

1과목 : 유통상식

1. 소비자기본법(법률 제15696호, 2018.6.12., 일부개정)에서 소비자의 기본적 권리와 책무에 관한 조항으로 옳지 않은 것은?

- ① 물품 등을 선택함에 있어서 필요한 지식 및 정보를 제공 받을 권리
- ② 합리적인 소비생활을 위하여 필요한 교육을 받을 책무
- ③ 소비자 스스로의 권익을 증진하기 위하여 단체를 조직하고 이를 통하여 활동할 수 있는 권리
- ④ 물품등의 사용으로 인하여 입은 피해에 대하여 신속·공정한 절차에 따라 적절한 보상을 받을 권리
- ⑤ 안전하고 쾌적한 소비생활 환경에서 소비할 권리

2. 유통산업발전법(법률 제14997호, 2017.10.31., 일부개정)에서 정의한 용어 및 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① “매장”이란 상품의 판매와 이를 지원하는 용역의 제공에 직접 사용되는 장소를 말한다.
- ② “대규모점포”란 하나 또는 둘이상의 연접되어 있는 건물 안에 하나 또는 여러 개로 나누어 설치되는 매장으로 상시 운영되며, 매장면적의 합계가 2천제곱미터 이상이어야 한다.
- ③ “전문상가단지”란 같은 업종을 경영하는 여러 도매업자 또는 소매업자가 일정지역에 점포 및 부대시설 등을 집단으로 설치하여 만든 상가단지를 말한다.
- ④ “유통표준코드”란 상품·상품포장·포장용기 또는 운반용기의 표면에 표준화된 체계에 따라 표기된 숫자와 바코드 등으로서 산업통상자원부령으로 정하는 것을 말한다.
- ⑤ “무점포판매”란 상시 운영되는 매장을 가진 점포를 두지 아니하고 상품을 판매하는 것으로서 산업통상자원부령으로 정하는 것을 말한다.

3. 아래 글상자에 해당하는 제품들을 주로 취급하는 소매업태로 옳은 것은?

일용잡화, 상비 의약품, 남성용 크림, 여성용품, 건강식품, 화장품, 비타민, 치약, 샴푸 등

- ① 드럭스토어(drug store)
- ② 파머스 마켓(farmer's market)
- ③ 테마파크(theme park)
- ④ 전문점(specialty store)
- ⑤ 아웃렛 스토어(outlet store)

4. 도매상의 제조업자를 위한 유통기능으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 시장확보기능 ② 시장정보기능
- ③ 재고유지기능 ④ 주문처리기능
- ⑤ 판매촉진기능

5. 수직적 유통경로 시스템 중 계약형에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 제조업자가 유통경로를 소유하고 경영하는 경우 전방통합이라 한다.
- ② 도매상이나 소매상이 제조시설을 보유한 경우 후방통합이라 한다.
- ③ 치킨, 피자 등 간이음식의 프랜차이즈 본부와 가맹점으로 구성된다.

- ④ 시스템의 핵심은 머천다이징 계획협정을 기본으로 한다는 것이다.
- ⑤ 가맹점의 점주는 상품기획 및 판촉자료 제작에 최선을 다해야 한다.

6. 선매품에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 많은 검색을 통해 구매를 결정하는 재화
- ② 보통은 편의품에 비하여 매출이익률이 높음
- ③ 보통은 편의품에 비하여 상품회전율이 낮음
- ④ 구매횟수가 매우 적고 고가품에 해당하는 소비재
- ⑤ 구두, 양복 등은 선매품에 해당함

7. 아래 글상자 (㉠)과 (㉡)에 들어갈 용어가 순서대로 옳게 나열된 것은?

유통경로구성원의 기능에서 (㉠)은 제조업체에서 소비자의 방향으로 이루어지는 기능을 의미하고, (㉡)은 소비자에서 제조업체의 방향으로 이루어지는 기능을 의미한다.

- ① ㉠ 쌍방향흐름기능, ㉡ 전방향흐름기능
- ② ㉠ 전방향흐름기능, ㉡ 후방향흐름기능
- ③ ㉠ 후방향흐름기능, ㉡ 전방향흐름기능
- ④ ㉠ 전방향흐름기능, ㉡ 쌍방향흐름기능
- ⑤ ㉠ 쌍방향흐름기능, ㉡ 쌍방향흐름기능

8. 유통부문의 환경변화에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 정보기술의 발달로 소비자의 구매성향 파악이 용이해졌다.
- ② 의류, 가공제품, 생활용품 등을 판매하는 대형 유통업체가 제조업체에 비해 우월한 지위를 가지기 시작했다.
- ③ 기존에 비해 소비자들이 탈개성화 되어 대량유통이 가능해졌다.
- ④ 제품의 품질이 상향 평준화 되어 제품 자체만으로는 경쟁이 어려운 경우가 발생했다.
- ⑤ 가격경쟁의 심화로 인해 업체간 유통비용에 대한 관심이 높아졌다.

9. 정-반-합의 논리에 따라 '전통적인 식품점-슈퍼마켓-셀프서비스형 식품점'이나 '백화점-할인점-할인백화점'의 등장을 설명할 수 있는 이론은?

- ① 소매수레바퀴의 가설(Wheel of Retailing)
- ② 아코디언 이론(Retail Accordion)
- ③ 자연도태설(Natural Selection)
- ④ 변증법적 과정(Dialectic Process)
- ⑤ 소매수명주기의 가설(Retail Life Cycle)

10. 프랜차이즈 시스템의 구성과 역할에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 프랜차이즈란 프랜차이즈의 체인본부를 의미한다.
- ② 슈퍼바이저란 매장 내에서 제품을 책임지고 판매하는 사람을 의미한다.
- ③ 체인본부는 매스컴 등을 활용해 브랜드 인지도를 높이려 노력한다.
- ④ 가맹점주는 인지도가 높은 체인에 가입하여 비교적 안정적인 수입을 얻고자 기대한다.

⑤ 프랜차이즈란 프랜차이즈의 체인가맹점을 의미한다.

11. 유통흐름 상 경로구성원이 가지는 역할 중 도매업자의 주요 역할로 옳지 않은 것은?

- ① 제품의 집하, 분산 기능 ② 가격인하기능
③ 물류기능 ④ 위험분산기능
⑤ 정보전달기능

12. 직업윤리의 5대 원칙 중 객관성의 원칙에 대한 내용으로 옳은 것은?

- ① 업무관련하여 정직하게 수행하고, 신뢰를 유지한다.
② 전문가로서의 능력과 의식을 가지고 책임을 다한다.
③ 법규를 준수하고 경쟁원리에 따라 공정하게 행동한다.
④ 업무의 공공성, 공사를 명확히 구분하고 투명하게 처리한다.
⑤ 고객에 대한 봉사를 최우선으로 하며, 고객만족을 추구한다.

13. 조직의 기본원칙에 해당하지 않는 것은?

- ① 직무책임, 권한, 의무가 대등한 삼면등가의 원칙
② 지시를 전달받는 경로가 단일한 명령통일의 원칙
③ 한 사람의 관리자가 감독하는 범위를 정하는 통제범위의 원칙
④ 분업을 할 경우 관련된 업무끼리 묶어서 전문적으로 수행하게 한다는 전문화 원칙
⑤ 직무 일부를 부하에게 위임할 경우 반드시 관리감독을 해야 한다는 권한위양의 원칙

14. 직장 내 성희롱에 대한 각각의 역할과 대응에 대한 설명 중 옳지 않은 것은?

- ① 사업주는 성희롱예방교육을 매년 1회 이상 전 직원을 대상으로 실시해야 한다.
② 고충상담원은 성희롱 고충상담 신청을 받은 경우에는 지체 없이 상담에 응해야 한다.
③ 동료가 성희롱 피해를 입은 사실을 인지하게 된 경우, 지체 없이 관계 기관에 신고해야 한다.
④ 관리자는 조직 내 성희롱예방규정에 대하여 잘 알고 있어야 하며, 피해자 보호 원칙 또한 구체적으로 알고 있어야 한다.
⑤ 피해자가 행위자의 언행을 사내 게시판에 글로 올리는 경우 법적으로 명예훼손으로 인한 고소 등의 문제가 발생할 수 있으므로 유의해야 한다.

15. 매일 매장을 오픈하기 전 준비해야 하는 사항에 관한 설명 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 구매시점(POP)의 위치와 이상 여부를 확인한다.
② 담당 구역의 청결여부를 확인한다.
③ 가격표가 정해진 위치에 잘 부착되어있는지 확인한다.
④ 흐트러진 상품을 정리정돈한다.
⑤ 천정과 조명기구 등을 포함한 시설 대청소를 실시한다.

16. 판매원이 갖추어야 할 태도와 관련된 설명 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 시장지식, 상품지식 등과 같은 각종 지식을 갖춘다.
② 자신의 기술을 확실히 익혀 실천한다.
③ 적극적인 사고를 통해 행동하는 것을 습관화한다.
④ 습득한 지식을 고객을 위해 바르게 실천하려는 의지를

갖는다.

⑤ 모든 문제해결에 있어 회사의 이익을 최우선으로 고려하여 문제를 축소시킨다.

17. 경청을 통한 효용에 해당되지 않는 것은?

- ① 들어준다는 사실이 고객의 기분을 좋게 한다.
② 들어줌으로써 자연스럽게 효과적으로 대화를 리드할 수 있다.
③ 고객은 판매원이 경청하는 것을 실감하면 본래 원했던 속마음을 표현할 수 있게 된다.
④ 들어줌으로써 미안함을 느끼게 하여 구매를 유도할 수 있다.
⑤ 고객과 호흡을 맞추면서 경청하는 태도는 고객과의 공감대를 형성한다.

18. 판매원의 고객불만 해결 방법으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 고객에게 정중하게 사과한다.
② 고객의 분노에 깊이 공감한다.
③ 고객의 불만을 끝까지 경청한다.
④ 일단은 시간을 끌면서 화가 풀릴 때까지 기다린다.
⑤ 고객이 납득할 수 있는 해결방안을 제시한다.

19. 다음의 설명에 해당하는 도매상으로 가장 옳은 것은?

- 석탄, 목재, 종장비 등과 같은 제품을 대량으로 구매계약하고 생산자의 창고나 보관장소에 그대로 두지만 제품에 대한 소유권은 도매상이 갖는다.
- 소매상과 접촉하며 계약을 체결하고 제품은 공급자나 생산자가 직접 소매점에 선적 및 운반하도록 하기 때문에 도매상은 물적흐름에는 관여하지 않는다.
- 소매상이나 혹은 산업소비자로부터 주문이 오면 생산자가 구매자에게 배송하도록 하고 대금만 회수하기 때문에 소매상은 직접 재고를 보유하지 않는다.

- ① 대리 도매상(agent wholesaler)
② 직송 도매상(drop shipper)
③ 트럭 도매상(truck jobber)
④ 완전서비스 도매상(full service wholesaler)
⑤ 현금 무배달 도매상(cash and carry wholesaler)

20. 소매상의 분류에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 점포의 유무에 따라 점포 소매상과 무점포 소매상으로 분류된다.
② 소유 및 운영주체에 따라 크게 독립소매기관과 체인으로 분류된다.
③ 상품의 다양성 및 구색에 따라 구분하면 백화점과 전문점은 동일한 유형에 해당된다.
④ 마진과 회전율로 소매상을 구분하는 것은 상품구성전략에 의한 분류이다.
⑤ 고객이 필요로 하는 모든 서비스를 판매원들이 제공하는 전문점이나 백화점은 완전서비스 소매상에 속한다.

2과목 : 판매 및 고객관리

21. 판매자가 제품이나 서비스에 대해 알아야 할 5W2H에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① where - 사용장소 : 어디에서 사용되는가?
- ② who - 사용자 : 누가 사용하는가?
- ③ why - 사용목적 : 왜 사용하는가?
- ④ when - 사용시기 : 언제 사용하는가?
- ⑤ how much - 사용방법 : 어떻게 사용하는가?

22. 고객이 매장 직원에게 불평 사항을 전달하고자 할 때, 매장 직원이 취해야 할 불평처리 방법으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 고객 말을 막지 않고 끝까지 정중한 예의로 경청한다.
- ② 판매사원 개인을 향한 클레임이 아님을 알고 감정적으로 대처하지 않는다.
- ③ 도가 지나친 요구는 서투르게 결론을 내리지 않고 신중히 대처한다.
- ④ 고객의 불평이 감지되면 불평을 듣지 않고 바로 상급자에게 인계한다.
- ⑤ 선입관에 사로잡히지 말고 쓸데없는 말을 최대한 삼간다.

23. 아래 글상자에서 설명하는 용어로 옳은 것은?

- 제품 카테고리에 구매받지 않고 관련 상품을 병행하며 진열함으로써 판매를 증가시키는 판매방법
- 예를 들어, 슈퍼마켓의 면 제품 코너 부문 옆에 스파게티 소스를 진열하는 사례

- ① 크로스 머천다이징(Cross merchandising)
- ② 글로벌 머천다이징(Global merchandising)
- ③ 팀 머천다이징(Team merchandising)
- ④ 비주얼 머천다이징(Visual merchandising)
- ⑤ 매입정책

24. 상품구색에 대한 내용으로 옳지 않은 것은?

- ① 상품구색의 깊이를 깊게하기 위해 품목수를 늘리면 특정 상품 계열은 충실한 품목구성을 유지할 수 있으나, 다양한 상품 계열을 취급하기 어려워 상품구색의 넓이가 좁아질 수 있다.
- ② 상품구색의 일관성이란 점포에서 취급하는 각 상품계열 사이에 상호 관련성이 어느 정도 있는가를 나타내는 기준이다.
- ③ 상품 구색의 깊이가 깊고 상품계열 수가 많아 구색의 넓이가 넓은 경우 소비자를 점포로 흡입할 수 있는 능력이 좋아 상권을 크게 할 수 있다.
- ④ 얇고 넓은 상품구색을 채택하는 유통기업은 매출액 회전율이 높지 않은 품목은 제거하고 회전율이 높은 품목만을 취급하는 경향이 있다.
- ⑤ 깊고 좁은 상품구색을 채택하는 유통기업은 다양한 상품 선택의 기회를 제공함으로써 고객의 욕구를 충족시키려 한다.

25. 아래 글상자의 보기 중 생활필수품에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ㉠ 소비자는 정기적, 반복적으로 구매한다.
- ㉡ 가격변화에 대하여 총수요가 탄력적이다.
- ㉢ 대량생산방식에 의해 생산되고 제품 수명주기가 매우 짧다.
- ㉣ 상표 차이에 따라 가격차가 매우 크다.
- ㉤ 상품의 소재, 디자인, 색상, 품질 등의 미묘한 차이에 의해 품목이 분류되고 차별화가 시도된다.
- ㉥ 일반적으로 상품의 가격이 낮다.

- ① ㉠, ㉢
- ② ㉢, ㉤
- ③ ㉠, ㉤
- ④ ㉡, ㉢, ㉤
- ⑤ ㉡, ㉣, ㉤

26. 아래 글상자가 설명하는 상품 진열 범위로 옳은 것은?

- 컬러 코디네이션(Color Coordination)에 의한 효과 또는 계절감 연출로 활용한다.
- 상품을 진열할 때에는 화려하게 분위기 연출을 위한 진열을 한다.
- 샘플 진열이나 색채 조절에 용이하다.

- ① Golden Line
- ② Stock Space
- ③ Semi Stock Space
- ④ Mood Space
- ⑤ Bottom Line

27. 아래 글상자의 내용에 부합되는 매장효율성의 중요한 측정 지표(KPI)로 가장 옳은 것은?

이것은 통로 한쪽 끝에서 다른 쪽 끝까지 완전히 통과하지 못한 고객들의 비율을 의미한다. 즉, 통로 입구에서 출발한 고객이 무언가를 선택한 다음 앞으로 나아가는 대신 중도에 걸음을 돌리는 비율을 측정하여 계산한 것을 말한다.

- ① 회전율(Turnover rate)
- ② 레버리지 비율(Leverage rate)
- ③ 회귀율(Homing rate)
- ④ 반품률(Return rate)
- ⑤ 부메랑 비율(Boomerang rate)

28. 점포의 외관에 대한 내용으로 옳지 않은 것은?

- ① 점포의 외관은 통행인이나 자동차 승객들의 눈에 뚜렷하게 구별될 수 있는 시각성이 좋아야 한다.
- ② 점포의 외관이 목표소비자를 선별하는 기능을 수행하길 원한다면 목표소비자가 아닌 사람은 자사점포를 출입하지 않도록 해야 할 필요가 있다.
- ③ 대중을 상대로 하는 소비자 흡인형 점포는 입구와 내부를 밝게 한다.
- ④ 소비자 흡인형 점포는 통로를 명확하고 넓게 설정해야 한다.
- ⑤ 점포의 바닥과 점포 밖 보도의 높이를 가능한 다르게 해야 한다.

29. 아래 글상자의 ()안에 들어갈 용어로 옳은 것은?

()은(는) 마케팅의 목적을 효율적으로 달성할 수 있도록 특성의 타겟(Target)에 적합한 특정상품이나 서비스를 조합하여 진열·판매하는 활동을 말한다. 즉 고객이 흥미를 느끼도록 제품의 시각적인 매력을 복합적으로 표현하여 상품을 진열함으로써 타겟 고객의 구매욕구를 자극하기 위한 것이다.

- ① IP(Item Presentation)
- ② PP(Point of Sale Presentation)
- ③ VP(Visual Presentation)
- ④ POP(Point of Purchase) advertising
- ⑤ VMD(Visual Merchandising)

30. 아래 글상자가 설명하는 레이아웃의 종류로 옳은 것은?

- 진열 쇼케이스, 진열대, 계산대 등이 직각상태로 배치된 것으로 소비자가 원하는 상품을 찾기가 용이한 레이아웃이다.
- 슈퍼마켓, 카테고리 킬러, 대형마트 및 참고형 클럽 등의 업태에서 주로 이용된다.

- ① 자유형 레이아웃 ② 경주로형 레이아웃
- ③ 수평형 레이아웃 ④ 격자형 레이아웃
- ⑤ 수직형 레이아웃

31. 자사 제품 라인에 비대칭적인 열등한 속성을 보유한 새로운 브랜드를 추가하면 추가된 브랜드에 비해 기존브랜드가 훨씬 좋아 보인다는 개념을 설명하는 용어로 옳은 것은?

- ① 부분적 리스트 제시효과 ② 유인효과
- ③ 교환대조효과 ④ 타협효과
- ⑤ 구성효과

32. 포장에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 포장은 용기를 포함하여 제품을 감싸는 물체를 총칭하는 것이다.
- ② 포장은 제품에 대해 고객이 호의적인 인상을 가지고 구매의사 결정을 내리는 것과는 무관하다.
- ③ 포장의 본원적 기능은 제품의 보호이다.
- ④ 포장은 유통업체와 소비자에게 운반용이성을 제공한다.
- ⑤ 포장은 제품의 이미지를 향상시켜 주는 기능을 갖는다.

33. 대형마트나 슈퍼마켓 등에서 식품시식판매를 쉽게 볼 수 있다. 다음 중 식품시식매장의 매출 증대를 위한 판매기법으로 옳지 않은 것은?

- ① 시식 식품, 시식 용기부터 시식 담당자 차림새까지 최대한 청결을 유지한다.
- ② 거리낌 없이 시식할 수 있는 분위기를 만들어 자연스러운 구매가 이뤄지도록 한다.
- ③ 주력 상품의 경우 한 번의 시식이 아닌 지속적이고 반복적인 시식 계획을 통해 인지도를 높인다.
- ④ 시식 기간이 끝난 후에도 매출을 유지해야 하므로 평상시 진열위치를 알려준다.
- ⑤ 가능한 한 다양한 손님들을 만나야 하므로 매장 내 위치를 바꿔가며 시식을 진행한다.

34. MOT(Moment Of Truth)에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① MOT는 고객이 기업의 종업원 또는 특정 자원과 접촉하는 순간을 의미한다.
- ② 여러 번의 결정적 순간 중 한 가지만 나쁜 경우에도 한 순간에 고객을 잃어버릴 수 있다.
- ③ MOT는 지극히 짧은 순간에 이루어지기 때문에 서비스 품질에 대한 인상을 좌우하지는 않는다.
- ④ 호텔 같은 경우 소비자가 로비에 들어섰을 때에도 MOT가 발생할 수 있다.
- ⑤ MOT는 서비스 품질에 대한 인식에 결정적인 역할을 하기 때문에 흔히 결정적 순간으로도 부른다.

35. 올바른 판매화법으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 부정형으로 이야기하지 말고 긍정형으로 이야기한다.
- ② 명령형으로 이야기하지 말고 부탁형으로 이야기한다.
- ③ 칭찬과 감사의 말을 자주 사용한다.
- ④ 거절할 경우에는 말끝을 단호하게 끝낸다.
- ⑤ 공감과 동의를 표현하며 따뜻하게 이야기한다.

36. 아래 글상자의 설명과 관련이 깊은 서비스의 특성으로 옳은 것은?

- 조용한 레스토랑에서 크게 떠드는 사람들로 인해 다른 고객들에게 부정적인 경험이 만들어짐
- 극장에서 영화 상영 중 관람객들의 웃음으로 인해 다른 관람객들이 더 즐거워지는 관람 경험이 만들어짐

- ① 무형성 ② 비분리성
- ③ 소멸성 ④ 이질성
- ⑤ 저장성

37. 상품과 서비스의 관계를 분류한 자료이다. ㉠~㉥에 속하는 상품이나 서비스의 설명과 그 예로 옳지 않은 것은?

㉠ 순수유형상품	→	< 유형성 - 제품 >
㉡ 서비스가 포함된 유형상품	→	↑ ↓
㉢ 혼합상품	→	
㉣ 유형상품이 포함된 무형상품	→	
㉤ 순수무형상품	→	< 무형성 - 서비스 >

- ① ㉠ - 서비스 요소가 전혀 없는 제품으로 설탕, 소금, 차약
- ② ㉡ - 무형성이 우세하나 유형이 부가된 유형상품으로 TV, 에어컨 판매와 판매 후 서비스
- ③ ㉢ - 제품과 서비스가 동등한 상품으로 레스토랑의 좋은 서비스와 좋은 음식
- ④ ㉣ - 항공사가 판매하는 비행기의 탑승권과 제공되는 제반 서비스
- ⑤ ㉤ - 무형적 서비스가 우세하고 유형서비스는 고객들이 관심이 없는 것으로 법률, 세무상담

38. 아래 글상자의 상황에서 가장 적절한 서비스품질 측정 방법(도구)은 무엇인가?

훈련된 사회자의 주도하에 보통 8~12명의 고객들이 자신이 받은 서비스 체험에 대해 토론을 한다. 기업의 서비스품질 향상을 위해 참여자들이 자신의 견해를 자유롭게 표현하고 다른 제안에 대해서도 의견을 제공한다.

- ① 고객 불평 호소에 대한 보고서
- ② 판매 후의 설문 조사
- ③ 고객 포커스 그룹 인터뷰
- ④ 종업원 설문조사
- ⑤ 전체 시장에 대한 서비스품질 설문 조사

39. 파생서비스(Derived service)는 유형상품으로부터 파생되는 가치라 정의된다. 즉 상품자체가 아니라 상품에 의해서 제공되는 서비스를 의미한다. 다음 중 파생서비스로 보기에 가장 옳지 않은 것은?

- ① 택시에 의한 이동서비스
- ② 의약품에 의한 의료서비스
- ③ 미용 가위에 의한 미용서비스
- ④ 컴퓨터에 의한 정보와 자료정리서비스
- ⑤ 법률법인의 법률자문서비스

40. 판매촉진 수단 중 경품에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 점포에 비치된 유효한 양식을 채움으로써 특정한 부상을 받을 수 있는 선택권을 부여하는 촉진방법이다.
- ② 참여가 쉽고 시간이 덜 소요되기 때문에 강한 소구력을 가진다.
- ③ 장기적인 매출증대 효과를 얻기 위한 촉진 방법이다.
- ④ 직접적인 매출증대 효과를 얻기 위한 판촉수단으로 이용된다.
- ⑤ 소비자와의 호의적 거래관계를 형성하는데 도움이 된다.

41. 아래 글상자의 ()안에 들어갈 용어로 옳은 것은?

과거에는 광고, 판매촉진, 인적판매, PR 등 마케팅수단들이 각자의 역할을 수행할 수 있었다. 하지만 정보기술의 발달, 소비자 욕구의 다양화, 데미터베이스의 등장, 시장의 세분화 등으로 인해 각각의 마케팅 의사소통 수단들은 그 효용이 점차 떨어졌다. 이에 광고, 판매촉진, 인적판매, PR 등의 마케팅 도구들을 통합적인 관점에서 적절하게 결합, 조정하는 새로운 개념인 ()이(가) 등장하게 되었다.

- ① IMC(Integrated Marketing Communication)
- ② EDI(Electronic Data Interchange)
- ③ POS(Point Of Sales)
- ④ CRM(Customer Relationship Management)
- ⑤ SCM(Supply Chain Management)

42. 상용고객 프로그램에 대한 설명으로 옳은 것을 모두 고르면?

㉠ 고객의 충성도에 대해 보상함으로써 일시적 구매를 구축하고자 설계된 촉진이다.
㉡ 미래 잠재고객을 대상으로 하는 촉진이다.
㉢ 일정기간 동안 단수의 구매를 필요로 한다.
㉣ 구매자의 거래실적을 추적할 수 있는 공식적인 방법이다.

- ① ㉠
- ② ㉡
- ③ ㉢
- ④ ㉠, ㉡
- ⑤ ㉠, ㉢

43. 판매원이 고객 응대 시 주의해야하는 것으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객의 의견에 즉시 반대하는 “안됩니다.” 등의 말은 삼가한다.
- ② “사기 싫으면...” 등의 격렬한 말투로 이야기 하지 않는다.
- ③ “바빠 죽겠는데...” 등의 혼자말로 꾸짖어지지 않는다.
- ④ “이 곳에 처음 와보시는가 보네요.” 등의 비꼬는 식으로 이야기하지 않는다.
- ⑤ 고객의 의견을 듣던 중에 의문이 생기더라도 질문을 하는 것은 예의에 어긋나는 것이므로 질문하지 않는다.

44. 아래 글상자의 ()안에 들어갈 용어로 옳은 것은?

()은 소비자가 그 제품을 구매하기 위해서 특별한 노력을 기울이는 제품으로서, 높은 제품차별성, 높은 소비자 관여도, 특정브랜드에 대한 강한 충성도(brand royalty)로 특징지어진다. 예를 들어, 스포츠카, 고급향수 등이 이에 해당한다.

- ① 편의품
- ② 전문품
- ③ 선매품
- ④ 충동품
- ⑤ 긴급품

45. 마케팅 믹스 7P전략에는 물리적환경(Physical evidence), 프로세스(Process), 사람(People)이 포함되어 있다. 다음 중 그 예시가 올바르게 짝지어진 것은?

- ① 물리적 환경(Physical evidence) - 고정고객관리제도
- ② 물리적 환경(Physical evidence) - 오피니언리더
- ③ 프로세스(Process) - 동기부여제도
- ④ 프로세스(Process) - 마일리지제도
- ⑤ 사람(People) - 직원의 유니폼

전자문제집 CBT PC 버전 : www.comcbt.com
전자문제집 CBT 모바일 버전 : m.comcbt.com
기출문제 및 해설집 다운로드 : 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	①	⑤	③	④	②	③	④	②
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
②	④	⑤	③	⑤	⑤	④	④	②	③
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
⑤	④	①	⑤	③	④	⑤	⑤	⑤	④
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
②	②	⑤	③	④	②	②	③	⑤	③
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
①	③	⑤	②	④					