

중 옳지 않은 것은?

- ① 남성 위주의 여성차별을 없애고 여성에 대한 성적 조롱이나 언행을 해서는 안 된다.
- ② 남성과 여성과 함께 일해야 할 동등한 동반자로서 인식해야 한다.
- ③ 여성 자신들도 사회의 한 구성원으로서 당당하게 업무에 임해야 한다.
- ④ 평상시는 남녀평등을 주장하지만 힘들거나 곤란한 일이 생기면 여자니까 봐달라는 기회주의적 태도는 지양해야 한다.
- ⑤ 약자 우선의 원칙에 의거 어느 정도 불공정한 경쟁은 수용할 수 있으나 진정한 선의경쟁이 이루어지도록 남녀간의 상호 노력을 해야 한다.

11. 소매업의 변화 추세 및 사례에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 소매업체 자체상표의 위력 증가: 유통업체의 PB(private brand) 인기 상승
- ② 소매점의 양극화 현상: 하이테크(할인점), 하이터치(전문점) 양극화
- ③ 경로지배력의 변화: 경로지배력이 소매우위에서 제조우위로 변화
- ④ 강력한 소매기업의 등장: 할인점, 카테고리킬러, 회원제 창고형도소매업 출현
- ⑤ 편의제공의 중요성 증대: 휴식공간, 현금인출기, 문화센터 등 운영

12. 판매원과 고객과의 관계에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 판매원과 고객은 서비스를 창출하는 과정에서 상호작용이 이루어진다.
- ② 성공적인 소매점 서비스 성과를 얻기 위해서는 판매원은 부수적이고 고객의 욕구에만 집중하여야 한다.
- ③ 판매원과 고객의 상호작용이 서비스 경험에 대한 고객지각에 강력한 영향을 미친다.
- ④ 고객들은 서비스를 제공하는 판매원의 자세를 통해 서비스 경험의 품질을 판단한다.
- ⑤ 판매원의 만족과 고객의 만족은 연쇄적으로 서비스기업의 수익성으로 이어진다.

13. 청소년보호법(법률 제 17091호, 2020.3.24., 타법개정)에서 청소년유해매체물의 유통규제와 관련된 규정에 해당하지 않는 것은?

- ① 비포장 의무 ② 표시 의무
- ③ 판매 금지 ④ 방송시간 제한
- ⑤ 광고선전 제한

14. 다음 중 소매업태 특성에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 편의점: 편리성을 추구하는 긴 영업시간
- ② 슈퍼마켓: 식료품을 중심으로 다양한 상품을 판매하는 셀프 서비스 방식
- ③ 회원제 도매클럽: 일정액의 연회비를 받고 회원들에게 할인된 가격으로 판매
- ④ 하이퍼마켓: 특정한 분야의 상품을 전문적으로 취급하는 전문 할인점
- ⑤ 아웃렛: 일반적으로 정상 판매 후 남은 상품 등의 처분을 위해 제품을 저렴하게 판매

15. 유능한 영업관리자가 되기 위해 갖추어야 할 성격적 특성으

로 옳지 않은 것은?

- ① 자신의 능력과 자질에 대한 자신감을 바탕으로 어떠한 어려움이나 문제도 해결해 나갈 수 있다는 마음가짐이 필요하다.
- ② 외부의 환경변화에 수동적으로 적응해 나가는 자세가 필요하다.
- ③ 많은 사람과 좋은 관계를 유지해야 하고, 자신의 이득보다는 주변 사람들의 발전을 먼저 생각하는 자세가 필요하다.
- ④ 여러 가지 업무를 무리 없이 수행하기 위한 열정이 필요하다.
- ⑤ 특수한 문제일 경우 창의적인 해결능력을 갖출 필요가 있다.

16. 옴니채널(omni-channel)에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 옴니채널(omni-channel)은 멀티채널(multi-channel)에서 한 단계 더 진화한 형태이다.
- ② 모든 쇼핑채널을 유기적으로 결합하여 온·오프라인의 다양한 채널에서 고객편의의 극대화가 이루어진다.
- ③ 독립적으로 운영되던 채널들을 유기적으로 통합하여 서로의 부족한 부분을 메워주는 보완적 관계를 갖는다.
- ④ 채널 간의 불필요한 경쟁은 온·오프라인의 판매실적을 통합함으로써 해결한다.
- ⑤ 각각의 매장에서 파는 물건은 동일한 회사에서 공급하지만 매장별로 다른 가격 혹은 독립적 프로모션을 제공한다.

17. 아래 글상자 ㉠~㉡에 들어갈 유통형식을 나열한 것으로 옳은 것은?

구분	직접유통	간접유통
점포유통	㉠	㉡
무점포유통	㉢	㉣

- ① ㉠ 가전업체 직영점, SSM(Super SuperMarket)
- ② ㉡ 대형마트, 홈쇼핑 채널 활용 의류업체
- ③ ㉢ 화장품 방문판매, 보험 상품 인터넷판매
- ④ ㉣ 중소슈퍼, 오픈마켓을 통한 생활용품 판매업체
- ⑤ ㉠ 의류업체 전속대리점, 농축산물 인터넷 직거래

18. 아래 글상자에서 할인점(discount store)의 원가 절감방안으로 옳은 것을 모두 고르면?

- ㉠ 체인화를 통한 대량 구매의 실현
 ㉡ 셀프서비스 시스템 도입에 의한 인력 비용 절감
 ㉢ 건물 및 내부장식에 대한 투자 최소화
 ㉣ 소매업체 자체상표(private brand)의 도입

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

19. 매장 내에서의 판매원의 자세로 옳지 않은 것은?

- ① 부드럽고 밝은 표정을 담은 채 시선은 고객의 태도나 동작을 관찰한다.
- ② 고객에 신속히 응대할 수 있는 가장 편리한 장소에 위치한다.

- ③ 고객의 쇼핑을 보조하기 위해 적극적으로 고객의 공간으로 들어가 고객 시선의 정면에서 응대한다.
- ④ 오픈 전에 POP와 진열대 및 매장바닥을 깨끗하게 청소하여 쾌적하게 공간을 관리한다.
- ⑤ 매장에 손님이 없다면 상품이 제 자리에 잘 진열되어 있는지 진열량은 적절한지 상품을 점검한다.

20. 아래 글상자에서 유통채널의 진화과정 순서가 옳게 나열된 것은?

- ㉠ 전통시장 단계
㉡ 소매업체 성장 단계
㉢ 소매업체 국제화 단계
㉣ 제조업체 국제화 단계
㉤ 제조업체 우위 단계

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

2과목 : 판매 및 고객관리

21. 고객을 응대할 때 사용하는 화법으로 가장 옳은 것은?

- ① ○○씨, 반갑습니다.
② 오른쪽! 오른쪽 복도로 가세요.
③ 카드결제를 위해 여기에 서명이요.
④ 결제 됐는지 확인 부탁드립니다.
⑤ 찾으시는 제품은 왼쪽 선반에 있을 거 같은데요.

22. 가구를 가정에서 배치했을 때의 방의 모습을 미리 보여줄 수 있도록, 연관되는 품목들을 한 공간에 함께 진열하여 보여주는 방식의 진열로 가장 옳은 것은?

- ① 전면(frontage) 진열 ② 색상별 진열
③ 용도별 진열 ④ 스타일별 진열
⑤ 라이프스타일 진열

23. 아래 글상자에서 설명하는 용어로 옳은 것은?

- 구입했던 상품의 하자를 주장하며 과한 보상 요구를 하거나 반품, 환불을 넘겨 무리한 보상금을 요구하는 소비자
- 비윤리적으로 불만을 표출하거나 불법적인 행동을 일삼는 소비자
- 막무가내식 행동을 취하거나 매장에서 횡포를 부리는 소비자
- 사회적인 파장을 기업에게 위협하며 관련 내용을 유포하겠다고 협박하는 소비자

- ① 화이트 컨슈머(white consumer)
② 블랙 컨슈머(black consumer)
③ 그린슈머(greensumer)
④ 프로슈머(prosumer)
⑤ 팬슈머(fansumer)

24. 브랜드의 구성요소로서 가장 옳지 않은 것은?

- ① 이름(name) ② 로고(logo)
③ 심볼(symbol) ④ 슬로건(slogan)
⑤ 표시(label)

25. 소매점포 매장 내의 어디에 어떻게 상품을 배치해야 하는지를 알려주는 그림으로서 옳은 것은?

- ① 플래노그램(planogram)
② 다이어그램(diagram)
③ 플로어 플랜(floor plan)
④ 개방형 플로어 플랜(open floor plan)
⑤ 폐쇄형 플로어 플랜(closed floor plan)

26. 아래 글상자의 특성을 지닌 유형의 소비재 상품에 대한 마케팅 방식으로 가장 적절한 것은?

소비자가 브랜드에 대해 강한 충성도를 가지고 있으며, 구매할 때 다른 브랜드를 대안으로 고려하지도 않고 그 브랜드를 구매하기 위해 특별한 노력을 기울이는 상품

- ① 집중적 유통 ② 고마진 책정
③ 대중매체 광고 ④ 수요 전환적 마케팅
⑤ 신규고객 대상 프로모션

27. 상품진열과 관련하여 페이스(face)에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 페이스는 가로 진열대의 숫자를 가리킨다.
② 페이스는 어느 상품을 가로로 몇 개 진열하는가를 말하는 것이다.
③ 잘 팔리는 고회전 상품의 페이스를 확대진열하면 판매를 증가시키는데 도움이 된다.
④ 페이스는 진열의 깊이 이다.
⑤ 같은 선반 위에 몇 단을 쌓아 올리는 것은 페이스 수와 관계가 없다.

28. 다음 중 점포활성화를 위한 점포환경 관리로 옳지 않은 것은?

- ① 고객동선을 고려하여 상품을 배치하여 편리하고 쾌적한 쇼핑환경을 제공한다.
② POP나 상품안내 표지판이 낡았을 경우 신속히 교체한다.
③ 매장을 청결하게 유지하여 긍정적인 점포이미지를 제공한다.
④ 친근한 매장 분위기를 조성해야 한다.
⑤ 점포의 입구나 입구 주변보다는 제품진열에 집중하여야 한다.

29. 점포구성을 위해 상품을 부문, 카테고리, 품목 순서로 분류할 때 고려해야 할 요소들만을 모두 옳게 묶은 것은?

- ㉠ 점포의 주력 상품 여부
㉡ 한계(marginal) 공간 수익성
㉢ 위치에 따른 고객 흡인력
㉣ 계획된 상품진열 방식
㉤ 정상 재고의 수준

① ㉠

② ㉠, ㉡

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

30. 점포의 특선품구역(feature areas)은 고객의 관심을 끌어 원하는 반응을 이끌어내기 위해 설치된 구역이다. 아래 글상자의 내용을 가운데 모든 특선품구역을 옳게 묶은 것은?

㉠ 엔드 매대(end cap)
 ㉡ 판촉구역
 ㉢ 자유진열대
 ㉣ 쇼윈도우

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

31. 판매담당자가 고객을 대면할 때의 요령으로 옳은 것은?

- ① 고객의 시선을 회피한다.
 ② 한 곳에 여러 명이 몰려 있다.
 ③ 매대나 기둥 등에 기대고 있다.
 ④ 주머니에 손을 넣거나 팔짱을 끼고 있다.
 ⑤ 부드럽고 밝은 표정으로 고객의 태도나 동작을 관찰한다.

32. 다음은 판매를 위한 고객의 구매심리 5단계이다. 순서대로 바르게 나열한 것은?

- ① 주의 → 흥미 → 확신 → 욕망 → 구매
 ② 주의 → 욕망 → 흥미 → 확신 → 구매
 ③ 주의 → 확신 → 흥미 → 욕망 → 구매
 ④ 주의 → 흥미 → 욕망 → 확신 → 구매
 ⑤ 주의 → 확신 → 욕망 → 흥미 → 구매

33. 고객을 맞이하는 태도에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 문이 열리는 소리가 들리면 하던 업무를 계속하며 큰소리로 인사를 한다.
 ② 고객과 눈이 마주치지 않으면 인사하지 않고 고객과 눈이 마주쳤을 때 인사한다.
 ③ 고객이 약속을 하고 방문했는데 찾는 사람이 부재중이라면 기다리게 한다.
 ④ 고객이 방문의 용건을 말하지 않는다면 일단 하던 일에 집중하며 내버려둔다.
 ⑤ 고객이 용건을 말한다면 정중한 태도로 묻고 확인한 후 잘 기억하여 처리한다.

34. 고객의 판매결정을 촉구하기 위한 판매기법으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 고객이 생각을 정리하여 구매를 결정할 수 있도록 거리를 두고 떨어져서 지켜본다.
 ② 유사한 제품을 비교하도록 유도하여 어느 하나를 택하도록 하는 종결법을 활용한다.
 ③ 고객이 그 제품을 갖게 됨으로써 얻게 되는 여러 가지 이점을 안내한다.
 ④ 고객이 결정하기 좋게 제품의 이점과 단점을 정리해주어 결정을 도와준다.
 ⑤ 고객에게 어필할 수 있다고 생각되는 가장 중요한 이익을 요약하여 설명한다.

35. 판매시점정보관리(POS) 시스템의 중심적 역할을 하는 바코드는 슈퍼마켓의 관리 효율을 높이기 위해 고안되어 전 산업계에서 널리 이용되고 있다. 바코드에 대한 설명으로 옳은 것을 모두 고른 것은?

㉠ 데미터를 신속하고 정확하게 입력할 수 있다.
 ㉡ 관리비가 증대된다.
 ㉢ 인건비를 절감할 수 있다.
 ㉣ 숫자 정보만 입력할 수 있다.

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

36. 다음 중 서비스의 특성인 무형성, 비분리성, 이질성, 공공성, 소멸성에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 이질성과 관련하여, 구매 전 품질을 파악하기 어렵기 때문에 유형적 단서를 제공하는 것이 중요하다.
 ② 무형성과 관련하여, 서비스 품질을 사전에 통제하기 어렵기 때문에 종업원 교육이 무엇보다 중요하다.
 ③ 소멸성과 관련하여, 서비스의 질을 동일하게 유지하기 위해 고객서비스에 대한 매뉴얼 제작이 필요하다.
 ④ 비분리성과 관련하여, 서비스는 제공하는 시점에 소비하지 않으면 사라지기 때문에 예약이나 할인 등 수요관리 정책을 수립해야 한다.
 ⑤ 공공성과 관련하여, 서비스는 대인적으로 이루어지기 때문에 고객의 요구에 따라 서로 다른 수준의 서비스를 제공해야 한다.

37. 마케팅믹스는 목표시장 내에 강력한 포지션을 구축하는데 활용되는 기술적 도구들이다. 다음 중 마케팅믹스의 요소로 옳지 않은 것은?

- ① 제품(product) ② 가격(price)
 ③ 정책(policy) ④ 유통(place)
 ⑤ 촉진(promotion)

38. 다음 중 커뮤니케이션 원칙에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 이상적인 의사전달이 이루어지기 위해서는 그 의미가 명확해야 한다.
 ② 전달되는 과정에서 수신자에 맞게 내용을 수정·가감하여 더 이해하기 쉽게 전달해야 한다.
 ③ 좋은 커뮤니케이션의 내용이라 할지라도 적절한 시기와 시간을 맞추지 못하면 불필요하다.
 ④ 커뮤니케이션 횟수가 과한 것은 오히려 역효과를 나타낼 수 있다.
 ⑤ 커뮤니케이션은 내용에 대한 관심과 수용 가능성이 있을 때 가치와 능률이 있다.

39. 아래의 내용은 어떤 진열방법에 대한 설명인가?

- 이익은 높으나 잘 팔리지 않는 상품을 잘 팔리는 상품 곁에 진열해서 판매를 촉진하는 진열
 - 이익이 높은 제품을 고객 눈에 잘 띄게 하며 판매를 높이는 무형 광고효과가 있는 진열방법

- ① 수직 진열 ② 수평 진열
 ③ 샌드위치 진열 ④ 라이트업 진열

⑤ 전진입체 진열

40. 다음 중 상품 진열이 갖는 서비스적 기능으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 빠른 시간에 원하는 상품을 찾을 수 있도록 하는 시간절약 서비스의 의미를 갖는다.
- ② 상품 종류를 쉽게 식별할 수 있도록 하는 식별 서비스의 의미를 갖는다.
- ③ 다른 상품과의 비교를 쉽게 할 수 있도록 하는 비교서비스의 의미를 갖는다.
- ④ 소비자에게 상품의 정보를 알려 주는 정보 서비스의 의미를 갖는다.
- ⑤ 판매되지 않은 물건을 적절한 환경에서 관리하는 보관서비스의 의미를 갖는다.

41. 서비스를 제공하는 종업원들의 태도로 옳은 것은?

- ① 고객 요구나 문제를 못 본척하며 고객을 피하는 태도
- ② 고객 사정은 고려하지 않고 무뎌둬 대하는 태도
- ③ 고객입장보다는 내부규정을 내세우면서 예외를 전혀 인정하지 않고 상식이 통하지 않는 태도
- ④ 담당부서가 아니라고 타부서로 안내하거나 고객을 여기저기로 돌리는 태도
- ⑤ 고객이 다양한 상품을 살펴본 후 특정제품에서 발길을 멈추었을 때 다가가서 설명을 해주는 태도

42. 글상자에서 점포 레이아웃(Lay-out)의 유형 중 격자형 배치에 대한 내용으로 옳은 것을 모두 고르면?

- ㉠ 셀프서비스(Self-service) 판매가 가능하다.
- ㉡ 패션지향적인 점포에서 많이 사용되는 유형이다.
- ㉢ 비용이 적게 들며 표준화된 집기 배치가 가능하다.
- ㉣ 고객의 자유로운 쇼핑과 충동적인 구매를 촉진한다.

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

43. 고객을 대할 때 경청의 자세로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 말하는 상대방 쪽으로 상체를 기울이며 관심을 표현한다.
- ② 상대방의 눈을 쳐다보며 대화하고 관심어린 눈빛을 보인다.
- ③ 중요한 부분에서는 고개를 끄덕이는 등 반응을 보인다.
- ④ 모호한 부분이 있더라도 듣는 것에 집중한다.
- ⑤ 상대방의 입장과 상황을 고려하면서 듣는다.

44. 다음의 상황에서 불만을 갖고 있는 고객을 응대하는 기법으로 옳지 않은 것은?

○○은행의 어느 월말, 공과금, 세금 납부업무 등으로 유난히 많이 고객들이 몰렸다. 전 직원이 창구 업무에 투입되었음에도 많은 고객들로 인해 대기시간이 너무 지체되고 있었다. 어느 한 고객이 자기 차례가 되자 불만 가득한 얼굴로 한 창구에 들어섰고 대기시간이 2시간이 넘도록 기다리는 것은 너무나 것 아니냐며 창구 직원에게 큰 소리로 항의하기 시작했다.

- ① 고객님 너무 오래 기다리셨죠? 대단히 죄송합니다.
- ② 기다리느라 많이 힘드셨죠? 제가 더 친절히 모시겠습니다.
- ③ 길 건너편 다른 은행으로 가시면 이런 기다림은 없으실 겁니다.
- ④ 고객님의 불편 충분히 이해합니다. 최선을 다해 처리해 드리겠습니다.
- ⑤ 죄송하지만, 월말이다 보니 대기고객이 많습니다. 제가 자세히 응대해 드리겠습니다.

45. 광고의 특징에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 대중을 대상으로 의사소통이 이루어지기 때문에 전달하고자 하는 메시지가 합법적이어야 한다.
- ② 메시지를 반복적으로 전달하여 잠재적 소비자들을 자극해야 한다.
- ③ 문자, 소리, 그림, 색깔 등을 이용해 메시지를 다양하게 표현할 수 있다.
- ④ 소비자들의 소득, 취미, 구매 동기 등이 서로 다름에도 불구하고 동일한 메시지를 일방적으로 제시할 수 밖에 없다.
- ⑤ 광고 매체가 달라지더라도 대중에게 미치는 파급효과는 같다.

전자문제집 CBT PC 버전 : www.comcbt.com

전자문제집 CBT 모바일 버전 : m.comcbt.com

기출문제 및 해설집 다운로드 : www.comcbt.com/x

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	①	②	④	③	②	⑤	⑤	⑤	⑤
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
③	②	①	④	②	⑤	③	⑤	③	④
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
④	⑤	②	⑤	①	②	④	⑤	⑤	⑤
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
⑤	④	⑤	①	②	⑤	③	②	③	⑤
41	42	43	44	45					
⑤	②	④	③	⑤					