

1과목 : 패션마케팅

1. 시마주시게루(Shimizu Shiegeru)의 상품구성 중의 하나로, 전략상품의 품목구성은 전품목의 약 30~40%정도를 차지하지만 실제 매출액은 20~30% 정도 불과하다. 파는 상품이라고 보다 보여주는 상품은?

- ① 기본상품 ② 전략상품
- ③ 중점상품 ④ 보완상품

2. 패션 머천다이저의 자질에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 패션 트렌드를 정확하게 분석하여 매상과 이익으로 이어지게 하여야 한다.
- ② 기업의 궁극적인 목적인 이익 실현에 부응하도록 한다.
- ③ 정확한 타임 스케줄에 의한 업무수행으로 기업의 목적을 달성하여야 한다.
- ④ 패션상품은 감성 추구형이므로 논리적인 면보다는 감성적인 면을 추구해야 한다.

3. 디자인 컨셉을 설정할 때 필요한 요소가 아닌 것은?

- ① 매장 ② 소재
- ③ 색채 ④ 실루엣

4. 외적 탐색에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 제품이 비교적 고가격일 때, 상표대안들 간에 가격이나 특징에 있어서 차이가 클 때 보다 많은 외적 탐색을 한다.
- ② 소비자의 연령이 높을수록 소득이 많을수록 외적 탐색을 많이 하게 된다.
- ③ 의사결정의 대상이 되는 제품군에 대한 관여도가 높을수록 지각된 위험이 클수록 외적 탐색을 많이 하게 된다.
- ④ 고려 대상이 되는 점포들의 거리가 가깝고, 점포내 쇼핑 분위기가 쾌적할수록 외적탐색을 많이 하게 된다.

5. 최근 물적 유통 시스템에 관한 설명 중에서 틀린 것은?

- ① 효율적인 물적 유통 관리는 의류업체의 경쟁력 향상과 이윤증대에 크게 영향을 준다.
- ② 물류란 상품을 생산된 곳으로부터 그것이 쓰여지는 곳까지 효과적으로 옮기기 위해 수행되는 모든 활동을 말한다.
- ③ 물적 유통에는 판매예측, 원부자재 관리, 주문처리, 재고관리, 포장, 운송, 고가서비스 등이 포함된다.
- ④ 최근에는 물류의 핵심이 고객 서비스 향상에서 물류비용을 최소화하는 것에 관심이 집중되고 있다.

6. 정보분석업무, 상품기획업무, 생산지원업무 등을 하는 패션 스페셜리스트는?

- ① 리테일 머천다이저 ② 어패럴 머천다이저
- ③ 스타일리스트 ④ 패션 컨버터

7. 유통경로에서 채널캡틴(Channel Captain)의 의미는?

- ① 특정상품 유통에 관계하는 일반 소매상
- ② 일반상품을 대량 판매하는 도매상
- ③ 특정상품의 유통에 가장 큰 영향력을 행사하는 사람
- ④ 일반상품을 유통하는 대기업 소유의 공장

8. 다음 중 어패럴 머천다이저로서의 자질이 아닌 것은?

- ① 자신의 차림새에 대한 표현력

- ② 정확한 예측력
- ③ 적극적인 행동력
- ④ 풍부한 상품지식

9. 소비자 수요의 변화 정도를 나타내는 수요의 가격탄력성이 바르게 표현된 것은?

- ① 가격탄력성 = 수요의 변화율(%) ÷ 가격의 변화율(%)
- ② 가격탄력성 = 가격의 변화율(%) ÷ 수요의 변화율(%)
- ③ 가격탄력성 = (가격 변화치 - 원래 가격) ÷ (수요의 변화치 - 원래 수요)
- ④ 가격탄력성 = (원래 수요 - 수요의 변화치) ÷ (원래 가격 - 가격의 변화치)

10. 컴퓨터를 이용한 디자인은?

- ① CIM ② CAM
- ③ CAD ④ SCM

11. 다음 중 패션 바이어의 직무가 아닌 것은?

- ① 광고 제작 ② 구매가 결정
- ③ 구매처 선정 ④ 품목 결정

12. 패션 유통경로 간 수직적 갈등의 예는?

- ① 한 지역 내 대리점간의 갈등
- ② 제조회사와 도매상간의 갈등
- ③ 온라인 점포와 TV 홈쇼핑채널간의 갈등
- ④ 한 지역 내 직영점과 대리점간의 갈등

13. 시장 세분화를 위한 기준 설정에 관한 항목으로 옳은 것은?

- ① 지리적 기준 - 국적, 사회계층
- ② 사이코 그래픽 기준 - 개성, 생활주기
- ③ 형태적 기준 - 상표충성도, 인구밀도
- ④ 인구통계적 기준 - 연령, 추구이점

14. 패션산업의 특징에 관한 것 중 적절하지 않은 것은?

- ① 가격할인 폭이 비교적 낮은 제품
- ② 고부가가치 제품
- ③ 계절적 요소
- ④ 짧은 제품 주기

15. 리테일 머천다이저가 PB상표(유통업체/소매업체 상표)를 개발할 때의 특징이 아닌 것은?

- ① 소매업체의 PB상표는 제조업체 상표에 비해 높은 이익을 기대할 수 있다.
- ② 리테일 머천다이저는 PB상표를 기획하고 관리하기 위해 전문적 지식을 키워야한다.
- ③ 리테일 머천다이저가 개발한 PB상표는 소매업체가 상품 실패에 대한 위험부담이 상대적으로 적다.
- ④ 리테일 머천다이저는 자사의 PB상표에 대해 점포에서의 진열이나 가격을 통제할 수 있다.

16. 상표와 관련된 설명 중 틀린 것은?

- ① National Brand는 제조업자가 자사제품에 대하여 상표를 결정하는 것으로 생산된 제품에 대해 제조업체가 직접 통제한다.
- ② Private Brand는 영국의 세인즈베리사에서 최초로 시작되었으며 1920년대 미국의 대규모화된 소매체인점들이

시장지배력을 강화하려는 대규모 제조업체에 대항하기 위해 개발하기 시작하였다.

- ③ Private Brand는 생산업자가 자체적으로 제품기획을 하고 제조하여 상표를 결정하는 것이다.
- ④ 라이선스 상표는 상표주로부터 상표의 사용을 허가받는 조건으로 판매액의 일정액을 상표주에게 지불한다.

17. 다음 중 패션기업의 생산기획 업무가 아닌 것은?

- ① 패턴디자인과 생산기술
- ② 생산의뢰와 납기계획
- ③ 생산 원단계획
- ④ 원부자재 조달

18. 패션 상품의 특성에 대해 옳은 것은?

- ① 유행주기가 빨라짐에 따라 내구재의 성격이 점점 강해진다.
- ② 패션상품의 형태는 소비자의 집합적 기호와 관련이 없다.
- ③ 시간이 경과되고 대중으로 확산이 이루어지더라도 가치는 변하지 않는다.
- ④ 패션상품은 사회구성원들의 집합적 기호의 상징적인 표현이 된다.

19. 마케팅 관리의 발전단계(4단계)중 기업에서 표적시장(Target market)의 욕구, 필요, 가치등을 확인하고 경쟁기업보다 효율적이고 능률적으로 소비자의 욕구를 충족시키기위한 단계는?

- ① 생산지향 단계
- ② 판매지향 단계
- ③ 마케팅지향 단계
- ④ 사회적 책임과 인간지향단계

20. 가격의 구성요소 중 공헌이익에 해당하는 것은?

- ① 이익 + 고정비 ② 가격 - 총원가
- ③ 고정비 + 변동비 ④ 마케팅원가 + 제조원가

2과목 : 패션소재기획

21. 환상적이며 화려한 기분을 느낄 수 있는 분위기로 실루엣과 디테일을 강조하며 밝고 파스텔 조의 색상과 러플, 레이스와 같은 장식적 요소가 많이 사용되는 트렌드 테마는?

- ① 엘레강스 이미지 ② 로맨틱 이미지
- ③ 스포티 이미지 ④ 액조틱 이미지

22. 의류시험소에서 원단의 품질 기준치에 해당하는 불합격 처리되는 결점 기준은?

- ① 1% 이상 결점이 발견된 원단
- ② 10% 이상 결점이 발견된 원단
- ③ 30% 이상 결점이 발견된 원단
- ④ 50% 이상 결점이 발견된 원단

23. 염색가공에서 제직(weaving)또는 편성(knitting)이 끝난 생지(生地)에 부착된 불순물을 제거해 내는 과정은?

- ① 표백(漂白) ② 염색(染色)
- ③ 정련(精練) ④ 발호(拔湖)

24. 소재를 취급하는 소재 전문회사나 패션회사의 MD가 소재 경향을 분석을 위한 자료수집 시 꼭 고려해야 할 사항이 아닌 것은? (문제 오류로 현재 복원중입니다. 보기 내용을 아시는 분들에게서는 오류 신고를 통하여 보기 작성 부탁 드립니다. 정답은 2번입니다.)

- ① 소재의 새로운 기술동향을 파악한다.
- ② 패션회사의 판매조사 및 경쟁사 제품의 매장조사로 소비자가 선호하는 소재를 파악한다.
- ③ 복원중
- ④ 국내외의 소재전시회에서 전시된 소재의 행거샘플이나 스와치 샘플 등을 입수한다.

25. 주자직의 특성으로 맞는 것은?

- ① 직물조직 중 가장 간단하고, 최소 울수는 3울 이상으로 구성된다.
- ② 촉감이 부드럽고 광택이 많다.
- ③ 표리가 같고 실용적이다.
- ④ 뒀수(비수)가 3, 5 등이 있고 기본 조직의 최소 울수는 7울 이상이다.

26. 다음 중 연화하여 용융하는 특징을 가지지 않는 섬유는?

- ① 아세테이트(acetate) ② 스판덱스(spandex)
- ③ 레이온(rayon) ④ 사란(salan)

27. 의류업체의 소재기획 프로세스를 순서대로 나열한 것은?

- ① 정보수집 → 소재 맵 → 스타일 개발 및 소재선정 → 이미지 맵 → 발주 및 생산
- ② 정보수집 → 이미지 맵 → 소재 맵 → 스타일 개발 및 소재선정 → 발주 및 생산
- ③ 소재 맵 → 스타일 개발 및 소재선정 → 정보수집 → 이미지 맵 → 발주 및 생산
- ④ 소재 맵 → 정보수집 → 이미지 맵 → 스타일 개발 및 소재선정 → 발주 및 생산

28. 목재 펄프나 면 린터 등 셀룰로스를 원료로 사용하여 얻어진 섬유로서, 셀룰로스가 주성분인 섬유는?

- ① 레이론 ② 세리신
- ③ 나일론 ④ 면

29. 다음 중 가볍고 부드러우며, 따뜻한 성질을 갖고 있는 섬유는?

- ① 아크릴 ② 비닐론
- ③ 폴리에스테르 ④ 나일론

30. 다음 중 패션소재의 선택조건에 있어서 용도 및 기능과의 적합성에 해당되지 않는 것은?

- ① 재단, 봉제의 용이성 ② 재질의 기능성, 내구성
- ③ 관리상의 편이성 ④ 염색의 보존성

31. 필라멘트사에 꼬임을 주어 권축을 가지게 한 후 열처리 하여 만든 실은?

- ① Split yarn ② Fancy yarn
- ③ Spun yarn ④ Textured yarn

32. 다음 중 능직에 속하지 않는 것은?

- ① 개버딘 ② 트월

- ③ 머슬린 ④ 서지

33. 하절기에 사용하고 남은 재고인 소모 크레이프(Crepe)소재를 추동용으로 계속 사용하기 위해서 필요한 가공은?

- ① 신징(Singeing) ② 밀링(Milling)
- ③ 클리어 컷(Clear cut) ④ 멜톤(Melton)

34. 다음 중 3대 합성섬유로 바르게 짝지워진 것은?

- ① 나일론, 폴리에스테르, 라이크라
- ② 아크릴, 나일론, 폴리에스테르
- ③ 폴리에스테르, 라이크라, 아크릴
- ④ 라이크라, 아크릴, 나일론

35. 다음 중 부직포의 용도로 가장 부적합한 것은?

- ① 침구류 ② 모자
- ③ 심지 ④ 수술용 시트

36. 현재 패션상품 기획과정에서 상품 차별화의 수단으로 가장 많이 이용되는 것은?

- ① 다양한 소재의 이용 ② 스타일의 응용
- ③ 상품종류의 다양화 ④ 소비자의 요구변화

37. 편성물에 관한 다음 설명 중 옳은 것은?

- ① 횡편성 소재는 경편성 소재보다 신축성과 벌키성, 형태 안정성이 높다.
- ② 리브편 조직은 신축성은 크나 평편소재보다 봉제성이 떨어진다.
- ③ 평편조직은 원단 표면과 이면에 루프가 연속적으로 나열된다.
- ④ 펄편 조직은 폭방향보다 길이방향의 신축성이 더 크다.

38. 고감성과 다양성을 겸비한 복합소재로 대표되는 글로벌 트렌드 소재에 포함되지 않는 것은?

- ① 혼방 소재
- ② 멜란지(Melange) 소재
- ③ 시어서커(Seersucker) 소재
- ④ 선 클로스(Sun-cloth) 소재

39. 자사가 의도하는 제품을 실현시키기 위하여 최적의 텍스타일을 검토하여 선택하거나 개발하는 작업은?

- ① 머천다이징(Merchandising)
- ② 텍스타일 디자인(Textile Design)
- ③ 페브리케이션(Fabrication)
- ④ 마켓 리서치(Market Research)

40. 다음 중 소재의 감성별 특징이 틀린 것은?

- ① 클린(Clean) - 매끈매끈한, 섬세한, 평평한
- ② 러프(Rough) - 까슬까슬한, 울퉁불퉁한, 거친
- ③ 드라이(Dry) - 단단한, 뻣뻣한, 딱딱한
- ④ 소프트(Soft) - 부드러운, 드레이프성이 있는

3과목 : 유통관리 및 광고

41. 어떤 브랜드가 자켓, 팬츠, 스웨터, 원피스, 티셔츠 등의 상품군을 골고루 갖추어 놓았을 때 우리는 상품이 어떠하다고

말하는가?

- ① 확장제품이 다양하다. ② 상품의 깊이가 깊다.
- ③ 실제상품이 다양하다. ④ 상품의 폭이 넓다.

42. 다음 중 비주얼 머천다이징(Visual Merchandising)의 설명으로 옳은 것은?

- ① 대중매체를 통한 비인적 마케팅 커뮤니케이션 활동
- ② 구매시점에서 소비자의 구매동기를 자극하는 것
- ③ 판매원을 통한 인적 커뮤니케이션 활동
- ④ 비용을 들이지 않고 기업이나 제품에 관한 정보를 소비자에게 알리는 것

43. 광고에 활용되는 인쇄매체인 신문의 가장 큰 장점은?

- ① 감정적 소구가 가능하다.
- ② 시청각 매체로 소구력이 강하다.
- ③ 총동구매를 자극하기에 유리하다.
- ④ 기록성과 보존성이 있다.

44. 패션의류유통에서 일반적으로 많이 볼 수 있는 유형으로 대리점, 특약점, 직영점 등의 유통경로를 설명하는 마케팅경로는?

- ① 제조업자 → 소매상 → 소비자
- ② 제조업자 → 소비자
- ③ 제조업자 → 도매상 → 소매상 → 소비자
- ④ 제조업자 → 배급업자 → 소매상 → 소비자

45. 상품 구매계획을 수립하기 위한 요소가 아닌 것은?

- ① 구매처 및 구매 브랜드 결정
- ② 아이템과 구매량 결정
- ③ 구매시기 결정
- ④ 재고처리 결정

46. 패션매장의 상품구색 계획을 세울 때 순서로 가장 적당한 것은?

- ① 영업기 설정
- ② 중심 복종 설정
- ③ 복종별 비중 설정
- ④ 수량 결정
- ⑤ 사업처 설정

- ① ① → ② → ③ → ④ → ⑤
- ② ③ → ① → ② → ④ → ⑤
- ③ ② → ① → ③ → ④ → ⑤
- ④ ⑤ → ① → ③ → ② → ④

47. 전자상거래의 특징이 아닌 것은?

- ① 상품을 구매하는데 시간적 · 공간적 제약을 받지 않는다.
- ② 물리적인 유형의 점포가 필요 없기 때문에 저렴한 비용으로 상품의 전시 · 판매가 가능하다.
- ③ 전자상거래는 기업과 소비자 사이에서만 이루어질 수 있다.
- ④ 고객의 인구통계적 특성과 구매행위를 분석하여 개별고객의 특성 및 욕구에 맞는 마케팅을 수립할 수 있다.

48. 패션홍보를 위하여 언론매체에 이와 관련된 자료를 작성해서 배포하는 것은?

- ① 광고카피 ② 보도자료
- ③ 시나리오 ④ 자서전

49. 패션상품의 영업계획을 기획할 때 영업기 설정 중 실매기의 전략에 해당되는 것은?

- ① 적은 물량 전개
- ② 패션 트렌드 주장
- ③ 중심 품종의 사이즈에 다른 물량 소화
- ④ 적정 가격 중심으로 가격 제한

50. 상품구성의 폭이란 구색을 갖추는 상품의 종류를 말한다. 다음 중 상품구성의 종류를 결정하는 요소는?

- ① 고객층 ② 상품의 유효성
- ③ 상품의 유형성 ④ 구매습관

51. 다음 중 무점포형 패션소매상의 유형에 속하는 것은?

- ① 인터넷 마케팅 ② 대리점
- ③ 백화점 ④ 재래시장

52. 상품구성을 설명한 것 중 틀린 것은?

- ① 상품의 깊이와 폭의 균형 잡힌 상품구성을 수행하는 것이다.
- ② 상품구성은 소비자의 선택요인을 고려 후 결정되어야 한다.
- ③ 상품구성의 폭은 디자인, 색상, 스타일, 사이즈, 소재를 결정하는 요소이다.
- ④ 상품구성은 보통 업종내용, 경쟁상태, 점포정책, 상품의 종류에 따라 달라진다.

53. 재고를 관리하는 방법에는 중점관리와 개별관리가 있다. 다음 중 개별관리에 해당되는 것은?

- ① 잘 팔리는 상품과 판매부진 상품을 그룹으로 구분하여 관리하는 방법이다.
- ② 잘 팔리는 상품의 결품을 방지한다.
- ③ 판매부진상품이나 부동재고를 예방한다.
- ④ 중점적으로 관리해야 할 상품을 선정하여 관리한다.

54. 패션유통경로에 대하여 바르게 설명한 것은?

- ① 패션유통은 소매상을 거치지 않는 경우가 많다.
- ② 패션유통경로의 형태는 제품의 특성과는 관계없다.
- ③ 통신판매는 유선형 마케팅 경로이다.
- ④ 재래시장이나 동네 양품점은 전통적 마케팅 경로를 채택한 예이다.

55. 다음 중 고객에게 상품의 이미지를 직접 전달시키는 효과가 가장 큰 방법은?

- ① 광고 ② 홍보
- ③ 디스플레이 ④ 기업 이미지

56. A업체에서는 최근 수요가 높은 스포츠 브랜드인 B와 경쟁할 새로운 유통브랜드를 만들려고 동일 품질을 B보다 낮은 가격으로 제품을 제공하기 위해 마진을 낮출 예정이다 A업체의 가격결정방법은?

- ① 수요기준 가격결정법

- ② 가격기준 가격결정법
- ③ 원가기준 가격결정법
- ④ 목표마진을 가격결정법

57. 제품이나 서비스를 최종 소비자에게 직접 판매하는 활동을 하는 상인은?

- ① 소매상 ② 생산자
- ③ 도매상 ④ 배급업자

58. 직접우편광고(direct mail)의 특징은?

- ① 실물의 실연 제시를 할 수 있다.
- ② 주목도 및 고객관심도가 높다.
- ③ 소구대상이 매우 명확하다.
- ④ 기록성, 보존성이 크다.

59. 광고 매체유형을 선택할 때 고려해야 할 사항이 아닌 것은?

- ① 표적소비자의 매체습관에 대하여 알고 있어야 한다.
- ② 제품의 특성을 고려하여 매체를 선택하여야 한다.
- ③ 메시지의 형태에 따라 각기 다른 매체가 효과적이다.
- ④ 매체선택에 있어서 비용은 절대비용이 중요하다.

60. 적절한 매장 동선계획이라고 볼 수 없는 것은?

- ① 고객동선은 길이기 길수록 고객이 다양한 상품을 접할 수 있어 상품구매를 촉진할 수 있다.
- ② 판매원동선은 길이가 길수록 판매원의 능률이 저하되기 때문에 짧을수록 효과적이다.
- ③ 관리동선은 판매와 직접적으로 관련되지 않는 사람들의 동선이므로 이동이 원활하게 이루어지도록 짧아야 한다.
- ④ 통로의 폭과 입구 또는 카운터 주위의 공간은 공간 효율 면에서 가능한 좁게 계획되어야 한다.

4과목 : 패션디자인론 및 의복구성학

61. 생산의뢰서 작성에 가장 필요하지 않은 사항은?

- ① 소재 ② 스타일화
- ③ 도식화 ④ 사이즈

62. 안감에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 안감은 땀으로부터 걸감을 보호하는 역할을 한다.
- ② 안감은 매끄러우며 강도가 높아야 한다.
- ③ 안감은 얇고 가벼워야 한다.
- ④ 안감은 걸감 속에 넣는 것이므로 많이 비치는 것이 좋다.

63. 몸판과 소매가 연결되어 한 장으로 재단이 되는 형의 슬리브는?

- ① 래글런 슬리브 ② 기모노 슬리브
- ③ 요크 슬리브 ④ 돌면 슬리브

64. 실폐뜨기에 관한 설명으로 옳은 것은?

- ① 본바느질을 하기 전에 두 장의 옷감을 고정시켜 박음질이 움직이지 않도록 하는 방법이다.
- ② 테일러링 재킷의 칼라와 라펠의 심지를 부착시킬 때에 사용한다.
- ③ 박음질과 같은 방법으로 바느질하며, 공간의 반만 되돌

아와서 바늘땀을 다시 뜨는 방법이다.

- ① 두 장의 직물을 패턴의 완성선을 표시할 때 쓰는 방법이다.

65. 재봉사에 표시된 30's/2란 무엇을 의미하는가?

- ① 30번수의 단사를 2합한 것
- ② 30번수의 단사를 반으로 줄인 것
- ③ 30번수의 단사를 2합하고 2합한 합사 셋을 다시 합연한 합연사
- ④ 30번수의 단사를 2배로 늘린 것

66. 마킹과정에서 고려해야 할 사항이 아닌 것은?

- ① 줄무늬나 체크무늬 등은 소매, 칼라 등을 좌우대칭으로 한다.
- ② 몸판 절개선의 무늬를 맞추어야 한다.
- ③ 광택이 있는 것은 한쪽 방향으로 마킹한다.
- ④ 마킹단계에서는 원단 로스를 높여야 한다.

67. 다음 중 직물 산업의 전개순서로 옳은 것은?

- ① 제직과 편직업 → 가공업 → 방직업
- ② 가공업 → 방직업 → 제직과 편직업
- ③ 가공업 → 제직과 편직업 → 방직업
- ④ 방직업 → 제직과 편직업 → 가공업

68. 원형에 절개선을 넣어 다트로 접어 없애줌으로써 플레이어본을 벌려 주는 형의 스커트는?

- ① 스트레이트 스커트
- ② 고어 스커트
- ③ 플리츠 스커트
- ④ 플레어 스커트

69. 상하가 거의 수직에 가까운 스트레이트(straight) 실루엣은?

- ① 프린세스(princess) 실루엣
- ② 쉬드(sheath) 실루엣
- ③ 배럴(barrel) 실루엣
- ④ 트럼펫(trumpet) 실루엣

70. 톤(tone)의 설명으로 맞지 않는 것은?

- ① 배색할 때 널리 사용된다.
- ② 페일톤(pale tone)이란 어둡고 명확한 색조를 말한다.
- ③ 다크톤(dark tone)이란 어둡고 무거운 느낌의 색조를 말한다.
- ④ 명도와 채도의 수치에 의해 색의 위치가 구별되는 상태이다.

71. 옷감의 표시 방법으로 옷감을 상하지 않게 하는 가장 완전한 표시 방법은?

- ① 초크 표시
- ② 롤렛 표시
- ③ 실표 뜨기
- ④ 트레이싱 페이퍼 표시

72. 짧은 유행에서 긴 유행으로의 기간에 따른 유행의 구분 단계가 가장 올바른 것은?

- ① 클래식 → 패드 → 패션 → 문화
- ② 클래식 → 패션 → 문화 → 패드
- ③ 문화 → 패드 → 클래식 → 패션
- ④ 패드 → 패션 → 클래식 → 문화

73. 키를 커 보이게 하는 패션디자인으로 가장 적합하지 않은 것은?

- ① 긴 원피스
- ② 하이 웨이스트
- ③ 옴파이어 실루엣
- ④ 넓은 벨트

74. 다음 중 색의 3속성에 포함되지 않는 것은?

- ① 빛
- ② 색상
- ③ 채도
- ④ 명도

75. 기본 사이즈의 마스터 패턴을 주어진 사이즈의 도표 내에서 치수에 따라 패턴 사이즈를 증감시키는 것은?

- ① 재단
- ② 마킹
- ③ 패턴 메이킹
- ④ 그레이딩

76. LG, 삼성 등과 같은 대규모 메이커에서 개발한 제품에 독자적인 이름과 마크를 붙인 상표는?

- ① PB (Private Brand)
- ② NB (National Brand)
- ③ CB (Character Brand)
- ④ EB (Extension Brand)

77. 다음 중에서 가장 명도가 낮은 무채색은?

- ① 백색 (white)
- ② 흑색 (black)
- ③ 황색 (yellow)
- ④ 적색 (red)

78. 다음 중 가장 활동하기 편한 소매산의 높이는?

- ① AH/6
- ② AH/5
- ③ AH/4
- ④ AH/3

79. 봉사에 대한 설명이 잘못된 것은?

- ① 방직사는 꼬임이 많을수록 강도가 약해지고, 필라멘트사는 꼬임이 많을수록 강도가 강해진다.
- ② 봉사의 신도는 용도에 맞게 적정량의 %를 지켜야 한다.
- ③ 방직하는 변수가 클수록 실이 가늘어진다.
- ④ 봉사의 강도 손실의 주원인은 왁스 장력 조절기로부터 스티치가 형성되는 사이에 생기는 마찰이다.

80. 인터넷 비즈니스 마케팅 중 기업간 거래를 나타내는 용어는?

- ① B2B
- ② B2C
- ③ CRM
- ④ SCM

5과목 : 패션정보분석

81. 패션정보 분석 기준에 대한 설명 중 가장 관계가 없는 것은?

- ① 새로운 경향 분석
- ② 새로운 경향 발생 이유 파악
- ③ 새로운 경향을 이끄는 집단 파악
- ④ 새로운 경향의 발생처 파악

82. 상권분석의 절차를 올바르게 설명한 것은?

- ① 2차자료 분석 → 경합판매점 조사 → 통행인 조사 → 거주자 조사
- ② 2차자료 분석 → 통행인 조사 → 경합판매점 조사 → 거주자 조사
- ③ 2차자료 분석 → 통행인 조사 → 거주자 조사 → 경합

판매점 조사

- ④ 2차자료 분석 → 거주자 조사 → 경합판매점 조사 → 통행인 조사

83. 다음 A.I.O연구에 사용되는 요소 중 인구통계학적 특징을 나타내는 것은?

- ① 취미, 사회적 사건, 쇼핑, 스포츠
 ② 오락, 패션, 음식, 매체
 ③ 정치, 사업, 경제, 교육
 ④ 소득, 직업, 가족규모, 거주지

84. 시장조사에서 해외 패션정보를 사용할 때 가장 주의할 점은?

- ① 패션의 세계적 흐름을 파악한다.
 ② 다양한 정보를 수집한다.
 ③ 상권에 대한 정보를 수집한다.
 ④ 자사에 맞는 정보를 선택한다.

85. 국제유행색협회에서 유행색을 결정하는 시기는?

- ① 48개월 전 ② 24개월 전
 ③ 12개월 전 ④ 6개월 전

86. 유행색을 결정하는 기관끼리 묶인 것은?

- ① 국제양모사무국(I.W.S), 국제면업진흥회(I.C.C), 엑스포 필
 ② 국제유행색협회, 엑스포 필, 프로모스틸
 ③ 국제유행색협회, 국제양모사무국(I.W.S), 일본유행색협회(J.A.F.C.A)
 ④ 한국유행색협회(K.O.F.C.A), 국제면업진흥회(I.C.C), 삐띠 빨라피

87. 인터섹션(Interselecion)의 설명으로 옳은 것은?

- ① 소재정보 전문기관
 ② 국제기성복 박람회
 ③ 국제유행색협회
 ④ 미국의 패션트렌드정보 전문기관

88. 패션산업에서 필요로 하는 정보의 종류 중 예산 계획에 중요한 자료가 되며 다음 시준의 기획자료가 되는 것은?

- ① 판매실적 정보 ② 소비자 정보
 ③ 시장 정보 ④ 패션 정보

89. 다음 중 소비자 정보에 해당되지 않는 것은?

- ① 유명 패션 거리조사
 ② 구매동기 및 구매패턴 조사
 ③ 상표 인지도, 선호도, 보유도 조사
 ④ 라이프스타일 분석

90. 시장정보에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 소매점 정보 - 판매원의 판매리포트
 ② 경쟁사 정보 - 정기 · 비정기적인 상품조사
 ③ 소매점 바이어의 예측 정보 - 인기 상품정보
 ④ 시장규모 정보 - 각 상품의 소재, 색상, 디테일, 실루엣, 가격정보

91. 패션마케팅 조사방법에 관한 설명 중 옳은 것은?

- ① 탐색조사 - 주어진 마케팅 현상을 그대로 파악하여 이를 기술하는 것이다.
 ② 기술조사 - 아이디어를 얻기 위해 실시되는 것으로 상세한 조사설계가 필요 없고 주로 문헌조사나 전문가 의견조사 등으로 자료를 수집한다.
 ③ 인과조사 - 마케팅 변수들간의 인과관계를 조사하는 것이다.
 ④ 면접조사 - 자료와 면접을 통해 이루어지는 조사이다.

92. 정보기획에 대한 설명 중 옳은 것은?

- ① 광고, 홍보, 인적판매, 스페셜 이벤트 같은 촉진전략을 세운다.
 ② 사이즈의 정확성, 봉제상의 결함검사, 품질검사를 실시한다.
 ③ 상품을 소비자에게 원활하게 공급하기 위해 유통경로, 유통기관을 구상하고 설계한다.
 ④ 유행예측과 소비자의 욕구를 파악하기 위해 트렌트 정보와 소비자 시장정보를 분석한다.

93. 다음 그림과 같은 시장점유율 차이별 명칭은?



- ① 독점 구조 ② 이중 구조
 ③ 과점 구조 ④ 완전경쟁 구조

94. 다음 중 패션 트렌드정보 요소에 해당되지 않는 것은?

- ① 소비자 기호의 경향 ② 스타일의 경향
 ③ 색채의 경향 ④ 소재의 경향

95. 다음 중 패션기업의 경쟁정보 수집의 중요성에 해당되지 않는 것은?

- ① 자사의 기업경영 전략수립
 ② 시장점유율 확대
 ③ 연구인력 확대
 ④ 경쟁력 강한 신제품 개발

96. 각 국가와 대표적인 패션 스트리트의 연결이 틀린 것은?

- ① 프랑스 파리 - 빅도와르 광장
 ② 영국 런던 - 7번가
 ③ 일본 동경 - 하라주쿠
 ④ 미국 뉴욕 - 매디슨 애비뉴

97. 다음 중 외적환경요인 중 패션기업에 직접적 영향을 주는 과업환경이 아닌 것은?

- ① 패션사업 ② 소비자
 ③ 경제적 환경 ④ 경쟁업체

98. 시장분석 요인 중에서 표적집단의 실체와 자사 개발제품이 경쟁적 우위를 점유할 수 있는 핵심이 무엇인지를 파악할 수 있는 분석방법은?

- ① 잠재구매자 분석 ② 경쟁브랜드 분석
- ③ 예측구매자 분석 ④ 실질구매자 분석

99. A.I.O 분석법에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 라이프스타일을 분석하는 방법이다.
- ② 특정상품의 사용자와 비사용자의 차이를 분석한다.
- ③ 소비자를 활동(Activity), 관심(Interest), 경우(Occasion)의 측면에서 분석한다.
- ④ A.I.O를 구성하는 요소에는 인구통계학적 특성이 포함되는 경우가 일반적이다.

100. 다음 중 소비자 조사에 해당되지 않는 것은?

- ① 경쟁브랜드 조사
- ② 광고효과 조사
- ③ 교육 및 소득수준 조사
- ④ 소비자의 착용경향조사

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 오답자가 수정된 최신 자료와 해설은 전자문제집 CBT에서 확인하세요.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
②	④	①	②	④	②	③	①	①	③
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
①	②	②	①	③	③	①	④	③	①
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
②	②	③	②	②	③	②	①	①	①
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
④	③	②	②	①	①	④	③	③	③
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
④	②	④	①	④	①	③	②	④	①
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
①	③	①	④	③	②	①	②	④	④
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
②	④	②	④	①	④	④	④	②	②
71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
③	④	④	①	④	②	②	①	①	①
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
④	②	④	④	②	③	②	①	①	④
91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
③	④	②	①	③	②	③	④	③	①