< 연구논문 >
한국미용학회지, 제31권 제6호 (2025), pp. 1616-1625
http://e-jkc.org

pISSN 1229-4349, eISSN 2765-5881
J. Kor. Soc. Cosmetol.
Vol. 31, No. 6, pp. 1616-1625(2025)
https://doi.org/10.52660/JKSC.2025.31.6.1616

국내 주요 대학 뷰티전공 외국인 유학생 유치 전략 비교 연구: 공식 홍보 자료를 중심으로

이세희[1,*] · 최에스더[2]
[1]대구한의대학교 헤어메이크업디자인학과, 교수
[2]신한대학교 K-뷰티학과, 교수

A Comparative Study on Strategies for Attracting Foreign Students Majoring in Beauty at Major Universities in Korea: Focusing on Official Public Relations Materials

Se-Hee Lee[1,*] and Esther Choi[2]
[1]Professor, Department of Hair and Makeup Design, Daegu Haany University
[2]Professor, Department of K-Beauty, Shinhan University

This study conducts a comparative analysis of international student recruitment strategies and curriculum across four Korean universities specializing in beauty-related departments. Utilizing text mining, TF-IDF, and network analysis methods, the study identifies core themes and structural characteristics in beauty education programs. Key findings highlight the prominence of practice-oriented competency development, industry linkage, certification systems, global competence, major specialization and convergence, creativity, and trend responsiveness as common educational strategies. Metropolitan universities emphasize international certification and employment support systems, while regional universities focus on industry-linked practical training and international cooperation projects. The study provides insights for designing differentiated strategies and data-driven curriculum improvements to enhance the competitiveness and internationalization of K-Beauty higher education.

Keywords: Beauty education, Curriculum differentiation, Text mining, International student recruitment, K-Beauty

I. 서 론

K-뷰티의 글로벌 성장과 함께 한국 뷰티 교육에 대한 외국인 학습자의 관심이 증대되고 있다(Kim, 2018; Kim, 2022; Noh, 2021). 이는 국내 대학이 뷰티 교육의 국제적 허브로서 역할을 강화해야 함을 시사한다(Kim, 2020; J. Kim, 2025; Kang, 2021; Lee et al., 2024).

외국인 유학생 유치는 대학 국제화의 핵심 지표이며(MEST, 2012; Ministry of Education, Republic of Korea, 2023), 특히 뷰티 전공은 K-뷰티 산업의 글로벌 인재 수급과 직결되는 실무 중심 학문이다(Kim, 2025; Lee et al., 2024). 그러나 기존 연구는 유학생의 일반적 동기나 적응(Lee & Lee, 2019; Lee, 2022; Park, 2022), 교육과정 개선(Kim, 2016; Kim, 2020; Kwon, 2013; Choi & Jang, 2018; Oh, 2024)에 집중했을 뿐, 뷰티 전공 특화 유치 전략을 비교 분석한 연구는 부재하다.

대학 공식 홍보자료는 잠재적 유학생에게 교육 가치를 전달하는 핵심 채널이다(Bamberger & Bronshtein, 2020; Meltareza, 2023; Nguyen & Han, 2024). 본 연구는 이를 분석하여 국내 주요 대학의 뷰티 전공 유학생 유치 전략을 비교하고, 뷰티 교육의 국제화 동향과 경쟁력 강화를 위한 시사점을 도출하고자 한다.

연구문제는 다음과 같다. 첫째, 공식 홍보자료에 나타난 뷰티 전공 교육과정의 내용과 특징은 무엇인가? 둘째, 대학별 유치 전략의 차이점은 무엇인가? 셋째, 유치 활동의 공통점과 특수성은 무엇인가?

본 연구는 선정 대학의 공식 홈페이지, 홍보물, 모집 요강을 텍스톰(TEXTOM) 기반 정량 분석과 내용 분석을 통해 검토한다. 실제 유학생 경험을 포함하지 않는 한계가 있으나, 뷰

*Corresponding author: Se-Hee Lee
Tel : +82-53-819-1366
E-mail : ianjian@hanmail.net
접수일(2025년 11월 12일)/수정일(2025년 11월 28일)/채택일(2025년 12월 5일)

티 교육의 국제 경쟁력 강화와 대학 국제화 전략 수립에 유의미한 정보를 제공할 것이다.

II. 이론적 배경

1. 외국인 유학생 유치 및 대학 국제화 전략의 이해

학령인구 감소와 글로벌 경쟁력 제고 필요성으로 외국인 유학생 유치는 국가적 과제로 부상했다(Kim, 2025; Oh, 2024; Park, 2022; Yoon, 2016). 대학 국제화는 학술 교류, 교육과정 국제화, 유학생 유치 등을 통해 교육·연구 역량 강화와 재정 확보에 기여한다(Choi, 2007; Park, 2009; Seo, 2012).

유학생 유치는 교내 다양성 증진, 학생들의 국제적 시야 확대, 인적 네트워크 형성 등 다면적 효과를 창출하며(Kwon & Kim, 2019; Park, 2022; Tas & Akagun, 2012), 대학의 경쟁력과 브랜드 가치를 높이는 전략적 의미를 가진다. 정부는 'Study Korea Project'를 통해 유학생 유치를 장려하고, 대학들은 국제처 신설, 외국인 전형 마련, 한국어 교육 강화 등으로 대응하고 있다.

2. 뷰티 산업의 성장과 교육적 함의

한류의 확산은 K-뷰티 산업의 폭발적 성장을 견인하며, 혁신적 제품과 마케팅으로 한국 미용 기술이 국제 표준으로 인식되고 있다. 이는 뷰티 교육에 대한 글로벌 관심을 증폭시킨다.

외국인 유학생들은 한국 뷰티 교육을 통해 선진 기술 습득, 트렌드 이해, 취업 및 창업 기회를 모색한다. K-뷰티 교육은 학문적 지식과 실무 역량 강화, 국제적 감각 함양에 중점을 두며, 이는 외국인 유학생의 교육 수요와 직결된다(S. Kim, 2025; Kang, 2021; Lee et al., 2024).

3. 대학 홍보자료의 역할 및 커뮤니케이션 이론

대학 홍보자료는 비전, 교육과정, 장학제도 등 핵심 정보를 전달하는 주요 커뮤니케이션 수단이다(Nguyen & Han, 2024). 외국인 유학생 대상 홍보는 언어·문화적 차이를 고려한 효과적인 메시지 전략이 필수적이다(Song, 2013).

공식 웹사이트, 브로슈어, 모집 요강은 대학의 차별화된 강점을 부각하고 유학생에게 학업 성공과 진로에 대한 긍정적 기대를 제공한다. 커뮤니케이션 이론에서 홍보자료는 발신자(대학)가 수신자(잠재 유학생)에게 메시지를 전달하는 과정이며, 메시지의 명확성과 설득력이 유치 성공에 결정적이다(Kim, 2012; Lee & Lee, 2017).

4. 내용 분석(Content Analysis) 방법론

내용 분석은 텍스트와 이미지의 메시지를 객관적·체계적으로 분류·계량화하는 연구 방법이다(Berelson, 1952; Luo, 2023). 대학 홍보자료의 잠재 메시지와 패턴 도출에 적합하며, 복잡한 커뮤니케이션 메시지의 유형화와 비교 분석에 효과적이다(Wilson, 2011).

정량적 내용 분석은 키워드 빈도와 네트워크 구조 등을 통계적으로 처리하고, 정성적 내용 분석은 의미와 맥락을 심층 해석한다. 본 연구는 텍스톰을 활용한 정량적 접근으로 핵심 요소를 추출하고, 정성적 분석을 병행하여 유치 전략의 유형과 특징을 해석함으로써 연구의 타당성을 확보한다.

III. 내용 및 방법

본 연구를 수행하기 위해, 양적 내용 분석과 질적 내용 분석을 병행하는 혼합 연구 방법(Mixed Methods Research)을 채택한다. 먼저 텍스트 마이닝 도구인 텍스톰을 활용하여 대량의 공식 홍보자료에서 주요 키워드와 메시지의 양적 경향을 파악하고, 이를 기반으로 연구자가 직접 내용 분석을 통해 각 대학의 유치 전략 유형과 특징을 질적으로 비교 분석한다.

1. 연구대상 및 자료수집

본 연구는 뷰티 전공 운영, 외국인 유학생 유치 활동, 홍보자료 충분성, 지역 균형을 기준으로 4개 대학(서경대, 성신여대, 동명대, 대구한의대)을 선정하였다. 선정은 교육부 IEQAS 인증과 대학알리미 공시 자료를 기반으로 하였다(Ministry of Education, 2025; Higher Education in Korea, 2024).

자료는 각 대학의 공식 웹사이트, 학과 페이지, 국제처, 입학처, 모집 요강, 브로슈어에서 수집하였다(2025년 10월 1-31일). 수집 자료는 텍스트로 변환하여 분석에 활용하였다. Table 1은 대학별 현황을 정리한 것이며, 이후 A대학(서경대), B대학(성신여대), C대학(동명대), D대학(대구한의대)으로 표기한다.

2. 분석 방법

텍스톰을 활용한 정량 분석과 질적 내용 분석을 병행하였다. 정량 분석은 형태소 분석, 불용어 제거, 복합명사 사전 등록 후 빈도 분석, TF-IDF 분석, 네트워크 분석을 실시하였다. 결과는 워드 클라우드와 네트워크 맵으로 시각화하였다.

질적 분석은 '교육과정 특성화', '유학생 유치 전략', '대학별 차별화 전략' 틀로 텍스톰 결과를 범주화하고 대학 간 전략을 비교하였다. 신뢰도와 타당도 확보를 위해 공식 자료만

Table 1 Current Status of Universities to be Studied

Univ.	Region	Beauty Depts.	Oper. Method	Int'l Adm.	Support Pgms.	Lang. Offered	Official URL
A	Capital (Seoul)	Hair Design	Integrated	Separate admission track	Korean language courses (beginner to advanced), Buddy program, cultural experience, career seminars, mentoring	Korean, English, Japanese, Chinese, Vietnamese, Malay	https://www.skuniv.ac.kr
		Makeup Design	Integrated				
		Cosmetic Beauty Management	Integrated				
		Global Beauty Therapy & Cosmetic	Independent				
		Global Makeup Design	Independent				
B	Capital (Seoul)	Beauty Industry	Integrated	Special admission for foreigners	Korean language support, customized job matching program, career consulting	Korean, English	https://www.sungshin.ac.kr
		Beauty Fashion Design	Independent				
C	Non-Capital (Busan)	Beauty Care	Integrated	Special admission for foreigners	Language and cultural adaptation programs, scholarships, industry-academia cooperation programs	Korean, English	https://www.dmu.ac.kr
		Hair Design	Integrated				
		Makeup Design	Integrated				
D	Non-Capital (Gyeongbuk)	Global Beauty	Independent	Separate admission track	Korean language courses, scholarship programs, international cooperation programs	Korean, English, Chinese, Vietnamese	https://www.dhu.ac.kr
		Beauty Care	Integrated				
		Hair Makeup Design	Integrated				

활용하고 일관된 분석 기준을 적용하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 텍스트 마이닝을 통한 양적 분석 결과

1) 빈도 분석

총 1,528개 키워드 중 상위 50개를 분석한 결과, ‘뷰티’ 232회(3.28%), ‘메이크업’ 112회(1.59%), ‘교육’ 100회(1.42%) 순으로 나타났다(Table 2, Fig. 1). 누적 백분율 32.14%로 핵심 특성이 집중되어 있다.

주요 키워드는 교육 방법론(‘과정’, ‘능력’, ‘학습’), 실무 역량(‘전문’, ‘실무’, ‘현장’), 세부 전공(‘미용’, ‘화장품’, ‘네일’, ‘헤어’), 글로벌화(‘글로벌’, ‘국제’, ‘외국인’), 자격 인증(‘자격증’, ‘디자인’, ‘트렌드’)으로 분류되었다. 이는 실무 중심 교육, 글로벌 역량, 자격 인증이 뷰티 교육의 핵심임을 시사한다(Choi & Jang, 2018; Kim, 2018; Kang, 2021).

2) TF-IDF 비교

단순 빈도 분석의 한계를 보완하기 위해 TF-IDF(Term Frequency–Inverse Document Frequency) 분석을 실시하여 뷰티 교육과정의 고유한 특성을 추가로 도출하였다. 분석 결과(Table 3, Fig. 2) ‘서류(Document)’ 70.053, ‘증명서(Certificate)’ 68.107, ‘제출(Submission)’ 68.107이 가장 높은 TF-IDF 값을 보였다. 빈도 분석에서 상위였던 ‘Beauty(뷰티)’, ‘Make up(메이크업)’, ‘Education(교육)’은 TF-IDF에서는 순위가 낮았는데, 이는 모든 교육과정에 공통적으로 등장하는 일반적 키워드이기 때문이다. 반대로 TF-IDF 상위 단어는 ‘서류’, ‘제출’, ‘발급’, ‘공증’, ‘확인’, ‘증명서’, ‘인증’, ‘학력’ 등으로, 행정 절차와 자격 인증 체계처럼 교육과정별로 차이가 나는 제도적 요소를 반영한다. 또한 ‘한국어’, ‘외국인’, ‘영문’, ‘번역’은 국제화 전략과 외국인 유학생 지원 체계가 뷰티 교육을 특징짓는 중요한 요인임을 보여준다. 한편 ‘테크닉’, ‘기술’, ‘기법’은 빈도와 TF-IDF 분석 모두에서 중요하게 나타나 실무 중심 교육이 일관된 핵심 특성임을 확인할 수 있었다. 즉, 빈도 분석은 뷰티 교육의 보편적 특징을, TF-IDF 분석은 행정 시스템, 국제화, 자격 인증 등 차별적 특성을 파악하는 데 유효한 도구로 기능한다.

3) 네트워크 분석

상위 50개 단어의 네트워크는 50개 노드, 1,193개 엣지, 평균 연결도 47.72, 그래프 밀도 0.974로 초고밀도 통합 구조를 형성하였다(Table 4, Fig. 3). 이는 뷰티 교육 개념들이 긴밀히 연계된 통합 담론을 형성함을 시사한다.

Louvain 알고리즘으로 상위 20개 단어를 분석한 결과 2개 클러스터가 식별되었다(Fig. 4). 클러스터 1(교육 체계 담론)은 ‘능력’, ‘학습’, ‘글로벌’ 등 9개 단어로 구성되어 제도적 담론을, 클러스터 2(산업 실무 담론)는 ‘뷰티’, ‘메이크업’, ‘교

Table 2. Results of Frequency

Rank	Keywords	Freq.	%	Ac. %
1	Beauty	232	3.283	3.283
2	Make up	112	1.585	4.868
3	Education	100	1.415	6.283
4	Process	89	1.259	7.542
5	Ability	81	1.146	8.688
6	Learning	73	1.033	9.721
7	Semester	69	0.976	10.698
8	Global	67	0.948	11.646
9	Cosmetology	63	0.891	12.537
10	Professional	53	0.75	13.287
11	Korean	50	0.708	13.995
12	Cosmetics	50	0.708	14.702
13	Major	45	0.637	15.339
14	department	45	0.637	15.976
15	Design	45	0.637	16.612
16	Nail	45	0.637	17.249
17	Foreigner	44	0.623	17.872
18	Practice	43	0.608	18.48
19	Professor	42	0.594	19.075
20	Skill	41	0.58	19.655
21	Graduation	37	0.524	20.178
22	Practical	37	0.524	20.702
23	Field	37	0.524	21.225
24	Industry	36	0.509	21.735
25	Documents	36	0.509	22.244
26	University	35	0.495	22.739
27	Certificate	35	0.495	23.235
28	Submission	35	0.495	23.73
29	Technique	34	0.481	24.211
30	Management	33	0.467	24.678
31	Admission	30	0.425	25.103
32	Art	30	0.425	25.527
33	Competency	30	0.425	25.952
34	Work	29	0.41	26.362
35	Operation	28	0.396	26.758
36	Korea	27	0.382	27.14
37	Support	27	0.382	27.522
38	Creative	27	0.382	27.904
39	Makeup	27	0.382	28.286
40	College	26	0.368	28.654
41	International	26	0.368	29.022
42	Track	26	0.368	29.39
43	Service	26	0.368	29.758
44	Foundation	25	0.354	30.112
45	Provision	24	0.34	30.451
46	Knowledge	24	0.34	30.791
47	Planning	24	0.34	31.131
48	Trend	24	0.34	31.47
49	Hair	24	0.34	31.81
50	Certification	23	0.325	32.135

Table 3. Results of TF-IDF

No.	Keywords	TF-IDF	DF	IDF
1	Document	70.053	1	1.946
2	Certificate	68.107	1	1.946
3	Submission	68.107	1	1.946
4	Typical example	42.81	1	1.946
5	Technique	42.594	2	1.253
6	Korean	42.365	3	0.847
7	Issuance	40.864	1	1.946
8	Learning	40.852	4	0.56
9	Educational background	38.918	1	1.946
10	Foreigner	37.281	3	0.847
11	Client	36.972	1	1.946
12	Notarization	36.972	1	1.946
13	Professor	35.587	3	0.847
14	Copy	35.026	1	1.946
15	Skill	34.739	3	0.847
16	Make up	33.825	2	1.253
17	Language	29.189	1	1.946
18	Artology	29.189	1	1.946
19	Certified	28.814	2	1.253
20	Doctor	27.561	2	1.253
21	Tuition	27.243	1	1.946
22	Issuance	27.243	1	1.946
23	Production	26.308	2	1.253
24	School	26.308	2	1.253
25	Finance	25.297	1	1.946
26	Verification	25.297	1	1.946
27	Nail	25.183	4	0.56
28	Master's	25.055	2	1.253
29	Degree	25.055	2	1.253
30	Method	25.055	2	1.253
31	Operation	23.724	3	0.847
32	English	23.351	1	1.946
33	Translation	23.351	1	1.946
34	Criteria	23.351	1	1.946
35	Technique	23.351	1	1.946
36	Adjunct	23.351	1	1.946
37	Committee	23.351	1	1.946
38	Club	23.351	1	1.946
39	Semester	23.217	5	0.336
40	Creative	22.877	3	0.847
41	Global	22.544	5	0.336
42	Track	22.03	3	0.847
43	Service	22.03	3	0.847
44	POS	21.405	1	1.946
45	Beauty	21.198	5	0.336
46	Provided	20.335	3	0.847
47	Included	20.044	2	1.253
48	Effect	20.044	2	1.253
49	Recruitment	19.459	1	1.946
50	Applicant	19.459	1	1.946



Fig. 1. Visualization of Word Frequency Results



Fig. 2. Visualization of TF-IDF Results

Table 4. Basic Network Statistics

Network Measures	Value
Nodes	50
Total Edges	1,193
Diameter	2
Average Degree	47.72
Average Path Length	1.026
Degree Centralization	1.377
Closeness Centralization	0.048
Betweenness Centralization	0
Connected Components	1
Graph Density	0.974

육' 등 11개 고빈도 단어로 실천적 담론을 형성하였다. 이는 뷰티 교육이 교육 체계와 산업 실무의 이원적 구조를 가짐을 보여준다(Kang, 2021; Kim, 2018).

2. 대학별 전략비교

1) 유치 전략 비교

A대학은 외국인 전담학과를 별도 운영하며 CIDESCO 인증, 글로벌 실무 수업, 전용 기숙사로 맞춤형 환경을 구축하였다(Choi & Jang, 2018; Kim, 2020). B대학은 2025학년도부터 뷰티패션디자인학과를 신설하고 Job Matching 프로그램으로 취업을 지원한다(Lee & Lee, 2019).

C대학은 K-뷰티 교직과정, 맞춤형화장품센터, 비달사순 아카데미, 해외 단기연수로 현장형 전문가를 양성한다(Kim,

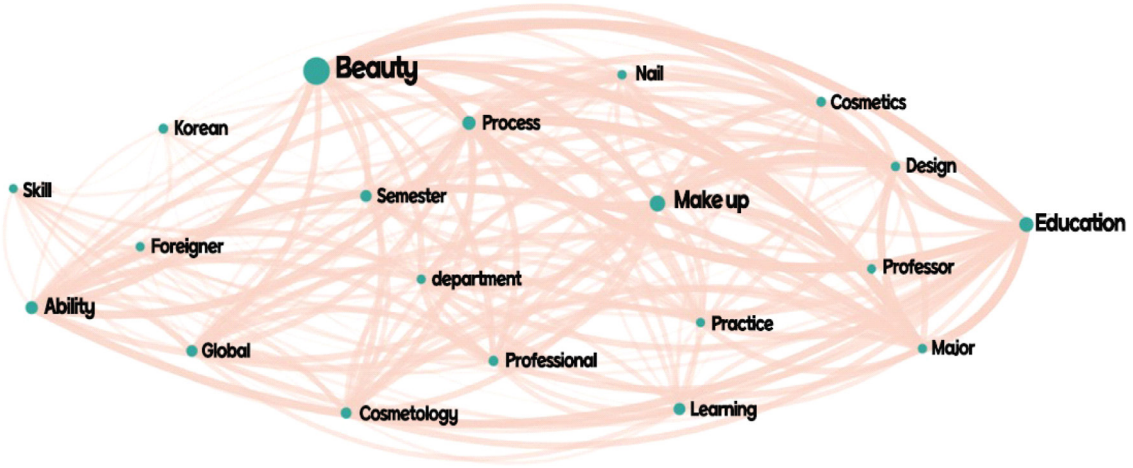


Fig. 3. Associated Word Network and Visualization Results

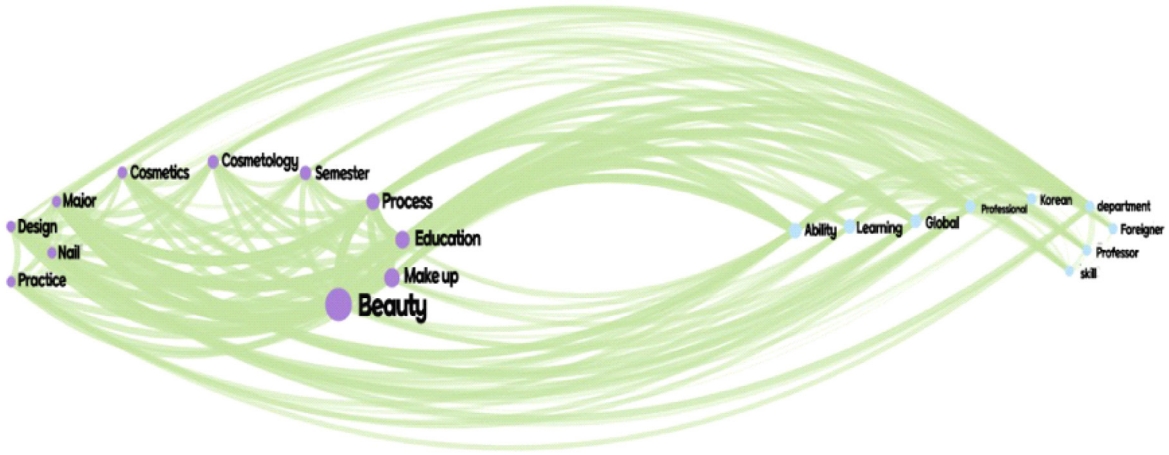


Fig. 4. Cluster Analysis Results

Table 5. Curriculum Keywords by University

Rank	A			B			C			D		
	Word	freq.	%	Word	freq.	%	Word	freq.	%	Word	freq.	%
1	Practice	57	3.45	Cosmetics	35	5.16	Beauty	28	13.02	Beauty	136	10.21
2	Make up	53	3.21	Beauty	32	4.72	Make up	11	5.12	Ability	48	3.60
3	Knowledge	32	1.94	Make up	23	3.39	Semi-permanent	10	4.65	Professional	37	2.78
4	Skill	30	1.82	Fashion	23	3.39	Education	7	3.26	Nail	36	2.70
5	Beauty	22	1.33	Track	21	3.10	Hair	7	3.26	Skill	35	2.63
6	Korean	19	1.15	Major	19	2.80	Skin	7	3.26	Practice	34	2.55
7	Design	19	1.15	Industry	18	2.65	Public health	6	2.80	Global	33	2.48
8	Therapy	18	1.09	Education	17	2.51	Major	4	1.86	Technique	30	2.25
9	Management	18	1.09	Professional	10	1.47	Design	4	1.86	Scene	29	2.18
10	Technique	17	1.03	Startups	9	1.33	Color	4	1.86	Service	24	1.80
11	Method	16	0.97	Career	8	1.18	Salon	4	1.86	Working-level	24	1.80
12	Theory	16	0.97	Ability	8	1.18	Wedding	4	1.86	Creativity	20	1.50
13	Use	16	0.97	Global	8	1.18	Cosmetics	3	1.40	Trends	20	1.50
14	Face	13	0.79	Artist	8	1.18	Practice	3	1.40	Make up	19	1.43
15	Special	13	0.79	Practice	7	1.03	Foundation	3	1.40	Art	19	1.43
16	Scene	12	0.73	Design	7	1.03	Nail	3	1.40	Client	19	1.43
17	Character	12	0.73	Planning	7	1.03	Planning	3	1.40	Design	18	1.35
18	Techniques	11	0.67	Dressing up	7	1.03	Management	3	1.40	Capabilities	18	1.35
19	Human body	10	0.61	Beauty	6	0.88	Vidal Sassoon	3	1.40	Aesthetic	16	1.20
20	Professional	10	0.61	Roadmap	5	0.74	Style	3	1.40	Hair	16	1.20

2018; Noh, 2021). D대학은 글로벌뷰티학과를 운영하며 ODA 기반 국제협력으로 글로벌 산학연계 모델을 개발한다(Yoon, 2016).

수도권 대학(A, B)은 국제 인증과 취업 연계 시스템을, 비수도권 대학(C, D)은 지역 산업 연계와 국제협력을 중심으로 차별화 전략을 시행한다.

2) 교육과정 비교

상위 20개 키워드 분석 결과(Table 5), A대학은 '실습'(3.45%), B대학은 '화장품'(5.16%), C대학은 '뷰티'(13.03%), D대학은 '뷰티'(10.21%)와 '능력'(3.60%)을 최상위로 강조하였다.

A대학은 실무 기술 중심, B대학은 화장품·패션 산업 연계,

C대학은 전문 분야 세분화, D대학은 글로벌 역량 기반 교육을 지향한다. 이는 각 대학이 뷰티 산업의 다른 수요를 충족하는 특성화된 교육 생태계를 형성함을 시사한다.

3. 종합 고찰 및 시사점

1) 공통적 핵심 전략 요약

본 연구의 텍스트 마이닝 및 대학별 비교 분석을 종합하여 뷰티 교육과정의 7가지 핵심 전략을 도출하였다.

첫째, 실무 중심 역량 강화 체계가 확인되었다. '실습' 43회, '실무' 43회, '현장' 37회, '기술' 41회가 상위권을 차지하였으며, 네트워크 클러스터 2(산업 실무 담론)에 고빈도 키워드가 집중되었다. A대학은 '실습'(3.45%)을, D대학은 '실습'(2.55%), '테크닉'(2.25%), '실무'(1.80%)를 핵심으로 설정하여 현장형 인재 양성을 지향한다.

둘째, 역량 기반 교육(CBE) 설계가 핵심 전략이다. '능력' 81회, '역량' 30회, '전문' 53회, '학습' 73회가 출현하였으며, 네트워크 클러스터 1(교육 체계 담론)에 'Ability', 'Learning', 'Global' 등이 포함되어 역량 개발이 독립적 교육 담론을 형성함을 보여주었다. D대학은 '능력'(3.60%), '역량'(1.35%), '전문'(2.78%)을 동시 강조하여 전문 역량 기반 모델을 구축하였다.

셋째, 산학연계 및 자격 인증 체계가 차별화 특성이다. TF-IDF에서 '서류' 70.053, '증명서' 68.107, '제출' 68.107이 상위권을 차지하였고, 빈도 분석에서 '산업' 36회, '자격증' 35회, '인증' 23회가 출현하였다. B대학의 Job Matching 프로그램, C대학의 맞춤형화장품센터와 비달사순 아카데미는 산업체 협력 기반 교육의 사례이다.

넷째, 글로벌 역량 및 국제화 전략이 핵심이다. '글로벌' 67회, '국제' 26회, '외국인' 44회가 빈도 상위권을, TF-IDF에서 '한국어' 42.365, '외국인' 37.281, '영문' 23.351, '번역' 23.351이 높은 값을 나타냈다. A대학의 CIDESCO 인증, D대학의 국제협력선도대학사업은 국제화 전략의 구체적 실행이다.

다섯째, 전공 세분화 및 융복합 교육이 확인되었다. '메이크업' 112회, '네일' 45회, '헤어' 24회, '화장품' 50회, '미용' 63회 등 다양한 세부 전공이 출현하였다. A대학은 다분야 통합, C대학은 전문 분야 세분화, B대학은 화장품·패션 융복합 전략으로 뷰티 산업의 다양화 추세를 반영한다.

여섯째, 창의성 및 트렌드 대응 교육이 강조된다. '디자인' 45회, '창의' 27회, '트렌드' 24회, '아트' 30회가 출현하였으며, B대학은 '트렌드'(3.10%), '디자인'(3.39%)을 강조한다. 네트워크 클러스터 2에 'Design'이 포함되어 창의성이 실무 역량의 핵심임을 보여준다.

일곱째, 통합적 교육 생태계가 구축되었다. 평균 연결도 47.72, 그래프 밀도 0.974의 초고밀도 구조로 뷰티 교육 담론이 통합 체계를 형성하였다. Louvain 알고리즘 분석에서 클러스터 1(교육 체계)과 클러스터 2(산업 실무)가 강하게 연결되어 이론과 실무, 학술과 산업, 국내와 글로벌이 통합 운영되는 융합형 생태계를 확인하였다.

2) 수도권·비수도권 대학의 전략적 차별성

수도권 대학(A, B)은 국제화 및 제도화된 인프라에 강점을 보였다. A대학은 외국인 전담학과를 별도 운영하며 CIDESCO 인증, 전용 기숙사, 외국인학생지원 시스템으로 맞춤형 환경을 구축하였다. B대학은 2025학년도 뷰티패션디자인학과 신설로 분리형 교육으로 전환하였으며, Job Matching 프로그램으로 기업 연계 취업을 지원한다. 키워드 분석에서 B대학은 '화장품'(5.16%), '산업'(2.65%), '트렌드'(3.10%), '창업'(1.33%)을 강조하여 산업 친화적 특성을 보인다.

수도권 대학의 공통 강점은 국제 인증 및 표준화 프로그램 운영, 외국인 전담 지원 시스템, 기업 연계 취업 지원, 수도권 산업 네트워크 활용이다.

비수도권 대학(C, D)은 지역 산업 연계 및 국제협력 중심의 차별화 전략을 전개하였다. C대학은 K-뷰티 교직과정, 맞춤형화장품센터, 비달사순 아카데미, 해외 단기연수로 현장형 전문가를 양성한다. 키워드 분석에서 '뷰티'(13.03%), '메이크업'(5.12%), '세미퍼머넌트'(4.65%), '공중보건'(2.80%)을 강조하여 본질 탐구 및 세분화 특성을 보인다.

D대학은 글로벌뷰티학과를 운영하며 ODA 기반 국제협력으로 화장품공학, 뷰티비즈니스, K-뷰티 소재 개발 등 국제 공동 교육 프로그램을 확산시킨다. 키워드에서 '뷰티'(10.21%), '능력'(3.60%), '글로벌'(2.48%), '서비스'(1.80%)를 강조하여 글로벌 서비스 지향 교육을 추구한다.

비수도권 대학의 공통 강점은 지역 산업체 협력 네트워크, 국제협력 프로젝트 기반 교육, 실습 중심 현장형 교육, 융복합 및 세분화 전략이다.

수도권 대학의 제도화-표준화 모델과 비수도권 대학의 협력-특성화 모델은 상호보완적 발전을 형성하여 한국 뷰티 교육의 다양성과 경쟁력을 동시에 확보하는 요인으로 작용한다.

3) 정책적·교육적 시사점

(1) 실무-이론 통합 교육모델의 제도화

네트워크 분석에서 클러스터 1(교육 체계)과 클러스터 2(산업 실무)가 강하게 연결되나, 클러스터 1의 상대적 저빈도는 이론적 기반 강화 필요성을 제기한다. 첫째, 산업체 요구에 부합하는 실무 교육을 유지하되 미학, 디자인 이론, 소비자 심리, 경영학 등 학문적 기반을 강화해야 한다. 둘째, 문제해결 능력, 창의적 사고, 의사소통 능력 등 핵심 역량을 체계적으로 개발하는 역량 기반 교육과정 설계가 요구된다. 셋째, 플립러닝, PBL 등 실습-이론-프로젝트를 순환 통합하는 혁신적 교수법 도입이 필요하다.

(2) 자격 인증 체계의 국제 표준화

TF-IDF에서 자격 인증 키워드가 상위권을 차지하였으나 국내 중심 운영으로 글로벌 통용성이 제한적이다. 첫째, CIDESCO, City & Guilds 등 국제 표준 인증 교육과정 확대가 필요하며 A대학의 CIDESCO 인증이 모범 사례이다. 둘째, 국내 뷰티 자격증의 국제 인정을 위한 정부 차원 노력이 요구된다. 셋째, 학위-자격 통합 프로그램 개발이 필요하다. 넷째, 산업체 참여 자격 인증 위원회 구성으로 현장 적합성을 제고해야 한다.

(3) 외국인 유학생 유치를 위한 맞춤형 지원 체계 구축

'외국인' 44회, '한국어' 50회, TF-IDF의 '영문', '번역', '공증'의 높은 값은 유학생 유치의 중요성과 행정적 부담을 시사한다. 첫째, 외국인 전담 행정 지원 인력 확충 및 원스톱 서비스 센터 구축이 필요하다. 둘째, 한국어 교육과 뷰티 전공의 단계적 연계 체계 수립이 요구된다. 셋째, 맞춤형 교재 개발, 이중언어 강의, 문화 적응 프로그램 등 교육 콘텐츠 다각화가 필요하다. 넷째, A대학의 전담 학과 모델과 B대학의 통합-분리 전환 사례를 참고한 정책적 유연성 제공이 필요하다.

(4) 수도권-비수도권 협력 네트워크 구축

수도권의 제도화 강점과 비수도권의 산업 연계 강점 확인으로 지역 간 협력 시너지가 가능하다. 첫째, 수도권-비수도권 대학 간 교육과정 공동 개발 및 학점 교류 체계 구축이 필요하다. 둘째, 수도권 대학의 국제 인증 노하우 공유 컨소시엄 형성이 요구된다. 셋째, 비수도권 대학의 지역 산업체 협력 네트워크를 활용한 인턴십 프로그램 운영이 필요하다. 넷째, 정부 주도 '뷰티 교육 혁신 클러스터' 조성으로 대학, 산업체, 연구기관의 협력 생태계를 구축해야 한다.

(5) K-Beauty 글로벌 확산을 위한 교육 허브 전략

뷰티 교육의 국제화가 핵심 전략으로 확인되어 K-Beauty 교육의 글로벌 브랜드화가 필요하다. 첫째, D대학의 ODA 기반 국제협력 모델 확산으로 동남아, 중앙아시아 등 신흥 시장과의 교육 협력을 강화해야 한다. 둘째, K-Beauty 교육 콘텐츠 표준화 및 온라인 플랫폼 구축으로 글로벌 접근성을 제고해야 한다. 셋째, 우수 외국인 졸업생을 K-Beauty 글로벌 앰버서더로 육성하는 장기 지원 프로그램이 필요하다. 넷째, 교육-산업 동반 진출 전략으로 교육 수출과 제품 수출의 시너지를 창출해야 한다.

(6) 융복합 교육과정 개발을 통한 미래 경쟁력 확보

'디자인', '창의', '트렌드'와 함께 '화장품', '패션', '공중보건' 등 융복합 키워드 출현은 뷰티 산업의 경계 확장을 시사한다. 첫째, 뷰티-IT 융합(AI 피부 진단, VR 메이크업), 뷰티-바이오(기능성 화장품), 뷰티-헬스케어(웰니스) 등 융복합 교육과정 개발이 필요하다. 둘째, 복수전공, 연계전공 프로그램 활성화가 요구된다. 셋째, 창업 교육, 브랜딩, 마케팅을 포함한 뷰티 비즈니스 트랙 운영이 필요하다. 넷째, ESG 가치를 반영한 지속가능 뷰티 교육과정 개발이 미래 경쟁력 확보의 핵심이 될 것이다

V. 결 론

본 연구는 텍스트 마이닝 기법을 활용해 뷰티 교육과정의 구조적 특성을 객관적으로 분석하고, 4개 대학의 외국인 유학생 유치 전략을 비교함으로써 한국 뷰티 고등교육의 현황과 발전 방향을 도출하였다. 한국의 뷰티 교육과정은 실무 중심, 역량 기반, 산학연계, 글로벌 지향, 전공 세분화, 창의성 강조, 통합적 생태계라는 일곱 가지 공통 전략을 추구하고 있음을 확인하였다. 빈도 분석에서는 '뷰티', '메이크업', '교육'이 핵심 키워드로 나타났고, TF-IDF 분석에서는 자격 인증과 행정 체계가 차별적 요소로 부각되었다. 네트워크 분석에서 평균 연결도 47.72, 그래프 밀도 0.974라는 초밀집 구조가 도출되어 뷰티 교육 담론이 고도로 통합된 체계를 이루고 있음을 보여주었다.

대학별 비교 결과, 수도권과 비수도권 대학은 서로 다른 강점을 기반으로 상호보완적 발전 모델을 형성하고 있었다. 수도권 대학은 국제 인증 교육, 외국인 전담 학과 운영, 기업 연계형 취업 지원 등 제도화된 인프라에 강점을 보였다. 반면 비수도권 대학은 지역 산업체 협력 네트워크, 국제협력 프로젝트, 융복합 교육 등 실질적 협력 기반 교육에서 경쟁력을 확인하였다. 이는 한국의 뷰티 교육이 산업 현장의 요구를 반영하는 동시에 국제 경쟁력을 갖춘 체계적 교육 시스템으로 발전하고 있음을 시사한다.

학술적 기여와 기존 선행연구와의 차별성은 다음과 같다. 첫째, 기존 연구들이 주로 설문조사나 인터뷰를 통해 유학생 만족도, 교육만족도, 교과목 구성 등을 분석한 데 비해, 본 연구는 텍스트 마이닝을 뷰티 교육과정 분석에 적용하여 빈도–TF-IDF–네트워크 분석을 통합한 정량적 분석틀을 제시했다는 점에서 방법론적 차별성을 지닌다. 둘째, 선행연구가 주로 단일 대학 또는 단일 프로그램 수준에서 교육과정을 기술적으로 소개한 데 그쳤다면, 본 연구는 교육과정 구조를 '교육 체계 담론'과 '산업 실무 중심 담론'이라는 이원적 클러스터로 규명하고, 두 담론이 초밀집 네트워크로 통합되어 작동하는 구조를 실증했다는 점에서 이론적 확장을 제공한다. 셋째, 기존 연구들이 수도권 중심이거나 지역 대학을 개별적으로 다룬 것과 달리, 본 연구는 수도권·비수도권 4개 대학을 동시 비교함으로써 지역별 전략적 차별성과 상호보완성을 체계적으로 제시했다. 넷째, 많은 선행연구가 'K-뷰티'의 산업적 측면에 초점을 맞춘 반면, 본 연구는 외국인 유학생 유치를 K-Beauty 교육 국제화의 핵심 전략으로 위치 짓고, 전담 학과 모델과 통합 교육 모델을 구체적으로 비교 분석한 점에서 정책 설계에 직접 활용 가능한 차별적 근거를 제시한다.

실천적 측면에서, 대학 교육과정 설계자는 실무 중심 구조를 유지하되 역량 기반 교육으로 이론적 토대를 강화하고, 세

부 전공의 균형 배치와 융복합 교육과정 개발을 통해 학생 선택의 폭을 넓힐 필요가 있다. 외국인 유학생 유치 담당자는 대학 여건에 맞는 전담 학과 또는 통합 운영 모델을 선택하되, 전담 행정 지원 시스템과 국제 인증 교육과정을 구축해 글로벌 통용성을 확보해야 한다. 산학협력 담당자는 자격 인증 체계를 교육과정과 연계한 '학위–자격 통합 프로그램'을 개발하고, 지역 산업체 네트워크를 활용한 실습 및 취업 연계 프로그램을 확대할 필요가 있다. 정책 입안자는 K-Beauty 교육 국제 표준화 지원, 수도권–비수도권 협력 네트워크 조성, 융복합 교육을 위한 학제 간 협력 프로그램 지원 등을 통해 교육정책을 설계할 수 있다.

본 연구의 한계와 후속 과제도 분명하다. 첫째, 4개 대학만을 분석 대상으로 삼아 전국의 모든 뷰티 관련 학과를 포괄하지 못했으므로, 향후 전문대학·4년제·대학원을 포함한 확대 연구가 필요하다. 둘째, 교육과정 문서 중심 분석으로 계획된 교육만을 다루었기에, 교수자 인터뷰·학생 설문·수업 관찰 등과 결합한 실행·경험 차원의 연구가 요구된다. 셋째, 단면 분석에 그쳤기 때문에 최근 5~10년간 교육과정 변화를 추적하는 종단 연구를 통해 트렌드와 발전 경향을 밝힐 필요가 있다. 넷째, 교육 성과와의 연계를 다루지 못했으므로, 교육과정 특성과 학업·취업 성과 간 인과관계를 검증하는 실증 연구가 필요하다. 다섯째, 국외 사례와의 비교가 이루어지지 않았기에, 미국·프랑스·일본 등 뷰티 교육 선진국과의 비교 연구를 통해 한국 뷰티 교육의 위치와 개선 방향을 보다 선명하게 제시할 수 있을 것이다. 여섯째, 융복합 교육의 필요성은 제시하였으나, 구체적인 교육과정 설계 모델은 향후 연구에서 개발해야 한다.

K-Beauty는 이미 세계 시장에서 높은 경쟁력을 인정받고 있으며, 그 배경에는 체계적이고 전문적인 뷰티 교육이 존재한다. 본 연구가 제시한 일곱 가지 핵심 전략과 정책적 시사점은 K-Beauty 교육의 질적 고도화와 글로벌 확산을 위한 실천적 로드맵으로 활용될 수 있다. 뷰티 교육은 기술 전수를 넘어 창의성, 글로벌 역량, 융복합 사고를 갖춘 미래형 인재를 양성하는 고등교육으로 진화하고 있다. 본 연구가 뷰티 교육의 학문적 위상과 교육 혁신에 기여하고, 나아가 K-Beauty의 지속 가능한 발전을 뒷받침하는 기초 자료로 활용되기를 기대한다. 또한 여기서 적용한 텍스트 마이닝 접근이 다른 전문직 교육과정 연구에도 확산되어, 교육과정 연구의 데이터 기반 분석을 촉진하는 계기가 되기를 바란다.

References

Bamberger, A., & Bronshtein, Y. (2020). Marketing universities and targeting international students: A comparative analysis of social media data trails. *Teaching in Higher Education, 26*(3), 375-396. https://doi.org/10.1080/13562517.2020.1712353

Berelson, B. (1952). Content analysis in communication research. Free Press.

Choi, J. Y. (2007). A study on the development of higher education internationalization indicators and index (Final Report). Korean Educational Development Institute. https://scienceon.kisti.re.kr/srch/selectPORSrchReport.do?cn=TRKO201600012561

Choi, S. H., & Jang, G.-W. (2018). Needs analysis for the curriculum of foreign students. *Journal of Education and Culture, 24*(2), 615-640. https://doi.org/10.24159/joec.2018.24.2.615

Higher Education in Korea. (2024). Higher education information disclosure system: University statistics. Retrieved from https://www.academyinfo.go.kr/

Kang, S. Y. (2021). A study on the development of K-Beauty specialized curriculum for international students: Focusing on students in degree programs within universities. *Culture and Convergence, 43*(12), 1-23. https://doi.org/10.33645/cnc.2021.12.43.12.221

Kim, H. J. (2012). A study on effective university marketing improvement plans for attracting students [Master's thesis, Konkuk University]. http://www.riss.kr/link?id=T12667696&outLink=K

Kim, H. S. (2020). An analysis of factors influencing the academic achievement of international students: For the purpose of curriculum improvement [Master's thesis, Hanyang University]. http://www.riss.kr/link?id=T12667696&outLink=K

Kim, J. A. (2020). A study on the status analysis of universities' attraction and management of foreign students (Research Report IP2020-12). Korean Educational Development Institute. http://www.riss.kr/link?id=T12667696&outLink=K

Kim, J. H. (2022). A study on digital content usage types and differences in the beauty field of Generation Z: Focusing on beauty information usage channels, usage experience, and usage content types. *Journal of the Korean Design Culture Association, 28*(6), 1173-1188.

Kim, J. Y. (2018). A study on the strengthening plan of global competitiveness in the domestic beauty industry: Focusing on SWOT analysis following the growth of 'K-beauty' [Master's thesis, Chung-Ang University].

Kim, J. Y. (2025). A study on the factors that determine the decision to study abroad and the university life experiences of international students majoring in beauty. *Journal of the Korean Society of Cosmetology, 31*(3), 682-693. https://doi.org/10.52660/JKSC.2025.31.3.682

Kim, S. D. (2025). Analysis of the current status of attracting foreign students at home and abroad. *Asia-Pacific Journal of Convergent Research Interchange, 11*(6), 347-361. https://doi.org/10.47116/apjcri.2025.06.23

Kim, S. H. (2016). Operation improvement plan for Korean language education institutes through analysis of policies for attracting and managing foreign students [Master's thesis, Anyang University].

Kwon, E. Y. (2013). A study on the development of liberal arts curriculum for international students. *Korean Journal of General Education, 7*(2), 373-398.

Kwon, O. Y., & Kim, A. R. (2019). Strategies for attracting and supporting foreign students in Gangwon-do (Research Report 2019-21). Gangwon Institute.

Lee, G. Y. (2022). A study on strategies for attracting and managing international students: Focused on the case of C University. *Asian Studies, 25*(1), 375-396.

Lee, H. J., & Lee, M. J. (2019). A study on domestic support policies for international students. *The Journal of Humanities and Social Science, 10*(4), 235-250.

Lee, K. R., & Lee, S. J. (2017). A study on media exploration and improvement for strengthening university competitiveness. *Journal of the Korea Digital Contents Society, 18*(6), 1067-1078. https://doi.org/10.9728/dcs.2017.18.6.1067

Lee, M. J., Son, S. H., & Choi, E. D. (2024). Utilization of digital human technology for attracting international students and promoting K-Beauty departments. *Journal of the Korean Society of Cosmetology, 30*(6), 1227-1237. https://doi.org/10.52660/JKSC.2024.30.6.1227

Luo, A. (2023, June 22). Content analysis | Guide, methods & examples. Scribbr. Retrieved October 10, 2025, from https://www.scribbr.com/methodology/content-analysis/

Meltareza, R. (2023). Marketing communication in attracting students. *Journal Lensa Mutiara Komunikasi, 7*(1), 152-165. https://doi.org/10.51544/jlmk.v7i1.3871

Ministry of Education, Science and Technology [MEST]. (2012). Enforcement of the International Education Quality Assurance System (IEQAS) 2012 for the undergraduate courses [Press release]. Korea Ministry of Education. Retrieved from https://english.moe.go.kr/

Ministry of Education, Republic of Korea. (2023). Study Korea 300K Project. Study in Korea. Retrieved from https://english.moe.go.kr/

Ministry of Education. (2025). Study Abroad and International Student Attraction Policy Plan. Retrieved from https://www.moe.go.kr/

Nguyen, H. L., & Han, G. H. (2024). Persuasive effects of online university promotion for attracting international students: Based on an analysis of effects according to promotion type and message focus. *Korean Journal of OOH Advertising, 21*(4), 79-98.

Noh, Y. H. (2021). Beauty related graduate fields activation methods for international students. *Journal of the Korean Society of Cosmetology, 27*(5), 1267-1277. https://doi.org/10.52660/JKSC.2021.27.5.1267

Oh, Y. J. (2024). Current status and future tasks of attracting foreign students. KCUE Higher Education Issue, 2024(3). Korean Council for University Education.

Park, J. S. (2009). Improving the quality of higher education for strengthening global competitiveness (Research Report RR 2009-38). Korean Educational Development Institute.

Park, M. J. (2022). Expansion of education strengthening measures following the increase in the number of foreign students: Focusing on linkage with early settlement program for immigrants. Immigration Policy Research Institute Issue Brief, 2022(09). Korea Immigration Service.

Seo, Y. I. (2012). A study on strengthening the management and support system for foreign students in universities (Final Report). Korean Educational Development Institute.

Song, Y. R. (2013). *An analysis of factors influencing foreign students' university selection* [Master's thesis, Korea University].

Tas, A., & Akagun, E. E. (2012). Key factors for student recruitment: The issue of university branding. *International Business Research, 5*(10), 146-156. https://doi.org/10.5539/ibr.v5n10p146

Wilson, V. (2011). Research methods: Content analysis. *Evidence Based Library and Information Practice, 6*(4), 143-145.

Won, G. S. (2004). Strategy for attracting foreign students and student management. *Higher Education, 132*, 30-37.

Yoon, J. H. (2016). A study on global talent attraction strategies in the aging era (Research Report RR 2016-53-06). Korean Educational Development Institute.