항8 0.860	문항9 0.865	문항10 0.859

〈표 4〉 기술통계량

구분		평균	표준편차	최솟값	최댓값
Social Engagement	문항1	3.061	0.961	1	5
	문항2	3.063	0.878	1	5
	문항3	3.497	0.847	1	5
	문항4	3.637	0.904	1	5
	문항5	3.312	0.889	1	5
Ethics	문항6	3.880	0.713	1	5
	문항7	3.982	0.775	1	5
	문항8	3.873	0.730	1	5
	문항9	3.980	0.721	1	5
	문항10	3.917	0.767	1	5

〈표 5〉 사회적 가치 창출 차이검정1

Social Engagement	문항1	문항2	문항3	문항4	문항5
명예옷장 인지 (n=292)	3.165	3.192	3.598	3.784	3.402
명예옷장 미인지 (n=265)	2.947	2.921	3.385	3.479	3.208
차이	0.218	0.272	0.213	0.305	0.194
t 값	2.68***	3.68***	2.98***	4.00***	2.59***
Pr > t	0.007	0.000	0.003	0.000	0.009
Ethics	문항6	문항7	문항8	문항9	문항10
명예옷장 인지 (n=292)	3.935	3.993	3.942	4.100	4.045
명예옷장 미인지 (n=265)	3.819	3.970	3.796	3.853	3.780
차이	0.116	0.023	0.146	0.247	0.265
t 값	1.91*	-0.35	2.35**	4.07***	4.08***
Pr > t	0.056	0.724	0.019	0.000	0.000

〈표 6〉 요인분석

구분	Factor		Cronbach' α	
	1	2		
Social Engagement	문항3	0.831	0.205	0.923
	문항2	0.826	0.151	
	문항1	0.811	0.063	
	문항5	0.766	0.283	
	문항4	0.755	0.271	
Ethics	문항8	0.078	0.785	0.921
	문항7	0.129	0.762	
	문항9	0.1918	0.714	
	문항6	0.282	0.683	
	문항10	0.190	0.667	
고유치 (Eigenvalue)		4.512	1.695	
분산 설명 비율 (Pct of var)		45.2%	17%	
누적 분산 설명 비율 (Cumulative pct)		45.2%	62.2%	

활동임을 의미한다.⁵⁾

본 연구에서는 측정하고자 하는 추상적인 개념이 다수의 설문항목으로 구성되어 있기 때문에 추가적

으로 요인분석에 의한 타당성 검증을 실시하였다.

〈표 6〉은 요인분석 결과를 제시한 것으로 고유치 (Eigenvalue)의 값이 모두 1 이상으로 2개의 요인

5) 명예옷장 프로젝트 교과과정에 직접 참여한 16명의 평균값은 명예옷장 인지그룹의 평균값보다 더 높은 것으로 나타났고, 강의평가 점수도 4.77점/5점으로 높은 점수를 받았다. 이는 교육적인 측면에서 볼 때 학습목표 달성 및 교육효과로 유용함을 의미한다. 프로젝트 중심의 교육은 학습한 이론을 학생들이 직접 설계하고 체험함으로써 개인 역량을 강화시킬 뿐 아니라 기업에서 요구하는 실무 역량을 제고함에 있어서도 효과적이다. 특히, 본 교과과정과 같이 개별 교과목에서 하나하나 반영하기 어려웠던 실무에서 필요로 하는 창의성, 문제해결, 팀워크 등을 체험함으로써 본 교과목에서 요구하는 사회적 가치의 중요성을 인식하고 가치관을 형성시키는데 있어서 효과가 큰 것으로 나타났다. 교실 밖 성과로는 프로젝트에 참여한 학생들이 명예옷장 프로젝트에서 본인들이 수행한 경험을 취업 시 좋은 평가를 받아 사회적 책임과 역할을 증시하는 시대에 부합한 것으로 보인다.

〈표 7〉 사회적 가치 창출 차이검정2

	명예옷장 인지 (n=292)	명예옷장 미인지 (n=265)	차이	t 값	Pr > t
Social Engagement	3.428	3.188	0.24	3.88***	0.000
Ethics	4.003	3.842	0.161	3.44***	0.000

으로 구분되며, 베리맥스(Varimax) 회전방식을 이용하여 요인의 부하 값을 보고하였다.

〈표 6〉에서 보듯이 Social Engagement는 Factor1로 묶이고 Ethics는 Factor2로 요약되며 각각을 구성하고 있는 문항들의 부하 값이 모두 0.6 이상을 나타내어 설문 문항을 모두 포함하였다. 문항 간의 내적 일관성을 나타내는 크로말파 값은 각각 0.923, 0.921로 도출되어 Social Engagement와 Ethics 두 변수 모두 측정하고자 하는 사회적 가치의 속성을 잘 나타냄을 알 수 있다.

요인분석으로 묶인 각 요인에 속한 모든 문항의 평균값을 대상으로 Social Engagement와 Ethics에 대해 차이분석을 〈표 7〉에 제시하였다. 예측과 같이 명예옷장 인지 그룹의 Social Engagement 평균값은 3.428로 미인지 그룹의 평균값 3.188보다 통계적으로 유의한 높은 값을 나타내었다. Ethics 평균값도 명예옷장 인지 그룹은 4.003, 미인지 그룹 3.842로 명예옷장 인지 그룹이 더 높은 것으로 나타나 〈표 5〉의 결과와 일치함을 알 수 있다.⁶⁾

V. 결론

대학에서 교육은 사회적 가치 창출을 촉진시키는

일체의 신뢰, 규범, 연결망 등 사람들 간의 협력과 사회적 거래를 활성화시키는 중요한 밑거름이 된다. 본 연구는 대학에서 사회적 가치 창출의 교육을 위한 방안으로 프로젝트 중심의 교과과정 설계와 수행을 통해 교육 효과의 향상에 기여하는데 있다. 이를 위해 2018년 2학기부터 지속적으로 사회공헌프로젝트인 ‘명예옷장’ 관련 프로그램을 학기별로 진행하고 있다. ‘명예옷장’은 교수의 추억이 담긴 의미 있는 옷을 기부 받아 학생들이 이를 상품화하여 저렴하게 판매하고, 발생한 수익금을 사회에 기부하는 사회공헌프로젝트이다. 본 연구에서는 PBL기반의 ‘명예옷장’ 교과과정 설계 사례를 제시하였고 이와 같은 교과과정이 학생들의 사회적 가치 창출에 효과적인지를 확인하였다.

PBL기반의 명예옷장 캡스톤디자인 교과과정은 다음과 같이 4단계 과정으로 구성되어 있다. 1단계 발견(Discover)은 프로젝트를 진행하기 위한 이슈 발굴 단계로 팀원들 간의 문제의식과 가치 공유를 통해 명예옷장이라는 개념과 주제를 선정하였다. 2단계 정의(Define) 과정으로 명예옷장의 개념과 주제에 부합하도록 비즈니스 모델을 만들고 개발된 비즈니스에 필요한 활동을 수행하였다. 3단계 개발(Development)은 홍보, 상품 가격 선정 및 판매 등과 같이 비즈니스 실행을 구체적인 활동을 수행하였다. 4단계 검토(Review)는 판매를 완료 후 재고자

6) 변수 Ethics를 부하 값 0.7 이상 나타낸 문항 7, 8, 9만을 포함하여 차이분석 결과는 아래의 표와 같이 인지 그룹이 더 높은 것으로 나타났다.

구분	명예옷장 인지	명예옷장 미인지
평균	4.012	3.873
차이(t 값)	0.139 (2.72***)	

산현황표 및 손익계산서를 작성하였다. 이러한 정산 과정이 완료되면 프로젝트를 평가하고 향후 비즈니스에 보완할 점을 피드백 하였다.

명예옷장과 같은 사회공헌프로젝트가 사회적 가치 창출에 효과적인지를 살펴보기 위해 명예옷장을 인지하고 있는 그룹과 그렇지 않은 그룹을 대상으로 설문조사를 실시하여 차이검정을 수행하였다. 검증 결과, 명예옷장을 인지하는 그룹은 그렇지 않은 그룹보다 더 높은 사회적 가치를 창출하는 것으로 나타났다.

본 연구는 사회적 가치 창출에 대한 주제를 바탕으로 하는 교과과정과 활동이 부족한 현 대학 교육 상황에서 앞으로 대학이 사회적 가치 창출을 위해 어떻게 노력하고 실행해야하는지 사례를 제시하였다는 점에서 의미가 있을 것이다. 또한 본 연구는 대학에서 사회적 가치를 형성하는 교육 활동이 지역사회의 발전과 나눔에 긍정적인 역할을 수행함을 시사한다.

그러나 본 연구는 명예옷장 프로젝트를 설계한 교과목 '캡스톤디자인'의 직접적인 교육효과를 검증한 것이 아니라 보다 넓은 의미에서 명예옷장과 같은 교육과정이 대학에서 필요함을 제시한 것이다. 본 연구는 사회적 가치 창출 효과를 분석하는 과정에서 명예옷장 인지 그룹에 캡스톤디자인 수업에 참여한 학생 뿐 아니라 판매 당일 행사장에 방문하거나 홍보활동을 기억하는 학생들이 포함되어 설문 응답에 편향(Bias)과 변수에 노이즈(Noise)가 있을 수 있다는 한계점이 있다. 향후 연구에서는 실험설계를 통해 사회적 가치에 영향을 줄 수 있는 여러 가지 변수들을 적절히 통제된 후에 교육을 받은 그룹과 그렇지 않은 그룹간의 비교분석을 수행할 필요가 있을 것이다. 이와 더불어 명예옷장과 같은 교육과정을 다년간 운영하여 이를 토대로 장기적인 관점에서 명예옷장을 활용한 교육과정에 대해 직접적으로 교육 효과의 지속성을 비롯하여 다양한 관점에서 연구를 수행할 필요가 있을 것이다.

REFERENCES

- Berry, J. W. (2011), "Integration and Multiculturalism: Ways towards Social Solidarity," *Papers on Social Representation*, 20, 1-21.
- Buil, M., J. P. Aznar, J. Galiana, and A. R. Marco (2016), "An Explanatory Study of MBA Students with Regards to Sustainability and Ethics Commitment," *Sustainability*, 2016, 8, 280, 1-13.
- Carmenado, I. D. L. R., M. Ortuño, and M. Rivera (2016), "Private-Public Partnership as a Tool to Promote Entrepreneurship for Sustainable Development: WWP Torrearte Experience," *Sustainability*, 2016, 8, 199, 1-19.
- Crucke, S. and A. Decramer (2016), "The Development of a Measurement Instrument for the Organizational Performance of Social Enterprises," *Sustainability*, 2016, 8, 16, 1-30.
- Dreyer, M., L. Chefneux, A. Goldberg, J. Von Heimburg, N. Patrignani, M. Schofield, and C. Shilling (2017), "Responsible Innovation: A Complementary View from Industry with Proposals for Bridging Different Perspectives," *Sustainability*, 2017, 9, 1719, 1-25.
- Hajduk, M. K. W. and P. Zaborek (2016), "Does Business Model Affect CSR Involvement? A Survey of Polish Manufacturing and Service Companies," *Sustainability*, 2016, 8, 93, 1-20.
- Kolmos, A. and E. de Graaff (2007), Process of changing to PBL. In E. de Graaff & A. Kolmos (Eds.), *Management of Change: Implementation of Problem-Based and Project-Based Learning in Engineering*, 31-44, *Rotterdam, Netherlands: Sense Publisher*.
- Koo, J., S. Baek, and S. Kim (2019), "The Effect of Personal Value on CSV (Creating Shared

- Value),” *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex*, 2019, 5, 3, 1-16.
- Laffey, J., T. Tupper, D. Musser, and J. Wedman (1998), “A Computer-Mediated Support System for Project-Based Learning,” *Educational Technology Research and Development*, 46(1), 73-86.
- Liu, G., T. Y. Eng, and S. Takeda(2015), “An Investigation of Marketing Capabilities and Social Enterprise Performance in the UK and Japan,” *Entrepreneurship Theory Practice*, 39, 267 - 298.
- Meadows, D. H., D. L. Meadows, J. Randers, and W. William(1972), “The Limits to Growth,” *Universe Books*, Potomac Associates: New York, NY, USA, 1972.
- Porter, M. E, and M. R. Kramer(2011), “Creating Shared Value”, *Harvard Business Review*, January-February 2011, 62-77.
- Porter, M. E., H. Greg, P. Marc, P. Sonja, and H. Elizabeth(2012), “Measuring Shared Value: How to Unlock Value by Linking Social and Business Results,” *FSG Report*.
- Michaela, D.(2012), “An Interview with Michael Porter: Social Entrepreneurship and the Transformation of Capitalism,” *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 421-431.
- Misha, P.(2014), “Creating Shared Value... for Individual,” www.sharedvalue.org. <https://www.sharedvalue.org/groups/creating-shared-value-individuals>
- Sabitzer, T., B. Hartl, S. Marth, E. Hofmann, and E. Penz(2018), “Preventing Conflicts in Sharing Communities as a Means of Promoting Sustainability,” *Sustainability*, 2018, 10, 2828, 1-24.
- Shin. M. H.(2018), “Effects of Project-Based Learning on Students’ Motivation and Self-Efficacy,” *English Teaching*, 73(1), 95-114.
- Son H., J. Lee, and Y. Chung(2018), “Value Creation Mechanism of Social Enterprises in Manufacturing Industry: Empirical Evidence from Korea,” *Sustainability*, 2018, 10, 46, 1-24.

국내참고문헌

- 구정호, 김선아, 송지혜(2018), “관리회계와 디자인을 적용한 융합 교수학습 설계 : K대학의 PBL(Project-Based Learning)을 중심으로,” *회계저널*, 27(2), 263-294.
- 구정호, 양지연(2017), “프로젝트 중심 학습(PBL)에서 의사소통능력, 문제해결능력, 자기주도학습능력이 회계 학습효과에 미치는 영향,” *Korea Business Review*, 21(4), 119-140.
- 김민경(2006), “문제중심학습(PBL)상황에서 조직몰입이 학습성과 및 수업만족에 미치는 영향,” *숙명여자대학교 석사논문*, 1-2
- 김주현(2010), “경영학 교육에서의 PBL(Problem Based Learning) 방식의 교육사례,” *Korea Business Review*, 14(1), 1-16.
- 김진희, 정계삼(2015), “대학생 대상 프로젝트 기반학습에서 팀 리더십, 팀 프로세스, 팀 효과성의 구조적 관계분석,” *교육공학연구*, 31(4), 909-948.
- 박양미(2011), “PBL(Problem Based Learning)을 활용한 디자인 수업 적용 효과에 관한 연구,” *기초조형학연구*, 12(5), 187-198
- 유소리, 윤유식, 김기현(2015), “컨벤션산업 공유가치창출(CSV)에 따른 기대성과 및 지속적 행동의도 연구,” *관광레저연구*, 27(7), 259-275.
- 유한식(2018), “기업혁신이 지속가능 경쟁우위와 경영성과에 미치는 영향,” *창원대학교 박사논문*, 35-36.
- 장시준(2006), “사회자본의 개념과 교육적 시사점(이슈리포트),” *한국교육학술정보원*, 1-22.
- 한국포스트휴먼연구소 (2017), “제4차 산업혁명과 새로운 사회 윤리,” *아카넷*, 25-35

PBL(Project Based Learning) Design for Education of Creating Social Value - Focused on 'Honors Closet' in K University

Sun-Ah Kim* · Jeong-Ho Koo**

Abstract

The purpose of this study is to contribute to the improvement of educational value of social value creation through project - oriented curriculum design and implementation at K university. For the sustainable development of mankind, corporations have expressed that it is important not only to create economic value but also to create social value, and it is necessary to develop and conduct curriculum at university to cultivate human resources. Therefore, this study is based on case study of 'Honors Closet' project through PBL (Project Based Learning) design based on social value creation and service design.

First, we used Porter's strategy and evaluation model and service design thinking for case study of 'Honors Closet' capstone design project. Second, we surveyed to test the effect of 'Honors Closet' on creating social value.

The process of 'Honors Closet' is as follows. First, we identified facing social issues on recycling to target. Second, we designed the business model to solve defined issues. Third, we implemented full process with developing business model. Fourth, we evaluated the results of the project and reviewed insights to unlock new value. Finally, we found that the students who have participated to the 'Honors Closet' had more social value than the others.

This is significant that it presents a curriculum and activities to plan and carry out projects based on the theme of creating social value in university education.

Key Words: Creating Social Value, Creating Share Value, Service Design, PBL(Project Based Learning)

* Professor, Department of Industrial Engineering, Kumoh National Institute of Technology(sun@kumoh.ac.kr),
First Author

** Professor, Department of Business Administration, Kumoh National Institute of Technology(jhk2001@kumoh.ac.kr),
Corresponding author