

1과목 : 패션마케팅

1. 보기의 패션마케팅 활동을 발전과정 순서대로 바르게 나열한 것은?

- |             |            |
|-------------|------------|
| 1. 생산과 유통개선 | 2. 전사적 마케팅 |
| 3. 판매촉진     | 4. 그린마케팅   |

- ① 3→1→4→2                      ② 1→2→4→3  
 ③ 1→3→2→4                      ④ 2→3→1→4
2. Engel, Blackwell 및 Miniard의 소비자 구매의사결정과정  
 을 순서대로 바르게 나열한 것은?  
 ① 정보탐색→문제인식→대안평가→구매→사용 및 평가  
 ② 문제인식→정보탐색→대안평가→구매→사용 및 평가  
 ③ 정보탐색→대안평가→문제인식→구매→사용 및 평가  
 ④ 문제인식→대안평가→정보탐색→구매→사용 및 평가
3. 사회적 책임, 고객만족, 기업이윤이라는 세 가지 측면을 모두  
 고려하여 균형 잡힌 마케팅 의사결정을 하도록 요구하는 마  
 케팅 관리 마케팅 관리 철학은?  
 ① 기업중심적 마케팅 철학  
 ② 고객중심적 마케팅 철학  
 ③ 제품중심적 마케팅 철학  
 ④ 사회중심적 마케팅 철학
4. 패션산업의 특성이 아닌 것은?  
 ① 지식집약산업                      ② 감각산업  
 ③ 대기업독점산업                      ④ 부가가치산업
5. 패션머천다이저의 역할 중 표적시장을 설정하고 디자인 콘셉  
 트를 설정하는 업무단계는?  
 ① 상품기획업무                      ② 생산지원업무  
 ③ 물류업무                              ④ 판매촉진지원업무
6. 가격 구성요소의 설명 중 옳은 것은?  
 ① 이익은 가격에서 제조원가를 제한 값이다.  
 ② 제조원가는 인건비를 제외한 원자재의 재료비이다.  
 ③ 총원가는 고정비용과 변동비용을 포함한다.  
 ④ 전환원가와 제조간접비는 같은 의미이다.
7. 패션 머천다이징의 개념에 속하지 않는 것은?  
 ① 적절한 판매(right sales)  
 ② 적절한 장소(right place)  
 ③ 적절한 가격(right price)  
 ④ 적절한 시기(right time)
8. 대기업이 기성복 시장에 진출하면서 품질경쟁을 함에 따라  
 소비자들의 기성복에 대한 인식이 달라지기 시작한 시기는?  
 ① 1960년대                              ② 1970년대  
 ③ 1980년대                              ④ 1990년대
9. 표적시장을 설정하는 이유는?  
 ① 누구의 어떤 욕구를 만족시킬 것인가를 명확히 한다.  
 ② 어디에서 팔 것인가를 명확히 한다.

- ③ 누구를 통해서 팔 것인가를 명확히 한다.  
 ④ 언제 팔 것인가를 명확히 한다.
10. 다음 중 대표적인 시장 세분화 기준에 해당되지 않는 것은?  
 ① 인구통계적 기준                      ② 심리분석적 기준  
 ③ 사회적 기준                              ④ 지리적 기준
11. 어떤 소비자가 수트(suit)를 사기 위해 여러 점포들을 방문  
 하여 비교하고 선택했다면, 이 수트(suit)는 소비자의 구매습  
 관에 따른 패션 제품의 분류 중 어디에 속하는가?  
 ① 충동품                                      ② 편의품  
 ③ 선매품                                      ④ 중점제품
12. 프랜차이즈 조직은 패션 유통경로 유형 중 어디에 해당하  
 는가?  
 ① 관리형 VMS                              ② 기업형 VMS  
 ③ 계약형 VMS                              ④ 수평적 마케팅 시스템
13. 패션마케팅의 핵심개념에 관한 설명으로 틀린 것은?  
 ① 패션제품은 서비스를 제외한 유형(有形)의 제품을 의미한  
 다.  
 ② 패션시장이란 패션제품, 서비스를 구매할 능력을 갖춘  
 실재적 혹은 잠재적 고객의 집합을 의미할기도 한다.  
 ③ 교환이란 거래할 상대방에게 가치 있는 제품, 서비스를  
 제공하고 대가를 획득하는 행위를 말한다.  
 ④ 패션마케팅은 기본적인 욕구인 필요와 이를 만족시킬 수  
 있는 구체적인 수단인 욕구에서 출발한다.
14. 패션소비자의 활동, 관심, 의견과 관련된 내용으로 시장을  
 세분화할 때 그 기준이 되는 것은?  
 ① 학력    ② 라이프스타일  
 ③ 사회계층                                      ④ 직업
15. 소비자들이 구매 후 부조화를 감소시키는 방법이라고 할 수  
 없는 것은?  
 ① 자신의 구매 행동에 정당성을 부여한다.  
 ② 의사결정자체를 매우 중요한 것으로 여긴다.  
 ③ 자신의 선택을 반박하는 정보를 회피한다.  
 ④ 선택하지 않는 대안의 단점을 의식적으로 강화시킨다.
16. 마케팅요소 중 상품의 판매를 증대시키기 위한 촉진  
 (promotion)의 요소에 포함되지 않는 것은?  
 ① 잡지광고                                      ② 패션쇼  
 ③ 판매원    ④ 브랜드
17. 소비자의 저관여 구매행동에 관한 설명으로 옳은 것은?  
 ① 주로 비싸고 중요한 제품을 구매할 때 나타난다.  
 ② 일반적으로 습관적 구매행동을 보인다.  
 ③ 정보획득의 매체를 적극 활용한다.  
 ④ 상표간의 차이가 비교적 큰 제품의 구매시 나타난다.
18. 어패럴 머천다이저의 역할이 아닌 것은?  
 ① 정보분석                                      ② 기술개발  
 ③ 상품기획                                      ④ 판매촉진업무
19. 마케팅 믹스(marketing mix)를 나타내는 4P's는?



37. 편성물의 특성이 아닌 것은?  
 ① 양면편성물에는 전선(傳線)이 없다.  
 ② 양면편성물에는 컬 업(curl-up)이 나타나지 않는다.  
 ③ , 편성물은 작물보다 내구성 강하다.  
 ④ 편성물은 함기율 80% 이상이 된다.
38. 스웨이드형 인조가죽에 대한 설명 중 틀린 것은?  
 ① 0.001~0.1 데니어 수준의 초극세섬유로 제작된다.  
 ② 천연가죽과 섬유구조가 다르므로 통기성과 투습성이 없다.  
 ③ 품질이 균일하며 대량생산이 가능하다.  
 ④ 천연가죽에 비하여 가벼우므로 의류용으로 적합하다.
39. 방적사(spun yarn)와 비교한 필라멘트사(filament yarn)의 특징이 아닌 것은?  
 ① 이음이나 꼬임이 없는 매끄러운 질감  
 ② 광택이 있는 질감  
 ③ 부피감이 있는 질감  
 ④ 차가운 질감
40. 다음 중 직물의 삼원 조직에 해당되지 않는 것은?  
 ① 리브직                      ② 평직  
 ③ 수자직                      ④ 능직

**3과목 : 유통관리 및 광고**

41. 상품운송조건에서 FPB Destination의 의미는?  
 ① Destination까지 공급업자가 운송비를 지불하고, 제품의 소유권을 가진다.  
 ② Destination까지 공급업자가 운송비를 지불하고, 소비업자가 제품의 소유권을 가진다.  
 ③ Destination까지 소매업자가 운송비를 지불하고, 공급업자가 제품의 소유권을 가진다.  
 ④ Destination까지 소매업자가 운송비를 지불하고, 제품의 소유권을 가진다.
42. 단순 판매만 하는 소매기능에서 더 나아가 직접 디자인을 기획, 생산하는 제조 기능까지 갖춘 것은?  
 ① 사입형 패션전문점    ② 제조 소매업  
 ③ 메이커 토탈 샵        ④ 멀티 브랜드 샵
43. 다음 중 패션유통정보시스템에 해당되지 않는 것은?  
 ① EOS시스템                ② EDI시스템  
 ③ POS시스템                ④ CAD시스템
44. 패션제조업자가 대리점을 통하여 소비자에게 판매하는 유통 경로는?  
 ① 제조업자→도매상→소매상→소비자  
 ② 제조업자→도매상→소비자  
 ③ 제조업자→소비자  
 ④ 제조업자→소매상→소비자
45. 특정회사의 제품을 영화나 드라마 속에 소품으로 노출시켜, 브랜드나 이미지 등을 관객들에게 홍보하는 일종의 간접광고를 의미하는 것은?

- ① CF                              ② VMD  
 ③ PPL                            ④ MD
46. 점포내 고객이 구매할 당시에 제공되는 표시물로서 브랜드, 가격, 소재, 규격, 사용법 등 상품에 대한 다양한 정보를 제공하여 구매에 영향을 미치는 것은?  
 ① POS                            ② POP  
 ③ PDP                            ④ MP
47. 판매장소로부터 멀리 떨어진 호텔로비, 전시홀, 터미널 등에 전시되어 잠재고객에게 상품의 호의성을 높이도록 하는 패션 디스플레이는?  
 ① 릴레이티드 디스플레이  
 ② 시리즈 디스플레이  
 ③ 리모트 디스플레이  
 ④ 프로모셔널 이벤트 디스플레이
48. 상품 구색에 대한 설명으로 틀린 것은?  
 ① 상품 구색의 폭은 소비자에게 제공하는 품목 수이다.  
 ② 상품 구색의 깊이는 특정상품의 종류 내에서 스타일, 사이즈, 색상 등의 수를 말한다.  
 ③ 소품종 다량구색은 좁고 깊은 상품구성을 의미한다.  
 ④ 백화점 또는 패션을 추구하는 고급 점포는 좁고 깊은 구성이 바람직하다.
49. 동선에 대한 설명으로 옳은 것은?  
 ① 고객동선은 길수록 좋다.  
 ② 판매원동선은 길이가 짧으면 판매원의 능률이 저하된다.  
 ③ 관리동선은 길게 계획되어야 한다.  
 ④ 관리동선은 판매와 직접적으로 관련된 사람들의 동선이다.
50. 한 가지 또는 한정된 상품군을 깊게 취급하면서 매우 저렴하게 판매하는 유통형태는?  
 ① 백화점  
 ② 양판점  
 ③ 팩토리 아울렛(factory outlet)  
 ④ 카테고리 킬러(category killer)
51. 구매주문형태에 대한 설명으로 틀린 것은?  
 ① 정규주문(regular orders)은 바이어가 판매상에게 정규제품을 주문하는 것이다.  
 ② 이월주문(back orders)은 기간 내 선적하지 못하여 미루어진 주문이다.  
 ③ 특별주문(special orders)은 불규칙한 제품의 수급이나 재고가 바닥났을 때 잠정적으로 활용한다.  
 ④ 선주문(advance orders)은 선적이 늦어질 수 있기 때문에 한 시즌 미리 이루어지는 주문이다.
52. 지상파 TV 방송광고의 유형별 설명으로 틀린 것은?  
 ① 프로그램 광고-허용량은 프로그램 방송시간의 10/100 이내  
 ② SB광고-프로그램과 프로그램 사이의 광고  
 ③ 자막광고-자막크기는 화면의 1/20이내  
 ④ 간접광고-상품을 방송프로그램 안에서 소품으로 활용하여 노출시키는 형태



- ③ 보색 대비                      ④ 계시 대비
70. 강한 명시성이 요구되는 스포츠 웨어나 단조로운 의상에 변화를 주어 돋보이게 하는데 효과적인 배색방법은?  
 ① 세퍼레이션 배색              ② 악센트 배색  
 ③ 그라데이션 배색              ④ 콤플렉스 배색
71. 다음 중 아우어글래스 실루엣(hourglass silhouette)이 아닌 것은?  
 ① 프린세스(princess) 실루엣  
 ② 피티드(fitted) 실루엣  
 ③ 미나렛(minaret) 실루엣  
 ④ 쉬드(sheath) 실루엣
72. 봉사가 가져야 할 특성이 아닌 것은?  
 ① 내구성                          ② 내마모성  
 ③ 형태안정성                      ④ 염색성
73. 천 두장을 실고 꿰매어가면서 서로 연결시키는 장식봉은?  
 ① 패거팅(fagoting)              ② 파이핑(piping)  
 ③ 프링징(frinking)              ④ 베이닝(veining)
74. 톤(tone)과 이미지의 연결이 가장 옳은 것은?  
 ① pale-수수함, 쓸쓸한, 차분한  
 ② dull-부드러운, 희미한, 온화한  
 ③ vivid-강한, 생생한, 화려한  
 ④ light-애매한, 둔한, 깊은
75. 모티브의 배열방식 중 경사의 상하가 위사의 좌우와 달라 180°로 옮겨야 같아 보이는 무늬는?  
 ① 4 방향 배열무늬                      ② 2 방향 배열무늬  
 ③ 한 방향 배열무늬                      ④ 전 방향 배열무늬
76. 길 원형의 활용에 대한 설명 중 틀린 것은?  
 ① 다트의 위치는 가슴점을 중심으로 디자인상 사기가 원하는 곳에 위치를 정한다.  
 ② 원형 기본 다트의 앞은 언더 암 다트(under arm dart)이고, 뒤는 암 홀 다트(arm hole dart)이다.  
 ③ 다트의 위치를 이동시켜 새로운 패턴을 만드는 것을 다트만ip레이션(dart manipulation)이라고 한다.  
 ④ 솔더 다트(shoulder dart)에서 앞길은 솔더 다트의 선을 기본 다트의 위치까지 자르고 기본 다트를 접어준다.
77. 앞판 전체 모심지의 역할이 아닌 것은?  
 ① 앞몸판 전체의 균형유지  
 ② 가슴부위 성형성 유지  
 ③ 견갑골 형태유지  
 ④ 볼륨감 유지
78. 다음 중 복식디자인의 색채계획에서 가장 먼저 이루어져야 하는 것은?  
 ① 주색채의 결정                      ② 조화의 결정  
 ③ 배색의 결정                          ④ 색채의 양 결정
79. 길 원형에서 다트가 전개시켜 주는 디자인이 아닌 것은?

- ① 개더(gather)                      ② 턱(tuck)  
 ③ 솔기선(seam line)                  ④ 카울(cowl)
80. 장식봉의 종류에 대한 설명 중 틀린 것은?  
 ① 턱킹(tucking)-작은 주름을 일정 간격으로 박아서 장식하는 것이다.  
 ② 셔링(shirring)-장식적인 잔주름을 잡는데 쓰이며, 잔주름이 고정된 형으로 여러 줄을 나타낸다.  
 ③ 루싱(ruching)-네크라인 등의 장식에 사용된다.  
 ④ 스모킹(smocking)-불규칙적인 주름을 잡은 다음 그 위로 수를 놓는 것이다.

**5과목 : 패션정보분석**

81. 라이프스타일 개념이 소비자 행동에 도입된 시기는?  
 ① 1950년대                          ② 1960년대  
 ③ 1970년대                          ④ 1980년대
82. 시장 분석 시 장기 예측에 대한 설명이 아닌 것은?  
 ① 의류산업에 나타나는 변화를 연구한다.  
 ② 소비자의 소비형태와 사업적인 경제경향을 연구한다.  
 ③ 사회적, 정신적, 정치적 요인과 전 세계적인 유행의 추세를 포함한다.  
 ④ 디자이너, 머천다이저, 판매사원이 모여 회사의 전략 계획을 토의한다.
83. 마케팅 의사결정 시스템(MDSS)에 해당되지 않는 것은?  
 ① 구조화된 문제를 대상  
 ② 환경변화에 대한 적응력 정보  
 ③ 사용자의 상호작용을 통한 정보 제공  
 ④ 'What If' 분석을 통한 의사결정의 향상
84. 사물의 내용이나 형편에 관한 소식이나 자료를 의미하는 용어는?  
 ① 사실                                  ② 정보  
 ③ 지식                                  ④ 기획
85. 소비자 구매의사결정과정에서 구매 후 단계에 해당하는 것은?  
 ① 대안평가                              ② 사용 및 평가  
 ③ 정보 탐색                              ④ 문제인식
86. 스와치 샘플(swatch sample)을 통해 얻을 수 있는 패션정보는?  
 ① 인기 스타일                          ② 인기 소재  
 ③ 유행 트리밍                          ④ 유행 디테일
87. 색채정보의 조사 및 분석법 중 상반되는 의미의 형용어를 짝지어, 이를 척도로서 측정하여, 색채에 대한 심리적인 측면을 다면적으로 다루는 방법은?  
 ① 순위법                                  ② SD법  
 ③ 연상법                                  ④ 언어연상법
88. 다음 패션마케팅 조사 유형 중 마케팅 조사의 초기단계에 주로 실시하며, 조사문제를 명확히 설정하고, 조사에 대한 전반적인 아이디어를 얻을 수 있는 것은?



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