

## 1과목 : 유통상식

1. 유통의 전방흐름기능으로만 옳게 나열된 것은?

- ① 소유권 이전, 금융, 촉진
- ② 협상, 대금지급, 위험부담
- ③ 주문, 대금지급, 촉진
- ④ 소유권 이전, 협상, 주문
- ⑤ 소유권 이전, 물리적보유 이전, 촉진

2. 다음 중 개방적 유통경로(intensive distribution)에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 일반적으로 관여도가 낮은 제품에 적합한 유통경로
- ② 소비자가 상품에 대한 정보를 미리 탐색하고 쇼핑을 시작하는 제품에 적합한 유통경로
- ③ 브랜드 충성도가 매우 높은 제품에 적합한 유통경로
- ④ 소매점 판매원을 대상으로 하는 교육훈련이 필요한 경우 적합한 유통경로
- ⑤ 극히 소수의 소매 점포에서만 자사의 제품을 취급하도록 하는 유통경로

3. 상품 계열에 따른 소매상의 분류 중 ㉠ 소매상이 취급하는 품목으로 옳은 것은?

**상품계열의 폭**

		저 ↔ 고	
	고	㉠	㉡
계열내 상품의 깊이	↑		
	저	㉢	㉣

- ① 자동차, 귀금속, 고급의류      ② 화장지, 칫솔 치약, 비누
- ③ 음료수, 과일, 쌀              ④ 공장직영 의류
- ⑤ 가구, 가공식품, 커피숍

4. 아래 글상자의 설명과 관련된 유통업체가 제공하는 효용으로 옳은 것은?

커피전문점은 여러 종류의 원두를 포대단위로 구매하여 소비자가 원하는 종류의 커피를 원하는 양만큼만 소비자에게 판매한다

- ① 구조효용                      ② 시간효용
- ③ 장소효용                      ④ 소유효용
- ⑤ 형태효용

5. 1인 가구가 증가하면서 대용량의 제품을 구매하는 것보다 소포장을 구매하는 소비자가 증가하였다. 이와 관련된 중간상의 분류기능으로 옳은 것은?

- ① 집적(accumulation)      ② 표준화(standardization)
- ③ 등급분류(sorting out)    ④ 구색 assorting)
- ⑤ 분할(allocation)

6. 소비자기본법(법률 제15696호, 2018. 6. 12, 일부 개정)에

대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 한국소비자원은 '소비자종합지원시스템'을 구축 및 운영한다.
- ② 사업자가 '소비자중심경영 인증'을 받으려면 한국소비자원에 신청한다.
- ③ 한국소비자원은 '소비자정책'에 관한 기본계획을 3년마다 수립해야 한다.
- ④ 소비자의 권익증진을 위하여 한국소비자원장 소속으로 '소비자정책위원회'를 둔다.
- ⑤ 한국소비자원이 아닌 자가 유사명칭을 사용하면 3천만원 이하의 과태료에 처한다.

7. 건강과 미용컨셉의 다양한 상품을 저렴한 가격대로 판매하는 곳으로, 대량매입을 통해 비용을 낮추고 셀프서비스 방식을 활용하는 형태의 소매점은?

- ① 양판점(GMS)              ② 편의점
- ③ 할인점                      ④ 백화점
- ⑤ 드럭스토어

8. 경로파워 중 준거력에 해당하는 설명으로 옳은 것은?

- ① 우수한 지식이나 경험 또는 정보의 제공 능력
- ② 물리적, 심리적, 보호적 보상을 제공할 수 있는 능력
- ③ 영향력 행사에 따르지 않을 경우 제재를 가할 수 있는 능력
- ④ 공식적 계약에 근거해 규정된 행동을 준수하도록 정당하게 주장할 수 있는 능력
- ⑤ 판매업자가 공급업자에게 일체감을 갖거나 일체감을 갖게 되기를 바라는 정도 및 능력

9. 소매상 수명주기 이론에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 제품 라이프 사이클과 같이 도입-성장-성숙-쇠퇴의 단계로 본다.
- ② 소매상의 진화와 발전을 도입-성장-쇠퇴로 설명한다.
- ③ 시장진입 초기에 저이윤, 저서비스 전략을 구사한다.
- ④ 다양한 상품계열에서 점차 전문적이고 한정적인 형태로 변화한다.
- ⑤ 경쟁적인 소매업체가 하나의 새로운 소매업체로 합쳐지는 것을 말한다.

10. 명백히 옳거나 그른 결정이 있는 것이 아니라 둘 다 옳을 수도 있는 윤리적 딜레마의 상황에서 고려해야 할 사항으로 옳지 않은 것은?

- ① 최대한 사실을 알아내기 위해 힘쓴다.
- ② 다른 것들을 제쳐 놓고 하나를 선택했을 때의 결과를 합리적으로 추측해본다.
- ③ 주변 상황과 분리해서 바라보고 나만의 직감을 믿고 따른다.
- ④ 관련된 사람들의 눈으로 볼 때 어떻게 보이는지 판단해본다.
- ⑤ 다른 사람들에게 설명하거나 정당화할 수 있는지 살펴본다.

11. 유통산업발전법(법률 제14997호, 2017. 10. 31, 일부 개정)에서 '대규모점포 등에 대한 영업시간의 제한'조항에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 매월 1일 이상 의무휴업일로 지정해야 한다.
- ② 지방자치단체장은 영업시간 제한, 의무휴업일을 명할 수 있다.

- ③ 영업시간의 제한은 오전 0시부터 오전 10시까지의 범위에서 제한할 수 있다.
- ④ 의무휴업일은 공휴일로 하되, 합의를 거쳐 공휴일이 아닌 날도 지정할 수 있다.
- ⑤ 연간 총매출액 중 농수산물 비중이 55% 이상인 점포는 의무휴업일 지정을 면제할 수 있다.

12. 아래 글상자의 설명과 관련이 깊은 용어로 옳은 것은?

판매원들은 양질의 서비스를 제공하기 위해 자신의 기분과는 상관없이 조직을 대신해서 고객에게 친근감, 공손함, 공감 등을 표현해야 한다. 이 경우 이러한 책임 때문에 많은 부담과 스트레스를 느끼게 된다.

- ① 고객 간 갈등                      ② 품질/생산성 상쇄요구
- ③ 감정노동                        ④ 응답성
- ⑤ 판매원의 사회화

13. 유통업태 중 다음의 설명에 공통으로 해당하는 것으로 가장 적절한 것은?

- 셀프서비스 형태의 상설할인 소매업태이다.
- 오프 프라이스 점포(off price store)로써, 미국의 경우 쇼핑센터의 핵심점으로 출범하였다.
- 제조업체와 백화점의 비인기 제품, 미월제품, 재고품 등을 30%-70% 정도의 대폭 할인된 가격으로 판매한다.

- ① 할인점                            ② 슈퍼마켓
- ③ 편의점                            ④ 아웃렛(outlet)
- ⑤ 슈퍼스토어

14. 직장 내에서 발생할 수 있는 성희롱에 대한 설명 중 옳지 않은 것은?

- ① 공식적인 회식 직후에 귀가하는 과정에서의 성희롱은 해당되지 않는다.
- ② 여직원이 남직원을 대상으로 성희롱을 한 경우 성희롱에 해당된다.
- ③ 상대방의 특정 부위를 유심히 쳐다보는 행위도 성희롱에 포함된다.
- ④ 고객이 전화로 콜센터 근로자에게 성희롱한 경우 직장 내 성희롱 행위자에 포함되지 않는다.
- ⑤ 사업장 밖에서 근무시간 외에 성희롱을 해도 처벌받을 수 있다.

15. 매장에서 고객을 안내할 경우 판매원의 자세에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 안내는 고객의 뒤에서 하고 수행은 고객의 앞에서 하는 것이 원칙이다.
- ② 고객이든 판매원이든 여성의 경우 계단을 내려올 때는 여성이 앞서도록 한다.
- ③ 방향을 가리킬 때 손과 눈의 방향이 서로 다르게 하여 어색하지 않도록 한다.
- ④ 계단을 올라갈 때는 판매원이 고객의 앞에서, 내려갈 때는 고객의 뒤에서 걷는다.
- ⑤ 안내 시에는 고객 보다 1~2걸음 앞에서 걸어가되 돌아보면 안 된다.

16. 고객불만의 처리방법 중 MTP법을 적용할 경우 옳지 않은 것은?

- ① 사람이 많은 장소에서 조용한 장소로 자리를 옮긴다.
- ② 매장에서 소비자 상담실로 자리를 바꾼다.
- ③ 판매사원에서 판매책임자로 담당을 바꿔서 처리한다.
- ④ 화가 난 고객과는 약간의 냉각시간을 갖는다.
- ⑤ 판매원이 단독으로 해결방안을 제시하여 즉시 해결한다.

17. 어떤 대상에 대한 일반적인 견해가 그 대상의 구체적인 특성을 평가하는데 영향을 미치는 현상은 무엇인가?

- ① 빈발효과(frequency effect)    ② 후광효과(halo effect)
- ③ 최신효과(recency effect)    ④ 맥락효과(context effect)
- ⑤ 방사효과(radiation effect)

18. 판매원의 매장에서 수행하는 역할로 옳지 않은 것은?

- ① 판매할 제품을 점검하고 제품판매와 관련된 업무를 준비한다.
- ② 점포의 창고에 제품을 수납한다.
- ③ 점포 내부의 진열대에 제품을 진열한다.
- ④ 고객을 응대하고 필요한 정보전달을 한다.
- ⑤ 상품화 계획 및 구입에 대한 결정을 한다.

19. 상인 도매상에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 거래하는 제품의 소유권을 가지지 않는 독립적인 기업이다.
- ② 크게 완전기능도매상과 한정기능도매상으로 나누어진다.
- ③ 고객을 대리하여 활동하는 동안 판매와 구매의 협상기능을 수행한다.
- ④ 일반적으로 판매 또는 구매를 통한 수수료를 받는다.
- ⑤ 제조업자가 재고를 보관하는 창고시설을 갖추고 자신의 상품을 유통하는 도매상이다.

20. 도매상에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 판매 대행 기능 또한 도매상의 역할이라고 할 수 있다.
- ② 유통 경로 상에서 생산자와 소매상 간의 유통 흐름을 원활하게 해주는 역할을 한다.
- ③ 재판매 또는 사업을 목적으로 구입하는 소매상에게 제품이나 서비스를 판매한다.
- ④ 도매상은 최종 판매상이므로 마케팅에 주의를 기울여야 한다.
- ⑤ 생산자와 소매상의 직접 거래가 크게 증가하여 점차도매상의 입지가 좁아지고 있다.

## 2과목 : 판매 및 고객관리

21. 다음 중 고객 안내 시 판매원의 응대 태도로 옳지 않은 것은?

- ① “이쪽으로 오십시오” 라고 말하고 비스듬히 비켜선다.
- ② 고객을 안내할 때는 반걸음 앞서서 걸어가는 것이 바람직하다.
- ③ 다른 고객과 대화 시에는 “잠깐만 기다려 주십시오”라고 양해를 구한다.
- ④ 부득이하게 직접 안내를 하지 못하는 경우는 상세하게 위치를 안내한다.
- ⑤ 다른 사람에게 손님을 인계할 때에는 “OO씨를 따라 가세

요”라고 지칭해준다.

22. 다음은 제품계열의 길이확장전략에 대한 설명이다. 아래글 상자 ㉠, ㉡, ㉢에 들어갈 알맞은 용어를 순서대로 올바르게 나열한 것은?

( ㉠ )은 초기에는 고품질, 고가격의 제품을 출시시켰다가 저가의 신제품을 추가하는 전략이다. ( ㉡ )은 초기에는 중저가의 제품을 출시시켰다가 고가의 신제품을 추가시키는 전략이다. ( ㉢ )은 중간수준의 제품에서 고가와 저가의 신제품을 출시하는 전략이다.

- ① ㉠ 하향확장전략, ㉡ 상향확장전략, ㉢ 쌍방향확장전략  
 ② ㉠ 하향확장전략, ㉡ 쌍방향확장전략, ㉢ 상향확장전략  
 ③ ㉠ 상향확장전략, ㉡ 하향확장전략, ㉢ 쌍방향확장전략  
 ④ ㉠ 상향확장전략, ㉡ 쌍방향확장전략, ㉢ 하향확장전략  
 ⑤ ㉠ 쌍방향확장전략, ㉡ 상향확장전략, ㉢ 하향확장전략
23. 매장을 활성화하기 위한 방안으로 옳지 않은 것은?
- ① 따뜻한 마음이 전달되고 친근감이 가는 매장 분위기를 연출한다.  
 ② 주력 상품은 쇼카드나 POP보다는 가격 정책에만 의존하여 접근하는 것이 낫다.  
 ③ 시각적 진열, 양감 있는 엔드진열 등으로 점포에 신경 쓴다.  
 ④ 단순한 진열 대신 테마, 계절 등의 매력적인 연출방법을 이용한 진열을 한다.  
 ⑤ 점포의 종업원들이 모두 참여하는 프로그램을 계획하여 판매동기를 불러일으킨다.
24. 다음 중 고객과 대화할 때의 유의사항으로 옳지 않은 것은?
- ① 말끝을 흐리지 않도록 주의하고 명확하게 발음한다.  
 ② 간결하게 요점만을 강조하여 지루하지 않도록 한다.  
 ③ 이야기 도중 말을 가로막지 않도록 한다.  
 ④ 지나치게 큰소리 또는 속삭이는 듯한 작은 소리로 말하지 않는다.  
 ⑤ 친근함을 표현하기 위해 호칭은 '언니' 또는 '이모' 등의 호칭을 활용한다.
25. 제품수명주기별 경로 관리 전략에 대한 설명 중 옳지 않은 것은?
- ① 도입기에는 제품 출시 홍보를 위한 강력한 광고 활동이 필요하다.  
 ② 도입기에는 충분한 제품 공급을 위한 시장 범위 역량을 지닌 경로구성원을 확보해야 한다.  
 ③ 성장기에는 기존의 경로 구성원들만으로 수익을 유지해야 한다.  
 ④ 성숙기에는 경로 구성원들이 해당 제품에 대해 계속 호감을 가질 수 있도록 추가적인 혜택 등을 제공해야 한다.  
 ⑤ 쇠퇴기에는 이윤 장식을 피하기 위해 매출이 적은 경로 구성원들의 매장을 단계적으로 철수해야 한다.
26. 아래 글상자의 설명을 보고 ㉠ 에 들어갈 알맞은 상품 진열 방식은 무엇인가?

( ㉠ ) 진열방식은 하사관의 줄무늬 계급장처럼 비스듬히 진열대를 배열함으로써 걸어 다니는 손님들이 상품들을 더 잘 볼 수 있게 하는 방식이다. 즉, 통로에서 진열대를 90도 각도가 아니라 45도 각도로 비스듬히 놓는 것이다. 일반 진열대보다 5분의 1쯤 공간을 더 많이 차지하지만 매출을 올리는 데에는 특특히 효과를 볼 수 있다.

- ① 엔드캡(endcap)      ② 조닝(zoning)  
 ③ 라이팅(righting)      ④ 셰브론닝(chevroning)  
 ⑤ 쉘핑(shelfing)
27. 다음 중 관여도에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
- ① 관여도는 소비자가 어떤 대상에 대해서 느끼는 개인적 관련성이나 결정의 중요성을 말한다.  
 ② 관여도가 낮은 상황에서는 관심도가 낮으므로 소비자는 좀 더 많은 상품정보를 필요로 한다.  
 ③ 제품의 특정 구매상황에 대한 관여도를 상황적 관여도라 한다.  
 ④ 상표차이가 거의 없는 저관여 제품의 마케팅 관리자는 제품시용을 자극하기 위해 가격촉진과 판매촉진을 사용하는 것이 효과적이다.  
 ⑤ 상황적, 지속적 관여도의 상호작용을 반응적 관여도라 한다.
28. 다음 중 불평처리를 위한 태도로 옳지 않은 것은?
- ① 고객의 불평불만을 말하기 쉽도록 한다.  
 ② 고객의 말을 막지 않고 끝까지 정중한 예의로 경청한다.  
 ③ 판에 박힌 듯한 행동을 삼가고 공감표시를 적절히 한다.  
 ④ 판매사원 개인을 향한 비난이 아님을 이해하고 감정적 불평에 관대해야 한다.  
 ⑤ 고객과의 논쟁에서 고객을 만족시켜주고 도가 지나친 요구에 대해서는 서둘러 결론짓도록 한다.
29. 상품을 다양한 기준에 의해 구분할 수 있는데, 구분된 상품에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
- ① 선매품은 소비자가 여러 점포를 다니면서 다양한 상품들의 기능, 특징, 가격, 디자인 등을 비교하여 선택하고 구매하는 품목이다.  
 ② 전문품은 소비자 자신이 구매하고자 하는 상품에 대한 정보가 부족하고 특정상표에 대한 선호도가 없다는 특징이 있다.  
 ③ 총동상품은 소비자의 눈에 가장 잘 띄는 곳에 진열하는 것이 좋다.  
 ④ 계절상품은 소비자의 수요수준을 평준화하는 것이 중요하다.  
 ⑤ 내구재 상품에는 자동차, 가정용 기계류가 속하는데 가격이 비싼 편이고 구매빈도도 낮은 편이다.
30. 다음 각각의 진열 기법과 각 사례가 올바르게 짝지어진 것은?
- ① 수직진열 - 소형가전, 침구류처럼 동일 선상에서 다양한 종류를 비교하는 아이템  
 ② 수평진열 - 붉거나 노란 과일과 초록색 채소 등의 색깔을 강조하는 아이템  
 ③ 용도별 진열 - 건강을 테마로 한 건강보조식품, 기능성 음료 아이템

- ④ 컬러별 진열 - 일반 가격 상품, 고가 상품, 기능성 상품 등 가격이 다른 아이템
- ⑤ 가격별 진열 - 금색, 은색, 붉은색, 검은색 냄비처럼 동일한 아이템

31. 소비자는 서비스의 구매 후 다양한 방법으로 평가를 한다. 아래 글상자에서 설명하고 있는 서비스 구매 후 평가모델로 가장 옳은 것은?

이 관점의 기본 전제는 서비스 경험 동안 소비자가 지각한 상황에 대한 통제 수준이 높을수록 서비스에 대한 만족도가 높아진다는 것이다. 서비스 제공자의 업무에 대한 통제 경험과 직무 만족 사이에서도 비슷한 정(+)의 관계가 전제된다.

- ① 기대 불일치 이론      ② 기대 청사진 이론
- ③ 스크립트 이론      ④ 서비스 전환 이론
- ⑤ 지각된 행동통제 이론

32. 점포 레이아웃의 기본원칙으로 옳지 않은 것은?

- ① 레이아웃(layout)이란 보다 효율적인 매장구성이나 상품 진열, 고객동선, 작업동작 등을 위한 일련의 배치작업을 말한다.
- ② 점포의 입구 쪽에는 가격단가가 낮은 상품을, 안쪽에는 가격단가가 높은 상품을 배치한다.
- ③ 판매자 관점에서 본 상품 간 관리상 관련성을 고려하여 상품을 배치하는 것이 최우선적이다.
- ④ 점포 입구 쪽에는 구매빈도가 높은 상품을, 점포 안쪽에는 구매빈도가 낮은 상품을 배치한다.
- ⑤ 점포에서 강조하고자 하는 것을 고객의 눈에 잘 보이는 곳에 배치한다.

33. 점포 내 상품 배치를 하는 원리로 옳은 것은?

- ① 점두에 가까운 장소는 후방보다 상품의 노출 빈도가 더 높다.
- ② 1층은 지하실보다 상품의 노출 빈도가 더 낮다.
- ③ 층수가 높아질수록 노출 빈도는 높아진다.
- ④ 통로 주변장소가 코너보다 노출 빈도가 더 낮다.
- ⑤ 소비자의 눈높이에 진열되어 있는 상품이 그보다 높거나 낮은 곳에 진열되어 있는 상품보다 노출 빈도가 더 낮다.

34. 아래 글상자의 ( )안에 들어갈 단어로 옳은 것은?

( )은(는) 소비자가 제품을 선택하는 시점에 맞춰 수행하는 판촉방법으로서 세일이나 판촉과 같은 행사분위기를 연출함으로써 충동구매를 유도하는 것이다. 예를들어, 포스터, 가격카드, 스탠드, 풍선 등의 진열이 있다.

- ① POP(point of purchase)      ② PR(public relations)
- ③ 디스플레이(display)      ④ POS(point of sales)
- ⑤ 티저광고

35. 촉진믹스(promotion mix) 중 판매촉진 활동에 해당되지 않는 것은?

- ① 광고      ② 샘플제공

- ③ 할인권 제공      ④ 가격 할인
- ⑤ 경품

36. 파라수만(A. Parasuman)이 제시한 서비스 품질의 격차모형에서는 총 5가지의 격차(gap)를 얘기하고 있다. 이중 세 번째는 전달 격차(delivery gap)로서 서비스 전달을 위한 품질 기준과 실제 전달된 서비스의 품질간의 격차를 의미한다. 다음 중 전달 격차에 영향을 미치는 요소로 옳지 않은 것은?

- ① 상황적 의사소통      ② 종업원의 서비스 수행의지
- ③ 종업원의 직무 적합      ④ 회사의 부적절한 지원
- ⑤ 역할 갈등

37. 고객 동선 계획에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 매장 레이아웃을 계획할 때 고객동선은 상품진열 이후에 고려한다.
- ② 직원들이 물건을 매장 곳곳에 진열해야 하므로 직원동선이 길수록 매출이 올라간다.
- ③ 판매율을 높이기 위한 상품진열은 고객동선을 끊어 놓는다고 하여도 상관없다.
- ④ 고객동선과 직원동선은 가급적 분리되어야 하지만 짧게 중첩되는 것은 어쩔 수 없다.
- ⑤ 잘 팔리는 상품들을 주통로에 내놓아 고객동선을 단조롭고 짧게 만들어야 한다.

38. 다음 중 고객유형별 응대기법으로 옳지 않은 것은?

- ① 유창하게 말하는 고객에게는 직접적인 반론을 제시하지 말고 질문식 설득법으로 대응한다.
- ② 무엇이든 반대하는 고객에게는 질문으로 대응하되 자존심을 건드리지 않는다.
- ③ 수다스러운 고객에게는 가능한 모든 이야기를 들으며 동조와 공감을 보인다.
- ④ 판매원의 말을 끊는 고객에게는 대화시간을 충분히 갖고 판매원의 생각을 납득시킨다.
- ⑤ 격렬한 어조로 말하는 고객에게는 판매원의 능력을 보여 주며 빠르게 설득시킨다.

39. 아래 글상자에서 설명하는 욕구는 매슬로우의 5단계 욕구 위계 이론 중 어느 욕구에 해당되는가?

- 성공한 CEO를 내세운 자동차 광고  
- 많은 사람들이 부러워하는 연예인을 내세운 화장품 광고

- ① 생리적 욕구      ② 안전의 욕구
- ③ 애정/소속감 욕구      ④ 존경의 욕구
- ⑤ 자아실현 욕구

40. 아래 글 상자에서 말하는 문제는 서비스의 어떤 특성에 대한 해결방법인가?

- 극장, 미용실의 시간대에 따른 가격 차등제  
- 대기시간 최소화를 위한 예약시스템  
- 시간제 종업원을 활용한 서비스 추가 공급

- ① 정형성      ② 소멸성
- ③ 비분리성      ④ 무형성
- ⑤ 이질성

41. 기업은 고객의 대기시간을 효과적으로 관리하여 고객에게 만족을 주어야 한다. 대기관리의 기본원칙에 대한 내용 중 적절하지 않은 것은?
- ① 아무 일도 하지 않고 있는 시간이 원가를 하고 있을 때 보다 더 길게 느껴진다.
  - ② 원인이 설명된 대기시간이 더 길게 느껴진다.
  - ③ 불공정한 대기시간이 더 길게 느껴진다.
  - ④ 서비스가 더 가치 있을수록 사람들은 더 오랫동안 기다릴 것이다.
  - ⑤ 혼자 기다리는 것이 더 길게 느껴진다.
42. 서비스를 제공하는 종업원이 고객에게 신뢰감을 줄 수 있는 커뮤니케이션 전략으로 옳지 않은 것은?
- ① 서비스 접점의 초기 단계인 첫인상이 중요하므로 특별한 주의를 기울인다.
  - ② 회사의 로고, 명함 등은 단순 인쇄물이므로 이것 보다는 실제 서비스 제공에 많은 노력을 기울인다.
  - ③ 회사의 소식지 및 편지 등을 이용해 고객과의 정기적인 커뮤니케이션을 구축한다.
  - ④ 기업의 브로셔는 회사의 대표적인 인쇄물이므로 전문성 및 희소성을 보여주기 위해 적극 활용할 수 있다.
  - ⑤ 회사에 대해 많이 아는 종업원은 그만큼 기업에 대한 자부심을 갖고 적극적인 홍보를 할 수 있다.
43. 아래 글상자의 ( )에 들어갈 가격결정 전략으로 옳은 것은?

( )은/는 심리적 가격결정의 유형 중 하나이다. 낮은 화폐단위를 미용하며 제품가격을 책정함으로써 실제보다 제품가격이 저렴한 것으로 지각되게 하는 방법이다. 예를들어, 100,000원과 99,999원은 제품가격에서 크게 차이가 나지 않지만, 소비자들은 99,999원이 싸다고 느껴 판매량이 늘어날 수 있다.

- ① 단수 가격                      ② 권위 가격
  - ③ 관습 가격                    ④ 준거 가격
  - ⑤ 유인 가격
44. 서비스의 품질을 측정하는 서브퀄(SERVQUAL)은 총 5가지로 유형성, 신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성 차원으로 구분된다. 다음 보기 중 유형성에 대한 기대감으로 옳지 않은 것은?
- ① 우수한 회사는 현대화된 장비를 가지고 있을 것이다.
  - ② 우수한 회사의 물리적인 시설은 시각적으로 매력적일 것이다.
  - ③ 우수한 회사의 종업원은 단정한 용모를 갖추고 있을 것이다.
  - ④ 우수한 회사는 서비스 약속 시간을 잘 지킬 것이다.
  - ⑤ 우수한 회사에서 제공하는 팜플렛, 문구 등의 자료들은 시각적으로 매력적일 것이다.
45. 다음 중 POP에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?
- ① 구매시점 광고를 말하며 소비자와 상품을 연결시키는 커뮤니케이션 역할을 한다.
  - ② 매장에서 소비자의 구매심리를 자극하여 상품구매를 유도한다.
  - ③ 제품의 이미지를 좋게 하는 역할을 하므로 매장의 빈공

간이라면 어디든지 부착한다.

- ④ 윈도우 디스플레이는 매장 밖의 POP로 고객의 내점을 유도한다.
- ⑤ 진열 POP는 매장의 판매원을 대신하여 상품 정보 등을 제공한다.

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 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 모바일 버전 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
⑤	①	①	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	①	③
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
①	③	④	①	②	⑤	②	⑤	②	④
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
⑤	①	②	⑤	③	④	②	⑤	②	③
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
⑤	③	①	①	①	①	④	⑤	④	②
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
②	②	①	④	③					