

1과목 : 패션마케팅

1. 패션점포에서 판매원의 역할에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 패션상품에 대한 전문지식을 가지고 코디네이션을 제안하는 역할을 한다.
- ② 판매상품에 대한 매출을 조사 분석하여 차기 시즌 상품구성에 반영시킨다.
- ③ 패션 점포의 이미지를 향상시키기 위해 고객에게 최고의 서비스를 제공한다.
- ④ 디자이너와 머천다이어와 함께 상품기획의 방향설정에 일정한 역할을 한다.

2. 패션 프랜차이즈 시스템(예:대리점)은 패션 경로 유형 중 어디에 해당하는가?

- ① 관리형 VMS (수직적 마케팅 유통경로)
- ② 기업형 VMS (수직적 마케팅 유통경로)
- ③ 계약형 VMS (수직적 마케팅 유통경로)
- ④ 수평적 마케팅 유통경로

3. 대중을 대상으로 하는 매장의 시즌 초의 상품 구성 계획으로 상품에 대한 소비자 선호도를 테스트 하기 위한 상품구성 계획은 무엇이 바람직한가?

- ① 넓고 얇은 구성 ② 좁고 얇은 구성
- ③ 좁고 깊은 구성 ④ 넓고 깊은 구성

4. 패션 머천다이징 과정에 있어 디자인 개발 단계에 속하지 않는 것은?

- ① 생산 관리 설정 ② 컬러 이미지 설정
- ③ 소재 기획 설정 ④ 디테일 방향 설정

5. 절약형 고객에게 가장 맞는 가격전략은?

- ① 할인가격 ② 정상가격
- ③ 고가격 ④ 환원가격

6. 다음 중 마케팅 관리자가 표적고객의 욕구충족을 통해서 기업목적을 달성하기 위해 사용하는 마케팅 수단인 마케팅 믹스(4P's mix)가 아닌 것은?

- ① 제품 (product) ② 가격 (price)
- ③ 촉진 (promotion) ④ 프로그램 (program)

7. 상품기획부분의 총괄자로서 상품계획에서 판매에 이르기까지 광범위한 직무 영역을 가지고 새로운 브랜드 개발과 기획 및 운영을 하는 사람은?

- ① 패션디자이너 ② 디스플레이어
- ③ 머천다이어 ④ 판매사

8. 어패럴 메이커의 시장세분화와 마케팅 전략에 대한 설명이다. 잘못된 것은?

- ① 차별적 마케팅 전략 - 자사만의 독특한 개성이 담긴 상품 및 서비스의 개발
- ② 비차별적 마케팅 전략 - 소비자의 동일성에 상품개발의 의의를 두는 전략
- ③ 집중적 전략 - 총체적 시장의 점유율을 높이기 위한 전략, 최대다수의 소비자 만족
- ④ 완전 시장 세분화 전략 - 특정 고객 개개인의 기호를 위한 상품의 개발

9. 구매기능에 따른 구매방법이 아닌 것은?

- ① 각점사입 ② 소비자별 사입
- ③ 공동사입 ④ 집중사입

10. 다음표는 패션 브랜드 A, B, C의 가상적인 속성점수표이다. 사전편집식에 의해 상표를 선택한다면 어느 상표가 선택될 수 있는가?

평가기준	중요도	상 표		
		A	B	C
디자인	40	5	4	3
칼라	30	1	5	3
소재	30	1	2	3

- ① A ② B
- ③ C ④ 모두 선택

11. 수요의 가격탄력성이 낮아지는 경우에 대한 설명이 맞는 것은?

- ① 자사제품이 경쟁제품과 비교하여 특이한 제품특성이 없을 때
- ② 소비자가 제품가격이 높음을 인식할 때
- ③ 경쟁제품 혹은 대체품이 없거나 소수일 때
- ④ 소비자들이 고가격제품을 구매하지 않을 때

12. 마케팅에서는 특정 대상으로부터 원하는 것을 얻고 그 반대급부로 무엇인가를 제공해야 한다. 이 과정에서 쌍방간에 마케팅 가치의 측정 수준은?

- ① 교환 ② 수요
- ③ 공급 ④ 거래

13. 어떤 소비자가 수트(suit)를 사기 위해 여러 점포들을 방문하며 비교하고 선택했다면, 이 수트(suit)는 소비자의 구매습관에 따른 패션 제품의 분류 중 어디에 속하는가?

- ① 전문품 ② 편의품
- ③ 선매품 ④ 중점제품

14. 상품 그레이드(grade)와 패션수용도에 따른 상품분류가 잘못 짝지워진 것은?

- ① 프레스티지 상품(Prestige): 이미지 향상을 위한 디스플레이 상품
- ② 패션상품 (Fashion): 다가오는 패션을 예고하는 상품
- ③ 바겐상품(Bargain): 바겐세일을 할 상품 또는 패션이나 시즌의 피크를 지난 상품
- ④ 스테이플 상품(Staple): 중요상품

15. 다음 보기 중 마케팅을 수행하는 기관을 모두 고르시오.

- ㉠ 익류업체
- ㉡ 대학교
- ㉢ 교회
- ㉣ 자선단체

① ㉠

② ㉠, ㉣

③ ㉠, ㉡, ㉢

④ ㉠, ㉡, ㉢, ㉣

16. 고객 관계 관리(CRM: Customer Relationship Management) 마케팅의 대표적 특징에 해당되지 않는 것은?

- ① 고객의 1:1관리
- ② 고객의 시간가치 존중
- ③ 고객 세그멘테이션
- ④ 고객에게 가장 편리한 채널 제공

17. 리테일 머천다이징의 고유기능이 아닌 것은?

- ① 고객의 수요를 정확하게 예측한다.
- ② 팔릴만한 제품을 기획, 생산한다.
- ③ 효율적인 판매촉진을 사용한다.
- ④ 판매실적을 분석한다.

18. 패션 머천다이저에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 패션 머천다이저는 일반적으로 리테일 머천다이저와 어패럴 머천다이저로 나눌 수 있다.
- ② 패션 머천다이저는 상품기획부문의 총괄자로서 상품계획에서 판매부문에 이르기까지 광범위한 직무영역을 가지고 새로운 브랜드 개발과 기획 및 운영을 하는 사람이다.
- ③ 리테일 머천다이저는 상품기획 및 개발로부터 시장도입에 이르기까지의 일련의 마케팅활동을 수행하는 패션스페셜리스트이다.
- ④ 어패럴 머천다이저는 어패럴 메이커의 경우, 정보분석업무, 상품기획업무, 생산업무, 판매 및 판매촉진업무를 총괄하고, 각 부문의 유기적인 코디네이트를 담당하는 스페셜리스트로서 프로젝트 매니저라고도 한다.

19. 리테일 머천다이저는 구매계획, 판매촉진계획, 판매계획, 상품구매, 구매관리, 재고관리 등을 총괄하는 스페셜리스트로서 미국이나 일본의 일부 기업에서는 ()라고 칭하는 경우도 있다. 다음 빈칸에 알맞은 단어는?

- ① 바이어 ② 스타일리스트
- ③ 프로젝트 매니저 ④ 패션 컨버터

20. 쇼윈도우 연출 중 조명의 효과를 잘 조절하면 극적인 분위기를 연출할 수 있으며, 연극의 무대를 연출하듯 자유롭게 이미지를 창출할 수 있는 쇼윈도는?

- ① 반개방형 ② 섬형(Island window)
- ③ 폐쇄형 ④ 소형 윈도우(shadow box)

2과목 : 패션소재기획

21. 혼방 섬유의 일반적인 목적으로 적합하지 않은 것은?

- ① 단일 섬유에서 얻을 수 없는 촉감
- ② 단일 섬유의 기능 보완 역할
- ③ 단일 섬유 보다 높은 가격
- ④ 단일 섬유에서 얻을 수 없는 텍스처 효과

22. 울소재와 감성분류의 연결이 적합한 것은?

- ① 두꺼운 - 모슬린 ② 평평한 - 코듀로이
- ③ 부드러운 - 베니션 ④ 젖은 - 서커

23. 일명 캐시미어가공(cashmere finishing)이라고 하며, 방모소

재와 금속단추로 이루어진 남성정장 자켓의 이미지와 부합하는 기모 가공 방법은?

- ① 피치스킨가공 (Peach-skin Finishing)
- ② 모스가공 (Moss Finishing)
- ③ 벨루어가공 (Velour Finishing)
- ④ 비버가공 (Beaver Finishing)

24. 겨울 오버코트(Over-Coat)용으로 많이 사용되는 방모직물 중 기모가공의 소재 종류로 적합하지 않은 것은?

- ① 모스(Moss) 가공 소재
- ② 멜톤(Melton) 가공 소재
- ③ 벨루어(Velour) 가공 소재
- ④ 캐시미어(Cashmere) 가공 소재

25. T/W는 어느 섬유에 속하는가?

- ① 폴리우레탄 + 면
- ② 폴리에스테르 + 양모
- ③ 나일론 + 양모
- ④ 폴리아미드 + 폴리우레탄

26. 소재기획에 있어서 정보의 관계에 대한 설명 중 적합하지 않은 것은?

- ① 소재기획은 패션트렌드의 정보수집에서 출발한다.
- ② 패션정보는 시간이 지나면 유효성이 감소하는 특성이 있다.
- ③ 살아 있는 정보를 소재기획에 활용하기 위해서는 시기 선정에 유의해야 한다.
- ④ 패션전문회사의 정보분석시기는 소재전문회사의 분석시기보다 약 6개월에서 1년정도 일찍 시작된다.

27. 이색현상 중 소재의 폭방향으로 이색이 나타나는 현상을 무엇이라 하는가?

- ① 엔딩(Ending) ② 리스팅(Listing)
- ③ 마이그레이션(Migration) ④ 염반

28. 일반적으로 진즈웨어 (Jeans-wear)에 가장 많이 사용하는 인디고 데님의 염색방법은?

- ① 톱염색 (Top Dyeing)
- ② 사염색 (Yarn Dyeing)
- ③ 포염색 (Piece Dyeing)
- ④ 가먼트염색 (Garment Dyeing)

29. 다음 중 케라틴(keratin)으로 구성된 단백질 섬유가 아닌 것은?

- ① 양모 ② 인모
- ③ 헤어섬유 ④ 피브로인

30. 항균, 방취 등의 위생가공처리가 우수한 의류 및 섬유 제품에 부여하는 품질 마크는?

- ① 굿헬스 마크(Good Health Mark)
- ② Q 마크
- ③ 골드 다운 마크(Gold Down Mark)
- ④ 무포르말린 마크(Free Formalin Mark)

31. 다음중에서 현미경으로 관찰한 단면 형태가 원형이 아닌 것은?

- ① 비스코스 레이온(viscose rayon)
- ② 큐프라(cupra)
- ③ 폴리노직 레이온(polynosic rayon)
- ④ 나일론(nylon)

32. 부직포의 특징이 아닌 것은?

- ① 함기량이 많다. ② 강도가 좋다.
- ③ 방향성이 없다. ④ 탄성과 레질리언스가 좋다.

33. 실의 굵기를 표시하는데 항장식 변수인 데니어(Denier)를 사용하는 섬유인 것은?

- ① 면(綿)사 ② 모(毛)사
- ③ 폴리에스테르사 ④ 마(麻)사

34. 아웃도어용 레저웨어, 특히 여름용 골프웨어를 기획하는데 있어서 가장 적절한 소재는?

- ① 축열보온소재 ② 자외선차단소재
- ③ 방향.소취소재 ④ 온감변색소재

35. 면 섬유의 특징이 아닌 것은?

- ① 흡습성이 좋아 위생적이다.
- ② 내구성이 좋고 세탁이 편리하다.
- ③ 정전기를 발생시키지 않아 위생적이다.
- ④ 레질리언스가 좋아 구김이 잘 생기지 않는다.

36. 실에 뱀, 슬림 등이 있어 불균일한 굵기의 실을 이용하여 제작한 직물은 균일한 실에서 느낄 수 없는 개성으로 내추럴한 이미지를 주게 되는데, 다음 중 이러한 직조방법으로 얻은 내추럴한 감성을 가지는 직물이 아닌 것은?

- ① 노일실크 ② 산통직물
- ③ 트위드(tweed) ④ 랑킹마

37. 직물의 표면에 요철을 주거나 오돌도돌한 감촉을 주기 위하여 사용하는 가공법이 아닌 것은?

- ① 염축 가공 ② 플리스(plisse) 가공
- ③ 엠보스(emboss) 가공 ④ 캘린더(calender) 가공

38. 패션정보의 발표 시기를 연결한 것 중 맞지 않는 것은?

- ① 유행색 제안 - 24개월 전
- ② 방적,합섬메이커의 자기회사 트렌드 컬러 발표 - 12개월 전
- ③ 컬렉션 및 제품전시회 - 12개월 전
- ④ I.W.S(국제양모사무국)와 I.I.C(국제면업진흥회)의 유행색 결정 - 18개월에서 12개월

39. 기본이 되는 원사에 섬유 및 솜털어리가 부분적으로 뭉쳐있는 실로 덩어리의 색상에 따라 복고풍, 로맨틱, 에스닉등 다양한 이미지를 주는 장식사의 명칭은?

- ① 넵사(Nep yarn) ② 캠피사(Kempy yarn)
- ③ 루프사(loop yarn) ④ 이색연사(Grandelle yarn)

40. 다음 중 패션 트렌드(fashion trend)테마를 감성기준에 따라 분류 할 경우 설명이 틀린 것은?

- ① 엘레강스(Elegance) : 고상한, 우아한, 여성스러운
- ② 로맨틱(Romantic) : 화려한, 장식적인, 영화 같은
- ③ 컨트리(Country) : 활동적인, 경쾌한, 캐주얼한

- ④ 엑조틱(Exotic) : 전통적인, 역사적인, 민속품의

3과목 : 유통관리 및 광고

41. 유통개념에 관한 설명으로 부적절한 것은?

- ① 패션제품이 생산자로부터 소비자에게 도달할 때까지의 과정이다.
- ② 제품의 물리적인 이동은 상류라 하고, 매매거래에 의해 제품의 소유권이 이동하는 흐름을 물류라고 한다.
- ③ 제품의 부가가치를 창조하는 기업활동이다
- ④ 소비자가 원하는 장소, 물량, 품질, 가격으로 제품과 서비스를 공급하는 것이다.

42. 옥외광고의 특징을 잘못 서술한 것은?

- ① 충동구매를 자극할 수 있다.
- ② 전략적 접근이 가능하다.
- ③ 계속적 광고효과를 기대할 수 있다.
- ④ 조명효과가 크다.

43. 광고관리 과정을 순차적으로 연결한 것은?

- ① 광고 메시지, 매체 결정 → 광고목적 설정 → 광고예산 결정 → 광고효과 측정
- ② 광고효과 측정 → 광고목적 설정 → 광고예산 결정 → 광고 메시지, 매체 결정
- ③ 광고목적 설정 → 광고예산 결정 → 광고 메시지, 매체 결정 → 광고효과 측정
- ④ 광고예산 결정 → 광고목적 설정 → 광고효과 측정 → 광고 메시지, 매체 결정

44. 광고의 기능에 대한 설명으로 부적합한 것은?

- ① 소비자들이 갖고 있는 제품이나 상표에 대한 지식, 이미지, 믿음, 태도에 영향을 준다.
- ② 기업이나 상표에 대한 인식을 구축하는데 가장 유력한 도구이다.
- ③ 지나친 광고 경쟁은 소비자들에게 광고혼란을 야기하여 광고를 외면하게 하는 역기능을 초래한다.
- ④ 브랜드 선호도 구축에서 비용당 목표도달율이 다른 커뮤니케이션 매체에 비해 다소 떨어진다.

45. QRS 에 대하여 설명한 것 중 잘못된 것은?

- ① QRS를 통해 최종소비자는 다양한 상품구색과 서비스 향상을 제공하지만, 높은 가격이 단점이라 할 수 있다.
- ② QRS의 목적은 적절한 상품과 서비스를 소비자가 원하는 시간과 장소에 적정가격으로 공급하기 위함이다.
- ③ QRS는 원래 미국내로 수입되는 개발도상국의 의류제품에 대한 방어가 목적이었다.
- ④ QRS는 공급자와 고객기업간의 커뮤니케이션을 활성화시켜 소비자의 욕구를 최대한 반영한다.

46. 상품 계획에 대한 내용이 잘못된 것은?

- ① 재정계획이 질적인 계획에 비하여 상품계획은 양적인 계획이다.
- ② 상품계획은 이익, 손실을 예방한다.
- ③ 적정장소, 적정상품, 적정가격, 적정수량, 적정시기에 맞는 상품을 확보하는 것이다.
- ④ 바이어의 예측력을 검증할 수 있다.

47. 다음 중 매장의 내부환경에 해당되는 것은?

- ① 도시구조 ② 교통조건
③ 편의시설 ④ 고객환경

48. 독창적인 비주얼 머천다이징을 통한 마케팅 효과로 보기 어려운 것은?

- ① 상품의 가치창조를 표현함으로써 소구력을 향상시킨다.
② 점포 아이덴티티(store identity)를 형성하게 한다.
③ 상품기획에서 판매현장까지 업무의 관장 범위가 광범위하여 추가적인 전문 인력의 공급이 필요하다.
④接客업무의 비효율성을 방지하고 물류시스템을 효율적으로 운영함으로써 기업이익을 증대시킨다.

49. 구매계획을 수립하는 올바른 순서는?

- ① 아이템결정 - 구매금액결정 - 구매시기결정
② 구매방법결정 - 구매시기결정 - 아이템결정
③ 구매시기결정 - 구매방법결정 - 아이템결정
④ 구매금액결정 - 구매시기결정 - 구매처결정

50. 바이어는 상품의 구매에 있어서 발주의 타이밍을 초기의 소량발주와 피크시 인기 주종상품의 재발주로 나눈다. 다음 중 테스트마켓(testing market)으로서 초기 발주의 성격이 아닌 것은?

- ① 소비자의 반응을 체크해보는 단계이다.
② 상품구색은 광범위하지 않으며 구색은 깊은 상태로 주문한다.
③ 바이어는 재발주시 상품의 재생산, 운반 등에 소요되는 리드 타임이 필수불가결함을 염두에 둔다.
④ 리드타임 기간에 변화할 가능성이 있는 소비자의 패션사이를 변화추이도 인식하여야 한다.

51. 패션유통 소매업에 대한 설명으로 적합하지 않은 것은?

- ① 백화점은 패션과 서비스를 강조하기 때문에 어느 수준 이상의 고객을 목표로 한다.
② 할인점은 할인가격으로 상품을 구매하여 판매하고, 서비스를 제한함으로써 낮은 가격으로 판매한다.
③ 아웃렛스토어는 재고상품, 품질이 고르지 않은 상품 등을 저가에 판매하는 곳이다.
④ 무점포 소매업은 중간유통단계의 생략, 매장 운영비 절감 등으로 저렴한 가격의 판매가 가능하다.

52. 상품구성 중 패션제품에서 상품구성의 폭에 해당하는 것은?

- ① 스타일 수 ② 스타일 당 컬러 수
③ 스타일 당 사이즈 수 ④ 가격대

53. 구매업무(구매실무)를 설명한 것 중 틀린 것은?

- ① 최적의 상품구색을 갖추기 위해서는 적기에 매장에 조달될 수 있도록 구매처를 선정하는 것이 중요하다.
② 적절한 상품구색을 갖추기 위해서는 사입처와의 커뮤니케이션이 중요하다.
③ 바이어는 사입처측에 상품정보를 제공할 수 있다.
④ 주된 사입처 한군데를 선정하여 꾸준히 신뢰관계를 쌓아가는 것이 바람직하다.

54. 좋은 지역을 선택하여 인상적인 광고 효과를 줄 수 있으나, 소비자에게는 공격적인 것으로 간주될 수 있는 광고 매체는?

- ① 직접우편 ② 전화
③ 잡지 ④ 옥외광고

55. 상품구성을 바르게 설명한 것은?

- ① 중점상품은 유행을 타는 상품을 말한다.
② 전략상품은 싼 가격의 판촉상품이나 고급품 등을 의미한다.
③ 보완상품은 참신한 디자인의 신제품을 포함한다.
④ 기업이나 소매점의 수준 향상을 목적으로 하는 상품은 중점상품이다.

56. 패션을 추구하는 고객을 상대하는 고급상의 상품구성은 일반적으로 어떤 형태가 적합한가?

- ① 소품종 다량구성 ② 소품종 소량구성
③ 다품종 다량구성 ④ 다품종 소량구성

57. 쉽게 파손되기 쉬운 상품, 고가품 또는 약세서리 등을 진열시에 사용되는 집기로서 고객이 쉽게 접근할 수 없는 진열 집기는?

- ① 스테이지(Stage) ② 쇼 케이스(Show case)
③ 선반(Shelve) ④ 행어(Hanger)

58. VMD의 설명 중 틀린 것은?

- ① 고객이 지향하는 이미지를 구체화하는 전략수단이다.
② 판매현장의 단순한 장식적인 요소에 포인트를 둔다.
③ 상품기획, 구매, 판매, 판촉활동에 이르기까지 모든 경영적인 요소의 포괄적인 시각에서 전개한다.
④ 상품의 기획, 구매단계에서 최종 소비자에게 상품을 어떻게 어필시킬 것인가를 미리 계획하는 것이다.

59. 일반적인 봄시즌 영업계획의 지침으로 가장 적합한 것은?

- ① 소비자의 상품 구매패턴은 기존 변화에 민감하므로적시 공급이 가장 중요하다.
② 시즌 전반은 합성직물, 면, 울, 혼방 등 비교적 얇은소재 상품이 중심을 이루나 후반은 소모나 쿼팅 등 두꺼운 소재 상품에 주력한다.
③ 일년 중 기온차가 가장 심하고 사회적 행사가 비교적 많고 목적구매의 욕구가 높다.
④ 지구온난화의 영향으로 종래와 같은 방한 기능 상품에 대한 욕구가 약해지고 있음에 주의해야 한다.

60. PB(Private Brand)를 전개할 때 소매업 측면의 장점이 아닌 것은?

- ① 소매점은 높은 수익률을 올릴 수 있다.
② 상품 불만에 유통업자가 직접 대응할 수 있다.
③ 상품개발 노하우를 축적할 수 있다.
④ 판매정보를 상품개발에 직접 반영할 수 있다.

4과목 : 패션디자인론 및 의복구성학

61. 다트의 위치를 이동시켜 새로운 원형을 만드는 과정을 무엇이라 하는가?

- ① 다트 머니퓨레이션 ② 다트 플리츠
③ 요-크 ④ 다트 폴리스

62. 영화배우, TV탤런트, 유명인에 의해서 패션이 퍼져나가는 유행의 전파설은?

- ① 집합선택설 ② 상황전파설
③ 하향전파설 ④ 수평전파설

63. 여성복의 경우 엉덩이 둘레-가슴둘레를 뜻하는 용어는?

- ① 기본 신체치수 ② 피트(fit) 성
③ 볼륨 (volume) ④ 드롭 (drop)

64. 봉제작업에 필요한 실과 바늘 선택과 관련하여 잘못 설명되어진 것은?

- ① 바늘의 굵기에 맞는 굵기의 봉사를 선택해야 한다.
② 옷감의 두께에 따라 얇은 감에는 14-18호, 두꺼운 감에는 9-11호 바늘을 사용한다.
③ 손바느질에서는 견사가 제일 바느질 하기에 용의하며 시침에는 목면실을 사용하는 것이 좋다.
④ 실의 엉김을 막기 위해서는 실의 길이를 너무 길게 하지 않아야 한다.

65. 1999년에 개정된 피트성을 필요로 하는 여성복 치수규격에 적용된 체형타입이 아닌 것은?

- ① H Type ② N Type
③ A Type ④ Y Type

66. 길원형과 소매가 따로 제도, 재단되어 길원형의 진동에 달리는 소매는?

- ① 래글런 슬리브(Raglan Sleeve)
② 기모노 슬리브(Kimono Sleeve)
③ 돌먼 슬리브(Dolman Sleeve)
④ 레그 오브 머튼 슬리브(Leg of Mutton Sleeve)

67. 다음중에서 옷감의 안과 겉을 구별하는 방법으로 옳바르지 않은 것은?

- ① 옷감의 식서 부분이나 단쪽에 문자나 표식이 찍혀있는 쪽이 안이다.
② 능직으로 짠 모직물의 경우 능선이 오른쪽 위에서 왼쪽 아래로 되어 있는 쪽이 겉이다.
③ 날염 옷감은 프린트 문양이 선명한 쪽이 겉이다.
④ 첨모직물의 경우는 털이 분명하지 않은 쪽이 안이다.

68. 필라멘트사를 방적사로 피복하여 강도는 면사와 필라멘트사의 중간 정도이며 봉제성이 우수하고 다른 합성사에 비해 내열성과 내마모성이 우수한 재봉사는?

- ① 면봉사 ② 머서화한 봉사
③ 폴리에스테르 봉사 ④ 코아봉사

69. 다음 중 빨강색으로 고명도, 저채도인 색은?

- ① 주황색 ② 분홍색
③ 자주색 ④ 보라색

70. 아칸더스 식물의 잎과 줄기의 부드러운 곡선이 모티브가 되며, 전체적으로 장식성이 강한 특징을 지닌 사조가 낳은 스타일은?

- ① S자 스타일 ② 버슬 스타일
③ 벨에포크 스타일 ④ 미너렛 스타일

71. Maslow가 정리한 인간의 욕구수준의 단계가 정확히 연결된 것은?

- ① 생리적 욕구 → 안전과 보장의 욕구 → 사회적 욕구 →

자기실현 욕구 → 자아의 욕구

② 안전과 보장의 욕구 → 생리적 욕구 → 자아의 욕구 → 사회적 욕구 → 자기실현 욕구

③ 안전과 보장의 욕구 → 생리적 욕구 → 사회적 욕구 → 자아의 욕구 → 자기실현 욕구

④ 생리적 욕구 → 안전과 보장의 욕구 → 사회적 욕구 → 자아의 욕구 → 자기실현 욕구

72. 다음 소매 중 소매산이 가장 낮은 소매는?

- ① 벨(Bell) 소매 ② 벌룬(Balloon) 소매
③ 줄리엣(Juliet) 소매 ④ 돌만(Dolman) 소매

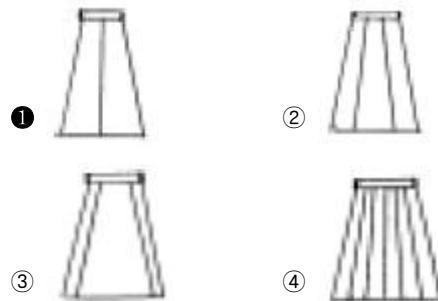
73. 데니어(denier)의 설명으로 옳은 것은?

- ① 실이 가늘수록 숫자가 커진다.
② 1파운드 실의 타래수에 근거를 둔다.
③ 840야드가 1g이면 1데니어이다.
④ 실의 굵기를 나타내는 항장식의 단위이다.

74. 일반적으로 미니 스커트가 유행할 때 상의의 길이가 길어지고, 롱 플레어 스커트가 유행할 때 상의의 길이가 짧아지는 경향이 있다. 이는 디자인의 원리 중 어디에 해당하는가?

- ① 리듬 ② 비례
③ 균형 ④ 강조

75. 다음 중 세로선에 의한 착시로 세로효과가 가장 큰 것은 무엇인가?



76. 유행의 특성이 아닌 것은?

- ① 개인적인 현상이다.
② 가장 지배적인 스타일이다.
③ 사회 및 시대의 반영이다.
④ 대중의 수용이다.

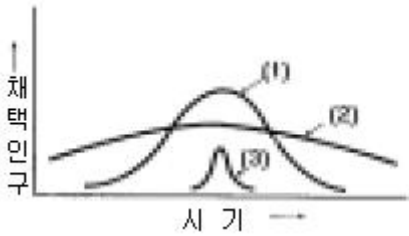
77. 멘셀컬러시스템에 대한 설명으로 맞는 것은?

- ① 정확한 정삼각형 모양을 이룬다.
② 색의 혼합비를 알기 쉽게 표현하였다.
③ 모든 색을 완전히 흡수하는 이상적인 흑색을 B라한다.
④ 색상(Hue), 명도(Value), 채도(Chroma)로 나타낸다.

78. 생산의뢰서 작성 시 기입해야 할 항목이 아닌 것은?

- ① 표준 시간 ② 공정 순서
③ 사용 바늘, 실 ④ 장소

79. 다음 그림은 제품이 시기별로 확산이 이루어지는 정도를 표현하는 확산곡선이다. 각각의 곡선에 해당되는 항목이 제대로 연결되어 있는 것은?



- ① (1)클래식 - (2)포드(ford) - (3)패드(fad)
 ② (1)패션 - (2)클래식 - (3)모드(mode)
 ③ (1)패션 - (2)클래식 - (3)패드(fad)
 ④ (1)패션 - (2)모드(mode) - (3)클래식

80. 가격결정의 요인에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 가격결정의 원칙은 경쟁의 원칙, 가격봉사의 원칙, 경영 유지 발전의 원칙, 시장 점유율의 원칙이 있다.
 ② 최대이익의 획득과 적정이익의 확보, 시장 점거율의 유지 및 확대 등 구체적인 목표를 두고 진행한다.
 ③ 고객층의 특성과 패션경향이 크게 작용하기 때문에 물성적 가치에 심리적인 효용가치가 합치된 것을 고려하여야 한다.
 ④ 가격결정시 고려요인은 심리적요인, 기업의 가격정책, 마케팅 믹스 영향력, 타분야의 영향력 등이 있다.

5과목 : 패션정보분석

81. 다음 항목 중에서 소비자 정보에 속하지 않는 것은?

- ① 고객의 라이프 스타일 분석
 ② 구매동기 및 구매패턴 조사
 ③ 상품기획 조사
 ④ 광고효과 조사

82. 다음 패션 정보원 중 컬러에 대한 정보원은?

- ① Moda In ② Premiere Vision
 ③ Inter Stoff ④ Promostyl

83. 기업환경 정보의 내용으로 옳은 것은?

- ① 판매 및 판매촉진전략을 조사한다.
 ② 매출실적과 판매율, 성장률을 조사한다.
 ③ 경쟁사의 주력, 인기, 비인기 품목을 조사한다.
 ④ 문화예술 발전 동향을 조사한다.

84. 시장정보 중 경쟁사 정보분석으로 옳지 못한 것은?

- ① 소재별 소비경향 조사
 ② 매출실적과 판매율, 성장률 조사
 ③ 해외 기술 도입에 관한 정보 조사
 ④ 제품의 제조기술 조사

85. 신규 점포에 대한 상권 분석을 위한 방법이 아닌 것은?

- ① 점포의 내부 자료 ② 기술적 조사방법
 ③ 규범적 모형 ④ 확률적 모형

86. 여러 회사의 제품이 함께 진열되어 이들간의 경쟁이 심한 일반 백화점이나 복합 패션전문점과는 달리 제조업체가 취급하는 자사의 모든 의류와 장신구를 전시함으로써 제조업체가 원하는 이미지를 연출할 수 있는 점포의 형태는?

- ① 사입형 패션 전문점
 ② 제조 소매업(SPA)
 ③ 메이커 토탈샵(Maker Total Shop)
 ④ 멀티 브랜드 샵(Multi-Brand Shop)

87. 패션 정보처리에 대한 설명 중 옳은 것은?

- ① 패션 정보의 처리 순서는 수집 → 분석 → 분류 → 보관이다.
 ② 해외 패션정보처리 기관은 프로모스틸사, 인터패션플레이닝 등이 있다.
 ③ 해외 패션 정보는 자사의 표적시장에 적합한가에 대한 판단력이 필요하다.
 ④ PC(Personal Computer)를 이용한 정보처리 시스템은 정보 추가나 시스템 보강이 불필요하다.

88. 색채 정보 분석법으로 옳지 못한 것은?

- ① 그래프 작성 및 분석
 ② 설문지법에 의한 분석
 ③ 컬러 테이블 작성 및 분석
 ④ 그룹핑에 의한 도해 작성과 분석

89. 패션정보수집 및 분석의 타이밍 중 틀린 것은?

- ① 24개월 전에 컬러정보 입수를 한다.
 ② 18개월 전에 소재정보 입수를 한다.
 ③ 12개월 전에 의류패턴과 봉재 스펙이 완성되어야 한다.
 ④ 컬렉션은 보통 6개월 전에 한다.

90. 생활의 장으로 본 현대인의 4대 생활공간(Life stage)중 관혼상제 등에 해당되는 용어로 적합한 것은?

- ① City Life ② Home Life
 ③ Formal Life ④ Leisure Life

91. 패션경향을 기초로 하여 각 아이템별로 아이디어의 발상 및 이미지의 전개를 위한 참고자료로 작성하는 것은?

- ① 스타일링 맵 ② 아이템 차트
 ③ 디자인 맵 ④ 소재스와치 맵

92. 스타일정보 분석에 있어서 그래프에 의한 시계열적 변화 분석방법이 아닌 것은?

- ① 디자인, 디테일의 구성비율 집계를 낸다.
 ② 전체적인 룩 이미지의 다변량 해석을 실시한다.
 ③ 수집한 스타일정보의 룩 이미지를 변량으로 변화시켜 스타일의 분포상태를 관찰한다.
 ④ 각 스타일의 사진이나 일러스트를 몇 개의 그룹으로 나누어 평면에 배치하여 시계열적 변화를 관찰한다.

93. 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.

94. 국내 섬유제품을 해외 유명 브랜드를 능가하는 수준으로 향상시키고 세계일류 상품으로 경쟁력을 제고하기 위한 품질

보증제도는?

- ① 명품 마크
- ② 중소기업 우수제품 마크
- ③ 기능 마크
- ④ 품질보증 마크

95. 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

96. 다음 중 패션 디자인을 위한 패션정보의 6대 요소가 아닌 것은?

- ① 패션 테마(Fashion Theme)
- ② 패션 인플루언스(Fashion Influence)
- ③ 패션 디테일(Fashion Detail)
- ④ 패션 사이클(Fashion cycle)

97. 색채기획 중 컬러테마 설정, 테마별 컬러 이미지 맵 작성에 해당하는 것은?

- ① 컬러 컨셉 설정 ② 컬러 스토리 설정
- ③ 패션 포케스팅 ④ 마켓 정보 수집

98. 다음 중 소재정보의 분석 내용이 아닌 것은?

- ① 섬유의 종류 ② 염색가공법
- ③ 의복착용 연출 분위기 ④ 신소재의 기능성

99. 브랜드에 대해 얼마나 알고 있느냐에 관한 조사를 무엇이라 하는가?

- ① 의식 조사 ② 선호도 조사
- ③ 착용경향 조사 ④ 인지도 조사

100. 상품기획에 필요한 정보를 제공하는 출처가 아닌 것은?

- ① 시장정보 ② 소비자정보
- ③ 작업장 환경정보 ④ 학술정보

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