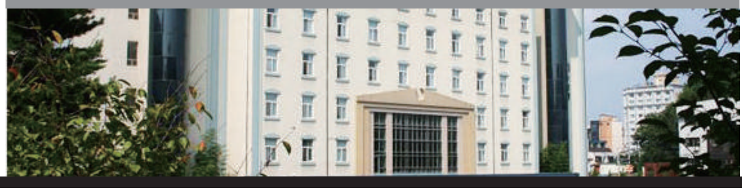
경희대학교
KYUNG HEE UNIVERSITY
제 1612 호
2016년 10월 17일 월요일
media.khu.ac.kr

대학주보

4~5≫ 양캠 총학생회 사업 성과

8≫ 교내 석면 건축물



10월 넷째 주 취업진로 프로그램 안내

① 기간 : 10월 17일 ~ 10월 21일
② 참가방법 : 종합정보시스템 - 인터넷 신청 - 연수 신청 - 해당설명회 신청하기 클릭 - 완료
※기타 사항은 취업진로지원처 홈페이지 공지사항 및 취업행사 카렌다 참고.

평화콘서트 평화의 날 지정 기념 평화콘서트가 10월 14일 국제캠퍼스 노천극장에서 열렸다. 이번 행사는 우리학교와 삼성전자의 공동주최로 국제캠퍼스 황주호 부총장, 삼성전자 이승백 상무, 정찬민 용인시장 등을 포함해 많은 학생들이 참여했다 (사진=기호웅 기자)

취업률 개선? 학사제도 점검부터 전공이수 높이고 재수강제 엄격해져야

국제캠 취진처 취업률 개선안 분석

기호웅 기자 kihodori2@khu.ac.kr

지난 8월 교육부와 한국대학교육협의회가 대학알리미를 통해 공시한 2016년 우리학교 취업률은 51.2%였다. 2014년부터 3년간 꾸준히 상승했지만 성균관대(69.3%), 고려대(66.6%), 한양대(64.5%), 서울대(60%), 연세대(59.4%), 중앙대(58%), 서강대(56.8%) 등 주요 대학에 비하면 저조한 수치다. 근래 가장 수치가 높았던 2013년 6월의 우리학교 취업률(52.5%)을 보더라도 전국 4년제 대학 중에 28위였다. 이는 주요대학을 포함해 금오공과대(70.1%), 광운대(62.6%), 가천대(54.8%), 명지대(54.2%), 경기대(53.2%)보다도 낮은 수치였다.

국제캠퍼스(국제캠) 취업진로지원처(취진처)는 2014년을 기준으로 원인분석을 진행해 〈취업률 현황분석 및 제고방안〉를 마련했다. 국제캠 취진처는 여학생 비율, 예체능계 비율, 소득분위, 입학성적 그리고 학부교육제도 등을 기준으로 취업률을 분석했다.

먼저 여학생 비율에 대해 취진처 김진상 처장은 "우리학교가 여학생 비율이 높아 취업률이 낮다는 시각이 있었지만 이는 사실과 달랐다"고 말했다. 자료에 따르면 우리학교 여학생비율은 47%로 평균 41%인 다른 학교에 비해 6%p높았지만, 여학생들을 제외한 취업률은 51.2%로 2014년 취업률 50.6%에 비해 0.6%p만 상승해 영향은 거의 없었다. 다음으로 예체능계 비율에 대해 김 처장은 "우리학교가 다른 대학에 비해 예체능계 비율이 높다"며 "이로 인해 취업률이 낮아졌는지 확인했지만 이 또한 사실과 달랐다"고 말했다.

취진처가 제시한 자료에서 예체능계열학과 졸업생들을 제외한 취업률을 계산해 보면 53.4%로 2.8%p정도 상승한 모습이다. 김 처장은 "예체능 비율의 영향은 여학생비율에 비하면 크지만 다른 비교대학의 취업률과 비교했을 때 예체능계 비율이 취업률 저조의 주요 원인이라 할 수는 없다"고 말했다.

또한 김 처장은 "소득분위와 입학성적에 대한 분석도 진행했지만 다른 학교에 비해 뚜렷한 차이를 발견하지 못했다"고 말했다.

자료에는 학부교육제도에 대해서도 서술돼 있었는데, 우리학교 재수강제도는 비교적 제한이 없었다. 재수강할 수 있는 과목 수도 제한이 없으며, 재수강 이후 취득할 수 있는 최고학점에 대한 제한도 없다. 재수강제도에 대해 김 처장은 "특정 학년에 수강해야하는 과목을 고학년이 재수강하는 경우가 빈번하게 발생한다"며 "만족할만한 성적을 받지 못한 해당 학년의 학생들은 다음 학기에 다시 재수강을 하는 악순환이 발생하고 있다"고 문제점을 지적했다. 실제 자료에 따른 우리학교 학생들의 재수강 현황을 살펴보면 재수강 학생의 비율은 24.4%로 4명 중 1명이 재수강을 하고 있다.

▶3면으로 이어짐

교강사 임의의 시간표 변경 제재 필요

수강신청 무엇이 문제?

임창민 기자 changmin095@khu.ac.kr
정현진 기자 ohyunjin@khu.ac.kr

2학기 수강신청에서도 오랫동안 해결되지 않은 '수강신청 피해사례'가 속출했다. 희망과목담기부터 수강신청, 심지어는 개강 후까지도 이어지는 수업 시간 변경, 교강사 변경, 폐강 등의 문제는 매년 반복되는 수강신청 레퍼토리이다. 다음은 제보를 재구성한 피해사례다.

#1. 정치외교학과에 재학 중인 A군은 개강 전주인 8월 22일, 자신이 수강신청 했던 글쓰기2 수업의 정은기 교수가 이석호 교수님로 바뀌었다는 문자를 받았다. 글쓰기1 수업을 들은 후 해당 교수님의 수업과 잘 맞아 글쓰기2도 동일한 교수의 수업으로 수강신청한 것인데, 교수가 바뀌는 바람에 이러지도 저러지도 못하는 낭패를 보았다.

#2. B군도 비슷한 피해를 겪었다. 개강 2주전인 8월 16일, 글쓰기2 교수가 바뀌었다는 행정실 문자를 받은 것이다. 수강신청 때만 해도 김진해 교수의 수업이었는데, 결국 변경된 박정은 교수의 수업을 들을 수밖에 없었다.

#3. 익명을 요구한 F군은 '삶의 지혜2' 과목을 신청했지만 개강 다음날인 9월 2일 교강사 사정으로 폐강되었음을 알리는 문자메시지를 받았다. 신청 인원 미달로 인한 폐강이 아닌 교강사 사정으로 인한 폐강이라는 것도 당황스러운데, 개강 이후에 결정된 폐강에도 아무 조치가 취해지지 않은 점에 답답할 뿐이었다.

#4. 언론정보학과 D군은 '사고와 논리: 개념, 명제, 논증'을 희망과목으로 담아두었으나 수강신청 전날 해당 수업의 시간표가 임의로 변경된 것을 확인했다. 결국 C군은 그 강의를 포기하고 시간표 전체를 다시 짜야하는 불편을 겪었다. D군은 시간표 변동에 관해 어떤 연락도 받지 못했으므로, 직접 학교 홈페이지 학사 공지사항을 확인하지 않았더라면 더 큰 피해를 겪었을 수도 있었다.

▶6면으로 이어짐

Newsmaker

세계광고대전 클리오 어워드 수장자
김종록(시각디자인 2011)·**김예인**(시각디자인 2012)

사회적 메시지를 고민하는 미래 광고인

기호웅 기자 kihodori2@khu.ac.kr

#. 우리학교 학생들이 '칸국제광고제', '뉴욕페스티벌'과 함께 세계 3대 광고제로 불리는 '클리오 어워드(CLIO AWARDS)'에서 수상하는 쾌거를 이뤄냈다. '광고계의 오스카상'이라 불리는 이 상은 1959년 시작된 이후 텔레비전·라디오·인쇄·옥외 등 여러 분야의 광고를 시상하고 있다. 이 중 학생부문 옥외광고 분야에서 은상을 수상한 김종록(시각디자인학 2011) 군과 김예인(시각디자인학 2012) 양을 만나 이야기를 들어봤다.

그들이 출품한 광고는 "Wrap it all" 이라는 제목이다. 이들은 버스나 건물처럼 큰 물체나 엘리베이터와 같은 일상의 공간을 우리가 평소 사용하는 물의 양을 인쇄한 스티커로 감쌌다. 주변을 감싸고 있는 스티커를 통해 사람들은 평소 얼마나 많은 물을 낭비하고 있는지 한눈에 알 수 있게 된다. 김 양은 "일상생활 속에서 마주하는 부피가 큰 물체에 얼마나 많은 물을 넣을 수 있는지 보여주려 했다"라며 "또 물이 얼마나 빨리 소비되는지를 보여주고자 했다"고 광고의 목적을 설명했다.

광고는 소비사회에서 빼놓을 수 없는 요소다. 참신한 아이디어를 통해 선명한 메시지를 전달하는 광고에서는 감동마저 느껴진다. 그것이 공공의 이익을 위한 공익광고라면 그 매력은 더욱 커진다. 김 군은 "이해득실이 분명해 많은 사람이 관심을 갖는 상업광고와는 달리 공익광고는 사회에 문제제기를 한다는 고유한 가치가 있다고 생각해서 공익광고를 선택했다"고 말했다. 다양한 주제를 놓고 고민하던 김 군과 김 양은 '물 낭비를 방지하자'는 주제를 선택했다. 김 양은 "전기, 공기, 토양 등 환경과 관련된 여러 문제들을 생각해봤지만, 우리 생활에 가장 가깝고 실천도 쉬운 이슈라고 생각해 물 낭비를 선정했다"고 설명했다.

주제가 좋다고 광고도 좋은 것은 아니다. 더 중요한 것은 물 낭비를 막기 위한 메시지를 광고에 어떻게 담아내 쉽고 확실하게 전달할 수 있는가이다. 두 사람은 효과적인 메시지 전달을 위해 문제의 본질부터 파악하기로 했다.

공익광고의 가치를 극복 다량의 물소비 경각심 주려해

김 양은 "물의 소중함은 많은 사람들이 알고 있지만 낭비를 인식하지 못 한다"라며 "쉽게 쓸 수 있고 쓴 물은 순식간에 배수구로 빠져나가니 얼마나 낭비되는지를 모르는 게 문제였다"고 문제의식을 밝혔다. 그들은 얼마나 많은 물이 함부로 버려지는지를 일깨우려고 했고, 이를 위해 주변에서 흔히 볼 수 있는 큰 부피의 물체를 물 스티커로 감쌌다. 클리오 어워드 측은 작은 변화를 통해 문제를 무심코 지나치던 사람들에게 큰 영향을 미칠 수 있다는 점에서 이들의 광고를 긍정적으로 평가했다.

김 군은 "광고천재라 불리는 이제석광고연구소의 이제석 대표, 독도알림이 활동으로 유명한 성신여대 서경덕 교수처럼 사회적인 문제들에 관심을 갖고 이를 잘 알릴 수 있는 광고인이 되고 싶다"며 미래에 대한 포부를 밝혔다. 사회를 바꾸는 그들의 광고를 언젠가 볼 수 있길 기대한다.

알림

대학주보 SNS로 더 다양한 대학주보를 만나보세요!

페이스북 페이지 https://www.facebook.com/khunews
인스타그램 https://instagram.com/khunews/
핀터레스트 https://www.pinterest.com/daehakjubo/
유튜브 '대학주보' https://www.youtube.com/channel/UC8t9_LCfmJ7dxw4THjUR0YQ
구글플러스 '경희대 대학주보' https://plus.google.com/u/0/108802383036836051070/posts

다음 신문은 중간고사로 인해 3주 뒤인 11월 7일에 발행됩니다.