

1과목 : 소비자상담 및 피해구제

1. 소비자분쟁해결기준에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 소비자와 사업자 사이에 일어날 수 있는 모든 분쟁을 원활하게 해결하기 위한 기준을 제정한 것이다.
- ② 사업자의 귀책사유로 인한 소비자 피해의 처리과정에서 발생하는 운반비용, 시험·검사비용 등의 경비는 사업자가 부담한다.
- ③ 1987년 소비자피해보상기준으로 제정된 이후 현재는 소비자분쟁해결기준으로 지속적인 개정을 거치고 있다.
- ④ 소비자단체, 한국소비자원 등 소비자피해구제업무를 담당하는 기관에서는 이 규정에 근거하여 피해구제업무를 수행하고 있다.

2. 화가 많이 난 소비자를 상담할 때의 상담기법으로 가장 적절한 것은?

- ① 소비자의 감정상태에 대해 반론을 제기하며 기존의 원칙을 고수한다.
- ② 일단은 소비자를 진정시켜 화가 난 이유를 정확히 말하도록 유도한다.
- ③ 소비자가 이야기할 때 중간에 계속 끼어들어 화를 가라앉히도록 유도한다.
- ④ 상담 초기에 소비자의 감정적인 표현을 무시하며 객관적인 사실만 말하도록 유도한다.

3. 소비자상담 처리방법에 대한 단계별 설명 중 틀린 것은?

- ① 본격적인 소비자상담의 진행에 앞서 의뢰자가 소비자에 해당하는지의 여부를 확인한다.
- ② 담당자를 결정하기 전 접수과정에서 기입하는 상담카드는 아주 상세히 의뢰자의 상담내용을 적도록 한다.
- ③ 상담과정에서 제품 자체의 결함을 조사해야 할 시험이나 검사를 의뢰받을 수 있도록 조치한다.
- ④ 관련물품을 예치할 경우 상담의뢰인에게 해당물품 예치증을 발급한다.

4. 소비자상담에 있어서 상담사의 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 유도성질문을 이용한다.

5. 소비자분쟁해결기준에서 초고속인터넷, 이동전화기, 집, 전화, TV 등의 서비스가 세트에 구성된 결합상품에 대한 분쟁해결 기준으로 틀린 것은?

- ① 경품에 대한 위약금은 경품의 가액을 계약서에 명시한 경우에만 청구할 수 있으며 경품으로 인한 위약금의 부과기간은 최대 12개월이다.
- ② 소비자에게 면제혜택이 부여된 위약금에는 가입 시 면제한 설치비 및 할인혜택도 포함하지만, 나머지 결합상품이 하나의 서비스만 남게 된 경우에는 포함되지 않는다.
- ③ 특정상품에 대해서만 사업자의 책임으로 문제가 발생하면, 소비자가 결합상품 전체의 계약을 해지하는 경우 나머지 문제가 되지 않는 상품에 대해서는 위약금을 부담해야 한다.
- ④ 소비자가 일부 서비스 불가능 지역으로 이사하는 경우 이

동통신 계약을 제외한 결합상품 전체에 대해 위약금 없는 계약해지가 가능하다.

6. 구매 시 소비자상담사의 역할을 소비자측면과 기업측면의 역할로 구분할 때 다음 중 소비자측면에서의 역할은?

- ① 소비자 의사결정 지원 ② 이윤 창출 기여
- ③ 기존 소비자 유지 ④ 새로운 소비자 확보

7. 소비자분쟁해결기준상 품질보증기간과 부품보유기간의 일반적 기준에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 품질보증기간과 품질보유기간은 해당 사업자가 품질보증서에 표시한 기간으로 한다.
- ② 사업자가 품질보증기간과 부품보유기간을 표시하지 아니한 경우에는 품목별 소비자분쟁 해결기준을 따른다.
- ③ 중고물품 등에 대한 품질보증기간은 품목별 분쟁해결기준에 따른다.
- ④ 품질보증기간은 소비자가 물품 등을 구입하거나 제공받기 사용하기 시작한 날부터 기산한다.

8. 기업에서 구매 전에 고객에게 할 수 있는 소비자상담 내용만으로 구성된 것은?

- ① 제품의 특성과 선택방법 및 의·식·주 전반에 걸친 생활상식
- ② 제품의 가격 및 판매방법, 제품의 사용 및 관리방법
- ③ 대금의 지불 방법, 배송관련 내용 및 제품의 불만사항에 대한 접수
- ④ 제품의 장·단점 설명 및 제품의 불만사항에 대한 처리

9. 고객의 형태에 따른 분류상 비자격 잠재자(disqualified prospect)에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 자사 제품이나 서비스가 필요하고 구매능력이 있는 자로 비록 자사의 제품을 사거나 서비스를 이용하지 않았더라도 자사의 제품, 서비스에 대해 알고 있거나 추천을 받은 자
- ② 자사 고객이었던 사람 중에 정기적인 구매를 할 시기가 지났는데도 더 이상 구매를 하지 않는 자
- ③ 구매가능자 중에서 자사의 제품, 서비스에 대하여 필요성을 느끼지 못하거나, 구매할 가능성이 없다고 확실하게 판단되는 자
- ④ 자사의 제품, 서비스를 1회 구매한 사람으로 아직은 완전한 고객이라기보다 고객이 될수도 있고, 경쟁사의 고객이 될 수도 있는 자

10. 소비자만족의 구성요소를 직접적 요소와 간접적 요소로 구분할 때 간접적 요소에 해당 하는 것은?

- ① 상품의 품질, 기능, 성능, 효율 및 가격
- ② 판매원의 상품설명 및 신속한 대응
- ③ 상품의 디자인과 편의성, 사용설명서의 편리성
- ④ 리사이클 활동 등 환경보호활동 및 사회공헌활동

11. 소비자 설득에 관한 설명으로 옳은 것은?

- ① 소비자는 상담자의 설득을 쉽게 받아들이는 경향이 있다.
- ② 자아 존중감이 높은 소비자는 특히 더 쉽게 설득된다.
- ③ 정서적 설득보다 논리적 설득이 항상 효과적이다.
- ④ 통계자료 제시보다 경험담이 설득에 효과적일 수 있다.

12. 품목별 소비자분쟁해결기준으로 틀린 것은?

- ① 신용카드 발급 수령 전 제3자에게 전달되어 부정 사용된 경우 - 전액보상
  - ② 여행사의 귀책사유로 여행 출발 당일 여행사가 해외여행 취소를 통보 - 여행 요금의 20%를 배상
  - ③ 소비자가 수리 의뢰한 캠코더를 사업자가 분실 - 품질보증기간 이내일 경우 제품 교환 또는 구입가 환급
  - ④ 이동통신 서비스 이용 계약을 체결하였으나 주 생활지에서 가입 후 14일 이내에 통화품질불량 시 - 계약해제
13. 소비자의 구체적인 욕구를 알아내기 위한 개방형 질문에 대한 설명으로 구성된 것은?
- ① 소비자의 욕구 확인하기, 동의얻기, 배경자료 발견하기
  - ② 소비자의 욕구 확인하기, 많은 정보 모으기, 배경자료 발견하기
  - ③ 소비자의 욕구 확인하기, 주문 체결하기, 정보를 명확하게 하기
  - ④ 소비자의 욕구 확인하기, 동의얻기, 정보를 명확하게 하기
14. 한국소비자원, 지방자치단체, 민간소비단체가 참여하여 그동안 공공기관이나 민간기관에서 각각 이루어졌던 소비자상담을 통합해서 운영하는 상담센터의 대표 전화번호는?
- ① 1332                      ② 1331
  - ③ 1372                      ④ 1399
15. 소비자상담기관에 대한 설명으로 틀린 것은?
- ① 공정거래위원회를 비롯하여 각 중앙행정기관에서도 소비자보호 및 국민생활 향상을 위한 관련 업무를 수행하고 있다.
  - ② 지역거주 소비자의 권익향상을 위해 특별시, 광역시, 도청 등은 소비자행정을 담당하고 있다.
  - ③ 한국소비자원에서는 소비자상담 및 피해조정뿐 아니라 시험검사, 정책연구, 소비자교육 및 연수 등을 진행하고 있다.
  - ④ 한국소비자원은 소비자의 대리인이 되어서 사업자와 상호교섭하여 소비자문제를 적극적으로 해결한다.
16. 한국소비자원의 피해구제에 대한 설명으로 틀린 것은?
- ① 소비자는 물품 등의 사용으로 인한 피해구제를 한국소비자원에 신청할 수 있으며, 국가, 지방자치단체 또는 소비자단체는 피해구제 신청을 받은 경우 한국소비자원에 그 처리를 의뢰할 수 있다.
  - ② 사업자가 소비자와의 피해구제를 의뢰한 경우에 한국소비자원은 일정한 요건을 갖춘 때에 한하여 이를 처리한다.
  - ③ 당사자가 피해보상에 합의하고 법령위반행위를 시정할 경우에도 한국소비자원 원장은 피해구제신청사건을 처리하는 과정에서 위법사실이 있는 것으로 판단되는 때에는 관계기관에 이를 통보하고 적절한 조치를 의뢰하여야 한다.
  - ④ 한국소비자원은 피해구제 처리절차 중 당사자가 법원에 소를 제기한 사실을 알게 된 때에는 지체 없이 피해구제 절차를 중지하고, 당사자에게 이를 통지하여야 한다.
17. 소비자의 행동스타일별 일반적인 행동경향으로 틀린 것은?
- ① 단호한 행동스타일 - 즉각적인 욕구충족을 추구하며, 제한된 비언어적 표현을 사용함
  - ② 호기심 많은 행동스타일 - 친근감 있는 태도를 보이며, 구체적이고 완전한 설명을 추구 함
  - ③ 합리적인 행동스타일 - 갈등을 회피하고 화를 내지 않

- 며, 말보다는 주로 듣고 관찰함
  - ④ 표현적인 행동스타일 - 활발하게 말하며, 개방적인 신체 언어나 몸짓을 사용함
18. 제품구매 후 경험한 불만족을 해결하기 위한 상담과 가장 거리가 먼 것은?
- ① 재판청구
  - ② 기업의 고객상담
  - ③ 소비자단체의 합의권고
  - ④ 한국소비자원의 피해구제
19. 콜센터의 아웃바운드 상담의 활용분야가 아닌 것은?
- ① 직접 판매                      ② 반복구매 촉진
  - ③ 가망고객 획득                ④ 소비자불만 접수
20. 국가고객만족지수(NCSI ; national customer satisfaction index)에 대한 설명으로 틀린 것은?
- ① 기업을 비롯하여 산업, 경제부문, 국가 차원의 품질경쟁력을 향상시키려는 목적으로 만들어졌다.
  - ② 구성요소 간의 인과관계를 종합적으로 분석할 수 있어 신뢰도와 완성도가 높은 반면, 고객만족도의 변화와 수익성에 대한 상관관계 분석이 불가능하다.
  - ③ 고객만족을 추구하고 관리하기 위한 것으로 정확한 고객만족도를 특정할 수 있는 지표를 제공하며 나아가 기업의 성과도를 측정할 수 있는 중요한 수단이다.
  - ④ 최소측정 단위는 개별기업이 생산하는 제품 또는 제품군이며, 측정결과는 개별기업, 산업, 경제부문, 그리고 국가 단위로 발표된다.
21. 소비자상담사에게 필요한 능력 중 전문적 능력에 해당하는 것은?
- ① 상담이나 설득에 필요한 인내심
  - ② 공정하고 객관적인 판단능력
  - ③ 소비자의 법적 권리와 책임에 대한 지식
  - ④ 소비자가 처한 상황에 대한 이해공감능력
22. 소비자상담의 특성에 대한 설명으로 가장 적합한 것은?
- ① 바람직한 생활태도 형성
  - ② 현실적 능력의 평가 및 장래계획
  - ③ 정서적 지원을 통한 성격구조의 심층적 변화
  - ④ 소비생활에 대한 객관적이고 정확한 정보제공 및 피해구제
23. 다음의 경우, 소비자분쟁해결기준에 따른 해결 기준으로 옳은 것은?

미용상의 미유로 가발제작을 의뢰하고 계약시에 제품가격 전액을 지불하였다. 그러나 가발착용에 대한 주변 친지들의 의견을 들은 후 단순변심하여 다음 날 계약을 해제하고자하였다. 다행히 업자가 주문이 밀려 제작 미전이라고 응답하였다.

- ① 제품가격 전액 환급
- ② 제품가격의 10% 공제 후 환급
- ③ 실손해 배상
- ④ 계약 취소



- ③ 배송업체의 정보
  - ④ 용역의 제공기간
35. 표시·광고의 공정화에 관한 법률에 따른 부당한 표시·광고가 아닌 것은?
- ① 거짓·과장의 표시·광고
  - ② 비교하는 표시·광고
  - ③ 비방적인 표시·광고
  - ④ 기만적인 표시·광고
36. 표시·광고의 공정화에 관한 법률에 따라 공정거래위원회가 부당한 표시·광고행위를 한 사업자에 대해 과징금을 부과하는 경우 참작하여야 하는 사유가 아닌 것은?
- ① 위반행위의 내용 및 정도
  - ② 위반행위의 기간 및 횟수
  - ③ 위반행위의 조사에 대한 협조 정도
  - ④ 사업자가 소비자의 피해를 예방하거나 보상하기 위하여 기울인 노력의 정도
37. 소비자기본법에 따른 소비자분쟁해결 기준에 대한 설명으로 틀린 것은?
- ① 일반적 소비자분쟁해결기준과 품목별 소비자분쟁해결기준으로 구분한다.
  - ② 한국소비자원은 일반적 소비자분쟁해결기준에 따라 품목별 소비자분쟁해결기준을 제정하여 고시할 수 있다.
  - ③ 품목별 분쟁해결기준을 제정하여 고시하는 경우에는 품목별로 해당 물품 등의 소관 중앙 행정기관의 장과 협의하여야 한다.
  - ④ 품목별 분쟁해결기준을 제정하여 고시하는 경우에는 소비자단체, 사업자 단체 및 해당분야 전문가의 의견을 들어야 한다.
38. 다음 사례에 대한 설명 중 틀린 것은?
- 소비자 A씨는 인터넷 쇼핑몰에서 35,000원으로 표시된 PDA를 주문하고 대금을 입금한 후, 1주일 이내에 배송하겠다는 문자를 받았다. 이후 쇼핑몰 사업자는 350,000원으로 표시할 것을 35,000원으로 표시하였다고 주장하였다.
- ① 쇼핑몰 사업자는 표시상의 착오를 주장할 수 있다.
  - ② 소비자 A와 쇼핑몰 사업자 사이에 PDA 매매계약은 체결되었다.
  - ③ 쇼핑몰 사업자가 착오를 이유로 계약을 취소하려면 그 계약의 중요부분에 착오가 있다는 것을 증명하여야 한다.
  - ④ 쇼핑몰 사업자가 착오를 이유로 계약을 취소하려면 중대한 과실이 없다는 사실을 증명하여야 한다.
39. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률에 따른 통신판매중개업에 대한 설명 중 틀린 것은?
- ① 통신판매중개자는 사이버몰의 이용을 허락하거나 그 밖에 총리령이 정하는 방법에 의하여 거래 당사자간의 통신판매를 알선하는 행위를 말한다.
  - ② 통신판매 거래의 알선 방법에는 자신의 명의로 통신판매를 위한 광고수단을 제공하거나 그러한 광고수단에 자신의 이름을 표시하여 통신판매에 관한 정보의 제공이나 청약의 접수 등 통신판매의 일부를 수행하는 것도 있다.

- ③ 통신판매중개의뢰자(사업자의 경우로 한정한다)는 통신판매중개자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 재산상 손해에 대하여 통신판매중개자의 행위라는 이유로 면책된다.
  - ④ 통신판매중개자는 통신판매의 중개를 의뢰한 사업자의 성명, 주소, 전화번호 등의 사항을 확인하여 청약이 이루어지기 전까지 소비자에게 제공하여야 한다.
40. 민법상 소멸시효의 중단사유가 아닌 것은?
- ① 승인
  - ② 재판상 청구
  - ③ 압류 또는 가압류, 가처분
  - ④ 소멸시효의 기간만료 전 6개월 내에 제한능력자에게 법정대리인이 없는 경우
41. 소비자기본법상 소비자분쟁조정위원회의 조정성립방식이 아닌 것은?
- ① 양 당사자가 소비자분쟁조정위원회의 조정안을 수락한 경우
  - ② 소비자분쟁조정위원회의 조정안에 대해 일방은 수락하고, 상대방은 수락기간 내에 수락의 의사를 표시하지 않은 경우
  - ③ 소비자분쟁조정위원회의 조정안에 대해 양당사자 모두 수락기간 내에 수락의 의사를 표시하지 않은 경우
  - ④ 소비자분쟁조정위원회의 조정안에 대해 일방은 거절하고, 상대방은 수락한 경우
42. 약관의 규제에 관한 법률에 따라 약관의 뜻이 명백하지 않은 경우 다음 중 누구에게 유리하게 해석해야 하는가?
- ① 고객
  - ② 사업자
  - ③ 판매자
  - ④ 약관작성자
43. 약관의 규제에 관한 법률에 따라 무효가 되는 면책조항이 아닌 것은?
- ① 상당한 이유 없이 사업자, 이행 보조자 또는 피고용자의 경과실로 인한 법률상의 책임을 배제하는 조항
  - ② 상당한 이유 없이 사업자의 손해배상 범위를 제한하거나 사업자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 떠넘기는 조항
  - ③ 상당한 이유 없이 사업자의 담보책임을 배제 또는 제한하거나 그 담보책임에 따르는 고객의 권리행사의 요건을 가중하는 조항
  - ④ 상당한 이유 없이 계약목적물에 관하여 견본이 제시되거나 품질·성능 등에 관한 표시가 있는 경우 그 보장된 내용에 대한 책임을 배제 또는 제한하는 조항
44. 할부거래에 관한 법률에 따라 할부거래업자가 계약서에 기재하여야 할 내용이 아닌 것은?
- ① 계약금
  - ② 현금가격
  - ③ 재화의 공급지
  - ④ 할부수수료의 실제연간요율
45. 소비자기본법상 공정거래위원회에 등록된 소비자단체의 협의체가 자율적 분쟁조정을 할 수 있는 분쟁은?
- ① 금융위원회의 설치에 관한 법률 제51조에 따라 설치된 금융분쟁조정위원회가 관장하는 분쟁
  - ② 저작권법 제112조에 따른 한국저작권위원회가 관장하는 분쟁
  - ③ 전기사업법 제53조에 따라 설치된 전기위원회가 관장하

는 분쟁

- ④ 소비자기본법 제60조에 따라 설치된 소비자분쟁조정위원회가 관장하는 분쟁

46. 부당한 표시·광고 행위를 하는 사업자에 대하여 공정거래위원회가 그 시정을 위해 명할 수 있는 조치에 해당하지 않는 것은?

- ① 정정광고
- ② 사과광고 게재 명령
- ③ 해당 위반행위의 중지
- ④ 시정명령을 받은 사실의 공표

47. 할부거래에 관한 법률에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 할부거래업자는 서면 또는 전자문서로 할부계약을 체결하여야 한다.
- ② 소비자가 할부계약을 체결하고 그 대금을 신용카드로 결제한 경우에도 할부거래업자는 계약체결 이전에 할부가격을 표시해야 한다.
- ③ 팩스나 전자문서로 보낸 계약서의 내용이나 도달에 다름이 있으면 소비자가 이를 증명하여야 한다.
- ④ 재화 등의 대금을 3개월 이상의 기간에 걸쳐 2회 이상 분할하여 지급하는 계약을 할부 거래라 한다.

48. 방문판매 등에 관한 법률에서 규정하는 용어의 정의로 틀린 것은?

- ① 후원방문판매자 : 후원방문판매를 업으로 하기 위한 조직을 개설하거나 관리·운영하는 자와 후원방문판매조직에 판매원으로 가입한 자
- ② 후원수당 : 판매수당, 알선 수수료, 장려금, 후원금 등 그 명칭 및 지급 형태와 상관없이 판매업자가 소속 판매원에게 지급하는 경제적 이익
- ③ 계속거래 : 1개월 이상에 걸쳐 계속적으로 또는 부정기적으로 재화 등을 공급하는 계약으로서 중도에 해지할 경우 대금 환급의 제한 또는 위약금에 관한 약정이 있는 거래
- ④ 전화권유판매 : 우편·전기통신 등의 방법으로 재화 또는 용역의 판매에 관한 정보를 제공하고 소비자의 청약을 받아 재화 또는 용역을 판매하는 것

49. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률에 따라 사업자가 보존하는 전자상거래에 관련된 거래기록의 보존기간으로 틀린 것은?

- ① 표시·광고에 관한 기록 - 6월
- ② 대금결제 및 재화 등의 공급에 관한 기록 - 4년
- ③ 계약 또는 청약철회 등에 관한 기록 - 5년
- ④ 소비자의 불만 또는 분쟁처리에 관한 기록 - 3년

50. 할부거래에 관한 법령에 따라 사용에 의하여 그 가치가 현저히 감소될 우려가 있어 소비자가 청약의 철회를 할 수 없는 재화가 아닌 것은?

- ① 선박법에 따른 선박
- ② 자동차관리법에 따른 자동차
- ③ 품질경영촉진법에 따른 세탁기
- ④ 건설기계관리법에 따른 건설기계

3과목 : 소비자 교육 및 정보제공

51. 소비자정보의 유용성을 평가하기 위한 기준이 아닌 것은?

- ① 관련성 : 의사결정에 꼭 필요한 정보인가?
- ② 제한성 : 아무나 수집할 수 없는 중요한 정보인가?
- ③ 정확성 : 오류가 없는 정확한 정보인가?
- ④ 최신성 : 변화한 현실에 맞는 새로운 정보인가?

52. 제품 팸플릿 제작 시 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 소비자에게 중요한 제품의 속성에 관한 정보와 함께 가격에 관한 정보를 포함시키는 것이 좋다.
- ④ 넓은 범위의 많은 소비자에게 보다는 숫자가 적더라도 중요한 고객에게 전해지는 것이 좋다.

53. 용어에 대한 설명이 옳지 않은 것은?

- ① RFM 공식은 구매기간 범위, 구매빈도의 정도, 구매한 고객을 말한다.
- ② 데이터웨어하우징은 여러 곳에 흩어져 있는 정보를 의미 있게 재구성하여 별도로 저장하는 작업이다.
- ③ ERP는 기업자원관리로 기업 내 통합정보시스템을 구축하는 것을 말한다.
- ④ 고객정보관리시스템은 고객정보파일, 고객생애가치 등 축적된 고객정보와 고객행태를 관리하고 분석하는 시스템이다.

54. 일반적인 고객정보관리의 과정을 바르게 나열한 것은?

- ① 전략수립 → 정보의 활용 → 정보의 축적 → 정보의 공유 → 정보의 생성
- ② 전략수립 → 정보의 생성 → 정보의 축적 → 정보의 공유 → 정보의 활용
- ③ 전략수립 → 정보의 생성 → 정보의 공유 → 정보의 축적 → 정보의 활용
- ④ 전략수립 → 정보의 활용 → 정보의 공유 → 정보의 생성 → 정보의 축적

55. 사회중심 소비자교육에 해당하지 않는 것은?

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

56. 소비자 교육의 행태와 효과적인 교육방법에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 가정소비자 교육 - 또래 친구의 소비자기능 수준을 높일 수 있는 소비자교육
- ② 학교소비자 교육 - 학생 어머니의 소비자 기능 수준을 높일 수 있는 소비자교육
- ③ 중장년을 위한 성인소비자 교육 - 대학 또는 기업, 소비자단체 등과 연계한 교육
- ④ 노인을 위한 사회소비자 교육 - 컴퓨터 네트워크를 통한 교육

57. 소비자교육 프로그램 설계 시 고려해야 할 원리와 가장 거리가 먼 것은?

- ① 반복적인 학습경험이 이루어지도록 하는 계속성
- ② 법, 정책 등에 위반되지 않는 내용을 중시하는 준법성
- ③ 내용의 상호 보충·보강이 이루어지도록 하는 통합성



71. 국가 및 지방자치단체가 제공하는 소비자정보에 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.

72. 소비자 안전교육 시 고려사항 중 틀린 것은?
- ① 대상과 목표를 분명히 한다.
  - ② 소비자안전규제와 병행되어야 한다.
  - ③ 저연령 집단만을 대상으로 실시해야 한다.
  - ④ 예방적 차원의 교육이 중요하다.

73. 소비자에게 제공하는 정보를 설계할 때 고려해야 할 사항이 아닌 것은?
- ① 단순한 내용으로 시작하여 복잡한 내용으로 이어간다.
  - ② 일반적인 내용을 제시하고 특수한 사례를 덧붙인다.
  - ③ 시·청각자료를 적절히 배합하여 소비자의 흥미를 유발한다.
  - ④ 효과적인 정보제공을 위해 전문가 수준에 맞도록 구성한다.

74. 소비자관련 정보의 활용에 대한 설명으로 틀린 것은?
- ① 기업은 소비자관련 정보를 이용하여 잠재단골 고객을 선별하여 집중적으로 마케팅을 실시하므로 효율적인 경영을 할 수 있다.
  - ② 소비자단체에서 소비자상담을 통해서 축적된 소비자 피해에 대한 정보가 관련법의 제정이나 개정애 사용된다.
  - ③ 소비자관련 정보 활용을 위한 정보획득 및 관리업무는 기업의 장기적인 이익증대에 부정적인 영향을 끼친다.
  - ④ 소비자관련 정보의 활용은 소비자의 프라이버시 침해로 인해 소비자의 피해를 확산시킬 가능성이 있다.

75. 일반적인 소비자요구조사의 과정을 가장 잘 나타낸 것은?
- ① 문제정의 및 의견조율 → 조사설계의 결정 → 자료수집 및 보완 → 자료분석 → 해석 및 이용
  - ② 문제정의 및 역할분담 → 조사설계의 결정 → 자료수집 및 분석 → 의견조율 및 해석
  - ③ 문제정의 및 예산수립 → 조사설계의 결정 → 자료수집 및 보완 → 분석 및 이용
  - ④ 문제정의 및 목표설정 → 조사설계의 결정 → 자료수집 및 분석 → 해석 및 이용

**4과목 : 소비자 시장**

76. 전자상거래의 장점이 아닌 것은?
- ① 사업자와 하루 24시간 중 편리한 시간에 거래를 할 수 있기 때문에 소비자에게 유리한 구매수단이다.
  - ② 소비자가 다양한 제품 중에서 자신이 원하는 것을 고를 수 있어 소비자의 선호 및 취향이 보다 잘 충족된다.
  - ③ 허위과장광고를 통해 불법거래행위를 일삼거나 불공정거래행위를 함으로써 소비자가 입는 피해가 줄어든다.

- ④ 소비자는 질 좋은 상품과 서비스를 값싸게 구입할 수 있으므로 소비자이익이 증대된다.
77. 일반적인 소비자 구매의사결정 절차를 바르게 나열한 것은?
- ① 정보탐색 → 대안평가 → 구매 → 문제인식 → 구매 후 평가
  - ② 대안평가 → 문제인식 → 정보탐색 → 구매 → 구매 후 평가
  - ③ 문제인식 → 대안평가 → 정보탐색 → 구매 → 구매 후 평가
  - ④ 문제인식 → 정보탐색 → 대안평가 → 구매 → 구매 후 평가

78. 비이성적 소비행동으로 평가하기 가장 어려운 것은?
- ① 할부구매                      ② 총동구매
  - ③ 중독구매                      ④ 과시구매

79. 제품을 사용할 의향이 있었던 소비자 대부분이 제품을 수용하고 기업 간 경쟁이 치열할 경우, 이 제품의 수명 주기는 어디에 해당하는가?
- ① 성장기                          ② 도입기
  - ③ 쇠퇴기                          ④ 성숙기

80. 소비자 구매행동의 유형에서 필요로 하는 특정상품을 구매하기로 계획은 세웠지만 구체적으로 어떤 상표로 구입할 것인지 결정하지 않고 상점을 방문하여 구매하는 방법은?
- ① 계획적 구매                  ② 부분적 계획구매
  - ③ 비계획적 구매                ④ 총동구매

81. 내구재를 구매할 때 고려해야 하는 예산 요인 중 가장 중요도가 낮은 것은?
- ① 감가상각비                    ② 이자율
  - ③ 유지비용                        ④ 제조회사

82. 의사결정의 과정과 관련된 설명으로 틀린 것은?
- ① 소비자가 실제 상태와 바람직한 상태 간의 차이를 지각하면 욕구가 인식되어 의사결정과정에서 시작된다.
  - ② 소비자의 기억 속에 충분한 정보가 저장되어 회상할 수 있게 되면 바로 외적 탐색을 수행한다.
  - ③ 소비자의 기억 속에는 의도적 혹은 비의도적으로 타인에 의해 수집된 정보가 저장되어 있는 경우가 많다.
  - ④ 대안평가는 정보탐색과 별개의 과정으로 이루어지기보다는 동시에 이루어지는 경우가 많다.

83. 소비자 선택의 효율성(efficiency)에 관한 설명으로 틀린 것은?
- ① 등급체계가 있는 선호에 따라 일관성 있게 행동한다.
  - ② 최소의 비용으로 최대의 효과를 얻는 경제성을 의미한다.
  - ③ 주어진 자원 내에서 최대의 소비수준을 획득하는 것이다.
  - ④ 동일한 결과를 얻기 위해 최소한의 자원을 사용하는 것이다.

84. 과시소비의 배경으로 가장 거리가 먼 것은?
- ① 기업이 발신하는 메시지를 받아들이는 대다수의 소비자가 제품을 지위상징으로 인식하는 경향이 많아졌다.
  - ② 각종 사회활동이 활발해짐으로써 다른 사람들과 함께 하

- 는 활동이 전보다 많아졌다.
- ③ 상표를 상품품질의 대표적인 지표로 믿게 됨으로써 유명 상표 선호심리가 만연되었다.
  - ④ 높은 가격 자체를 그 상품의 매력으로 받아들여 고가상품 구매를 통한 상대적 우월감을 느끼게 되었다.
85. 소비와 환경문제와의 관계 설명으로 가장 적합한 것은?
- ① 환경문제는 인류가 어느 정도의 풍요를 경험하고 난 후부터 발생하는 문제이다.
  - ② 인류생활의 질 향상은 환경오염과 공존할 수 있다.
  - ③ 대량생산은 자연 생태계에서 인간이 필요로 하는 자원의 고갈을 앞당기게 되었다.
  - ④ 대량소비는 생활폐기물 과다발생으로 인한 환경문제를 줄여준다.
86. 소비자선택에 관한 경제학적 접근법에서의 소비자에 대한 기본가정이 아닌 것은?
- ① 소비자는 감성적이다.
  - ② 소비자는 일관된 선호체계를 가진다.
  - ③ 소비자는 시장의 재화와 용역에 대해 완전한 정보를 획득한다.
  - ④ 소비자는 주어진 예산 제약 하에서 자신의 효용을 최대로 충족시켜 주는 선택을 한다.
87. 일반적인 독점적 경쟁시장의 조건이 아닌 것은?
- ① 많은 수의 기업이 존재하며 차별화된 상품을 생산하고 있다.
  - ② 특정 기업의 공급량이 전체시장의 총공급량에 비해 비교적 적다.
  - ③ 비가격경쟁에 비하여 가격경쟁이 활발하게 일어난다.
  - ④ 새로운 기업의 시장진입과 기존기업의 시장탈퇴가 비교적 자유롭다.
88. 구매의 합리성(rationality)과 효율성(efficiency)의 비교 설명으로 옳은 것은?
- ① 합리적 구매를 했을 경우 효율적 구매일 가능성은 높아진다.
  - ② 합리적 구매를 했을 경우 반드시 효율적 구매를 했다고 볼 수 있다.
  - ③ 합리적 구매는 구매 후 경제적 이득은 물론 심리적 만족도 수반하는 구매이다.
  - ④ 효율적 구매는 개인의 주관적 가치관, 기호를 바탕으로 한 논리적이고 계획적인 구매이다.
89. 지각된 위험(perceived risk)에 관한 설명으로 틀린 것은?
- ① 1960년대 소비자행동에 대한 경제학적 접근방법과 관련하여 많은 연구의 발전이 이루어졌다.
  - ② 구매상황에서의 위험에 대한 지각은 불확실성과 중요성이라는 두 가지 요소에 달려 있다.
  - ③ 소비가 특정상황에서 생기는 개인의 위험에 대한 지각에 의존하며 관여도와 관련성이 높다.
  - ④ 소비자는 지각된 위험이 가장 적은 대안을 선택하게 된다.
90. 제품수명주기의 마케팅 전략에 관한 설명으로 틀린 것은?
- ① 도입기에는 제품에 대한 기본 수요의 자극을 주목적으로 한다.
  - ② 성장기에는 서비스 제공 등을 통해 새로운 시장 및 유통

- 경로에 진출한다.
- ③ 성숙기에는 상품과 모델을 다양화하여 매출을 증대시킨다.
  - ④ 쇠퇴기에는 재도약을 위해 마케팅믹스의 구성요소를 변화시킨다.
91. 준거집단이 소비자에게 미치는 영향에 관한 설명으로 틀린 것은?
- ① 준거집단은 소비자에게 정보제공적 영향을 미친다.
  - ② 준거집단은 소비자에게 비교기준적 영향을 미친다.
  - ③ 준거집단은 소비자에게 불건전한 영향을 미친다.
  - ④ 준거집단은 소비자에게 규범제공적 영향을 미친다.
92. 동일상황에서 동일한 마케팅자극에 노출되더라도 소비자의 사결정이 개인에 따라 다르게 나타나도록 하는 개인적 요인이 아닌 것은?
- ① 가족
  - ② 동기
  - ③ 개성
  - ④ 지각
93. 소비자가 상표대안을 평가하는 비보상적 평가방식에 속하지 않는 것은?
- ① 결합식
  - ② 순차제거식
  - ③ 순차연결식
  - ④ 사전편찬식
94. 다음은 소비자를 기만하는 판매상술의 한 예이다. 어떠한 형태의 상술인가?

장애인들이 직접 그린 카드라고 하면서 주문하지도 않은 카드를 발송한 후 대금을 청구하는 경우

- ① 흥파티 상술
  - ② 네카티브 옵션 상술
  - ③ 피라미드 상술
  - ④ 미끼광고 상술
95. 다음 ( ) 안에 알맞은 것은?
- 가격결정 정책을 수립할 때 판매자는 반드시 활용 가능한 가격책정의 조건들을 모두 고려해야만 한다.  
고객의 수요에 대한 고려는 ( )가(미) 된다.
- ① 변동비
  - ② 원가경쟁
  - ③ 가격의 범위
  - ④ 가격상한선
96. 제품의 수명주기에 대한 설명으로 틀린 것은?
- ① 도입기 → 성장기 → 성숙기 → (포화기) → 쇠퇴기의 단계를 거친다.
  - ② 점차 제품의 수명주기가 길어지는 추세이다.
  - ③ 도입기의 광고는 수명주기가 길어지는 추세이다.
  - ④ 성장기는 제품의 매출액이 늘어나는 시기이다.
97. 다음은 소매업의 유형 중 무엇에 관한 설명인가?

- 근린형 소형 소매업체
- 대부분 프랜차이즈 체인형식으로 운영
- 입지, 시간, 구색 측면의 편리성 제공
- 판매회전율이 높은 상표와 제품만을 취급
- 우리나라에서는 1990년대부터 급속히 성장

- ① 백화점                      ② 슈퍼마켓
- ③ 편의점                      ④ 할인점

98. 전통사회에서 후기자본주의사회에 이르기까지 소비의 의미가 변화하는데 소비의 의미로 옳은 것은?
- ① 현대 소비는 인간의 욕구를 충족시키기 위한 재화의 사용을 의미한다.
  - ② 전통사회에서의 소비란 시장에서의 교환가치를 창출하는 것이다.
  - ③ 후기자본주의사회에서 소비는 타인과 구별짓기 위한 사회적 행위로 파악된다.
  - ④ 전통사회에서의 소비는 개인의 효용을 극대화시키려는 개인의 선택에 기초한 사적인 일이다.

99. 온라인마케팅의 특징만을 모두 고른 것은?

- ㄱ. 공간적·시간적인 제약이 없다.
- ㄴ. 단방향 커뮤니케이션 수단이다.
- ㄷ. 이용자의 대부분이 의견선도자이다.
- ㄹ. 보수적이고 안정적인 마케팅 수단이다.

- ① ㄱ, ㄴ                      ② ㄱ, ㄷ
- ③ ㄱ, ㄷ, ㄹ                ④ ㄴ, ㄷ, ㄹ

100. 총동구매에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 모든 총동구매가 비계획적으로 이루어지는 것은 아니므로 비계획적 구매와 차이가 있다.
- ② 총동구매는 제품을 보는 순간 자극이 고조되어 즉각적으로 구매하는 것이다.
- ③ 빠른 템포의 자극적인 음악은 동적 총동구매를 자극하기 위해 사용된다.
- ④ 우울이나 심리적 불안감에서 벗어나기 위한 구매는 총동구매와 구분된다.

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

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 오답자가 수정된 최신 자료와 해설은 전자문제집 CBT에서 확인하세요.

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