

정보기술자격(ITQ) 시험

과 목	코 드	문제유형	시험시간	수험번호	성 명
MS워드	1112	A	60분		

수험자 유의사항

- 수험자는 문제지를 받는 즉시 응시하고자 하는 과목의 문제지가 맞는지 확인하여야 합니다.
- 파일명은 본인의 “ 수험번호-성명 ” 으로 입력하여 답안폴더(내문서WITQW)에 하나의 파일로 저장해야 하며, 답안문서 파일명이 “ 수험번호-성명 ” 과 일치하지 않거나, 답안파일을 전송하지 않아 미제출로 처리될 경우 실격입니다(예 : 내문서WITQW12345678-홍길동.doc).
- 답안 작성을 마치면 파일을 저장(크기 : 1.44MB 이내로 작성)하고, ' 답안 전송 ' 버튼을 선택하여 감독위원 PC로 답안을 전송하십시오(단, 지정된 용량 초과 시 실격 처리됩니다). 만약, 수험생 정보와 저장한 파일명이 다를 경우 전송되지 않으므로 주의하시기 바랍니다.
- 답안 작성 중에도 주기적으로 저장하고, ' 답안 전송 ' 을 이용하여 감독위원 PC로 답안을 전송하여야 문제발생을 줄일 수 있습니다.
- 답안문서는 지정된 경로 외의 다른 보조기억장치에 저장하거나 기타 통신수단(이메일, 메신저, 네트워크)을 이용하여 외부로 반출할 때는 부정 또는 실격 처리됩니다.
- 시스템 조작의 미숙으로 시험이 불가능하다고 판단되는 수험자는 실격 처리됩니다.
- 시험 중 부주의 또는 고의로 시스템을 파손한 경우는 수험자가 변상해야 합니다.
- 시험을 완료한 수험자는 답안파일이 전송되었는지 확인한 후 감독위원의 지시에 따라 문제지를 제출하고 퇴실합니다.

답안 작성 요령

- 온라인 답안 작성 절차
수험자 등록 ⇒ 시험 시작 ⇒ 답안파일 저장 ⇒ 답안 전송 ⇒ 시험 종료
- 공통 부문
 - 글자체는 별도의 지시사항이 없는 경우는 “바탕” , 글자크기 10포인트로 합니다.
 - 각 문제에서 주어진 <조건>에 따라 작성하고 언급하지 않는 조건은 <출력형태>와 같이 작성합니다.
 - 용지여백은 왼쪽 · 오른쪽 1.1cm, 위쪽 · 아래쪽 · 머리글 · 바닥글 1cm, 제본 0cm로 합니다.
 - 그림 삽입 문제의 경우 내문서WITQWPpicture 폴더에서 지정된 파일을 선택하여 삽입합니다.
 - 삽입한 그림은 반드시 문서에 포함하여 저장해야 합니다(미포함 시 감점 처리).
 - 지정된 페이지에 정확히 작성하시기 바라며, 그렇지 않을 경우에 해당 항목은 0점 처리됩니다.
- ※ 페이지구분 : 1페이지 - 기능평가 I (1, 2번 문제번호 표시),
2페이지 - 기능평가 II (3, 4번 문제번호 표시),
3페이지 - 문서작성 능력평가
- 기능평가 문제
 - 문제와 조건은 입력하지 않으며 문제번호와 답<출력형태>만 작성합니다.
 - 4번 문제는 목기를 하면 0점 처리됩니다.
- 문서작성 능력평가 문제
 - A4 용지(210mm * 297mm) 1매 크기, 세로 서식 문서로 작성합니다.
 - 표시는 문서 작성에 대한 지시사항이므로 작성하지 않습니다.

기능평가 I(150점)

1. 다음의 <조건>에 따라 스타일 기능을 적용하여 <출력형태>와 같이 작성하십시오. (50 점)

<조건> (1) 스타일 이름 - sns

(2) 단락 - 왼쪽에서 들여쓰기 : 1글자, 단락 뒤 간격 1줄

(3) 글꼴 - 글꼴 : 돋움, 크기 : 10pt, 장평 : 105%, 간격 : 표준

<출력형태>

A social network service is an online service, platform, or site that focuses on building and reflecting of social networks or social relations among people, who share interests or activities.

A social network service essentially consists of a representation of each user (often a profile), his/her social links, and a variety of additional services.

2. 다음의 각 조건에 따라 <출력형태>와 같이 표와 차트를 작성하십시오. (100 점)

<표 조건> (1) 표 전체(표, 캡션) - 굴림, 10pt

(2) 맞춤 - 문자 : 가운데 맞춤, 숫자 : 오른쪽 맞춤

(3) 셀 음영 - 노랑

(4) 계산 기능을 이용하여 합계를 구하고 캡션 기능 사용할 것

(5) 테두리 모양은 <출력형태>와 동일하게 처리할 것

<출력형태>

2011년 1월 기준 페이스북 사용자 국가별 통계(단위 : 천 명, %)

국가명	사용자 수	전월 대비 증가수	전월 대비 증가율	전체 점유율	순위
영국	27,919	371	1.33	44.73	3 위
터키	25,127	761	3.03	32.30	4 위
대한민국	3,831	1,337	34.9	7.88	26 위
합계					

<차트조건> (1) 차트 데이터는 표 내용에서 국가별 사용자 수와 전월 대비 증가수의 값만 이용할 것

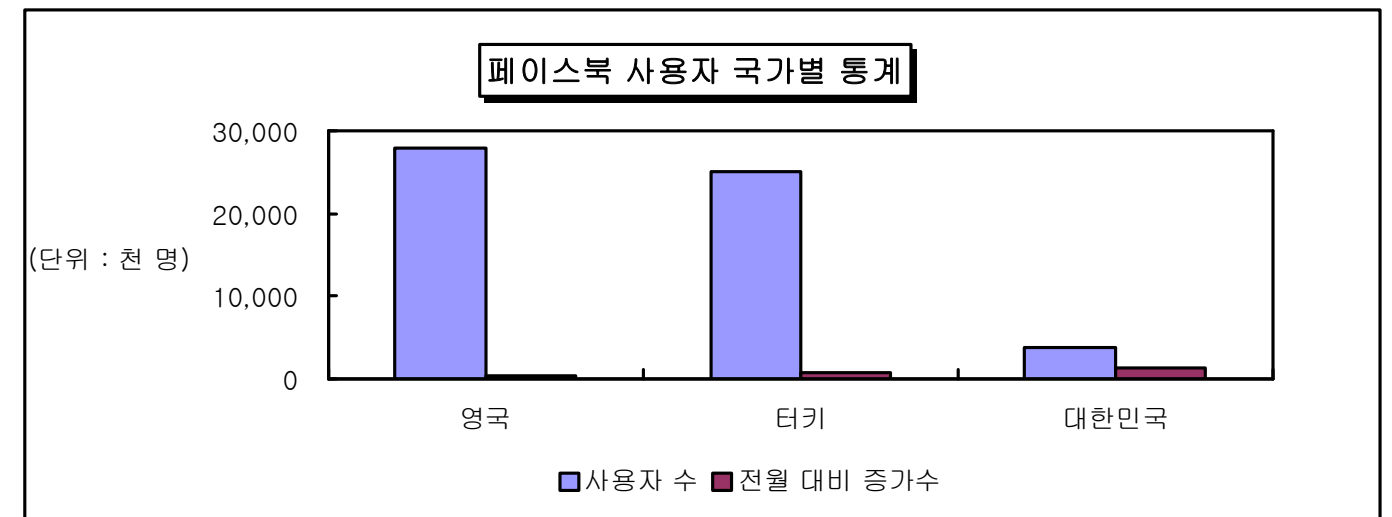
(2) 종류 - <묶은 세로 막대형>으로 작업할 것

(3) 제목 - 글꼴 : 굴림, 굵게, 12pt, 테두리, 그림자 표시

(4) 제목 이외의 전체 글꼴 - 굴림, 보통, 10pt

(5) 기타 나머지 사항은 <출력형태>와 동일하게 처리할 것

<출력형태>



기능평가 II(150점)

3. 수식 편집기로 다음 수식 (1), (2)를 각각 입력하시오. (40점)

《출력형태》

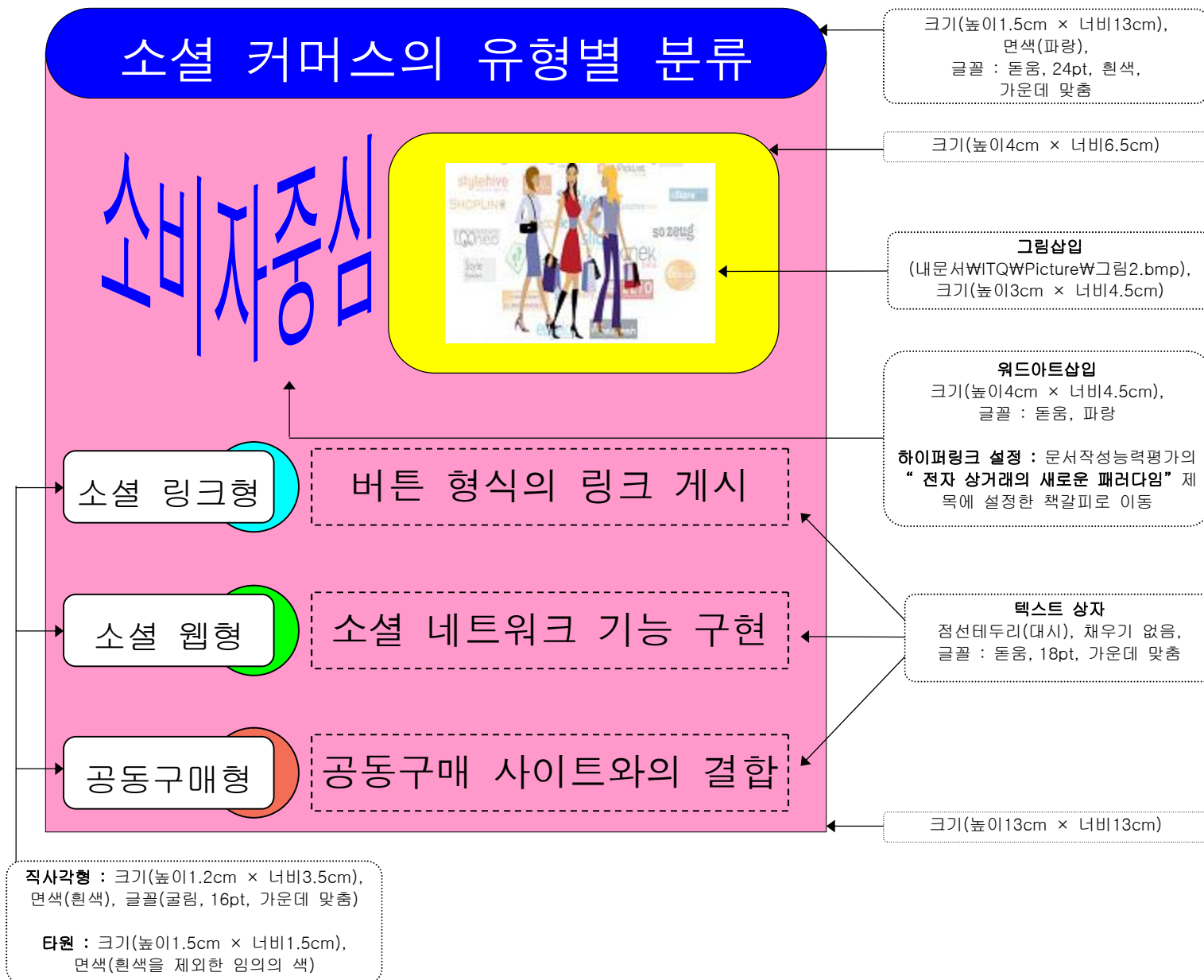
$$(1) b^2 = c^2 + a^2 - 2ca \cos A \Leftrightarrow \cos B = \frac{c^2 + a^2 - b^2}{2ca} \quad (2) S = \pi r^2 + \frac{1}{2} \times 2\pi r \times 1$$

4. 다음의 《조건》에 따라 《출력형태》와 같이 문서를 작성하시오. (110 점)

《조건》

- (1) 그리기 도구를 이용하여 작성하고 모든 도형(워드아트, 지정된 그림 포함)을 《출력형태》와 같이 작성하시오.
- (2) 도형의 면색은 지시사항이 없으면 채우기 없음을 제외하고 서로 다르게 임의로 지정하시오.

《출력형태》



문서작성능력평가(200점)

글꼴 : 돋움, 22pt, 굵게, 가운데 맞춤, 책갈피 이름 : 소셜커머스

머리글 기능, 굴림, 10pt, 오른쪽 맞춤

→ 소셜 네트워크

전자 상거래의 새로운 패러다임

단락의 첫 문자 장식, 궁서, 빨강

각주

그림삽입(내문서WITQWPictureW그림3.gif), 크기(높이3cm × 너비4cm)

소셜 커머스(Social Commerce)는 소셜 미디어^a와 온라인 미디어를 활용하는 전자 상거래의 일종이다. 가이드와이어 그룹의 창업자인 크리스 쉬플리가 처음 사용한 소셜 미디어는 일반 대중이 자신의 생각과 의견, 경험, 관점 등을 서로 공유하고 참여하기 위해 사용하는 개방화된 온라인 톨과 미디어 플랫폼으로, 양방향성을 활용하여 많은 사람들이 함께 정보를 공유(共有)하며 만들어 나가는 미디어를 말한다.



소셜 커머스는 전자 상거래를 하는 데 있어 소셜 미디어가 부분적 또는 주도적으로 활용되는 모든 형태를 일컫는다. 소셜 커머스는 소비자의 경험을 소셜 미디어와 실시간으로 공유하는 포괄적이고 광범위한 개념으로 소셜 링크형, 소셜 웹형, 공동구매형, 오프라인 연동형으로 구분할 수 있으며, 경우에 따라 각각의 유형이 결합되기도 한다. 소셜 커머스가 주목 받는 이유는 단순히 엄청난 회원을 거느린 소셜 미디어와 직간접적인 제휴를 맺는 것 이상의 의미를 가진다. 즉, 소셜 커머스를 통해 전자 상거래의 잠재적 고객을 확보할 수 있고 전자 상거래의 중요 요소인 광고 마케팅 비용이 상대적으로 적게 소요되며, 인간관계를 기반으로 한 상품의 추천 및 댓글은 추후 그 상품의 구매 가능성을 높일 수 있다는 장점(長點)이 있다.

□ 소셜 커머스 비즈니스 모델 분석

돋움, 18pt, 흰색, 음영(빨강)

- 1 국내 소셜 쇼핑의 기본 사업 모델
 - 가) 공동구매에 기반한 지역 밀착형 서비스 판매 대행업
 - 나) 하루 한 상품을 기본으로 판매
- 2 국내 소셜 쇼핑 업체의 유형 분석
 - 가) 주체 : 벤처 창업형, 대기업 진출형, 개인 사업자형, 패션 쇼핑몰
 - 나) 지역 범위 : 전국 확장형, 대중 브랜드 활용형, 특정 지역 한정형

다단계 번호 매기기
(1 단계, 2 단계)
1단계 맞춤위치 : 0.3cm
2단계 맞춤위치 : 0.75cm

□ 국내 소셜 커머스 업체 현황

돋움, 18pt, 밑줄, 강조점

굴림, 10pt, 가운데 맞춤, 셀 음영 : 노랑

업체명	매출 발생 시기	연매출	특징	대표
티켓몬스터	2010년 5월	200억 원	초기 시장 선점에 성공한 국내 1위 업체	신현성
쿠팡	2010년 8월	70억 원	공연, 전시 등 문화 분야	김범석
데일리픽	2010년 7월	34억 원	맛집 정보만 전문적으로 제공	이관우
슈거딜	2010년 6월	14~15억 원	프리미엄 이미지에 중점	나제원, 박은상
위폰	2010년 3월		국내 최초의 소셜 커머스	장재웅

- 출처 : 2010년 12월 29일 자 전자신문(http://www.etnews.co.kr)

블로터닷넷

궁서, 25pt, 굵게, 장평 120%, 가운데 맞춤

^a 블로그, 소셜 네트워킹 서비스, 위키, UCC, 트위터 등