

1과목 : 패션마케팅

1. 마케팅 관리자가 표적고객의 욕구충족을 통해서 기업목적을 달성하기 위해 사용하는 마케팅 수단인 마케팅 믹스가 아닌 것은?

- ① 제품(product) ② 가격(price)
- ③ 촉진(promotion) ④ 프로그램(program)

2. 패션 주기의 절정으로 가장 대중적인 스타일이 되는 시기는?

- ① 도입기 ② 성장기
- ③ 성숙기 ④ 쇠퇴기

3. 제조업 패션머천다이징에 있어 상품기획의 순서로 가장 적합한 것은?

- ① 머천다이징 콘셉트→표적시장 기획→상품구성→디자인개발→포평회
- ② 머천다이징 콘셉트→표적시장 기획→디자인개발→상품구성→포평회
- ③ 표적시장 기획→머천다이징 콘셉트→디자인개발→상품구성→포평회
- ④ 표적시장 기획→머천다이징 콘셉트→상품구성→디자인개발→포평회

4. 패션산업의 특성으로 틀린 것은?

- ① 정보지향적 산업이다.
- ② 위험부담률이 높은 산업이다.
- ③ 아웃소싱 의존도가 높은 산업이다.
- ④ 대기업 중심의 산업이다.

5. 포지셔닝의 기본은 자사제품의 어떤 특징을 타사제품과 차별화시켜 소비자에게 어떻게 어필(appeal)할 것인가에 따라 결정된다. 다음은 무엇을 기준으로 한 포지셔닝인가?

우마한-활동적
도회적-전원적
남성적-여성적

- ① 제품속성에 따른 포지셔닝
- ② 이미지에 의한 포지셔닝
- ③ 용도에 의한 포지셔닝
- ④ 제품사용자의 특성에 의한 포지셔닝

6. 패션제품의 가격을 결정하기 위해, 먼저 표적 소비자들인 그 회사의 제품에 부여하는 가치의 정도를 조사하여 이에 상응한 제품가격을 목표 가격으로 설정하고 제품을 기획하는 가격 결정방법은?

- ① 원가중심 가격결정
- ② 소비자중심 가격결정
- ③ 경쟁제품중심 가격결정
- ④ 소매가중심 가격결정

7. 소비자 연구를 위한 여러 가지 문제 중 구매동기 요인으로 틀린 것은?

- ① 구매동기 분석
- ② 구매주기 확인
- ③ 구매동기에 영향을 미치는 요인의 평가

④ 상품과 상징 선호도의 동기평가

8. B.I.(brand identity) 작업에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 고객의 입장에서 본 개념이다.
- ② 브랜드 설정을 위해 상표, 로고의 심벌마크, 심벌컬러 등을 설정하는 작업이다.
- ③ 자사의 독창적인 VMD를 통해 정포이미지를 강조하는 전략이다.
- ④ 브랜드 콘셉트를 표현할 수 있는 문구를 설정하는 작업이다.

9. 마케팅 믹스에서 판매촉진 활동에 해당되지 않는 것은?

- ① 홍보 ② 인적판매
- ③ 광고 ④ 유통구조

10. 패션기업의 관계마케팅(relationship marketing)에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 새로운 고객 창출에 초점을 맞추고 있다.
- ② 고객의 생애가치를 극대화하고자 하는 경영방식으로 정의된다.
- ③ 소비자의 오감과 인지, 감성, 행동 유형 등을 적절히 통합하는 마케팅 노력이다.
- ④ 기업 간 상호협력을 기초로 이루어진다.

11. 비교적 많은 수의 기업들이 차별적 마케팅을 가지고 경쟁을 하는 형태는?

- ① 독점 ② 과점
- ③ 독점적 경쟁 ④ 순수 경쟁

12. 표적시장 선정에 유용한 시장세분화 변수와 그 예로 적합하지 않는 것은?

- ① 인구통계적변수-성별, 소득
- ② 사이코그래픽 변수-연령, 직업
- ③ 형태적 변수-구매기회, 사용률
- ④ 지리적 변수-인구밀도, 기후

13. 다음 중 수요의 가격 탄력성이 높은 경우는?

- ① 고급 백화점에 디스플레이 된 상품
- ② 고소득층을 상대로 하는 고급상품
- ③ 패션 수용도가 절정에 달한 상품
- ④ 품질이나 상표 명성이 높은 상품

14. 패션 브랜드 네이밍(brand naming) 시 주의할 점이 아닌 것은?

- ① 브랜드 네이밍은 상품과 어울리는 연상이 바로 되는 것이 좋다.
- ② 브랜드 네이밍 시 기업 내부의 의견보다는 주 고객의 의견을 반영하는 것이 좋다.
- ③ 브랜드 네이밍은 소리보다는 의미가 중요하다.
- ④ 쉽게 기억되고 빨리 전파될 수 있는 브랜드 네이밍을 하는 것이 좋다.

15. 마케팅에서 포지셔닝 맵(positioning map)의 유용성에 해당하지 않는 것은?

- ① 틈새시장 파악
- ② 자사제품의 경쟁적 포지션 파악

- ③ 경쟁 강도의 파악
 - ④ 자사제품의 시장점유율 파악
16. 고급 상표를 열망하지만 가격에 민감한 소비자를 대상으로 디자이너 상표보다 저렴한 가격대로 디자이너 이름을 알리는 상표는?
- ① 내셔널 브랜드(national brand)
 - ② 브릿지라인 브랜드(bridge brand)
 - ③ 중간상 브랜드(private brand)
 - ④ 라이선스 브랜드(license brand)
17. 구매 후 소비자 불평 행동 중 공적 행동에 해당되지 않는 것은?
- ① 회사에 직접 배상요구
 - ② 구매 중지 및 구매 보이콧
 - ③ 소비자 단체 등에 불평
 - ④ 배상을 위한 법적 조치 취함
18. 유통업자가 자체적으로 제품을 기획하고 제조(혹은 위탁제조)하여 개발한 상표는?
- ① 프라이빗 브랜드(private brand)
 - ② 라이선스 브랜드(license brand)
 - ③ 내셔널 브랜드(national brand)
 - ④ 디자이너 브랜드(designer brand)
19. 표적시장 선정 유형에 대한 설명으로 틀린 것은?
- ① 제품 전문화는 특정 고객 집단의 여러 가지 욕구를 충족시키는데 집중한다.
 - ② 단일시장 집중은 패션기업이 마케팅 노력을 하나의 세분시장에 집중하기 위해 표적시장을 정하는 경우이다.
 - ③ 선택적 전문화는 패션기업들이 몇 개의 세분시장을 선정하여 복수의 상표를 포지셔닝시키는 유형이다.
 - ④ 전체 시장확보 유형은 패션시장에서 실질적으로 수행되기 어렵다.
20. 패션상품을 분류할 때 패션수용도에 의한 제품분류에 포함되지 않는 것은?
- ① 베이직 제품 ② 트렌드 제품
 - ③ 중점 제품 ④ 뉴베이직 제품

2과목 : 패션소재기획

21. 코드사나 케이블사의 이미지를 가진 굵은 실을 사용하여 마치 수편직한 것과 같은 느낌을 주고, 무늬는 종교적인 의미를 가진 로프, 다이아몬드, 사슴 무늬 등을 자유롭게 조화한 개성있는 스타일의 스웨터는?
- ① 노르딕 스웨터(nordic sweater)
 - ② 셔틀랜드 스웨터(shetland sweater)
 - ③ 페어 아일 스웨터(fair isle sweater)
 - ④ 아란 스웨터(aran sweater)
22. 비스코스 레이온 섬유류의 대체품으로 개발되어 환경친화적인 소재로서 이용되고 있는 재생섬유는?
- ① 리오셀 ② 플리노직 레이온
 - ③ 아세테이트 ④ 큐프라

23. 소재기획에서 있어서 기존의 제품들을 시각적으로 분류, 분석하고 새로운 제품의 위치를 구체화시키는데 사용하는 도구는?
- ① 이미지 맵(image map)
 - ② 컬러 맵(color map)
 - ③ 소재 맵(fabric map)
 - ④ 코디네이션 맵(coordination map)
24. 트렌드와 감성 용어의 연결이 틀린 것은?
- ① 엘레강스-고상한, 우아한, 여성스러운
 - ② 컨트리-서민적, 자유분방한, 에콜로지
 - ③ 모던-전통적인, 역사적인, 민속풍의
 - ④ 로맨틱-화려한, 장식적인, 영화 같은
25. 품질검사의 종류 중 검사목적에 따른 분류에 해당되지 않는 것은?
- ① 원료검사 ② 중간검사
 - ③ 제품검사 ④ 샘플링검사
26. 워파일로 경방향의 이랑을 나타낸 면직물로, 두꺼우면서 부드러운 바지, 작업복, 레저복 등에 많이 사용되는 것은?
- ① 진(jean) ② 코듀로이(corduroy)
 - ③ 벨베티(velveten) ④ 플란넬(flannel)
27. 패션 트렌드 테마의 주요 인자 중 자연보호운동, 재활용, 친환경 등의 사회적 운동으로 환경과 인간 그리고 패션의 관계를 종합적으로 분석하는 것과 관련이 있는 것은?
- ① 퍼지(fuzzy) ② 에스닉(ethnic)
 - ③ 노스탤지어(nostalgia) ④ 에콜로지(ecology)
28. 직물의 표면에 요철을 주거나 오돌도돌한 감촉을 주기 위하여 사용하는 가공 방법이 아닌 것은?
- ① 염착 가공 ② 플리스(plisse) 가공
 - ③ 엠보스(emboss) 가공 ④ 캘린더(calender) 가공
29. 트렌드 테마에 따른 소재의 종류 중 컨트리 이미지 소재로 만 나열한 것은?
- ① 코듀로이, 데님, 플란넬
 - ② 새틴, 벨벳, 옥스퍼드
 - ③ 조젯, 피케, 개버딘
 - ④ 브로우드, 킴, 파우
30. 필먼트사를 방적사와 비교한 설명 중 틀린 것은?
- ① 검유의 균밀도가 떨어진다.
 - ② 표면이 매끈한 편이다.
 - ③ 촉감이 차가운 편이다.
 - ④ 광택이 있다.
31. 직물에 사용되는 원사의 종류를 선정하거나 제작방법의 지시, 프린터나 무늬의 창조, 색상을 조정하는 스페셜리스트는?
- ① 패션 디자이너 ② 스타일리스트
 - ③ 텍스타일 디자이너 ④ 패션 머천다이저
32. 소재기획의 개념에 대한 설명 중 틀린 것은?

50. 다음 리테일 머천다이징 프로세스 중 가장 먼저 수행해야 하는 업무는?

- ① 상품구성계획 ② 상품관리계획
- ③ 판매예산계획 ④ 가격전략계획

51. 패션 수용도에 의한 상품 분류 중 패션을 가장 많이 빨리 받아들이는 전략적인 상품군은?

- ① 트렌드 상품 ② 베이직 상품
- ③ 뉴베이직 상품 ④ 프레스티지 상품

52. 패션 홍보에 관한 설명으로 옳은 것은?

- ① 홍보는 광고에 비해 비용이 비싸다.
- ② 디자이너에 대한 자서전적 소개는 패션 홍보의 수단이다.
- ③ 홍보는 유사 개념인 PR보다 더 넓은 개념이다.
- ④ 소비자들은 홍보보다 광고를 더 객관적이라 생각한다.

53. 패션 제조업체 본사가 직접 자본을 투자하고 인력을 파견하여 운영하는 소매점포 유형은?

- ① 대리점 ② 직영점
- ③ 특약점 ④ 백화점

54. NMD 프로세스가 옳게 나열된 것은?

ㄱ. 매장컨셉트 설정
 ㄴ. 시즌 스타일링별 테마 기획
 ㄷ. 표적고객 설정
 ㄹ. 서브시즌별 VP 이미지 기획

- ① ㄱ→ㄷ→ㄴ→ㄹ ② ㄷ→ㄴ→ㄱ→ㄹ
- ③ ㄴ→ㄷ→ㄱ→ㄹ ④ ㄷ→ㄱ→ㄴ→ㄹ

55. 광고 매체유형을 선택할 때 고려해야 할 사항이 아닌 것은?

- ① 표적소비자의 매체습관에 대하여 알고 있어야 한다.
- ② 제품의 특성을 고려하여 매체를 선택하여야 한다.
- ③ 메시지의 형태에 따라 각기 다른 매체가 효과적이다.
- ④ 매체선택에 있어서 비용은 절대비용이 가장 중요하다.

56. VMD의 목적이 아닌 것은?

- ① 점포이미지 향상
- ② 상품과 브랜드의 이미지 향상
- ③ 상품이나 이미지 차별화 실현
- ④ 상품의 품질향상관리

57. 다음 중 매장관리 영역에 해당되지 않는 것은?

- ① 적절한 상품진열 ② 적절한 물량확보
- ③ 적절한 사입처 선정 ④ 재고상품의 처분세일

58. 짧은 시간 내에 많은 사람들에게 메시지를 전달할 수 있으나 충분한 설명이 부족하고 제작시간과 예산이 많이 소요되는 광고매체는?

- ① 라디오 광고 ② 잡지 광고
- ③ 옥외 광고 ④ TV 광고

59. 점포 전략 수립 시 매장 구성에 관한 설명으로 옳은 것은?

- ① 판매 단가가 높은 상품은 매장 앞쪽에 배치한다.
- ② 베이직 아이템은 매장 안쪽이나 벽면에 배치한다.
- ③ 무겁게 느껴지는 상품은 매장 앞쪽에 배치한다.
- ④ 코디네이트(coordinate) 되는 아이템들은 분산시켜 놓는다.

60. 유통경로 중 제조업체가 도·소매상을 소유함으로써 일관된 유통시스템을 이루는 것은?

- ① 수평적 경로구조 ② 수직적 경로구조
- ③ 혼합형 경로구조 ④ 일반형 경로구조

4과목 : 패션디자인론 및 의복구성학

61. 다음 중 수영복에 가장 적합한 재봉사는?

- ① 면봉사 ② 나일론봉사
- ③ 마봉사 ④ 견봉사

62. 소매 불임선이 목둘레선부터 A.H 아래로 연결되어 이루어진 소매로 어깨의 관절부위를 피해 체표상의 근육이 움푹 패인 곳을 솔기선이 지나도록 산 소매는?

- ① 세트 인 솔리브(set in sleeve)
- ② 기모노 솔리브(kimono sleeve)
- ③ 프렌치 솔리브(french sleeve)
- ④ 래글런 솔리브(raglan sleeve)

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

- ① 3가지 색의 배색 기법이다.
- ② 동일 또는 유사한 톤 내에서 색상의 변화를 주는 배색기법이다.
- ③ 단색화법으로 거의 동일 색에 가까운 색을 사용하여 1가지 색으로 보이게 하는 배색 기법이다.
- ④ 여러 색을 단계적으로 서서히 변화시키는 배색기법이다.

64. 패션변화와 기본으로 의복에 표현되어지는 유형 중 의복 창작 시 만들어지는 의복의 외곽선은?

- ① 트리밍 ② 디테일
- ③ 구성선 ④ 실루엣

65. 의복원형을 종류에 따라 구분했을 때 기본 원형에 해당되지 않는 것은?

- ① 길(bodice) 원형 ② 칼라(collar) 원형
- ③ 소매(sleeve) 원형 ④ 스커트(skirt) 원형

66. 실의 단면 형태가 원형에 가까워 내마모성이 높으며, 거의 모든 의복에 사용되고 있는 재봉사는?

- ① 2합사 ② 3합사
- ③ 4합사 ④ 6합사

67. 옷감을 특수한 기법으로 바느질하여 오그려 만든 일종의 장식끈으로 코트의 안단선 장식에 쓰이는 것은?

- ① 스팅글 ② 루싱
- ③ 러플 ④ 스칼럽

68. 너비가 110cm인 옷감으로 긴소매 슈트를 재단할 때 옷감의 필요량 계산법은?

- ① 재킷 길이+스커트 길이+소매 길이+시접

- ② (재킷 길이×2)+(스커트 길이×2)+시접
- ③ (재킷 길이×2)+스커트 길이+소매길이+시접
- ④ (재킷 길이×2)+(스커트 길이×2)+소매 길이+시접

69. 다트의 위치를 이동시켜 새로운 원형을 만드는 과정은?

- ① 다트 머니플레이션 ② 다트 플리츠
- ③ 요크 ④ 다트 플리스

70. 피계측자가 의자에 앉았을 때 옆 허리둘레선에서 의자바닥까지의 수직길이는?

- ① 총길이 ② 엉덩이 길이
- ③ 밑위 길이 ④ 바지 길이

71. 아워글래스(Hourglass) 실루엣에 해당하는 것은?

- ① 오 라인(O line) 실루엣
- ② 배럴(barrel) 실루엣
- ③ 튜블러(tubular) 실루엣
- ④ 프린세스(princess) 실루엣

72. 허벅지 부위가 너무 타이트 한 팬츠의 보정법으로 가장 옳은 것은?

- ① 옆선을 내어준다. ② 밑위를 추가한다.
- ③ 밑아래를 늘린다. ④ 앞중심선을 내어준다.

73. 셔츠, 타이트, 비숍, 스퀘어 등의 명칭이 주로 사용되는 곳은?

- ① 칼라(collar) ② 소매(sleeve)
- ③ 네크라인(neckline) ④ 스커트(skirt)

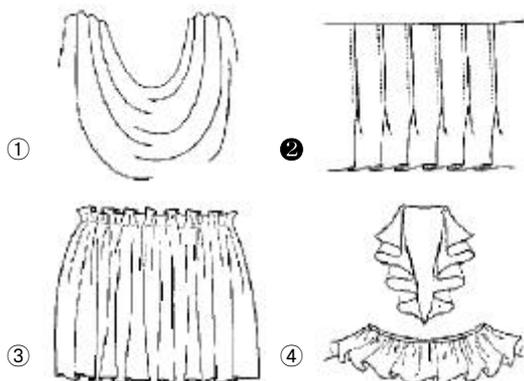
74. 의복원형 제도 시 신체 각 부위의 치수를 섬세하게 계측하여 그 치수를 원형으로 표현하는 제도법은?

- ① 단촌식 제도법 ② 장촌식 제도법
- ③ 입체 제도법 ④ 절촌식 제도법

75. 슬리브 헤딩(sleeve heading)에 관한 설명 중 옳은 것은?

- ① 소매산의 주름을 잡기 위해 사용한다.
- ② 슬리브 헤딩은 정바이어스로 재단한다.
- ③ 슬리브 헤딩은 소매둘레선의 완성선에 막는다.
- ④ 폭 1cm, 길이 10cm 이내 재단한 천을 사용한다.

76. 다음 장식방법 중 턱(tuck)을 표현한 것은?



77. 소매 원형의 필요 치수가 아닌 것은?

- ① 길 원형의 앞 진동 둘레

- ② 길 원형의 뒤 진동 둘레
- ③ 소매길이
- ④ 가슴둘레

78. 재봉사에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 방적사는 꼬임이 많으면 처음엔 강도가 약해지지만, 일정한 수에 도달하면 강도가 높아진다.
- ② 방적사의 변수는 실의 굵기와 반비례한다.
- ③ 재봉사의 균제성이 나쁜 경우 봉사가 자주 절단 되거나 실땀이 불규칙하게 형성된다.
- ④ 재봉기를 통해 스티치가 형성되는 사이에 생기는 마찰은 재봉사 강도 손실의 주원인이 된다.

79. 재봉사의 소비량에 영향을 받지 않는 것은?

- ① 노루발의 종류 ② 옷감의 두께
- ③ 솔기의 폭 ④ 스티치의 길이

80. 다음 중 퍼커링 발생 원인과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 바늘과 재봉사가 옷감을 구성하고 있는 실보다 두꺼울 때
- ② 천과 다른 종류의 재봉사를 사용했을 때
- ③ 밀도가 높고 얇은 옷감을 사용했을 때
- ④ 윗실과 밑실의 장력이 같을 때

5과목 : 패션정보분석

81. 패션트렌드 정보 수집 분석에서 사진이나 일러스트레이션을 사용하는 것이 가장 적합한 것은?

- ① 스타일의 경향 ② 소재의 경향
- ③ 색채의 경향 ④ 디테일의 경향

82. 다음 중 패션정보의 시계열 매카니즘상 가장 나중에 발표되는 정보는?

- ① 컬렉션 및 제품 전시회 ② 섬유 소재 전시회
- ③ 서계 유행색 결정 ④ 각국 유행색 결정

83. 다음 정보들을 분석하여 얻을 수 있는 정보는?

- 작년/금년의 인기/비인기 상품
- 각 상품별 색상, 소재, 디테일, 실루엣, 가격정보
- 판매원의 판매 리포트
- 각점 상권에 대한 정보

- ① 경쟁브랜드 정보 ② 패션 트렌드 정보
- ③ 소매점 정보 ④ 라이프스타일 정보

84. 과거보다 현재까지의 흐름을 연도별, 반기별, 분기별 혹은 월별로 관찰하여 앞으로 나타날 상황을 미리 감지하는 예측법은?

- ① 라이프사이클 예측법 ② 시계열 예측법
- ③ 수요계층 예측법 ④ 시각화 예측법

85. 시장분석 기법 중 표적집단의 실체와 자사 개발제품이 경쟁적 우위를 점유할 수 있는 핵심이 무엇인지를 파악할 수 있는 것은?

- ① 잠재구매자 분석 ② 경쟁브랜드 분석

- ③ 예측구매자 분석 ❶ 실질구매자 분석
86. 다음 중 패션정보분석 방법에 해당되지 않는 것은?
 ① 통계분석 방법 ❷ 사실분석 방법
 ③ 징후분석 방법 ④ 상관분석 방법
87. 패션트렌드의 정보분석 요소가 아닌 것은?
 ① 패션 테마 ② 색채의 경향
 ③ 실루엣의 경향 ❶ 디자이너 마인드
88. 정보를 수집하는 과정 중 효과를 거둘 수 있는 방법이 아닌 것은?
 ① 수집목표를 분명히 설정한다.
 ② 필요정보가 무엇인지를 명확히 한다.
 ③ 사용목적에 따라 도입하여 적절히 활용한다.
 ❶ 모든 정보를 정리, 분석, 보관한다.
89. 패션 트렌드 변화에 영향을 주는 요인 중 종교, 예술, 지식, 도덕 등이 학습되어 나타나는 것은?
 ① 사회적 요인 ② 경제적 요인
 ③ 정치적 요인 ❶ 문화적 요인
90. 패션 컬러 정보 제공 기관이 아닌 것은?
 ① 발비에 ② CAUS
 ③ 프로모스틸 ❶ 인터스토프
91. 소비자의 총동구매 패턴에 대한 설명으로 틀린 것은?
 ❶ 암시적 총동구매-구매자가 상품에 대한 정보를 많이 입수하고 구매하는 행동
 ② 기억 총동구매-점포 내 제품이나 장보를 통해 자신이 사려던 물건임을 기억해 내어 구매하는 행동
 ③ 계획적 총동구매-상점에서 가격 할인 쿠폰 등의 특전을 기대하고 구매하는 행동
 ④ 순수 총동구매-당장 필요가 없는 제품을 순간적인 총동에 의해 구매하는 행동
92. 색채정보에 관한 설명으로 틀린 것은?
 ① 소비자 착용색을 조사한다.
 ❶ 패션정보 중 가장 늦게(6개월 전) 결정된다.
 ③ 색상, 명도, 채도를 구별하여 색상환과 톤 표를 작성한다.
 ④ 색상, 명도, 채도의 전체적인 변화경향을 파악한다.
93. 정보분석 방법 중 여러 가지 특성별 형태에 따라 정보를 분석하는 것은?
 ① 통계분석 방법 ❶ 패턴분석 방법
 ③ 상관분석 방법 ④ 추리분석 방법
94. 6~10명 정도의 소규모의 소비자들을 대상으로 특정 주제와 관련된 자연스러운 대화나 토론을 통해 아이디어를 도출하고 정보를 수집하는 조사방법은?
 ① 설문조사 ② 심층면접
 ❶ 표적집단면접 ④ 실험조사
95. 다음 중 소비자 조사에 해당되지 않는 것은?
 ❶ 인기상품 조사

- ② 광고효과 조사
 ③ 교육 및 소득수준 조사
 ④ 소비자의 착용경향조사
96. 다음 중 라이프스타일 파악을 위한 A.I.O 연구에서 사용되는 요소 중 의견에 해당하는 것은?
 ① 취미, 사회적 사건, 쇼핑, 스포츠
 ② 오락, 패션, 음식, 매체
 ❶ 정치, 사회, 경제, 교육
 ④ 소득, 직업, 가족규모, 거주지
97. 소비동향을 수집하기 위해 가장 중요한 장보원은?
 ① 지적자산소유 및 메이커 정보
 ❶ 판매원의 정보
 ③ 각종 박람회 및 전시회
 ④ 트렌드 북
98. 판매실적 정보 분석에 해당되지 않는 것은?
 ① 상품기획 콘셉트 확인
 ❶ 구매패턴 및 라이프스타일 조사
 ③ 판매 및 판매촉진 전략의 검토
 ④ 상품구성 및 물량계획의 적합도 확인
99. 기업의 마케팅시스템에 영향을 미치는 거시적 환경 요소가 아닌 것은?
 ① 인구통계 ② 사회문화적 환경
 ③ 기후조건 ❶ 생산, 재무, 인사
100. 패션트렌드에 대한 설명으로 틀린 것은?
 ① 패션과 트렌드의 두 단어가 연결된 합성어이다.
 ② 패션이 동태적으로 변화하고 있는 상태이다.
 ❶ 장기간에 걸쳐 변화하지 않고 지속하는 특정 스타일을 말한다.
 ④ 인간생활을 주도해 나가는 하나의 큰 흐름으로 나타나는 패션현상이다.

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