

1과목 : 패션마케팅

- 인적판매는 판매원이 직접 고객과 대면하여 자사의 패션제품이나 서비스를 구입하도록 권유하는 커뮤니케이션 활동을 말하며 판매원 판매라고도 한다. 따라서 패션점포에서의 중요한 판매원의 역할이 아닌 것은?
 - 소비자에게 패션을 제안한다.
 - 패션점포의 이미지를 높인다.
 - 소비자와 의류업체를 연결시키는 의사전달자이다.
 - 상품기획의 방향을 전적으로 설정한다.
- 리테일 머천다이징 프로세스의 첫 단계는?
 - 소비자 수요 예측
 - 제품의 가격결정
 - 구매업체 물색
 - 제품의 광고와 판매촉진
- 마케팅관리의 발전과정으로 옳게 나열된 것은?
 - 판매지향 → 생산지향 → 사회지향 → 마케팅지향
 - 생산지향 → 판매지향 → 마케팅지향 → 사회지향
 - 생산지향 → 판매지향 → 사회지향 → 마케팅지향
 - 판매지향 → 생산지향 → 마케팅지향 → 사회지향
- 패션점포의 판매 포인트를 나타내고, 제품의 컨셉을 가장 잘 나타내는 점포의 얼굴이라 하며 상품 코디네이션으로 보여주는 연출 표현은?
 - P.P. (Point of Sales Presentation)
 - V.P. (Visual Presentation)
 - I.P. (Item Presentation)
 - P.O.P (Point of Purchase)
- 패션 유통 경로의 유형 중 대리점주의 상품 선별 능력과 전문 리테일 바이어 기능이 가장 요구되는 유형은?
 - 위탁판매제도
 - 완사입제도
 - 위탁사입제도
 - 절충형사입제도
- 표적시장 마케팅의 주요 3단계의 올바른 순서는?
 - 시장 세분화 → 표적시장 선정 → 시장 포지셔닝
 - 표적시장 선정 → 시장 세분화 → 시장 포지셔닝
 - 시장 포지셔닝 → 마케팅 믹스 → 시장 세분화
 - 마케팅 믹스 → 시장 포지셔닝 → 시장 세분화
- 상품기획의 목적이 아닌 것은?
 - 최적의 상품
 - 최적의 가격
 - 최적의 장소
 - 최적의 판매원
- 패션머천다이저의 역할에 대한 설명으로 옳은 것은?
 - 유통업에서 머천다이징을 담당하는 사람을 어패럴머천다이저라 한다.
 - 어패럴 머천다이저의 기본 역할은 구매계획이다.
 - 리테일 머천다이저는 바이어의 역할을 포함한다.
 - 제조업에서 머천다이징을 담당하는 사람을 리테일머천다이저라 한다.
- 리테일 머천다이징이 중요시되는 이유는?

- 시한성이 높다.
 - 가격할인율이 낮다.
 - 상품의 회전율이 느리다.
 - 계절의 변화에 영향을 받지 않는다.
- 패션머천다이저의 업무와 책임은 크게 1)목표설정 책임, 2)정보분석 책임, 3)조직운영 책임, 4)업무체크 책임, 5)의사결정 책임의 다섯가지 정도로 분류 할 수 있다. 그렇다면 상품기획 입안, 판매기획 입안, 생산·물류기획입안, 예산기획 입안은 어디에 속하는가?
 - 목표설정 책임
 - 정보분석 책임
 - 조직운영 책임 및 업무체크 책임
 - 의사결정 책임
 - 소비자의 구매대리인 역할을 하는 직종은?
 - 텍스타일 디자이너
 - 어패럴 머천다이저
 - 리테일 머천다이저
 - 모델리스트
 - 리테일 머천다이저의 임무로 적당하지 않은 것은?
 - 변화하는 유행에 따라 소비자 요구에 맞는 수요를 예측하고 매출과 재고의 계획을 수립
 - 판매를 위한 제품을 구매
 - 촉진활동, 디스플레이 등 점포이미지 조성을 위한 작업
 - 제품생산을 위한 환경분석, 정보파악하여 마케팅컨셉에 맞는 제품기획
 - 패션마케팅은 패션이라고 하는 특성을 지닌 상품의 마케팅 활동이다. 다음 중 패션마케팅의 개념 또는 특징을 잘못 설명하고 있는 것은?
 - 패션마케팅이란 계절별 패션상품이 원자재에서부터 의류제조업체, 구매활동이 이루어지는 소매상을 거쳐 소비자에게 이르기까지의 상품의 흐름을 유지하려는 다각적인 활동을 의미한다.
 - 패션마케팅은 소비자의 입장보다는 기업의 입장에서 전개되어야 한다.
 - 패션마케팅은 소비자가 원하는 패션상품을 기획, 제조, 공급하는 기업활동을 의미한다.
 - 패션마케팅 활동은 패션상품이 지니고 있는 라이프 사이클의 한정성이나 감각적인 부가가치, 희소가치 등의 기본개념이 전제되어야 한다.
 - 다음 중 마케팅 믹스에 속하지 않는 것은?
 - 제품계획
 - 기업목표 설정
 - 판매촉진 활동
 - 유통구조
 - 제품의 가격 결정시 직접적인 요인이 아닌 것은?
 - 시장과 수요
 - 제품원가
 - 경쟁사의 제품가격
 - 패션트렌드
 - 대규모 의류회사의 경우, 기획 머천다이저의 업무에 해당되지 않는 것은?
 - 마켓 조사
 - 가격 책정
 - 라인 계획
 - 샘플의복 제작
 - 제조업 머천다이징 시스템의 주업무 순서가 바르게 설명된 것은?

- ① 마케팅 정보분석 - 표적시장 설정 - 머천다이징 컨셉설정 - 상품구성 - 디자인 개발 - 가격결정 - 품평 및 수주
- ② 마케팅 정보분석 - 표적시장 설정 - 머천다이징 컨셉설정 - 디자인 개발 - 상품구성 - 가격결정 - 품평 및 수주
- ③ 마케팅 정보분석 - 표적시장 설정 - 머천다이징 컨셉설정 - 상품구성 - 가격결정 - 디자인 개발 - 품평 및 수주
- ④ 마케팅 정보분석 - 표적시장 설정 - 머천다이징 컨셉설정 - 가격결정 - 상품구성 - 디자인 개발 - 품평 및 수주
18. 세계 유명 컬렉션이 열리는 시기는 소비자가 옷을 구입하기 얼마 전인가?
- ① 24개월 전 ② 18개월 전
- ③ 12개월 전 ④ 6개월 전
19. QRS가 제조업자에게 주는 장점이 아닌 것은?
- ① 주문량에 따른 생산과 수요예측이 용이하다.
- ② 적절한 물량과 적절한 판매시기는 소비자 만족으로 이어진다.
- ③ 재주문에 의한 추가 판매 기회를 확대한다.
- ④ 판매시점의 정보를 알려준다.
20. 마케팅에서 포지셔닝 맵(positioning map)의 유용성에 해당되지 않는 것은?
- ① 틈새시장 파악
- ② 자사제품의 경쟁적 포지션 파악
- ③ 경쟁의 강도 파악
- ④ 자사제품의 시장점유율 파악

2과목 : 패션소재기획

21. 양모의 크림프(crimp)가 섬유의 성질에 미치는 영향으로 가장 관계가 먼 것은?
- ① 탄성이 좋아진다. ② 광택이 좋아진다.
- ③ 방직성이 좋아진다. ④ 보온성이 좋아진다.
22. 소재기획시 소재의 선정조건으로 가장 관계가 먼 것은?
- ① 품질의 안정성 ② 화려한 이미지
- ③ 원가의 타당성 ④ 디자인과의 적합성
23. 다음 중 부직포의 특성을 바르게 설명한 것이라고 볼 수 없는 것은?
- ① 절단부분이 풀리지 않아 재단이 쉽다.
- ② 방향성이 없으므로 효율적인 사용이 가능하다.
- ③ 구김이 많이 생기고 형태안정성이 좋다.
- ④ 함기량이 많아 가볍고 보온성이 좋다.
24. 양모섬유의 특징은?
- ① 권축으로 인해 함기량이 많아 따뜻하다.
- ② 양모는 알칼리에 강하고, 산에는 다소 약하다.
- ③ 천연섬유 중 유일한 장식유로 촉감이 부드럽다.
- ④ 열전도성이 높아 겨울용 고급 옷감으로 사용된다.

25. 소재기획 프로세스의 과정 중 상품 구성, Yarn 방향 설정, 시즌별 컬러라인에 해당되는 것은?
- ① 시생산품 제작 방향 ② 패션 정보 분석
- ③ 소재기획 컨셉트 ④ 패션 포 캐스팅
26. 양모 섬유와 유사한 성질을 갖고 있어 스웨트, 플리스, 인조모피 등의 겨울 의류로 사용되며 내화특성이 좋아 실험복이나 작업복으로 사용되고 카펫, 모피, 커튼 등의 가정용품에서도 많이 소요되는 합성섬유는?
- ① 나일론 ② 폴리에스테르
- ③ 아크릴 ④ 폴리에틸렌
27. 다음 직물 중에서 소모직물에만 사용되는 직물명은?
- ① 포럴(poral) ② 홈스펀(homespun)
- ③ 멜턴(melton) ④ 색스니(saxony)
28. 행복했던 시절의 향수를 느끼는 인간의 회귀본능을 패션에 접목한 트렌드(Trend)는?
- ① 글로벌(Global) ② 에콜로지(Ecology)
- ③ 에스닉(Ethnic) ④ 노스탤지어(Nostalgia)
29. 소재기획에 있어서 그 시즌에 나타내고자하는 테마를 시각적으로 제시하는데 주로 사용되는 도구는?
- ① 이미지 맵(image map)
- ② 컬러 맵(color map)
- ③ 소재 맵(fabric map)
- ④ 코디네이션 맵(coordination map)
30. 소재의 표면효과가 가장 금속적 광택을 나타내는 직물은?
- ① 라메(rame) ② 무아레(moire)
- ③ 모헤어(mohair) ④ 벨루어(velour)
31. 레이온 섬유를 이용하여 시각적으로는 마섬유의 느낌을 주며 촉감적으로는 부드러우면서 드레이프성이 있는 소재의 명칭은?
- ① 큐프라 ② 후젯트
- ③ 랑킹 ④ 살리
32. 다음 중 소재기획시 가장 마지막에 수행하는 단계는?
- ① 소재 정보분석 ② 견본 샘플제작
- ③ 소재 맵 작성 ④ 소재기획 컨셉
33. 다음 중 열고정하여 플리츠 스커트(pleats skirt)를 만들기에 적당하지 아니한 소재는?
- ① 나일론(nylon)
- ② 폴리에스테르(polyester)
- ③ 아세테이트(acetate)
- ④ 비스코스 레이온(viscose rayon)
34. 패션트렌드 테마와 소재의 연결이 잘 못된 것은?
- ① 에콜로지 - 천연소재 및 내추럴 풍의 소재
- ② 에스닉 - 아시아, 아프리카, 남미 등에서 연상할 수 있는 소재
- ③ 노스탤지어 - 소재의 다양화 및 복합화 등으로 인한 복합감성소재

- ④ 퍼지 - 실용주의, 기능주의 등을 의미하는 실험성 및 기능성 소재
35. 다음 소재 중 그 성격이 다른 것은?
- ① 크레이프(crepe) 소재
 - ② 조젯(georgette)소재
 - ③ 보일(voil)소재
 - ④ 클리어 컷(clear-cut) 소재
36. 다음은 패션트렌드 테마를 나타내는 감성 기준에 따라 분류한 것이다. 각 트렌드와 감성 용어가 일치하지 않는 것은?
- ① 엘레강스 - 성숙한 여성의 아름다움을 표현한 이미지
 - ② 모던 - 전위성이 강하고 유행을 선취하는 패션 이미지
 - ③ 엑조틱 - 젊은층 중심으로 정열적이고 활동적인 이미지
 - ④ 로맨틱 - 꿈과 낭만을 쫓는 귀여운 소녀의 이미지
37. 정부 공인기관이 의류제품의 품질향상과 소비자보호를 위하여 제품에 대한 특성시험을 실시하고 우수한 제품에 부착시키는 인증제도는?
- ① 품질보증마크(Q마크)
 - ② 중소기업 우수제품마크
 - ③ 에콜로지마크
 - ④ 굿헬스마크(Good health)
38. 품질관리적인 측면에서 안정되면서 은은하고 부드러움을 추구하는 대표적인 복합색상 소재는?
- ① 솔리드 색상(Solid Color)
 - ② 트위스트 색상(Twist Color)
 - ③ 뉴트럴 색상(Neutral Color)
 - ④ 멜란지 색상(Melange Color)
39. 소재 경향분석에서 소재 형상별 분류가 잘못된 것은?
- ① 실크 - 부드러우면서 우아한 광택 타입
 - ② 마 - 거칠면서 불규칙한 타입
 - ③ 화성 - 인위적인 광택과 차가운 느낌의 타입
 - ④ 면 - 보송보송하면서 따뜻한 부풀어진 타입
40. 필라멘트사와 방적사의 복합구조 형태를 가진 실로 심사에는 필라멘트를 사용하고 여기에 단섬유로 둘러싸여서 방적한 실의 명칭은?
- ① 코어방적사(Core Spun yarn)
 - ② 커버링사 (Covering yarn)
 - ③ 인터레이스사 (Interlace yarn)
 - ④ 텍스처사(Textured yarn)

3과목 : 유통관리 및 광고

41. 상품 구매 계획에서 결정사항이 아닌 것은?
- ① 아이템과 구매량 결정
 - ② 구매처 및 구매브랜드 결정
 - ③ 구매금액 및 구매시기 결정
 - ④ 비인기 품목과 할인을 결정
42. 패션소매점의 상품력을 결정하는 요소가 아닌 것은?
- ① 개별상품의 매력
 - ② 가격측면의 매력

- ③ 광고의 우수성
- ④ 다양성과 풍부한 수량
43. MP(상품제안)을 설명하는 내용 중 적절하지 않은 것은?
- ① 보여주는 기능은 VP>PP>IP 순이다.
 - ② 판매기능은 IP>PP>VP 순이다.
 - ③ MP는 이미지와 판매기능을 동시에 가져야 한다.
 - ④ 개개 상품을 분류, 정리하여 진열하는 것은 PP의 기능이다.
44. 선적이 늦어질 수 있으므로 한시즌 미리 주문하는 것을 무엇이라 하는가?
- ① 특별주문
 - ② 이월주문
 - ③ 불랭킷주문
 - ④ 재주문
45. 의류뿐만 아니라 각종 상품을 부문별로 구성하여 소비자가 일괄 구매를 할 수 있는 대규모 소매점포는?
- ① 전문점
 - ② 체인점
 - ③ 할인점
 - ④ 백화점
46. 실제적인 일상생활과 같은 배경에서 상품을 보여주는 디스플레이로서 제품의 사용상황을 보게하고 환경에 투사된 자신을 시각화하는 디스플레이를 무엇이라고 하는가?
- ① 비네트(vignettes)
 - ② 아일랜드 디스플레이(island display)
 - ③ 비트린(vitrine)
 - ④ 윈도우 디스플레이(window display)
47. 올바른 고객관리의 원칙이 아닌 것은?
- ① 간결하고 알기 쉬운 것
 - ② 지속적으로 실시할 것
 - ③ 관리기준을 설정할 것
 - ④ 항목을 가능한 많이 할 것
48. 신문광고의 특성에 대해 올바르게 설명한 것은?
- ① 광고의 재현능력이 높다.
 - ② 지속적 독자수가 많다.
 - ③ 매체에 대한 신뢰성이 낮다.
 - ④ 광범위한 지역에 대한 수용성이 높다.
49. 다음 중 대리점에 대한 설명이 아닌 것은?
- ① 보통 한 업체와 전속거래를 맺는다.
 - ② 프랜차이즈 시스템이 가장 일반적인 유통경로이다.
 - ③ 대리점은 상표이미지를 일관되게 유지하기 위해 본부의 관리를 받는다.
 - ④ 특정소비자 집단을 대상으로 한정된 제품계열만 판매한다.
50. 비주얼 머천다이징 개념과 일치하지 않은 것은?
- ① 고객들을 처음으로 대하는 시점에서 보여지는 상품의 모습이다.
 - ② 소비자 구매시점에서 가능한 최상의 방법으로 제시하여 소비자들의 구매동기를 자극해 상품구입을 유도하는 것이다.
 - ③ 소매점의 마케팅 전략과 목표, 취급상품의 특성, 소비자의 구매유형을 바탕으로 시즌별이나 특별 행사별 비주얼 머천다이징 컨셉을 기획한다.

- ④ 시각적인 상품구성은 무시하고 무엇보다 마케팅적 차원의 목표를 강조하여 달성하고자 한다.
51. 상품구성계획의 목적이 아닌 것은?
- ① 목표 고객의 욕구 충족
 - ② 다른 매장과 차별화
 - ③ 판매를 촉진시키기 위해
 - ④ 가격 책정을 위해
52. 소매업 머천다이징의 판매활동에 포함되지 않는 것은?
- ① 가격정책
 - ② 재고관리
 - ③ 생산관리
 - ④ 촉진활동
53. 광고매체에 대한 설명 중 잘못된 것은?
- ① TV광고는 노출도범위가 높으나 청중선별이 불가능하며 높은 제작비용이 단점이다.
 - ② 패션광고는 잡지를 효과적 매체로 사용하며, 재현 가능성이 높고 수명이 긴 특징이 있다.
 - ③ 소비자 층마다 반응을 보이는 매체가 거의 비슷하다.
 - ④ 특정표적시장을 타겟으로 할 경우 적절한 매체를 혼합 선택하면 효과적이다.
54. 전단 광고의 장점이 아닌 것은?
- ① 매력적 설득 가능
 - ② 충분한 정보제공 가능
 - ③ 가격이 비교적 저렴
 - ④ 예산에 합당한 광고 가능
55. 의류제조업체가 아울렛 매장을 운영하는 목적은?
- ① 재고의 원활한 처리
 - ② 상품이미지 향상
 - ③ 생산성의 효율화
 - ④ 효과적인 상품기획
56. 1년 중 기온차가 심하고 사회적 행사가 비교적 많아 그에 따른 다양한 판매촉진행사가 필요한 시즌은?
- ① 봄
 - ② 여름
 - ③ 가을
 - ④ 겨울
57. 기업이나 브랜드 및 점포에서 구비해야 할 상품그룹의 종류, 상품구성, 이에 대한 방법 등 전체적인 계획을 무엇이라 하는가?
- ① 상품정책
 - ② 사입정책
 - ③ 판촉정책
 - ④ 유통관리
58. 다음 중 패션을회사나 소매점이 홍보를 위해 실시하는 구체적인 방법으로 적합하지 않은 것은?
- ① 신문사 또는 잡지사에게 정보를 준다.
 - ② 패션쇼에 기자를 초대한다.
 - ③ 각종 매체에 패션관련 지식을 제공한다.
 - ④ 직접 광고물을 제작하여 발송한다.
59. 소매상의 판매가격 정책 수립 시 고려할 내용으로 틀린 것은?
- ① 가격의 폭, 중심가격 라인 등을 고려하여 고객이 구매하기 쉬운 가격으로 결정한다.
 - ② 단품과 코디네이트 아이템의 가격선이 비슷하게 설정한다.

- ③ 각 가격선에 아이템이 골고루 분포되도록 배분한다.
- ④ 고객들은 비교 구매하는 경향이 있으므로 가격선의 수는 적게 한다

60. 다음 상품 중 고객의 구매욕구를 충족시킬 수 있는 특별한 상품은?

- ① 보조상품
- ② 자극상품
- ③ 부속상품
- ④ 주력상품

4과목 : 패션디자인론 및 의복구성학

61. 에그(egg) 실루엣, 오우 라인(O line), 배럴실루엣, 코콘(cocoon)실루엣과 연관있는 실루엣은?
- ① 벌크(bulk) 실루엣
 - ② 피티드(fitted) 실루엣
 - ③ 스트레이트(straight) 실루엣
 - ④ 아우어글래스(hourglass) 실루엣
62. 테일러드 자켓의 모심을 바이어스로 재단할 부위는?
- ① 앞길
 - ② 겹 칼라
 - ③ 몸판 밑단선
 - ④ 옆면 진동 밑 부분
63. 재단 작업 요령에 대한 설명 중 틀린 것은?
- ① 연단대 위에 마킹 종이 움직이지 않도록 클립으로 고정한다.
 - ② 기계는 무리하게 밀지 말고, 얇은 천일수록 속도를 빨리 한다.
 - ③ 곡선과 각이 있을시는 곡선부분부터 자르고, 각을 자른다.
 - ④ 재단은 천이 남아있는 방향으로 하고, 패턴의 상하 같은 방향으로 자른다.
64. 먼셀의 표색계에서 N9는 어떤 색상인가?
- ① 검정색
 - ② 회색
 - ③ 밝은 회색
 - ④ 흰색
65. 두장 소매가 달린 테일러드 자켓 재단시 시접을 적게 둘 부분은?
- ① 소매 트임
 - ② 프린세스라인 절개선
 - ③ 앞 뒷길 밑단
 - ④ 라펠선
66. 패션주기는 일반적으로 소개기, 성장기, 성숙기, 쇠퇴기를 거치게 된다. 패션제품이 일부 혁신 소비자의 욕구를 성공적으로 충족시키고 보다 많은 소비자들에게 수용되기 시작하는 시기는?
- ① 소개기
 - ② 성장기
 - ③ 성숙기
 - ④ 쇠퇴기
67. 다음 중 레이어드 룩의 일종으로 여러 가지 스타일의 의복을 몇 겹 입어 코디네이트 초점을 맞춘 코디네이션을 무엇이라 하는가?
- ① 슈퍼코디네이션(super coordination)
 - ② 크로스 오버 코디네이션(cross over coordination)
 - ③ 플러스 원 코디네이션(plus one coordination)
 - ④ 피스 코디네이션(piece coordination)
68. 유행의 변화가 잘 안 일어나는 사회는?

- ① 문화적 접촉이 많은 사회
 ② 사회계층의 존재를 부정하는 사회
 ③ 관습이나 전통이 약한 사회
 ④ 여성 교육이 대중화된 사회
69. 다음 중 유행확산 곡선에서 상승단계를 설명하는 것은?
 ① 이 때 유행은 새롭다는 느낌은 사라지지만 아직 가장 적절한 스타일이라고 생각되어 진다.
 ② 새로운 유행스타일을 선택하는 사람들이 급속도로 증가하여 사회적 승인을 받는다.
 ③ 더 이상 그 스타일이 유행하지 않게 된다.
 ④ 늘 새로운 것을 선택하는데 망설이지 않는 사람들이선택한다.
70. 재단기 중 작은 패턴들을 자를 때 주로 사용하며 재단기가 움직이는 것이 아니라 옷감을 움직여 재단하는 재단기의 명칭은?
 ① 전동식 원형칼날 재단기
 ② 전동식 수직칼날 재단기
 ③ 전동식 밴드나이프 재단기
 ④ 철형판 재단기
71. 다음 중 일반적인 심지의 선택으로 가장 옳은 것은?
 ① 탄력성과 수축성이 높은 성질의 심지를 선택한다.
 ② 표면이 균일하고 평평한 것을 선택한다.
 ③ 겉감과 같은 두께의 것을 선택한다.
 ④ 탄성회복이 더딘 심지를 선택한다.
72. 착시효과에 의한 설명 중 잘못된 것은?
 ① 하나의 수직선은 눈을 집중시키고, 시선을 상하로 유인하므로 실제보다 가늘고 길게 보이게 한다.
 ② 두 줄의 수직선은 서로 접근하면 할수록 하나의 선보다 강한 효과를 준다.
 ③ 선의 착시는 선의 굵기와 조밀성에도 영향을 받는다.
 ④ 수평선은 동일한 길이의 수직선보다 길게 지각된다.
73. 의복원형은 기능상 몇가지 종류가 있다. 이에 속하지 않는 것은?
 ① 길(Bodice)원형 ② 바지(Slacks)원형
 ③ 소매(Sleeve)원형 ④ 스커트(Skirt)원형
74. 필요 이상의 시접은 봉제상 완성선이 잘 나오지 않게 하며 바느질을 어렵게 한다. 다음 중 시접분량이 제대로 연결된 것은?
 ① 허리선 - 2~2.5 cm ② 블라우스 단 - 3~4 cm
 ③ 목둘레 - 1.5~2 cm ④ 지퍼 다는 곳 - 6~7 cm
75. 니트나 스판 소재의 봉제에 적합한 바늘은?
 ① Q 포인트 바늘 ② 볼 포인트 바늘
 ③ 커팅 포인트 바늘 ④ 샤프 포인트 바늘
76. 봉제후 봉제선이 매끄럽지 않고 원하지 않는 작은 주름이 생기는 현상은?
 ① 휴징 (fusing) ② 프레싱 (pressing)
 ③ 퍼커링 (puckering) ④ 게더링 (gathering)

77. 패션산업의 특성과 가장 상관이 먼 것은?
 ① 고부가 가치산업이다.
 ② 위험부담률이 높은 산업이다.
 ③ 대기업의 경쟁력이 높은 산업이다.
 ④ 지식 집약산업이다.
78. 복식 디자인의 요소에 포함되지 않는 것은?
 ① 선과 형태 ② 조직
 ③ 색채 ④ 소재와 문양
79. 길원형 제도시 필요한 인체측측 항목이 아닌 것은?
 ① 가슴둘레 ② 등길이
 ③ 허리둘레 ④ 어깨넓이
80. 재단시 주의할 점으로 맞지 않는 것은?
 ① 패턴을 옷감의 결 방향에 맞추어 배치한다.
 ② 무늬가 있는 옷감은 미리 패턴과 무늬방향을 맞춘다.
 ③ 다아트나 주름은 미리 완성형태로 접은 다음에 시접을 자른다.
 ④ 체크무늬를 잘 맞추기 위해서 두 장의 천을 맞대고 같이 자른다.

5과목 : 패션정보분석

81. 색채경향 분석에 직접적 영향을 주지 않는 요인은?
 ① 패션 트렌드 컬러 분석
 ② 패션 컬러의 시장 조사
 ③ 소비자의 선호색 분석
 ④ 소비자의 착용색 분석
82. 설정된 테마에 따른 컬러, 소재, 아이템별 디자인 방향에 따라 구체적인 스케치를 해가면서 아이디어를 정리하는 단계는?
 ① 아이템 차트 ② 디자인 스케치
 ③ 스타일링 맵 ④ 디자인 맵
83. 라이프 스타일 분석에 대한 설명으로 틀린 것은?
 ① 제품이나 상표의 현 상태를 설명할 수 있다.
 ② 제품지향적 마케팅 전략수립에 유용하다.
 ③ 표적시장을 보다 정확히 정의할 수 있다.
 ④ 새로운 제품과 시장 기회를 파악할 수 있다.
84. 다음은 상권의 조사방법을 짝지운 것이다. 가장 올바른 것은?
 ① 통행인조사 - 관찰조사, 거주자조사 - 대인면접조사
 ② 거주자조사 - 관찰조사, 경합판매점조사 - 대인면접조사
 ③ 통행인조사 - 우편조사, 거주자조사 - 관찰조사
 ④ 경합판매점조사 - 전화조사, 거주자조사 - 대인면접조사
85. 다음은 1950년대 이후 나타난 세계 속의 하위문화들이다. 가장 먼저 등장한 하위문화는 무엇인가?
 ① 펑크(Punk) ② 히피(Hippie)
 ③ 보보스(Bobos) ④ 딩크(DINK)

86. 일본 유행색협회에서 유행색을 결정·발표하는 시기는?
 ① 6개월 전 ② 12개월 전
 ③ 18개월 전 ④ 24개월 전
87. 표적시장 소비자에 대한 정보 조사 방법 중 질적조사에 해당되는 것은?
 ① 설문조사 ② 관찰조사
 ③ 심층면접조사 ④ 실험조사
88. 다음은 자료수집 방법으로 서베이(survey)법을 이용할 때의 설명이다. 가장 옳은 것은?
 ① 인구통계적 변수는 설문지의 마지막에 질문한다.
 ② 개방형 질문형태는 자료 수집 후 분석이 용이하다.
 ③ 어려운 질문은 설문지의 서두에 배치하는 것이 좋다.
 ④ 선택형 질문형태는 조사자의 설문지 작성을 용이하게 한다.
89. 현대 패션 테마의 경향에 대한 설명으로 적절치 못한 것은?
 ① 다원화 경향을 띤다.
 ② 소비자들의 취미, 감성, 라이프스타일을 반영한다.
 ③ 패션이미지에 접근하는 범위의 설정과 이미지 표현 방법을 제시한다.
 ④ 과거 소비자 의식 위주에서 현대에는 실루엣이나 디테일 위주로 변화하고 있다.
90. 패션 기업은 정보의 활용을 통하여 어떠한 상품을 만드는 것이 가장 큰 목적인가?
 ① 현재의 소비자가 요구하는 상품
 ② 앞으로의 소비자가 요구하는 상품
 ③ 현재의 경영자가 요구하는 상품
 ④ 현재의 패션트렌드 상품
91. 표적시장내 고객들이 경쟁제품을 비교 평가하는 척도가 아닌 것은?
 ① 자사 및 경쟁 브랜드의 중요한 속성들
 ② 자사 및 경쟁 브랜드의 기업구조
 ③ 자사 및 경쟁브랜드의 유사성 정도
 ④ 자사 및 경쟁 브랜드의 가격
92. 시장정보에 대한 설명으로 적절하지 못한 것은?
 ① 소재시장 정보 - 새로운 기술개발 및 패션성
 ② 경쟁사 정보 - 세일이나 가격할인 등 가격 정책
 ③ 소매점 정보 - 매출실적을 분석하여 인기, 비인기 품목 구분
 ④ 학술 정보 - 의류관계 학술기관이나 연구기관의 연구 조사결과
93. 패션예측을 위해 갖춰야 할 것이 아닌 것은?
 ① 환경요인, 시장현황, 소비자, 경쟁업체, 패션관련 산업, 판매실적에 대한 수집능력을 갖춰야 한다.
 ② 패션디자인 개발에 영향을 주는 패션 컬렉션, 패션잡지 뿐만 아니라 전시회, 음악, 환경적 논의점, TV로 부터 얻을 수 있는 정보를 주목해야 한다.
 ③ 패션과 거리가 먼 것에는 예리한 지각 능력이 필요 없다.

- ④ 편견을 배제하고 현상을 관찰하는 객관적 시각 등의 능력을 갖추어야 한다.
94. 패션트렌드 정보원이 아닌 것은?
 ① 패션 컬렉션 ② 패션 매거진
 ③ 패션 칼리지 ④ 패션 카달로그
95. 백화점이 다른 점포와 달리 소비자에게 제공할 수 있는 가장 큰 편익은?
 ① 상품계열의 수는 한정되어 있으나 각 해당 제품계열내에서 매우 다양한 상품구색
 ② 다양한 폭과 깊이의 제품 구색, 편리한 입지조건, 쾌적한 쇼핑공간
 ③ 제조업체가 취급하는 자사의 모든 의류와 장신구를 전시하여 원하는 이미지 연출
 ④ 유통과정 단축, 관리의 합리화, 제한된 서비스
96. 라이프 스타일 조사에서 응답자의 진솔이 가격 의식적(price conscious) 라이프 스타일을 가진 것으로 분류되는 질문 항목은?
 ① 나는 세일을 알리는 광고를 열심히 본다.
 ② 나는 보통 유행하는 옷 한두벌은 갖고 있는 편이다.
 ③ 나는 옷을 구입시 편안함보다는 패션을 중시한다.
 ④ 나의 인생에서 옷을 멋지게 입는 것이 중요하다.
97. 패션상품 소비자의 라이프스타일을 구성하는 요소가 아닌 것은?
 ① 행동(Activities) ② 개성(Individuality)
 ③ 관심(Interests) ④ 의견(Opinions)
98. 다음 중 직물이나 편성물의 표면에 잔털을 일으켜 세우는 공정은?
 ① 기그(Gigging) 가공 ② 스웨이드(Sueding) 가공
 ③ 기모(Napping) 가공 ④ 플로크(Flocking) 가공
99. 현대 패션 이미지 중 네츄럴(Natural)한 이미지에 맞지 않은 것은?
 ① 아방가르드 ② 에콜로지
 ③ 프리미티브 ④ 에스닉
100. 시장조사에 대한 설명 중 옳은 것은?
 ① 응답자 접촉 방법에는 전화, 우편조사, 관찰 등이 있다.
 ② 자료수집 방법에는 직간접면접, 실험, 집단토의법 등이 있다.
 ③ 조사계획 수립단계에서 자료수집방법, 표본추출방법, 응답자 접촉방법 등이 결정된다.
 ④ 시장조사의 순서는 조사계획의 수립 → 조사목표의 설정 → 자료의 수집 및 분석 → 보고서 작성이다.

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