

1과목 : 판매관리

1. 다음 ( ) 안에 들어갈 가장 알맞은 것은?

(독특한) 세분시장으로 정의되기 위해서, 해당 세분시장의 구성원들은 반드시 ( ).

- ① 전체 소비자의 대부분을 대표해야 하고 결정적인 구매력을 지니고 있어야 한다.
- ② 공통의 욕구를 가지고 있고 마케팅활동에 유사하게 반응해야 한다.
- ③ 상이한 욕구를 가지고 있고 마케팅활동에 유사하게 반응해야 한다.
- ④ 성장잠재력이 있어야 하고, 기업수익증대에 기여해야 한다.

2. 로지스틱스(Logistics) 시스템의 주요기능 중 다음 설명에 해당되는 것은?

많은 기업이 효율적인 로지스틱스 시스템을 통해서 재고량과 관련된 비용을 크게 절감하고자 한다. 이에 생산업자와 소매상은 며칠 분에 불과한 매우 적은 양의 부품 재고 또는 상품 재고만을 유지한다. 새로운 재고는 사용할 때까지 창고에 보관되는 것이 아니라 필요한 때에 정확하게 도착한다. 이것은 정확한 예측과 함께 신속하고, 빈번하고, 유연성 있는 배달이 필요하다.

- ① 공급망 관리 - SCM(Supply Chain Management)
- ② 적시생산 시스템 - JIT(Just In Time)
- ③ 전자 태그 - RFID(Radio frequency Identification)
- ④ 고객관계 관리 - CRM(Customer Relationship Management)

3. 아웃바운드 텔레마케터의 판매관리 범위에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 판매촉진 - 카탈로그, DM발송, E-mail마케팅 등의 활동
- ② 시스템관리 - 컴퓨터, 전화, 전산시스템관리 등의 활동
- ③ 고객관리 - 고객분류, 고객니즈별 구매행위 분석, 고객상담 관리 등의 활동
- ④ 판매준비 - 판매전략 수립, 고객데이터 준비, 상담원교육, 광고, 안내 준비 등의 활동

4. 아웃바운드 텔레마케팅의 특성으로 옳은 것은?

- ① 인바운드 판매보다 고도의 마케팅기법이 요구된다.
- ② 인바운드 판매보다 텔레마케터의 자질에 큰 영향을 받지 않는다.
- ③ 인바운드 판매보다 성과에 대한 부담이 적다.
- ④ 인바운드 판매보다 판매경험에 큰 영향을 받지 않는다.

5. 가격차별화전략의 전제조건과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 각 시장을 세분할 수 있어야 한다.
- ② 각 세분시장은 수요탄력성이 달라야 한다.
- ③ 낮은 가격으로 판매하는 시장에서 비싼 가격으로 판매하는 시장으로 제품의 이전이 가능해야한다.
- ④ 시장세분화의 비용보다 이익이 더 커야 한다.

6. 다음 중 효과적인 시장세분화의 요건이 아닌 것은?

- ① 변동가능성                      ② 측정가능성
- ③ 접근가능성                      ④ 유지가능성

7. 서비스의 특성 중 이질성을 해소하기 위한 방안으로 가장 적합한 것은?

- ① 맞춤 서비스를 제공한다.    ② 다 지역 입지를 활용한다.
- ③ 유형적 단서를 이용한다.    ④ 개인 정보원천을 활용한다.

8. 다음은 어떤 가격조정전략에 해당하는가?

A대형마트에서는 B사의 오디오 가격을 300,000원에서 299,000원으로 조정하였다.

- ① 세분화 가격결정              ② 심리적 가격결정
- ③ 촉진적 가격결정              ④ 지리적 가격결정

9. 제품 수명주기 중 성장기의 특성과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 제품의 판매가 대폭 증가하기 시작한다.
- ② 새로운 경쟁사들이 이익의 기회를 잡기 위해 시장에 진입한다.
- ③ 광고의 일부를 제품 인지도로부터 제품확산과 구매를 유도하기 위한 광고로 변경한다.
- ④ 시장수정, 제품수정, 마케팅 믹스 수정 등의 전략을 고려한다.

10. 포지셔닝 전략의 수립과정에서 가장 먼저 수행하는 시장분석을 통해 얻을 수 있는 정보가 아닌 것은?

- ① 현재와 미래의 시장 내의 경쟁구조
- ② 시장 내 수요의 전반적인 수준 및 추세
- ③ 세분시장의 크기와 잠재력
- ④ 시장 내 소비자의 지리적 분포

11. 다음 중 소비자의 구매의사 결정과정을 바르게 나열한 것은?

- ㉠ 정보탐색
- ㉡ 문제인식
- ㉢ 대안평가
- ㉣ 구매
- ㉤ 구매 후 평가

- ① (㉠) → (㉡) → (㉢) → (㉤) → (㉣)
- ② (㉠) → (㉢) → (㉡) → (㉤) → (㉣)
- ③ (㉡) → (㉠) → (㉢) → (㉤) → (㉣)
- ④ (㉡) → (㉢) → (㉠) → (㉤) → (㉣)

12. 다음 시장-제품전략 중 상품의 변화를 필요로 하지는 않지만, 기업으로 하여금 새로운 시장에서 새로운 고객을 찾는 활동을 필요로 하는 전략은?

- ① 시장침투전략                  ② 시장개발전략
- ③ 제품개발전략                  ④ 다각화전략

13. 인바운드 텔레마케팅의 상담절차를 바르게 나열한 것은?

- ㉠ 상담준비
- ㉡ 고객니즈 파악
- ㉢ 문제해결
- ㉣ 종 결
- ㉤ 전화응답
- ㉥ 동의와 확인

- ① (ㄱ) → (ㄴ) → (ㄷ) → (ㄹ) → (ㅁ) → (ㅂ) → (ㅇ)
- ② (ㄱ) → (ㄷ) → (ㄴ) → (ㄹ) → (ㅁ) → (ㅂ) → (ㅇ)
- ③ (ㄱ) → (ㄴ) → (ㄷ) → (ㅁ) → (ㅂ) → (ㅇ) → (ㅇ)
- ④ (ㄱ) → (ㄷ) → (ㄴ) → (ㄹ) → (ㅁ) → (ㅂ) → (ㅇ)

14. 다음 중 유통경로에 대한 설명으로 가장 적합한 것은?

- ① 제품 생산시 한 공정에서 다른 공정으로 이동하는 경로를 의미한다.
- ② 판매자가 소비자에게 상품을 배달할 때 제일 빠른 이동 경로를 의미한다.
- ③ 상품이 생산자에서 소비자에게 직접 또는 중앙상인을 통하여 판매되는 경로를 의미한다.
- ④ 상품이 대리점에서 제품 생산 본사로 전달되는 것을 의미한다.

15. 아웃바운드 텔레마케팅 대상고객 정보의 효율적인 관리 방법이 아닌 것은?

- ① 고객정보의 유출방지
- ② 고객정보의 지속적인 확충
- ③ 고객속성에 따른 획일적 대응
- ④ 고객정보 및 속성별 질적 개선

16. 소수의 판매점으로 선택적인 유통분배에 해당하는 소비재 유형은?

- ① 편의품                      ② 선매품
- ③ 전문품                      ④ 비탐색품

17. 제품의 분류 중 편의품에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 소비자가 구매 전 최대한의 노력으로 구입하고자 하는 제품이다.
- ② 소비자들은 한 번 결정한 편의품 상표에 대한 강한 애호도를 지니고 있다.
- ③ 편의품을 살 때에는 가장 편리한 위치에 있는 점포를 선택하는 경우가 많다.
- ④ 소비자가 편리한 위치에서 제품을 구매하도록 하려면 개방적인 유통이 불가피하다.

18. 소비자가 서비스 구매의 의사결정과정에서 접할 수 있는 일반적인 위험의 유형에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 재무적 위험 - 구매가 잘못되었거나 서비스가 제대로 수행되지 않았을 때 발생할 수 있는 금전적인 손실
- ② 물리적 위험 - 구매했던 의도와 달리 제대로 기능을 발휘하지 않을 가능성
- ③ 사회적 위험 - 구매로 인해 소비자의 사회적인 지위가 손상 받을 가능성
- ④ 심리적 위험 - 구매로 인해 소비자의 자존심이 손상 받을 가능성

19. 판매촉진의 수단 중 샘플(Sample)은 다음 중 어느 목표를 달성하는 데 가장 효과적인가?

- ① 구매가능성의 증대      ② 기업이미지의 개발
- ③ 인지부조화의 감소      ④ 긍정적 구전의 자극

20. 다음 ( )안에 들어갈 가장 알맞은 것은?(순서대로 A, B, C)

| 구 분 |        | 제품범주  |        |
|-----|--------|-------|--------|
|     |        | 기 존   | 신(new) |
| 상품명 | 기 존    | ( A ) | ( B )  |
|     | 신(new) | ( C ) | 신상품    |

- ① 계열확장, 상표확장, 복수상표
- ② 복수상표, 계열확장, 상표확장
- ③ 상표확장, 복수상표, 계열확장
- ④ 계열확장, 복수상표, 상표확장

21. 다음이 설명하는 시장 커버리지 전략은?

큰 시장에서 낮은 점유율을 유지하는 대신 자신에게 가장 알맞은 하나 혹은 몇 개의 시장을 선택한 후 이 시장에 집중함으로써 보다 높은 점유율을 확보하는데 유용한 전략이다.

- ① 비차별화 마케팅      ② 차별화 마케팅
- ③ 집중화 마케팅      ④ 순차적 마케팅

22. 아웃바운드 텔레마케팅에서 판매의 효율성을 제고시키기 위한 방안과 가장 거리가 먼것은?

- ① 아웃바운드 텔레마케팅에서의 판매관리는 마케팅 4P와 4C(Communication, Commerce, Community, Contents)를 적절히 전략적으로 활용한다.
- ② 원활한 판매활동과 고객만족을 실현하기 위해서 판매관리 데이터베이스의 정보시스템화를 촉진시켜야 한다.
- ③ 고객과 원활히 대화할 수 있는 홈페이지를 구축하고 상품에 대한 정보교환 및 문의는 이메일을 통해서만 가능하게 한다.
- ④ 아웃바운드 텔레마케팅분야에 적합한 상품을 적극적으로 개발한다.

23. 마케팅관리자가 적용 가능한 마케팅기회를 평가하는 방법으로 가장 적합한 것은?

- ① 단기적이기보다 장기적인 관점에서 모든 마케팅기회를 평가해야만 한다.
- ② 계량적(Quantitative)인 기준의 사용을 자제해야 한다.
- ③ 다수의 기회가 존재할 경우 개별적으로 대안들을 평가해야 한다.
- ④ 통제가 가능한 내부자원만을 살펴봐야 한다.

24. 다음 중 인구통계적 시장세분화 변수에 해당하는 것은?

- ① 개 성                      ② 성 별
- ③ 사용상황(구매상황)      ④ 라이프스타일

25. BCG(Boston Consulting Group)매트릭스에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 현금젖소(Cash Cow)는 투자를 확대하여 별(Star)의 범주로 이동시키는 것이 바람직하다.
- ② 개(Dog)는 부진제품을 폐기하고 적극적으로 자금을 회수

하는 전략을 취하는 것이 바람직하다.

- ③ 물음표(Question Mark)에 속하는 사업단위들은 시장점유율을 높이기 위해 많은 자금투자를 필요로 한다.
- ④ 별(Star)에 속한 사업단위들은 높은 시장점유율로 인해 마진이 증대되기 때문에 연구개발, 새로운 시설투자를 위한 자금을 늘려야 한다.

## 2과목 : 시장조사

26. 조사대상이 표본으로 추출될 확률이 알려져 있지 않아 인위적인 표본추출을 해야 하는 경우 시간과 비용의 절감 효과는 있으나 표본오차의 추정이 불가능한 표본추출법은?

- ① 비확률표본추출법      ② 확률표본추출법
- ③ 층화표본추출      ④ 군집표본추출

27. 연구의 단위(Unit)를 혼동하여 집합단위의 자료를 바탕으로 개인의 특성을 추리할 때 저지를 수 있는 오류는?

- ① 집단주의 오류      ② 생태주의 오류
- ③ 개인주의 오류      ④ 환원주의 오류

28. 총 학생 수가 2,000명인 학교에서 800명을 표집할 때의 표집률은?

- ① 20%      ② 40%
- ③ 80%      ④ 100%

29. 다음 설문문항의 오류에 대한 설명으로 옳은 것은?

당신은 맥주를 얼마나 자주 드십니까?

- ① 매일 마신다.
- ② 자주 마신다.
- ③ 종종 마신다.
- ④ 거의 안 마신다.
- ⑤ 전혀 안 마신다.

- ① 대답을 유도하는 질문을 하고 있다.
- ② 가능한 응답을 모두 제시하지 않고 있다.
- ③ 응답항목들 간의 내용이 중복되고 있다.
- ④ 하나의 항목으로 두 가지 내용을 질문하고 있다.

30. 다음 중 개방형 질문의 장점이 아닌 것은?

- ① 응답 가능한 모든 응답의 범주를 모를 때 적합하다.
- ② 응답자가 어떻게 응답하는가를 탐색적으로 살펴보고자 할 때 적합하다.
- ③ 개인의 사생활이나 소득수준과 같이 밝히기를 꺼리는 민감한 주제에 보다 적합하다.
- ④ 몇 개의 범주로 압축시킬 수 없을 정도로 쟁점이 복합적일 때 적합하다.

31. 다음 중 시장조사의 역할과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 불확실성과 위험성 극대화
- ② 문제해결을 위한 조직적 탐색
- ③ 고객의 심리적, 행동적인 특성 간파를 통한 고객만족 경영 기여
- ④ 타당성과 신뢰성 높은 정보의 획득 및 의사결정능력 제고

32. 마케팅조사 절차 중 전반적인 조사골격의 설정, 자료수집절

차와 자료분석기법들을 결정하는 단계는?

- ① 문제의 제기단계      ② 마케팅조사 설계단계
- ③ 자료수집단계      ④ 자료분석, 해석 및 이용단계

33. 다음 중 관련된 선행연구들이 부족하고 비교적 애매한 조사 문제에 대한 기본 아이디어를 제공하기 위해 실시하는 조사로 가장 적합한 것은?

- ① 탐색적조사      ② 기술적조사
- ③ 인과관계조사      ④ 정량적조사

34. 다음 척도의 종류는?

[제품 디자인에 대한 평가]

1 2 3 4 5 6 7

가능적이다      불가능적이다  
 고급스럽다      대중적이다  
 현대적이다      고전적이다

- ① 서스톤척도      ② 리커트척도
- ③ 거트만척도      ④ 의미분화척도

35. 비표준화 면접에 비해 표준화 면접이 가지는 장점이 아닌 것은?

- ① 반복적인 면접이 가능하다.
- ② 면접상황에 대한 적응도가 높다.
- ③ 면접결과와 숫자화 측정이 용이하다.
- ④ 조사자의 행동이 통일성을 갖게 된다.

36. 측정의 신뢰성을 향상시킬 수 있는 방법으로 가장 적합하지 않은 것은?

- ① 설문지의 문항별 설명을 명확히 하여 응답자별로 해석상의 차이가 발생하지 않도록 한다.
- ② 조사원들에 대한 교육을 강화하여 설문을 명확히 이해하도록 하고, 질문방식 등을 표준화시킨다.
- ③ 성의가 없거나 일관성 없게 응답한 경우 설문지 자체를 폐기시킴으로써 위험요소를 없앤다.
- ④ 중요한 질문의 경우 반복 질문을 피함으로써 혼선을 피한다.

37. 일반적인 자료수집방법의 선택기준이 아닌 것은?

- ① 필요한 자료수집의 다양성
- ② 수집된 자료의 객관성과 정확성
- ③ 필요한 자료의 공개와 독창성
- ④ 자료수집과정의 신속성과 비용

38. 내적 타당도를 위협하는 요소가 아닌 것은?

- ① 특정사건의 영향
- ② 피실험자가 변화하는 데 따른 영향
- ③ 통계학적 회귀효과
- ④ 반작용효과

39. 다음 중 탐색적 조사방법에 해당하지 않는 것은?

- ① 전문가 의견조사      ② 문헌조사
- ③ 실험연구      ④ 사례연구

40. 측정오차의 발생원인과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 통계분석기법
- ② 측정시점의 환경요인
- ③ 측정방법 자체의 문제
- ④ 측정시점에 따른 측정대상자의 변화

41. 다음과 같은 특징을 지닌 연구방법은?

· 질적인 정보를 양적인 정보로 바꾼다.  
· 예를 들어, 최근에 유행하는 드라마에서 주로 다루었던 주제가 무엇인지를 알아낸다.  
· 메세지를 연구대상으로 할 수도 있다.

- ① 투시법                      ② 내용분석법
- ③ 질적연구법              ④ 사회성측정법

42. 다음 중 전화면접과 대면면접의 비교 설명으로 틀린 것은?

- ① 전화면접법은 대면면접법에 비해 신속하게 면접을 실시할 수 있다.
- ② 전화면접법은 대면면접법에 비해 익명성이 보장될 수 없다.
- ③ 전화면접법은 대면면접법보다 비용이 저렴하게 든다.
- ④ 전화면접법은 대면면접법보다 면접대상이 지역적으로 분산되어도 면접이 용이하다.

43. 다음 중 2차 자료에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 단기간에 자료를 쉽게 획득할 수 있다.
- ② 2차 자료는 1차 자료에 비해 상대적으로 비용이 적게 든다.
- ③ 당면한 조사문제를 해결하기 위하여 직접 수집된 자료이다.
- ④ 2차 자료는 1차 자료를 수집하기 전에 예비조사로 사용된다.

44. 다음 중 신디케이트 조사유형과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 국가 인구 조사          ② TV시청률 조사
- ③ 소비자 패널조사        ④ 미디어 조사

45. 다음 중 척도에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 척도의 수준이 올라갈수록 변수가 내포하고 있는 정보의 양이 증가한다.
- ② 척도의 수준이 올라갈수록 자료수집에 필요한 비용과 노력이 많이 소요된다.
- ③ 척도의 수준이 올라갈수록 자료분석방법은 간단해진다.
- ④ 변수측정에 필요한 비용이나 노력과 변수가 갖는 정보량은 서로 비례한다.

46. 다음 중 종단조사에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 시점을 달리하여 동일한 현상에 대한 측정을 되풀이하는 조사방법이다.
- ② 각 기간 동안 일어난 변화에 대한 측정이 주된 과제가 된다.
- ③ 특정조사대상들을 선정해 놓고 반복적으로 조사를 실시하는 조사방법이다.
- ④ 모집단에서 임시적으로 추출된 표본으로부터 자료를 얻는다.

47. 개인의 사생활(Privacy)보호와 면접조사가 어려울 때 실시할 수 있는 조사방법으로 가장 적합한 것은?

- ① 조사원을 이용하여 질문지를 배포하고 우편으로 회수한다.
- ② 조사원을 이용하여 질문지를 배포하고 전화로 조사한다.
- ③ 우편으로 질문지를 배포하고 전화로 조사한다.
- ④ 조사대상자들을 한 자리에 모아 질문지를 배포하고 전화로 조사한다.

48. 설문지 작성시 질문문항의 순서에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 설문주제의 오리엔테이션을 위한 개방형 질문은 먼저 한다.
- ② 쉽고 흥미를 끌 수 있는 질문부터 먼저 시작한다.
- ③ 동일한 주제의 경우 단순한 질문에서 복잡한 질문으로 진행한다.
- ④ 설문응답시 뒤로 갈수록 응답자기 산만해지므로 구체적인 질문을 먼저 한다.

49. 우편조사의 응답률에 영향을 미치는 요인과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 응답집단의 동질성
- ② 응답자의 지역적 범위
- ③ 질문지의 양식 및 우송방법
- ④ 조사주관기관 및 자원단체의 성격

50. 크론바하 알파값(Cronbach's Alpha)으로 계산하는 신뢰성 측정유형은?

- ① 반분법                      ② 재검사법
- ③ 복수양식법              ④ 내적일관성법

**3과목 : 텔레마케팅관리**

51. 다음 중 콜센터 관리자에게 요구되는 자질이 아닌 것은?

- ㉠ 리더십
- ㉡ 시스템 프로그래밍 능력
- ㉢ 상황 대응 능력
- ㉣ 예술적 감각
- ㉤ 프레젠테이션 능력

- ① (¬), (¬)                      ② (¬), (≡)
- ③ (¬), (¬)                      ④ (≡), (¬)

52. 동기부여 중심의 OJT 교육내용에 해당하지 않는 것은?

- ① 칭찬하기                      ② 신뢰감 표시
- ③ 직무 축소                      ④ 실패의 위로

53. 콜센터 업무의 세분화, 전문화로 인해 전체 과업이 분화되면 능률 도모를 위해 관련된 과업을 모아 수평적으로 그룹을 형성하는 콜센터 조직설계의 기본과정은?

- ① 일반화                      ② 부문화
- ③ 조직도                      ④ 집권화

54. 리더십의 유형을 의사결정 방식과 태도에 따라 구분할 때 의사결정 방식에 따른 구분이 아닌 것은?

- ① 독재형 리더십      ② 민주형 리더십  
③ 직무중심형 리더십      ④ 자유방임형 리더십
55. Fidler의 상황이론에서 제시한 상황 우호성 변수와 가장 거리가 먼 것은?  
① 리더와 구성원과의 관계      ② 과업구조  
③ 지위권력      ④ 구성원의 성숙도
56. 성과주의 인사제도의 구성요소에 해당되지 않는 것은?  
① 선별적 채용      ② 성과주의 평가  
③ 공식적인 교육훈련      ④ 연공서열 위주의 승진
57. 전통적인 마케팅과 비교하여 텔레마케팅의 특징에 관한 설명으로 가장 적합하지 않은 것은?  
① 텔레마케팅은 기업이 고객에게 전달하고자 하는 마케팅 커뮤니케이션 믹스를 최적화한 것이다.  
② 텔레마케팅은 정보통신매체를 이용하는 쌍방향 의사소통 매체이다.  
③ 텔레마케팅은 최종 소비자들과 직접 대화를 통하여 생생한 소비자의 반응을 측정할 수 있다.  
④ 텔레마케팅은 경영자의 기업 활동에 초점을 맞춘 생산지향적 마케팅이다.
58. 통화 품질 관리자(QAA)의 업무능력과 가장 밀접한 관계가 있는 것은?  
① 콜 분배 능력      ② 세일즈 능력  
③ 경청 능력      ④ 인사관리 능력
59. 조직의 성과관리를 위한 개인평가방법을 상사평가방식과 다면평가방식으로 구분할 때 상사평가방식의 특징이 아닌 것은?  
① 상사의 책임감 상실  
② 간편한 작업 난이도  
③ 평가결과의 공정성 미흡  
④ 중심화·관대화 오류발생 가능성
60. 다음 중 콜센터의 생산성을 향상시킬 수 있는 방안과 가장 거리가 먼 것은?  
① 콜센터의 인력(리더 및 상담원 등)에 대한 교육을 강화한다.  
② 전반적인 업무환경(콜센터환경)을 개선한다.  
③ 텔레마케터 성과에 대한 인센티브를 강화한다.  
④ 콜센터 인력을 신규인력으로 대폭 교체한다.
61. 경영진이 조직의 목표와 성과향상을 성취하고 비전을 달성하기 위한 활동으로 적합하지 않은 것은?  
① 비전과 목표를 전파할 수 있는 설명회 등을 개최한다.  
② 전략수립단계에서 설정된 중장기 성과 목표와 전략 및 세부활동 등을 주기적으로 점검한다.  
③ 조직의 경영방침과 본부, 부서, 팀 등과 같은 조직 단위의 중장기, 단기 경영계획을 분리한다.  
④ 주주, 고객, 종업원, 파트너 등의 제반 이해관계자들과 접촉하는 시간을 마련하고 이해관계를 균형 있게 조절한다.
62. 다음 중 신규 콜센터 구축시 고려해야 하는 사항과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 텔레마케팅의 목적과 목표  
② 콜센터의 입지  
③ 텔레커뮤니케이션 기기의 적합성 및 운영능력  
④ 데이터베이스(DB) 활용 능력
63. 기업에서 인력을 모집하는 방법 중 기업내부의 인력을 대상으로 모집활동을 하는 내부 모집의 특징이 아닌 것은?  
① 승진을 위한 조직 내부의 갈등이 생길 수 있다.  
② 체계화된 관리자 육성프로그램이 필요하다.  
③ 직무에 대한 주인의식과 사기가 낮다.  
④ 모집과 관련된 비용을 절감할 수 있다.
64. 텔레마케터의 성과관리 방법으로 가장 적합하지 않은 것은?  
① 포상은 많은 텔레마케터가 함께 나눌 수 있는 보상방법이 더 효과적이다.  
② 모니터링은 교육 및 동기부여를 위한 긍정적인 피드백으로 활용되어야 한다.  
③ 개인의 성과는 팀의 성과에 연계되어 평가되어야 한다.  
④ 성과에 따른 보상의 차등폭은 미미한 수준이어야 한다.
65. 업무 능력을 향상시키기 위한 텔레마케터 대상 훈련프로그램과 가장 거리가 먼 것은?  
① 표현능력 개발      ② 판매능력 개발  
③ 코칭능력 개발      ④ 정보활용능력의 개발
66. 성과 달성을 위한 목표 관리의 중점사항이 아닌 것은?  
① 개인별 수행목표는 수치화로 명확해야 한다.  
② 환경이 변하더라도 목표는 일관성이 있어야 한다.  
③ 조직의 목표와 개인의 목표가 연계성이 있어야 한다.  
④ 목표 수행시 상담원과 관리자 간의 의사소통이 필요하다.
67. 콜센터 성과변수를 고객성과의 업무성으로 구분할 때 조직 내부의 업무수행과정에서 나타나는 업무성과에 해당하는 것은?  
① 고객유지율 확립      ② 고개만족도 향상  
③ 고객모니터링기능 강화      ④ 고객획득률 증가
68. 다음 중 통화 생산성 측정 지표와 가장 거리가 먼 것은?  
① 고객접촉률      ② 평균 응대속도  
③ 평균 콜처리 시간      ④ 통화 후 처리시간
69. 다음 중 조직의 특성에 관한 설명으로 틀린 것은?  
① 효율적인 조직은 완전한 개방체계를 가진다.  
② 조직은 외부환경과 구분될 수 있는 경계와 활동영역이 설정되어 있다.  
③ 조직은 정보, 에너지, 자원을 환경과 교환하는 개방체계이다.  
④ 개방체계와 폐쇄체계는 경계의 침투성에 의해서 구분될 수 있다.
70. 다음 중 리더십 특성이론에 관한 설명으로 틀린 것은?  
① 리더의 개인적 자질에 의해 리더십의 성공이 좌우된다고 가정한다.  
② 유능한 리더는 지적 능력, 성격, 신체적 조건 등에서 탁월해야 한다고 보았다.

- ③ 우수한 리더 확보를 위해 선발에만 의존하지 않고 훈련 프로그램을 통해서도 양성할 수 있다고 보았다.
- ④ 개인적 특성이 리더십 발휘능력과 상관관계가 있다는 일관된 증거가 존재하지 않아 한계를 가지는 이론이라고 할 수 있다.

71. 일반적인 텔레마케팅의 전개과정을 바르게 나열한 것은?

- ① 기획 → 실행 → 측정 → 반응 → 평가
- ② 기획 → 측정 → 실행 → 평가 → 반응
- ③ 기획 → 측정 → 실행 → 반응 → 평가
- ④ 기획 → 실행 → 반응 → 측정 → 평가

72. 다음 중 텔레마케팅의 분류에 관한 설명으로 가장 적합하지 않은 것은?

- ① 텔레마케팅은 발신주체에 따라 인바운드 텔레마케팅과 아웃바운드 텔레마케팅으로 구분할 수 있다.
- ② 텔레마케팅은 운영주체에 따라 인하우스 텔레마케팅과 에이전시 텔레마케팅으로 구분할 수 있다.
- ③ 텔레마케팅은 활동장소에 따라 기업 간 텔레마케팅과 소비자 텔레마케팅으로 구분할 수 있다.
- ④ 텔레마케팅은 고객유형에 따라 B to B 텔레마케팅과 B to C 텔레마케팅으로 구분할 수 있다.

73. 다음 중 임금체계에 따른 분류방법으로 적절하지 않은 것은?

- ① 연공급                      ② 직무급
- ③ 직능급                      ④ 성과급

74. 텔레마케터 교육·훈련을 위한 역할연기(Role Playing)에 관한 설명으로 가장 적합하지 않은 것은?

- ① 조직의 응집력과 단결력을 강화할 수 있다.
- ② 텔레마케터의 자신감과 상황대응 능력을 향상시킬 수 있다.
- ③ 실제 상황대로 스크립트를 가지고 연습함으로써 다양한 실전 경험을 할 수 있다.
- ④ 텔레마케터는 응대업무와 관련한 개인적인 문제점을 구체적으로 피드백 받을 수 있다.

75. 콜센터 조직이 갖추어야 할 조직의 특성에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 고객지향성 - 콜센터는 고객을 중심으로 고객에게 편리함, 신뢰성, 편의를 제공할 수 있는 조직체이다.
- ② 유연성 - 고객과의 커뮤니케이션이 빈번하게 일어나는 공간이므로 조직구성원의 사고와 상황대응 능력이 유연해야 한다.
- ③ 고품질성 - 고객의 정보는 곧 자산이며 관리와 보호의 책임성이 있으므로 이러한 관리를 통해 서비스품질을 높여야 한다.
- ④ 신속·민첩성 - 콜센터의 생명은 고객니즈에 부응화되, 얼마나 신속·정확하게 대응하는 것이 중요한 요소이다.

#### 4과목 : 고객응대

76. CRM의 성과를 정량적 측면과 정성적 측면으로 구분할 때 정성적 측면에 해당하는 것은?

- ① 원가절감                      ② 고객유지
- ③ 시장점유율                      ④ 구전효과

77. 공감대 형성을 위한 화법에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 고객의 신분에 맞는 존칭어를 사용한다.
- ② 고객의 말에 적극적인 동감 표현을 한다.
- ③ 고객과의 공감을 형성하는 데 도움을 주는 공통화제를 선정하는 것이 중요하다.
- ④ 전체 상담의 원활한 진행과 분위기를 위해 고객의 말을 아무 말 없이 끝까지 듣는다.

78. 다음 중 연세가 많은 고객에 대한 효과적인 상담방법으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 호칭에 신경을 쓰도록 한다.
- ② 공손하게 응대하고 질문에 정중하게 답한다.
- ③ 순발력 있고 빠른 속도로 응대한다.
- ④ 고객의 의견을 존중한다.

79. 고객의 유형 중 단호한 형(Decisive)의 고객상담 요령과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 고객에게 될 수 있으면 상담원이 말이 많이 한다.
- ② 질문에 직접적인, 간결한, 사실적인 대답을 한다.
- ③ 변명을 하지 말고 설명을 간결하게 하고 해결책을 제공한다.
- ④ 상황의 해결을 목표로 한 구체적 질문을 하고 서비스한다.

80. CRM의 특성에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① CRM은 장기적 이윤을 추구한다.
- ② CRM은 고객 지향적인 경영 방식이다.
- ③ CRM은 고객과 기업의 상호이익적 신뢰경영이다.
- ④ CRM은 일방형 커뮤니케이션을 지향한다.

81. 다음 중 듣기의 일반적인 과정을 바르게 나열한 것은?

- ① 응답 → 듣기 → 해석 → 평가
- ② 듣기 → 해석 → 평가 → 응답
- ③ 듣기 → 평가 → 응답 → 해석
- ④ 응답 → 듣기 → 평가 → 해석

82. 다음 중 의사소통의 장애요인이 아닌 것은?

- ① 지위의 현격                      ② 비공식 조직
- ③ 언어상의 장애                      ④ 시간상의 압박

83. 고객에게 제품 또는 서비스를 설명하는 방법으로 가장 적합하지 않은 것은?

- ① 고객이 가장 관심을 갖고 있는 부분을 파악하고 집중하는 것이 필요하다.
- ② 자신의 업무적 지식을 과시하는 듯한 대화를 통하여 관계를 불편하게 해서는 안 된다.
- ③ 고객의 반응과 관계없이 한마디, 한마디를 정확하게 포인트만을 전달한다.
- ④ 요점을 간결하게 전달하여 시간적 낭비를 줄인다.

84. 고객불만처리에 대한 설명으로 적합하지 않은 것은?

- ① 경청 - 선입관을 버리고, 끝까지 잘 들어준다.
- ② 공감 - 고객의 입장에서 기분을 이해하고 공감한다.
- ③ 설득 - 제품 또는 서비스에 잘못이 없음을 정확하게 알린다.

- ④ 사과 - 회사를 대표해서 정중하게 사과한다.
85. 인바운드 문의상담에 임하는 올바른 자세가 아닌 것은?  
 ① 신뢰감을 주어야 한다.  
 ② 문의내용에 대한 정확한 이해와 상황대응이 이루어져야 한다.  
 ③ 긴장과 경계심을 가지고 임해야 한다.  
 ④ 시간과 내용에 있어서 적정성을 가져야 한다.
86. 기업의 하부구조(판매원 등)가 CRM의 실패원인이 되는 이유로 가장 적합한 것은?  
 ① 고객의 관정보다는 개인의 매출성과에 더 무게를 두기 때문이다.  
 ② CRM은 고객과의 관계형성에 더 신경을 쓰기 때문이다.  
 ③ CRM은 판매를 목적으로 하지 않기 때문이다.  
 ④ CRM은 마케팅 프로그램이라기보다는 광범위한 기업과정의 일환이기 때문이다.
87. CRM을 통해 기업이 얻을 수 있는 성과와 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 우수고객 유지              ② 직원능력개발  
 ③ 교차판매                      ④ 비용절감
88. 고객상담시 고객과의 공감대를 형성하는 방법과 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 공통적인 화제로 자연스럽게 대화한다.  
 ② 인사는 격식에 따라서 위엄 있게 한다.  
 ③ 고객을 진심으로 칭찬한다.  
 ④ 고객의 신분에 맞는 존칭어를 구사한다.
89. 텔레마케터가 고객과의 전화에서 활용할 수 있는 음성연출로 적합하지 않는 것은?  
 ① 음성의 크고 작음              ② 말의 빠르고 느림  
 ③ 말의 색깔과 느낌              ④ 억양의 특이한 악센트
90. CRM의 발전단계를 도입준비, 도입, 확산, 통합의 4단계로 구분할 때 CRM시스템 구축과 기업전략을 중심으로 고객을 관리하는 단계는?  
 ① CRM 도입준비              ② CRM 도입  
 ③ CRM 확산                      ④ CRM 통합
91. 성공하는 텔레마케터가 되기 위해 가져야 할 태도로 적합하지 않은 것은?  
 ① 항상 고객의 문제를 도와주고 해결해주는 전문가라는 자긍심을 갖는다.  
 ② “고객과의 약속은 반드시 지킨다”라는 철학을 갖고 업무에 임한다.  
 ③ 자신의 상담능력을 향상시키기 위해 자기계발에 최선을 다한다.  
 ④ 고객 불만의 수용과 처리에 있어 상담자 자신의 권한이 제한되어 있으므로 실제적인 처리보다는 일차적인 응대에만 최선을 다한다.
92. 다음 중 충실한 자료와 증거를 제시하고 애매한 일반화는 피하는 것이 효과적인 고객의 유형은?  
 ① 추진형                          ② 표현형  
 ③ 온화형                          ④ 분석형

93. 잘못된 서비스로 인하여 고객에게 사과를 해야 할 때 취할 자세로 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 고객의 기분을 인정하고, 책임을 공유할 것임을 표현한다.  
 ② 고객에 대한 배려와 관심을 보여주고, 어떻게 해결하면 좋을지를 물어본다.  
 ③ 고객에게 사과하고 끝낸다.  
 ④ 진지하게 사과를 한 후 계속해서 고객과 거래할 기회를 달라고 요청한다.
94. 다음 중 CRM의 등장배경과 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 고객확보경쟁의 증가      ② 고객기대수준의 상승  
 ③ 고객로열티의 증가          ④ 고객다양성의 증가
95. 다음 중 대인커뮤니케이션의 구성 요소가 아닌 것은?  
 ① 상품과 가격                  ② 발신자와 수신자  
 ③ 기호화와 해독              ④ 메시지와 채널
96. 성공적인 텔레마케팅을 위한 세일즈 화법과 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 고객과 보조를 맞추어가며 응대한다.  
 ② 고객이 계속 말하고자 할 때는 적절히 중단시킨다.  
 ③ 고객이 필요로 하는 정보를 제공해준다.  
 ④ 고객의 말을 성의 있게 경청한다.
97. DB마케팅의 대상 및 상품별 전략의 연결로 틀린 것은?  
 ① 기존고객 - 기존상품 - 고객활성화 전략  
 ② 기존고객 - 신규상품 - 교차판매 전략  
 ③ 잠재고객 - 기존상품 - 고객유지 전략  
 ④ 잠재고객 - 신규상품 - 신규고객확보 전략
98. 고객응대시 요구되는 지식 중 구매고객층, 구매목적, 구매시기 등의 내용이 포함된 것은?  
 ① 고객시장에 관한 지식  
 ② 고객의 구매심리에 관한 지식  
 ③ 제품 및 서비스 지식  
 ④ 생산, 유통과정과 품질에 관한 지식
99. 다음 중 운영CRM 시스템에 포함되지 않는 것은?  
 ① 마케팅자동화 시스템              ② 영업자동화 시스템  
 ③ 고객서비스자동화 시스템          ④ 고객상호작용센터
100. 고객과의 전화를 통한 상담시 취해야 하는 행동으로 옳바르지 못한 것은?  
 ① 고객의 이해를 돕기 위해 통화의 끝부분에서 요점을 요약하는 것이 좋다.  
 ② 사전에 고객에게 전달할 메시지를 준비한다.  
 ③ 고객이 원하는 것을 제공할 수 없을 때는 회사정책을 인용한다.  
 ④ 더 나은 서비스를 제공하기 위해 지속적인 모니터링을 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 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  |
| ②  | ②  | ②  | ①  | ③  | ①  | ①  | ②  | ④  | ①   |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20  |
| ③  | ②  | ①  | ③  | ③  | ②  | ①  | ②  | ①  | ①   |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30  |
| ③  | ③  | ①  | ②  | ①  | ①  | ②  | ②  | ③  | ③   |
| 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 | 40  |
| ①  | ②  | ①  | ④  | ②  | ④  | ③  | ④  | ③  | ①   |
| 41 | 42 | 43 | 44 | 45 | 46 | 47 | 48 | 49 | 50  |
| ②  | ②  | ③  | ①  | ③  | ④  | ①  | ④  | ②  | ④   |
| 51 | 52 | 53 | 54 | 55 | 56 | 57 | 58 | 59 | 60  |
| ②  | ③  | ②  | ③  | ④  | ④  | ④  | ③  | ①  | ④   |
| 61 | 62 | 63 | 64 | 65 | 66 | 67 | 68 | 69 | 70  |
| ③  | ④  | ③  | ④  | ③  | ②  | ③  | ①  | ①  | ③   |
| 71 | 72 | 73 | 74 | 75 | 76 | 77 | 78 | 79 | 80  |
| ④  | ③  | ④  | ①  | ③  | ④  | ④  | ③  | ①  | ④   |
| 81 | 82 | 83 | 84 | 85 | 86 | 87 | 88 | 89 | 90  |
| ②  | ②  | ③  | ③  | ③  | ①  | ②  | ②  | ④  | ③   |
| 91 | 92 | 93 | 94 | 95 | 96 | 97 | 98 | 99 | 100 |
| ④  | ④  | ③  | ③  | ①  | ②  | ③  | ②  | ④  | ③   |