



정보기술자격(ITQ)시험

아래 한글
2007/2010

과 목	코드	문제유형	시험시간	수험번호	성 명
아래 한글	1111	C	60분		

수험자 유의사항

- 수험자는 문제지를 받는 즉시 문제지와 **수험표상의 시험과목(프로그램), 버전이 동일한지 반드시 확인**하여야 합니다.
- 파일명은 본인의 “수험번호-성명”으로 입력하여 답안폴더(내문서WITQ 또는 라이브러리W문서 WITQ)에 하나의 파일로 저장해야 하며, 답안문서 파일명이 “수험번호-성명”과 일치하지 않거나, 답안파일을 전송하지 않아 미제출로 처리될 경우 실격 처리합니다(예:12345678-홍길동.hwp).
- 답안 작성을 마치면 파일을 저장하고, ‘답안 전송’ 버튼을 선택하여 감독위원 PC로 답안을 전송하십시오. 수험생 정보와 저장한 파일명이 다를 경우 전송되지 않으므로 주의하시기 바랍니다.
- 답안 작성 중에도 **주기적으로 저장하고, ‘답안 전송’**하여야 문제 발생을 줄일 수 있습니다. 작업한 내용을 저장하지 않고 전송할 경우 이전에 저장된 내용이 전송되오니 이점 유의하시기 바랍니다.
- 답안문서는 지정된 경로 외의 다른 보조기억장치에 저장하는 경우, 지정된 시험 시간 외에 작성된 파일을 활용할 경우, 기타 통신수단(이메일, 메신저, 네트워크 등)을 이용하여 타인에게 전달 또는 외부 반출하는 경우는 부정 처리합니다.
- 시험 중 부주의 또는 고의로 시스템을 파손한 경우는 수험자가 변상해야 하며, <수험자 유의사항>에 기재된 방법대로 이행하지 않아 생기는 불이익은 수험생 당사자의 책임임을 알려 드립니다.
- 시험을 완료한 수험자는 답안파일이 전송되었는지 확인한 후 감독위원의 지시에 따라 문제지를 제출하고 퇴실합니다.

답안 작성요령

- **온라인 답안 작성 절차**
수험자 등록 ⇒ 시험 시작 ⇒ 답안파일 저장 ⇒ 답안 전송 ⇒ 시험 종료
- **공통 부문**
 - 글꼴에 대한 기본설정은 바탕 또는 함초롬바탕, 10포인트, 검정, 줄간격 160%, 양쪽정렬로 합니다.
 - 각 문항에 주어진 <조건>에 따라 작성하고 언급하지 않은 조건은 출력형태와 같이 작성합니다.
 - 용지여백은 왼쪽오른쪽 11mm, 위쪽아래쪽머리말꼬리말 10mm, 제본 0mm로 합니다.
 - 그림 삽입 문제의 경우 내문서WITQWPicture 폴더에서 지정된 파일을 선택하여 삽입하십시오.
 - 삽입한 그림은 반드시 문서에 포함하여 저장해야 합니다(미포함 시 감점 처리).
 - 각 항목은 지정된 페이지에 출력형태와 같이 정확히 작성하시기 바라며, 그렇지 않을 경우에 해당 항목은 0점 처리됩니다.
 - ※ 페이지구분 : 1페이지 - 기능평가 I (문제번호 표시 : 1. 2.),
2페이지 - 기능평가 II (문제번호 표시 : 3. 4.),
3페이지 - 문서작성 능력평가
- **기능평가**
 - 문제와 <조건>은 입력하지 않으며 문제번호와 답(<출력형태>)만 작성합니다.
 - 4번 문제는 묶기를 했을 경우 0점 처리됩니다.
- **문서작성 능력평가**
 - A4 용지(210mm×297mm) 1매 크기, 세로 서식 문서로 작성합니다.
 - □ 표시는 문서작성에 대한 지시사항이므로 작성하지 않습니다.

기능평가 I (150점)

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

- <조건> (1) 스타일 이름 - consumerism
(2) 문단 모양 - 왼쪽 여백 : 15pt, 문단 아래 간격 : 10pt
(3) 글자 모양 - 글꼴 : 한글(굴림)/영문(돋움), 크기 : 10pt, 장평 : 95%, 자간 : 5%

<출력형태>

Advocating the rights of consumers, as against the efforts of advertisers. The emphasis of advertising and marketing efforts toward creating consumers.

소비환경이 빠르게 변화하고 있다. 자유무역협정 체결 증가로 국가 간 거래장벽이 사라지고 있으며 ICT(정보통신기술)와 모바일 플랫폼의 발달로 거래 형태의 다변화가 계속되고 있다.

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

- <표 조건> (1) 표 전체(표, 캡션) - 굴림, 10pt
(2) 정렬 - 문자 : 가운데 정렬, 숫자 : 오른쪽 정렬
(3) 셀 배경(면색) : 노랑
(4) 한글의 계산 기능을 이용하여 빈칸에 합계를 구하고, 캡션 기능 사용할 것
(5) 선 모양은 <출력형태>와 동일하게 처리할 것

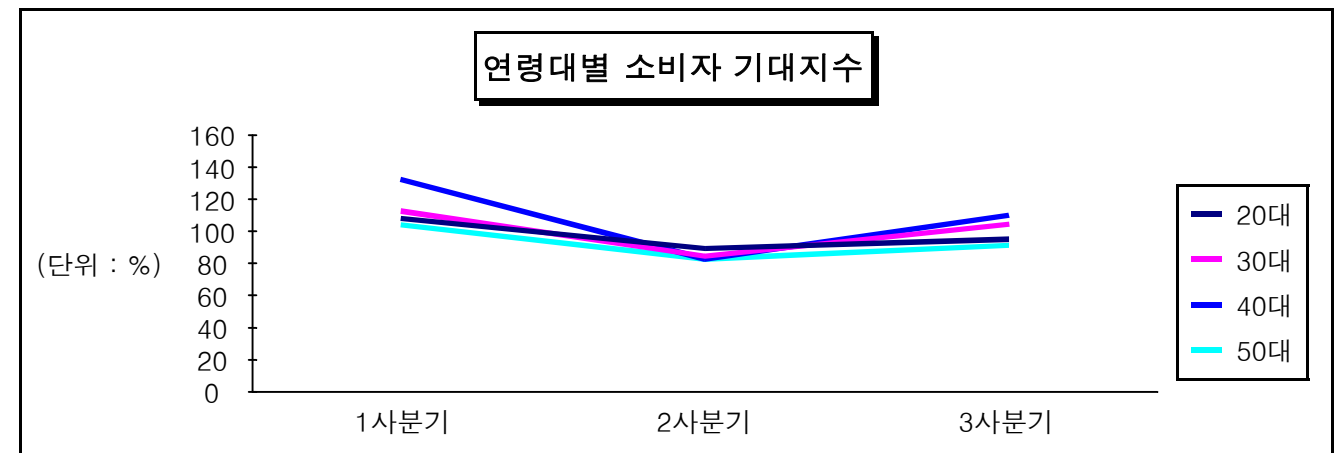
<출력형태>

연령대별 소비자 기대지수(단위 : %)

구분	20대	30대	40대	50대	합계
1사분기	107.7	112.3	132.0	103.9	
2사분기	89.4	84.6	82.7	82.7	
3사분기	95.0	104.3	109.7	91.3	
4사분기	103.2	102.0	98.7	97.1	

- <차트 조건> (1) 차트 데이터는 표 내용에서 연령대별 1사분기, 2사분기, 3사분기의 값만 이용할 것
(2) 종류 - <꺾은선형>으로 작업할 것
(3) 제목 - 돋움, 진하게, 12pt, 배경 - 선 모양(한 줄로), 그림자(2pt)
(4) 제목 이외의 전체 글꼴 - 돋움, 보통, 10pt
(5) 축제목과 범례는 <출력형태>와 동일하게 처리할 것

<출력형태>



기능평가 II (150점)

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

《출력형태》

$$(1) f = \sqrt{\frac{2 \times 1.6 \times 10^{-19}}{9.1 \times 10^{-31}}} = 5.9 \times 10^5$$

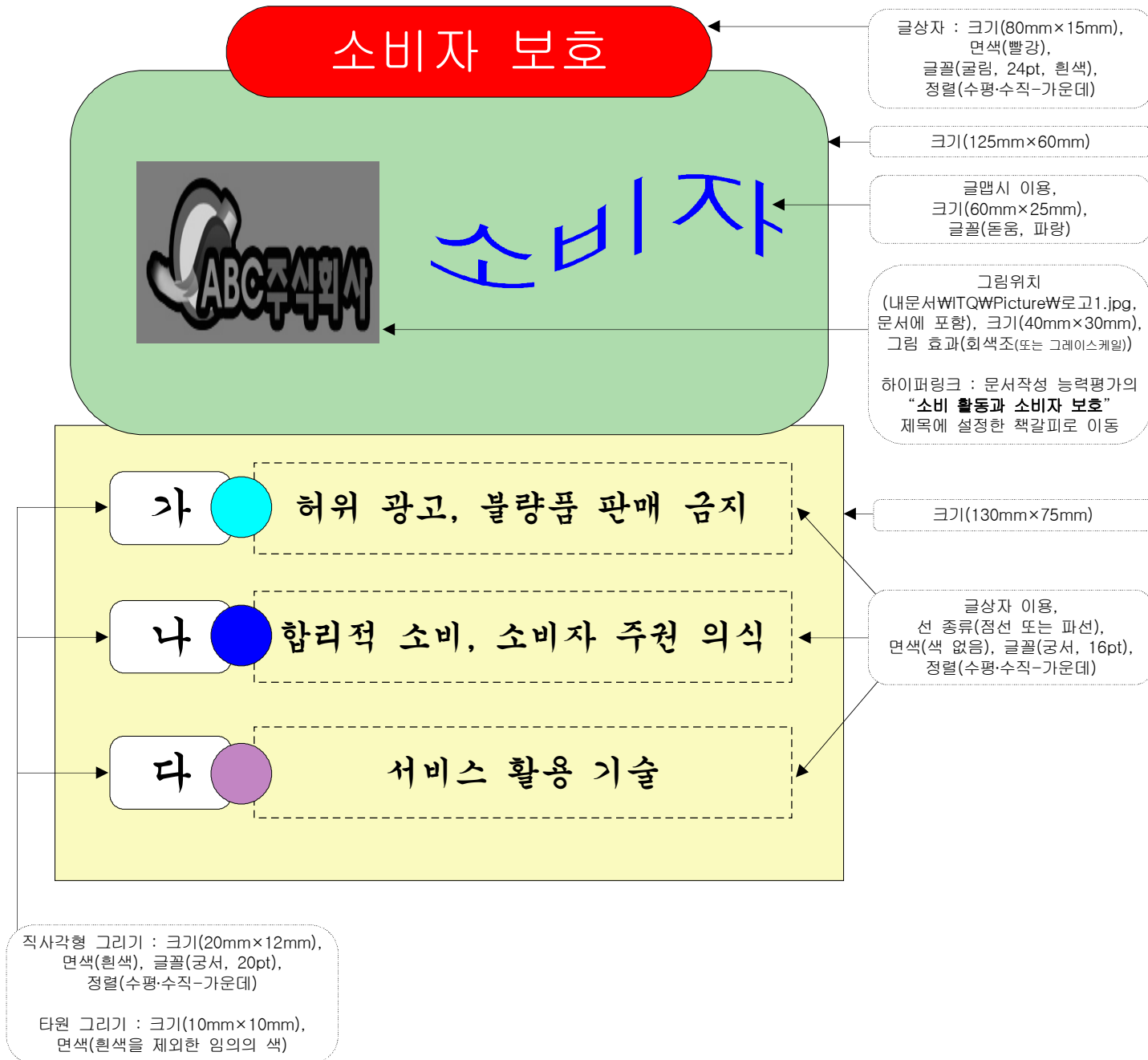
$$(2) m = \frac{\Delta P}{K_a} = \frac{\Delta t_b}{K_b} = \frac{\Delta t_f}{K_f}$$

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

《조건》

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

《출력형태》



문서작성 능력평가 (200점)

글꼴 : 돋움, 18pt, 진하게, 가운데 정렬
책갈피 이름 : 소비자
덧말 넣기

머리말 기능
굴림, 10pt, 오른쪽 정렬

문단 첫 글자 장식 기능
글꼴 : 궁서, 면색 : 노랑

국민 경제의 발전

소비 활동과 소비자 보호

그림위치(내문서WITQWPictureW그림5.jpg, 문서에 포함)
자르기 기능 이용, 크기(40mm×40mm), 바깥 여백 왼쪽 : 2mm

생 활 속에서 욕구 충족(充足)을 위해 재화나 용역을 사용하여 감소시키거나 소멸시키는 행위를 소비라고 한다. 재화 또는 용역을 구매할 것인가, 구매한다면 무엇을, 언제, 어디서, 어떻게, 누구에게서, 어느 정도로 할 것인가 등을 결정(決定)하는 것을 소비자 행동이라 하며 소비자 행동에는 구매 행동과 소비 행동이 포함된다. 소비자 행동은 상거래를 통하여 일어나는데 상거래 활동에서 가장 중요한 대상은 소비자인 고객이며 ‘고객은 왕이다’라는 말은 소비자 위주의 마케팅 활동이 필요하다는 뜻이다. 소비자를 존중하고 그들이 필요로 하는 제품을 개발하여 그들을 왕처럼 생각하는 판매 활동을 전개하지 않으면 성공할 수 없다는 것을 뜻하기도 한다.



한국소비자원^①은 급변하는 소비환경에서 현명하고 책임 있는 소비생활에 필요한 다양한 정보를 체계적으로 제공하고 있다. 나아가 소비자 교육, 소비생활 안전을 위한 조사 및 시험검사, 불공정한 거래 개선을 위한 조사 및 분석, 제도 개선을 위한 정책연구, 전문 분야 상담, 피해구제 및 분쟁조정 등 소비생활과 관련된 업무를 통하여 소비자 권익 향상에 기여하고 있다.

소비자법령

A. 소비자 일반 관련

1. 약관의 규제에 관한 법률
2. 표시, 광고의 공정화에 관한 법률

B. 금융 관련

1. 자본시장과 금융투자업에 관한 법률
2. 대부업 등의 등록 및 금융이용자 보호에 관한 법률

설득 과정과 구매 심리 과정

판매원의 설득 과정		비고	구매자의 구매 심리 과정	
1단계	출발	매매 성립	관심	점포 안으로 들어오거나 진열 상품을 바라보는 경우
2단계	알림		연상	상품을 만지면서 사용했을 때의 모습을 연상하는 경우
3단계	설명		욕망	상품에 대한 욕심이 생기는 경우
4단계	증명		검토	다른 상품과 비교하며 상품의 기능 등 정보 검토
5단계	요약		행동	대금을 지불하는 구매의 결정 단계

- 상품 구입의 동기는 감정적 동기(욕망, 위신, 애정)와 합리적 동기(편의성, 신뢰성)로 나뉜다.

글꼴 : 궁서, 24pt, 진하게, 장평 115%, 오른쪽 정렬

한국소비자원

① 소비자의 권익을 증진하고 소비생활의 향상을 도모하기 위하여 국가에서 설립한 전문기관