

1과목 : 패션마케팅

- 최적의 시장세분화가 이루어지기 위한 바람직한 조건이 아닌 것은?
 ① 각 세분시장의 규모와 구매력의 크기는 측정할 수 있어야 한다.
 ② 각 세분시장에 마케팅 프로그램이 효과적으로 접근할 수 있어야 한다.
 ③ 각 세분시장내 고객들은 서로 다른 반응을 보이도록 해야 한다.
 ④ 각 세분시장이 충분한 이익을 가져올 수 있을 정도로 수익성과 가치가 있어야 한다.
- 우리나라 의류업계의 유통관리 형태 중 위탁 판매제도의 특성이 보기에서 맞게 묶인 것은?

- ㉠ 패션소매상에게 위탁판매는 사입제도보다 수익률이 높다.
 ㉡ 위탁판매는 패션소매상의 입장에서 보면 재고의 부담이 적다.
 ㉢ 위탁판매는 의류 상품의 기획, 생산, 유통(판매)이 분리된 형태이다.
 ㉣ 패션소매상은 위탁판매제도를 통해서만 점포 특성에 맞는 상품 구색을 갖추기가 어렵다.

- ① ㉠, ㉡ ② ㉠, ㉢
 ③ ㉡, ㉣ ④ ㉠, ㉣
- 사회적 마케팅(Social Marketing)의 특징은?
 ① 기업의 목표와 일치 ② 사회의 목표와의 일치
 ③ 고객 이익과의 일치 ④ 기업의 이익과 일치
 - 패션산업에 필요한 정보로 가장 거리가 먼 것은?
 ① 컴퓨터정보 ② 시장정보
 ③ 소비자정보 ④ 패션정보
 - 리테일머천다이징의 요소가 아닌 것은?
 ① 점포 ② 고객
 ③ 생산 ④ 상품
 - 인구통계적 특성으로 시장을 세분화한 예는?
 ① 여성복 시장 ② 속옷 시장
 ③ 캐주얼웨어 시장 ④ 스포츠웨어 시장
 - 패션바이어의 직무에 해당되지 않는 것은?
 ① 구매처 선정 ② 판매
 ③ 판매가 결정 ④ 발주량 결정
 - B.I(Brand Identity)작업에 대한 설명으로 가장 적당한 것은?
 ① 브랜드 이미지를 설정하는 작업이다.
 ② 브랜드 설정을 위해 상표, 로고의 심볼마크, 심볼컬러 등을 설정하는 작업이다.
 ③ 브랜드의 기본방향을 설정하기 위해 구체적인 컨셉을 설정하는 작업이다.

- ④ 브랜드 컨셉을 표현할 수 있는 문구를 설정하는 작업이다.
- 윙게이트(J.W. wingate)의 상품구성이론에 따른 상품구성 설명이 바르게 짝지워진 것은?
 ① 기본상품: 유행성이 강하지 않은 항상 상품
 ② 기본상품 : 판매촉진을 위한 저가격 상품
 ③ 기본상품: 재고처리상품
 ④ 기본상품 : 점격 향상을 위한 상품
 - 다음 중 가격 할인율을 바르게 산출한 것은?
 ① 가격 할인율 = 가격 할인액 ÷ 순판매고
 ② 가격 할인율 = 순판매고 ÷ 가격 할인액
 ③ 가격 할인율 = 가격 할인액 ÷ 예정 매상고
 ④ 가격 할인율 = 예정 매상고 ÷ 가격 할인액
 - 다음 중 판매촉진활동이 아닌 것은?
 ① 광고 ② 인적판매
 ③ 유행경향 분석 ④ P.R.(Public Relations)
 - 다음 중 소비자 정보가 아닌 것은?
 ① 라이프 스타일 조사
 ② 착용경향 조사
 ③ 구매 동기 및 구매 패턴 조사
 ④ 경쟁사의 상품조사
 - 마케팅 믹스(4P's)는 마케팅 시스템의 핵심을 구성하는 네 개의 투입변수로 이루어진다. 마케팅 관리자는 기업의 목적 달성을 위해 이들을 적절히 결합하여 통제 불가능한 마케팅 환경의 변화에 효과적으로 대응한다. 다음 중 4P's Mix 전략에 속하지 않는 것은?
 ① product ② price
 ③ place ④ pride
 - 패션마케팅 관리의 접근방식 중 창의적인 패션디자인과 기업이윤 모두를 중요하게 생각하고 이들 간에 상호보완적인 관계가 이루어지도록 접근하는 마케팅 관리방식은?
 ① 디자인 지향적 ② 판매 지향적
 ③ 패션마케팅 지향적 ④ 이윤 지향적
 - 기업이 효과적인 머천다이징을 수행하기 위해서는 시장전략이 중요하다. 시장전략의 이행을 위한 마케팅 절차는 시장세분화 단계, 시장표적화 단계, 시장포지셔닝 단계로 나뉘어진다. 다음 중 시장세분화에 대한 설명이 아닌 것은?
 ① 시장세분화란 서로 다른 구매의욕과 필요조건을 가진 구매자 군을 식별하는 과정을 의미한다.
 ② 시장세분화란 소비자를 포괄적인 개념으로 파악하는 것이 아니라 시장의 이질성에 따라 몇 개의 특정한 집단으로 분해하는 것이다.
 ③ 시장세분화는 마케팅 목적을 달성하기 위하여 마케팅 활동에 중요한 의미를 가지고 있는 특성을 가진 소비자를 몇 개의 소집단으로 분류하여 동질의 계층을 구하는 것이다.
 ④ 시장세분화시 시장세분화의 기준은 인구통계학적 구분에 의해서만 분류된다.
 - 유통업체나 직영점포를 보유하고 있는 의류업체들은 매장에서 취급될 상품들을 중점상품, 보완상품, 전략상품으로 나누

어 구성한다. 이 중 패션업체가 높은 매출액과 이익 확보를 위하여 주력하는 제품으로 점포에서 상품 회전이 높은 제품은?

- ① 보완 제품 ② 중점 제품
- ③ 전략 제품 ④ 모든 제품

17. 통신판매는 세계적으로 가장 빠르게 성장하는 소매업태 중 하나이다. 통신판매가 증가하는 이유가 아닌 것은?

- ① 마케팅 환경의 지역차를 극복할 수 있기 때문이다.
- ② 가격에서 유리할 수 있기 때문이다.
- ③ 소비자의 변화추세가 통신판매에 적합하다.
- ④ 패션제품에 있어서는 맞춤새(fitting)에 있어서 고객의 만족도를 높일 수 있다.

18. 패션마케팅의 수행에 있어 새로운 패션상품으로의 대체시장을 만들기 위한 하나의 방법으로 유행이 지난 의상을 착용함으로써 시대적으로 뒤떨어진 느낌을 가지도록 만드는 생산자적 입장의 마케팅 방법은?

- ① 퍼블리시티(Publicity) ② 계획적 진부화
- ③ 스페셜이벤트 ④ 상품기획

19. 다음 중 제조업체의 머천다이징과 유통업체의 리테일 머천다이징 활동들 중에 공통으로 적용되지 않는 것은 무엇인가?

- ① 패션 트렌드와 소비자 수요의 예측
- ② 원부자재 구매 계획
- ③ 효과적인 세일즈 프로모션
- ④ 상품 정책의 수립

20. 소비자가 제품결정을 위한 대안의 평가시 각 상표별로 한속성에서 느끼는 단점을 다른 속성의 강점으로 상쇄하여 전반적으로 평가하는 방식을 무엇이라 하는가?

- ① 결합식 방법 ② 사전편집식 방법
- ③ 보완적 방법 ④ 연속제거식 방법

2과목 : 패션소재기획

21. 자연환경에 대한 경각심으로 시작되어 패션소재에 천연소재 및 내추럴등의 소재에 관심을 나타낸 현대 패션의 대표적인 트렌드(Trend)는?

- ① 노스텔지어(Nostalgia) ② 에콜로지(Ecology)
- ③ 에스닉(Ethnic) ④ 글로벌(Global)

22. 의류용 피혁류에 주로 나타나는 소비자 불만족 사례와 가장 관계가 적은 것은?

- ① 색상 변화 ② 강도 저하
- ③ 촉감 변화 ④ 줄무늬 발생

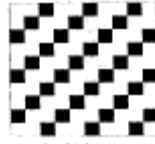
23. 다음 중 견섬유의 성질이 아닌 것은?

- ① 염색성이 좋다.
- ② 내일광성이 우수하다.
- ③ 알칼리에 쉽게 손상된다.
- ④ 드레이프성이 우수하다.

24. 실의 굵기, 색상, 섬유의 종류, 꼬임수등이 각기 다른 실을 여러 가지 방법으로 합하여 패션성을 나타내는 실의 총칭은?

- ① 장식사 ② 정련사
- ③ 중공사 ④ 실켓사

25. 다음 조직도에 대한 설명으로 맞지 않는 것은?



- ① 표면이 평활하며 광택이 우수하다.
- ② 평직보다 내구성, 드레이프성, 유연성이 좋다.
- ③ 데님, 서어지, 프란셀 등이 대표적인 직물이다.
- ④ 사선방향으로 능선 또는 사문선이 나타나므로 사문직이라고도 한다.

26. 다음 섬유 중에서 습윤 시 강도가 가장 강해지는 것은?

- ① 합성섬유 ② 모섬유
- ③ 면섬유 ④ 견섬유

27. 다음 중 소재의 분위기와 촉감에 따라 감성을 분류할 경우 연결이 잘못 된 것은?

- ① 라이트(light) - 단단하고 뽀뽀하다.
- ② 클린(clean) - 매끈매끈하고 섬세하다.
- ③ 웨트(wet) - 광택이 있으며 촉촉하다.
- ④ 러프(rough) - 까슬까슬하고 거칠다.

28. 패션상품 제조자가 지켜야 할 의무적인 품질표시에 속하지 않는 것은?

- ① 세탁법 ② 물의 온도
- ③ 다림질 온도 ④ 대전성

29. 의류용 소재 사용시 고려되는 실용적 선택기준이 아닌 것은?

- ① 외관유지 ② 내구성
- ③ 광고성 ④ 쾌적성

30. 올바른 소재기획 (Fabrication)을 위한 검토항목 중 필수적으로 고려해야 될 사항이 아닌 것은?

- ① 소재와 스타일의 관계 ② 소재의 생산, 납기관계
- ③ 소재의 품질관리 관계 ④ 소재의 봉합검사 관계

31. 직물의 경사와 위사의 일반적인 판별법으로 틀린 것은?

- ① 직물의 밀도가 많은 방향이 경사이다.
- ② 직물에 변사가 있을 때 변사방향이 경사이다.
- ③ 교직물인 경우 강력이 큰 방향이 경사이다.
- ④ 단사와 합연사의 교직은 단사방향이 경사이다.

32. 다음 방모 섬유의 기모(Raising) 가공 소재 중 부드러운 질감을 잘 표현하는데 일차적인 목적을 둔 가공 소재는?

- ① 멜톤(Melton) 가공소재 ② 모스(Moss) 가공소재
- ③ 벨루어(Velour) 가공소재 ④ 비버(Beaver) 가공소재

33. 패션 회사에서의 소재 거래선의 선정 조건에 해당되지 않는 것은?

- ① 소재 상품에 대한 기술력과 개발력 여부

- ② 소재 상품에 대한 안정적인 공급능력 여부
 ③ 소재 상품에 대한 풍부한 홍보력 여부
 ④ 소재 상품에 대한 정확한 컨셉의 여부
34. 강직하고 열전도성이 좋고 촉감이 차서 여름옷감으로 선호되는 식물성 섬유는?
 ① 견 ② 양모
 ③ 레이온 ④ 저마
35. 다음 중 의류업체의 소재기획 시 순서가 옳은 것은?
 ① 정보수집 → 이미지맵 및 칼라맵 → 소재맵 → 스타일 개발 및 소재선정 → 발주 → 의류생산 → 출하
 ② 정보수집 → 소재맵 → 이미지맵 및 칼라맵 → 스타일 개발 및 소재선정 → 발주 → 의류생산 → 출하
 ③ 정보수집 → 이미지맵 및 칼라맵 → 스타일 개발 및 소재선정 → 소재맵 → 발주 → 의류생산 → 출하
 ④ 이미지맵 및 칼라맵 → 정보수집 → 소재맵 → 스타일 개발 및 소재선정 → 발주 → 의류생산 → 출하
36. 패션 소재기획에서 정보 수집의 중요성에 대한 설명이 아닌 것은?
 ① 소비자가 요구하는 패션성에 적합한 제품을 만들기 위해서이다.
 ② 소재 머천다이저의 주관적 판단을 적절히 반영하기 위해서이다.
 ③ 브랜드 성격과 판매시기에 가장 적합한 소재를 선별하기 위해서이다.
 ④ 소재 선정에 최대한 객관성을 부여하기 위해서이다.
37. 시크(chic) 이미지를 나타내는 소재로 적당한 것은?
 ① 실크, 벨벳, 모피 등의 고가의 고전적인 소재로 빨간색 등과 같이 화려한 색을 사용한다.
 ② 소박한 느낌의 면 소재나 실기한 느낌의 폴리에스테르 소재로 감미로운 색상 계열을 사용한다.
 ③ 단순하면서도 부드러운 촉감을 가진 소재로 색상은 무채색 계열과 차분한 색상을 사용한다.
 ④ 표면이 매끄럽고 광택이 있는 소재로 여성스러운 무늬에 파스텔 색조나 따뜻한 느낌의 색상을 사용한다.
38. 합성섬유 중 표준수분율이 가장 높은 섬유는?
 ① 나일론 ② 아세테이트
 ③ 아크릴 ④ 폴리에스테르
39. 다음 중 패션 트렌드와 감성용어가 알맞게 짝지어지지 않은 것은?
 ① 엘레강스-고상한, 우아한
 ② 컨트리- 자연의 아름다움, 서민적
 ③ 엑조틱- 도회적인, 지성미
 ④ 로맨틱- 화려한, 장식적인
40. 모섬유의 축융성의 원인이 되는 것은?
 ① 스케일(scale) ② 내섬유(cortex)
 ③ 권축(crimp) ④ 모수(medulla)


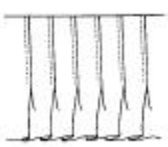


41. 최근 온라인 판매나 TV 홈쇼핑 등이 급부상하며 유통의 행으로 떠오르고 있다. 이처럼 제조업자가 직접 소비자에게 판매하는 유통경로 구조를 무엇이라고 하는가?
 ① 간접 마케팅 경로 ② 전통적 마케팅 경로
 ③ 직접 마케팅 경로 ④ 중간 도매상 경로
42. 디스플레이에 사용되는 수단에 대한 설명 중 옳은 것은?
 ① 상품 - 디스플레이의 가장 중요한 요소로 고객이 구매하고자 하는 디자인, 칼라, 소재, 가격, 스타일을 고려하여 선정된 것이어야 한다.
 ② 보조도구 - 마네킹이나 바디(body)와 같은 기능적인 소도구만을 포함한다.
 ③ 색상 - 매장내의 색상은 고객의 눈에 가장 먼저 들어오는 것으로 상품기획 시 고려된 상품색상의 조화는 무시하고 계절이나 패션 트렌드를 반영한 배색효과를 우선 중시해야 한다.
 ④ 표시판과 쇼카드 - 정보를 주는 기능이 강하여 매장 환경이 무질서해지므로 매장에서의 사용을 자제해야 한다.
43. 상품속성에 의한 관리제도로 POS 시스템에 의해 통제되어 상품의 수량을 기록하는 시스템으로, 기록을 통하여 바이어가 상품의 흐름을 추적할 수 있는 것은?
 ① 달러 컨트롤(Dollar control)
 ② 재고 컨트롤(Inventory control)
 ③ 유니트 컨트롤(Unit control)
 ④ 재정 컨트롤(Financial control)
44. 상품구성 계획 시 가장 거리가 먼 것은?
 ① 상품의 폭과 깊이의 결정
 ② 판매시기 결정
 ③ 가격 정책
 ④ 광고 정책
45. 상품구색을 조정하기 위한 올바른 방법이 아닌 것은?
 ① 중심복종을 설정한다.
 ② 평범한 복종으로 진열한다.
 ③ 상의와 하의의 비율을 적절히 조정한다.
 ④ 실질적인 이익추구 상품과 전시용 상품을 설정한다.
46. 점장의 임무에 대하여 잘못 설명한 것은?
 ① 점두조직에서 가장 중요한 역할을 한다.
 ② 리더쉽과 모티베이션 능력을 겸비해야 한다.
 ③ 슝의 외관 관리도 점장의 임무이다.
 ④ 포장작업은 점장의 임무가 아니다.
47. 구매활동의 프로세스(과정)를 바르게 설명한 것은?
 ① 구매계획 - 상품구색계획 - 구매실무
 ② 상품구색계획 - 구매계획 - 구매실무
 ③ 판매계획 - 상품구색계획 - 구매계획
 ④ 구매실무 - 구매관리 - 상품구색계획
48. 소매점에서 고객의 욕구를 만족시키기 위해서 소매점 자체의 리스크 부담으로 상품을 기획하고 제조하여 판매하는 브랜드는?
 ① 내셔널 브랜드 ② 프라이빗 브랜드





- ③ 공동 브랜드 ④ 편집 브랜드
49. 광고의 기능이 아닌 것은?
 ① 신상품 도입 기능 ② 수요창출 기능
 ③ 상품제시 기능 ④ 상품기획 기능
50. 다음 광고매체 중 기록성과 보전성이 있으며 소구대상이 어느 정도 명확한 장점이 있으나 준비기간이 길고 가격이 비싼 단점이 있는 매체는?
 ① TV ② 잡지
 ③ 라디오 ④ DM
51. 현재의 패션경향 및 시장정보, 바이어의 상품구매 계획에 가장 적당한 거래처나 메이커를 선정해주며, 경우에 따라 상품구매를 대행해 주는 기관은?
 ① 중앙 구매 사무소(Central Buying Office)
 ② 상주 구매 사무소(Resident Buying Office)
 ③ 제조업 브로커(Manufacturers' Brokers)
 ④ 도매업자(Wholesalers)
52. 폭넓은 소비자층을 만족시키기 위해 다양한 제품을 판매하는 대형 소매점으로 패션과 서비스를 제공하는 패션 점포의 형태는?
 ① 백화점 ② 대리점
 ③ 할인점 ④ 전문점
53. 상품구성계획에서 상품구성의 폭을 바르게 설명한 것은?
 ① 소비자에게 제공하는 품목 수
 ② 소비자에게 제공하는 품목의 양
 ③ 소비자에게 제공하는 서비스
 ④ 소비자에게 제공하는 가격대
54. 광고에 대한 설명 중 가장 잘못된 것은?
 ① 광고의 대상은 구매의욕이 있는 직접적인 소비자이다
 ② 광고는 브랜드 이미지를 확고히 하는 결과물이다.
 ③ 광고를 통해 기업은 판매를 증진시키며, 상점의 신용도를 강화한다.
 ④ 소비자의 관점에서 제작된 광고는 잘 제작된 광고라할 수 있다.
55. VMD의 특징을 잘못 서술한 것은?
 ① 상품기획 또는 구매단계로부터 판매촉진활동에 이르기까지 경영의 모든 요소를 포괄적인 시각에서 전개하는 것이다.
 ② VMD는 타깃설정, 광고, 판매촉진을 포함하여 고객만족에 이르기까지를 시행범위로 하고 있다.
 ③ VMD의 전략범위로 고객반응조사 시스템 운용까지 규정되고 있다.
 ④ VMD는 단지 판매현장의 장식적 요소에 포인트를 주는 것이다.
56. 유통에 대하여 설명한 것 중 맞지 않은 것은?
 ① 유통은 상품의 원활한 흐름에 관한 경제활동이다.
 ② 패션유통경로는 패션제품이나 이에 필요한 원부자재와 서비스가 의류업체로부터 최종소비자에게로 이동되는 과정에 참여하는 조직체나 개인으로 정의된다.
 ③ 패션유통에 참여하는 경로구성원에는 원부자재업체, 의

- 류제조업체, 중간상, 소비자가 포함된다.
 ④ 소재, 의류업체는 중간상이 없이 최종 소비자와 직거래하는 것이 효율적이다.
57. 상품구성의 폭을 결정하는 요소가 아닌 것은?
 ① 고객층 ② 판매시기
 ③ 상품의 품질 ④ 생산성
58. 비주얼 머천다이징(VMD)의 개념을 바르게 설명한 것은?
 ① VMD란 점포와 상품의 기획의도를 시각적 요소에 의해 연출하고 이를 통합적으로 관리하는 과정이다.
 ② VMD와 디스플레이는 개념적 차원이 같다.
 ③ VMD는 건물의 외관만을 시각적으로 조정하는 것을 말한다.
 ④ VMD는 손님이 스스로 찾아오는 매장에서 손님을 기다리는 매장으로 만드는 수법이다.
59. 소비자의 구매 행동 중 특히 제품구매에 투입하는 노력을 기준으로 상품은 편의품, 선매품, 전문품으로 분류된다. 다음 중 선매품에 해당되는 것은?
 ① 양말, 스타킹, 내의류 등 단가가 낮고 형태가 표준화된 상품이다.
 ② 구입단가가 높고 구입회수가 비교적 적은 상품이다.
 ③ 상표나 제품의 특징이 뚜렷하여 소비자가 상표 또는 점포의 신용과 명성에 따라 구매하는 상품이다.
 ④ 소비자가 기술적으로 판단하기 어려운 상품이다.
60. 매체광고 중 신속성을 가장 큰 특징으로 하는 광고는?
 ① 잡지 ② 옥외광고
 ③ 텔레비전 ④ 우편물발송

4과목 : 패션디자인론 및 의복구성학

61. 생산시 공정편성에 있어 편성의 기준으로 고려하지 않아도 되는 사항은?
 ① 생산 수량 및 설비수량 ② 작업자 인원
 ③ 공정별 작업시간 ④ 기술 요령의 지도
62. 의류 제품 생산시 사용된 봉사와 제품의 연결이 바르지 못한 것은?
 ① 면티셔츠, 작업복 - 면봉사
 ② 모시, 삼베 저고리 - 마봉사
 ③ 수영복, 란제리, 스타킹 - 나일론 봉사
 ④ 청바지류 - 폴리스판사
63. 새로운 패션스타일에 대하여 긍정적인 평가정보를 다른 소비자에게 제공함으로써 언어적으로 패션영향력을 행사하는 소비자는?
 ① 패션 혁신자 ② 유행의견 선도자
 ③ 패션 추종자 ④ 패션 지체자
64. 프레타포르테에 대한 설명으로 맞는 것은?
 ① 저가 기성복 ② 고급 기성복
 ③ 고급 맞춤복 ④ 저가 맞춤복
65. 우측 옆의 허리선부터 의자바닥까지의 수직 길이는?

- ① 살위 앞뒤 길이 ② 엉덩이 길이
③ 밑위 길이 ④ 바지 길이
66. 우아하고 세련된 고급스런 여성의 이미지로 실크와 섬세한 꽃문양 등의 드레스가 대표적인 패션 이미지는?
① 로맨틱(Romantic) 이미지
② 포크로어(Folklore) 이미지
③ 이콜로지(Ecologe) 이미지
④ 엘레강스(Elegant) 이미지
67. 매스패션의 확립기에 대한 설명으로 맞는 것은?
① 경제적으로 혜택받지 못했던 젊은층이 상층계급에 저항하고 자기권리를 주장하게 되었다.
② 여성들의 사회진출로 클래식 스타일의 여성복만이 유행된다.
③ 대표적인 디자이너로 폴 포와레(Paul Poiret)를 들수 있다.
④ 사이즈 기준을 확립하고 경영형태를 개선해가면서 패션산업의 근대화를 이루어갔다.
68. 소매 제도시 몸판과 연결되게 구성하는 소매는?
① 레그오브머튼 슬리브 ② 케이프 슬리브
③ 카울 슬리브 ④ 래글런 슬리브
69. 다음 중 색의 온도감에 있어 중성적이어서 함께 사용되는 색에 따라 상대적으로 따뜻하거나 차게 느껴지는 색상은?
① 적자색 ② 주황색
③ 보라색 ④ 남색
70. 장식 방법 가운데 드레이프를 표현한 것은?
①  ② 
③  ④ 
71. 실루엣은 윤곽선이란 의미로 옷의 특징을 단적으로 표현 할 때 사용된다. 실루엣은 크게 H 자형, X 자형, O 자형, Y 자형, T 자형으로 나누어질 수 있다. 아래 항목 중 X자형 실루엣에 속하지 않는 것은?
① Barrel ② Mermaid
③ Bustle ④ Minaret
72. 가장 오랜 역사를 가지고 있는 것으로, 신축성이 작고 강도가 높으며 걸감과 가장 잘 어울리는 심지는?
① 합성심지 ② 면/합성심지
③ 나일론심지 ④ 마심지
73. 생산지시서에 대한 다음 설명 중 틀린 것은?
① 생산지시서에는 완성제품 치수를 정확히 기재한다.
② 남성복, 여성복, 아동복 등 종류가 달라도 생산지시서는

- 동일규격을 사용한다.
③ 생산지시서에는 원단, 안감, 심지의 정확한 원단폭을 기재한다.
④ 생산지시서에는 생산수량, 즉 사이즈 호수와 각각의 생산량을 기재한다.
74. 다음 중 의복을 재단할 때 옷감이 가장 많이 소요되는 무늬의 소재는?
① 격자무늬 ② 줄무늬
③ 전방배열무늬 ④ 물방울무늬
75. 상의의 밑단, 소매솔기, 요크선, 바지단 등에 옷감의 울을 풀어 매듭을 지어 장식하는 것으로 미국 인디언 복식등 민속풍 디자인에서 흔히 사용되는 장식방법은?
① 파이핑(piping) ② 프린징(fringing)
③ 파고팅(fagoting) ④ 바인딩(binding)
76. 패션 산업의 특성으로 잘못 설명한 것은?
① 패션 산업은 지식집약 산업이다.
② 패션 산업은 위험부담률이 비교적 적은 산업이다.
③ 패션 산업은 정보산업이다.
④ 패션 산업은 부가가치 산업이다.
77. 의복 제도 기호와 설명이 맞게 연결되지 않은 것은?
①  단추 구멍 위치와 크기
②  선의 교차
③  줄임표시
④  털의 방향 표시
78. 자극을 주어 색각이 생긴 후, 자극을 제거한 후에도 그 흥분이 남아서 원자극과 동질, 또는 이질의 감각 경험을 일으키는 것은?
① 색의 동화 현상 ② 색의 대비 현상
③ 색의 잔상 현상 ④ 색의 혼합 현상
79. 다음 중 안감의 역할이 아닌 것은?
① 걸감으로 부족한 보온력을 보완해 준다.
② 걸감이 딱딱한 경우 착용감을 좋게 한다.
③ 안감을 넣음으로서 마찰 회수를 줄여준다.
④ 땀이 걸감의 표면에 베어나올 수 있으므로 안감의 사용을 제한하여야 한다.
80. 색채 이미지에 대한 설명 중 틀린 것은?
① 색채로 인해 환기되는 특유의 감정을 말한다.
② 색채가 가진 표정과 색채에서 받는 연상을 말한다.
③ 명도에 따른 이미지, 채도에 따른 이미지로 분류된다
④ 청각, 미각, 후각과 일정한 색채가 결합해서 느껴지는 것을 말한다.

81. 소비자의 라이프 스타일을 AIO 법으로 조사하고자 한다. 측정 항목이 아닌 것은?
- ① 소비자의 행위
 - ② 소비자의 욕구
 - ③ 사회적, 개인적 문제들에 대한 의견
 - ④ 주변사물에 대한 관심
82. 라이프 스타일에 대해 틀린 설명은?
- ① 소비자의 의식, 활동, 태도 등을 포함하는 복합적인 생활의 틀이다.
 - ② 라이프 스타일의 변화는 새로운 제품에 대한 수요를 창출하지 못한다.
 - ③ 소비자 구매형태에 중요한 영향을 끼친다.
 - ④ 소비자의 문화, 사회, 심리적 특성에 의하여 라이프 스타일이 형성된다.
83. 대형점이 어떤 지역에 신규 출점을 할 때 점포위치의 매력도에 대한 평가단계 중 가장 먼저해야할 일은?
- ① 광역지역시장 후보지에 대한 분석(regional analysis)
 - ② 최적지구 선정을 위한 분석(area analysis)
 - ③ 개별점포에 대한 분석(individual analysis)
 - ④ 개별점포의 1차상권 분석(primary analysis)
84. 다음 중 차기 시즌의 패션 트렌드 정보에 속하는 것은?
- ① 원사
 - ② 가격
 - ③ 브랜드
 - ④ 소비자
85. 스타일 정보의 수집, 분석, 전달 방법으로 가장 적합한 것은?
- ① 도표
 - ② 사진
 - ③ 그래프
 - ④ 매트릭스 도법
86. 소비자 집단 구분과 라이프 스타일이 어색한 것은?
- ① 스포티엘레강스 - 도회적 센스, 스포틱 엘레강스 추구
 - ② 켄템포러리 - 창조적, 고급 주문복 선호
 - ③ 러브리 캐주얼 - 로맨틱 무드의 소녀 타입
 - ④ 팍캐주얼 - 남성적, 활동적 이미지
87. 패션 트렌드 분석시 아이템 정보가 될 수 없는 것은?
- ① 클래식 셔츠
 - ② 매니시 팬츠
 - ③ 다양한 길이의 코트
 - ④ 신체에 밀착되는 형태
88. 현대 사회에서 패션 산업을 하는데 있어서 정보의 중요성이 더욱 더 중요시 되는 요인이 아닌 것은?
- ① 다양한 매체의 발달
 - ② 라이프 사이클의 단축화 현상
 - ③ 상품의 고부가 가치화 현상
 - ④ 소재 및 지불수단의 다양화 현상
89. 소비자 조사방법 중 관찰조사의 대표적인 예는?
- ① 표본 조사
 - ② 거리 패션 조사
 - ③ 구매실적 조사
 - ④ 간행물에서 얻은 2차자료 조사

90. 패션트렌드 정보 발표가 가장 먼저 실행되는 것부터 순서대로 된 것은?
- ① 색채 - 스타일 - 아이템 - 소재
 - ② 색채 - 소재 - 스타일 - 아이템
 - ③ 소재 - 색채 - 스타일 - 아이템
 - ④ 소재 - 색채 - 아이템 - 스타일
91. 시장 분석시 장기예측에 대한 설명이 아닌 것은?
- ① 의류산업에 나타나는 변화를 연구한다.
 - ② 소비자의 소비형태와 사업적인 경제경향을 연구한다.
 - ③ 사회, 정치적 요인과 전세계적인 유행추세를 포함한다.
 - ④ 디자이너, 머천다이지, 판매사원이 모여 익월 매출 전략을 토의한다.
92. 패션산업 부문에서 필요한 정보에 대한 설명으로 맞지 않는 것은?
- ① 기업환경 정보는 국내외 정치, 경제, 문화 등 사회전반에 관한 정보로서 기업에 직접, 간접으로 영향을 미치는 정보를 말한다.
 - ② 패션정보는 국내 패션정보와 해외 패션정보로 대별되며 다음 시즌의 제품을 예측하기 위한 색상, 소재, 실루엣, 디테일에 관한 정보이다.
 - ③ 시장정보는 자사의 브랜드에 관련된 시장의 일반적인 상황을 파악하기 위한 정보로 경쟁브랜드 정보는 포함되지 않는다.
 - ④ 소비자 정보는 예상 고객층의 라이프스타일, 소비의식, 구매패션, 선호도 등의 정보가 필요하다.
93. 패션컬러 경향분석의 방법 중 설명이 잘못된 것은?
- ① 패션이미지 컬러매트릭스 분석 : 컬러경향이 지난 시즌에 비해 달라졌는지를 비교 분석
 - ② 패션컬러의 시장조사 : 브랜드별 특성에 따라 컬러의 경향을 조사 분석
 - ③ 패션트렌드 컬러 분석 : 색상과 톤의 분석, 색상과 톤의 이행분석으로 경향을 파악
 - ④ 소비자착용 컬러분석 : 실제 소비자 착용상태를 조사 분석
94. 소비자의 정보탐색 과정 중 친지의 의견, 광고, 신문기사 등은 어떠한 탐색에 속하는가?
- ① 내부탐색
 - ② 외부탐색
 - ③ 소재탐색
 - ④ 의류탐색
95. 경쟁브랜드를 분석할 때 포지셔닝 맵의 작성은 마케팅 전략의 수립에 유용하게 사용된다. 포지셔닝 맵의 유용성이 아닌 것은?
- ① 틈새시장 파악이 가능하다.
 - ② 자사 제품이 현재 차지하고 있는 경쟁적 포지션을 파악할 수 있다.
 - ③ 경쟁강도의 파악이 가능하다.
 - ④ 경쟁브랜드의 다음 시즌 트렌드를 예측할 수 있다.
96. 패션 기업이 "핫 스팟(Hot Spot)"을 알고자 할 때 이용할 수 있는 가장 적합한 정보의 유형은?
- ① 경쟁사 정보
 - ② 패션트렌드 정보
 - ③ 패션관련 산업 정보
 - ④ 인구통계적 환경 정보

97. 차별화된 마케팅믹스 전략을 구사하여 소비자에게 차별적 이미지를 창출함으로써, 나름대로의 경쟁력을 가질수 있는 경쟁 구조의 형태는?
 ① 독점 ② 과점
 ③ 순수 경쟁 ④ 독점적 경쟁
98. 패션 산업에서 필요로 하는 정보 중 색상, 소재, 실루엣 등 에 관한 정보는?
 ① 기업환경 정보 ② 패션 정보
 ③ 시장 정보 ④ 판매실적 정보
99. 패션정보의 분석기준에 대한 설명으로 맞지 않는 것은?
 ① 어떤 경향이 새롭게 나타나고 있는가를 시장정보와 소비자 정보를 통해 분석해야 한다.
 ② 새롭게 등장하는 트렌드의 발생이유를 파악하여 예측해야 한다.
 ③ 유행의 변화는 모든 디자인의 요소에서 동시에 나타나는 것이므로 변화를 주도하는 요소에 주목해야한다.
 ④ 유행의 확산 양상은 다양하기 때문에 어떤 집단이 새로운 유행을 선도하는가에 따라 유행현상은 달라질 수 있다.
100. 폴리에스테르 섬유에 알칼리처리를 하여 섬유표면에 가수 분해가 일어나 표면이 용해되어 유연성, 드레이프성, 촉감, 흡습성 등이 향상되어 색의 심도가 증가되어 실크에 가까운 특성을 나타내는 가공법은?
 ① 알칼리 감량가공(Alkali Treatment)
 ② 효소 감량가공(Enzyme Treatment)
 ③ 전모 가공(Shearing)
 ④ 프린트 식모(Print Flocking)

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