

1과목 : 패션마케팅

1. 패션 판매촉진 도구 중 VMD의 장점으로 옳은 것은?

- ① 장기적으로 패션제품이나 서비스에 대한 정보를 제공할 수 있다.
- ② 구매시점에서 소비자들의 구매동기를 자극할 수 있다.
- ③ 비용을 들이지 않고 정보매체의 기사나 뉴스를 통해 제품을 알릴 수 있다.
- ④ 대중적인 활동을 통해 회사의 이미지를 호의적으로 창출할 수 있다.

2. 표적시장을 선정하여 마케팅 활동을 하게 되었을 경우 이점이 아닌 것은?

- ① 고객의 폭을 넓힐 수 있다.
- ② 고객을 한층 더 만족시킬 수 있다.
- ③ 마케팅 이념의 실현이 용이하다.
- ④ 자사의 경쟁상 우위 확립이 가능해진다.

3. 마케팅 환경 중 내적환경에 해당되는 것은?

- ① 마케팅 믹스
- ② 소비자
- ③ 경쟁업체
- ④ 자사의 경쟁상 우위 확립이 가능해진다.

4. 소비자의 구매행동에 관한 설명 중 옳은 것은?

- ① 고관여 상품이면서 최초로 구매를 할 경우는 상표충성적인 구매행동을 하게 된다.
- ② 고관여 상품이면서 반복구매를 하게 될 경우는 복잡한 의사결정을 통해 구매를 하게 된다.
- ③ 저관여 상품의 반복구매 시 보편적으로 관성적 구매를 하게 된다.
- ④ 저관여 상품의 최초 구매시 소비자는 복잡한 의사결정을 하게 된다.

5. 디자인 개발에 포함되는 개념이 아닌 것은?

- ① 소재기획 ② 디자인 컨셉 설정
- ③ 색채기획 ④ 가격 및 수량결정

6. 다음 중 인구통계적 시장세분화의 주요변수가 아닌 것은?

- ① 소득 ② 직업
- ③ 라이프스타일 ④ 종교

7. 마케팅믹스에서 판매촉진 활동에 해당되지 않는 것은?

- ① 홍보 ② 인적판매
- ③ 광고 ④ 유통정책

8. 단위당 원가에 일정률의 마진을 더해 판매가를 결정하는 가격결정법은?

- ① 원가기산 가격결정
- ② 목표이익 가격결정
- ③ 소비자중심 가격결정
- ④ 경쟁제품중심 가격결정

9. 패션머천다이징에서 적절히 계획해야 할 5R에 해당되지 않는 것은?

- ① 적절한 장소(right place)
- ② 적절한 시간(right time)
- ③ 적절한 양(right quantity)
- ④ 적절한 광고(right advertising)

10. 고객이 원하는 제품과 서비스를 지속적, 체계적으로 제공하여 고객의 가치를 극대화하여 기업의 수익성을 높이하고자 하는 패션유통정보는?

- ① CRM ② SCM
- ③ TQM ④ STP

11. 상품의 그레이드 및 패션수용도에 의한 상품분류가 틀린 것은?

- ① 프레스티지 상품-이미지 향상을 위한 디스플레이 상품
- ② 모드 상품-현재 유행중인 상품
- ③ 테스트 마켓 상품-새로운 스토리의 상품
- ④ 슬리핑 상품-팔리는 상태가 급속히 둔화되고 있는 상품

12. 상품이나 패션에 관한 전문 지식을 가지고 소비시장의 동향을 정확하게 파악하여 적절한 상품의 구매를 담당하는 패션산업부분의 스페셜리스트는?

- ① 디스플레이 디자이너(display designer)
- ② 스타일리스트(stylist)
- ③ 패션 바이어(fashion buyer)
- ④ 패션 컨버터(fashion converter)

13. 유명상표의 의류업체나 디자이너, 백화점 또는 전문점의 잉여상품이나 비정상품을 처분하기 위한 직영형태로 운영하는 곳은?

- ① 아울렛 스토어 ② 대리점
- ③ 양판점 ④ 백화점

14. 의류 제조업체의 상품기획 및 개발로부터 시장도입에 이르기까지의 일련의 마케팅 활동을 수행하는 패션 스페셜리스트는?

- ① 어패럴 머천다이지어 ② 리테일 머천다이지어
- ③ 코디네이터 ④ 디자이너

15. 기업이 신제품을 개발할 때 소비자를 참여시켜 고객만족을 이루는 마케팅 기법은?

- ① 감성 마케팅(semiotic marketing)
- ② 제휴 마케팅(affiliate marketing)
- ③ 퍼미션 마케팅(permission marketing)
- ④ 프로슈머 마케팅(prosumer marketing)

16. 소비자들의 구매의사결정과정으로 바르게 나열된 것은?

- ① 필요욕구의 인식→정보의 탐색→대안의 평가→구매의사결정→구매 후 행동
- ② 정보수집→표적시장선정→컨셉설정→상품구성과 물량기획→디자인개발→가격결정→품평 및 생산 수량결정
- ③ 공업용 패턴제작→그레이딩→마킹→재단→봉제→검사 및 패킹
- ④ 물류창고 입고→수량검사→입고입력→출고

17. 어패럴 머천다이징이 리테일 머천다이징과 구별되는 특성은?

- ① 소비자 분석 ② 소요예측
 ㉡ 상품 제조 ④ 상품 판매

18. 다음 중 도입기에 해당되는 브랜드의 고객은?

- ① 초기선택자 ② 수요예측
 ㉡ 혁신자 ④ 후기선택자

19. 패션상품의 판매촉진에 있어 매체선택에 대한 내용으로 틀린 것은?

- ① 인적 의사전달의 경우는 제품의 성격이 고가이며 많은 위험이 지각되는 제품에 효과적이다.
 ② 인적 의사전달의 경우 의견 선도자의 역할이 중요하다.
 ③ 비인적 의사전달 경로에는 주된 매체들과 분위기, 이벤트 등이 포함된다.
 ㉡ 비인적 의사전달 경로에는 인쇄매체, 방송매체, 판매원에 의한 판매 등이 해당된다.

20. 기업이 시장성 확보를 위하여 유효전략인 강자의 전략에 해당되는 것은?

- ① 제품다양화 전략 ② 제품원가삭감전략
 ③ 고급품 전략 ㉡ 혁신 전략

2과목 : 패션소재기획

21. 정부 공인가간이 의류제품의 품질향상과 소비자 보호 및 건전한 유통질서 확립을 위하여 우수생산업체를 선정하여 원부자재의 특성시험과 완제품의 외관검사를 실시하여 우수생산업체를 선정하여 원부자재의 특성시험과 완제품의 외관검사를 실시하여 우수한 상품에 부착하는 인증제도는?

- ① 품질보증 마크(Q 마크)
 ② 중소기업 우수제품 마크
 ③ 에콜로지 마크
 ④ 굿 헬스(Good Health)마크

22. 실의 꼬임 방향에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 능직에서 실의 표면 꼬임 방향이 능선 방향과 반대일 경우 능선이 분명히 보인다.
 ② 합연사에서 상연과 하연의 방향이 같으면 강력이 크게 증가한다.
 ㉡ 경사와 위사의 꼬임 방향이 같은 것을 사용하면 직물의 조직이 분명하게 된다.
 ④ 수자직의 경우 수자선이 나타나지 않도록 꼬임의 방향을 선택하는 것이 좋다.

23. 다음 중 내추럴하면서 거친듯한 느낌을 주는 대표적인 소재는?

- ① 견섬유 ㉡ 마섬유
 ③ 면섬유 ④ 양모섬유

24. 다음 중 능직 직물에 해당되지 않는 것은?

- ① 도스킨(doeskin) ② 진(jean)
 ③ 서지(setge) ④ 개버딘(gaberdine)

25. 은면에 변화를 주기 위해 형틀에 눌러 가공한 가죽은?

- ① 누벅(nubuck) ② 마블(marble)
 ③ 아닐린(aniline) ㉡ 엠보혁(embossed)

26. 다음 중 면섬유의 특징이 아닌 것은?

- ① 장시간 일광에 노출되면 점차 강도가 늘어난다.
 ② 습윤강도가 크고 내세탁성이 좋다.
 ③ 비중이 1.54로 무거운 섬유에 속한다.
 ④ 산에 의해서 쉽게 분해된다,

27. 실에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 단사를 두가닥 이상 합하여 꼬임을 줄 때 꼬임이 서로 반대인 것을 순연사라 한다.
 ② 실의 꼬임 수는 일의 직경과 관련되며 굵은 실일수록 꼬임수가 적다.
 ㉡ 강연사는 실의 꼬임수가 500~1,000이며 꼬임의 각도가 5~13°이다.
 ④ 밍사는 기본이 되는 실과 가른 색상의 섬유덩어리가 점으로 뭉쳐 있는 실이다.

28. 의류업체의 소재기획 단계에 해당하지 않는 것은?

- ① 이미지맵 구성 ② 컬러맵 구성
 ㉡ 원형 개발 ④ 정보 수집

29. 양모섬유에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 수백내지 수천 개의 글루코스(glucose)가 결합되어 있다.
 ② 주성분은 케라틴(keratin) 이라는 단백질로 되어 있다.
 ③ 다수의 아미노산이 펩티드(peptide) 결합에 의해 이루어진 중합체이다.
 ④ 스시틴결합과 조염결합 같은 분자사슬과 분자사슬 사이를 화학결합에 의해 묶어주고 가교결합으로 되어 있다.

30. 소재 전문회사의 신제품 개발 프로세스 중 제일 먼저 하는 것은?

- ① 본 생산
 ㉡ 정보수집 및 용도별 분류
 ③ 견본 샘플 분석
 ④ 시 생산

31. 페미닌한 블라우스 디자인에 맞는 소재 선택이 아닌 것은?

- ① 폴리에스테르 박지 ㉡ 저지
 ③ 조젯 ④ 실크

32. 코듀로이 소재의 감성분류에 해당되는 것은?

- ① 건조한(dry) ② 얇은(thin)
 ③ 부드러운(soft) ㉡ 두꺼운(thick)

33. 색상 복합 소재 중 경 위사에 모두 유색을 사용하여 투 톤(tow-tone)의 이미지를 주는 소재는?

- ① 옥스퍼드(oxford) ㉡ 선 클로스(sun-cloth)
 ③ 샴브레이(chambray) ④ 링클프리(wrinkle free)

34. 최근 환경의 변화와 생태계에 대한 소비자의 관심이 고조되면서 등장한 친환경적 소재가 아닌 것은?

- ① 리오셀(lyocell) 섬유 ② 유기재배 면
 ③ 천연착색 면 ㉡ 비스코스레이온

35. 소재 전문회사에서 소재기획을 위한 패션정보 수집시기를 연결한 내용으로 틀린 것은?

- ① 18~24개월 전 : 색상과 소재 정보 수집 및 분석
- ② 12~18개월 : 트렌드 정보 자료 분석 및 소재와 기본색상 설정
- ③ 12개월 전 : 견본 제작 및 소재 전시회
- ④ 본 시즌 : 소재 수주

36. 소재업체의 소재기획 과정이 아닌 것은?

- ① 소재방향 설정
- ② 소재 맵
- ③ 수주
- ④ 원형 개발 및 샘플 제작

37. 섬유제품의 관리에 있어서 세탁 취급표시에 관한 용어가 아닌 것은?

- ① 세탁기 세탁법 ② 건조법
- ③ 다림질 ④ 대전성

38. 위편성품의 기본 조직에 해당되지 않는 것은?

- ① 평편 ② 필편
- ③ 타크편 ④ 고무편

39. 편성물에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 횡편기는 좌우로 길게 나열된 편성기계로 주로 스웨터용으로 많이 사용된다.
- ② 위편 니트의 종류로는 트리코트, 라셀, 밀라니즈가 있다.
- ③ 평편조직은 편성에서 가장 간단한 조직으로 저지 조직이라고도 한다.
- ④ 경편소재는 직물과 비슷한 형태로 안정성이 있다.

40. 엑조틱 이미지 트렌드의 소재로 부적합한 것은?

- ① 서지 ② 하브다에
- ③ 파유 ④ 개버딘

3과목 : 유통관리 및 광고

41. 마케팅 커뮤니케이션을 수립하기 위한 수단 중 패션광고의 장점에 해당되는 것은?

- ① 대중적 제안으로 많은 사람들이 동일한 메시지를 접할 수 있다.
- ② 홍보보다 더 진실되고 신뢰감을 준다.
- ③ 즉시 거래를 하도록 분명하게 권유라고 유인한다.
- ④ 단순한 판매관계로부터 깊은 인간관계까지 여러 유형의 관계를 형성할 수 있도록 한다.

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

- ① 상품분류에 의해서 합리적인 배치를 할 수 있다.
- ② 점포 아이덴티티(store identity)를 형성한다.
- ③ 상품기획에서 판매현장까지 업무의 영역이 광범위하여 추가적인 전문 인력의 공급이 필요하다.
- ④接客업무의 비효율성을 방지하고 물류시스템을 효율적으로 운영함으로써 기업이윤을 증대시킨다.

43. 다음 중 바람직한 상품구성에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 같은 계열의 상품군 중에서도 여러 단계로 나누어진 확고한 가격선이 설정되어야 한다.

- ② 동일 가격선의 상품군 중에서 고객의 기호, 연령층, 직업 등의 차이에 따라 상품구성이 이루어질 필요가 없다.
- ③ 소재, 색상, 스타일, 패턴 등 상품의 물리적 측면 등이 강조되면서 전체적으로 유기적인 조합이 이루어져야 한다.
- ④ 전 상품군을 통하여 그 매장이나 브랜드의 독특한 이미지나 사상이 표현되어야 한다.

44. 완사입제도에 대한 설명 중 제조회사가 가질 수 있는 장점에 해당되는 것은?

- ① 기획에서 생산, 유통을 일관되게 통제하기 쉽다.
- ② 재고 부담이 없어 이익의 편차가 적다.
- ③ 브랜드 이미지 관리가 쉽다.
- ④ 상권 특성에 따른 물량 배분으로 판매를 극대화할 수 있다.

45. 소매업의 유형 중 자사 제품 또는 재고품을 초임가로 판매하는 소매형태는?

- ① 아울렛 ② 슈퍼마켓
- ③ 편의점 ④ 전문점

46. 패션상품의 경우 어떤 브랜드가 재킷, 팬츠, 스웨터, 원피스, 티셔츠 등의 상품군을 골고루 갖추어 놓았을 때 일컫는 말은?

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

47. 광고물의 구성 용어 중 카피(copy)의 표제부분에 해당되는 것은?

- ① 삽화 ② 헤드라인
- ③ 로고타입 ④ 브랜드마크

48. 봄의 영업계획에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 신입 여사원을 위한 캠페인 판촉 이벤트 및 가벼운 캐주얼 웨어 특선 이벤트를 구성한다.
- ② 결혼 시즌이므로 결혼식 참여용 드레스, 수트 등 중의류의 상품갖추기가 필요하다.
- ③ 스포티하고 경쾌한 단품 아이템을 중심으로 타운 스타일 코디네이트 제안의 매장 전개 강화가 효과적이다.
- ④ 전반은 파티 웨어를 제안하고, 후반은 패션잡화, 파티, 선물용 상품의 특집을 전개한다.

49. 상품계획의 정책에 해당되지 않는 것은?

- ① 판매시기 정책 ② 상품의 폭과 깊이 정책
- ③ 가격구성 정책 ④ 광고 정책

50. 상품전략에서 기업이나 브랜드 및 점포에서 구비해야 할 상품그룹의 종류, 상품구성 등 상품에 대한 전체적인 계획에 해당되는 것은?

- ① 상품정책 ② 사입정책
- ③ 판촉정책 ④ 유통관리

51. 상품구색을 갖추기 위한 패션제품믹스의 구성요소에 해당되지 않는 것은?

- ① 제품믹스의 넓이 ② 제품믹스의 높이
- ③ 제품믹스의 깊이 ④ 제품믹스의 길이

52. 고객의 구매시점에 행해지는 광고를 뜻하며, 판매원을 대신

하여 상품정보를 알려 줌으로써 편리한 쇼핑이 이루어지도록 지원하고 소비자의 구매를 이끌어 내는 것을 목적으로 하는 수단은?

- ① POS ② POP
③ VMD ④ PR

53. 다음 중 광고에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 광고매체에는 신문, 잡지, 직접우편, 라디오, TV 등이 있다.
- ② 광고는 소비자에게 회사의 제품, 서비스에 대한 정보를 제공한다.
- ③ 광고는 보도가치가 있어야 하며, 회사에 의해 통제될 수 없다.
- ④ 광고는 소비자가 원하는 상품을 중점적으로 광고하여 상품판매를 촉진해야 한다.

54. 상품관리방법 중 금액관리(dollar control)에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 부문별 관리제도로 경영관리시스템에 의해 조정되어지는 것이다.
- ② 상품의 흐름을 재정적으로 나타내는 것이다.
- ③ 상품속성에 의한 관리제도로 POS에 의하여 조정된다.
- ④ 단위수량관리에서 일어나는 모든 이동사항을 재정의 개념으로 나타내는 회계방법이다.

55. VMD 전개의 기본요소 설명으로 틀린 것은?

- ① IP와 PP는 보여주는 역할을 하고, VP는 판매하는 역할을 한다.
- ② VP의 위치는 고객의 시선이 처음 닿는 쇼윈도나 스테이지를 말한다.
- ③ PP는 분류된 상품의 판매포인트를 보여준다.
- ④ IP는 상품의 사이즈별, 스타일별, 컬러별, 소재별 분류를 말한다.

56. 상품구색계획의 방법 중 ABC 그룹 분석에 있어서 A그룹에 대한 대처방법으로 가장 적당한 것은?

- ① 소량의 재고량만 유지하도록 한다.
- ② 구색 부족을 방지한다.
- ③ 최소 재고량만 유지하거나 재고량을 억제한다.
- ④ 최소 LOT로 생산한다.

57. 재고자산 회전율에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 회전율이 낮으면 수요변화에 민감하게 대응하기 힘들다.
 ② 회전율이 낮으면 구매자금이 묶인다.
 ③ 회전율이 높으면 자본으로 인한 수익성이 낮다.
 ④ 회전율이 높으면 품질로 인한 소비자 불만이 있을 수 있다.

58. 패션 유통경로 중 위탁사업제도의 특징으로 옳은 것은?

- ① 기획에서 생산, 유통을 일관되게 통제하기 쉽다.
- ② 점주들의 요구가 높은 상품을 집중 생산함에 따라 판매율을 높일 수 있다.
- ③ 재고부담이 없어 이익의 편차가 적다.
- ④ 생산기획과 생산에만 전념할 수 있어 전문화가 가능하다.

59. 비주얼 머천다이징(YMD)의 설명으로 옳은 것은?

- ① 브랜드 이미지는 감정적인 요인에 크게 작용하므로 소비자에게 강한 메시지를 전달할 수 있다.
- ② 디스플레이와 개념적 차원이 같다.
- ③ VMD는 건축물의 외관만을 시각적으로 조정하는 것을 말한다.
- ④ 손님이 스스로 찾아오는 매장에서 손님을 기다리는 매장으로 만드는 수법이다.

60. 인터넷 마케팅에서 교차판매(cross selling)에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 제품을 보다 많을 고객에게 판매하는 것
- ② 한 명의 고객에게 다양한 제품을 판매하는 것
- ③ 사이트 여러 곳을 통해 동시에 판매하는 것
- ④ 단기간에 매출을 올릴 수 있는 방법으로 이용하는 것

4과목 : 패션디자인론 및 의복구성학

61. 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.

62. 의복구성에서 다트를 하는 가장 큰 이유는?

- ① 의복에 활동성을 부여하기 위하여
- ② 디자인의 포인트로서 응용하기 위하여
- ③ 평면적인 옷감을 입체화시키기 위하여
- ④ 활동성이 많은 부위의 강도를 높이기 위하여

63. 패션의 수평전자이론에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 하류층만의 독특한 의상을 상류계층에 전파한다.
- ② 상류계층의 패션을 낮은 계층에서 모방하면서 전파한다.
- ③ 모든 사회계층의 패션선도지에 의해 거의 동시에 시작된다.
- ④ 1960년대 미니 스커트의 유행과 부츠의 유행을 들 수 있다.

64. 톤 인 톤(tone in tone) 배색의 설명으로 옳은 것은?

- ① 3가지 색의 배색 기법이다.
- ② 동일 또는 유사한 톤 내에서 색상의 변화를 주는 배색 기법이다.
- ③ 단색화법으로 거의 동일 색에 가까운 색을 사용하여 1가지 색으로 보이게 하는 배색 기법이다.
- ④ 2가지 톤의 명도차를 비교적 크기 둔 배색 기법이다.

65. 다음 중 기하학적인 무늬에 해당되지 않는 것은?

- ① 싱글 스트라이프(single stripe) 무늬
- ② 페이즐리(paisley) 무늬
- ③ 플레이드(plaid) 무늬
- ④ 체크(check) 무늬

66. 다음 중 후퇴감이 가장 강한 색은?

- ① 난색 ❷ 한색
③ 고채도의 색 ④ 고명도의 색

67. 바늘의 끝모양에 따른 분류 중 니트나 스판 소재의 봉제에 적합한 바늘은?

- ① Q포인트 ② 볼포인트
③ 커팅포인트 ④ 샤프포인트

68. 다음 중 심지의 종류가 아닌 것은?

- ① 부직포 ② 스테이플 파이버
③ 편성물 ④ 직물

69. 톤(tone)에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 명도와 채도를 동시에 직관할 수 있다.
② 색의 상태라는 뜻이다.
③ 색채의 3속성의 관계를 합리적·입체적으로 배열하여 조립한 것이다.
④ 배색상의 편리를 도모하기 위하여 여러 가지 명칭을 붙여놓고 있다.

70. 복식의 기능 중 신체 적응을 돕기 위한 기구로, 착용자의 신체를 보호하고, 신체활동의 효율성과 신체적 쾌적감을 증진시키는 기능은?

- ① 상징적 기능 ② 표현적 기능
③ 물리적 기능 ④ 사회적 기능

71. 성인 여성의 피트니스가 필요한 상의의 설계를 위한 상의용 체형에 해당되지 않는 것은?

- ① H Type ② T Type
③ A Type ④ Y Type

72. 유행의 종류에 대한 설명이 틀린 것은?

- ① 패드(fad)-갑자기 급격히 퍼지는 타입의 유행
② 패션(fashion)-일반에 널리 퍼지는 큰 유행
③ 모드(mode)-선택적인 유행
④ 보그(vogue)-인기가 있어 널리 퍼진 유행

73. 다음 중 평화, 젊음, 성장, 미숙함, 유식, 신선함 등의 이미지를 갖는 색은?

- ① 노랑 ② 초록
③ 빨강 ④ 보라

74. 클래식에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 유행 확산곡선 상에서 클래식은 사용기간이 짧고 정점이 높다.
② 디자인상의 클래식은 베이직(basic)이라 할 수 있다.
③ 클래식은 주로 부유층이 사용하는 것으로 소비자의 폭이 좁다.
④ 클래식은 짧은 수명주기와 급격한 확산을 특징으로 한다.

75. 가시성이 높고 시장수명이 짧으며, 의복 디자인의 일부나 장식품류 등 자은 것에 나타나는 것은?

- ① 패션 ② 클래식
③ 문화 ④ 패드

76. 디자인 스케치와 샘플 제조를 지시하는 내용이 기록된 문서로 디자이너에 의해 작성되어 생산부문으로 넘겨지는 것은?

- ① 디자인 스케치 ② 공업용 패턴

③ 원단 및 부자재 발주서

④ 샘플제조의뢰서

77. 재단을 위한 준비과정으로서 롤 상태의 천을 평면상으로 여러 겹 포개어 펼쳐 놓는 작업은?

- ① 마킹 ② 검단
③ 그레이딩 ④ 연단

78. 우리나라 여성복 상의 치수 호칭의 기본 신체부위가 아닌 것은?

- ① 가슴둘레 ② 허리둘레
③ 엉덩이 둘레 ④ 키

79. 칼라의 종류 중 뒷목 부위에서 세워지는 분량이 전혀 없는 칼라는?

- ① 셔프칼라 ② 플랫칼라
③ 스탠딩칼라 ④ 테일러드칼라

80. 계측 항목의 계측방법에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 엉덩이둘레는 엉덩이의 가장 두드러진 부위를 수평으로 돌려서 잰다.
② 유두간격은 좌우 유두점사이의 거리를 잰다.
③ 앞길이는 왼쪽 목옆점에서 허리선까지의 직선거리를 잰다.
④ 바지길이는 옆허리선부터 발목까지의 길이를 잰다.

5과목 : 패션정보분석

81. 라이프스타일에 영향을 주는 요인이 아닌 것은?

- ① 기업 ② 가족
③ 개인의 문화 ④ 준거집단

82. 다음 중 소비자 조사내용에 해당되지 않는 것은?

- ① 소비문화 ② 소비생활
③ 스타일경향 ④ 가치관

83. 패션산업분야에서 라이프스타일 연구를 중요시하는 이유가 아닌 것은?

- ① 사회적 경향이나 생활의식 동향의 예측
② 브랜드별 특성에 따른 색채경향
③ 소비자 행동에 대한 새로운 설명모델의 제시
④ 보다 유용한 시장세분화 기준의 기대

84. 리테일 머천다이징 시스템에서 프로모션 전략의 요소인 것은?

- ① 매입 정보 ② 점포 컨셉
③ 광고, 판촉, 고객관리 ④ 시즌별 영업계획

85. 패션정보의 발표 시기 순서가 정확한 것은?

- ① 패션 경향 제안→유행색 제안→제품 전시회→원사 전시회→소재 전시회
② 유행색 제안→패션 경향 제안→원사 전시회→소재 전시회→제품 전시회
③ 원사 전시회→소재 전시회→제품 전시회→유행색 제안→패션 경향 제안
④ 소재 전시회→제품 전시회→유행색 제안→패션 경향 제안→원사 전시회

86. 스타일 정보에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 스타일은 실루엣, 디테일, 소재, 색, 무늬를 포함한 전체적인 룩(look)의 이미지이다.
- ② 스타일의 수집, 정리, 분석, 전달은 사진이나 일러스트에 의한 방법이 효과적이다.
- ③ 스타일 정보재상으로는 국내외 매장조사, 자사의 판매 반응분석, 해외의 패션경향 중 스타일의 집중 분석, 유명 디자이너들의 컬렉션 분석 등이 있다.
- ④ 스타일 정보의 분석은 전체적인 소비자동향을 파악하기 위한 정보로만 활용된다.

87. 패션트렌드의 분석 요소가 아닌 것은?

- ① 패션 테마 ② 색채의 경향
- ③ 패션 이미지 ④ 디자이너 마인드

88. 2011년 9월은 소비자의 패션구매시점으로 가정할 때, 이를 위한 패션 트렌드의 예측이 제안되기 시작한 시점은?

- ① 2009년 3월 ② 2009년 9월
- ③ 2010년 3월 ④ 2010년 9월

89. 경쟁점 조사에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 경쟁점은 표적고객, 취급상품, 가격, 서비스 유형 등에 의해 설정되며, 점포이미지와는 무관하다.
- ② 고객의 의식속에 경쟁들이 어떻게 포지셔닝되어 있는지를 분석해야 한다.
- ③ 패션마케팅에 대한 경쟁사의 전략을 조사해야 한다.
- ④ 패션업체는 자사의 상대적 위치를 파악하고 경쟁사의 강점에 대처하기 위해 경쟁업체에 대한 정기적, 비정기적 조사를 실시해야 한다.

90. 다음 중 패션트렌드 기획의 구성요소가 아닌 것은?

- ① 발상 ② 기획서
- ③ 프리젠테이션 ④ 가치관

91. 소비자의 라이프스타일 분석시 포함된 정보가 아닌 것은?

- ① 거주지 ② 출신학교명
- ③ 직업의 종류 ④ 유행에 대한 관심도

92. 경쟁브랜드 분석 조사에서 불필요한 항목은?

- ① 가격구조 ② 판매사원의 인적사항
- ③ 시장 점유율과 상품력 ④ 판매 및 판촉 방법

93. 패션 아이템 정보에 관한 설명 중 틀린 것은?

- ① 아이템은 의복의 종류를 의미한다.
- ② 각 아이템은 실루엣에 따라 세분화될 수 있다.
- ③ 의복 착용자가 타인에게 인식시키는 심적 영향을 의미한다.
- ④ 패션트렌드 정보 분석 시에 유행 아이템에 대한 예측이 중요하다.

94. 다음 그림과 같은 시장 점유율 차이별 명칭의 구조는?



- ① 독점 구조 ② 이중 구조
- ③ 과점 구조 ④ 완전경쟁 구조

95. 다음 중 마케팅 환경정보가 아닌 것은?

- ① 일반 경제정보 ② 산업구조 변화정보
- ③ 소비자의식 조사정보 ④ 인구구조 변화정보

96. 다음 중 정보정리의 원칙이 아닌 것은?

- ① 목적성 ② 독창성
- ③ 신속성 ④ 편리성

97. 현대 사회에서 정보의 중요성이 더 큰 비중을 차지하게 되는 요인이 아닌 것은?

- ① 매스컴의 생활화
- ② 생산지향체제의 시스템
- ③ 상품의 고부가가치화 현상
- ④ 라이프사이클의 단축화 현상

98. 다음 중 소매업에서 경쟁점 조사에 확인할 내용이 아닌 것은?

- ① 어떠한 매장을 만들 것인가?
- ② 자기 점포가 상권내에서 어떠한 위치에 있는가?
- ③ 고객층에 대하여 어떠한 의미와 역할을 수행하고 있는가?
- ④ 금후에도 그 역할을 수행하겠는가?

99. 기업에 영향을 미치는 외부 미시적 환경요소가 아닌 것은?

- ① 공급자 ② 마케팅 중간매개체
- ③ 고객 ④ 경쟁적 여건

100. 패션트렌드 정보능력에 있어서 정보수집력이 아닌 것은?

- ① 사실과 추측을 정확히 분간할 수 있는 능력
- ② 정보를 깊이 있게 파고들며 이면을 파헤치는 최대한의 이해할 수 있는 능력
- ③ 개개의 수집정보들을 점에서 선으로, 그리고 면으로 이해할 수 있는 능력
- ④ 미래의 동태와 변화를 예측전망할 수 있는 능력

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