

1과목 : 소비자상담 및 피해구제

1. 소비자 상담의 촉진관계를 위해 필요한 상담자의 바람직한 태도 및 행동 특징이 아닌 것은?

- ① 공감적 이해                      ② 일관적 성실  
③ 수용적 존중                      ④ 일반적 능력

2. 고객만족 조사의 유용성 또는 목적으로 틀린 것은?

- ① 고객감소의 원인 파악  
② 기업의 수익성을 증가  
③ 일부 직원의 동기화를 유도  
④ 기존 고객유지를 위한 정보 획득

3. 일반 심리상담과 비교할 때 특히 소비자상담에서 강조되는 특성은?

- ① 인간적 성장을 위한 노력  
② 상담자와 피상담자간의 개방적 신뢰관계  
③ 피상담자의 자기이해 및 수용  
④ 문제해결을 위한 구체적 행동

4. 구매의사결정단계별로 소비자상담을 구분할 때 현재까지 소비자보호원과 소비자단체에서의 소비자상담 중 비중이 가장 큰 것은?

- ① 구매전 상담                      ② 구매시 상담  
③ 구매관련 상담                      ④ 구매후 상담

5. 기업 소비자상담의 업무내용으로 적합한 것은?

- ① 기업 소비자상담사는 피해보상규정을 숙지할 필요가 없다.  
② 기업 소비자상담사는 고객에게 상품정보만 제공하면 된다.  
③ 구매 후 고객들에 대한 지속적인 관리를 통해 지속적인 관계를 유지한다.  
④ 고객에게 먼저 사과하는 것은 기업 이미지상 바람직한 것이 아니다.

6. 경청을 하기 위한 상담자의 효과적인 반응은?

- ① 여과적 경청                      ② 반영적 경청  
③ 동정적 경청                      ④ 평가적 경청

7. 소비자피해보상규정의 효력에 관한 내용은?

- ① 재판의 판결  
② 사업자에게 유리한 처리  
③ 합의권고 또는 조정  
④ 소비자에게 유리한 처리

8. 소비자피해보상규정에서 정하고 있는 일반적 보상기준이 아닌 것은?

- ① 수리  
② 교환  
③ 계약해제·이행  
④ 정신적 손해에 대한 위자료

9. 고객의 욕구와 기대에 부응하여 그 결과로서 상품과 서비스의 재구매가 이루어지고 고객의 신뢰감이 연속되는 상태는?

- ① 고객만족                      ② 고객관계관리

③ 진실의 순간(MOT)                      ④ 고객지향적 경영

10. 민간 소비자단체의 주요 활동이 아닌 것은?

- ① 소비자고발센터와 같은 상담 및 피해구제 업무  
② 출판물 발간 및 홍보활동  
③ 소비자의식 조사 및 소비생활환경 실태조사  
④ 소비자분쟁조정위원회 설치 및 조정 활동

11. 다음 중 아웃바운드 텔레마케팅을 시장조사 업무에 활용한 것은?

- ① 테스트 마케팅                      ② 클레임 대응  
③ 휴먼고객 활성화                      ④ 앙케이트 콜

12. 소비자피해보상규정에서 정하고 있는 품목별 부품보유기간에 의한 에어컨 부품보유기간은?

- ① 5년                      ② 6년  
③ 7년                      ④ 8년

13. 품목별 보상기준의 적용에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 당사자간 별도의 의사표시가 없고 피해 소비자가 품목별 보상기준에 따른 보상만을 청구하는 경우에 한하여 보상기준이 된다.  
② 다른 법령에 근거한 보상기준이 별도로 마련된 경우라도 품목별 보상기준을 우선적으로 적용한다.  
③ 품목별 보상기준에서 해당품목에 대한 보상기준을 정하고 있지 않은 경우에는 유사제품의 기준을 준용할 수 있다.  
④ 품목별 보상기준에서 동일한 피해에 대한 보상방법이 두 가지 이상 정하고 있는 경우는 소비자에게 유리한 법률을 선택할 수 있다.

14. 기업의 소비자 상담결과에 대한 활용으로 부적절한 것은?

- ① 상담내용을 모든 방문자가 참고하도록 공개  
② 잘못된 품질보증서 내용을 정정  
③ 고객접점 직원들에 대한 서비스 교육자료로 활용  
④ 제품결함 정보를 수집하여 관련 부서에 제공

15. 일반적 피해보상기준에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 품질보증기간 동안의 수리, 교환, 환급에 소요되는 비용은 사업자가 부담한다.  
② 수리를 의뢰한 날로부터 1월이 경과한 후에도 사업자가 물품을 소비자에게 인도하지 못한 경우는 신제품으로 교환 또는 환급한다.  
③ 교환은 동일제품으로 하되 동일제품으로의 교환이 불가능할 때는 환급하여야 한다.  
④ 환급금액 산정에 있어 실거래가격을 입증할 수 없는 경우에는 당해 지역에 거래되는 통상가격을 기준으로 한다.

16. 화가 많이 난 소비자를 대할 때의 상담기술로 적절한 것은?

- ① 소비자의 감정상태를 인정하는 것은 무조건 문제를 수용하겠다는 것을 의미하게 되므로 삼가야 한다.  
② 일단은 소비자를 안심시켜 화가 난 이유를 정확히 말하도록 유도한다.  
③ 소비자가 이야기할 때 중간에 계속 끼어들어 화를 가라앉히도록 유도한다.  
④ 상담초기에 소비자의 감정적인 표현을 무시하여 객관적

인 사실만 말하도록 유도한다.

17. 다음 중 인바운드(inbound) 텔레마케팅에 속하지 않는 활동은?

- ① 고객으로부터 상품주문을 받는 것
- ② 고객의 클레임에 대응하는 것
- ③ 고객에게 감사전화를 거는 것
- ④ 고객의 문의에 답하는 것

18. 소비자상담기관 중 직접적인 소비자상담업무를 하지 않는 기관은?

- ① 서울 Y.W.C.A
- ② 대한주부클럽연합회
- ③ 한국소비자단체협의회
- ④ 한국소비자연맹

19. 소비자 행정기관에서의 소비자 상담 역할이 아닌 것은?

- ① 소비자 권리를 실현시켜 준다.
- ② 생애 학습으로 연결되는 소비자 교육을 한다.
- ③ 소비생활 전반에 관련된 다양한 정보를 제공한다.
- ④ 소비자의 불만 상품을 직접 교환이나 환불을 해준다.

20. 세탁소에 맡긴 코트를 찾아와 보니 전체적으로 탈색되고 수축되어 있었다. 세탁 과정에서 재오염된 것이 확인되었다. 세탁을 맡겼던 코트는 8개월 전에 40만원을 주고 구입한 것이며, 내용물수 4년짜리 옷이다. 이 경우 얼마를 배상받을 수 있을까? (단, 배상액은 물품 구입가격에 환산 경과일수에 의한 배상비율을 곱한 금액이다.)

[소비자피해보상규정상의 배상비율]

환산경과일수 (실제경과일수/내용년수)	배상비율(%)
0~15일 미만	95
15~45일 미만	85
45~90일 미만	70
90~135일 미만	60
135~180일 미만	50
180~225일 미만	45
225~270일 미만	40
270~315일 미만	35
315~360일 미만	30

- ① 24만원
- ② 28만원
- ③ 32만원
- ④ 36만원

21. 소비자피해구제의 진행순서로 적절한 것은?

- ① 상담 → 합의권고 → 분쟁조정 → 소송
- ② 상담 → 분쟁조정 → 합의권고 → 소송
- ③ 상담 → 합의권고 → 소송 → 분쟁조정
- ④ 상담 → 소송 → 합의권고 → 분쟁조정

22. 소비자 특성별 상담대응으로 적절하지 않은 것은?

- ① 우유부단한 소비자에게는 선택대안을 먼저 제시한다.

- ② 반말형 소비자에게는 민첩하고 빈틈없이 응대한다.
- ③ 신경질형 소비자에게는 친절하되 타이트하게 응대한다.
- ④ 상품지식형 소비자에게는 상품지식의 가치를 존중한다.

23. 인터넷 상담에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 데이터베이스 상담은 자료의 업데이트가 중요하다.
- ② 게시판 상담은 상담내용의 비밀성이 보장된다.
- ③ 이메일 상담은 의뢰자의 익명성이 보장된다.
- ④ FAQ는 데이터베이스상담의 일종이다.

24. 소비자단체 및 한국소비자보호원 등에서 구매전 소비자상담을 할 때 다루어져야 할 내용이 아닌 것은?

- ① 구매선택과 관련된 평가기준에 대한 정보와 조언
- ② 판매점, 가격 등에 대한 시장정보 제공
- ③ 대체안의 존재와 특성에 관한 정보 제공
- ④ 가격과 품질 면에서 가장 적합한 특정 브랜드 제시

25. 가전제품과 관련된 소비자 피해보상규정을 바르게 설명한 것은?

- ① 품질보증기간 내에 동일한 하자로 3회까지 수리를 받은 후, 동일하자가 다시 발생하면 제품교환 또는 구입가 환불이 가능하다.
- ② 구입 후 7일 이내에 정상적인 상태에서 발생한 성능이나 기능상의 하자로 중요한 수리를 요하는 경우 제품교환이나 구입가 환불이 가능하다.
- ③ 품질보증기간 이후에 여러 가지 다른 이유로 총 6회의 수리를 받은 경우도 교환 또는 환불이 가능하다.
- ④ 품질보증기간 이내에 부품이 없어 수리가 안되는 경우, 환불은 안되지만 제품교환은 가능하다.

## 2과목 : 소비자 관련법

26. 약관의규제에관한법률에 대하여 바르게 설명한 것은?

- ① 신의성실의 원칙에 반하여 공정을 잃은 약관조항이라도 무효로 할 수는 없다.
- ② 사업자와 소비자가 약관내용과 다르게 구두로 한 개별 약정은 약관에 우선하여 적용한다.
- ③ 사업자가 일방적으로 약관을 작성하지 못하도록 하기 위하여 제정된 법률이다.
- ④ 소비자와 소비자단체만이 표준약관을 마련하여 그 내용의 범위반여부에 관하여 공정거래위원회에 심사를 청구할 수 있다.

27. 청약에 대해 상대방이 조건을 붙이거나 변경을 가해서 승낙한 경우의 효과로 맞는 것은?

- ① 청약을 거절한 것으로 본다.
- ② 아무런 효과도 생기지 않는다.
- ③ 청약을 승낙하고 동시에 다른 청약을 한 것으로 본다.
- ④ 청약을 거절하고 동시에 새로 청약을 한 것으로 본다.

28. 전자상거래등에서의소비자보호에관한법률에 관한 설명 중 틀린 것은?

- ① 이 법은 방문판매등에관한법률 등에 규정되어 있던 통신판매에 관한 사항을 별도로 분리하여 제정한 법으로서 2002년 7월 1일부터 시행하고 있다.
- ② 이 법은 전자상거래 및 통신판매 등에 의한 재화 또는 용역의 공정한 거래에 관한 사항을 규정함으로써 소비자

의 권익을 보호하고 시장의 신뢰도 제고를 통하여 국민 경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

- ③ 통신판매중개자나 함은 사이버몰의 이용을 허락하거나 그 밖에 총리령이 정하는 방법에 의하여 거래 당사자간의 통신판매를 알선하는 행위를 말한다.
- ❶ 이 법에서 말하는 소비자는 사업자가 제공하는 재화등을 소비생활을 위하여 사용하거나 이용하는 자에 한정된다.

29. 민법상 무효사유에 해당하지 않는 것은?

- ① 선량한 풍속 기타 사회질서에 위반한 사항을 내용으로 하는 법률행위
- ❷ 강박에 의한 의사표시
- ③ 당사자의 공박, 경솔 또는 무경험으로 인하여 현저하게 공정을 잃은 법률행위
- ④ 상대방과 통정한 허위의 의사표시

30. 방문판매등에관한법률상 방문판매의 정의에 관한 설명 중 틀린 것은?

- ① 방문판매에는 판매뿐 아니라 위탁 및 중개도 포함된다.
- ② 권유나 유인의 장소가 사업장 이외의 장소이어야 한다.
- ③ 청약을 받거나 계약을 체결하는 장소가 사업장인 경우도 포함되는 경우가 있다.
- ❶ 3개월 이상된 출장소는 영업장소에 속하지 않으므로 출장소가 유인의 장소가 된 경우도 방문판매에 해당 한다.

31. 소비자보호법상 피해의 구제에 대한 다음 기술 중 틀린 것은?

- ① 소비자는 피해의 구제를 한국소비자보호원에 청구할 수 있다.
- ❷ 소비자단체는 소비자피해 및 불만처리를 위한 당사자 간의 합의를 권고할 수 있다.
- ③ 사업자가 소비자로부터 피해구제청구를 받은 때에는 소비자분쟁조정위원회에 조정을 요청할 수 있다.
- ④ 소비자보호원 원장은 피해구제청구의 당사자에 대하여 피해보상에 대한 합의를 권고할 수 있다.

32. 아래에서 방문판매등에관한법률상 적용대상에 해당되지 않는 것은?

- ❶ 인터넷을 통한 판매      ② 계속거래
- ③ 다단계판매                  ④ 전화권유판매

33. 표시·광고의공정화에관한법률상 부당한 표시·광고에 관한 설명 중 맞는 것은?

- ① 허위·과장의 표시·광고는 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고하는 것을 말한다.
- ② 기만적인 표시·광고는 사실과 다르게 표시·광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 것을 말한다.
- ❷ 비방적인 표시·광고는 다른 사업자 등 또는 다른 사업자 등의 상품 등에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용으로 표시·광고하여 비방하거나 불리한 사실만을 표시·광고하여 비방하는 것을 말한다.
- ④ 부당한 표시·광고의 세부적인 유형 또는 기준은 공정거래위원회가 정하여 고시하는 경우에 공정거래위원회는 미리 관계행정기관의 장과 협의하여야 하는 것은 아니다.

34. 전자상거래등에서의소비자보호에관한법률의 모든 규정을 적용받는 경우는?

- ❶ 사업자가 사실상 소비자와 같은 지위에서 다른 소비자와

같은 거래조건으로 하는 거래

- ② 증권회사에 의한 유가증권의 거래
- ③ 통신판매업자가 통신판매업자가 아닌 자 사이의 통신판매중개를 하는 중개행위
- ④ 일상생활용품, 음식료 등의 인접지역에의 판매를 위한 거래

35. 제조물책임법상 제조업자가 합리적인 대체설계를 채용했다면 위험을 줄일 수 있거나 피할 수 있었음에도 대체 설계를 채용하지 않아 제조물이 안전하지 못하게 된 경우 해당 하는 유형의 결함은?

- ① 제조상의 결함                  ② 표시상의 결함
- ❶ 설계상의 결함                  ④ 지시·경고상의 결함

36. 민법상 하자담보책임과 불법행위책임에 관한 다음의 설명 중 잘못된 것은?

- ① 불법행위책임은 과실책임주의를 따르고 있다.
- ② 하자담보책임은 제조자책임이 아니라 매도인책임이다.
- ❶ 매수인은 물건의 하자로 인한 담보책임을 하자를 안 날로부터 1년 이내에 행사하여야 한다.
- ④ 불법행위책임은 형사책임이 아니라 민사책임이다.

37. 다음 ( )안의 날과 남에 들어갈 숫자나 용어가 올바르게 연결된 것은?

- 한국소비자보호원장은 피해구제의 청구를 받은 날로부터 ( ㉠ ) 합의가 이루어지지 않으면 ( ㉡ ) 조정위원회에 조정을 요청하여야 한다.
- 조정위원회는 분쟁조정신청을 받은 때에는 ( ㉢ ) 분쟁조정을 하여야 하고, 조정위원회 위원장은 분쟁조정이 성립하면 ( ㉣ ) 그 결과를 당사자에게 통보 하여야 한다.

- ① ㉠ : 2주일 이내에, ㉡ : 30일 이내에
- ❷ ㉠ : 30일 이내에, ㉡ : 지체없이
- ③ ㉠ : 10일 이내에, ㉡ : 60일 이내에
- ④ ㉠ : 지체없이, ㉡ : 30일 이내에

38. 표시·광고의공정화에관한법률의 내용 중 맞지 않는 것은?

- ❶ 이 법에서 말하는 소비자에는 사업자가 생산 또는 제공하는 상품 등을 사용하거나 이용하는 자로 제한되어 있지 않고 상당한 예외가 인정된다.
- ② 소비자에게 제공되어야 할 필요가 있는 중요한 정보는 의무적 표시·광고사항으로 고시할 수 있다.
- ③ 표시·광고 중 사실과 관련된 사항은 사업자가 입증해야 할 책임이 있다.
- ④ 소비자의 피해를 예방하기 위해 시정조치가 시급한 부당 표시·광고에 대해서 임시중지명령을 내릴 수 있다.

39. 다음 중 약관의 법위반 여부에 관한 심사를 공정거래위원회에 청구할 수 없는 자는?

- ① 약관조항과 관련하여 법률상 이익이 되는 자
- ❷ 약관을 작성한 사업자
- ③ 소비자보호법에 의하여 등록된 소비자단체
- ④ 한국소비자보호원

40. 소비자보호법상 결함정보 보고의무제도에서 중대한 결함의 내용을 보고하여야 하는 사업자에 해당하지 않는 자는?

- ① 물품을 제조·가공·포장한 자
- ② 물품을 수입한 자
- ③ 용역을 제공한 자
- ❶ 소매업자

41. 전자상거래 소비자보호와 관련하여 전자문서에 의한 권리를 주장할 수 있는 경우가 아닌 것은?

- ① 소비자와 특정한 전자우편주소로 2회 이상 거래한 경우에 그 전자우편주소로 전자거래기본법 제2조 제1호의 규정에 의한 전자문서를 송신한 경우
- ② 소비자가 전자문서를 출력한 경우
- ③ 소비자의 이익에 반하지 아니하고 당해 소비자도 해당 전자문서의 효력을 부인하지 아니하는 경우
- ❶ 전자우편 이외에 다른 수단을 활용할 수 있지만 긴급하게 연락할 필요성이 있는 경우

42. 방문판매업자등이 정상적인 영업활동으로 할 수 있는 행위는?

- ① 방문판매원등에게 다른 방문판매원등을 모집하도록 의무를 지게 하는 행위
- ❶ 소비자의 청약에 따라 물품을 배송하는 행위
- ③ 소비자의 청약이 없는데도 일방적으로 재화등을 공급하는 행위
- ④ 청약철회등이나 계약의 해지를 못하게 하려고 주소·전화번호 등을 변경하는 행위

43. 다음 중 계약이 성립하지 않는 경우는?

- ❶ 10만원에 팔겠다는 甲의 청약에 대해 乙이 8만원이면 사겠다고 한 경우
- ② 甲이 乙에게 X제품을 100만원에 팔겠다고 청약하였는데, 甲의 청약이 乙에게 도달하기 전에 乙이 甲에게 X제품을 100만원에 사겠다고 청약한 경우
- ③ 甲서점에서 신간서적을 보내 오면 그 중에서 필요한 책을 사기로 하고서 乙이 보내 온 책에 이름을 적는 경우
- ④ 청약과 동시에 보내온 물건을 甲이 소비하거나 사용한 경우

44. 할부계약에 관한 소송을 전속관할로 하는 법원은?

- ① 서울행정법원
- ② 제소 당시 매도인의 주소를 관할하는 지방법원
- ❶ 제소 당시 매수인의 주소를 관할하는 지방법원
- ④ 매도인과 매수인이 합의하여 승인받은 지방법원

45. 다음 중 할부거래에관한법률이 적용되는 것은?

- ① 약사법 제2조제4항의 규정에 의한 의약품
- ② 보험업법에 의한 보험
- ③ 증권거래법 제2조제1항의 규정에 의한 유가증권
- ❶ 소비생활용 제품의 일부로서 구성부분이 되는 부품

46. 할부거래에 관한 법률상 할부계약을 체결하기 전에 매수인이 할부계약의 내용을 이해할 수 있도록 매도인이 표시하고 매수인에게 고지하여야 할 사항이 아닌 것은?

- ① 현금가격
- ❶ 할부수수료의 실제연간요율

- ❶ 목적물의 소유권의 유보에 관한 사항
- ④ 계약금

47. 표시·광고의 공정화에 관한 법률에 금지하고 있는 사업자 甲의 부당한 표시·광고행위로 인해 乙이 피해를 입은 경우에, 甲에 대한 乙의 손해배상청구권은 이를 행사할 수 있는 날부터 언제 시효에 의하여 소멸하는가?

- ① 1년
- ② 2년
- ❶ 3년
- ④ 4년

48. 법률행위의 취소에 관한 다음 서술 중 맞는 것은?

- ① 취소권은 누구라도 행사할 수 있다.
- ② 법률행위의 상대방과 합의한 때부터 무효로 한다.
- ❶ 그 법률행위는 처음부터 무효인 것으로 본다.
- ④ 취소권자가 정하는 시기부터 무효로 본다.

49. 약관의 일부의 조항이 약관규제법 제6조 내지 제14조의 규정에 의하여 무효인 경우 계약의 효력에 대한 설명으로 옳바른 것은?

- ① 원칙적으로 계약 전부가 무효로 된다.
- ❶ 원칙적으로 나머지 부분만 유효하지만 유효한 부분만으로는 계약 목적달성이 불가능할 때에는 계약 전부가 무효로 된다.
- ③ 계약은 언제나 나머지 부분만으로 유효하게 존속한다.
- ④ 사업자에게 불리한 경우에만 나머지 부분에 한하여 유효하다.

50. 소비자보호법에서 규정하고 있는 사업자의 의무가 아닌 것은?

- ① 소비자보호와 관련한 자료 및 정보요청에 대한 협력의무
- ② 물품 및 용역의 결함정보의 보고의무
- ③ 소비자보호를 위한 국가의 시책에 협력의무
- ❶ 소비자피해보상기구의 설치의무

3과목 : 소비자 교육 및 정보제공

51. 청소년 소비자의 특성에 해당되는 것은?

- ① 부모에 대한 의존적 소비행동 추구
- ❶ 또래집단의 영향력 증가
- ③ 역할 상실 및 사회심리적 고립과 소외
- ④ 학습능력에 대한 부정적 인식

52. 소비자 교육 방안 중 학습자를 개별화시켜 학습자 자신에게 맞는 속도로 소비자 능력을 개발시키는 접근 방안은?

- ① 디킨슨이 제시한 발달적 접근방법
- ② 에드워즈가 제시한 공공정책 접근방법
- ③ 허만이 제시한 역사적 접근방법
- ❶ 메이어가 제시한 능력에 기초한 소비자 교육 접근방법

53. 엑셀을 이용하여 소비자정보를 가공하려고 한다. 셀 C3, 그리고 셀 C10부터 C14까지의 숫자를 모두 더한 값을 구하고자 할 때 표현하는 수식방법으로 바른 것은?

- ❶ SUM(C3, C10:C14)
- ② SUM(C3:C14)
- ③ SUM(\$C\$3, C10, C14)
- ④ SUM(C3, C10, \$C\$14)

54. 가격비교 사이트를 통해 정보를 얻으려고 할 때 유의해야 할 점이 아닌 것은?
- ① 구입상품을 먼저 정한 후 가격비교 사이트를 검색해 본다.
  - ② 다른 사람들이 쇼핑 경험담을 올린 사이트에서 정보를 획득한 다음 가격비교 사이트를 검색해 본다.
  - ③ 다른 쇼핑몰에 비해 낮은 가격을 제공하는 사이트를 찾은 후에는 다른 구매조건은 비교해보지 않는다.
  - ④ 구입하고자 하는 상품의 최저가격을 찾은 후 해당 쇼핑몰의 사이트를 검색하여 상품정보를 확인해 본다.
55. 성인소비자 교육의 특징으로 맞지 않는 것은?
- ① 학습자의 자발적인 의지가 중요하다.
  - ② 반복학습이 중요하다.
  - ③ 학습내용이 생활에 활용할 수 있어야 한다.
  - ④ 평생교육의 관점에서 이루어져야 한다.
56. 소비자 능력을 구성하는 영역 중 인지적 영역에 해당하는 것은?
- ① 소비자 기능                      ② 소비자 지식
  - ③ 소비자 태도                      ④ 소비자 역할
57. 소비자에게 제공할 정보를 선정할 때 고려해야 할 사항이 아닌 것은?
- ① 제공정보의 중요성              ② 정보의 전문성
  - ③ 교육적 효용성                  ④ 수준의 적절성
58. 종래의 전화상담과 비교해 볼 때 인터넷을 이용하는 온라인상의 소비자 상담사이트의 장점이 아닌 것은?
- ① 감정적 대응을 자제하고 신중하게 대처할 수 있다.
  - ② 상담의 속도가 빠르다.
  - ③ 상담을 요청하는 데 시간 제한이 없다.
  - ④ 상담내용이 공개될 경우 직접상담하지 않아도 문제를 해결할 수 있다.
59. 제품에 대한 기본적인 정보로 정부에서는 각종 제품에 대한 일정사항을 제조자가 의무적으로 소비자에게 정보를 제공하도록 하고 있으며 보통 제품의 용기나 포장에 그 제품의 특성상 기본적으로 제공해야 하는 정보는?
- ① 표시정보                      ② 약관정보
  - ③ 품질인증정보                  ④ 품질비교정보
60. 웹 검색엔진으로 검색할 수 없으며 주로 실제 기업이 필요로 하는 비즈니스 정보, 기업정보 등을 찾을 때 유용하게 이용될 수 있는 것은?
- ① 웹 사이트                      ② 유즈넷
  - ③ 웹 인덱스                      ④ 웹 데이터 베이스
61. 소비자 교육의 내용을 결정하기 위해 소비자 요구분석을 할 때 요구분석의 장점으로 볼 수 없는 것은?
- ① 소비자들이 공통적으로 원하는 요구가 무엇인지를 확인할 수 있다.
  - ② 소비자들이 원하는 요구들간의 우선순위를 파악할 수 있다.
  - ③ 소비자들이 원하는 것과 실제로 느끼는 현재상태와의 차이를 파악할 수 있다.
  - ④ 소비자들이 미처 인식하지 못하는 내용이나 문제를 파악

할 수 있다.

62. 국가 및 지방자치단체가 제공하는 소비자 정보에 대한 설명으로 가장 거리가 먼 것은?
- ① 소비자들이 구매와 관련된 직접적 정보를 획득하는데 어려움이 있는 정보이다.
  - ② 소비자의 이해와 관련되는 주요 시책이나 주요 결정 사항에 관한 정보를 제공한다.
  - ③ 소비자단체에 비해 인력이나 재정이 부족하기 때문에 정보의 갱신이 활발하지 못하다.
  - ④ 소비자가 자주성을 가지고 건전한 소비생활을 영위할 수 있도록 도움을 주는 정보이다.
63. 소비자 정보시스템에 포함되지 않는 것은?
- ① 고객정보관리 시스템 ② 고객콜센터 시스템
  - ③ 마케팅관리 시스템 ④ 성과분석 시스템
64. 소비자의 권리 중 "선택할 권리"를 실현하기 위한 소비자 책임과 거리가 먼 것은?
- ① 습관구매 회피
  - ② 손해배상 청구이행에 대한 분석과 이해
  - ③ 의사결정시 시간과 금전 비용 고려
  - ④ 최적구매를 위한 비교쇼핑
65. 소비자 정보의 개념에 대한 설명 중 틀린 것은?
- ① 소비자의 선택기회를 확대시킨다.
  - ② 구매 후 인지부조화를 최대화 시켜준다.
  - ③ 소비자가 자신을 직접 보호할 수 있는 수단이다.
  - ④ 소비자 의사결정시 불확실 정도를 감소시켜준다.
66. 고객관계관리(CRM)에서 가장고객 추출, 가망상품 추출, 이탈고객 점수화/감지, 이탈영업직원 감지, 시장바구니 분석, 약구전 행동의 추적을 위해서 사용하는 데이터 분석 기법은?
- ① Data Mining                      ② OLAP
  - ③ CTI                                  ④ DB 정비
67. 기업의 입장에서 가장 바람직한 고객을 선정하기 위해 구매시기, 빈도, 구매금액에 관한 소비자 정보를 얻는데 활용하는 시스템은?
- ① 2의 규칙                      ② R-F-M 공식
  - ③ 연결판매 시스템                  ④ 고객서비스 시스템
68. 소비자정보시스템을 구성하는데 있어 고객정보관리 시스템에 포함되어야 할 파일과 거리가 먼 것은?
- ① 고객 신상정보 파일
  - ② 고객생애가치(LTV) 파일
  - ③ 고객 설문조사 분석 파일
  - ④ MCIF(Marketing Consumer Information File)
69. 소비자 정보를 효율적으로 제공하는 방법으로 가장 거리가 먼 것은?
- ① 소비자정보를 모아 체계화시켜 소비자 정보시스템을 구축하여야 한다.
  - ② 지속성은 부족해도 새로운 자료가 첨부된 소비자 정보를 제공하여야 한다.
  - ③ 구매시점에서의 직접적 검토와 비교를 수월하게 할 수

있는 정보를 제공하여야 한다.

- ④ 소비자 정보요구를 충족시킬 수 있는 정보제공 체계에 대한 정책을 수립하여야 한다.

70. 소비자 교육프로그램 실행방법 선정 시 우선적으로 고려해야 할 원리로 볼 수 없는 것은?

- ① 동기유발이나 활동의욕을 불러일으킬 수 있는 다양성의 원리  
② 시간적·경제적으로 적당한 선에서의 적절성과 효율성의 원리  
③ 현실과의 관련성이 높은 현실성의 원리  
④ 학습자 개개인의 문제를 해결해 줄 수 있는 개별성의 원리

71. 우리나라 소비자보호법에 명시된 소비자권리가 아닌 것은?

- ① 안전할 권리  
② 선택할 권리  
③ 단체를 조직하고 활동할 권리  
④ 최저 경제생활을 보장받을 권리

72. 다음 중 노인 소비자의 특성으로 볼 수 없는 것은?

- ① 그동안의 경험을 바탕으로 한 정보처리 능력이 높다.  
② 신체적 노화로 인해 활발한 정보탐색 활동이 어렵다.  
③ 새로운 시장환경에의 적응력이 감퇴된다.  
④ 경험에 의존한 내적정보로 인해 정보탐색을 상대적으로 적은 시간동안 한다.

73. 중립적 정보원에 대한 설명으로 맞는 것은?

- ① 중립적 정보원은 최신정보이다.  
② 중립적 정보원은 완벽한 정보이다.  
③ 중립적 정보원은 편견이 없는 정보이다.  
④ 중립적 정보원은 규칙적으로 이용가능한 정보이다.

74. 교사와 학생이 구체적인 교육의 목적을 설정하고 그 목적 달성을 위한 계획을 세운 후 실제로 직접 실행해 보고 효과를 평가하는 일련의 학습방식은?

- ① 사례연구                      ② 문제해결 학습  
③ 구안학습                      ④ 델파이법

75. 가정에서의 소비자 교육 방안 중 잘못된 것은?

- ① 자녀의 용돈관리 지도에 있어서는 절약정신을 강조해야 한다.  
② 화폐의 올바른 획득과 사용방법에 대해서 부모가 실천을 통해서 교육이 되도록 해야 한다.  
③ 용돈은 어린시기에는 요구할 때마다 줄 수 있으나 점차로 규칙적으로 정해서 주는 것이 바람직하다.  
④ 자녀가 좋은 성적을 얻거나 가사일을 도울 때 보상으로 서 화폐를 사용하는 것이 효과적이다.

#### 4과목 : 소비자와 시장

76. 구매후 부조화가 발생할 가능성이 높은 경우가 아닌 것은?

- ① 구매결정을 취소할 수 있을 때  
② 선택하고 싶은 대안이 여러 개 있을 때  
③ 선택하지 않은 대안이 장점을 가지고 있을 때  
④ 구매자가 심리적 중요성을 갖고 그 결정에 개입했을 때

77. 제품수명주기에 영향을 미치는 요인이 아닌 것은?

- ① 제품의 가격수준  
② 기술변화의 속도  
③ 시장의 수용속도  
④ 경쟁업자의 시장진입의 용이성

78. 다음 중 소비자의사결정 과정에 속하지 않은 것은?

- ① 문제인식                      ② 정보탐색  
③ 대안평가 및 선택            ④ 자원확보 방안의 모색

79. 마케팅 믹스의 개념에는 제품, 가격, 유통, 마케팅 커뮤니케이션이 포함된다. 이중 제품(Product)정책에 해당되는 요소는?

- ① 간행물 발행                      ② 상표개발  
③ 제품전시회                      ④ 무료시음

80. 다음 중 환경문제의 특성으로 보기 힘든 것은?

- ① 오염요인간의 분리작용  
② 인과관계의 시차성  
③ 공공재적 특성  
④ 문제의 자기증식성

81. 소매업에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 소매업은 유통경로 중 말단에서 상품과 서비스를 최종소비자에게 직접 판매하는 활동을 지칭한다.  
② 소수의 품목을 대량생산하는 제조자와는 달리 소매상은 많은 종류의 상품을 취급하여 상품구성, 상품 구매, 재고 관리, 상품진열, 판촉활동 등을 펼치므로 제조자가 직접 할 수 없는 기능을 수행한다.  
③ 소매업은 점포판매를 통해 최종소비자에게 상품과 서비스를 판매하는 기관으로, 무점포 판매는 이에 속하지 않는다.  
④ 생산자에 대한 소매업의 역할은 판매활동, 소비자정보제공 등이고 소비자에 대한 소매업의 역할은 판매 또는 거래활동, 각종 정보제공, 상품보유 등이다.

82. 다음 중 완전경쟁시장의 경제적 효과로 보기 힘든 것은?

- ① 소비자 주권이 강하게 작용한다.  
② 희소한 생산자원을 최적의 상태로 사용할 수 있다.  
③ 생산요소의 총비용이 최소화되며 자원배분의 효율성을 달성할 수 있다.  
④ 유흥생산능력이 존재하고 생산비용이 증가한다.

83. 금융서비스 제공시 사업자의 의무에 해당하지 않는 것은?

- ① 약관의 명시 의무  
② 예금자보호여부 표시의무  
③ 위임직무수행의무  
④ 대출에 관한 설명의무

84. 홈쇼핑으로 알려져 있는 가정내 구매의 장점으로 가장 적합한 것은?

- ① 제품 구입의 시간 편의성  
② 신용카드 이용의 안전성 보장  
③ 공인과정을 통한 품질의 보장  
④ 점포 구매에 비하여 절대적인 저가(低價) 보장

85. 다음 중 제품수명주기의 단축이 갖는 의미로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 제품구매시 소비자의사결정의 어려움이 증가한다.
- ② 소비를 촉진시켜 소비자의 경제적 부담이 늘어난다.
- ③ 소비자문제 발생 가능성이 감소한다.
- ④ 소비증가와 기업의 생산활동 증가로 인해 자원의 소모 및 낭비가 심화된다.

86. 지나친 구매 욕구를 억제하지 못하는 반복적 특성을 가진 구매행동은?

- ① 충동구매                      ② 보상소비
- ③ 중독구매                      ④ 과시소비

87. 최근의 유통환경의 변화형태가 아닌 것은?

- ① 세대간 라이프스타일 특성이 뚜렷이 구분되고 있다.
- ② 소비자 욕구가 복잡하며 다양해지고 있다.
- ③ 업체내 경쟁 뿐만 아니라 업체간 경쟁도 심화되고 있다.
- ④ 소매기관의 수명주기가 길어지고 있다.

88. 점포형태에 대한 다음 설명 중 틀린 것은?

- ① 전문점 : 여러 종류의 특정상품들을 취급하는 할인 점포 형태
- ② 백화점 : 편의점에서 전문점에 이르기까지 매우 다양한 상품구색을 갖추고 있고 일반적으로 제품품질과 가격이 높은 경향을 보인다.
- ③ 편의점 : 주택지에 근접한 지역에 위치하며 작은 규모이다. 취급제품으로는 가정에서 간단히 필요로 하는 음료수, 과자류, 샌드위치 종류를 팔고 있으며 전국체인인 경우가 대부분이다.
- ④ 프랜차이즈 : 사업본부가 개인 소매점자인 가맹점과 계약을 맺어 사업본부는 판매제품, 상표, 광고, 특허권 등을 제공하는 대신 가맹점으로부터 수수료, 로열티, 임대료, 이익배당 등을 받는 형태이다.

89. 소비자 수요이론과 특성이론에 대해 잘못 설명한 것은?

- ① 소비자 의사결정에 대한 경제학적 접근법들이다.
- ② 소비자 수요이론은 구입가능한 소비자의 상품묶음에 대한 선호체계를 보다 체계적이고 논리적으로 설명하기 위하여 소비자 선호체계 또는 만족감의 정도를 수식으로 표현한 효용함수개념을 도입한다.
- ③ 특성이론은 어떤 소비자가 특정 브랜드를 선택한 이유가 소득, 가격 등 경제적 요인뿐만 아니라 그 제품의 특성 때문으로 설명하고 있다.
- ④ 효용의 개념을 사용하여 소비자의사결정을 설명하고, 주어진 예산조건하에서 최적 선택이라는 기본적인 경제논리가 특성이론에는 적용되지 않는다.

90. 소비자행동에 미치는 준거집단의 영향이 아닌 것은?

- ① 정보제공                      ② 가격압력
- ③ 제품에 대한 비교 기준      ④ 일상에 대한 규범제공

91. 기업이 계획된 진부화를 시도하는 이유는?

- ① 제품의 내구성 증가      ② 제품의 수명단축
- ③ 기술의 촉진                  ④ 자원의 효율적 사용

92. 다음 중 소비자의사결정의 첫단계인 문제인식에 영향을 주지 않는 것은?

- ① 동기                              ② 준거집단
- ③ 기업의 마케팅활동      ④ 시간의 제약

93. 마케터들이 소비자의 구매 후를 겨냥한 강화광고나 구매에 대한 감사의 뜻을 담은 서신, 팜플렛, 전화 등을 하는 이유는?

- ① 불평행동을 막기 위해
- ② 인지부조화를 감소시키기 위해
- ③ 대응행동을 감소시키기 위해
- ④ 구전행동을 막기 위해

94. 합리성과 효율성에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 타인의 관점에서는 비효율적이라 할지라도 소비자 자신이 주관적으로 결정한 선호의 순서를 가지고 선택이 이루어졌을 경우 합리적이라 할 수 있다.
- ② 효율성은 최소의 희생으로 최대의 효과를 얻는 경제성을 의미한다.
- ③ 합리성의 개념은 내적 일관성과 자기이익의 극대화라는 두가지 의미가 포함된다.
- ④ 합리성과 효율성의 판단은 기본적으로 모두 객관적으로 이루어질 수 있다.

95. 소비자의 사회화된 소비행동유형에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 밴드웨건(bandwagon) 효과 - 다른 사람의 소비성향을 무조건 좇아가는 것
- ② 스nob(snob)효과 - 밴드웨건 효과와 동일한 현상으로 다른 사람과 같은 상품만을 구입하려는 현상
- ③ 베블렌(veblen)효과 - 부의 증거가 되는 과시소비를 위하여 재화를 구입하는 현상
- ④ 터부(taboo)효과 - 능력이 허락해도 사회적으로 금기시하는 재화의 구입을 자제하는 현상

96. 다음 중 바람직한 소비문화 형성을 위한 사항으로 적합하지 않은 것은?

- ① 소비자는 단기적인 효용의 극대화뿐만 아니라 소비자의 일생을 고려한 장기적 효용의 개념과 사회적인 비용을 고려하여 행동해야 한다.
- ② 재화의 구매와 소비에 있어 구입가치보다는 재화의 사용으로 얻어지는 실질적인 가치를 확보하도록 노력해야 한다.
- ③ 소비자들이 외부지향적인 감성소비패턴을 구축하여 재화가 가지는 문화적 상징성을 최대한 향유하여야 한다.
- ④ 욕구의 균형을 유지하는 소비자의 소비균형감과 함께 개인적인 만족뿐만 아니라 타인과 사회 나아가 미래세대의 풍요를 동시에 고려하여야 한다.

97. 소비자의사결정에서 관여도에 영향을 미치는 요인이 아닌 것은?

- ① 소비자 개인의 성향      ② 제품의 특성
- ③ 인지활동                      ④ 상황적 요인

98. 소비자 의사결정 과정 중 대안평가에서 소비자가 상표의 수용을 위한 최소한의 수용기준을 모든 속성에 대하여 마련하고 각 상표별로 모든 속성이 최소한의 수용기준을 만족시키는가에 따라 대안을 평가하는 방법은?

- ① 결함식                              ② 보상적 결정원칙
- ③ 순차제거식                      ④ 사전편찬식

99. 다음 중 과시소비에 해당되지 않는 것은?

- ① 자신의 체면을 유지하기 위한 소비
- ② 실용성보다는 모양새를 중시하는 소비
- ③ 꼭 필요하지 않는 제품을 순간적으로 구매하는 행위
- ④ 타인에게 자신의 부를 과시할 수 있는 제품이나 서비스를 구매하는 행위

100. 사람이 많이 다니는 역이나 터미널에서 독서실태 조사 또는 피부미용 마사지 무료제공 등을 빌미로 소비자를 일정 장소로 유인하여 물품구입을 권유하는 기만적인 판매상술은?

- ① 캐치세일(catch sale)
- ② 네거티브 옵션(negative option)
- ③ 홈파티(home party)
- ④ 피라미드상술

전자문제집 CBT PC 버전 : [www.comcbt.com](http://www.comcbt.com)

전자문제집 CBT 모바일 버전 : [m.comcbt.com](http://m.comcbt.com)

기출문제 및 해설집 다운로드 : [www.comcbt.com/x](http://www.comcbt.com/x)

전자문제집 CBT란?

종이 문제집이 아닌 인터넷으로 문제를 풀고 자동으로 채점하며 모의고사, 오답 노트, 해설까지 제공하는 무료 기출문제 학습 프로그램으로 실제 시험에서 사용하는 OMR 형식의 CBT를 제공합니다.

PC 버전 및 모바일 버전 완벽 연동  
교사용/학생용 관리기능도 제공합니다.

오답 및 오탈자가 수정된 최신 자료와 해설은 전자문제집 CBT에서 확인하세요.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
④	③	④	④	③	②	③	④	①	④
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
④	③	②	①	③	②	③	③	④	②
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
①	③	②	④	①	②	④	④	②	④
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
②	①	③	①	③	③	②	①	②	④
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
④	②	①	③	④	③	③	③	②	④
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
②	④	①	③	②	②	②	②	①	④
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
④	③	③	②	②	①	②	③	②	④
71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
④	①	③	③	④	①	①	④	②	①
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
③	④	③	①	③	③	④	①	④	③
91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
②	④	②	④	②	③	③	①	③	①