

1과목 : 소비자상담 및 피해구제

1. 소비자분쟁해결기준상, 의복류의 치수(사이즈)가 맞지 않거나 디자인, 색상에 불만이 있을 경우에 교환 또는 환불이 가능한 기간은 구입 후 며칠 이내인가? (단, 제품에 손상이 없는 경우)

- ① 5일
- ② 7일
- ③ 10일
- ④ 14일

2. 성공적인 전화상담을 위한 스크립트에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 말할 내용을 연극의 각본처럼 미리 준비해 두는 것을 의미한다.
- ② 전화상담 상황별로 필요하다고 예상되는 내용을 미리 연습하기 위해 작성해 놓은 문장이다.
- ③ 스크립트를 이용한 전화상담은 대면상담 상황에서 사용할 수 있는 다양한 기법들을 모두 포함한다.
- ④ 상담사는 스크립트를 효과적으로 활용하고 익숙하게 구사할 수 있도록 사전 연습과 훈련이 필수적이다.

3. 인터넷상담에 임하는 소비자상담사의 자세로 틀린 것은?

- ① 답신을 할 때는 반드시 소속, 성명 등의 신원을 밝힘으로써 신뢰감을 증진시킨다.
- ② 상담을 신청한 소비자의 신원을 밝히도록 하여, 지속적인 상담을 유지한다.
- ③ 답변은 소비자가 이해하기 쉽도록 자세하고 명확하게 한다.
- ④ 인터넷상담이 바로 안 될 경우를 대비하여, 전화번호, 팩스번호 등을 함께 제시한다.

4. 행정기관에서 소비자상담을 제공해야 하는 필요성을 한마디로 요약하면 사적자치의 한계 때문이다. 현대사회에서 사적자치의 한계 때문이다. 현대 사회에서 사회에서 사적자치의 원칙이 지켜지기 어려운 이유와 가장 거리가 먼 것은?

- ① 인터넷이 발달된 현대에서 소비자는 상품에 대한 지식과 정보가 많다.
- ② 대량생산에서 결함상품이 발생하면 대량의 소비자 피해가 생길 우려가 있다.
- ③ 소비자피해를 재판으로 해결하려면 시간, 비용이 많이 든다.
- ④ 개인 소비자는 사업자와 충분한 교섭 능력을 갖기 어렵다.

5. 소비자태도의 구성요소가 아닌 것은?

- ① 단계적 요소
- ② 인지적 요소
- ③ 감정적 요소
- ④ 행동의욕적 요소

6. 다음 중 비언어적 상담기법으로 적합하지 않은 것은?

- ① 소비자를 정면으로 바라보되 가끔씩 눈이 마주친다.
- ② 소비자가 친밀감을 느끼도록 경청시 격려하듯이 고개를 끄덕인다.
- ③ 소비자와 마음을 열고 직접 상대하는 개방적 자세를 취한다.
- ④ 상담할 때 소비자가 불편하지 않도록 측면에 앉아서 듣는다.

7. 소비자단체에서 수행하고 있는 소비자상담의 역할이 아닌 것은?

- ① 기업에서 제공하는 상품 및 서비스에 대한 소비자의 불이

익이나 피해를 구제한다.

- ② 소비자문제를 여론화시키고 체계적으로 분석하여 소비자 정책에 반영한다.
- ③ 소비생활 전반에 관한 상담을 통하여 소비생활 향상에 기여한다.
- ④ 소비자상담을 통해 밝혀진 문제점을 해결하기 위해 관련 법률 및 제도를 개선한다.

8. 소비자단체에서 소비자상담을 수행할 경우 상담의 직접적인 목표와 가장 거리가 먼 것은?

- ① 제품 및 서비스에 대한 소비자피해구제를 통한 개별 소비자의 권익옹호
- ② 소비자들의 고발의식 유도 및 소비자교육 및 상담 프로그램의 개발
- ③ 소비자상담 결과에 기초한 소비자관련 출판물 발간 및 소비자단체 활동홍보
- ④ 소비자상담 결과를 기업의 이미지 향상 및 행정기관의 제도개선을 위한 정보제공

9. 시간과 돈을 절약하고자 하는 소비자에게 적합한 상담전략은?

- ① 대체안으로 많은 양의 정보를 제공한다.
- ② 시간절약을 위해 고객이 말할 기회를 제한한다.
- ③ 변명하지 않고 간결한 설명으로 해결방법을 제시한다.
- ④ 소비자의 질문에 대해 직접적이고 사실적인 대답을 유보한다.

10. 소비자분쟁해결기준상 중고자동차 매매업에서 구입가 환불 또는 손해배상을 받을 수 있는 피해유형은?

- ① 사고 또는 침수사실을 고지하지 않은 경우
- ② 판매업자가 보증한 기간 이내에 보증을 약정한 부품에 하자 발생시
- ③ 중고자동차성능·상태점검기록부를 교부하지 않은 상태에서 하자가 발생한 경우
- ④ 보증기간 이내에 중고자동차성능·상태점검기록부에 기재된 내용과 자동차의 실제 성능·상태가 다르거나 하자가 발생한 경우

11. 다음 소비자불만 유형 중 악덕 소비자로 보기 어려운 유형은?

- ① 과도한 금전적 보상을 요구하는 소비자
- ② 피해보상을 받기 위해 거짓말을 하는 소비자
- ③ 상담업무담당자에게 인신공격이나 협박을 하는 소비자
- ④ 소비자분쟁해결기준 이상으로 피해보상을 요구하는 소비자

12. 다음 중 구매전 상담 내용과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 제품의 구매계약서 작성
- ② 제품의 중요 부품설명
- ③ 소비자의 피해방지
- ④ 제품 구매의 지불방법

13. 소비자상담사에게 요구되는 능력을 인간적 능력과 전문적인 능력으로 구분할 때, 전문적인 능력에 해당되지 않는 것은?

- ① 공정하고 객관적인 판단 능력
- ② 의사소통기법
- ③ 문제해결에 필요한 지식

- ④ 상담의 핵심원리의 이해도
- 14. 고객만족의 전반적인 수준을 하나의 수치로 표현하여, 서비스 개선 여부의 모니터와 직원을 동기화 시키는데 매우 유용한 것은?
  - ① 고객우선순위            ② 성과프로필
  - ③ 고객만족지수           ④ 성과매트릭스
- 15. 일반적 소비자분쟁해결기준상 품질보증기간에 대한 설명으로 틀린 것은?
  - ① 사업자 품질보증기간을 표시하지 않은 경우 품목별 소비자분쟁해결기준에 따른다.
  - ② 품질보증기간은 소비자가 물품을 구입하거나 제공받은 날로부터 기산한다.
  - ③ 사업자가 품질보증기간을 표시하지 않은 경우 소비자의 선택에 따른다.
  - ④ 품질보증서의 미교부 등 정확한 판매 일자 를 알 수 없을 경우에는 해당 물품의 제조일로부터 3월이 경과한 날부터 품질보증기간을 기산한다.
- 16. 소비자분쟁해결기준상 품질보증을 받을 수 있는 자동차는?
  - ① 7만km 주행 후 엔진을 새로 교환하여 새로 2만km 주행한 자동차
  - ② 구입 2년 내에 엔진결함으로 신차로 교환하여 5만km주행한 자동차
  - ③ 구입한지 4년 되었으며 주행거리가 3만km인 자동차
  - ④ 구입한지 1년 되었으며 주행거리가 7만km인 자동차
- 17. 소비자상담에 있어서 상담자의 말하기 기법으로 가장 적합한 것은?
  - ① 상담사의 전문성을 드러낼 수 있는 전문용어를 사용하여 소비자의 신뢰를 구축한다.
  - ② 소비자의 요구사항을 받아들이지 못할 경우, 단호하게 "안됩니다"라고 말하도록 한다.
  - ③ 상담사보다 나이가 어린 소비자일 경우, 친근감을 더하기 위해 경어를 쓰지 않는다.
  - ④ 상담사는 매끄럽게 해결점을 향하여 진행될 수 있도록 유도성 질문을 이용한다.
- 18. 콜센터의 텔레마케팅 활동과 가장 거리가 먼 것은?
  - ① 상품의 신모델 개발 자료 제공
  - ② 상품의 판매촉진 활동
  - ③ 고객관리 및 고객서비스
  - ④ 시장조사에 의한 판매수단 개발
- 19. 일반적 소비자분쟁해결기준에 관한 설명으로 옳은 것은?
  - ① 영수증이 없을 경우 실제 거래가격을 입증하지 못하면 환급이 불가능하다.
  - ② 전제지변에 의한 고장일 경우에도 품질보증기간 동안의 수리비용은 사업자가 부담한다.
  - ③ 교환은 같은 종류의 제품으로 하되, 같은 종류의 제품으로 교환이 불가능할 경우에는 원칙적으로 같은 종류의 유사제품으로 교환한다.
  - ④ 할인판매된 물품의 교환은 정사가격과의 차액에 따라 할인판매된 물품가격의 유사 제품으로 교환한다.
- 20. 소비자 설득에 관한 설명으로 옳은 것은?
  - ① 소비자는 상담자의 설득을 쉽게 받아들이는 경향이 있

- 다.
- ② 자아 존중감이 높은 소비자는 특히 더 쉽게 설득된다.
- ③ 정서적 설득보다 논리적 설득이 항상 효과적이다.
- ④ 통계자료 제시보다 경험담이 설득에 효과적일 수 있다.
- 21. 인터넷 상담에 대한 설명으로 틀린 것은?
  - ① 데이터베이스 상담은 자료의 업데이트가 중요하다.
  - ② 게시판 상담은 상담내용의 비밀성이 보장된다.
  - ③ 이메일 상담은 1:1 상담 형식으로 이루어진다.
  - ④ FAQ는 데이터베이스상담의 종류이다.
- 22. 소비자욕구를 파악하기 위해 고객조사를 할 때 폐쇄형 질문이 적절한 경우는?
  - ① 문제의 원인이나 배경에 대해 새로운 정보를 얻어야 할 때
  - ② 여러 대안 중 소비자의 최종결정사항을 확인하고자 할 때
  - ③ 소비자들의 보편적인 사고방식에 대한 기존 정보가 없을 때
  - ④ 편견없이 가능한 한 다양하고 많은 정보를 모아야 할 때
- 23. '1372 소비자상담센터'의 특징이 아닌 것은?
  - ① 전국 단일 소비자상담을 위한 전국 대표번호 채택
  - ② 모범상담 DB제공으로 고품질 상담자료 제공
  - ③ 상담의 전문성 확보를 위한 소비자정보의 상담기관별 개별적 관리
  - ④ 사업자와의 신속한 연결을 통해 상담 및 피해구제 서비스 개선
- 24. 소비자 행동스타일별 소비자상담전략으로 가장 적합한 것은?
  - ① 단호한 스타일-적극적으로 대화를 주도하고 고객을 최종 결정으로 리드한다.
  - ② 호기심 많은 스타일-고객의 질문에 간결하게 사실적인것만 대답한다.
  - ③ 합리적이 스타일-고객의 욕구에 관심을 표명하고 고객의 감정적인 측면에 호소한다.
  - ④ 표현적인 스타일-고객에게 마음에 드는 점을 직접 말하게 하고 친숙함을 표시한다.
- 25. 기업의 소비자상담결과 활용에 관한 설명으로 옳은 것은?
  - ① 모든 불만고객의 욕구는 인정하여 소비자가 원하는대로 해결시켜 주어야 한다.
  - ② 고객의 욕구를 최고 경영자에게 알려 경영에 반영하는 것이 중요하다.
  - ③ 불만고객에 대한 정보는 소비자상담 부서에서만 처리할 업무이다.
  - ④ 모든 소비자가 제품에 대해 만족할 수 없으므로 효율적으로 처리하면 된다.

**2과목 : 소비자 관련법**

- 26. 소비자기본법상 법원에 소비자권익침해행위의 금지·중지를 구하는 소송을 제기할 수 있는 단체가 아닌 것은?
  - ① 법정요건을 갖춘 소비자 단체
  - ② 법정요건을 갖춘 비영리민간단체

- ③ 대한상공회의소 및 중소기업협동조합중앙회
- ❶ 사업자로부터 직접적 권익침해를 받은 50인 이상의 피해자 모임

27. 표시·광고의 공정화에 관한 법률상 공정거래위원회가 부당한 표시·광고행위를 한 사업자에 대해 과징금을 부과하는 경우 참작하여야 하는 사유가 아닌 것은?

- ① 위반행위의 내용 및 정도
- ② 위반행위의 기간 및 회수
- ❷ 위반행위의 조사에 대한 협조 정도
- ④ 사업자가 소비자의 피해를 예방하거나 보상하기 위하여 기울인 노력의 정도

28. 제조물책임법에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 제조업자는 제조물의 결함으로 인하여 생명·신체 또는 재산에 손해(당해 제조물에 대해서만 발생한 손해 제외)를 입은 자에게 그 손해를 배상하여야 한다.
- ② 동일한 손해에 대하여 배상할 책임이 있는 자가 2인 이상인 경우에는 연대하여 그 손해를 배상할 책임이 있다.
- ❷ 자신의 영업에 이용하기 위하여 제조물을 공급받은 자가 자신의 영업용 재산에 대하여 발생한 손해에 관하여 손해배상책임을 배제하거나 제한하는 특약은 무효로 한다.
- ④ 제조물의 결함에 의한 손해배상책임에 관하여 동법에 규정된 것을 제외하고는 민법의 규정에 의한다.

29. 표시·광고의 공정화에 관한 법령상 다른 사업자의 상품에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용으로 불리한 사실을 표시·광고하는 것은?

- ① 허위·과장의 표시·광고
- ② 기만적인 표시·광고
- ③ 부당하게 비교하는 표시·광고
- ❶ 비방적인 표시·광고

30. 소비자기본법상 소비자단체소송에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 단체소송의 소는 피고의 주는 사무소 또는 영업소가 있는 곳, 주된 사무소나 영업소가 없는 경우에는 주된 업무담당자의 주소가 있는 곳의 지방법원 본원 합의부의 관할에 전속한다.
- ② 단체소송의 원고는 변호사를 소송대리인으로 선임하여야 한다.
- ❷ 단체소송을 허가하거나 불허가하는 결정에 대한 항고는 결정일 이후 1개월이 경과하여야 한다.
- ④ 단체소송에 관하여 동법에 특별한 규정이 없는 경우에는 「민사소송법」을 적용하고 단체소송의 절차에 관하여 필요한 사항은 대법원규칙으로 정한다.

31. 민법상 법률행위의 효력이 무효인 것은?

- ① 착오에 의한 법률행위
- ② 사기에 의한 법률행위
- ❷ 반사회질서인 법률행위
- ④ 행위무능력자가 단독으로 한 법률행위

32. 소비자기본법상 중앙행정기관의 장이 취할 수 있는 결함상품의 수거·파기에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 유해물품을 제공한 사업자에 대하여 당해 물품 등의 수거·파기를 권고할 수 있다.
- ❶ 수거·파기의 권고를 받은 사업자가 그 권고를 수락할

경우에는 소관 중앙행정기관에 대한 통지를 생략할 수 있다.

- ③ 수거·파기의 권고를 받은 사업자가 정당한 사유 없이 그 권고를 따르지 아니하는 때에는 사업자가 권고를 받은 사실을 공표할 수 있다.
- ④ 소비자의 생명·신체 또는 재산에 긴급하고 현저한 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있다고 인정되는 경우로서 불가피한 경우에는 원칙적으로 대통령령이 정한 절차를 생략하고 제조금지를 명할 수 있다.

33. 다음 ()안에 들어갈 가장 알맞은 것은?

방문판매 등에 관한 법률상 다단계판매업자는 다단계 판매원이 되려는 자 또는 다단계판매원에게 등록·자격유지 또는 유리한 후원수당의 지급기준을 적용받게 할 조건으로 과도한 재화 등의 구입 등 연간 ( ) 이상의 부담을 지게 하여서는 아니된다.

- ❶ 5만원
- ② 20만원
- ③ 100만원
- ④ 250만원

34. 할부거래에 관한 법률상 청약의 철회에 관한 설명으로 틀린 것은??

- ① 철회하는 의사표시가 적힌 서면을 발송하여야 한다.
- ❷ 청약의 철회는 서면이 도달한 날에 그 효력이 발생한다.
- ③ 청약철회를 위한 계약서의 발급사실과 그 시기, 재화의 공급 사실과 그 시기에 관하여 다층이 있는 경우에는 할부거래업자가 이를 입증하여야 한다.
- ④ 할부거래업자는 청약을 철회할 수 없는 재화에 대하여는 사용(使用) 상품을 제공하는 등의 방법으로 소비자가 청약을 철회하는 것이 방해받지 아니하도록 조치하여야 한다.

35. 방문판매 등에 관한 법률상 청약철회권을 행사할 수 있는 경우는?

- ① 시간의 경과에 의하여 재판매가 곤란할 정도로 재화의 가치가 현저히 감소한 경우
- ② 재화의 일부 소비에 의하여 그 가치가 현저히 감소한 경우
- ❷ 복제가 불가능한 재화의 내용을 확인하기 위하여 포장을 훼손한 경우
- ④ 소비자에게 책임 있는 사유로 재화 등이 멸실 또는 훼손된 경우

36. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률상 위반행위의 조사에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ❶ 공정거래위원회는 동법의 규정에 위반한 사실이 있다고 인정할 때에는 직권으로 필요한 조사를 할 수 있으며, 시·도지사는 공정거래위원회의 승인을 받은 후 조사할 수 있다.
- ② 공정거래위원회 또는 시·도지사는 위반행위의 조사를 한 경우에는 그 결과를 당해 사건의 당사자에게 서면으로 통지하여야 한다.
- ③ 누구든지 동법의 규정에 위반되는 사실이 있다고 인정할 때에는 그 사실을 공정거래위원회 또는 시·도지사에게 신고할 수 있다.
- ④ 공정거래위원회는 동법의 규정에 위반하는 행위가 종료한 날부터 5년을 경과한 경우에는 원칙적으로 당해 위반행위에 대하여 시정조치를 명하지 아니하거나 과징금을 부과하지 아니한다.

37. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법령상 소비자에 관한 정보가 도용되어 재산상의 손해가 발생한 경우 소비자와 거래관계에 있는 사업자가 취하여야 할 조치가 아닌 것은?

- ① 도용에 의한 피해의 회복
- ② 도용자의 색출 및 손해배상청구
- ③ 도용에 의하여 변조된 소비자에 관한 정보의 원상회복
- ④ 소비자 본인이 요청하는 경우 도용여부의 확인 및 당해 소비자에 대한 관련거래 기록의 제공

38. 민법상 계약에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 청약자의 의사표시나 관습에 의하여 승낙의 통지가 필요하지 아니한 경우에는 계약은 승낙의 의사표시로 인정되는 사실이 있는 때에 성립한다.
- ② 승낙자가 청약에 대하여 조건을 붙이거나 변경을 가하여 승낙한 때에는 그 청약의 거절과 동시에 새로 청약한 것으로 본다.
- ③ 승낙의 기간을 정하지 아니한 계약의 청약은 청약자가 상당한 기간내에 승낙의 통지를 받지 못하더라도 그 효력을 잃지 않는다.
- ④ 격지자간의 계약은 승낙의 통지를 발송한 때에 성립한다.

39. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률상 통신판매업자의 금지행위에 해당하지 않는 것은?

- ① 소비자가 재화를 구매할 의사가 없음을 밝혔음에도 불구하고 전화를 통하여 재화를 구매하도록 강요하는 행위
- ② 소비자의 청약에 따라 재화를 먼저 공급하여 그 대금을 청구하는 행위
- ③ 분쟁이나 불만처리에 필요한 인력 또는 설비의 부족을 상당기간 방치하여 소비자에게 피해를 주는 행위
- ④ 청약철회를 방해할 목적으로 전화번호를 변경하는 행위

40. 소비자기본법에서 규정하고 있는 소비자의 기본적 권리가 아닌 것은?

- ① 물품 또는 용역으로 인한 생명·신체 또는 재산에 대한 위해보부터 보호받을 권리
- ② 물품 또는 용역을 사용함에 있어서 거래상대방·구입장소·가격 및 거래조건 등을 자유로이 선택할 권리
- ③ 소비자 스스로의 권익을 증진하기 위하여 단체를 조직하고 이를 통하여 활동할 수 있는 권리
- ④ 물품 또는 용역을 사용할 때의 지시사항이나 경고 등 표시할 내용과 방법의 기준을 정할 권리

41. 다음 중 약관의 규제에 관한 법률에 관한 설명으로 옳은 것은?

- ① 고객의 대리인에 의하여 계약이 체결된 경우 고객이 그 의무를 이행하지 아니하는 경우에는 대리인에게 그 의무를 이행하지 아니하는 경우에는 대리인에게 그 의무의 전부 또는 일부를 이행할 책임을 지우는 내용의 약관 조항은 유효하다.
- ② 상당한 이유 없이 給付의 내용을 사업자가 일방적으로 결정하거나 변경할 수 있도록 권한을 부여하는 조항은 무효이다.
- ③ 공정거래위원회는 시장지배적 사업자의 불공정약관에 대하여 시정조치를 권고하되 명할 수는 없다.
- ④ 고객에게 부당하게 과중한 지연손해금 등 손해배상 의무를 부담시키는 약관조항은 민법의 규정에도 불구하고 유효하다.

42. 제조물책임법상 손해배상책임을 지는 자가 입증하여 그 책임을 면할 수 있는 자유가 아닌 것은?

- ① 제조업자가 당해 제조물을 공급하지 아니한 사실
- ② 제조업자가 당해 제조물을 공급한 때의 과학·기술 수준으로는 결함의 존재를 발견할 수 없었다는 사실
- ③ 제조물의 결함이 제조업자가 당해 제조물을 제조할 당시의 법령이 정하는 기준을 준수함으로써 발생한 사실
- ④ 원재료 또는 부품의 경우에는 당해 원재료 또는 부품을 사용한 제조물 제조업자의 설계 또는 제작에 관한 지시로 인하여 결함이 발생하였다는 사실

43. 방문판매 등에 관한 법률에서 규제하는 대상이 아닌 것은?

- ① 계속거래
- ② 통신판매
- ③ 전화권유판매
- ④ 다단계판매

44. 약관의 규제에 관한 법률상 약관해석의 원칙이 아닌 것은?

- ① 신의성실의 원칙
- ② 통일적 해석의 원칙
- ③ 계약자유 원칙
- ④ 작성자 불리의 원칙

45. 약관의 규제에 관한 법률상 표준약관에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 사업자 및 사업자단체는 건전한 거래질서를 확립하고 불공정한 내용의 약관이 통용되는 것을 방지하기 위하여 일정한 거래 분야에서 표준이 될 약관을 마련하여 그 내용이 이 법에 위반되는지 여부에 관하여 공정거래위원회에 심사를 청구할 수 있다.
- ② 공정거래위원회는 한국소비자의 요청이 있는 경우에 사업자 및 사업자단체에 대하여 표준이 될 약관을 마련하여 심사 청구할 것을 권고할 수 있다.
- ③ 공정거래위원회로부터 표준약관의 사용을 권장받은 사업자 및 사업자단체는 표준약관과 다른 약관을 사용하는 경우 표준약관과 다르게 정한 주요 내용을 고객이 알기 쉽게 표시하여야 한다.
- ④ 공정거래위원회는 표준약관의 사용을 활성화하기 위하여 표준약관 표시(識)를 정할 수 있고, 사업자 및 사업자단체는 표준약관을 사용하는 경우 공정거래위원회가 고시하는 바에 따라 표준약관표지를 사용해야 한다.

46. 표시·광고의 공정에 관한 법률상 손해배상에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 손해배상의 책임을 지는 사업자는 그 피해자에 대하여 고의 또는 과실이 없음을 들어 그 책임을 면할 수 없다.
- ② 손해배상청구권은 위반사항이 시정조치를 받은 경우 그 시정조치 전이라도 이를 재판상 주장할 수 있다.
- ③ 손해배상청구권은 이를 행사할 수 있는 날부터 3년을 경과한 때에는 시효에 의하여 소멸된다.
- ④ 사업자는 부당한 표시·광고행위를 함으로써 피해를 입은 자가 있는 경우에는 해당 피해자에 대하여 손해배상의 책임을 진다.

47. 민법상 인정되는 하자담보책임의 내용이 아닌 것은?

- ① 매수인의 계약해지권
- ② 매수인의 손해배상청구권
- ③ 매수인의 완전물급부청구권
- ④ 매도인의 하자치유권(하자추완권)

48. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률상 다음 상황에서 옳은 X제품을 반환받은 날로부터 며칠 이내에 매매대

금을 갑에게 환급하여야 하는가?

인터넷을 통해 갑은 통신판매업자 을로부터 X제품을 구입하고 대금을 입금하였다. 그런데 같은 X제품을 인도받은 후 너무 경솔했다는 생각에 청약철회를 내용증명 무편으로 보내면서 함께 X제품을 반환하였다.

- ① 3영업일                      ② 7영업일
- ③ 14영업일                    ④ 21영업일

49. 할부거래에 관한 법령상 사용 또는 소비에 의해 그 가치가 현저히 낮아질 우려가 있어 사용 또는 소비한 경우 청약철회할 수 없는 것은?

- ① 태블릿 PC                    ② 스마트폰
- ③ 자전거                        ④ 설치된 보일러

50. 할부거래에 관한 법률이 적용되는 거래는?

- ① 「약사법」에 따른 의약품의 거래
- ② 「보험업법」에 따른 보험의 거래
- ③ 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」에 따른 증권 및 어음의 거래
- ④ 「통계법」에 따라 작성한 한국표준산업분류상의 제조업에 의하여 생산된 공산품의 거래

**3과목 : 소비자 교육 및 정보제공**

51. 다음 중 제품 팸플릿 제작시 주의해야 할 사항으로 옳은 것은?

- ① 제품소개를 위한 단순한 정보로 구성한다.
- ② 다른 제품과 차별화될 수 있도록 평이한 용어보다 전문적인 용어를 사용하는 것이 좋다.
- ③ 제품의 속성에 관한 정보와 함께 가격에 관한 정보를 포함시키는 것이 좋다.
- ④ 넓은 범위의 많은 소비자들에게 보다는 숫자가 적더라도 중요한 고객에게 전해지는 것이 좋다.

52. 이동의 재무관리 교육에 관한 내용으로 옳은 것은?

- ① 용돈을 가능한 적게 주어 절약심을 배우도록 한다.
- ② 자녀의 가사분담에 따른 용돈액을 융통적으로 조절한다.
- ③ 용돈을 장기적으로 주어 금전관리 경험을 갖도록 한다.
- ④ 자녀의 용돈사용에 대하여는 스스로 알아서 배우도록 한다.

53. 소비자정보를 제작하기 위하여 내용을 선정할 때 고려해야 할 사항이 아닌 것은?

- ① 일반성                        ② 흥미성과 참신성
- ③ 수준의 적절성                ④ 현실성

54. 다음 중 사회중심 소비자교육에 해당하지 않는 것은?

- ① 대학에서의 소비자교육
- ② 대중매체에 의한 소비자교육
- ③ 정부에 의한 소비자교육
- ④ 소비자단체에 의한 소비자교육

55. 다음 중 소비자교육 프로그램의 평가요소를 모두 짝지은 것

은?

A. 소비자 수준과 요구에 적합한 내용인가  
B. 소비자교육 프로그램의 진행을 적절한가  
C. 소비자교육 목표는 달성되었는가  
D. 소비자의 반응은 어떠한가

- ① A, B                            ② A, C
- ③ B, C, D                        ④ A, B, C, D

56. 학령 전기 아동의 일반적인 소비자 역할 행동과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 부모의 소비행동 관찰
- ② 부모에게 구매 요구
- ③ 상점에서 상품 선택
- ④ 부모로부터 독립적인 구매

57. 소비자교육의 내용에 대한 요구분석을 수행할 때 가장 먼저 이루어져야 할 절차는?

- ① 상환평가                      ② 요구분석의 목적 결정
- ③ 기법과 도구의 선정        ④ 단계별 계획의 개발

58. 다음 중 가장 신뢰할 수 있는 소비자정보원은?

- ① 판매원이 제공하는 정보
- ② 광고가 전달하는 정보
- ③ 신문기사가 읽은 정보
- ④ 기업이 제공하는 정보

59. 소비자주권(consumer sovereignty)에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 법적, 도덕적으로 소비자에게 보장되어야 하는 이성적인 상태에서 소비자가 기대 또는 요구할 수 있는 구체적인 조항으로 표현된다.
- ② 소비자 개개인의 자유롭고 자주적인 선택권이 시장구조를 통해서 궁극적으로 생산자들이 어떤 제품을 생산할 것인가를 결정하는 개념이다.
- ③ 소비는 모든 생산의 유일한 목적이며 생산자의 이익은 소비자의 이익을 증진시키는 범위 안에서 고려되어야 한다.
- ④ 소비자의 선택이 사장을 통하여 사회 전체의 자원 배분을 결정한다.

60. 소비자교육의 요구분석을 위해 전문가의 직관이나 판단에 의존하는 분석방법은?

- ① 조사연구                      ② 관찰법
- ③ 델파이법                        ④ 능력 분석법

61. 다음은 어떤 가격정보를 나타내는가?

품목	내용량	10mℓ	판매가격(원)
참기름	300mℓ	160	4,800

- ① 한계가격표시제                ② 생산가격표시제
- ③ 판매가격표시제                ④ 단위가격표시제

62. 환경문제에 대한 소비자교육을 할 때 고려되어야 할 사항이 아닌 것은?

- ① 일차적 경험을 중시한다.
- ② 모든 연령집단을 대상으로 실시한다.
- ③ 정의적 차원보다는 인지적 차원을 강조한다.
- ④ 학제적으로 접근한다.

63. 소비자교육 프로그램 설계 시에 고려해야 할 기본적인 사항이 아닌 것은?

- ① 목적의 달성여부를 확인하는 평가방법
- ② 효과적인 교육방법
- ③ 목적달성을 위한 교육내용
- ④ 사회적요구 보다 개인적 요구를 고려하는 방법

64. 다음 중 일반적인 고객정보관리 과정을 바르게 나열한 것은?

- ① 소비자정보의 수집→전략의 수립→소비자정보의 생성→정보의 축적과 공유→정보의 활용
- ② 전략의 수립→소비자정보의 수집→소비자정보의 생성→정보의 활용→정보의 축적과 공유
- ③ 전략의 수립→소비자정보의 수집→소비자정보의 생성→정보의 축적과 공유→정보의 활용
- ④ 소비자정보의 수집→전략의 수립→소비자정보의 생성→정보의 활용→정보의 축적과 공유

65. 교육 프로그램의 목표를 달성하기 위하여 내용을 설계할 때 고려해야 할 원리 중 다음은 어디에 해당하는가?

학습경험의 수평적 조직에 요구되는 원리이다. 각 학습경험을 단편적으로 구획하는 것이 아니라, 횡적으로 상호보충·보강되도록 조직하며 종합적이고 전체적인 안목을 기를 수 있도록 하기 위한 것이다.

- ① 계열성                      ② 통합성
- ③ 순환성                      ④ 계속성

66. 미국 소비자주의 전개과정을 바르게 나열한 것은?

A. 캐네디 대통령이 소비자권리장전(consumer bill of rights) 선언  
 B. 포드 대통령이 소비자교육을 받을 권리 제창  
 C. 소비자연맹(Consumer Union) 설립  
 D. 랄프 네이더가 GM 사의 자동차결함 폭로로 자동차 안전법과 통과

- ① A→B→C→D              ② A→C→D→B
- ③ C→A→D→B              ④ C→D→A→B

67. 저소득층 소비자에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 저소득층 소비자 교육의 궁극적인 목적은 소득증대 방안을 마련해 주는 것이다.
- ② 저소득층 소비자가 갖는 중요한 문제 중의 하나는 소비자주권을 행사하기 위해 필요한 화폐투표 수단인 구매력 부족이다.
- ③ 저소득층 소비자의 구매력 부족은 소비자경험을 제한하여 경험적 정보와 능력의 개발을 저해한다.
- ④ 매스미디어의 영향력으로 저소득층 소비자들을 현실과 이상의 괴리에 의한 스트레스를 받게 되어 모방소비나 보상소비로 이어질 가능성이 크다.

68. 다음과 같은 특성을 지닐 가능성이 가장 높은 소비자 유형은?

- 과시 소비성향이 높다
- 모방소비와 충동구매 성향이 높다.
- 대중매체의 영향에 민감하다.
- 가치관의 혼란으로 합리적 소비의식이 부족하다.

- ① 아동소비자                      ② 청소년소비자
- ③ 성인소비자                      ④ 노인소비자

69. 다음 중 고객의 주문, 불만, 불평 등 고객의 생생한 소리를 직접 처리하고 데이터로 관리하는 기능을 하는 것은?

- ① 고객정보관리 시스템
- ② 고객콜센터 시스템
- ③ 성과분석 시스템
- ④ 통합데이터베이스 시스템

70. 소비자 조사방법 중 관찰법의 장점으로 옳은 것은?

- ① 의사결정과정에서 타인의 영향력을 배제할 수 있다.
- ② 자연적 상황에서의 관찰일 때 외재적 변수의 통제가 쉽다.
- ③ 언어로 자기 의사를 제대로 표현하지 못하는 대상의 요구도를 파악할 수 있다.
- ④ 대량의 응답자들을 대상으로 짧은 기간 동안 노력과 비용을 적게 들이고 조사할 수 있다.

71. 소비자정보의 유용성을 평가하는 요소와 가장 거리가 먼 것은?

- ① 정보의 적시성                      ② 정보의 정확성
- ③ 정보의 적합성                      ④ 정보의 독특성

72. 인터넷 정보검색 시 검색엔진 선택에 있어서 고려해야 할 사항과 거리가 먼 것은?

- ① 검색결과와 정확성
- ② 광범위한 검색 옵션 제공
- ③ 확보한 데이터의 양
- ④ 검색량에 따른 검색속도

73. 소비자교육 프로그램의 평가에 관한 설명으로 옳은 것은?

- ① 프로그램은 가치판단을 배제하고 경험이나 실증에 의해 평가하여야 한다.
- ② 프로그램을 평가할 때에는 수행된 각 활동을 통합하지 않고 분리해야 한다.
- ③ 프로그램의 평가대상은 현재 교육활동에 대한 것이며, 예방활동은 포함되지 않는다.
- ④ 프로그램을 평가할 때에는 활동과정에 나타난 다양한상이나 상태를 다루어야 한다.

74. 학교 소비자교육의 교육과정 목표를 정할 때 학년수준이 높아짐에 따라 점차로 경험의 수준을 높여서 더욱 깊이 있고 다양한 학습경험을 할 수 있도록 하는 프로그램 내용의 조직 원리는?

- ① 타당성                              ② 계열성
- ③ 계속성                              ④ 통합성



④ 끊임없는 욕구와 창조

91. 구매 후 부조화를 일으키는 상황과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 구매결정을 취소할 수 없을 때
- ② 선택하지 않은 대안이 단종되었을 때
- ③ 선택하고 싶은 대안들이 여러개 있을 때
- ④ 구매자가 심리적 중요성을 갖고 그 결정에 개입했을 때

92. 다음 중 충동구매에 관한 설명으로 옳은 것은?

- ① 제품에 대한 이전의 지식이나 경험이 작용하지 않는다.
- ② 비계획적 구매보다 구매시점에 심리적 갈등이 크다.
- ③ 정형화된 행동양식을 보인다.
- ④ 이성적, 감정적 상태를 수반한다.

93. 기업과 잠재고객 간의 상호작용에 초점을 두며 기업의 메시지에 의거한 소비자태도, 제품탐색과 평가, 구매행위, 피드백의 4단계로 설명되는 소비자행동모델은?

- ① 하워드-셰드 모델
- ② 니코시아 모델
- ③ 앵겔-블랙웰 모델
- ④ 커비 모델

94. 다음 중 의견선도자(opinion leader)의 일반적인 특성으로 옳은 것은?

- ① 비교적 젊다.
- ② 비교적 부유하다.
- ③ 교육수준이 높다.
- ④ 하나 혹은 소수의 상품에 대해서만 선도자의 역할을 한다.

95. 다음 중 완전경쟁시장의 경제적 효과와 가장 거리가 먼 것은?

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

96. 다음은 A씨가 작성한 구입하고자 하는 후보 아파트의 속성 점수표이다. 아파트 구입 의사결정과정에서 A씨가 대안평가 방법으로 수용기준을 3점 이상으로 하는 순차제거식(sequential elimination rule)의 방법을 활용한다면 선택하게 되는 아파트는?

평가기준	중요도	A 아파트	B 아파트	C 아파트	D 아파트
가격	5	2	5	5	4
교통	4	4	3	5	3
조망권	3	5	2	4	5
건축연령	2	5	3	2	4
주택구조	1	3	4	3	3

- ① A 아파트
- ② B 아파트
- ③ C 아파트
- ④ D 아파트

97. 다음은 기업의 STP전략에 대한 설명이다. ()안에 들어갈 가장 알맞은 것은?

기업은 소비자의 다양한 욕구를 찾아내서 동질적인 여러 집단으로 나누는데 이것을 ( A )(이)라 한다. 또한 기업은 기업의 경쟁상황과 능력을 고려하여 가장 자신있는 시장을 찾아내게 되는데 이를 ( B )(이)라 하며, 소비자에게 ( C )(를)를 통하여 자사의 제품이 가장 적합하다는 것을 알려주게 된다.

- ① A-표적시장결정, B-포지셔닝, C-시장세분화
- ② A-시장세분화, B-표적시장결정, C-포지셔닝
- ③ A-서비스마케팅, B-표적시장결정, C-포지셔닝
- ④ A-포지셔닝, B-표적시장결정, C-서비스마케팅

98. 경쟁자의 가격변화에 대응하여 선택할 수 있는 가격조정방안과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 똑같이 가격을 상승시킨다.
- ② 제품의 지각된 가치를 제고시킨다.
- ③ 품질을 증가시키면서 가격을 상승시킨다.
- ④ 경쟁에 부합할 저가상품을 출시한다.

99. 다음 중 과시소비로 볼 수 없는 것은?

- ① 부의 증거를 나타내고 싶은 소비
- ② 업적을 나타내는 수단으로서의 소비
- ③ 사회계층으로 인한 불만을 해소하려는 소비
- ④ 우월하고 싶다는 허영심의 표현으로서 소비

100. 개인적인 차원에서의 소비자 의사결정의 합리성 추구가 사회적 합리성과 일치하지 않는 예로 적합한 것은?

- ① 고등어를 좋아하지 않는 사람이 고등어를 사지 않는 행위
- ② 귀찮다고 재활용품을 분리하지 않고 버리는 행위
- ③ 최신 유행에 쫓아 새상품을 구입하는 행위
- ④ 좋은 품질의 제품을 싼 가격으로 사고자 하는 행위

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