

1과목 : 패션마케팅

- 패션 마케터가 고려할 수 있는 효과적인 표적시장 선택 전략은?  
 ① 경쟁사가 차별적 마케팅전략을 쓸 경우에 자사에서는 비차별적 마케팅전략이 유리하다.  
 ② 자원이 제한되어 있는 중소기업의 경우에는 경제성이 높은 집중적 마케팅 전략이 유리하다.  
 ③ 신제품 도입기에는 차별적 마케팅전략이, 제품의 성숙기에는 비차별적 마케팅전략이 유리하다.  
 ④ 제품의 동질성이 높은 경우에는 차별적 마케팅 전략이, 제품의 동질성이 낮은 경우에는 비차별적 마케팅 전략이 유리하다.
- 브랜드 포지셔닝(Brand Positioning)의 의미는?  
 ① 상가에서 매장이 위치한 위치  
 ② 백화점에서 자기 브랜드가 위치한 위치  
 ③ 경쟁브랜드와 비교하여 고객의 마음속에 위치한 자기 브랜드의 위치  
 ④ 복종별 브랜드 구분에서 자사 브랜드의 위치
- 점포전략의 개념과 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 스토아 아이덴티티      ② 스토아 라이프스타일  
 ③ 스토아 컨셉              ④ 스토아 포지셔닝
- 제조회사의 입장에서 본 위탁판매제도의 장점은?  
 ① 기획에서 생산, 유통을 일괄되게 통제하기 쉽다.  
 ② 재고부담이 없어 이익의 편차가 적다.  
 ③ 상품기획과 생산에만 전념할 수 있어 전문화가 가능하다.  
 ④ 상권 특성에 따른 물량배분으로 판매를 극대화 할 수 있다.
- 여러 세분시장들 중 자사에게 가장 큰 경쟁우위를 제공하는 한 두 개의 세분시장을 표적시장으로 선정하여 높은 시장점유율을 추구하는 전략은?  
 ① 비차별적 마케팅 전략              ② 차별적 마케팅 전략  
 ③ 집중적 마케팅 전략              ④ 절충적 마케팅 전략
- 다음 중 패션 바이어가 상품사입 시 고려해야 할 사항이 아닌 것은?  
 ① 적절한 상품              ② 적절한 시기  
 ③ 적절한 가격대              ④ 적절한 서비스
- 판매시점에서 판매정보와 자료를 입력, 처리하여 그 결과를 경영의사 결정에 이용하는 시스템은?  
 ① POP              ② POS  
 ③ QRS              ④ EDI
- 리테일 머천다이징과 제조업 머천다이징의 공통점과 차이점을 잘못 설명한 것은?  
 ① 구매(사입)와 생산이라는 점에서 차이가 있다.  
 ② 상품을 대상으로 한다는 점에서 공통점이 있다.  
 ③ 판매를 목표로 한다는 점에서 공통점이 있다.  
 ④ 상품기획과 상품관리라는 점에서 차이가 있다.
- 고객이 원하는 제품과 서비스를 지속적, 체계적으로 제공하여

고객의 가치를 극대화하여 기업의 수익성을 높이고자 하는 고객관계 관리는?

- CRM                      ② SCM  
 ③ TQM                      ④ STP
- 머천다이어(merchandiser)란 상품기획부문의 총괄자로서 상품계획에서 판매부문에 이르기까지 광범위한 직무 영역을 가지고 있다. 다음 중 머천다이어의 역할로서 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 정보분석 업무                      ② 상품기획 업무  
 ③ 판매 및 판매촉진 업무              ④ 디자인개발 업무
- 윈도우 디스플레이는 점포가 취급하는 상품들이 다양해지고 판매기술이 발달함에 따라 단순히 상품을 진열하는 것에서 진일보하여 상품특성, 사용상황, 점포이미지 등을 전달하는데 유용한 수단으로 사용되고 있다. 다음 중 윈도우 디스플레이의 유형 중 특정 패션테마와 관련된 다양한 범주의 상품들이 한 공간안에 스토리 형태로 배열하는 디스플레이의 유형은?  
 ① 싱글카테고리 디스플레이(single category display)  
 ② 시리즈 디스플레이(series display)  
 ③ 릴레이티드 디스플레이(related display)  
 ④ 프로모셔널 이벤트 디스플레이(promotional event display)
- 패션광고 매체의 매체별 장, 단점을 맞게 설명한 것은?  
 ① TV는 깊이 있는 메시지의 전달이 힘들다.  
 ② 잡지의 경우 독자층이 한정되지 않고 폭넓은 대상을 목적으로 할 수 있다.  
 ③ 신문은 광고의 수명이 길고 인쇄의 질이 높은 장점을 가져 효율적이다.  
 ④ 라디오는 표적청중이 한정적이지 않아 포괄적인 광고가 가능하다.
- 미국의 마케팅 발전 과정 중 어떤 제품에 기업의 노력을 집중시킬 것인가, 새로운 상표의 런칭 등에 대한 의사 결정 등 기업의 마케팅 활동에 대한 포트폴리오를 중요시하게 된 시대는?  
 ① 판매 지향 시대              ② 마케팅 컨셉 시대  
 ③ 전략적 마케팅 시대      ④ 마케팅 정보 시스템 시대
- 특정 제품 계열내의 각 제품이 제공하는 아이템(item)의 수를 나타내는 것으로 고유의 스타일 번호로 표현되는 것을 무엇이라 하는가?  
 ① 제품믹스의 넓이(width)  
 ② 제품믹스의 길이(length)  
 ③ 제품믹스의 깊이(depth)  
 ④ 제품믹스의 굵기(thickness)
- 패션 머천다이어의 유형 가운데 디자이너를 상품기획에 적극 참여시키고 상호 협력하는 타입으로 가장 바람직한 유형은?  
 ① 상인형 머천다이어  
 ② 계수관리형 머천다이어  
 ③ 감각인간형 머천다이어  
 ④ 고감도형 머천다이어
- 다음은 패션머천다이징 컨셉 전략에 관한 설명이다. 틀린

- 것은?
- ① 자사의 브랜드 이미지에 적합하게 설정되어야 한다.
  - ② 패션 마케팅 정보를 적극 활용하여야 한다.
  - ③ 전체 소비자를 만족시킬 수 있도록 하여야 한다
  - ④ 고부가가치를 창출할 수 있어야 한다.
17. 랄프로렌이나 쌍방울의 키이스와 같은 이미지 브랜드의 경우 적합한 상품군의 구성은?
- ① 시즌별로 유행에 맞춰 구성한다.
  - ② 베이직, 뉴베이직, 트렌디한 상품에 동일한 비중을 둔다.
  - ③ 트렌디한 상품보다 베이직이나 뉴베이직 상품에 더 비중을 둔다.
  - ④ 베이직이나 뉴베이직 상품보다 트렌디한 상품에 더 비중을 둔다.
18. 다음 중 초기 고가격전략이 적절하지 않은 상황은?
- ① 고가격에도 불구하고 경쟁사의 시장 진입이 쉬울 때
  - ② 고가격에도 상당수의 소비자가 그 제품을 구매하고자 할 때
  - ③ 제품 가격이 비싸면 품질도 높을 것으로 소비자가 생각할 때
  - ④ 초기 고가격이 소량 생산으로 인한 단위당 높은 생산 비용을 상쇄할 수 있을 때
19. 패션 바이어의 상품 구성으로 옳은 것은?
- ① 경쟁점포가 밀집된 지역에서는 폭보다 깊이가 우선시 되어야 한다.
  - ② 고가상품 구매 소비자 목표의 점포는 깊이있는 구성이 필요하다.
  - ③ 독점성이 큰 지역에서는 폭보다는 깊이가 우선되어야 한다.
  - ④ 제품을 중심으로 전문화된 전문점의 경우 폭이 넓은 구성이 필요하다.
20. 패션 바이어의 유행 주기에 따른 알맞은 판매촉진 활동정책은?
- ① 유행 중기의 상품은 점포나 상표의 이미지 광고를 주로 한다.
  - ② 유행 전기의 상품은 상품 광고를 통한 구매 설득을 주로 한다.
  - ③ 유행 후기의 상품은 할인 광고를 통한 가격 위주의 판매촉진 활동을 한다.
  - ④ 패션 상품의 경우 유행주기 곡선상의 위치에 따라광고의 내용이 달라질 필요는 없다.

**2과목 : 패션소재기획**

21. 패션상품기획 과정의 고부가 가치 향상을 위한 과정인 패션 트렌드의 예측 순서로 정확한 것은?
- ① 정보수집 - 유행색상 설정 - 시즌개념 설정 - 소재 경향 분석 - 스타일 예측 및 제안
  - ② 정보수집 - 시즌개념 설정 - 소재경향 분석 - 유행색상 설정 - 스타일 예측 및 제안
  - ③ 정보수집 - 스타일 예측 및 제안 - 시즌개념 설정 - 소재경향 분석 - 유행색상 설정
  - ④ 정보수집 - 시즌개념 설정 - 유행색상 설정 - 소재경향 분석 - 스타일 예측 및 제안

22. 염색성과 관련된 설명으로 틀린 것은?
- ① 친수성의 섬유가 염색이 잘된다.
  - ② 결정 영역이 많을수록 염색이 잘된다.
  - ③ 섬유의 화학적 조성고 내부구조에 의존한다.
  - ④ 물에 대한 용해성이 좋은 염료는 세탁을 반복하면 쉽게 퇴색한다.
23. 면섬유를 기계적방법이나 화학적인 방법으로 처리하여 마섬유와 같은 외관과 촉감을 갖게하는 가공방법을 선택하는 이유로서 적합하지 않은 것은?
- ① 마섬유의 생산량 한계를 극복하기 위해서
  - ② 탄성과 레질리언스를 극복하기 위해서
  - ③ 마섬유의 고가격으로 인한 가격대를 극복하기 위해서
  - ④ 품질관리적인 측면의 한계를 극복하기 위해서
24. 장섬유사에 코일, 크림프 등을 주어 천연섬유를 지향하고자 하는 소비자의 욕구에 부응한 대표적인 실은?
- ① 모소사(Singeing Yarn)                      ② 장식사(Fancy Yarn)
  - ③ 텍스처사(Textured Yarn)                      ④ 라메사(Lame Yarn)
25. 아마섬유의 특징이 아닌 것은?
- ① 광택이 있고, 아름다워 실내 장식용으로 많이 사용된다.
  - ② 열전도성이 낮아 시원하고, 여름철 소재로 적합하다.
  - ③ 면에 비해 흡습성이 좋고, 건조가 빠르다.
  - ④ 탄성회복률이 낮아 구김이 잘 가고, 구김 자체를 멋으로 여기기도 한다.
26. 소재의 분위기와 촉감에 따라 감성을 분류하고, 이에 적합한 소재를 연결하였을 때 적합하지 않는 것은?
- ① 젖은(wet) - 벨벳(velveteen)
  - ② 매끄러운(flat) - 새틴(satin)
  - ③ 얇은(thin) - 퀼팅(quilting)
  - ④ 딱딱한(hard) - 데님(denim)
27. 소재의 특징은 코드사나 케이블사의 이미지를 가진 굵은실을 사용하여 마치 수편직인 것 같은 느낌을 주고, 무늬는 종교적인 의미를 가진 로프 무늬, 다이아몬드 무늬, 사슴무늬 등을 자유롭게 조화한 개성있는 스타일로 유명한 스웨트는?
- ① 셔틀랜드 스웨트(shutland sweater))
  - ② 노르딕 스웨트(nordic sweater)
  - ③ 아란 스웨트(aran sweater)
  - ④ 페어아일 스웨트(fair isle sweater)
28. 자사가 의도하는 제품을 실현시키기 위하여 최적의 텍스타일을 검토하여 선택하거나 개발하는 작업을 무엇이라 하는가?
- ① 패브리케이션(fabrication)
  - ② 텍스타일 디자인(textile design)
  - ③ 머천다이징(Merchandising)
  - ④ 마케트 리서치(Market Reseach)
29. 다음 중 감성적인 부분이 가장 뛰어나 일명 견마(絹麻)로 불리는 섬유는?
- ① 저마(ramie)                                      ② 아마(linen)

- ③ 대마(hemp) ④ 황마(jute)
30. 다음 소재 중 빛 바랜듯한 느낌으로 오래입어 친숙한 옷의 이미지를 주는 소재로 적당하지 않는 것은?  
 ① 인디고(Indigo)염료를 사용한 소재  
 ② 피그먼트(Pigment)를 사용한 소재  
 ③ 황화 염료(Sulfer)를 사용한 소재  
 ④ 실켓(Silk) 가공을 한 소재
31. 방수능력을 가지면서 통기성과 투습성을 함께 가진 신소재로, 등산복, 스키웨어의 좋은 소재가 되는 것은?  
 ① 텐셀(tencel) ② 웰키(wellkey)  
 ③ 라이크라(lycra) ④ 고어텍스(gore-tex)
32. 섬유의 필링성에 대한 설명 중 틀린 것은?  
 ① 실의 꼬임이 많을 때 많이 생긴다.  
 ② 섬유의 단면이 원형이면 더 많이 생긴다.  
 ③ 직물보다는 편성물에 비교적 많이 생긴다.  
 ④ 합성섬유에 많이 생기며 잘 떨어져나가지 않는다.
33. 다운의 품질을 결정하는 항목으로 적합하지 않은 것은?  
 ① 냄새 ② 탁도  
 ③ 다운 함유량 ④ 솜털의 모양
34. 품질보증마크에 대한 설명으로 맞지 않는 것은?  
 ① 미국 코튼마크 - 우수한 미국산 면 50%이상 함유한 고급 순면제품에 부여하는 품질과 편안함을 보증하는 마크이다.  
 ② 코튼마크 - 대한방직협회가 면제품의 품질향상과 수요확대를 위해 시행하고 있는 우수한 순면제품의 품질보증마크이다.  
 ③ 실크마크 - 국제견업협회가 견제품의 품질기준 향상과 유사 견제품을 구별하여 소비자를 보호할 목적으로 제정한 고급 순견제품의 품질표시 마크이다.  
 ④ 울마크 - 국제양모사무국이 울 혼방제품의 품질보증을 위해 도입한 품질보증 마크로 재생되지 않은 새양모 98%이상을 사용하여 만들어 진 것에 부착한다.
35. 다음중에서 소재기획을 전문으로 하지만 소재생산시설을 직접 갖추지 않으면서 패션소재를 만들어 의류업체에 공급하는 업체는?  
 ① 직물 디자이너 ② 패션머천다이어  
 ③ 직물 컨버터 ④ 코디네이터
36. 패션상품 제작을 위한 소재 선택시 고려사항을 짚지 않은 것으로 옳지 않은 것은?  
 ① 용도·기능과의 적합성 - 염색 보존성  
 ② 작업능률과의 적합성 - 재단·봉제의 용이성  
 ③ 실루엣·디자인과의 적합성 - 착용상의 쾌적함  
 ④ 품질안정성 - 균질성
37. 경방향의 이랑을 나타낸 위파일 면직물로, 두꺼우면서 부드러워 바지, 작업복, 레저복에 많이 사용되는 직물은?  
 ① 진(jean) ② 코듀로이(corduroy)  
 ③ 벨벳(velveteen) ④ 플란넬(flannel)
38. 색상 복합소재 중 경,위사에 서로 다른 유색을 사용하여 투

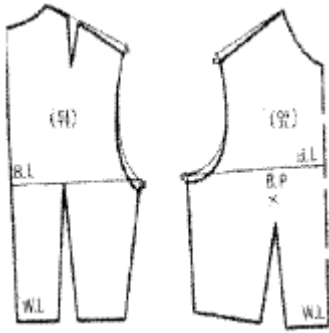
- 톤(Two-Tone)의 이미지를 주는 소재의 명칭은?  
 ① 링클프리(Wrinkle Free) ② 선 클로스(Sun-Cloth)  
 ③ 삼브레이(Chambray) ④ 옥스포드(Oxford)
39. 의류업체의 소재기획 과정이 순서대로 맞게 나열된 것은?  
 ① 정보수집 → 소재맵 → 스타일개발 → 이미지/컬러맵 → 소재 선정, 발주 → 의류생산, 출하  
 ② 정보수집 → 이미지/컬러맵 → 소재맵 → 스타일개발 → 소재 선정, 발주 → 의류생산, 출하  
 ③ 정보수집 → 스타일개발 → 이미지/컬러맵 → 소재맵 → 소재 선정, 발주 → 의류생산, 출하  
 ④ 정보수집 → 스타일개발 → 소재선정, 발주 → 이미지/컬러맵 → 소재맵 → 의류생산, 출하
40. 최근 비스코스레이온 섬유의 대체품으로 개발되어 환경친화적섬유로서 이용되고 있는 재생섬유는?  
 ① 리오셀 ② 폴리노직레이온  
 ③ 아세테이트 ④ 큐프라

### 3과목 : 유통관리 및 광고

41. 매장구성시 페이싱(Facing)의 목적이 아닌 것은?  
 ① 프레젠테이션 효과 ② 오퍼레이션 효과  
 ③ 로지스틱스 효과 ④ 상품기획 효과
42. 패션사이클에 따른 광고방향의 선택이 잘못된 것은?  
 ① 시험단계(도입기):설정광고(상점이미지)  
 ② 수용단계: 상품광고(상품/가격)  
 ③ 하향단계: 신상품광고  
 ④ 최종단계: 재고처리광고
43. 붉은 악마라는 국가대표 축구팀의 서포터들은 월드컵 게임을 통해 전국민은 물론 전세계에 대한민국 국가의 이미지를 널리 알렸다. 이러한 효과를 무엇이라고 하는가?  
 ① 홍보 효과 ② 광고 효과  
 ③ 마케팅 효과 ④ 시너지 효과
44. 상품구색 계획에 이용되는 구분 기준으로 가장 거리가 먼 것은?  
 ① 스타일 ② 색상  
 ③ 사이즈 ④ 브랜드
45. 다음중에서 상품의 생산과 소비를 연결시키는 교량역할을 하는 것은?  
 ① 광고 ② 홍보  
 ③ 유통 ④ 기획
46. 효율적인 물적 유통관리를 위한 판매시점 정보관리 시스템은?  
 ① P.O.S 시스템 ② C.A.D 시스템  
 ③ C.A.M 시스템 ④ P.O.M 시스템
47. 위탁사입 상품의 특성이 아닌 것은?  
 ① 재고에 대한 관리책임은 소매상이 지나, 가격할인의 리스크는 납품처가 부담한다.  
 ② 상품대금 지급은 판매기간 종료후 판매된 상품대금만 지



63. 다음과 같은 패턴 수정이 필요한 경우는?



- ① 상반신 굴신체의 보정      ② 상반신 반신체의 보정
- ③ 처진 어깨의 보정      ④ 솟은 어깨의 보정

64. 얼굴과 목이 긴 사람이 어울리지 않는 디테일 디자인은?

- ① 스포츠 칼라      ② 롤 칼라
- ③ 터틀 네크라인      ④ 하이 네크라인

65. 디자인 선이 들어가면서 패턴이 겹쳐지는 부위를 표시하는 것은?



66. 마킹에 관한 설명이다. 잘못된 것은?

- ① 요척 작업을 하여 명세서에 기록한 후 마킹 작업에 들어간다.
- ② 마킹은 원단의 특성을 고려하여야 한다.
- ③ 원단의 낭비를 피하기 위하여 패턴 조각 모듈을 서로 가까이 놓는다.
- ④ 사이즈나 색상이 필요한 만큼 재단될 수 있도록 패턴을 커팅 순서로 적당하게 배치한다.

67. 코아(core)봉사에 대한 설명으로 맞지 않는 것은?

- ① 다른 합성사에 비해 내열성과 내마모성이 나쁘다.
- ② 코아봉사는 폴리크세사 고기능 소재의 퍼커링 방식을 위해 사용된다.
- ③ 필라멘트사를 방적사로 피복한 봉사이다.
- ④ 강도는 면사와 필라멘트사의 중간정도이다.

68. 가리비 조개 껍질을 뜻하는 것으로 파상적인 모양의 가장자리 장식은 무엇인가?

- ① 스칼롭 (scallop)      ② 탭(tab)
- ③ 파이핑(piping)      ④ 슬릿(slit)

69. 우리나라 섬유산업의 문제점에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 섬유산업의 무역수지가 적자이다.
- ② 수출 가격경쟁력이 강화되었다.
- ③ 기능 인력이 부족하다.
- ④ 해외투자에 의해 생산기반이 강화되었다.

70. 우리나라 여성복의 치수규격에 적용하고 있는 드롭치수의

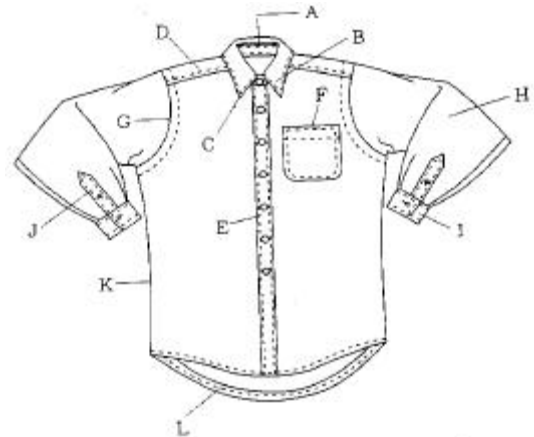
계산방법으로 맞는 것은?

- ① 가슴둘레 - 등길이
- ② 엉덩이둘레 - 허리둘레
- ③ 엉덩이둘레 - 가슴둘레
- ④ 가슴둘레 - 허리둘레

71. 아열대지방 정착민의 생활양식에서 발생한 것으로 직물을 재단하지 않고 그대로 사용한 의복형태는 무엇인가?

- ① 전합의(caftan)
- ② 복합의(composite type)
- ③ 권의(draped garment)
- ④ 통형의(tunic)

72. 와이셔츠 부위 중 E부위의 명칭은?



- ① 플레킷      ② 요크
- ③ 키프스      ④ 밴드

73. 유행상승기의 현상으로 옳은 것은?

- ① 상승기의 패션은 하이 패션이라고 한다
- ② 유행하는 스타일의 두드러진 특징을 적절하게 변화 시킨다.
- ③ 소매업자는 가격을 내리고 새로운 록을 준비한다.
- ④ 가격이 다양하여 대부분의 사람이 살 수 있다.

74. 다음 중 편성물 소재에 적합한 재봉바늘의 형상은?

- ① 샤프 포인트      ② 볼 포인트
- ③ 커팅 포인트      ④ 제한 없음

75. 현대의 패션 산업을 구조적인 측면에서 볼 때 1986년 이후는 패션 산업의 변천 가운데 어디에 해당하는가?

- ① 확산기      ② 정립기
- ③ 국제 경쟁시대      ④ 발전기

76. 봉사의 규격에 관한 설명 중 옳지 않은 것은?

- ① 1g당 길이(m)를 변수로 정한 것을 미터식 변수(Metric count)라 한다.
- ② 9,000m당 실의 무게를 g으로 나타낸 것을 데니어(Denier)라 한다.
- ③ 1,000m당 실의 무게를 g으로 나타낸 것을 텍스(Tex)라 한다.
- ④ 영국식 면사의 변수도 1g당 실의 길이(m)를 변수로 한다.

77. 오프 꾸뛰르에 대한 바른 설명은 어느 것인가?  
 ① 오프 꾸뛰르란 일반적으로 고급 예술로 봉제된 기성복을 의미한다.  
 ② 오프 꾸뛰르는 이탈리아를 중심으로 해서 발달했다.  
 ③ 산업 혁명으로 인해 오프 꾸뛰르는 더욱 발전하게 되었다.  
 ④ 세계 최초의 오프 꾸뛰르는 1858년 이탈리아에 개점된 찰스 프레드릭워스의 의상점이라고 전해진다.
78. 키가 작아 보이는 반면에 가운데 허리 부분이 날씬해 보이는 선은?  
 ① 아우어 글래스형      ② 시프트 실루엣  
 ③ 볼레로 스타일      ④ 프린세스 라인
79. 아르누보의 특징이 아닌 것은?  
 ① 아우어글래스 실루엣과 S자형 실루엣이 대표적이다.  
 ② 시폰, 레이스 등 얇고 섬세한 소재들이 많이 사용되고 있다.  
 ③ 색채는 오리엔탈리즘에 기인하여 강렬하고 밝은 색조이다.  
 ④ 식물의 모티브를 활용한 곡선이 주로 사용되었다.
80. 강함, 똑똑한, 생생함, 동적인, 화려함의 느낌을 주려고 할 때의 배색은?  
 ① 동일 색상의 배색      ② 유사 색상의 배색  
 ③ 반대 색상의 배색      ④ 근접 색상의 배색

**5과목 : 패션정보분석**

81. 소비자 정보 중 생산자와 소매상인들이 상품 판매에 성공하기 위해 가장 먼저 파악해야 할 것은?  
 ① 상품의 광고 효과      ② 소비자의 욕구와 필요  
 ③ 소비자의 수입      ④ 작년도 소비자 명단
82. 패션 원료·소재 전시회가 아닌 것은?  
 ① 모다인(Moda In)  
 ② 이데아코모(Idea Como)  
 ③ 뿌리미에르비죤(Premiere Vision)  
 ④ 인터스토퍼((Interstoff World)
83. 다음의 색채 정보원중에서 국내 정보에 속하지 않는 것은?  
 ① 자사제품의 판매결과에서 얻은 경향  
 ② 뿌레따쁘르떼 컬렉션의 색채 경향  
 ③ 타사제품의 색채 정보  
 ④ 각 염색공장에서 집계한 색채 정보
84. 경쟁적 우위를 얻기 위해 가격 이외의 마케팅 수단에 의해 차별적 마케팅을 구사하는 것이 거의 불가능한 경쟁구조 형태는?  
 ① 독점      ② 과점  
 ③ 순수 경쟁      ④ 독점적 경쟁
85. 소비자의 충동 구매 패턴에 대한 설명으로 적절하지 못한 것은?  
 ① 암시적 충동 - 구매자가 상품에 대한 정보를 많이 입수

- 하고 구매하는 행동  
 ② 기억 충동 - 점포 내 제품이나 정보를 통해 자신이 사려던 물건임을 기억해 내어 구매  
 ③ 계획적 충동 - 상점에서 가격 할인 쿠폰등의 특전을 기대하고 구매를 결정하는 행위  
 ④ 순수 충동 - 정상적인 구매 패턴에서 벗어난 행동으로 새로운 것의 구매나 기피성 구매
86. 질문지를 작성할 때 고려해야 할 사항으로 맞는 것은?  
 ① 소득, 학력, 직업등 사적인 질문은 서두에 배치한다.  
 ② 한 질문에 두가지 이상의 내용을 질문한다.  
 ③ 어려운 질문은 서두에, 평이하고 흥미를 유발하는 질문은 후반부에 배치한다.  
 ④ 질문형태는 개방형 질문과 선택형 질문으로 나누어 진다.
87. 소재 정보로 볼 수 없는 것은?  
 ① 광택(luster)      ② 촉감(touch)  
 ③ 아이템(item)      ④ 마무리공정(finishing)
88. 패션 산업의 특성상 패션 컬러 정보를 얻는 국제 유행색 협회의 국제 유행색 결정이 이루어지는 시기는?  
 ① 24개월 전      ② 18개월 전  
 ③ 18개월~12개월 전      ④ 6개월 전
89. 패션산업에서 필요로 하는 정보의 종류 중 머천다이징의 목표를 선정하기 위한 것으로 자사의 브랜드에 관련된 시장의 일반적인 상황을 파악하기 위한 정보로서 소매점 정보, 경쟁브랜드 정보, 소재 정보, 소매점 바이어의 예측 정보등에 관한 정보는?  
 ① 시장 정보      ② 소비자 정보  
 ③ 기업 환경 정보      ④ 판매 실적 정보
90. 패션마케팅 자료의 유형 중 1차 자료인 것은?  
 ① 패션 전문지 자료  
 ② 대중적 패션잡지 자료  
 ③ 스트리트 패션 조사 자료  
 ④ 기업 내부의 회계, 생산관련 자료
91. 공기중에서는 직물의 표면이 젖기 어렵게 만드는 발오성(Soil Resistance)과 세탁중에는 직물표면을 친수성으로 만들어 오염이 쉽게 제거되는 기능(Soil Release)을 갖는 가공 방법은?  
 ① 코팅 가공      ② 듀어러벌 프레스 가공  
 ③ 스퍼터 가공      ④ 방오가공
92. 경쟁사 분석 절차로 가장 적합한 것은?  
 ① 경쟁사의 확인 - 경쟁사의 목표 파악 - 경쟁사의 전략확인 - 경쟁사의 평가 - 대상 경쟁사의 선택 - 경쟁사의 반응 파악  
 ② 경쟁사의 목표 파악 - 경쟁사의 전략 확인 - 경쟁사의 평가 - 경쟁사의 반응 파악 - 경쟁사의 확인 - 대상 경쟁사의 선택  
 ③ 경쟁사의 목표 파악 - 경쟁사의 전략 확인 - 경쟁사의 평가 - 경쟁사의 반응 파악 - 대상 경쟁사의 선택 - 경쟁사의 확인  
 ④ 경쟁사의 확인 - 경쟁사의 목표 파악 - 경쟁사의 전략 확인 - 경쟁사의 평가 - 경쟁사의 반응 파악 - 대상 경쟁사의 선택

쟁사의 선택

93. 패션업체가 신상품을 테스트하기 위해 자사 점포를 방문 한 소비자를 대상으로 조사를 하였다. 이러한 표본추출 방법은?
- ① 층화 표본추출      ② 군집 표본추출  
③ 편의 표본추출      ④ 단순무작위 표본추출
94. 소비자의 의복 착용경향 조사에 관한 설명 중 틀린 것은?
- ① 유행 아이템 및 코디네이션 방법을 파악한다.  
② 다양한 데이터 카드로 컬러(color)트렌드를 분석한다  
③ 시즌별로 정기적으로 스트리트 패션을 조사 분석한다  
④ 특정 장소에서 특정 시간대에 스트리트 패션을 조사 한다.
95. 현대 패션산업에서 성공적인 마케팅 의사 결정을 위해 가장 중요한 것은?
- ① 정확한 패션의 예측  
② 판매지향적 기업 이미지의 구축  
③ 상품 생산활동의 효율적인 조직화  
④ 마케팅 관리자의 직접적인 경험과 직관
96. 연령별 의류시장의 세분화로 올바르지 않은 것은?
- ① 영(Young) - 18~21세  
② 어덜트(Adult) - 22~28세  
③ 미씨(Missy) - 29~56세  
④ 주니어(Junior) - 13~17세
97. 다음 중 소비자의 구매실적 정보를 수집하는 데 가장 적합한 것은?
- ① QRS      ② POS  
③ POP      ④ CAM
98. 패션 점포 형태 중 비슷한 컨셉의 경쟁브랜드들을 함께 입점시키는 브랜드 토탈형 복합 패션전문점은?
- ① 메이커 토탈 샵(Maker Total Shop)  
② 대리점(Franchise)  
③ 멀티 브랜드 샵(Multi-Brand Shop)  
④ 사입 패션전문점
99. 다음 중 컴퓨터 및 특수기기의 개발 정보는?
- ① 시장조사      ② 패션 정보  
③ 관련산업부문 정보      ④ 기업환경 정보
100. 바이어나 소매업자가 참가하여, 다음 시즌에 유행이 될것으로 예측되는 패션의류 완제품을 주문하고자 한다. 이러한 목적을 가진 것은?
- ① IIC      ② Expofil  
③ IFBS      ④ IWS

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/xe](http://www.comcbt.com/xe)  
전자문제집 CBT 안드로이드 어플 : 구글플레이에서 전자문제집으로 검색 하세요.

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