

1과목 : 소비자상담 및 피해구제

1. 방대한 자료에서 유의미한 패턴과 규칙을 찾아내어 자동적 자료탐색 및 분석을 통해 불량고객, 우수고객 등을 구분해 주고, 고객특성에 대한 차별적이고 독특한 지원이나 서비스를 제공할 수 있게 하는 마케팅 방법은?

- ① 포지셔닝                      ② 시장세분화  
③ 데이터마이닝              ④ 제품믹스

2. 소비자상담센터의 주요기능과 그 설명이 바르게 짝지어지지 않은 것은?

- ① 자율상담처리 - 계층별 맞춤서비스로 상담정보 등을 자율적으로 제공  
② 상담 응대용 업무 프로그램 - 모든 상담원이 상담 내용을 입력하고, 축적된 사람정보를 함께 공유하는 프로그램  
③ 통계시스템 - 소비자상담 과정에서 생성되는 상담정보를 저장조건에 따라 통계조회가 가능한 시스템  
④ 지능적 전화연결 시스템 - 전국 단일의 대표번호를 통해 상담기관 혹은 상담원에서 전화를 신속히 연결

3. 소비자분쟁해결기준에 대한 설명 중 옳은 것은?

- ① 소비자분쟁해결기준은 법원의 판결과 같은 확정적, 최종적 의미를 갖는다.  
② 소비자분쟁해결기준은 사업자와 사업자간에 일어날 수 있는 분쟁을 원활하게 해결하기 위한 기준으로 1985년에 제정되었다.  
③ 소비자분쟁해결기준은 분쟁 시 소비자가 사업자로부터 적절한 피해보상을 받을 수 있게 함을 목적으로 한다.  
④ 다른 법령에 근거한 별도의 보상기준이 소비자에게 유리한 경우에도 소비자분쟁해결기준에 우선으로 적용된다.

4. 다음 중 소비자단체에서 수행하는 소비자상담의 기능은?

- ① 고객유지 기능  
② 재구매 유도 기능  
③ 고객의 소리 청취 기능  
④ 소비자정책 수립의 가이드라인 제공 기능

5. 자동차 소비자분쟁해결기준을 설명한 내용 중 틀린 것은?

- ① 품질보증기간 이내에 재질이나 제조상의 결함으로 고장 발생 시 무상수리에 해당한다.  
② 품질보증기간 이내에 차량이 12개월 초과한 주행 안전 관련 동일하자 3회 발생하여 중대한 결함 수리기간이 30일 초과한 경우에는 부품교환 또는 기능장치 교환에 해당한다.  
③ 품질보증기간 이내이며 차량이 12개월 이내인 경우, 부품미보유로 수리가 불가능할 경우 에 감가상각비를 공제한 후 10% 가산 환급 또는 제품교환에 해당한다.  
④ 탁송과정 중에 발생한 차량의 하자는 보상 또는 무상수리 차량 교환 또는 구입가 환급에 해당한다.

6. 다음은 무엇에 관한 설명인가?

공정거래위원회 산하의 기구로 소비자의 권익증진 및 소비생활의 향상에 관한 기본적인 소비자정책을 심의 의결함

- ① 소비자정책위원회              ② 기업소비자전문가협회  
③ 한국소비자원                      ④ 소비자분쟁조정위원회

7. 품질보증과 하자담보책임에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 제품의 하자 발생 시 품질보증서 내용에 따라 품질보증을 요구할 수 있으며, 품질보증서는 품질보증기간 및 피해보상 내용을 포함한다.  
② 품질보증기간은 소비자가 물품을 구입 또는 용역을 제공 받은 날부터 인정되며 계약일과 인도일이 다를 경우에는 계약일이 기준이 된다.  
③ 민법상 하자담보책임은 소비자가 하자 발생을 알게 된 날로부터 6개월 안에 행사하여야한다.  
④ 신용카드 할부로 구입한 경우 발생한 하자에 대해 판매업자가 하자담보책임을 이행하지 않는다면 할부거래에 관한 법률상 항변권을 행사하여 잔여 할부금 지급을 거부할 수 있다.

8. 기업의 소비자상담사의 역할이 아닌 것은?

- ① 피해구제를 한다.  
② 소비자와의 의사소통을 통해서 수집된 정보를 고객만족 경영에 반영시킨다.  
③ 상담을 성심껏 하였는데도 무리하게 요구하는 고객은 해결하지 않아도 된다.  
④ 고객만족을 실현하여 재구매를 발생시키고 기업의 이미지에 공헌한다.

9. 콜센터의 인바운드 상담과 아웃바운드 상담에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 인바운드 상담은 고객정보의 관리이며, 아웃바운드 상담은 휴면고객의 관리이다.  
② 인바운드 상담은 제품에 대한 주문이나 문의이며, 아웃바운드 상담은 광고효과에 대한 조사이다.  
③ 인바운드 상담은 상품발주를 위한 판매활동이며, 아웃바운드 상담은 상품수주를 위한 판매활동이다.  
④ 인바운드 상담은 클레임에 대한 고객서비스이며, 아웃바운드 상담은 사후관리를 위한 고객서비스이다.

10. 다음의 (ㄱ)과 (ㄴ)의 경우에 관련된 설명으로 적합하지 않은 것은?

(ㄱ) 온라인으로 겨울 코트를 구매하였으나 사이즈가 맞지 않아 반품을 요구하였다. 그러나 업체는 소재의 특성상 반품이 불가능함을 사전에 고지하며 반품처리가 불가능하다고 하였다.  
(ㄴ) 세탁소에 여성코트를 맡긴 후 찾아보니 코트가 수축되어 이에 대한 미의를 제기하였으나 세탁소에서는 세탁 과정 중에서 미상이 없었다며 배상을 거부하였다.

- ① (ㄱ)은 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률에 의해 해결할 수 있다.  
② (ㄱ)은 사업자가 사전에 반품불가에 대한 고지를 했음으로 청약철회를 거절할 수 있다.  
③ (ㄴ)은 코트수축에 대한 전문가 심의를 거친 결과를 바탕으로 의류 수축의 원인을 규명해야 한다.  
④ (ㄴ)은 세탁소의 과실로 판명된 경우, 해당제품의 내용연수 및 사용기간에 따른 잔존 가치를 계산하여 배상받을 수 있다.

11. 청약철회제도에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 구두로도 청약철회가 가능하다.
- ② 계약취소와 동일한 효과가 있다.
- ③ 거래유형별(할부거래, 방문판매 등)로 청약철회를 할 수 있는 기간이 다르다.
- ④ 상품에 하자가 있는 경우에도 청약철회 기간 이내에 계약해제 등을 하여야 한다.

12. 다음 중 구매 전 상담의 역할이 아닌 것은?

- ① 제품구매에 대한 상담
- ② 제품불만에 대한 상담
- ③ 소비생활 전반에 대한 상담
- ④ 소비생활 교육 프로그램 운영

13. 소비자의 욕구를 효율적으로 파악하고 해결하기 위한 상담 기법이 아닌 것은?

- ① 소비자의 욕구를 인식한 후에 소비자와 상담목표를 논의한다.
- ② 성취 가능한 합리적인 상담목표를 세워야 하며, 이에 대해 소비자와의 합의가 이루어져야 한다.
- ③ 전문적 지식과 확신을 바탕으로 상담사가 상담목표를 결정하고, 이를 소비자에게 제시해 준다.
- ④ 상담과정에서 소비자가 비판적 감정을 가질 경우, 상담목표를 상기시키고 긍정적 동기를 회복하도록 돕는다.

14. 다음 중 인터넷 상담의 장점을 전화 상담과 비교한 설명으로 가장 적합한 것은?

- ① 장소에 구애받지 않고 상담이 가능하다.
- ② 상담내용의 공개가 가능하여 유사한 상담의 반복을 피할 수 있다.
- ③ 누구나 쉽게 이용할 수 있어 접근성이 높다.
- ④ 대부분의 경우 신속한 상담이 가능하다.

15. 기업의 소비자상담실에서 불만족한 소비자상담의 상담기법으로 틀린 것은?

- ① 소비자의 불만에 대해 공감적 경청을 한다.
- ② 상담사의 목소리는 소비자에 비해 상대적으로 높여 주는 것이 바람직하다.
- ③ 문제해결이 만족스러웠는가를 확인하는 점검과정이 필요하다.
- ④ 가능한 문제 해결 방법 중에서 최선을 다하고 있음을 소비자에게 전달한다.

16. 가전제품의 경우 품질보증기간 이내에 동일한 하자로 3회까지 수리를 하였어도 불구하고 동일한 하자가 다시 발생하였을 시 보상기준이 아닌 것은?

- ① 제품교환
- ② 구입가에 해당하는 액수의 환불
- ③ 무상 설치
- ④ 계속 수리

17. 다음 중 구매 후 소비자상담에 관한 내용으로 적합하지 않은 것은?

- ① 구매 후 소비자상담은 소비자문제해결 및 피해구제 등 소비자 이익 추구의 직접적인 방법으로써 중요하다.
- ② 구매 후 소비자상담이 효과적 또는 성공적으로 이루어지지 않는 경우 불만이 누적되어 악순환이 된다.
- ③ 구매 후 소비자상담은 소비자에게는 이익이나 기업에게

는 비용이다.

- ④ 구매 후 소비자상담이 효과적으로 이루어지지 않았을 경우 계속적인 소비자상담을 요구하게 되므로 사회적 문제로 대두될 수 있다.

18. 소비자상담 시 말하기에 대한 기법으로 효과적인 방법이 아닌 것은?

- ① 소비자가 사용하는 언어를 사용한다.
- ② 소비자와 공감을 갖기 위해 장황하게 이야기한다.
- ③ 부정적인 단어 사용을 삼간다.
- ④ 상담의 진행을 위하여 유도성 질문을 이용한다.

19. 소비자분쟁해결기준에서 정하고 있는 품목별 부품보유기간에 의한 에어컨의 부품보유기간은?

- ① 1년
- ② 5년
- ③ 7년
- ④ 10년

20. 다음 중 개방형 질문에 해당하는 것은?

- ① 고객님께서 어떤 형태의 차를 찾고 계십니까?
- ② 과거에 저희 회사의 서비스를 이용하신 적이 있으십니까?
- ③ 이 스카프가 새 자켓에 잘 어울릴 것 같습니다. 이것을 포장해드릴까요?
- ④ 엔진이 꺼지는 것은 시동기를 돌리자마자 인가요, 아니면 한동안 운전한 후인가요?

21. 구매단계에 있어서 기업의 소비자상담사에게 일반적으로 요구되는 지식이 아닌 것은?

- ① 취급제품의 장단점과 종류별 가격
- ② 소비자의 구매행동과 불만시의 행동
- ③ 취급제품의 주요 수요층과 구매빈도
- ④ 회사의 재무제표에 대한 상세한 이해

22. 미래의 소비자상담의 활동과 관련된 내용으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 소비자가 스스로 많은 정보를 습득하게 되어 상담기관의 역할은 감소할 것이다.
- ② 소비자피해구제라는 제한된 범위를 넘어서 소비생활의 전 과정에서 일어나는 소비자의 의사결정을 돕는 상담이 증가할 것이다.
- ③ 소비생활 분야별로 소비자상담이 전문화할 것이다.
- ④ 대도시 중심 위주의 상담에서 벗어나 지역의 실정에 맞는 특화된 상담이 이루어질 것이다.

23. 기업의 상담실이 소비자들과 의사소통 통로로서 역할을 하기 위한 소비자상담실 이용조건이 아닌 것은?

- ① 기업의 효율성
- ② 소비자 편리성
- ③ 상담 및 업무의 전문성
- ④ 적극성

24. 기업에서 소비자상담사가 상담을 할 때 소비자설득 전략과 관련된 사항으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 소비자의 마음상태가 편안할 때 설득의 효과가 크므로 간단한 다과를 권하면서 구매설득을 하는 것이 바람직하다.
- ② 소비자는 사회적 압력 등으로 자신의 자유감에 위협을 받게 되면 쉽게 설득되는 경향을 보인다.
- ③ 소비자가 진실로 자신을 위해 노력하고 있음을 인지할

때 소비자상담사에 대한 신뢰도가 높아진다.

- ④ 대부분 소비자는 통계자료보다 개인의 경험사례를 통해 쉽게 설득된다.

25. 다음 중 소비자문제가 가장 심각할 가능성이 높고 상세한 사건의 경위를 전달받을 수 있는 상담의 종류는?

- ① 전화상담      ② 문서상담  
③ 인터넷상담      ④ 방문상담

2과목 : 소비자 관련법

26. 방문판매 등에 관한 법률의 내용에 관한 설명 중 옳은 것은?

- ① 방문판매업을 하고자 하는 자는 특별시장, 광역시장, 도지사 또는 시장, 군수에게만 신고 하여야 한다.  
② 방문판매업자는 방문판매원의 명부를 작성하여야 하며, 소비자피해를 방지하거나 구제하기 위하여 소비자가 요청하면 언제든지 소비자로 하여금 방문판매원의 신원을 확인할 수 있도록 하여야 한다.  
③ 방문판매업자는 계약체결 전 정보제공의무는 없으나 계약체결에 따른 계약서 교부의무는 있다.  
④ 방문판매 등에 관한 법률과 타 법이 경합하는 경우 항상 방문판매 등에 관한 법률을 우선 적용한다.

27. 약관내용을 계약내용으로 볼 것인가에 대한 통제에 해당하는 것은?

- ① 편입통제      ② 해석통제  
③ 부당성 통제      ④ 불공정성 통제

28. 다음 중 표시·광고의 공정화에 관한 법률상 표시·광고에 관한 공정거래위원회의 행정조치가 아닌 것은?

- ① 임시중지명령      ② 시정조치  
③ 피해구제 명령      ④ 과징금 부과

29. 표시·광고의 공정화에 관한 법률상 부당한 표시·광고행위에 해당하지 않는 것은?

- ① 허위·과장의 표시·광고  
② 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 한 표시·광고  
③ 객관적인 근거로 다른 사업자의 상품과 비교하는 표시·광고  
④ 비방적인 표시·광고

30. 방문판매 등에 관한 법률상 철회권 행사의 효과로 틀린 것은?

- ① 소비자는 청약철회 등을 한 경우에는 이미 공급받은 재화 등을 반환하여야 한다.  
② 방문판매자 등은 재화 등의 대금을 환급함에 있어 신용카드 등으로 재화 등의 대금을 지급한 때에는 지체 없이 당해 결제업자로 하여금 대금청구를 정지 또는 취소하도록 요청하여야 한다.  
③ 소비자는 방문판매자 등이 정당한 사유 없이 결제업자에게 대금을 환급하지 않는 경우에는 환급 받을 금액에 대하여 결제업자에게 당해 방문판매자 등에 대한 다른 채무와 상계할 것을 요청할 수 있다.  
④ 청약철회할 수 있는 요건이 발생한 경우는 이미 재화 등이 사용 또는 일부 소비된 경우에 방문판매자 등은 소비자가 얻은 이익 또는 그 재화 등의 공급에 소요된 비용에 상당하는 금액을 소비자에게 청구할 수 없다.

31. 민법상 채무불이행에 공동되는 요건은?

- ① 채무자 귀책사유가 있을 것  
② 이행기에 이행이 없을 것  
③ 급부가 불완전 할 것  
④ 이행이 후발적인 불능일 것

32. 약관의 규제에 관한 법률상 명시적으로 규정한 목적에 해당하지 않는 것은?

- ① 소비자보호  
② 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진시키는 것  
③ 국민생활을 균형있게 향상시키는 것  
④ 사업자가 그 거래상의 지위를 남용하여 불공정한 내용의 약관을 작성하여 거래에 사용하는 것을 방지하는 것

33. 소비자기본법상 한국소비자원에 관한 설명으로 옳은 것은?

- ① 한국소비자원은 공정거래위원회의 승인을 얻어 필요한 곳에 지부를 설치할 수 있다.  
② 원장은 소비자문제에 관하여 학식과 경험이 풍부한 자 중에서 기획재정부장관의 제청으로 대통령이 임명한다.  
③ 한국소비자원의 감사는 기획재정부장관이 임명한다.  
④ 부원장은 원장의 지휘를 받아 소비자안전센터의 업무를 총괄한다.

34. 약관의 규제에 관한 법률상 공정성을 잃은 것으로 추정된 약관조항에 해당하지 않는 것은?

- ① 고객에게 부당하게 불리한 조항  
② 고객이 계약의 거래형태 등 관련된 모든 사정에 비추어 예상하기 어려운 조항  
③ 계약의 목적을 달성할 수 없을 정도로 계약에 따르는 본질적인 권리를 제한하는 조항  
④ 고객에 따라 다르게 해석되는 조항

35. 다음 중 특수판매 방식의 거래에서 소비자의 청약철회권 행사에 관한 설명으로 옳은 것은?

- ① 전자상거래에 의한 경우 재화의 내용이 표시내용과 다른 이유로 발생한 철회권은 재화를 공급받은 날부터 3월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내에 행사할 수 있다.  
② 전화권유에 의한 판매의 청약철회를 서면으로 하는 경우 서면이 도착한 날 효력이 발생한다.  
③ 방문판매에 의한 청약철회는 계약서를 교부받은 때보다 재화의 공급이 늦게 이루어진 경우, 재화를 공급 받거나 공급이 개시된 날부터 15일 이내에 하여야 한다.  
④ 다단계판매의 경우 소비자의 책임으로 물품이 훼손된 경우에도 청약철회가 가능하다.

36. 다음 중 제조물책임법에 의해 제조업자가 책임을 지지 않는 면책사유가 아닌 것은?(단, 제조물 공급 후 결함이 존재한다는 사실을 알거나 알 수 있었음에도 그 결함에 의한 손해의 발생 방지를 위한 적절한 조치를 하지 아니하는 등의 행위는 없었던 것으로 가정한다)

- ① 제조업자가 물품을 공급할 당시의 과학적·기술적 수준으로 결함의 존재를 발견할 수 없었을 경우  
② 제조업자가 물건을 공급하기 위해 법령에 의한 기준을 준수한 것이 결과적으로 소비자에게 손해를 불러일으킨 경우  
③ 원재료 또는 부품을 사용하여 만들어진 물건이 제조업자의 설계나 제작 지시로 인해 결함이 생긴 경우 이에 대

- 한 제조를 의뢰한 자
- ④ 제조업자가 물건을 유통시킬 생각이 없었는데도 도난 등의 사고로 유통된 경우
37. 민법상 착오에 의한 의사표시의 효과를 잘못 설명한 것은?
- ① 원칙적으로 취소할 수 있다.  
② 취소를 하면 소급효가 있다.  
③ 채권과 채무가 소멸한다.  
④ 등기의 말소 없이는 물권이 회복되지 않는다.
38. 할부거래에 관한 법률에 따른 소비자의 항변권에 관한 설명으로 틀린 것은?
- ① 소비자는 할부계약이 무효인 경우 할부거래업자에게 그 할부금의 지급을 거절할 수 있다.  
② 소비자가 항변권의 행사를 서면으로 하는 경우 그 효력은 할부거래업자가 서면을 수령한날에 발생한다.  
③ 할부거래업자는 소비자의 항변을 서면으로 수령한 경우 지체 없이 그 항변권의 행사 사유에 해당하는지를 확인하여야 한다.  
④ 할부거래업자는 소비자의 항변권 행사에 관하여 통지를 하지 아니하는 경우에는 소비자의 할부금 지급 거절의사를 수용한 것으로 본다.
39. 선지급식 통신판매업자의 소비자피해보상보험계약 등의 체결의무가 적용되지 않는 거래에 대한 설명 중 잘못된 것은?
- ① 일정기간에 걸쳐 분할되어 공급되는 재화 등을 구매하는 거래  
② 여신전문금융업법에 따른 신용카드로 구매하는 거래  
③ 게임, 인터넷 학원 수강 등과 같이 배송이 필요하지 않는 재화 등을 구매하는 거래  
④ 20만원 이하의 거래
40. 할부거래에 관한 법률의 적용에 관한 설명으로 틀린 것은?
- ① 이 법의 적용을 받는 것은 동산과 용역에 한한다.  
② 이 법은 보험업법에 의한 보험에 대하여는 적용될 수 있다.  
③ 이 법은 고등학생이 독서실 이용권을 구입하는 경우에도 적용될 수 있다.  
④ 이 법은 소비자가 상행위를 목적으로 할부계약을 체결하는 경우에는 적용되지 아니한다.
41. 할부거래에 관한 법률상 할부수수료의 실제연간요율의 최고 한도는?
- ① 연 100분의 20      ② 연 100분의 30  
③ 연 100분의 25      ④ 연 100분의 35
42. 방문판매업자 등이 정상적인 영업활동으로 할 수 있는 행위는?
- ① 방문판매원 등에게 다른 방문판매원 등을 모집하도록 의무를 지게 하는 행위  
② 소비자의 청약에 따라 물품을 배송하는 행위  
③ 소비자의 청약이 없는데도 일방적으로 재화 등을 공급하는 행위  
④ 청약철회 등이나 계약의 해지를 못하게 하려고 주소·전화번호 등을 변경하는 행위
43. 약관해석의 원칙이 아닌 것은?

- ① 신의성실의 원칙      ② 객관적 해석 원칙  
③ 불소급의 원칙      ④ 작성자불이익의 원칙

44. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률에 대한 설명으로 틀린 것은?
- ① 전자상거래 및 통신판매 등에 의한 재화 또는 용역의 공정한 거래에 관한 사항을 규정한다.  
② “전자상거래”라 함은 전자거래의 방법으로 상행위를 하는 것을 말한다.  
③ 전자상거래 또는 통신판매에서의 소비자보호에 관하여 이 법과 다른 법률의 규정이 경합하는 경우에는 항상 이 법을 우선 적용한다.  
④ 공정거래위원회는 통신판매업자의 상호 등에 관한 사항 및 거래조건에 대한 표시·광고 및 고지의 방법을 정하여 고시할 수 있다.

45. 다음 ( ) 안에 들어갈 알맞은 것은?

할부금을 다음 지급기일까지 연속하며 ( A ) 회 이상 지급하지 아니하고 그 지급하지 아니한 금액이 할부가격의 ( B ) 을 초과하는 경우에는 할부금의 지급에 대한 기한의 이익을 주장하지 못한다.

- ① A - 2, B - 100분의 1      ② A - 3, B - 100분의 1  
③ A - 2, B - 100분의 10      ④ A - 3, B - 100분의 10

46. 현행 민법상 성년이 되는 나이는?

- ① 18세      ② 19세  
③ 20세      ④ 21세

47. 약관의 규제에 관한 법률상 표준약관에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 사업자 및 사업자단체는 일정한 거래분야에서 표준이 될 약관을 마련하여 그 내용이 이법에 위반되는지의 여부를 심사해 줄 것을 공정거래위원회에 청구할 수 있다.  
② 공정거래위원회는 표준약관을 공시하고 사업자 및 사업자 단체에 표준약관을 사용할 것을 권장할 수 있다.  
③ 표준약관의 사용을 권장 받은 사업자 및 사업자 단체는 표준약관과 다른 약관을 사용할 수 없다.  
④ 공정거래위원회는 표준약관 사용의 활성화를 위해 표준약관표지를 정할 수 있으며, 사업자가 당해 거래에서 표준약관을 사용하는 경우 공정위 고시에 따라 표준약관 표지를 사용할 수 있다.

48. 부당한 표시·광고행위를 함으로써 피해를 입은 자가 있는 경우에 사업자 등의 책임에 관한 설명으로 옳은 것은?

- ① 고의성이 있는 경우에 한해 손해배상의 책임을 진다.  
② 광고주의 과실이 인정되는 때에만 손해배상의 책임을 진다.  
③ 고의 또는 과실이 있는 경우에 한해 손해배상의 책임을 진다.  
④ 고의·과실이 없는 경우도 손해배상 책임을 면할 수 없다.

49. 소비자기본법상 소비자단체소송의 허가요건이 아닌 것은?

- ① 다수 소비자의 권익보호 및 피해예방을 위한 공익상의 필요가 있을 것

- ② 소송허가신청 결과에 대해 1회 이상 항고하였을 것
- ③ 소제기단체가 사업자에게 소비자권익 침해행위를 금지·중지할 것을 서면으로 요청한 후 14일이 경과하였을 것
- ④ 소송허가신청서의 기재사항에 흠결이 없을 것

50. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률상 청약철회에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 계약내용에 관한 서면을 받은 날부터 7일 이내에 청약철회할 수 있다.
- ② 재화의 내용을 확인하기 위하여 포장 등을 훼손한 경우 청약철회를 할 수 없다.
- ③ 서면을 받은 때보다 재화 등의 공급이 늦은 경우에는 재화 등을 공급받은 날로부터 7일 이내에 청약철회할 수 있다.
- ④ 복제가 가능한 컴퓨터 소프트웨어의 경우 포장이 훼손되면 청약철회를 할 수 없다.

3과목 : 소비자 교육 및 정보제공

51. 사업자가 일정한 형식에 의해 다수의 상대방(소비자)과 동일한 서비스 등에 대한 계약을 체결하기 위해 미리 마련한 계약내용에 관한 정보는?

- ① 품질인증 정보      ② 표시 정보
- ③ 약관 정보      ④ 품질비교 정보

52. 소비자교육 프로그램의 교육내용 선정 시 고려할 사항 중 가장 관계가 먼 것은?

- ① 교육내용이 가치중립성
- ② 피교육자의 관심과 흥미
- ③ 교육내용이 현실성 및 지도가능성
- ④ 피교육자의 학습능력

53. 신혼기 가게에 해당하는 성인부부 소비자에게 00은행 소비자교육지원팀이 교육을 수행하고자 할 때, 다음의 내용은 소비자교육 프로그램의 전체적인 범위 중 어디에 해당하는가?

- 신혼기 가게 소비자가 효율적인 가게 재무계획을 수립하고 실천하며 건전한 가게 재무를 운영할 수 있도록 하는 것
- 가게 소득 및 자산의 증대를 위해 은행저축상품을 이해하고 적극 활용하도록 유도하는 것

- ① 교육대상의 특성 파악
- ② 교육대상의 교육적 요구도 분석
- ③ 교육목적
- ④ 구체적인 교육내용

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

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

55. 기업에서 소비자와 관련된 기업의 내·외부 정보를 분석, 통합하여 고객특성에 기초한 마케팅활동을 계획하고 지원하며 평가하는 과정은?

- ① 대중마케팅      ② 세분화마케팅
- ③ CRM      ④ OLAP

56. 다음에서 설명하는 분석방법은?

전문가의 진단이나 판단이 미래사건 또는 사건의 발생 가능성들을 예견하는 데 효과적일 수 있다는 인식에 기초한 것으로서 소비자 교육의 목적, 관심사항, 잠재적인 요구들의 일치점을 얻기 위해 교육요구분석에 가장 많이 이용되는 방법으로 여러 전문가의 의견을 서면으로 받아 전문가간의 합의나 의견교환을 방지하며, 의견수렴이 되지 않을 경우 여러 차례 서면을 통해 의견수렴을 유도하는 것이 원칙이다.

- ① 전문가관찰법      ② 델파이법
- ③ 전문가의견법      ④ 전문가결정접근법

57. 가정에서의 소비자교육 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 보상으로서 화폐만을 사용하는 것이 효과적이다.

58. 다음은 어떤 소비자 집단의 특성을 설명한 것인가?

- 도래 집단과 대중매체의 영향을 많이 받는다.
- 충동구매와 과소비 성향이 높다.
- 소비자로서의 지식수준이 낮고 소비경험이 많지 않다.

- ① 청소년 소비자      ② 아동 소비자
- ③ 노인 소비자      ④ 농촌 소비자

59. 소비자교육 프로그램 평가원칙에 해당되지 않는 것은?

- ① 진행과정의 파악      ② 가치판단의 개입
- ③ 지속적·종합적인 수행      ④ 경험적·실증적 평가

60. 소비자정보 제공의 내용을 선택, 재무관리, 구매법, 소비자시민성의 4대 영역으로 구분 할 때 소비자 권리와 책임, 환경 및 제품안전문제가 속하는 영역은?

- ① 선택 영역      ② 구매법 영역
- ③ 재무관리 영역      ④ 소비자시민성 영역

61. 기업경영에 필요한 소비자정보와 가장 거리가 먼 것은?

- ① 직접구매 활동과 관련된 정보
- ② 소비자 성향 분석 자료
- ③ 경쟁력 확보를 위한 정보
- ④ 경영기반 확립을 위한 정보

62. 다음 중 가장 단계적이고 체계적으로 실시할 수 있고, 교육의 사회적 형평성도 살릴 수 있는 소비자교육 형태는?

- ① 학교소비자교육
- ② 가정소비자교육
- ③ 소비자단체의 소비자교육
- ④ 한국소비자원의 소비자교육

63. 소비자교육의 구체적인 실행방법으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 소비자정보제공
- ② 소비자운동
- ③ 소비자정책
- ④ 소비자상담

64. 고객에 관한 정보를 활용하는 방법으로 일 년 중 분기별로 구매된 시기와 횟수, 양에 따라 설정된 점수시스템을 의미하는 것은?

- ① R-F-M 공식
- ② 확장된 R-F-M 시스템
- ③ 연결 판매
- ④ 고객점점 시스템

65. 다음에서 설명하는 소비자 관련 인물은?

- 미국소비자운동의 선구자이며 가장 탁월한 지도자이다.
- 1965년 GM사가 제조한 신형차의 결함을 폭로하며 '머더한 속력으로 운전하더라도 자동차는 안전하지 못하다'라는 책자를 발간하면서 미국소비자운동에 불을 지폈다.
- 리콜제도에 관한 법률을 제정하는데 기여했으며, 그의 주장은 안전벨트와 에어백장치로 결실을 맺었다.
- 경제구조 자체가 소비자들의 이익을 보장하도록 개혁되어야 함을 주장하였고, 소비자교육도 소비자들에게 어떻게 체제를 바꿀 것인가를 가르치는 것, 즉 앎과 행위의 다리라고 강조하였다.

- ① 업튼 싱클레어
- ② 체이스
- ③ 랄프 네이더
- ④ 밴스 패커드

66. 제품사용설명서의 제작원칙과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 사용자의 입장에서 제작한다.
- ② 제품의 구조와 성능에 대한 이해를 극대화 시킨다.
- ③ 편집과 인쇄의 질을 높여 제품에 대한 이미지를 제고한다.
- ④ 제품의 효용에 대한 핵심정보를 제공하고 다른 대체안과 비교하여 제품의 우수성을 강조한다.

67. 시간과 공간을 초월하여 정보를 제공할 수 있고, 소비자의 흥미와 관심에 따라 세부적이고 체계화된 정보를 제공할 수 있는 방법은?

- ① 서지 자료
- ② 오디오 자료
- ③ 비디오 자료
- ④ 디지털 자료

68. 소비자 교육방법을 선정할 때 고려할 원리가 아닌 것은?

- ① 효율성의 원리
- ② 계속성의 원리
- ③ 현실성의 원리
- ④ 다양성의 원리

69. 원하는 정보와 관련된 몇 가지 단어만을 가지고 인터넷상에

서 정보를 검색할 경우 가장 적합한 방법은?

- ① 웹 디렉토리 방식
- ② 웹 인덱스 방식
- ③ 웹 유저 방식
- ④ 웹 데이터베이스 방식

70. 소비자정보가 효율적으로 제공될 때 감소하는 소비자의 '의사결정 사고비용'이란 무엇인가?

- ① 선택의 효율성 제고를 위한 정보 탐색에 드는 비용
- ② 정보처리를 위한 인지적 노력 혹은 획득된 정보 평가에 드는 노력
- ③ 정보원천에 접근할 때 요구되는 추가 비용
- ④ 의사결정에 소요되는 시간 절약의 시간 비용

71. 다음에서 설명하는 것은?

소비자교육 내용을 결정할 때 소비자가 속해있는 사회와 경제시스템을 이해하고 그 시스템의 기능을 수행하는데 필요한 소비자 역할에 초점을 맞추는 접근방식

- ① 발달적 접근방법
- ② 공공정책 접근방법
- ③ 능력별 접근방법
- ④ 역사적 접근방법

72. 노인소비자와 관련된 설명 중 틀린 것은?

- ① 우리나라는 2000년에 UN이 분류한 '고령사회'에 진입하게 되었는데, 노인 인구의 증가는 평균수명 증가, 보건의료 기술의 발달로 지속되고 있다.
- ② 노인소비자란 생애주기상 노년기 또는 독거기에 있는 사람으로 시장에서 구매 의사 결정에 참여하거나 실제 구매력을 가진 사람을 의미한다.
- ③ 노인소비자는 위험회피 의식이 강하고 안전, 건강욕구가 강하며 과거향수 지향의식이 강하다.
- ④ 노인소비자는 소극적, 수동적, 내성적이며 사기·기만에 희생당하기 쉬우며, 동질적인 시장패턴을 지니 소비자층은 아니다.

73. 소비자정보 시스템에 해당되지 않는 것은?

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

74. 소비자교육 프로그램의 목표를 달성하기 위하여 교육 내용을 설계할 때 고려해야 할 원리로서 옳은 것은?

- ① 계속성, 계열성, 통합성
- ② 전문성, 계열성, 통합성
- ③ 단련성, 다양성, 계통성
- ④ 전문성, 다양성, 통합성

75. 소비자교육으로 얻을 수 있는 사회적 효과라고 볼 수 있는 것은?

- ① 생활인으로서의 자신감과 자립심을 높인다.
- ② 소비자와 사업자 사이에 힘의 균형을 이룬다.
- ③ 소비생활에 대한 기술을 높인다.
- ④ 기업 이미지와 로열티를 높인다.

#### 4과목 : 소비자 시장

76. 미국의 케네디대통령이 소비자권리를 최초로 선언하며 의회에 보낸 '소비자의 권익보호에 관한 특별교서'에서 제시한 4대 소비자권리가 아닌 것은?

- ① 안전할 권리                      ② 알권리  
③ 선택할 권리                      ④ 피해보상을 받을 권리

77. 소비자 의사결정에서 앵글 - 블랙웰 - 미니어드 모델에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 정보처리과정은 자극과 탐색으로 구성된다.  
② 소비자와 기업 간의 상호작용을 포함한다.  
③ 의사결정과정은 문제인식 - 탐색 - 구매 전 대안평가 - 구매 후 대안평가 - 처분 등의 과정으로 구성된다.  
④ 의사결정의 영향에는 환경적 영향 요소와 개인적 차이로 구성된다.

78. 바람직한 소비문화 형성을 위한 소비자의 태도로 가장 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 사회공동체에서의 책임 행사보다 소비자로서의 권리 실현을 위해 노력해야 한다.  
④ 욕구의 균형을 유지하는 소비자의 소비균형감각과 함께 개인적인 만족뿐만 아니라 타인과 사회, 나아가 미래 세대의 풍요를 동시에 고려하여야 한다.

79. 시장구조별 일반적 특성에 대한 설명으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 과점시장의 기업은 서로 대체할 수 있는 유사한 상품을 생산하여 상품의 차별화 정도에 따라 상호의존관계가 약해진다.  
② 독점적 경쟁시장에서의 각 기업은 경쟁기업의 행동을 고려하지 않고 독자적으로 의사결정을 한다.  
③ 독점시장의 수요곡선은 시장 수요곡선과 비례한다.  
④ 완전경쟁시장에서 거래되는 상품은 동질적이어서 기술 특성뿐만 아니라 판매방식, 서비스 등이 완전대체가 가능해야 한다.

80. 주택구매를 위한 정보탐색에서 고려해야 할 사항이 아닌 것은?

- ① 가족주기에 따른 주거공간의 요구와 근린환경(학교, 시장, 병원, 교통시설 등)에 대한 요구가 달라질 것을 예상해야 한다.  
② 주택소유의 장점으로는 심리적 만족감, 인플레이션 방어 역할 및 자산증식 수단 등이 있고, 단점으로는 거주이동의 불편 등이 있다.  
③ 주택임차의 장점은 편리한 이주, 불필요한 주택관리 의무의 감면, 저렴한 비용 등이고, 단점은 인플레이션에 대한 무방비, 심리적 안정감의 결여 등이다.  
④ 단독주택, 전원주택, 아파트 등 알맞은 주택유형으로 무엇이 있나 고려하고 직접 사실관계를 확인하기 보다는 전문가인 부동산 중개업자를 신뢰해야 한다.

81. 지나친 구매욕구를 억제하지 못하는 반복적 특성을 가진 구매행동은?

- ① 충동구매                      ② 보상소비  
③ 중독구매                      ④ 과시소비

82. 다음은 어떠한 정보 원천의 장단점에 대한 설명인가?

- 장 점  
- 적은 노력과 비용으로 정보획득이 용이함  
• 단 점  
- 필요한 정보제공이 누락될 가능성이 높음  
- 피상적이고 신뢰성이 결여된 정보일 가능성이 높음

- ① 마케터 정보원천                      ② 준거집단 정보원천  
③ 소비자 정보원천                      ④ 중립적 정보

83. 소비자 의사결정의 효율성에 대한 설명으로 가장 적합한 것은?

- ① 효율성은 최소의 희생으로 최대의 효과를 얻는 경제성을 의미하나, 효율성의 판단은 항상 주관적이다.  
② 효율성이란 주어진 자원 내에서 최대의 소비수준을 획득하는 것으로, 경제적 이득이 있는 구매로써 만족이 따르지 않는 소비라도 효율적인 소비에 속한다.  
③ 구매의사결정 과정에서의 효율성과 결과에서의 효율성은 일치한다.  
④ 소비자 효율성 측정을 위해서는 구매이득 측정을 위한 경제적 접근과 품질만족측정을 위한 심리적 접근이 병행되어야 한다.

84. 전자상거래의 특징에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 유통과정은 복잡하나 소비자는 저렴한 가격으로 제품을 구입할 수 있다.  
② 한정된 지역의 상권에서 제한된 영업시간에 거래하는 전통적인 상거래와 구분된다.  
③ 인터넷 상거래는 소비자의 쌍방향통신을 통한 상호적인 마케팅 활동이다.  
④ 사업비용의 감소는 제품가격을 낮추는데 긍정적인 영향을 미쳐 소비자들은 양질의 제품을 보다 저렴하게 구입할 수 있다.

85. 소비자정보 획득의 장애요인이 아닌 것은?

- ① 소비자정보의 불확실성  
② 중립적 정보원천의 활성화  
③ 소비자정보 처리 능력의 한계  
④ 소비자정보의 중요성에 대한 인식의 부족

86. 지속가능한 소비를 위한 기본원칙으로 적합하지 않은 것은?

- ① 사전예방원칙                      ② 공동책임원칙  
③ 오염자부담원칙                      ④ 사후처리원칙

87. 소비자의사결정에 영향을 미치는 개인적 요인이 아닌 것은?

- ① 지식                      ② 개성  
③ 가족                      ④ 라이프스타일

88. 마케팅 믹스의 개념에는 제품, 가격, 유통, 마케팅 커뮤니케이션이 포함된다. 이 중 제품(Product) 정책에 해당되는 요소는?

- ① 간행물 발행                      ② 상표개발  
③ 제품전시회                      ④ 무료시음

89. 상품을 표시하는 것으로서 생산·제조·가공·증명 또는 판매자가 자기 상품을 타 업자의 상품과 식별하기 위하여 사

용하는 기호, 문자, 도형 또는 그 결합체의 특징적인 것을 무엇이 라고 하는가?

- ① 표시                      ② 의장등록  
③ 상표                      ④ 특허

90. 소비자정보의 내용 및 유용성을 기준으로 상품을 분류할 때 이에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 탐색재란 제품구매 전에 정보를 획득하고 있으면 그 제품의 특성과 질을 쉽게 평가할 수 있는 제품을 말한다.  
② 음료, 자동차, 가전제품 등과 같이 제품 사용 후에야 비로소 소비자가 그 특성을 평가할 수 있는 제품을 경험재라고 한다.  
③ 의약품, 화장품, 영양제 등과 같이 제품의 특성과 질을 평가하기 용이한 제품을 신뢰재라고 한다.  
④ 제품 사용 후에도 소비자가 그 특성과 질을 평가할 수 없는 제품의 경우, 품질보증정보라고 할 수 있는 자격증제, 인가제 등을 시행하고 있다.

91. 주택구매시 의사결정 단계에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 결핍동기와 풍족동기가 끊임없이 제기됨으로써 문제를 인식하게 된다.  
② 다른 어떤 구매영역보다 철저한 사전 구매계획이 요구된다.  
③ 최종대체안을 선정하고 나면 2차 정보탐색과정에 들어간다.  
④ 주택구매(임차)계약 체결과정에서는 등기부등본을 열람한다.

92. 소비자의 라이프스타일을 측정하는데 사용하는 변수와 가장 거리가 먼 것은?

- ① 소비자의 관심              ② 소비자의 행동  
③ 소비자의 의견              ④ 소비자의 규범

93. 무차별곡선에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 곡선의 기울기는 우하향한다.  
② 곡선은 원점에 대해 오목하다.  
③ 무차별곡선은 서로 교차하지 않는다.  
④ 곡선상의 한 점의 기울기는 한계대체율이다.

94. 마케터들이 소비자의 구매 후를 겨냥한 강화광고나 구매에 대한 감사의 뜻을 담은 서신, 팸플릿, 전화 등을 하는 이유로 가장 타당한 것은?

- ① 시장환경에 대한 정보를 제공하기 위해서  
② 잘못된 정보를 감소시키기 위해서  
③ 제품의 사용방법을 알려주기 위해서  
④ 신규고객을 모집하기 위해서

95. 유통의 성격과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 상품과 서비스를 생산자로부터 소비자에게 이전하는 과정이다.  
② 생산자가 직접 판매하는 것보다 중간상이 개입하여 전문화를 이루므로 판매방식을 획일화하고 가격을 하락시킨다.  
③ 중간상의 개입으로 인해 제조업자의 총거래수를 감소시킬 수 있어 제조업자와 소비자에게 실질적인 거래 비용을 감소시켜 준다.  
④ 생산자와 소비자 사이에 존재하는 거리, 즉 시간·장소·소유권 등을 해결해 주는 효용을 창출하는 기능을 한다.

다.

96. 제품수명주기가 단축되는 경향이 있다. 이와 관련한 문제점이 아닌 것은?

- ① 유통단계가 복잡해져 소비자접근성이 떨어진다.  
② 자원낭비를 초래해 환경문제를 심화시킨다.  
③ 소비자의사결정의 어려움이 가중된다.  
④ 소비를 촉진시켜 소비자의 경제적 부담이 늘어난다.

97. 소비자의 불평 행동 정도에 영향을 주는 요인으로 보기 어려운 것은?

- ① 불만의 정도                  ② 제품의 중요성  
③ 기업의 명성                  ④ 책임에 대한 귀인

98. 자아존중감이나 자아실현 부족과 같이 충족되지 못한 욕구를 소비를 통해 충족시키고자 하는 소비행태는?

- ① 충동구매                      ② 과소소비  
③ 중독구매                      ④ 보상소비

99. 다음에서 설명하는 것은?

사전에 계획 없이 점포 내에 진입하여 자극상황에 노출되었을 때 욕구의 환기에 의해 필요성을 인식하는데서 출발하며, 구매시점에서 관여수준이 상대적으로 높지만 반사적·충동적으로 갈등을 해소하려는 근거를 가지고 발생하는 구매형태

- ① 중독구매                      ② 상징구매  
③ 서비스구매                  ④ 충동구매

100. 제품수명주기의 단계 중 성숙기의 특징에 해당되는 것은?

- ① 가격경쟁으로 인해 소비자들은 저렴한 가격에 제품 구매가 가능하다.  
② 소비자 기호의 변화로 판매량이 감소한다.  
③ 소비자들 사이의 구전 효과로 판매성장률이 증가한다.  
④ 타 회사의 모방제품이 시장에 진입한다.



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/xs](http://www.comcbt.com/xs)

#### 전자문제집 CBT란?

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

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

**오답 및 오탈자가 수정된 최신 자료와 해설은 전자문제집 CBT  
에서 확인하세요.**

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