

1과목 : 판매관리

- 인바운드 텔레마케팅의 중요성에 대한 설명으로 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 거래마케팅에서 관계마케팅으로의 변화에 대응  
 ② 기업 서비스 향상으로 고객요구에 대한 신속한 대응  
 ③ 광고, 경험, 구전 등에 의한 고객 기대가치의 대응  
 ④ 서비스 및 상품 이용고객의 만족여부의 정확한 확인
- 어느 특정기업이 소비자의 마음속에 자사상품을 원하는 위치로 부각시키려는 노력은?  
 ① 이미테이션                      ② 포지셔닝  
 ③ 시장의 표적화                  ④ 독점시장화
- 마케팅 정보시스템의 대표적인 4가지 구성요소에 해당하지 않는 것은?  
 ① 기업광고 시스템              ② 내부보고 시스템  
 ③ 마케팅조사 시스템          ④ 외부정보입수 시스템
- 다음 중 고객충성도 형성에 영향을 미치는 요소와 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 구매횟수                      ② 구매방법  
 ③ 이용실적                      ④ 이용기간
- 광고효과의 측정 방법이 아닌 것은?  
 ① 식별 측정                      ② 기억 측정  
 ③ 구매행위 측정                  ④ 과업기중 측정
- 여러 점포를 모두 특정지역에 집중하여 입지시키는 방법으로 대개 대형 상권이나 교통중심지를 대상으로 하는 마케팅 방법은?  
 ① 니치마케팅                      ② 포화마케팅  
 ③ 프랜차이즈                      ④ 다경로 유통시스템
- 잠재시장을 평가할 때 마케팅 관리자가 체크해야 할 사항으로 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 시장의 규모                      ② 시장의 위치  
 ③ 2차 자료 수집방법              ④ 시장세분화의 적합한 기준
- 다음 중 고객생애가치와 가장 관계가 깊은 것은?  
 ① Renewal(경신)  
 ② CRM(고객관계관리)  
 ③ Up-Sale(고가 판매)  
 ④ Cross-Sale(교차 판매)
- 다음은 제품의 어떤 가격정책을 설명하는 것인가?  

A제품은 모든 연령대가 즐겨 찾는 제품이며, 그 수요가 점차 증가하고 있다. A제품의 초기가격은 50만원대로 형성되었으나 기본 모델의 경우, 현재는 약 30만원대로 구입이 가능하다. 즉 가격대가 하락하면서 판매는 증가하고 있다.

 ① 가격 탄력성                      ② 시장침투 가격  
 ③ 명예 가격                      ④ 초기 고가격

- 아웃바운드 텔레마케팅의 활용분야와 예시로 옳지 않은 것은?  
 ① 제품 및 서비스 상담 : 회원모집, 보험판매  
 ② 계약갱신 : 카드갱신, 잡지 재구독, 보험 계약갱신  
 ③ 제품 반품 및 교환 상담 : 가전제품, 가구 등의 반품 및 교환 전화  
 ④ 교체구입 및 업그레이드 구입 권유
- 제품의 가격 변화에 따른 소비자의 수요 변화나 공급추이에 관한 정도를 의미하는 것은?  
 ① 가격대 성능비                  ② 가격 탄력성  
 ③ 가격 표시제                      ④ 기회 비용
- 아웃바운드 텔레마케팅을 활용하는 마케팅전략이라고 볼 수 없는 것은?  
 ① 매스마케팅                      ② 다이렉트마케팅  
 ③ 데이터베이스마케팅          ④ 1 대 1 마케팅
- 효율적인 인바운드 고객응대를 위해서 실시할 수 있는 방법이 아닌 것은?  
 ① 콜센터의 설치운영  
 ② 일률적인 성과급제  
 ③ 고객대응창구의 일원화  
 ④ 24시간 전화접수 체제 구축
- 기업의 전략적 사업 단위를 분석하는데 이용되는 BCG매트릭스에서 시장점유율은 높으나, 시장성장률이 낮은 유형은?  
 ① Star                                  ② Cash Cow  
 ③ Dog                                  ④ Question
- 제품의 수명주기를 순서대로 바르게 나열한 것은?  
 ① 도입기→성숙기→성장기→포화기→쇠퇴기  
 ② 도입기→성장기→포화기→쇠퇴기→성숙기  
 ③ 도입기→성장기→성숙기→포화기→쇠퇴기  
 ④ 도입기→성숙기→포화기→성장기→쇠퇴기
- 주문접수 처리에 요구되는 사항과 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 고객번호, 전화번호 등 고객데이터의 정확한 작동과 관리가 이루어져야 한다.  
 ② 고객의 기본이력을 통해 그 고객의 특성을 이해하여 신상정보 DB를 상업적으로 이용한다.  
 ③ 문의나 요구사항, 접수에 대해서는 전화를 받는 사람이 즉시 원스톱 중심으로 처리할 수 있어야 한다.  
 ④ 고객관리에서 가장 기초적인 고객정보 화면의 신규입력과 수정입력이 용이하게 이루어져야 한다.
- 인바운드 고객상담의 개념과 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 보험권유는 전형적인 인바운드 텔레마케팅의 예이다.  
 ② 수신자부담 전화도 일종의 인바운드 텔레마케팅이다.  
 ③ 고객이 먼저 주도하는 고객주도형 텔레마케팅이다.  
 ④ 인바운드 고객상담은 특히 서비스 마인드 자세가 강조되는 텔레커뮤니케이션이다.
- 다음 설명에 해당하는 용어는?

하나의제품이나 서비스 제공 과정에서 다른 제품  
이나 서비스에 대해 판매를 촉진시키는 마케팅 기  
법

- ① 리피팅                      ② 업 셀링
- ③ 크로스 셀링              ④ 경쟁광고

19. 서비스의 특성과 설명이 잘 못 연결된 것은?

- ① 소멸성 : 서비스는 재고형태로 보존할 수 없다.
- ② 이질성 : 서비스는 표준화되기 어렵다.
- ③ 유형성 : 서비스를 제공받기 전에는 서비스의 품질을 인식할 수 없다.
- ④ 동시성 : 서비스는 제공자에 의해 제공되는 동시에 고객에 의해 소비된다.

20. 아웃바운드 판매전략의 과정으로 바르게 나열된 것은?

- ① 잠재고객 파악→잠재고객 특성 정의→스크리닝→판매→사후관리
- ② 잠재고객 파악→스크리닝→잠재고객 특성 정의→판매→사후관리
- ③ 잠재고객 특성 정의→잠재고객 파악→스크리닝→판매→사후관리
- ④ 잠재고객 특성 정의→스크리닝→잠재고객 파악→판매→사후관리

21. 마케팅 믹스에서 4P에 해당하지 않는 것은?

- ① 유통                          ② 고객
- ③ 가격                          ④ 제품

22. 인바운드 텔레마케팅의 업무가 아닌 것은?

- ① 문의 및 불만사항 대응      ② 예금상당 서비스
- ③ 해피콜 서비스              ④ 통신판매의 주문접수

23. 아웃바운드 텔레마케팅의 업무영역 중 고객니즈의 자극 영역은?

- ① 판매촉진                      ② 벤치마킹
- ③ 시장조사                      ④ 상담창구

24. 고객 데이터베이스 분석기법에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 회귀분석 : 영향을 주는 변수와 영향을 받는 변수가 서로 선형관계가 있다고 가정하여 이루어지는 분석방법
- ② 판별분석 : 집단 간의 차이가 어떠한 변수에 의해 영향을 받는가를 분석하는 방법
- ③ 군집분석 : 여러 대상들을 몇 개의 변수를 기초로 서로 비슷한 것끼리 묶어주는 분석방법
- ④ RFM(Recency, Frequency & Monetary) : 제품에 대한 특성을 중심으로 분석하는 방법

25. 다음 시장세분화의 기준 중 행동분석적 변수에 해당하지 않는 것은?

- ① 가격민감도                      ② 브랜드선호도
- ③ 소득                              ④ 사용량

**2과목 : 시장조사**

26. 탐색조사에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 탐색조사는 사전정보를 파악하기 위해 실시되는 조사이다.
- ② 연구가 충분히 되지 않은 분야의 연구수행에 적절하다.
- ③ 탐색조사에서 편견이 개입되지 않아야 하고 통찰력, 독창력이 필요하다.
- ④ 자료수집방법, 자료조사절차 등에 대한 사전계획이 명확한 조사방법이다.

27. 마케팅 조사 절차 중 조사계획 수립단계에 관한 사항으로 옳지 않은 것은?

- ① 데이터를 분석하고, 문제점에 대한 대안을 모색한다.
- ② 문제점을 파악하고 이를 해결할 수 있는 방향으로 조사 목적을 설정한다.
- ③ 필요한 정보를 얻기 위해 조사내용 전반에 대한 범위를 정한다.
- ④ 사용가능한 조사 예산 등을 감안하여 합리적인 방법으로 조사 예산 계획을 수립한다.

28. 조사과정에서 조사원이 응답자에게 가장 영향을 많이 미칠 수 있는 조사방법은?

- ① 우편조사                          ② 인터넷조사
- ③ ARS조사                          ④ 면접조사

29. 의사소통방법에 의해 자료를 수집할 경우, 다음과 같은 사례의 문제점은?

주부들에게 가계부를 쓰느냐고 물을 경우에 거의 모든 주부들이 가계부를 쓰는 것이 주부로서의 역할을 충실히 하는 것이라고 믿고 있기 때문에 가계부를 안 쓰고 있는 주부들도 가계부를 쓴다고 대답한다.

- ① 응답자가 정보를 고의로 왜곡되게 제공하는 경우이다.
- ② 응답자가 자료를 제공할 능력이 없는 경우이다.
- ③ 조사자가 필요로 하는 정보를 응답자가 기억하지 못하는 경우이다.
- ④ 응답하는 방법을 모르는 경우이다.

30. 2차 자료 수집 시 고려해야 할 사항과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 조사목적의 적합성                          ② 자료의 신뢰성
- ③ 자료의 편견                                      ④ 자료의 편집

31. 다음 자료수집방법 중 응답 정보를 가장 빨리 얻을 수 있는 것은?

- ① 우편조사                          ② 전화조사
- ③ 심층면접조사                          ④ 대리질문조사

32. 조사의 유형에 대한 설명으로 적절하지 않은 것은?

- ① 전화조사 : 특정표본 추출에 한계가 있다.
- ② 우편조사 : 조사 대상을 다양하게 할 수 있다.
- ③ 면접조사 : 다수의 면접원이 조사에 참여하기 때문에 조사결과의 객관성이 유지된다.
- ④ 집단 설문조사 : 한 번에 많은 응답자의 반응을 얻을 수 있으므로 시간을 단축시킬 수 있다.

33. 설문지의 질문 유형 중 개방적 질문에 대한 특성으로 볼 수 없는 것은?

- ① 응답자가 생각나는 대로 어떤 형식 없이 응답할 수 있다.  
 ② 응답자의 다양한 의견을 수렴할 수 있다.  
 ③ 응답자가 생각하기 귀찮을 경우 불성실하게 답을 할 수 있다.  
 ④ 조사자가 의도한 답을 얻기 쉽다.
34. 설문지의 대표적 구성요소에 해당되지 않는 것은?  
 ① 식별자료  
 ② 응답자에 대한 협조요청  
 ③ 응답자의 분류를 위한 자료  
 ④ 설문문항 요약자료
35. 모집단으로부터 이를 대표할 수 있는 부분을 선택하는 과정은?  
 ① 가설의 설정                      ② 표본추출  
 ③ 설문지조사                      ④ 실험조사
36. 조작적 정의에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?  
 ① 연구하고자 하는 문제를 진술하기 위한 구성개념을 정의하는 것이다.  
 ② 구성개념을 측정 가능한 상태가 되도록 정의하는 것이다.  
 ③ 현상을 설명하는 구성개념을 정의하는 것이다.  
 ④ 분석대상에대한 통계적 방법을 정의하는 것이다.
37. 설문조사 전에 작성된 설문지를 테스트하는 목적 및 요령과 거리가 먼 것은?  
 ① 설문문항의 타당성을 낮추기 위해 실시한다.  
 ② 질문에 대한 이해도, 잘못된 표현, 응답항목의 누락 및 중복 등의 문제점을 검토한다.  
 ③ 응답에 걸리는 시간, 응답의 어려움, 측정도구의 신뢰도 검증에 대한 적절성을 평가하기 위해서 실시한다.  
 ④ 설문을 소량으로 만들어 조사대상이 될 모집단에서 표본을 일부 추출하여 조사한다.
38. 종단조사에 대한 설명이 옳은 것은?  
 ① 시간 간격을 두고 반복적 조사를 통한 마케팅 변수에 대한 반응 측정  
 ② 기온에 민감한 지역을 위도별로 분류하여 각 지역별로 선호되는 상품에 대한 반응요소 측정  
 ③ 소득수준에 따른 모집단을 분류하여 선호하거나 이용하는 상품을 가격대별, 상품군별로 분석한 자료  
 ④ 어떠한 시점에서의 소비자의 구매형태를 측정하여 시장의 전반적 상황을 조사
39. 우편조사의 응답률에 영향을 미치는 요인과 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 응답집단의 동질성  
 ② 응답자의 지역적 범위  
 ③ 질문지의 양식 및 우송방법  
 ④ 조사주관기관 및 지원 단체의 성격
40. 넓은 의미로 문헌조사라고도 하며 각종 학술연구지, 상업잡지, 통계자료집 등과 같은 다양한 분야의 자료를 조사하는 방법은?  
 ① 종단조사                      ② 횡단조사

- ③ 1차 자료분석방법                      ④ 2차 자료분석방법
41. 설문지의 응답내용을 컴퓨터 장치를 활용하여 통계처리하기 위해 숫자 등의 부호로 바꾸는 일을 수행하는 시장조사의 주체는?  
 ① 조사자                      ② 코딩원  
 ③ 검증원                      ④ 응답자
42. 다음 중 표본추출을 할 때 가장 먼저 해야 할 사항은?  
 ① 모집단 규정                      ② 표본크기 확정  
 ③ 사전조사                      ④ 표본특성 조사
43. 다음 중 수요를 예측할 때 사용될 수 있는 가장 효율적인 조사방법은?  
 ① 문헌조사                      ② 소비자 욕구조사  
 ③ 인과조사                      ④ 사례조사
44. 다음 질문 형태 중 자료처리를 위한 코딩에 어려움이 있는 것은?  
 ① 자유응답형                      ② 다지선다형  
 ③ 양자택일형                      ④ 가치개입형
45. 측정의 신뢰성을 향상시킬 수 있는 방법으로 옳지 않은 것은?  
 ① 설문지의 문항별 설명을 명확히 하여 응답자별로 해석상의 차이가 발생하지 않도록 한다.  
 ② 조사원들에 대한 교육을 강화하여 설문을 명확히 이해하도록 하고, 질문 방식 등을 표준화시킨다.  
 ③ 성의가 없거나 일관성 없게 답한 경우 설문지 자체를 폐기시킴으로써 위험요소를 없앤다.  
 ④ 중요한 질문의 경우 반복 질문을 피함으로써 혼선을 피한다.
46. 시장조사에 관한 설명으로 옳은 것은?  
 ① 마케팅 관련자료를 체계적으로 수집, 기록, 처리, 분석하는 활동이다.  
 ② 마케팅들이 마케팅 활동 시 근거자료로 활용된다.  
 ③ 마케팅 활동의 목표와 목적이 된다.  
 ④ 과학적인 접근을 통하여 정확하고 신뢰할 수 있어야 한다.
47. 면접조사의 특성으로 볼 수 없는 것은?  
 ① 설문지법에 비해 시간, 비용, 노력이 많이 든다.  
 ② 다양한 질문을 사용할 수 있고, 정확한 응답을 얻어 낼 수 있다.  
 ③ 설문지법에 비해 응답자의 환경을 통제, 표준화 할 수 없다.  
 ④ 응답자의 과거 행동이나 사적 행위에 관한 정보를 얻을 수 있다.
48. 시장조사의 정의를 설명한 것으로 옳지 않은 것은?  
 ① 시장조사는 매출과 이익을 증가시키도록 도와주는 기법들의 집합이다.  
 ② 시장조사는 경쟁자들과의 매출과 시장점유율에 대한 정보를 수집하는 것이다.  
 ③ 시장조사는 소비자보다 제품을 공급하는 공급자의 욕구를 정확히 파악하는 것이다.

- ④ 시장조사는 목표시장으로부터 자료들을 획득하는 것이다.
49. 인터넷 조사의 문제점이 아닌 것은?
- ① 응답자가 정말로 진실을 말하고 있는 것인지 아닌지를 구분하기가 매우 어렵다.
  - ② 인센티브를 받기 위해서 또는 자신의 의견을 더욱 많이 반영하기 위해서 여러 번 응답할 수도 있다.
  - ③ 타 조사방식에 비해 응답률이 매우 낮다는 문제가 있다.
  - ④ 조사 주제에 대해 개인적으로 관심이 많은 사람들만이 응답을 하게 되는 자기 선택편향이 발생 할 수 있다.
50. 다음 척도에 대한 설명 중 옳은 것은?
- ① 명목척도는 절대적 크기를 비교한다.
  - ② 서열척도는 조작적으로 정의된 특징이나 속성에 관해 순서대로 배열된 경우이다.
  - ③ 등간척도의 숫자 간의 간격은 특성의 간격과는 다르다.
  - ④ 비율척도는 등간척도와 같이 절대영점을 가지고 있다.

### 3과목 : 텔레마케팅관리

51. 역할연기의 진행순서로 옳은 것은?(문제 복원 오류로 보기 내용이 정확하지 않습니다. 2, 3번 보기를 정확하게 아시는 분께서는 오류 신고를 통하여 내용 작성 부탁 드립니다. 정답은 3번입니다.)
- ① 상황설정→대상자 선정→반복 훈련 및 효과→체크 역할 내용 검토 및 평가→스크립트 및 매뉴얼의 수정
  - ② 대상자 선정→스크립트 및 매뉴얼의 수정→반복 훈련 및 효과상승 체크→역할내용검토 및 평가→상황 설정
  - ③ 대상자 선정→스크립트 및 매뉴얼의 수정→반복 훈련 및 효과상승 체크→역할내용 검토 및 평가→상황설정
  - ④ 상황 설정→대상자 선정→스크립트 및 매뉴얼의 수정→역할내용 검토 및 평가→반복 훈련 및 효과상승 체크
52. 콜센터 시스템 매니저의 역할로 적합하지 않은 것은?
- ① 콜센터 전반의 시스템을 관리하고, 시스템 업그레이드를 실시한다.
  - ② 시스템의 장애를 예방하고 장애 시 신속히 복구하여야 한다.
  - ③ 보안에 대처하여 서비스 연속성을 관리하여야 한다.
  - ④ 콜센터 서비스 관리 지표에 대한 계획과 인력계획을 수립하여야 한다.
53. 변화적 리더십의 예로 볼 수 없는 것은?
- ① A는 어떤 장애물로 스스로의 능력으로 극복할 수 있다고 나를 신뢰한다.
  - ② B는 내가 고민해온 고질적인 문제를 새로운 관점에서 생각해볼 수 있게 해 준다.
  - ③ C는 내가 필요한 경우 나를 코치해준다.
  - ④ D는 내가 실수를 저질렀을 때만 관여한다.
54. 리더십의 유형을 의사결정방식과 태도에 따라 구분할 때 태도에 따른 유형에 해당하는 것은?
- ① 민주형 리더십
  - ② 독재형 리더십
  - ③ 자유방임형 리더십
  - ④ 인간관계 중심형 리더십

55. 콜센터의 생산성 지표에 대한 설명으로 틀린 것은?
- ① 상담사의 평균 통화 시간, 후처리 시간 등이 대표적인 생산성 지표이다.
  - ② 생산성 지표는 상담사 투입에 따른 결과로 투입량과 산출량의 비율로 나타난다.
  - ③ 콜 생산성과 수익 관련 지표가 대표적이다.
  - ④ 고객 만족도 향상과 수익 증대가 목표이다.
56. 콜센터 정량적 평가 지표인 서비스 레벨에 대한 설명으로 틀린 것은?
- ① 전화응대 스크립트의 품질수준을 나타내는 지표이다.
  - ② "X%의 콜을 Y시간내에 응대"와 같은 형식으로 표시한다.
  - ③ 고객들의 통화대기시간에 대한 평균적인 수준을 가장 잘 나타내 주는 지표이다.
  - ④ 인바운드 콜센터의 대표적인 관리지표 중 하나이다.
57. 리더십 이론에 관한 설명으로 옳은 것은?
- ① 특성이론에 의하면 리더는 리더십 행사에서 상황의 영향을 받을 수 있음을 제시한다.
  - ② 피들러의 상황이론에서는 리더십의 상황요인으로 리더-구성원 관계, 과업구조, 리더의 직위권한을 제시하고 있다.
  - ③ 경로-목표 이론에서는 의사결정 상황에 따라 리더의 의사결정유형을 달리하는 의사결정나무를 제시하고 있다.
  - ④ 관리격자 이론에 의하면 중간관리자에게 가장 적절한 리더십 유형은 중간형(5,5)이다.
58. 인바운드 콜과 아웃바운드 콜을 혼용해서 처리하는 업무형태는?
- ① 포지셔닝
  - ② 블랜딩
  - ③ 콜 라우팅
  - ④ 모니터링
59. 텔레마케팅의 성장 배경에 관한 설명 중 '신용카드의 보급으로 고객 정보의 취득과 수요 창출의 효과'를 고려한 측면은?
- ① 기술적 측면
  - ② 사회적 측면
  - ③ 소비자 측면
  - ④ 생산자 측면
60. 다음 ( )에 알맞은 용어는?

콜센터 조직구성 원칙 중 ( )은 콜센터매니저먼트에 있어서 정형적 의사결정과 반복적이고 일상적인 업무 처리는 하위자에게 권한을 위임하고, 자신의 예외적, 우발적인 사항을 처리해야 함을 말한다.

- ① 예외의 원칙
  - ② 전문화의 원칙
  - ③ 명령일원화의 원칙
  - ④ 책임과 권한의 원칙
61. 콜센터 조직의 인력계획 활동에 대한 설명으로 가장 적절하지 않은 것은?
- ① 인사부문에 대한 계획 활동은 인력확보계획, 인력개발계획, 인력보상계획, 인력유지계획, 인력방출계획을 포함한다.
  - ② 인력배치계획은 고객지향적으로 구성하기보다 회사 내부의 관리지향적으로 구성해야 한다.

- ③ 기존인력의 기술목록에는 기술과 경험, 능력정보, 교육훈련, 인적사항 등이 포함된다.
- ④ 인력개발에 관한 계획활동에는 상담원의 현재 및 잠재능력의 측정과 상담원의 개발육구분석, 경력육구분석을 포함한다.
62. 텔레마케팅의 구성요소에 해당하지 않은 것은?
- ① 고객(Custmer)  
② 스크립트(Script)  
③ 콜센터(Call center)  
④ 데이터베이스(Database)
63. 텔레마케팅을 적용하기에 적합하지 않은 것은?
- ① 유권자                      ② 신시장 개척  
③ 제품 생산기술              ④ 신상품에 대한 관심도 조사
64. 통화품질과 텔레마케팅 모니터링의 차이점에 대한 설명으로 틀린 것은?
- ① 통화품질은 종합적 평가체제이고, 텔레마케팅모니터링은 상담원과 고객 간의 통화자체에서 느껴지는 상담의 질 정도를 평가한다.  
② 통화품질은 콜센터의 종합품질과 경쟁력을 동시에 평가하며, 텔레마케팅 모니터링은 콜센터 자체의 커뮤니케이션 능력의 정도를 평가한다.  
③ 통화품질은 주로 상담원 개개인의 전문능력을 평가하며, 텔레마케팅 모니터링은 인바운드, 아웃바운드 톨, 동시 통화량의 처리능력 등을 종합적으로 평가한다.  
④ 통화품질의 궁극적인 목적은 콜센터 경영의 질을 향상시키는 것이며, 텔레마케팅모니터링의 궁극적인 목적은 상담원의 상담의 질을 향상시키는 것이다.
65. 텔레마케터의 역할로서 옳지 않은 것은?
- ① 텔레마케터는 기업의 이미지 향상을 위해 노력해야 한다.  
② 상담을 통해 기록된 고객반응결과를 분석하여 경영정보를 제공한다.  
③ 텔레마케터는 회사의 업무나 제품에 대해 적극적으로 홍보하여야 한다.  
④ 고객의 특수한 요구나 고충 등은 관리자와의 협의를 통해 최선의 해결안을 모색해야 한다.
66. 텔레마케팅에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
- ① 정보통신 기술을 활용한다.  
② 시간을 효과적으로 관리하기가 어렵다.  
③ 훈련받은 인적자원에 의해 이루어진다.  
④ 기업의 마케팅 활동에 다양하게 사용될 수 있다.
67. 최근 인사고과의 경향에 해당되지 않는 것은?
- ① 임금관리 중심의 고과에서 능력개발 중심으로 변화  
② 연공서열 중심의 고과에서 성과 중심의 고과로 변화  
③ 목적별 고과에서 만능형 고과로 변화  
④ 상위자 주체의 고과에서 종업원 참가의 고과로 변화
68. 인바운드 콜센터의 운영 성과측정지표에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?
- ① 품질평가는 “목표 서비스 기간 내에 총 인입된 콜의 몇 %를 응답했는가?”를 측정하는 항목이다.

- ② CPH(Call Per Hour)는 “텔레마케터가 시간당 인입콜을 얼마나 많이 처리하였는가?”를 측정하는 항목이다.
- ③ 스케줄 고수율은 (콜 처리시간+콜 처리준비가 되어 있는 시간)/업무를 하도록 스케줄된 시간을 측정하는 항목이다.
- ④ 고객 만족도는 고객이 콜센터에 대해 느끼는 만족도를 측정하는 항목이다.
69. 상담원의 이직원인을 파악하기 위한 방법으로 가장 거리가 먼 것은?
- ① 360도 다면평가 실시  
② 상담사와 개별 미팅 수행  
③ 기존 이직 관련 인터뷰 분석  
④ 시장상황과 비교하여 직무 및 급여 수준 파악
70. 인바운드 콜처리 품질에 직접적인 영향을 미치는 요소가 아닌 것은?
- ① 콜센터 위치  
② 콜처리 평균시간 수준  
③ 콜상담 인력 투입 정도  
④ 콜처리 시스템 접근 수준
71. 다음 ( )에 알맞은 용어는?
- ( )란 상담원들의 고객 상담 및 서비스 품질의 강점과 약점을 평가하고 측정하기 위해 고객과의 call 상담내용을 듣거나 또는 multimedia를 통한 접촉내용을 관찰하는 모든 활동 및 과정이다.
- ① 코칭                              ② 스크립트  
③ 벤치마킹                        ④ QA(Quality Assurance)활동
72. 다음 ( )에 들어갈 알맞은 용어는?
- ( )은 신규 종업원에게는 직무환경에 자신의 능력을 적응시켜 효과적 직무수행에 도움을 주고 기존 종업원에게는 새로운 기술과 능력을 증진시켜 변화하는 환경에 능동적으로 대처하게 한다.
- ① 인사이동                        ② 보상관리  
③ 교육훈련                        ④ 경력개발
73. 인적자원개발을 위한 교육훈련 절차를 나타낸 것으로 옳은 것은?
- ① 목표설정→직무분석→교육시행→성과평가→보상과 개선  
② 목표설정→교육시행→직무분석→성과평가→보상과 개선  
③ 직무분석→목표설정→성과평가→교육시행→보상과 개선  
④ 직무분석→목표설정→교육시행→성과평가→보상과 개선
74. 통화품질에 대한 설명으로 가장 거리가 먼 것은?
- ① 통화품질이란 기업과 고객 간에 이루어지는 통화에서 느껴지는 품질의 정도를 말한다.  
② 하드웨어적인 품질과 소프트웨어적인 품질로 구분할 수 있다.  
③ 콜센터의 통화에 대한 종합적인 품질의 정도를 말한다.  
④ 불만고객과의 의사소통 수단으로 사용하는 DM 활동이다.

75. 스크립트를 작성하는 목적으로 틀린 것은?

- ① 텔레마케터가 주관적으로 상담하기 위해서 작성한다.
- ② 상담원의 능력과 수준을 일정수준 이상으로 유지시켜 준다.
- ③ 통화의 목적과 어떻게 대화를 이끌어 갈 것인가의 방향을 잡아준다.
- ④ 균등한 대화를 사용하여 정확한 효과를 측정하고 효율적인 운영체제를 구축한다.

#### 4과목 : 고객응대

76. 듣기와 말하기에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 다른 사람들이 전하는 메시지를 집중하여 듣는 것은 hearing이라고 한다.
- ② 사람들은 듣기보다 말하기를 선호하는 경향이 있다.
- ③ 효과적인 듣기를 위해서는 성급한 결론과 평가는 금물이다.
- ④ 동의할 수 있는 메시지의 부분을 찾아서 신중히 들은 후 상대방을 격려한다.

77. 상담대화모델에서 대화 진행 중 상담원과 고객이 주고받는 메시지에 포함되지 않는 것은?

- ① 성과                      ② 정보
- ③ 감정                      ④ 태도

78. FAQ(Frequently Asked Question) 작성 시 유의해야 할 점이 아닌 것은?

- ① FAQ는 전문적이고 고도화된 답변만을 엄선하여 올린다.
- ② FAQ는 반복적이고 잦은 질의응답에 대해서 답변하는 응답코너를 제시한다.
- ③ FAQ는 고객이 쉽게 이해할 수 있도록 분류하여 제시하면 더욱 효과적이다.
- ④ FAQ는 적절한 질문, 부적절한 질문 등의 검증을 거쳐 등록한다.

79. 다음 중 CRM 마케팅전략으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 통합적 마케팅 커뮤니케이션 전개
- ② 고객 맞춤형 커뮤니케이션으로 변화
- ③ 고객지향적 마케팅으로 변화
- ④ 매스미디어 마케팅 활동 중시

80. 고객가치를 측정하기 위한 데이터 마이닝 기법 중 기술모형 기법에 해당하지 않은 것은?

- ① 의사결정나무 분석                      ② 장바구니 분석
- ③ 계층적 군집 분석                      ④ 순차적 패턴 분석

81. 상담원이 갖추어야 할 용모와 복장의 기준으로 적합하지 않은 것은?

- ① 깔끔하고 단정한 용모, 복장을 갖춘다.
- ② 내적이미지와 외적이미지의 균형과 조화를 위해 노력한다.
- ③ 자신의 인격과 근무하는 기업의 이미지를 고려한다.
- ④ 목소리를 주로 사용하는 업무이므로 복장은 신경 쓸 필요가 없다.

82. CRM의 목적은 고객의 이익 극대화과 이를 통해 기업의 수

익성을 극대화하는 것이다. 다음 중 CRM의 목적 달성을 위한 특성이 아닌 것은?

- ① 목표시장과 목표고객에 대한 고객관계의 집중화에 노력한다.
- ② 고객과 관계를 유지하는 것보다는 다양한 상품 및 할인 정책을 제시하여 보다 더 많은 고객을 획득하는 것을 목적으로 한다.
- ③ 고객에 대한 이해와 반응을 분석하고, 고객의 욕구를 파악하여 고객이 원하는 상품을 만든다.
- ④ 기존고객 및 잠재고객을 위한 마케팅전략을 통해 고객 점유율을 높이는 전략이 필요하다.

83. 안정형 고객의 행동경향에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 대체적으로 인내심이 강하다.
- ② 자신의 의견을 말하기 보다는 듣고자 한다.
- ③ 상품 구매 결정이 신속히 이루어진다.
- ④ 질문에 대한 답변이 바로 나오지 않는다.

84. 의사소통에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 의사소통의 방법에는 언어적 방법과 비언어적 방법이 있다.
- ② 특정대상에게 구체적인 정보나 감정을 전달하는 것이다.
- ③ 욕구 충족을 위한 인간의 행동이다.
- ④ 의사전달→감정이입→정보교환의 순으로 나타난다.

85. 구매 후 고객관리에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 고객이 구입한 제품이나 서비스를 사용하는 과정 혹은 배달 및 운송에서 발생한 문제등에 대해 효과적이고 전문적인 상담을 수행한다.
- ② 고객이 구입한 제품의 결함, 정신적 또는 물질적 피해에 대한 보상을 요구했을 때 이미 판매한 이후의 일이므로 고객의 요구를 무마시킨다.
- ③ 고객들로부터 제품이나 서비스의 성능, 재질, 가격, 배송, 사후관리 등에 대한 만족도와 상담의 질에 대한 만족도를 측정·관리한다.
- ④ 고객의 정기적 또는 비정기적 온·오프라인상의 모니터링 참여를 유도하여 이를 마케팅정책이나 상담관리에 반영한다.

86. 마케팅 커뮤니케이션 분류에 속하지 않는 것은?

- ① 광고 커뮤니케이션
- ② 인적판매 커뮤니케이션
- ③ 감성 커뮤니케이션
- ④ PR과 퍼블리시티

87. 화난 소비자에 대한 상담기법으로 틀린 것은?

- ① 선입견으로 응대한다면 사무적으로 처리하면 반드시 반발을 사게 되므로 유의한다.
- ② 화난 소비자가 수고스럽지 않게 상담원이 모든 과정을 일괄적으로 처리한다.
- ③ 고객의 감정을 상하게 하지 않도록 불만내용을 끝까지 참고 듣는다.
- ④ 진실을 확인하고 변명하지 않으며 불만사항에 대하여 정중히 사고한다.

88. CRM 성공전략 중 시스템 통합수준의 성공요인이 아닌 것은?

- ① 후방조직 영역 활동의 종합적 관리  
② 전방조직 영역의 CRM활동의 자동화  
③ 조직 내 다른 정보 시스템과의 개별화  
④ 고객중심 업무처리절차 확립
89. 다음 중 인바운드 상담의 도입부분에 해당하지 않는 것은?  
① 니즈파악                      ② 첫인사  
③ 고객확인                      ④ 자기소개
90. 다음 스크립트에 관한 설명 중 가장 적합하지 않은 것은?  
① 잠재고객 또는 고객과 통화를 할 때 사용하는 대본과 같은 것으로써 고객과의 원활한 대화를 돕는다.  
② 스크립트는 통화 목적과 방향 설정이 명확해야 하고 효과적인 통화시간을 관리할 수 있다.  
③ 다양한 고객을 접하게 됨에 따라 스크립트는 지속적인 보완을 해야 한다.  
④ 효과적인 통화를 위해 반드시 상담원은 스크립트에 명시되어 있는 대로만 고객응대를 해야 한다.
91. 경어법에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?  
① 텔레마케터의 말은 그의 인격과 회사의 품격을 나타내므로 품위 있는 표현을 하도록 습관화한다.  
② 합쇼체(높임말씨)와 해요체(반 높임말씨)의 비율을 4:6으로 하는 것이 적당하다.  
③ 경어에는 상대를 높이는 존경어와 자신을 상대방보다 낮추어 간접적으로 상대방을 높이는 겸양어가 있다.  
④ 사물존칭은 고객에게 거부감을 주 수 있어 주의가 필요하다.
92. 조직 측면에서의 CRM 성공요인에 해당되지 않는 것은?  
① 최고경영자의 관심과 지원  
② 고객 및 정보 지향적 기업문화  
③ 전문 인력 확보  
④ 데이터 통합수준
93. 의사소통 방법 중 언어적인 메시지에 해당되지 않는 것은?  
① 말                              ② 편지  
③ 메일                              ④ 음성적 억양
94. 불만고객의 상담원척이 아닌 것은?  
① 불만의 정도나 깊이를 파악한다.  
② 회사의 규정과 기준에 대해 우선 설명한다.  
③ 상담원의 개인감정을 표출하지 않는다.  
④ 고객의 가치관을 바꾸려고 하지 않는다.
95. 마케팅 커뮤니케이션의 변화 트렌드로 옳지 않은 것은?  
① 시장이 세분화 되어가고 있다.  
② 상품이나 서비스에 대한 차별화된 광고메시지를 선별하는 것이 필요하다.  
③ 불특정 다수에게 광고하는 매스마케팅을 확대한다.  
④ 고객관의 장기적 관점에서의 통합적 마케팅커뮤니케이션이 필요하다.
96. 효과적인 커뮤니케이션을 위한 방안으로 볼 수 없는 것은?  
① 방어적 커뮤니케이션

- ② 메시지 전달자의감정이입 커뮤니케이션  
③ 메시지 수신자의 적극적 경청  
④ 수신자 중심의 정서적 화법 사용
97. 커뮤니케이션 채널에 대한 설명으로 틀린 것은?  
① 커뮤니케이션 채널은 발신자가 수신자에게 메시지를 전달하는데 사용되는 수단을 말한다.  
② 커뮤니케이션 채널은 크게 인적 채널과 비인적 채널로 나누어진다.  
③ 인적 채널은 발신자와 수신자 사이의 직접적인 접촉을 통한 커뮤니케이션 방법으로 대중매체와 인터넷과 같은 다이렉트 마케팅 도구들이 포함된다.  
④ 비인적 채널은 발신자와 수신자 사이의 직접적인 접촉 없이 메시지가 전달되는 방법으로 인쇄매체, 방송매체 등이 포함된다.
98. CRM에서 고객이 기업에게 기대하는 관계 구축의 요소로 볼 수 없는 것은?  
① 상호간의 신뢰                      ② 공정한 대우  
③ 단기적인 관계                      ④ 열린 대화 창구
99. 전화 상담에서 필요한 말하기 기법에 관한 설명으로 틀린 것은?  
① 전화로 이야기할 때에도 미소를 지으며, 중요한 단어를 강조하여 말한다.  
② 어조를 과장하여 억양에 변화를 주는 것은 소비자의 집중력을 약화시키므로 바람직하지 않다.  
③ 소비자가 말하는 속도에 보조를 맞추되, 상담원은 되도록 천천히 말하는 습관을 갖는 것이 좋다.  
④ 명확한 발음을 하기 위해 큰소리로 반복해서 연습하는 것이 필요하다.
100. 텔레마케팅을 통한 고객관리의 특징이 아닌 것은?  
① 고객과 상담원 간의 쌍방향커뮤니케이션이다.  
② 전화장치를 활용한 비대면 중심의 커뮤니케이션이다.  
③ 텔레마케팅에서는 비언어적인 메시지를 사용하지 않는다.  
④ 고객상황에 맞추어 융통성 있는 커뮤니케이션이 가능하다.

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