

1과목 : 패션마케팅

1. 국내 패션산업의 발전단계에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 1960년대는 대기업이 기성복 시장에 진출하는 등의 질적 추구시대를 맞이하였다.
- ② 1990년대 국내 패션산업은 성숙기에 들어가면서 감성 의류에 대한 욕구시대를 맞게 되었다.
- ③ 1980년대 들어서는 1986년 아시안게임, 1988년 올림픽 개최와 국민소득 향상으로 소비자들의 욕구가 다양화됨에 따라서 양적 추구시대를 맞이하였다.
- ④ 1970년대는 석유파동과 선진국의 수입규제 등의 어려움이 있었으나, 중소기업전문업체들이 기성복 시장에 진출하는 등 꾸준한 성장세를 보였다.

2. 패션상품이 유행이라는 큰 흐름을 동일하게 지향하면서 각 기업마다 차별화를 추구하기 때문에 유사성과 독특성을 함께 가질 수밖에 없는 대표적인 경쟁형태는?

- ① 독점(monopoly)
- ② 과점(oligopoly)
- ③ 독점적 경쟁(monopolistic competition)
- ④ 순수경쟁(pure competition)

3. 다음 중 패션 머천다이징의 기능이 아닌 것은?

- ① 인사정책의 수립
- ② 수요예측의 수립
- ③ 상품정책의 수립
- ④ 판매정책의 수립

4. 손익분기점(손익분기 판매량) 산출공식으로 옳은 것은?

- ① 손익분기점 = 고정비 / (가격 - 단위당 변동비)
- ② 손익분기점 = 고정비 / (단위당 변동비 - 가격)
- ③ 손익분기점 = (가격 - 단위당 변동비) / 고정비
- ④ 손익분기점 = (단위당 변동비 - 가격) / 고정비

5. 패션머천다이징 시스템 중 4P's mix 전략, B.I 작업, 브랜드 이미지 설정 및 시즌 컨셉 설정을 하는 단계는?

- ① 마케팅시스템 환경분석 단계
- ② 머천다이징 컨셉 설정 단계
- ③ 표적시장 설정 단계
- ④ 판매 및 유통 단계

6. 패션머천다이저의 업무수행타입에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 상인형 머천다이저 - 상품기획을 하기보다는 상품을 싸게 구매하여 도매상이나 소매상에 높은 가격으로 팔 수 있는가에 관심을 갖는 유형
- ② 계수관리형 머천다이저 - 머천다이저로서의 업적달성을 판매예산, 재고예산 등 수치에 두는 유형
- ③ 전문관리형 머천다이저 - 상품기획에서 매장전개 및 광고에 이르기까지 마케팅 활동을 체계적으로 추진하는 유형
- ④ 고감도형 머천다이저 - 소비자가 원하는 것보다 자신의 창의성을 우선시하는 유형

7. 상품이나 패션에 관한 전문지식을 가지고 소비시장의 동향을 정확하게 파악하여 적절한 상품의 구매를 담당하는 패션산업 부분의 스페셜리스트는?

- ① 디스플레이 디자이너(display designer)
- ② 스타일리스트(stylist)
- ③ 패션 바이어(fashion buyer)

④ 패션 컨버터(fashion converter)

8. 패션 머천다이징 과정이 바르게 나열된 것은?

- ① 발상단계 → 개발단계 → 아이디어 평가단계 → 제품화단계 → 시장도입단계
- ② 발상단계 → 아이디어 평가단계 → 제품화단계 → 개발단계 → 시장도입단계
- ③ 발상단계 → 아이디어 평가단계 → 개발단계 → 시장도입단계 → 제품화단계
- ④ 발상단계 → 아이디어 평가단계 → 개발단계 → 제품화단계 → 시장도입단계

9. 머천다이징에서 적절한 상품의 개념에 맞지 않는 것은?

- ① 상품의 사이즈
- ② 상품의 색상
- ③ 상품의 스타일
- ④ 상품의 디스플레이

10. 디자인 컨셉을 설정할 때 고려하지 않는 것은?

- ① 색상
- ② 소재
- ③ 원가
- ④ 디테일

11. 패션 홍보의 수단 중 홍보 담당자가 매체의 관심을 얻기 위해 자사 관련 신상품이나 행사에 대한 정보를 1~2페이지로 요약한 것은?

- ① 디자이너나 패션업체에 대한 자서전적 소개
- ② 보도자료
- ③ 인터뷰
- ④ DM(Direct Mail)

12. 머천다이징 프로세스에 관한 내용 중 생산기획의 업무에 속하지 않는 것은?

- ① 수주
- ② 원부자재 구매
- ③ 패턴제작
- ④ 마킹

13. 다음 중 상품의 낮은 가격이 점포의 가장 큰 특성인 업태가 아닌 것은?

- ① 프라이스 클럽(price club)
- ② 아울렛
- ③ 편의점
- ④ 하이퍼 마켓(hyper market)

14. 패션 기업의 가격전략 중 시장침투 가격전략에 해당되는 경우는?

- ① 생산량이 축적될수록 제조 원가와 유통비용이 빨리 하락될 때
- ② 제품 가격이 비싸면 제품 품질도 높을 것으로 소비자가 생각될 때
- ③ 고가격에도 상당수의 소비자가 그 제품을 구매하고자 할 때
- ④ 초기 고가격에도 불구하고 당분간 경쟁사의 진입이 어려울 때

15. 패션 머천다이저가 상품 구색 계획 업무를 할 때 주요 원리로 고려하는 사항 중 틀린 것은?

- ① 상품 구색은 경영 의사보다는 소비자 보호 정책과 일치하여야 한다.
- ② 이윤은 상품에 대한 고객 만족의 결과이다.
- ③ 상품 구색은 가격, 색상, 사이즈, 실루엣이 적절하게 조

합되어야 한다.

- ④ 제품에 대한 이윤 계산은 체계적이고 조직적인 계획의 결과이다.

16. 패션상품의 판매에서 리테일 머천다이징이 중요시되는 이유로 옳은 것은?

- ① 패션상품은 상품회전률이 빠르기 때문이다.
 ② 패션상품은 가격할인율이 낮기 때문이다.
 ③ 패션상품은 시한성이 낮기 때문이다.
 ④ 패션상품은 계절의 변화에 영향을 받지 않기 때문이다.

17. 소비자의 의식과 라이프스타일, 소비패턴, 착용 경향 등을 분석하는 패션 머천다이저의 업무에 해당되는 것은?

- ① 상품기획 업무 ② 생산지원 업무
 ③ 정보분석 업무 ④ 판매 및 판매촉진 지원 업무

18. 고객층과 상품구성의 폭과 깊이에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① Prestige - 상품의 품질이 중요 요인이고, 폭이 넓고 깊이도 깊음
 ② Better - 상품의 가격이 중요 요인이고, 폭은 넓고 깊이는 얇음
 ③ Volume - 상품의 양이 중요 요인이고, 폭이 넓고 깊이도 깊음
 ④ Budget - 상품의 양이 중요 요인이고, 폭은 좁고 깊이가 깊음

19. 소비자들이 제품의 성과가 어느 정도 기대에 미치지 못하는 경우에는 기대와 별 차이가 없는 것으로 지각하여 스스로 만족하여 하지만 제품의 성과가 기대에 많이 어긋나는 경우에는 기대와 제품의 성과간의 불일치를 확대 하여 불만족이 가중되는 효과에 해당하는 것은?

- ① 동화효과 ② 대조효과
 ③ 기대 - 성과 일치효과 ④ 동화 - 대조 효과

20. 패션기업의 마케팅 활동 중 예견형 마케팅에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 고객의 욕구에 비해 시장진입 속도가 너무 빠르거나 늦어진다면 또는 예측이 완전히 빗나가는 경우 위험도가 높아질 수 있다.
 ② 고객에게 발생중이거나 아직 잠재되어 있는 욕구를 미리 파악하여 마케팅을 행하는 것이다.
 ③ 유행에 영향을 받는 패션제품의 마케팅 활동이 주로 예견형에 속한다.
 ④ 고객이 분명한 욕구가 존재하고 기업들이 그것을 분별하여 실행 가능한 해결책을 마련했을 때의 접근 방식이다.

2과목 : 패션소재기획

21. 편성물의 특징이 아닌 것은?

- ① 함기량이 많아 보온성이 높다.
 ② 마찰에 매우 강해 필링이 잘 생기지 않는다.
 ③ 한 코(loop)가 끊어지면 계속 풀리는 현상이 있다.
 ④ 신축성이 커서 활동하기 편하고 구겨지지 않는다.

22. 다음 중 실을 사용하여 만든 옷감이 아닌 것은?

- ① 편성물 ② 펠트

③ 레이스

④ 직물

23. 부드러운 무광택 표면을 섬유가 일어나도록 피혁 안쪽을 기모하여 만든 것은?

- ① 톱 그레인(top grain) ② 언더코트(undercoat)
 ③ 그레이징(glazing) ④ 스웨드(suede)

24. 섬유제품의 관리에 있어 세탁 취급표시에 관한 용어가 아닌 것은?

- ① 세탁기 세탁법 ② 건조법
 ③ 다림질 ④ 대전성

25. 다음 중 소재기획 프로세스에 해당되지 않는 것은?

- ① 패션정보 분석 ② 소재기획 컨셉
 ③ 홍보매체 결정 ④ Market Need 조사

26. 다음 중 새틴(satin) 소재의 감성분류에 속하는 것은?

- ① 두꺼운(thick) ② 딱딱한(hard)
 ③ 젖은(wet) ④ 마른(dry)

27. 정부 공인기관이 의류제품의 품질향상과 소비자 보호 및 건전한 유통질서 확립을 위하여 우수 생산업체를 선정 하여 원부자재의 특성시험과 완제품의 외관검사를 실시 하여 우수한 제품에 부착하는 인증제도는?

- ① 품질보증마크 (Q마크)
 ② 중소기업 우수제품 마크
 ③ 에콜로지 마크
 ④ 굿 헬스(Good Health) 마크

28. 다음 중 소재기획을 전문으로 하지만 소재생산시설을 직접 갖추지 않으면서 패션소재를 만들어 의류업체에 공급하는 패션 스페셜리스트는?

- ① 직물 디자이너 ② 패션 머천다이저
 ③ 직물 컨버터 ④ 코디네이터

29. 투습방수성이 필요한 고성능 스포츠웨어에 적합한 가공은?

- ① 오팔 가공(opal finish)
 ② 라미네이트 가공(laminate finish)
 ③ 스퍼트 가공(sputter finish)
 ④ 플리스 가공(plisse finish)

30. 다음 중 융점(融點)이 가장 높은 섬유는?

- ① 아마(linen) ② 양모(wool)
 ③ 모드 아크릴(modacrylic) ④ 아라미드(aramid)

31. 번수 52수 정도의 소모사를 2합연한 것을 다시 한 올과 합한 실을 경사와 위사로 사용하여 제작하여 평직으로 짠 소모직물에만 사용되는 직물은?

- ① 포럴(poral) ② 홈스펀(homespun)
 ③ 멜턴(melton) ④ 색스니(saxony)

32. 합연의 정도에 따른 실의 종류 중 패션 의류소재로 가장 적당히 사용되는 실로 나열된 것은?

- ① 단사, 합연사, 코드사
 ② 단사, 합연사, 코드사, 케이블
 ③ 단사, 합연사, 코드사, 케이블, 로프

- ④ 단사, 합연사, 코드사, 케이블, 로프, 호저
33. 소재기획을 위한 검토항목 중 필수적으로 고려해야 될 사항이 아닌 것은?
- ① 소재와 스타일의 관계
② 소재의 생산, 납기 관계
③ 소재의 품질관리 관계
④ 소재의 봉합검사 관계
34. 헤어섬유 중 강도가 약하여 주로 소품에 많이 사용되는 파시미나(pashmina)는 헤어(hair) 소재 중 어느 종류의 섬유인가?
- ① 모헤어(mohair) ② 알파카(alpaca)
③ 캐시미어(cashmere) ④ 앙고라(angora)
35. 진즈웨어(jeans wear)의 워싱 가공방법 중 백화현상이 많이 나타나 차가운 질감을 부여하는 것은?
- ① 윈 워싱(win washing)
② 스톤 워싱(stone washing)
③ 블리치 아웃 워싱(bleach-out washing)
④ 샌드 워싱(sand washing)
36. 다음 중 비스코스 레이온의 건강도(乾強度), 습윤강도로 옳은 것은?
- ① 1.0 ~ 1.5 g/d, 1.1 ~ 1.9 g/d
② 1.7 ~ 2.3 g/d, 0.8 ~ 1.2 g/d
③ 3.5 ~ 4.0 g/d, 2.3 ~ 2.8 g/d
④ 4.3 ~ 4.8 g/d, 3.9 ~ 4.3 g/d
37. 직물의 3원조직에 대한 설명으로 틀린 것은?
- ① 평직은 수자직보다 제직이 어렵다.
② 능직은 수자직보다 강직하다.
③ 수자직은 능직보다 광택이 좋다.
④ 수자직은 평직보다 마찰에 약하다.
38. 소재의 감성용어와 특징이 바르게 연결되어 있는 것은?
- ① 러프(rough) - 매끈한, 평평한
② 라이트(light) - 두꺼운, 부피있는
③ 드라이(dry) - 건조한, 마른
④ 웨트(wet) - 실키 터치, 부드러운
39. 다음 중 최근에 개발되어 각광을 받는 신소재가 아닌 것은?
- ① 라이크라 섬유 ② 전자파 차단 섬유
③ 자외선 차단 섬유 ④ 축열 보온 섬유
40. 탄성이 있는 물질에 공기를 혼합하여 만든 것으로 고무와 폴리우레탄으로 가장 흔히 사용하는 것은?
- ① 폼(foam)
② 펠트(felt)
③ 라미네이트 포(laminated fabric)
④ 부직포(non woven fabric)

3과목 : 유통관리 및 광고

41. 패션의 수용정도에 의한 상품 분류의 설명으로 틀린 것은?

- ① 트렌드 상품, 뉴베이지 상품, 베이직 상품으로 분류하기도 한다.
② 베이직 상품은 누구나 기본적으로 갖추고 있는 상품군이다.
③ 뉴베이지는 트렌드와는 별로 상관없는 상품군이다.
④ 트렌드 상품은 전략적인 상품으로 보여주기 위한 상품군이다.

42. 홍보의 특성에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 후원장소나 프로그램에 회사 또는 상표를 삽입하거나 협찬함으로써 상표인지도를 높인다.
② 잡지홍보는 상당한 효과가 있으며, 광범위한 지역성 및 시각적 제한을 커버할 수 있다.
③ 기업의 로고, 문서류, 표식, 유니폼 등의 일체성 매체에 의하여 이루어 질 수 있다.
④ 기업, 제품, 직원에 대한 흥미로운 뉴스거리를 찾아내거나 만들어 내는 것도 홍보수단이 될 수 있다.

43. 다음 중 바이어가 상품을 선정할 때 고려해야 할 요소가 아닌 것은?

- ① 가격 ② 상품특성
③ 판매시기 ④ 판매방법

44. 상품구성의 설명으로 틀린 것은?

- ① 상품구성의 깊이는 어떤 특정상품의 종류 내에서 브랜드나 스타일 수를 의미한다.
② 상품구성의 폭은 소비자에게 제공하는 각 품목의 양을 의미한다.
③ 소품종 다량구성은 좁고 깊은 상품구성을 의미한다.
④ 다품종 소량구성은 넓고 얇은 상품구성을 의미한다.

45. 리테일 머천다이저의 역할 중 구매처 선정시 고려해야 될 적합한 요소가 아닌 것은?

- ① 상품수준 ② 구매습관
③ 상품새발 ④ 품질확보

46. 비용을 들이지 않고 기업이나 제품에 관한 정보를 매체의 기사나 뉴스를 통해 알림으로써 소비자 반응을 자극하는 것은?

- ① 홍보 ② 광고
③ 칼럼 ④ 저널

47. 다음 중 패션유통의 개념에 해당되지 않는 것은?

- ① 패션상품이 최종 소비자에게 이르는 과정
② 패션상품을 기획하고 제조하여 개발하는 과정
③ 패션상품의 주문, 촉진, 물류 등과 같은 유통기능과 관련된 활동
④ 매매거래에 의해 패션상품의 소유권이 이동하는 과정

48. 패션제품이 트럭과 같은 수송기관을 통해 제조회사의 창고에서 도매업자, 소매업자의 중간상을 거쳐 운반되는 것은?

- ① 물류 ② 정보
③ 상류 ④ 택배

49. 최근 온라인판매나 TV, 홈쇼핑 등이 급부상하며 유통의 핵으로 떠오르고 있다. 이처럼 생산자가 직접 소비자에게 판매하는 유통경로 구조는?

- ① 간접 마케팅 경로 ② 전통 마케팅 경로
 ㉡ 직접 마케팅 경로 ④ 중간 도매상 경로

50. 광고매체의 분류 중 4대 대중매체가 아닌 것은?

- ① 라디오 ② 신문
 ㉡ 우편 ④ 잡지

51. 디스플레이의 전개수단에 대한 설명 중 옳은 것은?

- ① 상품 - 디스플레이의 가장 중요한 요소로 고객이 구매하고자 하는 디자인, 컬러, 소재, 가격, 스타일을 고려하여 이루어진다.
 ② 보조도구 - 마네킹이나 바디(body)와 같은 기능적인 소도구만을 포함한다.
 ③ 색상 - 매장 내의 색상은 고객의 눈에 가장 먼저 들어오는 것으로 상품기획 시 고려된 상품색상의 조화보다는 계절이나 패션 트렌드를 반영한 배색효과를 우선 중시해야 한다.
 ④ 표시판과 쇼카드 - 정보를 주는 기능이 강하지만 매장 환경이 무질서해지므로 매장에서의 사용을 자제해야 한다.

52. 광고매체 중 TV의 특징이 아닌 것은?

- ① 시청각 매체로 설득력이 강하다.
 ② 실물의 실제 재현이 가능하다.
 ③ 광고가격이 비싸다.
 ㉡ 제품에 대한 충분한 설명이 가능하다.

53. 다음 중 사입기획에서 상품구매 계획을 수립할 때 고려해야 할 사항으로만 나열된 것은?

- ① 재무기획, 상품구성기획
 ② 상품구성기획, 재고관리기획
 ③ 재고관리기획, 영업전략기획
 ④ 영업전략기획, 재무기획

54. 다음 중 패션소매점 매장구성에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 판매단가가 높은 상품은 매장 앞쪽에 배치한다.
 ② 코디네이트 되는 아이템은 분산시켜 배치한다.
 ㉡ 시즌의 신선도를 느끼게 하는 상품은 앞쪽에 배치한다.
 ④ 판매기간이 긴 베이직 아이템은 매장 앞쪽에 배치한다.

55. 최적인 재고상태를 유지, 관리하기 위한 재고관리에서 결정해야 할 사항이 아닌 것은?

- ① 주문시기와 주문량
 ② 재고량과 재고감소율
 ③ 판매부진 요인 분석과 해결
 ㉡ 히트 상품 발견 및 판매적중률 향상

56. 디스플레이의 전개수단 중 점포의 전체적인 이미지를 조절하고, 고객들이 상품을 쉽게 볼 수 있도록 하며, 색상과 합해져서 디스플레이의 분위기를 좌우하는 것은?

- ① 상품 ② 배경
 ㉡ 조명 ④ 소도구

57. 다음 중 패션 이미지에 의한 상품분류가 아닌 것은?

- ① 팝 캐주얼(pop casual)
 ② 페미닌(feminine)

- ③ 스포티 엘레강스(sporty elegance)
 ㉡ 캐릭터 마인드(character mind)

58. 기업이나 소매점의 수준 향상을 목적으로 하며, 파는 상품보다는 보여주는 상품의 개념으로 고급품, 초현대적 상품 등이 속하는 상품은?

- ① 중점상품 ㉡ 전략상품
 ③ 보완상품 ④ 재고상품

59. 재고상품 중 러닝 스톡(running stock)에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 활발하게 잘 팔리는 상품
 ② 비교적 잘 팔리는 상품
 ③ 거의 움직이지 않는 상품
 ④ 전혀 움직이지 않고 창고에 들어간 상품

60. 다음 중 어패럴 머천다이징에서 최종 소비자에게 제공 하는 계획과 활동에 포함되는 5R에 포함되지 않는 것은?

- ① 적절한 상품(right product)
 ② 적절한 양(right amount)
 ③ 적절한 시기(right time)
 ㉡ 적절한 판매촉진(right promotion)

4과목 : 패션디자인론 및 의복구성학

61. 패션주기 중 상승기의 현상으로 옳은 것은?

- ① 상승기의 패션은 하이패션이라고 한다.
 ㉡ 유행하는 스타일의 두드러진 특징을 적절하게 변화시킨다.
 ③ 소매업자는 가격을 내리고 새로운 룩을 준비한다.
 ④ 가격이 다양하여 대부분의 사람이 살 수 있다.

62. 패션트렌드 예측에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 생산자와 소매업자는 패션 트렌드를 예측하기 위해 과거의 패션변동을 분석한다.
 ② 고객이 될 가능성이 있는 사람들의 라이프스타일과 경제적 지위를 잘 알아야 한다.
 ㉡ 패션예측이 공표된 후에는 패션에 영향력을 미치는 새로운 요인은 배제해야 한다.
 ④ 스타일 번호, 직물, 사이즈, 색상에 관한 판매수치의 파악이 예측을 가능하게 한다.





63. 150cm의 폭 옷감으로 프린세스 라인이 들어간 slim한 실루엣의 긴 소매 원피스 드레스를 재단할 때 옷감량 계산법으로 가장 적합한 것은?

- ① 옷길이 + 소매길이 + 시접(10 ~ 15cm)
 ② (옷길이 × 2) + 소매길이 + 시접(12 ~ 16cm)
 ③ (옷길이 × 1.2) + 소매길이 + 시접(10 ~ 15cm)
 ④ (옷길이 × 2) + 시접(12 ~ 16cm)

64. 다음 재봉바늘 중 가장 굵은 것은?

- ① 16호 ② 14호
 ③ 11호 ④ 9호

65. 패션 컬러 코디네이션에서 흔히 사용되는 것으로, 동일 또는 유사색상의 조합에서 톤의 변화를 살린 배색은?

- ① 톤 인 톤(tone in tone) 배색
 ② 그라데이션(gradation) 배색
 ③ 톤 온 톤(tone on tone)
 ④ 콘트라스트(contrast) 배색
66. 다음 안감 직물 중 안감으로 가장 많이 사용되며, 경사는 생사 2가닥을 합연하고 위사는 꼬임이 적은 생사의 감연사로 된 실의 밀도가 큰 직물은?
 ① 태피터(taffeta) ② 크레이프(crepe)
 ③ 슬리크(sleek) ④ 알파카(alpaca)
67. 패션산업의 특징과 가장 관계가 먼 것은?
 ① 정보산업 ② 감각산업
 ③ 지식 집약산업 ④ 생산자 지향산업
68. 의상 디자인에서 사용되는 디자인 요소에 해당되지 않는 것은?
 ① 선 ② 재질
 ③ 색채 ④ 빛
69. 칼라 중 뒷목 부위에서 세워진(stand) 부분이 없는 칼라는?
 ① 테일러 칼라(tailored collar)
 ② 셔츠 칼라(shirt collar)
 ③ 스포츠 칼라(sports collar)
 ④ 플랫 칼라(flat collar)
70. 다음 설명에 해당되는 스커트의 명칭은?
 허리에서 밑단까지 주름을 잡은 형태이며 주름모양에 따라 종류가 달라지고 열가소성을 이용하여 주름이 퍼지지 않게 기계로 처리하는 스커트
- ① 스트레이트 스커트(straight skirts)
 ② 플레어 스커트(flared skirts)
 ③ 플리츠 스커트(pleats skirts)
 ④ 고어드 스커트(gored skirts)
71. 모, 견, 레이스와 같이 롤렛이나 재단 주걱(헤라) 등으로 표시하기 어려운 옷감을 두 겹으로 겹쳐 놓고 재단했을 때 완성선 표시를 하는 손바느질은?
 ① 실타뜨기 ② 팔자뜨기
 ③ 공그르기 ④ 감치기
72. 다음 그림 중 세로선에 의한 착시현상으로 세로 효과가 가장 큰 것은? (단, 그림의 폭과 길이는 동일하다)
- ①  ② 
 ③  ④ 
73. 상체가 속인 체형(굴신체형)이나 젖힌 체형(반신 체형)의 경

- 우에는 보통 체형과 달리 특히 어느 부위의 비례가 차이가 많이 나는가?
 ① 앞가슴둘레, 뒷가슴둘레
 ② 앞허리둘레, 뒤허리둘레
 ③ 앞목둘레, 허리둘레
 ④ 앞길이, 등길이
74. 재봉기의 분류방법 중 스티치 연결형태에 따른 분류표시 기호에서 'L'이 뜻하는 것은?
 ① 본봉 ② 단환봉
 ③ 이중환봉 ④ 주변감침봉
75. 다음 중 펑크(punk) 스타일과 관계가 없는 것은?
 ① 개 목걸이, 면도칼 등의 액세서리
 ② 초미니스커트, 플라스틱제의 팬츠
 ③ 프랑스 파리에서 발생, 풋내기의 의미
 ④ 기분 나쁜 화장
76. 장식바느질 중 개더를 잡아 장식하고자 하는 위치에 봉제하는 부드러운 느낌의 장식은?
 ① 프릴(frill) ② 플라운스(flounce)
 ③ 보우(bow) ④ 셔링(shirring)
77. 한 가지 색상으로부터 파생된 밝은, 어두운, 선명한, 탁한 색들로 구성된 배색으로 가장 알맞은 것은?
 ① 인접색상 배색 ② 보색 배색
 ③ 동일색상 배색 ④ 삼각 배색
78. 먼셀의 표색계에 대한 설명으로 옳은 것은?
 ① 무채색을 0으로 하고 순색까지의 사이를 감각적으로 균등하게 분할해서 채도단계를 만든다.
 ② 24색상 외에 실용상 6색을 첨가하여 30색상으로도 하고 있다.
 ③ 이상적인 검정을 10, 이상적인 흰색을 0으로 하고 그 사이를 감각적으로 같은 간격이 되도록 분할해서 11단계로 한다.
 ④ 각 색의 표시는 색상, 채도, 명도의 순으로 표시한다.
79. 실의 굵기를 나타내는 항중식의 단위로 1파운드와 840 야드에 근거를 두는 변수는?
 ① 영국식 면사변수 ② 데니어(denier)변수
 ③ 공통식 변수 ④ 텍스(tex)변수
80. 소매 불임선이 목둘레선부터 A.H 아래로 연결되어 이루어진 소매로 어깨의 관절부위를 피해 체표상의 근육이 움푹 패인 곳을 숄기선이 지나도록 한 소매는?
 ① 세트 인 슬리브(set in sleeve)
 ② 기모노 슬리브(kimono sleeve)
 ③ 프렌치 슬리브(french sleeve)
 ④ 래글런 슬리브(raglan sleeve)
- 5과목 : 패션정보분석**
81. 소재정보에 관한 설명으로 틀린 것은?
 ① 섬유 가공방법을 분석한다.
 ② 스와치 샘플을 직접 판단할 필요가 없다.

- ③ 섬유류의 종류, 조직상의 특성으로 분석한다.
 ④ 섬유의 시각 및 촉각에 의한 질감 두께 등을 조사한다.
82. 소비자 정보를 위한 조사내용이 아닌 것은?
 ① 고객층의 라이프스타일 분석
 ② 정기 · 비정기적인 거리 패션 조사
 ③ 광고 효과 조사
 ④ 매장별 판매실적 조사
83. 다음 중 정보의 수집도구와 가장 거리가 먼 것은?
 ① 비디오(video)
 ② 퍼스널 컴퓨터(personal computer)
 ③ 카드 케이스(card case)
 ④ 녹음기(recorder)
84. 정보원의 종류 구분이 틀린 것은?
 ① 활자미디어 정보원 - 신문, 잡지 등
 ② 인적 정보원 - 전화, 팩스 등
 ③ 컴퓨터통신 정보원 - 인터넷, 데이터 베이스 등
 ④ 전파미디어 정보원 - TV, 라디오 등
85. 상품의 역할에 따른 패션상품 분류에 적합하지 않은 것은?
 ① 트렌드 상품 ② 뉴베이지 상품
 ③ 베이직 상품 ④ 스포츠 상품
86. 패션 기업이 핫 스팟(hot spot) 을 알고자 할 때 이용할 수 있는 가장 적합한 정보의 유형은?
 ① 경쟁사 정보
 ② 패션 트렌드 정보
 ③ 패션관련 산업 정보
 ④ 인구통계학적 환경 정보
87. 상권 조사에 대한 설명으로 틀린 것은?
 ① 상권은 특정의 매장, 상점가, 쇼핑센터 등에서 구매하는 소비자의 지리적 범위를 의미한다.
 ② 상권의 범위는 입지조건, 시설 규모, 취급 상품 등의 특성에 따라 달라진다.
 ③ 경쟁 상황 하에 있는 1차 상권과 점포 특성에 의한 2차 상권으로 분류된다.
 ④ 상권 조사를 할 때 상품 분야별 특성을 파악하고 상점수와 그 비율을 분석한다.
88. 다수의 상품 및 서비스를 사용하는 패턴으로 소비자의 라이프스타일을 분석하는 방법은?
 ① 행동 라이프스타일 분석법
 ② 태도영역 분석법
 ③ 사회경향 분석법
 ④ 사이코그래픽 분석법
89. 패션에 영향을 미치는 여러 요인을 분석하여 패션 경향을 몇 개의 테마로 나누고 패션의 흐름을 분류하는 것은?
 ① 패션 컨셉 ② 패션 테마
 ③ 패션 트렌드 ④ 패션 인플루언스
90. 현대 패션 산업에 있어서 정보의 중요성이 부각되는 요인이

아닌 것은?

- ① 다양한 매체의 발달
 ② 라이프사이클의 단축화 현상
 ③ 상품의 고부가 가치화 현상
 ④ 소재 및 지불수단의 다양화 현상
91. 한 개인이 살아가는 방식으로, 보통 개인의 활동(activity), 관심(interest), 의견(opinion)을 의미하는 A.I.O.로 조사하는 것은?
 ① 패션 구매 패턴 ② 성격과 자아개념
 ③ 라이프스타일 ④ 소비자 행동
92. 패션 트렌드 분석요소가 아닌 것은?
 ① 스타일의 경향 ② 패션테마 경향
 ③ 색채, 무늬 경향 ④ VMD 계획의 경향
93. 다음 정보는 어떤 정보에 속하는 것인가?
- 라이프 스타일분석
 - 구매동기 및 구매패턴 조사
 - 인식조사
 - 선호도 조사
 - 착용경향조사
- ① 시장정보 ② 소비자 정보
 ③ 패션 정보 ④ 기업환경 정보
94. 다음 정보들로 분석하려는 것은?
- 작년 / 금년의 인기 / 비인기 상품
 - 각 상품별 색상, 소재, 디테일, 실루엣, 가격정보
 - 판매원의 판매 리포트
 - 각종 상권에 대한 정보
- ① 경쟁 브랜드 정보 ② 패션 트렌드 정보
 ③ 소매점 정보 ④ 라이프스타일 정보
95. 다음의 색채 정보원 중 국내 정보에 속하지 않은 것은?
 ① 자사제품의 판매결과에서 얻은 색채 경향
 ② 뽀빠리 컬렉션의 색채 경향
 ③ 타사 제품의 색채 정보
 ④ 각 염색공장에서 집계한 색채 정보
96. 일반적으로 수집된 정보를 토대로 하여 그 미래를 예측하는 방법이 아닌 것은?
 ① 라이프사이클 예측법 ② 시계열 예측법
 ③ 시각화 예측법 ④ 수요계층 예측법
97. 스타일 경향분석에 대한 내용 중 틀린 것은?
 ① 가장 포인트가 될 수 있는 네크라인, 칼라, 슬리브, 커프스 등의 경향을 분석한다.
 ② 수집, 정리, 분석은 시각으로 파악할 수 있는 사진이나 일러스트에 의한 방법이 적당하다.
 ③ 일정한 기준을 두고 모집단을 선정하여 계속적으로 수집

할 필요가 있다.

- ④ 그래프에 의한 분석방법과 사진의 그룹핑에 의한 도해 분석방법이 있다.

98. 경쟁사나 선진기업이 무엇을, 왜, 어떻게 하는지를 분석함으로써 기업내부의 변화를 추구하는 혁신적인 활동은?

- ① 벤치마킹(benchmarking)
 ② 아웃소싱(outsourcing)
 ③ 퍼미션 마케팅(permission marketing)
 ④ 니치 마켓(niche market)

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

- ① 시티 라이프(city life)
 ② 홈 라이프(home life)
 ③ 포멀 라이프(formal life)
 ④ 레저 라이프(leisure life)

100. 다음 중 판매, 저장 그리고 장부정리와 같은 기능을 수행하는 소매상 및 도매상과 같은 유통경로 구성원에서 판매업자가 할인해 주는 것은?

- ① 기능할인 ② 수량할인
 ③ 현금할인 ④ 계절할인

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