

**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 높이고자 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 머천다이저              ② 리테일 머천다이저
- 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→구매의사 결정→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  
③ 상품 제조                        ④ 상품 판매
18. 다음 중 도입기에 해당되는 브랜드의 고객은?  
① 초기선택자                      ② 수요예측  
③ 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.  
④ 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                    ④ 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.  
③ 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                            ② 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 누백(nubuck)                  ② 마블(marble)  
③ 아닐린(aniline)               ④ 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.  
③ 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  
③ 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  
② 정보수집 및 용도별 분류  
③ 견본 샘플 분석  
④ 시 생산
31. 페미닌한 블라우스 디자인에 맞는 소재 선택이 아닌 것은?  
① 폴리에스테르 박지            ② 저지  
③ 조젯                                ④ 실크
32. 코듀로이 소재의 감성분류에 해당되는 것은?  
① 건조한(dry)                    ② 얇은(thin)  
③ 부드러운(soft)                ④ 두꺼운(thick)
33. 색상 복합 소재 중 경 위사에 모두 유색을 사용하여 투 톤(tow-tone)의 이미지를 주는 소재는?  
① 옥스퍼드(oxford)              ② 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                    ④ 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 펄편  
 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 전개에의 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 위탁사입제도의 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                      ② 한색
- ③ 고채도의 색            ④ 고명도의 색

67. 바늘의 골모양에 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 피트니스에 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 자는 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](http://www.comcbt.com)  
 전자문제집 CBT 모바일 버전 : [m.comcbt.com](http://m.comcbt.com)  
 기출문제 및 해설집 다운로드 : [www.comcbt.com/x](http://www.comcbt.com/x)  
 전자문제집 CBT 안드로이드 어플 : 구글플레이에서 전자문제집  
 으로 검색 하세요.

전자문제집 CBT란?

종이 문제집이 아닌 인터넷으로 문제를 풀고 자동으로 채점하며  
 모의고사, 오답 노트, 해설까지 제공하는 무료 기출문제 학습 프  
 로그램으로 실제 시험에서 사용하는 OMR 형식의 CBT를 제공합  
 니다.

PC 버전 및 어플 완벽 연동, 교사용/학생용 관리기능도 제공합  
 니다.

오답 및 오탈자가 수정된 최신 자료와 해설은 전자문제집 CBT  
 에서 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