

2010년07월25일년 소비자전문상담사 2급 필기시험 기출문제 답안

【1과목 : 25문제】 소비자상담 및 피해구제	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	②	③	④	③	③	①	③	①	④	③
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	①	④	②	②	②	②	①	④	③	③
	21	22	23	24	25					
	④	③	④	②	②					
【2과목 : 25문제】 소비자 관련법	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
	②	④	①	③	④	②	③	④	④	②
	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
	①	④	③	②	③	③	②	②	③	②
	46	47	48	49	50					
	①	④	④	④	②					
【3과목 : 25문제】 소비자 교육 및 정보제공	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
	①	②	①	③	①	①	③	③	④	①
	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
	③	①	①	④	③	①	①	④	②	③
	71	72	73	74	75					
	③	③	③	①	①					
【4과목 : 25문제】 소비자와 시장	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85
	④	③	③	②	②	③	②	①	④	③
	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95
	④	②	③	③	③	②	④	④	③	③
	96	97	98	99	100					
	②	③	①	①	②					

전자문제집 CBT 홈페이지 : <https://www.cbtestpro.kr>

최신 수정 자료와 해설(오답 · 오답 · 규정변경)은 cbtestpro.kr 웹 및 앱에서 확인하세요.

기출문제의 저작권은 출제기관에 있습니다. cbtestpro.kr 및 관련 앱에서는 편집 및 재구성 작업만 하였음을 밝힙니다.



전자문제집 CBT

빠르고 효과적으로 배워 시험 합격을 노려라!



【1과목】 소비자상담 및 피해구제 (25문제)

1. 콜센터의 일반적인 인바운드 상담 순서를 바르게 나열한 것은?

① 고객상황 탐색 → 고객문의내용 파악 → 해결방안 제시
→ 요약 및 종결

② 고객문의내용 파악 → 고객상황 탐색 → 해결방안 제시
→ 요약 및 종결

③ 해결방안 제시 → 고객문의내용 파악 → 고객상황 탐색
→ 요약 및 종결

④ 고객문의내용 파악 → 해결방안 제시 → 고객상황 탐색
→ 요약 및 종결

2. 소비자상담시 전문용어를 사용하는 것이 가장 효과적인 경우는?

① 오만하고 자존심이 강한 소비자를 설득할 때

② 화난 소비자의 감정상태를 가라앉혀야 할 때

③ 소비자와 기업의 입장을 중재하는 입장에 있을 때

④ 장황하게 말하는 수다스러운 소비자를 상대할 때

3. 기관별 구매 전 상담의 특성에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 행정기관, 소비자단체, 기업 등 소비자 상담 업무를 수행하는 기관에 따라 상담의 내용과 목적에 차이가 있다.

② 기업에서는 제품과 관련된 정보제공이 주로 이루어진다.

③ 행정기관 및 소비자단체는 소비생활 전반에 관련된 정보를 폭넓게 제공해야 한다.

④ 기업에서는 제품의 구매선택보다는 소비생활 전반에 관련된 정보를 제공해야 한다.

4. 가구를 구입한 소비자 A씨가 구입일로부터 13개월 후 가구에서 좀 등 벌레가 발생했음을 확인했을 때 소비자분쟁해결기준에 의한 보상기준은?

① 제품교환

② 구입가 환급

③ 무상수리 또는 부품교환

④ 제품가의 50% 공제 후 환급

5. 소비자분쟁해결기준이 소비자보호에 기여한 내용에 관한 설명으로 가장 적합한 것은?

① 별도의 유리한 분쟁해결기준이 있어도 소비자분쟁해결기준을 우선 적용하므로 기여한 바가 매우 크다.

② 법원 판결과 같이 확정적이고 최종적인 의미로서 분쟁해결에 기여한 바가 매우 크다.

③ 소비자피해의 사후적 구제과정에서 기여한 바가 매우 크다.

④ 소비자피해의 사전예방적 차원에서 기여한 바가 매우 크다.

6. 소비자분쟁해결기준의 법적 근거는?

① 소비자기본법

② 독점규제 및 공정거래에 관한 법률

③ 소비자생활협동조합법

④ 방문판매 등에 관한 법률

7. 기업의 고객만족경영 정착을 위한 실천과제에 해당되지 않는 것은?

① 고객만족경영에 대한 최고경영층의 인식전환과 확고한 의지가 필요하다.

② 고객의 욕구와 불만을 신속하고 정확하게 파악하여 신제품 개발, 서비스 개선 등 기업경영 전반에 반영시켜야 한다.

③ 기업 내의 자원배분이 판매지향적으로 이루어질 수 있도록 시장조사 등 다양한 방법이 모색되어야 한다.

④ 사고의 전환과 기업문화의 혁신뿐만 아니라 업무수행 방식의 혁신이 동시에 진행되어야 한다.

8. 행정기관에서 제공하는 소비자상담의 내용으로 가장 적합한 것은?

① 소비자 문제의 피해구제

② 제품에 대한 애프터서비스

③ 특정 기업제품에 대한 사전 정보 제공

④ 제품에 대한 고객만족도 조사

9. 콜센터의 아웃바운드 상담의 활용분야가 아닌 것은?

① 직접 판매

② 반복구매 촉진

③ 가망고객 획득

④ 컴플레인 접수 처리

10. 소비자분쟁해결기준상 자동차의 부품보유기간은? (단, 성능·품질상 하자가 없는 범위 내에서 유사부품 사용 가능)

- ① 3년
- ② 5년
- ③ 8년
- ④ 10년

11. 기업에서 수행하는 소비자상담의 내용과 그 목적에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 상품검사 및 정보제공 - 소비자의 건전하고 합리적인 선택 도모
- ② 소비자 교육 및 계몽 - 대소비자 홍보 및 소비자와의 긍정적 관계 형성
- ③ 소비자의 기대수준 파악 - 수준에 맞는 제품제공으로 고객만족도 제고
- ④ 제품사용 및 제품관리에 대한 정보제공 - 소비자 과실로 인한 피해 최소화

12. 일반적 소비자분쟁해결기준에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 품질보증기간 동안의 수리비용은 사업자가 부담한다.
- ② 불가피하게 수리가 지연될 경우는 그 사유를 소비자에게 통보한다.
- ③ 환급금액은 거래 시에 교부된 영수증 등의 가격을 기준으로 한다.
- ④ 할인 판매된 물품의 교환은 정상가와와의 차액을 지급하고 교환한다.

13. 다음 중 품목별 소비자분쟁해결기준으로 틀린 것은?

- ① 디자인에 불만이 있는 액세서리 - 구입 후 7일 이내로서 제품에 손상이 없는 경우 제품교환
- ② 여행사의 귀책사유로 여행출발 당일 여행사가 국외여행 취소를 통보 - 여행요금의 20%를 배상
- ③ 소비자가 수리의뢰한 캠코더를 사업자가 분실 - 품질보증기간 이내일 경우 제품 교환 또는 구입가 환급
- ④ 하자 없이 촬영한 필름인화 의뢰시 현상과정에서의 하자 - 사진 촬영시 소요된 비용 및 손해배상

14. 소비자상담의 특성에 대한 설명으로 가장 적합한 것은?

- ① 바람직한 생활태도 형성
- ② 소비생활에 대한 정보제공 및 피해구제
- ③ 생각, 감정, 행동의 측면에서의 성장
- ④ 구매충동증과 같은 잘못된 구매습관의 교정

15. 정액 감가상각에 의한 현금보상액을 산정하기 위해 필요한 정보가 아닌 것은?

- ① 사용연수
- ② 제품보증연수
- ③ 내용연수
- ④ 구입가

16. 다음 중 소비자상담사의 역할과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 소비자 불만의 사전 예방
- ② 기업체와 공공기관에 제품 판매를 위한 협상
- ③ 구매 후 피해 보상 문제해결 상담
- ④ 기업과 소비자 사이의 의사소통

17. 합리적인 행동스타일을 가진 소비자와 상담할 때 가장 적합한 소비자상담 기술은?

- ① 말하기보다는 듣기를 선호하므로, 정보를 이끌어 내기 위해 개방형 질문을 하는 것이 좋다.
- ② 개인정보를 주지 않으려고 하므로, 사무적인 대화부터 시작하는 것이 좋다.
- ③ 빨리 말하므로, 말의 속도와 흥분 정도를 맞추는 것이 좋다.
- ④ 힘 있는 어조를 보이므로, 방어적으로 반응하는 것이 좋다.

18. 소비자상담사의 역할을 소비자 측면과 기업 측면으로 구분할 때 소비자 측면의 역할과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 소비자에게 정보를 제공하는 역할
- ② 소비자문제를 해결하도록 도와주는 역할
- ③ 소비자에게 서비스를 제공하는 역할
- ④ 기존 소비자를 유지하는 역할

19. 문서상담 시 상담사가 유의해야 할 사항과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 꼭 해결되어야 할 중요문제를 눈에 띄게 색이 있는 펜으로 표시하며 정리한다.
- ② 모든 우편물에 접수번호를 부여하고 도착날짜, 소비자 이름, 연락처를 확인하여 문서접수 대장에 기록한다.
- ③ 소비자에게 연락하기 쉬운 전화번호나 이메일이 없는 경우 소비자에게서 다시 연락이 오기만을 기다린다.
- ④ 소비자로부터 문서자료를 받은 후 상담 시 필요한 자료나 부족한 부분을 표시하여 리스트를 만들어 둔다.

20. 전화상담에서 필요한 말하기 기법에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 전화로 이야기할 때에도 미소를 지으며, 필요한 낱말에 강세를 두어 말한다.
- ② 소비자가 말하는 속도에 보조를 맞추되, 상담사는 되도록 천천히 말하는 습관을 갖는 것이 좋다.
- ③ 어조를 과장하여 억양에 변화를 주는 것은 소비자의 집중력을 약화시키므로 바람직하지 않다.
- ④ 명확한 발음을 하기 위해 큰 소리로 반복해서 연습해 두는 것이 필요하다.

21. 소비자상담사가 언어적 의사소통을 잘하기 위해서는 먼저 소비자의 말을 잘 이해하고 잘 듣는 기술이 필요하다. 다음 중 듣기를 방해하는 요인이 아닌 것은?

- ① 소비자상담사의 말을 듣게 하기 위해 소비자의 말을 대충 듣는다.
- ② 소비자의 약점을 찾아내기 위해 귀를 기울인다.
- ③ 자신이 착하고, 친절하고, 좋은 사람인 것처럼 보이려고 한다.
- ④ 소비자의 말에 대해 끄덕이거나 눈을 맞춘다.

22. 소비자의 욕구를 파악하기 위한 질문지침으로 적합하지 못한 것은?

- ① 긍정적인 질문을 한다.
- ② 구체적으로 질문을 한다.
- ③ 비판적으로 질문을 한다.
- ④ 소비자가 원하는 바를 발견하기 위한 질문을 한다.

23. 불만을 가진 소비자와 상담할 때, 고려해야 할 사항이 아닌 것은?

- ① 화가 난 소비자를 충분히 이해하고 공감하면서 경청하고 있음을 전달한다.
- ② 화가 난 상대방이 큰 소리로 말할 때, 상대적으로 목소리를 낮추고, 차분하게 대응한다.
- ③ 가능한 문제해결 방법 중에서 최선을 다하고 있음을 전달한다.
- ④ 사소한 문제에 대해서는 반응하지 않는 편이 좋다.

24. 소비자가 제품을 구매하기 전에 기업이 제공하여야 할 정보가 아닌 것은?

- ① 소비자가 원하는 재화와 서비스의 가격 및 판매점에 대한 정보
- ② 소비자가 과거에 구매한 제품에 대한 소비자불만족에 대한 정보
- ③ 소비자가 제품과 상표를 파악하는 데 사용하는 평가기준에 대한 정보
- ④ 소비자의 사용목적과 경제상태에 적합한 대체안의 특성과 장단점에 대한 정보

25. 소비자단체의 소비자상담업무에 관한 설명으로 가장 적합한 것은?

- ① 소비자 지향적인 경영 및 정책에 기여할 수 있다.
- ② 소비자를 대변하는 기구로서 소비생활 향상에 기여할 수 있다.
- ③ 소비자피해를 예방하는 각종 법률 및 정책을 수립할 수 있다.
- ④ 제품 사용 설명서, 표시 등을 점검하고 문제점을 개선할 수 있다.

【2과목】 소비자 관련법 (25문제)

26. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률상 소비자피해보상보험계약 등에 관한 설명으로 옳은 것은?

- ① 공정거래위원회는 관련 사업자에게 소비자피해보상보험계약 등의 체결을 명할 수 있다.
- ② 전자결제수단의 발행자는 반드시 소비자피해보상보험계약 등을 체결하여야 한다.
- ③ 소비자피해보상보험계약 등에는 보험업법에 의한 보험계약은 포함되지 않는다.
- ④ 소비자피해보상보험계약 등을 체결한 사업자는 그 사실을 나타내는 표지를 반드시 사용하여야 한다.

27. 다음 () 안에 들어갈 가장 알맞은 것은?

전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률상 재화의 내용이 표시·광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우에는 당해 재화 등을 공급받은 날부터 (A) 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 (B) 이내에 청약철회를 할 수 있다.

① A - 7일, B - 15일

② A - 15일, B - 7일

③ A - 1월, B - 15일

④ A - 3월, B - 30일

28. 다음 () 안에 들어갈 가장 알맞은 것은?

표시·광고의 공정화에 관한 법률상 공정거래위원회는 부당한 표시·광고를 한 사업자 등에 대하여 당해 사업자의 직전 (A)개 사업연도의 평균매출액에 (B)을(를) 초과하지 않는 범위 안에서 과징금을 부과할 수 있다.

① A - 3, B - 100분의 2

② A - 3, B - 100분의 3

③ A - 5, B - 100분의 3

④ A - 5, B - 100분의 4

29. 민법상 계약의 성립에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 계약의 청약은 이를 철회하지 못한다.

② 승낙의 기간을 정한 계약의 청약은 청약자가 그 기간 내에 승낙의 통지를 받지 못한 때에는 그 효력을 잃는다.

③ 격지자간의 계약은 승낙의 통지를 수신한 때에 성립한다.

④ 당사자간에 동일한 내용의 청약이 상호 교차된 경우에는 양청약이 상대방에게 도달한 때에 계약이 성립한다.

30. 방문판매 등에 관한 법률이 적용대상이 되는 판매행위에 해당하지 않는 것은?

① 방문판매

② 다단계판매

③ 전화권유판매

④ 광고물·우편 등에 의한 판매

31. 방문판매 등에 관한 법률상 소비자가 청약철회를 할 수 있는 경우는?

① 소비자에게 책임 있는 사유로 재화 등이 멸실 또는 훼손된 경우

② 재화 등의 내용을 확인하기 위하여 포장 등을 훼손한 경우

③ 시간의 경과에 의하여 재판매가 곤란할 정도로 재화 등의 가치가 현저히 감소한 경우

④ 복제가 가능한 재화 등의 포장을 훼손한 경우

32. 약관의 규제에 관한 법령상 약관의 명시·교부의무가 면제되는 사업에 해당하지 않는 것은?

① 여객운송업

② 통신업

③ 보험업

④ 전기·가스 및 수도사업

33. 할부거래에 관한 법률상 매도인의 할부계약 해제에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 매도인은 계약을 해제하기 전에 14일 이상의 기간을 정하여 매수인에게 그 이행을 최고하여야 한다.

② 매도인의 매수인에 대한 이행최고는 서면으로 하여야 한다.

③ 계약이 해제된 경우 각 당사자는 상대방이 원상회복을 위하여 한 이행의 제공을 할 때까지 자기의 의무이행을 거절할 수 있다.

④ 목적물의 소유권이 매도인에게 유보된 경우에 매도인은 계약해제 전이라도 그 반환을 청구할 수 있다.

34. 소비자기본법상 사업자의 책무가 아닌 것은?

① 국가 및 지방자치단체의 소비자권의 증진시책에 협력

② 국가가 정한 개인정보의 보호기준 준수

③ 국가가 정한 광고기준의 준수

④ 소비자피해구제기구의 설치

35. 약관의 규제에 관한 법률상 무효인 약관조항이 아닌 것은?

- ① 계약의 해제·해지로 인한 사업자의 원상회복의무나 손해 배상의무를 부당하게 경감하는 조항
- ② 상당한 이유로 사업자가 이행하여야 할 급부를 일방적으로 중지할 수 있게 하거나 제3자에게 대행할 수 있게 하는 조항
- ③ 고객의 의사표시의 형식이나 요건에 대하여 부당하게 엄격한 제한을 두는 조항
- ④ 고객에게 부당하게 불리한 소송 제기 금지 조항 또는 재판관할의 합의 조항

36. 약관의 규제에 관한 법률에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 사업자와 고객이 약관의 내용과 다르게 합의한 사항이 있을 때 약관의 내용이 우선 적용된다.
- ② 사업자는 계약을 체결할 때에는 원칙적으로 고객에게 약관의 내용을 계약의 종류에 따라 일반적으로 예상되는 방법으로 분명하게 밝혀야 한다.
- ③ 사업자는 원칙적으로 약관에 정하여져 있는 중요한 내용을 고객이 이해할 수 있도록 설명하여야 한다.
- ④ 약관의 뜻이 명백하지 아니한 경우에는 고객에게 유리하게 해석되어야 한다.

37. 제조물책임법에서 규정하는 결함의 유형이 아닌 것은?

- ① 설계상의 결함
- ② 제조상의 결함
- ③ 표시상의 결함
- ④ 계약상의 결함

38. 표시·광고의 공정화에 관한 법률상 부당광고가 아닌 것은?

- ① 허위·과장광고
- ② 기만적 광고
- ③ 비교광고
- ④ 비방광고

39. 소비자기본법상 한국소비자원의 업무가 아닌 것은?

- ① 소비자의 불만처리 및 피해구제
- ② 소비자정책에 관한 기본계획 수립
- ③ 소비자의 권익증진·안전 및 능력개발과 관련된 교육·홍보 및 방송사업
- ④ 소비자의 권익증진 및 소비생활의 합리화를 위한 종합적인 조사·연구

40. 다음과 같은 채무불이행의 유형은?

자동차를 구입하기로 계약을 하였으나 자동차 인도일이 지나도 자동차를 건네주지 않으며, 출고가 늦어서 그렇다고 하면서 몇 개월을 기다려야 한다고 한다.

- ① 불완전 이행
- ② 채권자 지체
- ③ 이행 지체
- ④ 이행 불능

41. 방문판매 등에 관한 법률에서 사용하는 용어의 정의로 틀린 것은?

방문판매란 재화 또는 용역의 판매를 업으로 하는 자가 방문의 방법으로 그의 영업소·대리점 기타 일정한 영업
① 장소 외의 장소에서 소비자에게 권유하여 계약의 청약을 받거나 계약을 체결하여 재화 또는 용역을 판매하는 것을 말한다.

전화권유판매란 전화를 이용하여 소비자에게 권유하여
② 계약의 청약을 받거나 계약을 체결하는 등 일정한 방법으로 재화 등을 판매하는 것을 말한다.

다단계판매란 사업자가 소득기회를 알선·제공하는 방법
③ 으로 거래상대방을 유인하여 재화 등을 구입하게 하는 거래를 말한다.

계속거래란 1월 이상 계속하여 재화 등을 공급하는 계약
④ 으로서 중도에 해지할 경우 대금환급의 제한 또는 위약금에 관한 약정이 있는 거래를 말한다.

42. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률상 위반행위의 조사 등에 관한 설명으로 틀린 것은?

공정거래위원회 또는 시·도지사는 동법의 규정에 위반한
① 사실이 있다고 인정할 때에는 직권으로 필요한 조사를 할 수 있다.

시·도지사가 위반행위의 조사를 하고자 하는 경우에는
② 미리 공정거래위원회에 승인을 받아야 한다.

공정거래위원회 또는 시·도지사는 위반행위의 조사를 한
③ 경우에는 그 결과를 당해 사건의 당사자에게 서면으로 통지하여야 한다.

누구든지 이 법의 규정에 위반되는 사실이 있다고 인정할
④ 때에는 그 사실을 공정거래위원회 또는 시·도지사에 신고할 수 있다.

43. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법령상 사업자가 보존하는 전자상거래에 관련된 거래기록의 보존기간으로 틀린 것은?

- ① 표시·광고에 관한 기록 - 6월
- ② 대금결제 및 재화 등의 공급에 관한 기록 - 4년
- ③ 계약 또는 청약철회 등에 관한 기록 - 5년
- ④ 소비자의 불만 또는 분쟁처리에 관한 기록 - 3년

44. 제조물책임법상 손해배상책임을 지는 자가 입증하여야 하는 면책사유로 틀린 것은?

- ① 제조업자가 당해 제조물을 공급하지 아니한 사실
- ② 제조업자가 당해 제조물을 공급한 때의 과학·기술수준으로 결함의 존재를 발견할 수 없었다는 사실

제조물의 결함이 제조업자가 당해 제조물을 공급할 당시
③ 의 법령이 정하는 기준을 준수하지 않았으므로 발생한 사실

원재료 또는 부품의 경우에는 당해 원재료 또는 부품을

- ④ 사용한 제조물 제조업자의 설계 또는 제작에 관한 지시로 인하여 결함이 발생하였다는 사실

45. 방문판매 등에 관한 법률상 다단계판매의 금지행위가 아닌 것은?

- 재화 등의 가격·품질 등에 대하여 허위사실을 알리거나
- ① 실제의 것보다도 현저히 우량하거나 유리한 것으로 오인시킬 수 있는 행위

다단계판매원의 지위를 상속하는 경우 또는 사업의 양도
② ·양수·합병의 경우에 다단계판매조직 및 다단계판매원의 지위를 양도·양수하는 행위

- 다단계판매업자의 피용자가 아닌 다단계판매원을 다단계판매자에게 고용된 자로 오인하게 하거나 다단계판매원으로 등록하지 아니한 자를 다단계판매원으로 활동하게 하는 행위
- ③

다단계판매원이 사회적인 신분 등을 이용하여 자신의 하

- ④ 위판매원으로서의 등록을 강요하거나 다단계판매원이 그 하위판매원에게 재화 등의 구매를 강요하는 행위

46. 할부거래에 관한 법률상 여신전문금융업법에 따른 신용카드가맹점과 신용카드회원간의 할부계약 체결 시 서면에 포함하지 않아도 되는 사항은?

- ① 할부가격
- ② 현금가격
- ③ 매도인·매수인 및 신용제공자의 성명 및 주소
- ④ 목적물의 종류·내용 및 목적물의 인도 등의 시기

47. 소비자기본법상 소비자의 피해가 다수의 소비자에게 같거나 비슷한 유형으로 발생하는 사건에 대해 소비자분쟁조정위원회에 일괄적인 분쟁조정을 신청할 수 있는 주체에 해당하지 않는 것은?

- ① 지방자치단체
- ② 한국소비자원
- ③ 소비자단체
- ④ 사업자단체

48. 소비자기본법상 인정되는 소비자의 기본적 권리가 아닌 것은?

- ① 물품 등을 선택함에 있어서 필요한 지식 및 정보를 제공받을 권리
- ② 합리적인 소비생활을 위하여 필요한 교육을 받을 권리
- ③ 안전하고 쾌적한 소비생활 환경에서 소비할 권리
- ④ 사업자의 이익 중 일부를 공동으로 향유할 권리

49. 할부거래에 관한 법령상 사용에 의하여 그 가치가 현저히 감소될 우려가 있어 매수인의 철회권 행사가 제한되는 목적물이 아닌 것은?

- ① 자동차관리법에 의한 자동차
- ② 선박법에 의한 선박
- ③ 세탁기
- ④ 전기 냉방기

50. 표시·광고의 공정화에 관한 법률상 사업자단체가 당해 사업자단체에 가입된 사업자에 대하여 표시·광고를 제한하는 행위를 할 수 있는 경우가 아닌 것은?

- ① 법령에 의하는 경우
- ② 사업자단체의 계속적인 존속을 위한 경우
- ③ 공정거래위원회가 공정한 거래질서를 유지하기 위하여 필요하다고 인정하는 경우
- ④ 공정거래위원회가 소비자의 이익을 보호하기 위하여 필요하다고 인정하는 경우

【3과목】 소비자 교육 및 정보제공 (25문제)

51. 바니스터와 몬스마(Bannister & Monsma)의 소비자교육 개념 분류에서 대분류에 해당하는 것은?

- ① 의사결정, 자원관리, 시민참여
- ② 의사결정과정, 재무계획, 소비자보호
- ③ 자원관리, 재무계획, 시민참여
- ④ 소비자보호, 의사결정, 자원관리

52. 소비자능력을 구성하는 3가지 요소는?

- ① 지식, 태도, 가치관
- ② 지식, 태도, 기능
- ③ 태도, 기능, 가치관
- ④ 지식, 기능, 가치관

53. 다음 중 소비자 정보의 특징이 아닌 것은?

- ① 일단 공개된 소비자 정보는 배타성을 갖는다.
- ② 공급자와 소비자 간에 정보의 비대칭성이 존재한다.
- ③ 소비자 정보는 사용해도 소진되지 않으므로 반복해서 계속적으로 사용할 수 있다.
- ④ 소비자의 정보처리능력에 비해 정보량이 지나치게 많으면 의사결정의 효율성이 떨어진다.

54. 기업에서 소비자와 관련된 기업의 내·외부 정보를 분석, 통합하여 고객특성에 기초한 마케팅활동을 계획하고 지원하며 평가하는 과정은?

- ① 대중마케팅
- ② 세분화 마케팅
- ③ CRM
- ④ OLAP

55. 소비자 교육에 대한 소비자의 요구를 분석하는 방법 중 합의된 전문가들의 의견을 이끌어 냄으로써 소비자의 요구를 파악할 수 있는 방법은?

- ① 델파이법(Delphi Method)
- ② 조사연구(Survey Method)
- ③ 관찰법(Observation Method)
- ④ 사례조사법(Case Study Method)

56. 소비자 교육과 소비자 정보의 관계로 가장 적합한 표현은?

- ① 소비자 교육과 소비자 정보는 보완재의 관계이다.
- ② 소비자 교육과 소비자 정보는 대체재의 관계이다.
- ③ 소비자 교육과 소비자 정보는 정상재의 관계이다.
- ④ 소비자 교육과 소비자 정보는 열등재의 관계이다.

57. 다음 중 노인소비자 교육을 시행할 때 주의해야 할 사항으로 틀린 것은?

- ① 충분한 시간을 준다.
- ② 학습자의 참여를 권장한다.
- ③ 시각매체에 전적으로 의존한다.
- ④ 노인의 일상경험과 관련된 주제를 사용한다.

58. 시장의 상황을 파악할 수 있도록 도와주는 소비자 정보는?

- ① 평가기준에 관한 정보
- ② 사용방법에 관한 정보
- ③ 대체안의 존재에 관한 정보
- ④ 각 상표의 특징 및 장단점에 관한 정보

59. 소비자 교육프로그램의 평가에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 활동의 과정 속에서 일어난 여러 다양한 사상들이 바람직한지를 평가한다.
- ② 교육상황 속에서 문제를 발견, 진단, 해결은 물론 문제를 예방하는 활동까지 포함한다.
- ③ 차후의 의사결정이나 정책수립을 촉진하기 위한 출발점이 된다.
- ④ 시간적, 경제적 효율성 측면을 고려하여 일회성으로 평가한다.

60. 소비자 정보 격차에 대한 대응 정책 방향으로 옳은 것은?

- A. 지역편중 없는 정보통신 인프라의 정비
- B. 소비자 정보 이용능력 함양
- C. 정보통신기기와 소프트웨어의 다양성과 전문성 확충
- D. 소비자 정보 이용 비용 상향으로 정보서비스 확충

- ① A, B
- ② B, D
- ③ C, D
- ④ A, C

61. 교사와 학생이 구체적인 교육의 목적을 설정하고 그 목적달성을 위한 계획을 세운 후 실제로 직접 실행해 보고 효과를 평가하는 일련의 학습방식은?

- ① 사례연구
- ② 문제해결학습
- ③ 구안학습
- ④ 델파이법

62. 소비자 교육프로그램을 설계하는 일반적인 과정을 바르게 나열

- A. 소비자의 특성 및 학습능력 분석
B. 수업목표 진술
C. 교수방법, 매체, 자료의 선정
D. 선정된 매체와 자료의 활용
E. 학습자 참여요구
F. 평가 및 수정

한 것은?

① A → B → C → D → E → F

② A → C → D → B → E → F

③ A → E → B → C → D → F

④ A → B → E → C → D → F

63. 다음 () 안에 들어갈 가장 알맞은 것은?

Tyler는 소비자 교육프로그램 내용 설계시 고려해야 할 원리를 제시하였다. 그중 (A)은 학습내용의 단순반복이 아닌, 점차로 경험의 수준을 높여 더욱 깊이 있고 다양한 학습경험을 할 수 있도록 조직하는 것이며, (B)은 각 학습경험을 횡적으로 상호 보충·보강되도록 조직하는 것이다.

① A - 계열성, B - 통합성

② A - 계속성, B - 계열성

③ A - 통합성, B - 계속성

④ A - 계열성, B - 계속성

64. 소비자정보시스템을 구축한 후 기업에서 시스템 내의 소비자정보를 활용할 때 이용되는 R-F-M 공식에 포함되지 않는 요소는?

① 최근의 구매시기

② 구매빈도

③ 구매금액

④ 구매장소

65. 제품 사용 설명서의 제작원칙이 아닌 것은?

① 제품의 구조와 성능에 대한 이해를 극대화시킨다.

② 사용자(소비자)의 입장에서 제작한다.

③ 기획, 집필, 그래픽 등의 과정을 다양하게 유지한다.

④ 쉽고 정확하게 서술한다.

66. 정보가 소비자 정보로서 기능을 다하기 위해서 갖추어야 할 요건 및 그에 대한 설명이 바르게 연결된 것은?

① 경제성 - 적은 비용으로 정보획득이 가능해야 한다.

② 적시성 - 정보는 사실에 근거한 것으로 정확해야 한다.

③ 의사소통의 명확성 - 정보를 필요로 할 때 획득 가능해야 한다.

④ 신뢰성 - 구매의사결정에 도움이 될 수 있는 최근의 정보이어야 한다.

67. 다음 중 성인소비자 대상의 소비자교육 원리를 바르게 짚지 않은 것은?

① 자발성, 현실성, 다양성, 능률성, 참여성

② 자발성, 현실성, 단발성, 능률성, 의존성

③ 자발성, 현실성, 전문성, 능률성, 습관성

④ 자발성, 현실성, 요구성, 능률성, 봉사성

68. 소비자 교육 방안 중 학습자를 개별화시켜 학습자 자신에게 맞는 속도로 소비자 능력을 개발시키는 접근 방안은?

① 디킨슨(Dickinson)의 발달적 접근방법

② 에드워즈(Edwards)의 공공정책 접근방법

③ 허만(Herrmann)의 역사적 접근방법

④ 메이어(Mayer)의 능력에 기초한 소비자 교육 접근방법

69. 다음 중 중립적인 소비자정보원천으로 분류 가능한 것은?

① TV광고

② 신문기사

③ 판매원의 제품 설명

④ 사용경험이 있는 친구의 설명

70. 소비자교육 프로그램을 평가하는 올바른 자세가 아닌 것은?

① 프로그램 평가는 문제를 발견, 진단, 치료하는 활동은 물론 예방하는 활동까지 포함해야 한다.

② 프로그램 평가는 프로그램의 목적 및 수행방향뿐만 아니라 진도와 속도까지도 고려해서 행해져야 한다.

③ 프로그램 평가는 가치판단은 배제하고, 순수한 경험적·실증적 접근에 의해서 행해져야 한다.

④ 프로그램의 평가는 지속적이고 종합적으로 이루어져야 한다.

71. 다음 중 소비에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 소비는 인간의 욕구를 충족시키기 위해 재화를 사용하는 것이다.
- ② 소비란 소비자들이 만족을 창출하기 위해 시간과 자원을 결합시키는 활동이다.
- ③ 오늘날의 소비는 재화와 서비스를 획득, 구매, 사용, 처분하는 경제행위만을 의미한다.
- ④ 소비활동의 결과는 생태계 파괴와 자원고갈, 환경오염과 같은 문제를 야기한다.

72. 소비자교육 프로그램을 효과적으로 체계화하기 위한 방안과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 소비자교육 프로그램 내용의 편종을 지양하고 다양화를 시도해야 한다.
- ② 소비자의 입장에서 생활가치를 수호하기 위한 소비자교육 프로그램이 개발되어야 한다.
- ③ 소비자교육을 생활화하기 위해서는 실생활보다는 이론에 중점을 둔 소비자교육 프로그램을 개발해야 한다.
- ④ 구를 충족시키도록 소비자교육 프로그램 내용을 설정해야 한다.

73. 소비자교육을 위한 요구분석(Need Assessment)의 필요성과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 소비자교육에 대한 교육적 요구를 파악하고 우선순위를 결정할 수 있다.
- ② 소비자의 동기유발이 가능하게 되며, 소비자교육 참여도를 높일 수 있다.
- ③ 소비자가 인식하지 못한 교육내용은 다루지 않음으로써 시간을 절약할 수 있다.
- ④ 소비자 집단이 동질적이지 못한 경우 공유된 가치를 전달할 수 있다.

74. 청소년 소비자의 소비행동 특성과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 수동적, 소극적 특성이 있다.
- ② 과소비 성향이 있다.
- ③ 충동구매 성향이 있다.
- ④ 또래집단의 영향력이 크다.

75. 기업경영에 필요한 소비자 정보와 가장 거리가 먼 것은?

- ① 직접구매활동과 관련된 정보
- ② 소비자 성향 분석 자료
- ③ 경쟁력 확보를 위한 정보
- ④ 경영기반 확립을 위한 정보

【4과목】 소비자과 시장 (25문제)

76. 다음 중 건전한 소비문화정착을 위해 바람직하지 못한 것은?

- ① 경제적 합리성 추구
- ② 자아정체감의 확립
- ③ 지속 가능한 소비의 지향
- ④ 편의 지향적 소비의 지향

77. 효율적 정보탐색에 관한 설명으로 옳은 것은?

- ① 대체로 가격이 높으면 제품의 질도 좋을 것이라는 것은 대부분의 제품분야에서 성립한다.
- ② 정보탐색을 많이 할수록 구매이득이 높아질 것이다.
- ③ 정보탐색비용을 고려하여 정보탐색량이 달라진다.
- ④ 사용후기는 제품에 대한 정확한 정보를 가장 잘 알려준다.

78. 구매 후 소비자평가에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 자아개입도가 높을수록 강한 불만호소행동을 한다.
- ② 불만호소행동의 효익이 높을수록 강한 불만호소행동을 한다.
- ③ 소비자가 만족하면 상표전환을 한다.
- ④ 소비자가 만족하면 상표충성도가 높아진다.

79. 다음 중 중독소비에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 강박적 소비라고도 한다.
- ② 소비자들의 상위 지향적 욕망 때문에 꼭 필요하지도 않은 소비를 하는 것을 말한다.
- ③ 소비를 통해 불만을 해소하거나 대리 만족을 느낀다.
- ④ 일종의 병적으로 습관적으로 구매하는 것을 말한다.

80. 특정 상황에서 어떤 대상에 대해 개인이 지각하는 중요성에 따라 소비자의사결정 과정, 정보처리과정, 태도형성과정 등이 달라지는 이유는?

- ① 개성의 차이
- ② **관여도의 차이**
- ③ 감정의 차이
- ④ 태도의 차이

81. 다음 중 제품의 상징성을 통해 자신의 지위를 획득하거나 타인에게 부를 보여주기 위한 구매는?

- ① 충동소비
- ② 모방소비
- ③ **과시소비**
- ④ 중독소비

82. 지속 가능한 소비에 관한 설명으로 틀린 것은?

- 지속 가능한 소비를 통해서 소비자에게는 동일한 최적 수
- ① 준의 서비스를 제공하면서 환경파괴와 자원낭비를 감소시키는 것이 목적이다.
 - ② **과거의 이상적인 소비수준을 현재까지 유지할 수 있는 소비를 의미한다.**
 - ③ 미래 세대의 요구를 희생시키지 않고 현 세대의 욕구를 충족시키는 소비를 의미한다.
 - ④ 1994년 오슬로 심포지엄에서는 의미를 구체화하였다.

83. 다음 중 기만적 판매상술의 유형이 잘못 짝지어진 것은?

- ① **최면상술, 향기마케팅**
- ② 네거티브 옵션, 홈파티
- ③ 허위(신분사칭)상술, 피라미드상술
- ④ 캐치세일, 강습회상술

84. 소비자 구매의사결정 절차를 바르게 나열한 것은?

- ① 정보탐색 → 대안평가 → 구매 → 문제인식 → 구매 후 평가
- ② 대안평가 → 문제인식 → 정보탐색 → 구매 → 구매 후 평가
- ③ 문제인식 → 대안평가 → 정보탐색 → 구매 → 구매 후 평가
- ④ **문제인식 → 정보탐색 → 대안평가 → 구매 → 구매 후 평가**

85. 제품수명주기상 도입기의 촉진예산이 주로 지출되는 항목으로 가장 적합한 것은?

- ① 경연과 추첨
- ② 선택적 수요의 창출
- ③ **일차적 수요의 창출**
- ④ 브랜드충성의 유지

86. 다음 중 소비자의사결정에 영향을 미치는 개인적 요인이 아닌 것은?

- ① 지식
- ② 개성
- ③ 라이프스타일
- ④ **가족**

87. 다음이 설명하고 있는 충동구매 유형으로 옳은 것은?

충동적 성향이 강한 소비자들은 자극이 고조되면 반응하는 경향이 있다. 그러므로 유통업체는 소비자들을 자극하고 이러한 반응을 유도하기 위해 사람들의 왕래가 많거나 눈에 잘 띄는 곳에 특정상품을 진열한다.

- ① 동적 충동구매
- ② **즉각적 충동구매**
- ③ 무의식적 충동구매
- ④ 무분별적 충동구매

88. 다음 중 유통의 기능과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 거래의 표준화를 제공한다.
- ② 구매자와 판매자들의 탐색기능을 활성화시킨다.
- ③ **상품거래에 필요한 거래횟수를 증가시킨다.**
- ④ 제품의 구색을 갖춘다.

89. 상품가격의 끝자리수를 짝수 대신 홀수로 마무리하여 상대적으로 저렴하게 느껴지도록 하는 가격전략은?

- ① 단위가격(Unit Pricing) 전략
- ② 로스리더(Loss-leader) 전략
- ③ **단수가격(Odd Pricing) 전략**
- ④ 오픈프라이스(Open Price) 전략

90. 소비자의사결정에서 관여도에 영향을 미치는 요인이 아닌 것은?

- ① 소비자 개인의 성향
- ② 제품의 특성
- ③ 인지 활동
- ④ 상황적 요인

91. 소비자의사결정과정에서 소비자의 외적 정보탐색의 정도를 좌우하는 요소가 아닌 것은?

- ① 제품적 특성
- ② 위기적 특성
- ③ 상황적 특성
- ④ 개인적 특성

92. 다음 중 소비자의 라이프스타일을 측정하는 데 사용하는 변수와 가장 거리가 먼 것은?

- ① 소비자의 관심(Interests)
- ② 소비자의 행동(Activities)
- ③ 소비자의 의견(Opinions)
- ④ 소비자의 규범(Norms)

93. 제품의 수명주기에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 도입기 - 제품 구매 후 서비스받기가 용이하다.
- ② 성장기 - 판매량과 이익이 증가한다.
- ③ 성숙기 - 기업의 품질개선전략이 활발하다.
- ④ 쇠퇴기 - 일반적으로 구매의 최적기이다.

94. 광고매체 유형별 특성의 비교설명으로 틀린 것은?

- ① TV - 노출시간이 짧다.
- ② 라디오 - 청각에만 의존한다.
- ③ 옥외광고 - 광고대상 집단 선별성이 높다.
- ④ 직접운편 - 동일한 매체 내에 광고경쟁이 없다.

95. 전통사회, 산업자본주의사회, 후기자본주의사회로 사회가 변화하면서 소비 의미도 변화하였다. 이에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 전통사회에서는 존재실현을 위한 물품의 사용이 소비에 해당하며 사용가치를 창출하기 위한 것이었다.
- ② 전통사회에서의 교환은 다른 사람들의 사용가치를 충족시키기 위한 것이었다.
- ③ 산업자본주의사회에서의 소비는 만족을 위한 상품의 구매를 의미하고 상품생산의 목표는 사용가치를 통한 만족 추구이다.
- ④ 후기자본주의사회에서 소비는 이미지를 산출하는 것으로 자신을 타인과 구별하는 사회적 행위이다.



전자문제집 CBT(App Store) : [\[다운로드\]](#)



전자문제집 CBT(Google Play) : [\[다운로드\]](#)

96. 다음 중 특성이론에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 소비자가 상품이 아닌 상품의 속성이나 특성으로부터 효용을 얻는다고 보는 시각이다.
- ② 전통적인 소비자수요이론과는 달리 예산조건에 의해 제약받지 않는 최적선택을 설명한다.
- ③ 랭커스터(Lancaster)라는 학자에 의해 제기된 이론이다.
- ④ 특성이론에서 효율곡선(Efficiency Frontier)은 주어진 예산으로 최대의 특성치를 얻을 수 있는 점들을 연결한 선이다.

97. 다음 중 과점시장에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 시장 내 기업수가 소수이다.
- ② 독점시장보다 진입장벽이 약하다.
- ③ 전력, 철도산업이 이에 속한다.
- ④ 과점기업 간의 상호의존관계가 매우 높다.

98. 다음 중 전자상거래의 특징에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 유통과정은 복잡하나 소비자는 저렴한 가격으로 제품을 구입할 수 있다.
- ② 한정된 지역의 상권에서 제한된 영업시간에 거래하는 전통적인 상거래와 구분된다.
- ③ 인터넷 상거래는 소비자의 쌍방향통신을 통한 상호적인 마케팅 활동이다.
- ④ 사업비용의 감소는 제품가격을 낮추는 데 긍정적인 영향을 미쳐 소비자들은 양질의 제품을 보다 저렴하게 구입할 수 있다.

99. 제품 또는 서비스 구매시 실제적 가격분산과 인지적 가격분산이 모두 크다면 소비자의 탐색특성과 구매의사결정의 효율성은?

① 많은 탐색이 필요하며, 탐색의 효율성에 따라 이익 또는 손해를 본다.

② 필요 이하로 탐색하며, 소비자들은 필요 이상으로 가격을 지불하여 손해를 본다.

③ 필요 이상으로 탐색하며, 소비자들은 매우 낮은 가격으로 구매할 가능성이 높다.

④ 아주 적은 탐색이 필요하며, 소비자들은 매우 낮은 가격으로 구매하여 이익을 본다.

100. 많은 사람들이 사는 상품을 나도 사려고 하는 즉, 유행하는 것을 사고자 하는 소비성향을 무엇이라 하는가?

① 베블런 효과(Veblen Effect)

② 밴드웨건 효과(Bandwagon Effect)

③ 스nob 효과(Snob Effect)

④ 디더롯 효과(Diderot Effect)