

## 1과목 : 스포츠 산업론

## 1. 스포츠산업 진흥법에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 국가 및 지방자치단체는 스포츠산업의 진흥을 위하여 필요한 시책을 수립·시행하여야 한다.
- ② 지방자치단체는 문화체육관광부장관의 인가를 받아 업종별로 사업자단체를 설립할 수 있다.
- ③ 문화체육관광부장관은 스포츠산업의 육성과 기술개발을 위하여 스포츠산업 관련 상품의 품질 향상에 필요한 지원을 할 수 있다.
- ④ 문화체육관광부장관은 선수의 권익을 보호하고, 스포츠산업의 건전한 발전을 위하여 공정한 영업질서의 조성 등 필요한 시책을 강구하여야 한다.

## 2. 스포츠 브랜드가치를 형성하는 요인에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 팀 성적 및 선수 등의 팀 관련요인은 프로구단의 브랜드 가치 형성에 영향을 미친다.
- ② 프로구단의 연고도시 및 팬 지지도는 프로구단의 브랜드 가치 형성에 영향을 미친다.
- ③ 리그의 수준은 구단 및 이벤트의 브랜드가치에 영향을 미치지 않는다.
- ④ 스포츠이벤트가 열리는 시설은 브랜드가치에 영향을 미친다.

## 3. 스포츠가 서비스로서 갖는 특성이 아닌 것은?

- ① 무형성                      ② 소멸성
- ③ 분리성                      ④ 동시성

## 4. 스포츠산업 진흥법령상 스포츠산업 전문인력 양성기관에 보조할 수 있는 경비가 아닌 것은?

- ① 전문인력 양성교육 프로그램 운영에 필요한 비용
- ② 전문인력 양성교육에 대한 조사·연구 비용
- ③ 교육자료의 개발 및 보급에 필요한 비용
- ④ 교육장소 부지 매입 및 교육장비 구입비용

## 5. 스포츠이벤트 생산자가 티켓 유통대행사를 선정할 때 유의할 사항을 모두 고른 것은?

- ㄱ. 대행사 선정 시 주도권을 확보하기 위해 복수 후보자와 협상한다.
- ㄴ. 티켓 대행사의 직원들의 상품생산자들의 내·외부 상황요인을 잘 이해하고 있는지 판단한다.
- ㄷ. 티켓 대행사에 대한 감사권을 가질 수 있는지 여부를 판단한다.
- ㄹ. 티켓 대행사가 소비자들에게 전가하는 비용을 통제할 수 있는지 검토한다.

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

## 6. 구매 후 부조화를 발생시키는 상황과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 구매결정을 취소할 수 없을 때
- ② 선택하지 않은 대안이 단종 되었을 때
- ③ 선택하고 싶은 대안들이 여러 개 있을 때

## ④ 구매자가 심리적 중요성을 갖고 그 결정에 개입했을 때

## 7. 스포츠산업의 핵심제품인 스포츠이벤트의 브랜드가치에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 스포츠이벤트의 방송중계권 가격 차이는 이벤트의 브랜드 가치 차이에서 온다고 볼 수 있다.
- ② 스포츠이벤트의 브랜드가치를 형성하는 요인으로 조직, 팀, 시장관련요인을 들 수 있다.
- ③ 스포츠이벤트에서 파생되는 동일한 유형의 사업권이라도 이름이 잘 알려진 이벤트와 덜 알려진 이벤트의 권리 구매가격에 차이가 있는 것도 브랜드가치 때문이다.
- ④ 스포츠이벤트에 참가하는 선수나 감독, 리그의 전통 등은 브랜드가치 형성에 영향을 미치지 않는다.

## 8. Kotler가 제시한 5가지 제품 차원과 스포츠 제품의 예가 바르게 짝지어진 것은?

- ① 기대제품(expected product) - 쾌적한 관람시설
- ② 확장제품(augmented product) - 스포츠용품 판매
- ③ 잠재제품(potential product) - 편리한 주차 시설
- ④ 기본제품(basic product) - 경기 관람을 통한 대리경험

## 9. 다음 중 스포츠산업의 발전을 위협하는 외부요인에 해당되는 것은?

- ① 프로축구의 선수 부족
- ② 온라인 게임 시장의 폭발적 인기
- ③ 헬스클럽의 우수한 프로그램 부족
- ④ 라이벌 프로야구팀의 FA선수 전원 흡수

## 10. 스포츠산업의 특성과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 단일 생산단위에 따라 특정산업 분류에 포함되는 산업이다.
- ② 공간과 입지조건이 선행되어야 하는 산업이다.
- ③ 시간소비형 산업이다.
- ④ 건강산업의 속성과 동시에 오락산업의 속성을 가진 산업이다.

## 11. 스포츠산업 진흥법령상 ( )안에 들어갈 숫자가 옳은 것은?

문화체육관광부장관은 스포츠산업 진흥에 관한 기본적이고 종합적인 중장기 중흥기본계획을 ( )마다 수립·시행한다.

- ① 1년                      ② 3년
- ③ 5년                      ④ 10년

## 12. 세계 각국의 정부 및 지방자치단체가 스포츠이벤트 유치를 위해 시설 등에 투자하여 얻고자 하는 혜택과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 해당 지역경제 활성화    ② 해당 지역주민의 심리적 소득
- ③ 도시 이미지 강화        ④ 기업 인지도 제고

## 13. 스포츠소비자의 구매경험과 관여도에 따른 구매의사결정에 대한 다음 표에 알맞은 내용이 아닌 것은?

구 분	저관여	고관여
최초구매	ㄱ	ㄴ
반복구매	ㄷ	ㄹ

- ① ㄱ: 다양성 추구      ② ㄴ: 복잡한 의사결정  
 ③ ㄷ: 충동적 구매      ④ ㄹ: 비교적 단순한 의사결정
14. 소비자 충성도에서 심리적 애착이 강하지만 여러 제약요인들로 참가가 낮은 상태를 의미하는 것은?  
 ① 무 충성도(no loyalty)  
 ② 잠재적 충성도(latent loyalty)  
 ③ 진정한 충성도(true loyalty)  
 ④ 거짓 충성도(spurious loyalty)
15. 한국표준산업분류(제10차)에서 '스포츠서비스업(911)'에 해당하지 않는 것은?  
 ① 경기장 운영업      ② 체력단련시설 운영업  
 ③ 골프연습장 운영업      ④ 유원지 및 테마파크 운영업
16. 스포츠 라이선스 상품 생산업체가 월드컵 공식공급업체 자격을 취득한 후 추진할 일련의 과정을 바르게 나열한 것은?
- ㄱ. 수요예측  
 ㄴ. 소비자 및 시장 환경 분석  
 ㄷ. 스포츠 상품 배치  
 ㄹ. 스포츠 상품 설계  
 ㅁ. 스포츠 상품 운영  
 ㅂ. 품질관리
- ① ㄱ→ㄴ→ㄷ→ㄹ→ㅁ→ㅂ      ② ㄱ→ㄴ→ㄹ→ㄷ→ㅁ→ㅂ  
 ③ ㄴ→ㄱ→ㄹ→ㄷ→ㅁ→ㅂ      ④ ㄴ→ㄱ→ㄷ→ㄹ→ㅁ→ㅂ
17. 우리나라 스포츠산업 정책의 변천에 관한 설명으로 틀린 것은?  
 ① 1990년 전까지는 스포츠산업체가 대부분 소규모 영세업체로 운영되었기에 정부로부터 정책적 지원 대상에서 제외되었다.  
 ② 「체육시설의 설치·이용에 관한 법률」 제정으로 민간 체육시설업의 효율적인 관리와 체계적인 육성을 할 수 있는 기반이 마련되었다.  
 ③ 제1차 국민체육진흥5개년계획은 '스포츠산업'이라는 용어가 처음 사용됨으로써 스포츠를 산업적 시각에서 다루었다.  
 ④ 2000년대 스포츠산업 정책은 스포츠산업 육성대책(2001), 스포츠산업 비전 2010(2005), 2009~2013 스포츠산업 중장기계획(2008)이 있다.
18. 스포츠산업 진흥법령상 공유재산에 관한 설명으로 틀린 것은?  
 ① 지방자치단체의 장은 프로스포츠단과 협의한 경우에는 사용·수익 허가 기간 동안의 사용료 전부를 한꺼번에 징수할 수 있다.  
 ② 연간 사용료는 시가(時價)를 반영한 해당 재산 평가액의 연 1만분의 20 이상의 범위에서 문화체육관광부 장관이 정한다.  
 ③ 연간 사용료가 100만원을 초과하는 경우에는 연 4회의 범위에서 분할납부하게 할 수 있다.  
 ④ 프로스포츠단이 해당 체육시설을 직접 수리하는 경우 사용료를 감경·연제할 수 있다.
19. 스포츠용품 유통 경로 중 프랜차이즈 시스템을 이용하는 프랜차이즈 가맹점에 대한 설명으로 틀린 것은?  
 ① 가맹점은 다른 가맹점을 통제할 수 있다.

- ② 가맹점 운영과 관련하여 본부의 통제를 받아야 한다.  
 ③ 가맹점은 프랜차이즈 본부의 유명세로 광고·마케팅 비용을 절감할 수 있다.  
 ④ 가맹점은 특정 지역 내에서는 독점영업권이 부여되는 이점이 있다.
20. 스포츠상품 중 참여스포츠 제품에 포함되지 않는 것은?  
 ① 발리 휘트니스센터 이용권  
 ② 동아마라톤 출전권  
 ③ KPGA티칭프로 레슨프로그램  
 ④ FC서울 프로축구단 경기 입장권
21. 스포츠산업 진흥법령상 문화체육관광부 장관이 스포츠산업지원센터로 지정할 수 있는 기관을 모두 고른 것은?

ㄱ. 「공공기관 운영의 관한 법률」에 따른 공공기관  
 ㄴ. 「특정연구기관 육성법」에 따른 특정연구기관  
 ㄷ. 「민법」에 따라 설립된 스포츠 분야의 법인  
 ㄹ. 「고등교육법」에 따른 전문대학

- ① ㄱ, ㄴ      ② ㄱ, ㄷ, ㄹ  
 ③ ㄴ, ㄷ, ㄹ      ④ ㄱ, ㄴ, ㄷ, ㄹ
22. 스포츠조직의 프로퍼티를 활용하여 만든 확장제품과 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 스폰서십      ② 중계권  
 ③ 라이선싱      ④ 경기관람권
23. 소비자로서 스포츠시장에 참여할 수 있는 방법과 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 직접 스포츠에 참여하는 방법  
 ② 경기장에 가서 스포츠를 관람하는 방법  
 ③ 스포츠 이벤트를 텔레비전이나 라디오 등의 매체를 통해 접하는 방법  
 ④ 스포츠용품회사를 직접 설립하는 방법
24. 스포츠소비자의 요구를 기술적 특성과 연결시켜 스포츠제품에 반영하는 기법은?  
 ① 품질기능전개(QFD)      ② 동시공학(CE)  
 ③ 가치분석(VA)      ④ 가치공학(VE)
25. 스포츠소비자와 구입하는 상품이 바르게 연결된 것은?  
 ① 팬 - 로고 및 캐릭터 사용권  
 ② 기업 - 경기 명칭 사용권  
 ③ 경기연맹 - 경기(입장권)  
 ④ TV방송국 - 스폰서십

**2과목 : 스포츠 경영론**

26. 다음은 어떤 비즈니스 전략에 관한 설명인가?

- 경쟁관계에 있는 기업들 간에 특정사업 및 업무분야에 걸쳐 협력관계를 맺는 것  
- 기업 간의 상호 보완적인 제품, 시설, 기능, 기술을 공유하고자 하는 것

- ① 전략적 제휴                      ② 아웃소싱  
③ 기업계열화                      ④ 기업전문화

27. A스포츠 구단의 유동자산은 300억원, 유동부채 200억원, 자본 500억원일 때, 이 구단의 유동비율은?

- ① 100%                              ② 150%  
③ 200%                              ④ 250%

28. 투자안 분석기법 중 순현재가(NPV)법에 관한 설명으로 옳은 것은?

- ① 순현재가는 투자의 결과 발생하는 현금유입의 현재가치에서 현금유입의 미래가치를 차감한 것이다.  
② 순현재가법에서는 수익과 비용에 의하여 계산한 회계적 이익을 사용한다.  
③ 순현재가법에서는 투자안의 내용연수 동안 발생할 미래의 모든 현금흐름을 반영한다.  
④ 순현재가법에서는 현금흐름을 최대한 큰 할인율로 할인한다.

29. 복수의 평가자가 적성검사, 심층면접, 시뮬레이션, 사례연구, 역할연기 등의 평가방법을 활용하여 지원자의 행동을 관찰 후 평가·선발하는 방법은?

- ① 다면평가법                      ② 행동평가법  
③ 종합평가제도                      ④ 패널면접법

30. 스포츠 조직의 외부 자본 조달 방법 중 성격이 다른 것은?

- ① 주식발행                              ② 채권발행  
③ 스폰서십                              ④ 은행차입

31. 스포츠조직이 외부의 위협요인과 내부의 약점을 최소화하기 위해 SWOT분석을 통해 도출하는 전략은?

- ① SO 전략                              ② WO 전략  
③ ST 전략                              ④ WT 전략

32. 미국 프로농구에서 각 팀들이 자기 팀의 베테랑 선수들과 재계약할 경우, 샐러리캡을 초과할 수 있도록 한 조치는?

- ① Larry Bird exception                      ② Farm system  
③ Free agent                              ④ Draft system

33. 카츠(R.L.Katz)가 제시한 경영자에게 필수적인 자질에 해당하지 않는 것은?

- ① 기술적 자질(technical skill)  
② 인간관계적 자질(human skill)  
③ 업무적 자질(operational skill)  
④ 개념적 자질(conceptual skill)

34. 재무정보의 질적 특성이 아닌 것은?

- ① 비교가능성                              ② 발생주의  
③ 적시성                              ④ 이해가능성

35. 앤소프(Ansoff)의 성장전략 중 신제품을 가지고 신시장에 진출하는 전략은?

- ① 시장개발전략                      ② 시장침투전략  
③ 제품개발전략                      ④ 다각화전략

36. BCG 매트릭스에서 시간 흐름에 따른 사업단위의 수명주기를 옳게 나열한 것은?

- ① 별→현금젓소→개→물음표  
② 물음표→별→현금젓소→개  
③ 현금젓소→개→별→물음표  
④ 개→물음표→현금젓소→별

37. 스포츠 경영관리 과정에 해당되지 않는 것은?

- ① 계획                              ② 조직화  
③ 자본                              ④ 지휘

38. 다음은 어떤 스포츠 에이전시의 유형에 관한 설명인가?

스포츠 단체, 특정 대회 조직위원회 또는 주최측, 스폰서, 세무 담당 관청을 포함한 각종 기관 등에 대해 주 고객인 운동선수의 이익을 위해 선수를 대신해서 활동하는 에이전시

- ① 선수관리 에이전시  
② 광고 스포츠 에이전시  
③ 국제 스포츠 마케팅 에이전시  
④ 라이선싱과 머천다이즈 전문 에이전시

39. 동기부여의 내용이론에 해당하지 않는 것은?

- ① 2요인 이론                              ② ERG 이론  
③ 욕구단계 이론                              ④ 공정성 이론

40. 포터(M. Porter)의 가치사슬모델에서 본원적 활동에 해당하지 않는 것은?

- ① 운영활동                              ② 물류투입활동  
③ 고객서비스 활동                              ④ 인적자원관리 활동

41. 스포츠센터의 중력모델법을 이용하여 평가했을 때, 매력도가 가장 높은 것은?

- ① A스포츠센터 : 200평의 규모, 20분 거리  
② B스포츠센터 : 180평의 규모, 15분 거리  
③ C스포츠센터 : 300평의 규모, 30분 거리  
④ D스포츠센터 : 250평의 규모, 25분 거리

42. 총자산회전율의 산식으로 옳은 것은?

- ① 총자산/매출액                              ② 매출액/총자산  
③ 순이익/자기자본                              ④ 자기자본/순이익

43. 우리나라의 스포츠경영 환경변화로 옳은 것은?

- ① 프로스포츠의 퇴보                              ② 고령화 속도의 완화  
③ 전문체육 위주의 체육정책                              ④ 생활체육 참가율의 증대

44. 동기부여 관점에서 매슬로우의 욕구 단계 이론에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 동기부여 이론 중 내용이론에 해당된다.  
② 각 욕구는 피라미드 형태로 구성된다.  
③ 피라미드 형태의 하위 욕구와 상관없이 상위 계층의 욕

구를 충족할 수 있다.

④ 최상위의 욕구는 자아실현의 욕구이다.

45. 스포츠이벤트 기획 후 실행단계에서 이벤트 연출 시 고려사항을 모두 고른 것은?

- ㄱ. 이벤트의 목적  
ㄴ. 프로그램 및 진행스케줄  
ㄷ. 참가자의 특징  
ㄹ. 시설물 사용규칙  
ㅁ. 시간의 제약 및 예산의 한계

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

46. 생산, 판매, 회계, 인사, 총무 등의 부서를 만들고 관련 과업을 할당하는 조직구조는?

- ① 사업부 조직                      ② 매트릭스 조직  
③ 기능별 조직                      ④ 네트워크 조직

47. 사업단위들을 독립기업으로 운영하는 것보다는 다각화된 사업들을 통합·운영하여 시너지 효과를 얻을 수 있는 것을 전제로 하는 전략은?

- ① 기업전략                          ② 사업부전략  
③ 기능별 전략                      ④ 영업전략

48. 조직에서 시간이 지남에 따라 업무량과 무관하게 구성원 수가 증가하는 경향을 나타내는 법칙은?

- ① 파킨슨 법칙(Parkinson's law)  
② 파레토 법칙(Pareto law)  
③ 세이 법칙(Say's law)  
④ 하인리히 법칙(Heinrich's law)

49. 스포츠이벤트를 기획함에 있어 고정비 6억원, 1단위당 변동비 20000원, 1인당 입장료를 50000원으로 책정했을 때 손익분기점에 이르려면 몇 명의 관객이 입장해야 하는가?

- ① 10000명                          ② 20000명  
③ 30000명                          ④ 40000명

50. 스포츠 시설의 매력성 관리에 대한 설명과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 스포츠 시설은 이용하는 데 불편함이 없도록 관리되어야 한다.  
② 스포츠 시설은 적정 수준 이상의 많은 사람이 이용하도록 관리해야 한다.  
③ 스포츠 시설은 보기 좋고 아름답게 관리되어야 한다.  
④ 스포츠 시설은 접근이 용이하도록 관리되어야 한다.

### 3과목 : 스포츠 마케팅론

51. 입장권의 가격을 3000원에서 2000원으로 인하할 경우 관람자 수가 3000명에서 4000명으로 증가한다면 수요의 가격탄력성은?

- ① 0                                      ② 1  
③ 0.66                                ④ 0.50

52. 스폰서가 커뮤니케이션 효과를 높이기 위해 적용하는 원칙

에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 독점성의 원칙: 스포츠단체가 공식스폰서를 제외하고 다른 어떤 기업도 스포츠단체의 보유자산을 활용할 수 없도록 제한하는 것이다.  
② 통일성의 원칙: 기업이미지 통합차원에서 브랜드와 로고, 슬로건 등을 통합하여 대중들에게 강한 인상을 주도록 하는 것이다.  
③ 전문성의 원칙: 스폰서십 업무를 정확하게 수행하기 위해 전문가가 업무를 담당해야 한다는 원칙이다.  
④ 보완성의 원칙: 정기적인 스포츠이벤트인 경우 최소 3년 이상 지속적인 참여를 해야 효과를 얻을 수 있다는 것이다.

53. 마케팅 조사유형 중 탐색조사에 해당하지 않는 것은?

- ① 관찰법                              ② 문헌조사  
③ 패널조사                          ④ 사례조사

54. 다음에서 설명하는 것은?

기업·상품·상표의 이미지를 증진시키기 위해 유명선수가 특정 상품과 브랜드를 사용함으로써 그 상품을 보증하고, 기업은 유명선수의 명성을 활용해서 커뮤니케이션 효과를 극대화하려고 하는 것을 말한다.

- ① 라이선싱                          ② 프로모션  
③ 인도스먼트                      ④ 머천다이즈

55. Gray(1996)의 스폰서십의 6P's가 아닌 것은?

- ① 공동협력                          ② 대중  
③ 플랫폼                            ④ 선호

56. 스포츠마케팅 조사연구단계에 관한 설명으로 가장 적합한 것은?

- ① 예비조사단계 - 문제인식, 상황분석, 조사계획 평가  
② 조사계획단계 - 조사범위 및 내용의 구체화, 조사대상 결정, 조사방법 및 시기결정, 조사계획 평가  
③ 본 조사 및 분석 단계 - 조사실시, 자료분석, 대안제시, 보고서 작성, 조사계획 평가, 선택된 대안 실행  
④ 피드백 단계 - 피드백, 선택된 대안 실행, 재계획 수립

57. A스포츠 회사의 마케팅담당자는 최근 개발한 신제품 매출의 극대화를 위해 고객지향적 판매가격을 책정하려고 한다. 이때 가장 적합한 마케팅조사방법은?

- ① 대체상품의 시장가격에 대한 조사  
② 제품의 원재료 가격에 대한 조사  
③ 경쟁제품의 시장가격에 대한 조사  
④ 판매가격대별 시장수요 예측에 관한 조사

58. 설문지 질문문항을 배치할 때 고려해야 할 사항과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 단순하고 흥미로운 질문부터 시작하는 것이 좋다.  
② 논리적이고 자연스런 흐름에 따라 질문을 위치시킨다.  
③ 고정반응(response set)을 막도록 질문들을 변화 있게 배치한다.  
④ 설문지가 매우 긴 경우 중요한 부분은 뒷부분에 위치시킨다.

59. 스포츠단체, 미디어, 광고주의 관계에 대한 설명으로 틀린 것은?
- ① 미디어는 스포츠단체에게 중계권료를 지불한다.
  - ② 스포츠단체는 미디어에게 광고비를 지불한다.
  - ③ 광고주는 미디어로부터 광고효과를 기대한다.
  - ④ 스폰서로서의 광고주는 스포츠단체로부터 촉진효과를 기대한다.
60. 스포츠단체가 라이선싱 프로그램을 통해서 기대할 수 있는 효과와 가장 거리가 먼 것은?
- ① 방송 중계시간의 확대
  - ② 라이선싱 수수료 수입의 증대
  - ③ 새로운 제품영역 확장 및 관련 상품판매 증진을 통한 부가가치 창출
  - ④ 기업과의 우호적 관계 형성을 통한 스포츠 이벤트에 대한 관심 유도
61. 제품수명주기에서 성장기의 특성에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?
- ① 수요가 급증하기 시작한다.
  - ② 새로운 경쟁자들이 증가한다.
  - ③ 유통경로가 확대되고 시장규모가 커진다.
  - ④ 제품인지도를 높여 새로운 구매수요를 발굴한다.
62. 마케팅믹스의 4P's에 해당하지 않는 것은?
- ① Price
  - ② Procedure
  - ③ Place
  - ④ Promotion
63. 프로스포츠 생산의 기본요소 중 가장 중심이 되는 요인은?
- ① 경기
  - ② 연맹 행정
  - ③ 기업 후원
  - ④ 자원봉사자
64. 올림픽과 TV방송에 관한 설명으로 틀린 것은?
- ① 1936년 베를린 올림픽에서 처음으로 TV 야외중계방송을 시도하였다.
  - ② IOC는 1960년 로마 올림픽에서 처음으로 TV 방송중계권을 판매하였다.
  - ③ 1972년 뮌헨 올림픽에서 처음으로 컬러로 방송되었다.
  - ④ 1984년 LA 올림픽에서 방송중계권 프로그램은 LA 올림픽을 흑자 올림픽으로 이끄는 데 이겨했으며, TOP프로그램의 핵심적인 부분을 차지했다.
65. 상표 등록된 재산권을 가지고 있는 개인 또는 단체가 타인에게 대가를 받고 그 재산권을 사용할 수 있도록 상업적 권리를 부여하는 계약을 뜻하는 용어는?
- ① 스폰서십
  - ② 공식후원
  - ③ 상표특허
  - ④ 라이선싱
66. 마케팅믹스 전략에 관한 설명으로 가장 적합한 것은?
- ① 스포츠소비자는 제품의 가격을 생각할 때 제품에 대한 촉진이나 장소 요인을 고려하지 않는다.
  - ② 모든 마케팅믹스 요인들은 스포츠소비자의 구매행동에 영향을 미친다.
  - ③ 제품의 특성에 따라 적합한 촉진매체가 결정되나 촉진믹스는 제품 위치를 결정하지 못한다.
  - ④ 매체보도로부터 얻은 제품의 신뢰성은 다른 촉진 믹스전

락을 통해 쉽게 획득할 수 있다.

67. 브랜드에 대한 설명으로 틀린 것은?
- ① 자산으로서의 가치를 가질 수 있다.
  - ② 소비자의 충성도를 높이는 중요한 요소이다.
  - ③ 기업이 실행하는 유통, 촉진 등 마케팅활동의 대상이 된다.
  - ④ 소비자가 구매의 대상이 되는 상품들을 평가하는 사고비용(thinking cost)을 증가시킨다.
68. 실험설계방법 중 유사실험설계의 대표적인 방법에 해당하는 것은?
- ① 단일집단 사후실험설계
  - ② 2집단 사전사후실험설계
  - ③ 집단비교설계
  - ④ 통제집단 사전사후실험설계
69. 기업의 입장에서 스포츠 브랜드를 확장할 때 얻을 수 있는 이익과 가장 거리가 먼 것은?
- ① 모 브랜드 시장의 잠식
  - ② 신제품 수용의 촉진
  - ③ 모 브랜드와 기업에 긍정적인 피드백 제공
  - ④ 모 브랜드의 이미지 제고
70. 스포츠 스폰서십의 효과측정 유형과 가장 거리가 먼 것은?
- ① 스포츠 경기 성적 측정
  - ② 매체노출량 측정
  - ③ 소비자 태도변화 측정
  - ④ 스폰서십에 따른 매출액 변화 측정
71. 시장세분화를 위한 기준변수 중 구매행동기준에 해당하지 않는 것은?
- ① 교육수준
  - ② 상표충성도
  - ③ 고객생애가치
  - ④ 고객반응단계
72. 시장 세분화의 성공 조건이 아닌 것은?
- ① 접근성(accessibility)
  - ② 시장규모의 실재성(substantiality)
  - ③ 무형성(intangibility)
  - ④ 차별성(differentiability)
73. 제품 개발시 기존의 브랜드자산이 크다고 판단되는 경우, 기존 제품범주에 속하는 신제품에 그 브랜드명을 그대로 사용하는 전략은?
- ① 라인확장(line extension)
  - ② 복수상표(multi-brand)
  - ③ 상향확장(upward stretch)
  - ④ 채널확장(channel extension)
74. PR의 기본적 방법과 가장 거리가 먼 것은?
- ① 신문발표
  - ② 기자회견
  - ③ 무료여행상품
  - ④ 리셉션
75. 경쟁제품과의 차별성을 목표고객에게 인식시키기 위한 마케팅 전략은?
- ① 유지전략
  - ② 포지셔닝전략
  - ③ 성장전략
  - ④ 철수전략

## 4과목 : 스포츠 시설론

76. 스포츠시설 가격정책 중 초기에 매우 낮은 가격을 책정하고 시간이 흐름에 따라 점차 가격을 높여 단기적 이익을 희생하여도 장기적으로는 이를 상쇄하고도 남을 정도의 이익을 얻기 위해 사용하는 것은?

- ① 침투가격정책      ② 고소득 흡수가격정책  
③ 원가기준가격정책      ④ 지각된 가치기준 가격정책

77. 체육시설의 설치·이용에 관한 법령상 보험가입을 해야 하는 체육시설업자는? (단, 소규모임을 전제로 함)

- ① 체육도장업      ② 무도장업  
③ 골프 연습장업      ④ 가상체험 체육시설업

78. 체육시설의 설치·이용에 관한 법령상 체육시설의 체육지도자 배치기준으로 틀린 것은?

체육시설업 종류	규모	배치인원
조정장업	- 조정 20척 이하 - 조정 20척 초과	1명 이상 2명 이상
스키장업	- 슬로프 10면 이하 - 슬로프 10면 초과	1명 이상 2명 이상
요트장업	- 요트 10척 이하 - 요트 10척 초과	1명 이상 2명 이상
승마장업	- 말 20마리 이하 - 말 20마리 초과	1명 이상 2명 이상

- ① 조정장업      ② 스키장업  
③ 요트장업      ④ 승마장업

79. 스포츠시설 위탁 경영의 장점과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 사고발생 시 책임소재가 명확하다.  
② 전문가의 노하우를 활용하여 운영될 수 있다.  
③ 인건비, 유지관리비 등 비용절감이 가능하다.  
④ 공휴일에 운영하는 등 개장시간의 탄력적인 운영이 가능하다.

80. 스포츠 시설의 고객유지를 위한 CRM의 특징에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 소비자의 특화된 욕구에 대한 마케팅이다.  
② 다품종 소량생산 개념의 생산방식을 지향한다.  
③ 불특정 고객집단을 목표로 한 마케팅 활동이다.  
④ 소비자에 대한 상세한 데이터베이스가 구축되어야 한다.

81. 새로운 종합체육 스포츠시설을 설립하기 위해 부지 선정 시 고려하여야 하는 요소와 가장 거리가 먼 것은?

- ① 사용용도  
② 해당 부지의 개발 관련 법률 사항  
③ 해당 부지 주변의 미래 개발 관련 계획  
④ 개발 허가 기관과의 인적 관계성

82. 체육시설의 설치·이용에 관한 법령상 4륜 자동차경주장업의 시설기준으로 틀린 것은?

- ① 트랙은 길이 2킬로미터 이상으로서 출발지점과 도착지점

이 연결되는 순환형태여야 한다.

- ② 트랙의 폭은 11미터 이상 15미터 이하이어야 한다.  
③ 출발지점에서 첫 번째 곡선 부분 시작지점까지는 250미터 이상의 직선구간이어야 한다.  
④ 트랙의 바닥면은 반드시 포장이어야 한다.

83. 체육시설의 설치·이용에 관한 법령상 회원모집에 관한 설명이다. ( )안에 들어갈 숫자가 옳은 것은?

사업계획의 승인을 받은 자는 회원을 모집할 수 있으며, 회원을 모집하려면 회원 모집을 시작하는 날 ( )일 전까지 시·도지사 등에게 회원 모집계획서를 작성·제출하여야 한다.

- ① 7      ② 10  
③ 15      ④ 30

84. 경기장 내 A보드 광고에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 경기장 입장객뿐만 아니라 TV중계 시청자에게 광고효과를 기대할 수 있다.  
② 경기장 외측 면을 따라 설치되는 것이 일반적이다.  
③ 광고효과 제고를 위해 LED 등을 활용하기도 한다.  
④ 설치위치에 따른 광고비용의 차이가 없는 장점을 가진다.

85. 다음에서 설명하는 사업 운영 모델은?

본부가 가맹점에 대해 제품, 서비스, 상점관리의 노하우 등을 제공하는 대가로 계약금, 로열티 등의 수입을 얻는 계약에 의해 운영되는 시스템

- ① 체인클럽      ② 프랜차이즈  
③ 멀티플클럽      ④ 독립클럽

86. 다음 중 농촌지역 스포츠시설 설치를 위한 고려사항과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 노동시간과 여가시간이 구분되어 있지 않다.  
② 소득이 낮아 경제적 안정성이 낮다.  
③ 청년층의 도시진출로 활기를 잃고 있다.  
④ 육체적 노동이 많아서 스포츠 활동에 호응도가 높은 편이다.

87. 다음 ( )에 알맞은 것은?

체육시설의 설치·이용에 관한 법률상 위반 행위의 회수에 따른 과태료의 기준은 최근 ( )간 같은 행위로 과태료를 받은 경우에 적용한다.

- ① 6개월      ② 1년  
③ 1년 6개월      ④ 3년

88. 관람스포츠 시설을 활용한 관람형 스포츠 이벤트에 대한 설명과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 간접적인 관전 방식이 우선된다.  
② 기업 이익의 사회 환원, 이미지 향상, 판매촉진 등을 목적으로 매스미디어를 이용하여 대중에게 관전의 즐거움을 제공한다.  
③ 관람형 스포츠이벤트는 '직접관전'과 '간접관전'으로 구

분될 수 있다.

- ④ '간접관전'보다는 '직접관전'의 경우가 그 규모나 효과면에서 훨씬 크다.

89. 지역특성별 스포츠시설 설치 시 고려해야 할 사항이 아닌 것은?

- ① 지역특성에 적합한 운동종목 선택  
② 이용고객 예측에 따른 규모의 설정  
③ 고정적인 가격정책으로 이용자의 신뢰 확보  
④ 소비자의 이용시간대 및 선호 프로그램 조사

90. 체육시설의 설치·이용에 관한 법령상 등록 체육시설업에 해당되는 것은?

- ① 스키장업                      ② 수영장업  
③ 당구장업                      ④ 골프연습장업

91. 체육시설의 설치·이용에 관한 법령상 체육시설업의 신고에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 가상체험 체육시설업을 하려는 자는 시설을 갖추어 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수 또는 구청장에게 신고하여야 한다.  
② 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수 또는 구청장은 신고를 받은 경우에는 신고를 받은 날부터 7일 이내에 신고수리 여부를 신고인에게 통지하여야 한다.  
③ 체육시설업의 변경신고를 할 때에는 변경내용을 증명할 수 있는 서류만을 첨부한다.  
④ 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수 또는 구청장이 정한 기간 내에 신고수리 여부를 신고인에게 통지하지 아니하면 그 기간이 끝날 날에 신고를 수리한 것으로 본다.

92. 스포츠시설에서 기존고객 유지를 통한 기대효과가 아닌 것은?

- ① 시설에 대한 전반적인 관리보수 비용이 적게 든다.  
② 신규고객 유치를 위한 광고 및 홍보비를 절감할 수 있다.  
③ 새로운 이벤트 개발 등 스포츠시설 이용 매력도 향상에 꾸준한 역량을 투입할 수 있다.  
④ 매출액의 지속적인 유지 및 증가를 기대할 수 있다.

93. 다음 중 가중치 이용법으로 평가했을 때 가장 적합한 스포츠센터 시설의 입지는?

입지요인	가중치	A입지	B입지	C입지	D입지
시설물 지대	0.3	90	80	70	90
유동, 거주 인구	0.4	70	80	80	70
교통환경	0.3	80	90	60	90

- ① A입지                      ② B입지  
③ C입지                      ④ D입지

94. 체육시설의 설치·이용에 관한 법령상 직장체육시설에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 원칙적으로 직장체육시설을 설치·운영하여야 하는 직장인 상시 근무하는 직장인이 500명 이상인 직장인이다.  
② 「고등교육법」에 따른 학교는 직장체육시설의 전부 또는 일부를 설치·운영하지 아니할 수 있다.

- ③ 직장체육시설의 설치·운영에 관하여는 시장·군수·구청장이 지도·감독한다.  
④ 군부대 직장체육시설의 설치·운영에 관하여는 국방부장관이 지도·감독한다.

95. 체육시설의 설치·이용에 관한 법령상 체육시설업자가 경미한 사항을 거짓으로 등록한 경우 행정처분기준으로 옳은 것은? (단, 1차 위반인 경우이며 감경사유는 고려하지 않음)

- ① 경고                      ② 등록취소  
③ 영업정지 10일                      ④ 영업정지 1개월

96. 스포츠시설의 고객관리에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 다양한 고객의 욕구를 파악하고 경영에 반영해야 한다.  
② 기존고객의 유지보다 신규고객 유치를 통한 확장을 시도해야 한다.  
③ 고객관계강화를 위해서 데이터베이스를 활용한다.  
④ 기존고객의 유지→잠재고객의 신규고객 유치→고객만족 단계로 관계발전을 유도한다.

97. 다음에서 설명하는 것은?

스포츠시설 담당자는 신규회원권 판매 시 퍼스널 트레이닝 혹은 단체운동(GX)의 효과성을 강조하며 추가로 해당상품을 판매하였다.

- ① 릴레이션십 셀링(Relationship Selling)  
② 바이럴 마케팅(Viral Marketing)  
③ 크로스 셀링(Cross Selling)  
④ 인터널 마케팅(Internal Marketing)

98. 체육시설의 설치·이용에 관한 법령상 전문체육시설에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 국가와 지방자치단체는 국내·외 경기대회의 개최와 선수 훈련 등에 필요한 전문체육시설을 설치·운영하여야 한다.  
② 전문체육시설 중 체육관은 체육, 문화 및 청소년 활동 등 필요한 용도로 활용될 수 있도록 설치되어야 한다.  
③ 지방자치단체는 전문체육시설의 사용 촉진을 위해 사용료의 전부나 일부를 감면할 수 있다.  
④ 경기대회 개최나 시설의 유지관리에 우선하여 지역주민이 이용할 수 있도록 개방하여야 한다.

99. 체육시설의 설치·이용에 관한 법령상 체육시설업의 시설 기준에서 공통기준에 포함되는 필수시설에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 자동차경주장업에는 탈의실을 대신하여 세면실을 설치할 수 있다.  
② 적절한 환기시설을 갖추어야 한다.  
③ 무도학원업 체육시설의 조도(照度)는 「산업표준화법」에 따른 조도기준에 맞아야 한다.  
④ 골프장업에는 응급실을 갖추지 아니할 수 있다.

100. 체육시설의 설치·이용에 관한 법령상 스키장업의 안전·위생기준으로 옳은 것은?

- ① 스키구조요원은 운영 중인 슬로프별로 1명 이상을 각각 배치하여야 한다.  
② 각 리프트의 승·하차장에는 2명 이상의 승·하차보조요원을 배치하여야 한다.

- ③ 「의료법」에 따른 간호사 및 「응급의료에 관한 법률」에 따른 응급구조사를 각각 2명 이상 배치하여야 한다.
- ④ 스키장 시설이용에 관한 안전수칙을 이용자가 쉽게 알아볼 수 있도록 셋 이상의 장소에 게시하여야 한다.

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