

1과목 : 패션마케팅

1. 소비자가 제품결정을 위한 대안의 평가 시 각 상표별로 한 속성에서 느끼는 단점을 다른 속성의 강점으로 상쇄하여 전반적으로 평가하는 방식은?
 - ① 결합식 방법 ② 사전편집식 방법
 - ③ 보완적 방법 ④ 연속제거식 방법
2. 가격대 별로 패션 상품을 세분화한 것에 대한 설명으로 틀린 것은?
 - ① 프레스티지(prestige) : 상품의 퀄리티와 희소가치가 중요한 유명 디자이너 중심의 최고가의 상품
 - ② 브릿지(bridge) : 패션상품의 양이 중요한 상품으로 초저가 상품
 - ③ 베티(better) : 상품의 퀄리티가 중요 요인으로 내셔널브랜드 중심의 고가 설정
 - ④ 버짓(budget) : 상품의 가격이 중요 요인으로 낮은 가격 상품
3. 영업 머천다이저의 업무는?
 - ① 판매촉진계획
 - ② 상품디자인 개발
 - ③ 소재개발 및 연구
 - ④ 대량생산용 패턴제작 및 수정
4. 국내 생산 소싱 중 자체공장을 소유하고 있는 경우의 장점이 아닌 것은?
 - ① 패션제품의 품질관리에 유용하다.
 - ② 인건비 등 생산원가를 절감할 수 있다.
 - ③ 자사의 강점이나 생산노하우를 지킬 수 있다.
 - ④ 국내의 고용 창출에 기여할 수 있다.
5. 제조업자와 디자이너가 상품라인의 일부나 전부를 상점으로 가져와 주로 VIP나 소수 고객을 대상으로 진행하는 미니 패션쇼의 형태의 판촉활동은?
 - ① 트렁크쇼(trunk show)
 - ② 비공식적 쇼(informal show)
 - ③ PR(public relation)
 - ④ 무역 쇼(trade show)
6. 바람직한 패션머천다이징을 위해 행해지는 패션머천다이징 시스템 중 상품구성에 해당 되지 않는 것은?
 - ① 물량 계획 ② 판매 계획
 - ③ 예산 계획 ④ 타임스케줄 작성
7. 인구통계적 시장세분화의 주요변수가 아닌 것은?
 - ① 소득 ② 직업
 - ③ 라이프스타일 ④ 종교
8. 한개 혹은 극히 적은 수의 세분시장을 표적시장으로 선정하여 그 안에서 높은 시장점유율을 추구하는 전략은?
 - ① 비차별적 마케팅 전략 ② 차별적 마케팅 전략
 - ③ 집중적 마케팅 전략 ④ 절충적 마케팅 전략
9. 기업중심의 이윤추구를 목적으로 하며, 기업의 존속에 핵심적 성공요인이 될 수 있는 새로운 패션마케팅 관리의 접근 방식

- 과는 거리가 먼 것은?
- ① 관계 마케팅 ② 판매지향적 마케팅
 - ③ 사회지향적 마케팅 ④ 전자적 마케팅
10. 일반적인 품평과 수주에 대한 설명 중 틀린 것은?
 - ① 품평회란 대량생산을 위해, 제안된 디자인 샘플 중 상품성이 있는 것을 선택하는 과정이다.
 - ② 수주와를 통한 디자인과 생산량 결정은 과잉재고억제에 도움을 준다.
 - ③ 사외품평회에서는 선별된 디자인들을 바이어에게 제시하고 주문을 받는다.
 - ④ 머천다이저나, 디자이너, 영업담당자 등이 사내 품평회에 주로 참석한다.
 11. 소비자 의사결정과정의 단계를 바르게 나열한 것은?
 - ① 문제인식→정보탐색→대안평가→구매결정
 - ② 정보탐색→대안평가→문제인식→구매결정
 - ③ 대안인식→문제인식→정보탐색→구매결정
 - ④ 대안인식→문제평가→정보탐색→구매결정
 12. 소매업의 상품기획 중 예산기획은 다음 중 어느것으로 시작하는가?
 - ① 재고기획(planned stocks)
 - ② 마크다운기획(planned reductions)
 - ③ 매출기획(planned sales)
 - ④ 오픈투바이(open-to-buy)
 13. 고수익성이 마케팅 목표인 패션 기업이 고품질, 고가격의 브랜드 포지션을 추구하고자 한다. 이러한 포지셔닝 전략의 유형은?
 - ① 제품 속성에 의한 포지셔닝
 - ② 사용 상황에 의한 포지셔닝
 - ③ 제품 사용자에 의한 포지셔닝
 - ④ 이미지에 의한 포지셔닝
 14. 패션기업의 가격결정 방법과 거리가 먼 것은?
 - ① 원가중심 가격결정법
 - ② 소비자 중심 가격결정법
 - ③ 경쟁제품중심 가격결정법
 - ④ 생산중심 가격결정법
 15. 신제품을 개발한 패션기업이 고려할 수 있는 가격전략 중 시장침투가격전략으로 적절한 상황이 아닌 것은?
 - ① 소비자들이 가격에 아주 민감하여 낮은 가격이 빠른 시장성장을 실현할 수 있을 때
 - ② 생산량이 축적될수록 제조원가와 유통비용이 빨리 하락될 때
 - ③ 제품가격이 비싸면 제품 품질도 높을 것으로 소비자가 생각할 때
 - ④ 저가격전략이 경쟁사들의 시장진입을 방지할 수 있을 때
 16. 패션 소매상의 기준에서 위탁판매제도의 장점에 해당하는 것은?
 - ① 소매점이 상품 가격 책정 권한을 갖는다.
 - ② 재고에 대한 부담이 적다.
 - ③ 사입 및 판매 능력에 따라 매출 극대화가 가능하다.

- ④ 마진이 높아 대리점 수익을 높일 수 있다.
17. 패션머천다이징 프로세스에 관한 내용 중 생산기획업무에 해당되지 않는 것은?
 ① 수주 ② 원부자재 구매
 ③ 패턴제작 ④ 그레이팅
18. 다음 중 영업부문 패션 스페셜리스트가 아닌 것은?
 ① 리테일 머천다이저 ② 텍스타일 디자이너
 ③ 패션바이어 ④ 패션코디네이터
19. 가격인하에 대한 설명으로 틀린 것은?
 ① 시장에 강력한 경쟁브랜드가 진입했을 때, 경쟁기업보다 시장점유율을 높이기 위해 활동되기도 한다.
 ② 점차적으로 브랜드 로열티를 상승시켜 장기적인 관점에서 이익이 증대된다.
 ③ 빈번한 가격인하는 소비자가 정상가격 제품의 구매를 꺼리는 부정적인 결과를 초래할 수 있다.
 ④ 제품이 과잉 생산되었을 경우, 상품회전을 재고감소 효과를 볼 수 있다.
20. 다음 중 상품기획 과정에 포함되지 않는 것은?
 ① 디자인 콘셉트 선정 ② 컬러 기획
 ③ 상품구성 계획 ④ 그레이팅

2과목 : 패션소재기획

21. 가죽의 최고 품질 부위에 해당하는 곳은?
 ① 어깨 부분 ② 엉덩이 부분
 ③ 복부 부분 ④ 다리 부분
22. 소재경향 분석을 위한 자료수집 시 유의할 사항이 아닌 것은?
 ① 소재의 새로운 기술 개발 동향
 ② 판매 및 매장조사를 통하여 소비자가 선호하는 소재 파악
 ③ 소재 거래선의 소재 상품에 대한 안정적인 공급 능력 여부
 ④ 국내외의 소재전시회에서 전시된 스와치(swatch) 샘플 입수
23. 플란넬, 개버딘, 데님, 새틴 등의 직물과 연관되는 트렌드는?
 ① 모던 ② 스포티
 ③ 엑조틱 ④ 엘레강스
24. 소재업체의 소재기획 과정에 대한 순서가 옳은 것은?
 ① 정보수집→원형개발 및 샘플제작→소재방향 설정→수주→생산→배달
 ② 정보수집→소재방향 설정→수주→원형개발 및 샘플제작→생산→배달
 ③ 정보수집→소재방향 설정→원형개발 및 샘플제작→수주→생산→배달
 ④ 정보수집→수주→소재방향 설정→원형개발 및 샘플제작→생산→배달
25. 미세한 유리가루를 원단에 부분적으로 도포하여 주간에는

- 햇빛에 의한 스파클(sparkle) 효과를 주고, 야간에는 불빛에 의한 반사효과를 발휘하는 금속성 광택이 발생하는 소재는?
 ① 실켓(silk) 소재
 ② 기모(raising) 소재
 ③ 재귀반사(reflective material) 소재
 ④ 투명필름 라미네이트(visible laminate) 소재
26. 평균중합도가 가장 큰 섬유는?
 ① 나일론 ② 면
 ③ 비스코스 레이온 ④ 폴리에스테르
27. 퍼지 트렌드 소재에 해당하지 않는 것은?
 ① 신축성(stretch) 소재
 ② 광택(luster) 소재
 ③ 가벼운(weightless) 소재
 ④ 빛바랜 듯한(fade-out) 소재
28. 가공방법에 따른 가죽의 종류 중 장갑을 만들 때 사용된 것이 유래된 것으로, 표면을 샌드페이퍼로 기모시켜 아주 가느다란 털이 있는 것으로 감촉이 좋고 유연한 것은?
 ① 스웨이드(suede) ② 누벅(nubuck)
 ③ 마블(marble) ④ 아닐린(aniline)
29. 패션상품 제작을 위한 소재 선택 시 고려할 조건과 사항의 연결이 틀린 것은?
 ① 용도·기능과의 적합성-염색의 보존성
 ② 직업능률과 적합성-재단·봉제의 용이성
 ③ 실루엣·디자인과의 적합성-착용상의 쾌적함
 ④ 소재의 품질 안정성-균질성
30. 패션제품 구매 시 발생할 수 있는 불만족의 요인이 아닌 것은?
 ① 판매원 요인 ② 품질 및 치수 요인
 ③ 세탁 후 품질변화 ④ 구매결정의 어려움
31. 기존의 제품들을 시각적으로 분류, 분석하고 새로운 제품의 위치를 구체화시키는데 사용하는 도구는?
 ① 이미지 맵(image map)
 ② 패브릭 맵(fabric map)
 ③ 코디네이션 맵(coordination map)
 ④ 컬러 맵(color map)
32. 열가소성 물질을 필름으로 제조한 후에 분할하여 평편한 테이프 형태로 만든 후 연신하여 강한 광택의 이미지로 많이 사용되는 실은?
 ① 테이프사(tape yam)
 ② 스플리트사(split yam)
 ③ 중공사(hollow yam)
 ④ 인터레이스사(interlace yam)
33. 헤어 섬유에 대한 설명이 아닌 것은?
 ① 캐시미어는 광택이 있고 매끄럽고 부드러운 느낌을 준다.
 ② 알파카는 만져보면 부드럽지만 거친 느낌을 줌으로 매니시한 느낌을 준다.

- ③ 모헤어는 양모보다 섬유장도 길고 굵어서 까슬까슬한 느낌의 여름용 의복에 사용된다.
 - ④ 면양에서 얻은 양모와는 달리 낙타 등에서 얻은 섬유이다.
34. 안전, 보건, 환경, 품질 등 13개 법정인증마크를 통합해 단일화한 국가통합인증마크는?
- ① 검 마크 ② GD(Good Design) 마크
 - ③ KS 마크 ④ KC 마크
35. 패션 이미지에 따른 소재의 느낌에 대한 설명으로 옳은 것은?
- ① 컨트리(country)-특정지역의 민속풍에서 영감을 얻어 발전시킨 소재
 - ② 고저스(gorgeous)-실크, 벨벳, 모피 등 고가의 전통적이고 고전적인 소재
 - ③ 팝(pop)-소박한 느낌의 면 소재나 실키한 느낌의 폴리에스테르 소재의 꽃무늬
 - ④ 시크(chic)-굵은 마직물과 코듀로이 직물, 영국풍의 타탄 체크 등의 소재
36. 청바지(blue jeans)에 가장 많이 사용하고 인디고 데님의 염색방법은?
- ① 톱염색(top dyeing)
 - ② 사염색(yarn dyeing)
 - ③ 포염색(piece dyeing)
 - ④ 가먼트 염색(garment dyeing)
37. 소재특성에 알맞은 효과적인 패턴의 연결이 틀린 것은?
- ① 매끈하고 광택이 있는 직물-섬세하고 복잡한 무늬
 - ② 골이 있는 직물-가장자리가 가는 선의 대담한 큰 패턴
 - ③ 얇고 비치는 직물-작은 패턴이나 가장자리가 불분명한 패턴
 - ④ 잔털이 있는 직물-곡선을 피한 큰 패턴
38. 조렛 크레이프(georgette crepe) 직물의 특징이 아닌 것은?
- ① 세탁에 의해 크게 수축된다.
 - ② 직물 조직은 주로 평직이다.
 - ③ 꼬임이 많다.
 - ④ 매우 매끄러운 느낌을 준다.
39. 직물의 조직과 해당 직물의 연결이 옳은 것은?
- ① 평직물-플러시 ② 능직물-도스킨
 - ③ 수자직물-포플린 ④ 파일직물-벨벳
40. 위파일 직물에 해당하는 것은?
- ① 우단 ② 포플린
 - ③ 타월 ④ 카펫

3과목 : 유통관리 및 광고

41. 제품수명주기에 따른 상품분류 중 매상고는 크지만 이미 신장률이 둔화되어 패션사이클의 절정을 맞이하고 있는 상품은?
- ① 테스트마켓상품(육선상품)
 - ② 런닝상품(성장상품)

- ③ 피크상품(성숙상품)
 - ④ 슬리핑상품(쇠퇴상품)
42. 광고에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
- ① 기업이 제공하는 상품이나 서비스에 대한 소비자의 반응을 이끌어낼 수 있어야 한다.
 - ② 광고는 판매 증진에 수단 뿐 아니라 기업이미지 형성에 영향을 미치는 커뮤니케이션 수단이다.
 - ③ 광고프로그램 개발을 위해 가장 먼저 할 일은 광고 매체의 선정이다.
 - ④ 광고와 더불어 상품구매를 더욱 효과적으로 하는 촉진전략이 함께 수행되어야 한다.
43. 소매 업체별 상품구성 전략에 대한 연결 내용으로 옳은 것은?
- ① 백화점-넓고 깊은 전략
 - ② 편의점-넓고 깊은 전략
 - ③ 할인점-좁고 얇은 전략
 - ④ 대리점-넓고 얇은 전략
44. 인터넷 광고와 관련이 없는 것은?
- ① 배너 광고 ② 틈입형 광고
 - ③ POP 광고 ④ 타겟 광고
45. 물류 기능에 해당하는 업무로 거리가 먼 것은?
- ① 주문처리 ② 보관
 - ③ 수송 ④ 생산
46. 소매점포의 상품구성을 위한 상품분류에 대한 설명으로 옳은 것은?
- ① 중점상품은 상품회전율은 낮으나 점포 내 상품구성의 주류를 이룬다.
 - ② 전략상품은 브랜드나 점포의 품위향상을 위한 고가격 제품을 포함한다.
 - ③ 단기간에 이익을 극대화하기 위한 저가격의 제품이나 재고처리 제품은 보완상품에 포함된다.
 - ④ 전략상품은 패션업체가 높은 매출과 이익확보를 위하여 주력하는 제품으로 집중적 마케팅 노력이 투입된다.
47. 광고수명이 길고, 많은 양의 정보를 전달하기에 가장 적합한 광고매체는?
- ① 라디오광고 ② 옥외광고
 - ③ TV광고 ④ 잡지광고
48. 구매동기를 자극하거나 브랜드 이미지를 인식시키기 위해 점포가 기획한 콘셉트 등을 시각적인 상품고성에 의해 구체화시키는 총체적인 표현전략을 의미하는 것은?
- ① VP ② 판촉활동
 - ③ VMD ④ CRM
49. 상품의 재고관리시스템에서 과잉재고로 인해 발생 가능한 문제점과 거리가 먼 것은?
- ① 자금 압박 ② 고객수 감소
 - ③ 경비 증대 ④ 이익 감소
50. 소매점포의 연간 영업기 계획에 대한 설명으로 옳은 것은?
- ① 연간 영업기를 3~4회로 설정하는 경우가 일반적이다.

- ② 연간 영업기를 점차 세분화 하는 경향이 있다.
 - ③ 연간 영업기 계획은 소매정별 영업방침 및 업태와 관계 없이 유사하다.
 - ④ 바겐세일 장기화로 겨울 상품처리는 바겐세일 후 봄 상품과 함께 한번에 실시한다.
51. VMD 전개에 대한 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 판매 포인트를 보여준다.
 - ④ IP는 상품의 사이별, 스타일별, 컬러별, 소재별 분류를 말한다.
52. DM(direct mail)에 대한 설명 중 틀린 것은?
- ① 고객에게 직접 우송되는 모든 인쇄 광고물을 의미한다.
 - ② DM의 종류에는 우편엽서, 편지, 전단, 소책자, 카탈로그 등이 포함된다.
 - ③ 형식 및 내용 표현에 대한 통제는 어려우나 효과측정이 유리하다.
 - ④ 고객을 선별하여 메시지를 전달할 수 있다.
53. 인터리어 디스플레이의 동선 계획시 고객과 판매원의 동선 길이로 가장 효과적인 것은?
- ① 고객과 판매원의 동선 길이는 모두 길게
 - ② 고객의 동선 길이는 길게, 판매원의 동선 길이는 짧게
 - ③ 고객의 동선 길이는 짧게, 판매원의 동선 길이는 길게
 - ④ 고객과 판매원의 동선길이는 모두 짧게
54. 패션점포의 상품구색 계획으로 바르지 않은 것은?
- ① 중심복종을 선정한다.
 - ② 상의와 하의의 비중을 적절히 조정한다.
 - ③ 실질적인 이익추구 상품과 전시용 상품을 설정한다.
 - ④ 베이직 상품군을 중점 상품으로 진열한다.
55. 창고나 물류센터로 입고되는 상품을 보관 단계 없이 곧바로 소매점에 배송하는 물류시스템은?
- ① 자동방주시스템(electronic ordering system)
 - ② 크로스 도킹(cross docking)
 - ③ 공급망 관리(supply chain management)
 - ④ 벌크 카고(bulk cargo)
56. 영업기별 전략 중 도입기 전략의 특성과 거리가 먼 것은?
- ① 패션트렌드 주장 ② 볼륨 전개
 - ③ 코디네이트 테마 설정 ④ 다양한 상품 전개
57. 양판점(general merchandise store)에 대한 설명 중 틀린 것은?
- ① 점포형태 및 상품구성은 백화점과 유사하다.
 - ② 점포단위의 매입정책을 기본으로 하고 있다.
 - ③ 상품구색은 의류, 생활용품 등 다양하다.
 - ④ 다품종 대량판매 방식으로 운영된다.
58. 패션상품 구성에서 상품의 깊이를 결정하는 요소로 틀린 것은?

- ① 스타일의 수 ② 제품계열 수
 - ③ 색상 수 ④ 사이즈 수
59. 잠재고객들이 많이 다니는 호텔로비, 대형집회장, 공항터미널 등 주로 판매장소로부터 멀리 떨어진 곳에 상품을 진열하는 디스플레이는?
- ① 윈도우 디스플레이(window display)
 - ② 릴레이티드 디스플레이(related display)
 - ③ 외관 디스플레이(exterior display)
 - ④ 리모트 디스플레이(remote display)
60. 패션유통정보 시스템 중 POS(point of sales)에 대한 설명으로 거리가 먼 것은?
- ① 정보를 입력하거나 처리하기 위하여 주로 바코드를 활용한다.
 - ② 판매시점에 자료를 수집, 처리하여 경영활동에 이용하는 시스템이다.
 - ③ 대량의 정보처리를 위해 매상등록시간은 증가하지만 물류관리의 전산화가 가능하다.
 - ④ 판매데이터 분석을 통해 효율적인 재고관리가 가능하다.

4과목 : 패션디자인론 및 의복구성학

61. 인체계측 시 피계측자의 자세로 가장 올바르지 않은 것은?
- ① 겹옷의 용도에 따라 파운데이션 등의 속옷을 갖추어 입는다.
 - ② 허리둘레의 가장 가는 곳에 계측용 벨트를 한다.
 - ③ 진동둘레에 고무줄을 흘러내리지 않게 돌려 맨다.
 - ④ 자세는 좌·우 발뒤꿈치를 어깨넓이 정도 벌린 다음 자연스러운 정상 자세로 한다.
62. 유장의 길이를 잴 때 올바른 계측 방법은?
- ① 좌·우 유두점 사이의 길이를 잰다.
 - ② 가슴 좌·우의 겨드랑이 사이의 길이를 잰다.
 - ③ 옆목점에서 유두점까지의 길이를 잰다.
 - ④ 어깨점에서 유두점까지의 길이를 잰다.
63. 다음 중 옷감의 안과 겉을 구분하는 방법으로 틀린 것은?
- ① 옷감의 식서 부분이나 단쪽에 문자나 표식이 찍혀 있는 쪽이 안이다.
 - ② 능직으로 짠 모직물의 경우 능선이 오른쪽 위에서 왼쪽 아래로 되어 있는 쪽이 겉이다.
 - ③ 날염 옷감은 프린트 문양이 선명한 쪽이 겉이다.
 - ④ 첨모직물의 경우는 털이 분명하지 않은 쪽이 안이다.
64. 동일색상의 조합에서 톤의 변화를 충분히 살린 배색으로 온화하고 무난한 배색효과를 주는 것은?
- ① 톤 인 톤(tone in tone)
 - ② 카마이유(camaieu)
 - ③ 그라데이션(gradation)
 - ④ 톤 온 톤(tone on tone)
65. 시접을 겉에서 한번 받은 후 0.5cm 너비로 자른 후 안으로 뒤집어 다시 접고, 시접을 1cm로 받는 솔기로, 얇은 직물이나 세탁을 자주하는 옷에 주로 이용하는 것은?
- ① 통솔 ② 널솔

- ③ 싹솔 ④ 누름상침솔
66. 패턴의 기초 구성선이 아닌 것은?
 ① 다투 ② 가슴선
 ③ 요크 ④ 허리선
67. 재봉사의 규격에 관한 설명 중 틀린 것은?
 ① 1g당 실의 길이(m)를 변수로 정한 것을 미터식 변수(metric count)라 한다.
 ② 9000m당 실의 무게를 g으로 나타낸 것을 데니어(denier)라 한다.
 ③ 1000m당 실의 무게를 g으로 나타낸 것을 텍스트(Tex)라 한다.
 ④ 1Lb당 실의 길이 300yd를 기준으로 하여 변수를 정한 것을 영국식 면사 변수라 한다.
68. 등이 굽어서 어깨가 당기면서 주름이 생길 경우의 보정 방법으로 가장 옳은 것은?
 ① 등판의 견갑골 주위를 접어주고 목다트나 어깨 다투를 줄여준다.
 ② 당기는 부분에 절개선을 넣어 벌리는데 이때 진동은 자르지 않는다.
 ③ 옆선에서부터 어깨선까지 L자로 잘라 절개한다.
 ④ 어깨 다투로부터 허리다트까지 접어서 군주름을 없애고 다투는 원래 위치에서 분량을 줄여 수정한다.
69. 톤의 설명 중 틀린 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.
70. 안감 봉제 시 퍼커링 발생 방지를 위한 체크 항목이 아닌 것은?
 ① 노루발의 압력 ② 바능판의 장력
 ③ 바늘끝의 마모 ④ 바늘의 굵기
71. X자형 실루엣이 아닌 것은?
 ① 프린세스(princess) 실루엣
 ② 버슬(bustle) 실루엣
 ③ 쉬프트(shift) 실루엣
 ④ 크리놀린(crinoline) 실루엣
72. 표준 치수의 패턴을 주어진 사이즈의 치수에 따라 각 부위별로 증감하여 패턴을 제작하는 것은?
 ① 그레이딩(grading) ② 마킹(marking)
 ③ 연단(spreading) ④ 재단(cutting)
73. 간접계측법의 종류로서 인체 회단체형과 종단체형을 알 수 있는 계측법은?
 ① 퓨즈법 ② 슬라딩게이지법
 ③ 마틴계측법 ④ 인체각도법
74. 대량생산이 결정된 패턴을 재단하고자 하는 소재와 같은 넓이의 형지에 식서방향으로 맞춰 배열한 요척방법은?

- ① 그레이딩(grading) ② 마킹(marking)
 ③ 연단(spreading) ④ 재단(cutting)
75. 길원형과 소매가 따로 제도, 재단되어 길원형의 진동에 달리는 소매는?
 ① 래글런 슬리브(raglan sleeve)
 ② 기모노 슬리브(kimono sleeve)
 ③ 돌먼 슬리브(dolman sleeve)
 ④ 레그 오브 머튼 슬리브(leg of mutton sleeve)
76. 의복의 배색효과에서 명도와 채도의 단계를 주어 리듬감을 주는 배색은?
 ① 서퍼레이션(seperation)
 ② 그라데이션(gradation)
 ③ 톤 온 톤(ton on tone)
 ④ 톤 인 톤(ton in tone)
77. 가리비 고개 꺾질을 뜻하는 것으로 파장적인 모양의 가장자리 장식에 해당하는 것은?
 ① 스칼롭(scallop) ② 탭(tap)
 ③ 파이핑(piping) ④ 슬릿 slit)
78. 필라멘트사를 방직사로 피복하여 봉제성이 우수하고 다른 합성사에 비해 내열성과 내마모성이 우수한 재봉사는?
 ① 나이론사 ② 견사
 ③ 방직사 ④ 코어사
79. 안감에 대한 설명 중 틀린 것은?
 ① 땀으로부터 걸감을 보호하는 역할을 한다.
 ② 매끄러우며 강도가 높아야 한다.
 ③ 얇고 가벼워야 한다.
 ④ 많이 비치는 것이 좋다.

80. 다음 중 재단공정에 포함되지 않는 것은?
 ① 마커 ② 완성가공
 ③ 연단 ④ 제품번호 표시

5과목 : 패션정보분석

81. 패션소재 트렌드 분석 항목에 해당되지 않는 것은?
 ① 광택(luster) ② 촉감(touch)
 ③ 아이템(item) ④ 마무리 공정(finishing)
82. 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 패션 관련 산업 정보 ④ 인구통계적 환경 정보
83. 직장 여성의 라이프스타일에서 T.O.P를 의식한 옷차림을 하는 타입을 많이 볼 수 있다. T.O.P의 P에 해당하는 것은?
 ① price(가격) ② pride(금지)
 ③ place(장소) ④ privacy(사생활)
84. 소비자 라이프스타일 분석 방법이 아닌 것은?
 ① 사회경향 분석법 ② 태도영역 분석법

- ③ F.G.I 분석법 ④ A.I.O 분석법
85. 다음 소비자 정보 중 어패럴 메이커와 유통업체에서 상품 판매에 성공하기 위해 가장 우선적으로 파악해야 할 정보는?
 ① 상품의 광고 효과 ② 소비자의 욕구와 효과
 ③ 소비자의 소입 ④ 전년도 고객 리스트
86. 패션마케팅의 자료의 유형 중 1차 자료인 것은?
 ① 패션 전문지 자료
 ② 통계연감
 ③ 스트리트 패션 조사 자료
 ④ 기업 내부의 회계 관련 자료
87. 소비자의 라이프스타일을 AIO법으로 조사하고자 할 때 측정 항목이 아닌 것은?
 ① 사회적, 개인적 문제들에 대한 의견
 ② 주변 사물에 대한 관심
 ③ 소비자의 활동
 ④ 소비자의 욕구
88. 패션산업의 특성상 국제유행색협회의 유행색 결정이 이루어지는 시기는?
 ① 24개월 전 ② 18개월 전
 ③ 18~12개월 전 ④ 6개월 전
89. 다음 정보는 어떤 정보에 속하는 것인가?

- 라이프스타일 분석
 - 구매동기 및 구매패턴 조사
 - 인식조사
 - 선호도 조사
 - 착용경향 조사

- ① 시장 정보 ② 소비자 정보
 ③ 패션정보 ④ 기업환경 정보
90. 패션정보의 분석기준에 대한 설명으로 틀린 것은?
 ① 어떤 경향이 새롭게 나타나고 있는가를 시장정보와 소비자 정보를 통해 분석해야 한다.
 ② 새롭게 등장하는 트렌드의 발생이유를 파악하여 예측해야 한다.
 ③ 유행의 변화는 모든 디자인의 요소에서 동시에 나타나므로 변화를 주도하는 요소에 주목해야 한다.
 ④ 유행의 확산양상은 다양하기 때문에 어떤 집단이 새로운 유행을 선도하는가에 따라 유행현상은 달라질 수 있다.
91. 패션트렌드 정보의 요소 중 패션에 영향을 미치는 여러 가지 요인을 기본으로 패션트렌드가 될 수 있는 주제를 분류하여 분석하는 것은?
 ① 패션인플루언스 ② 패션컬러
 ③ 패션테마 ④ 소재의 경향
92. 패션정보의 시계열 추이로 볼 때 가장 먼저 예측되어 지는 정보는?
 ① 컬러 ② 소재
 ③ 스타일 ④ 디테일

93. 패션마케팅 조사 중 소비자들의 상품 및 브랜드에 대한 태도, 선호도, 제품구매 및 점포선택행동에 대한 조사를 하기 위해 널리 애용되는 방법은?
 ① 집단토의법 ② 실험법
 ③ 서베이법 ④ 관찰법
94. 패션 머천다이징에 필요한 정보 중 판매실적정보에 해당하지 않는 것은?
 ① 상품기획 콘셉트
 ② 판매 및 판매촉진 전략
 ③ 유명 디자이너들의 컬렉션 정보
 ④ 상품구성 및 물량계획 적함도
95. 패션트렌드 정보분석에 대한 설명 중 가장 옳은 것은?
 ① 소재업체는 유행색이나 메가트렌드의 정보로부터 패션트렌드의 흐름을 예측하여 제사하거나 트렌드에 적합한 소재를 개발해야 한다.
 ② 패션업계는 연 4회 춘, 하, 추,冬の 4개 시즌으로 나누어 시즌마다 새로운 패션이 등장한다.
 ③ 주로 행거 샘플, 스와치 샘플, 어드밴스 샘플 등을 이용하여 실루엣 분석이 이루어진다.
 ④ 패션트렌드 분석은 시즌에 영향을 미치는 스타일→컬러→소재 정보분석 순으로 진행되는 것이 일반적이다.
96. 패션의 경향이란 뜻으로, 패션동향 즉 패션이 변화하고 있는 기본적인 흐름은?
 ① 패드 ② 패션스타일
 ③ 패션실루엣 ④ 패션트렌드
97. 소재정보의 분석 내용에 대한 설명 중 틀린 것은?
 ① 섬유-섬유의 종류를 정확히 판단해야 한다.
 ② 조직-느낌에 의한 판단이 중요하다.
 ③ 문양-선염인지 나염인지 고려해야 하고 유행 문양을 찾아낼 수 있어야 한다.
 ④ 가공-후가공 효과에 의한 표면감이나 촉감 등을 분석해야 한다.
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 나치 마켓(niche market)
99. 시장정보 분석에 포함되는 내용으로만 묶인 것은?
 ① 소매점 정보, 경쟁브랜드 정보
 ② 인기상품 정보, 착용경향
 ③ 구매패턴, 상품정보
 ④ 국내 트렌드, 라이프스타일
100. 패션 마케팅 자료수집 시 표본추출 방법에 대한 설명으로 옳은 것은?
 ① 비확률 표본추출방법은 시간과 비용이 많이 든다.
 ② 확률 표본추출방법은 표본 오차의 추정이 가능하다.
 ③ 확률 표본추출방법은 마케팅 조사를 할 때 가장 널리 이

용된다.

- ④ 비확률 표본추출방법은 분석 결과의 일반화가 용이하다.

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