

2015년03월08일년 소비자전문상담사 2급 필기시험 기출문제 답안

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

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

최신 수정 자료와 해설(오타 • 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. 전화상담시 주의해야 할 사항으로 바람직하지 않은 것은?**

- ① 소비자(상대방)가 전화를 끊은 다음 수화기를 놓는다.
- ② 전화로 받은 주요한 용건이나 숫자일 경우 복창하여 확인한다.
- ③ 소비자의 말을 경청하는 동안 적당한 응대의 말을 진행한다.
- ④ 의사소통의 이해를 돕기 위해 의식적으로 너무 느리다는 느낌이 들도록 천천히 말한다.

2. 구매단계별 소비자상담에 관한 설명으로 가장 적합한 것은?

- ① 구매 전 상담 - 1960년대 이후 소비자단체의 주요 역할이다.
- ② 구매 시 상담 - 상담자는 합리적인 평가보다는 소비자의 선택에 주관적인 지지를 보내는 것이 필요하다.
- ③ 구매 후 상담 - 소비자문제 및 피해를 효과적으로 구제하고 보상한다.
- ④ 구매 후 상담 - 소비자피해를 예방하기 위함이 중요한 기능이다.

3. 일반적 소비자분쟁해결 기준의 내용으로 틀린 것은?

- ① 품질보증기간 - 사업자가 품질보증서에 품질보증기간을 표시하지 않았거나 소비자분쟁 해결기준에 없는 경우, 유사제품의 품질보증기간을 적용하고 이에 해당하지 않는 경우 2년으로 한다.
- ② 수리비부담기준 - 천재지변에 의한 고장의 경우 품질보증기간 이내라 하더라도 유상수리를 하는 것이 원칙이다.
- ③ 환급기준 - 환급해주는 경우 증서 또는 영수증에 기재된 제품이나 서비스의 가격을 기준으로 환급한다.
- ④ 할인판매기간에 구입한 제품의 교환 및 환급 - 할인판매기간에 할인된 가격으로 구입한제품에 하자가 발생하여 교환하고자 하는 경우, 가격 차이와 관계없이 동일제품으로 교환해 주어야 한다.

4. 사업자의 채무불이행이나 불법행위로 인하여 손해배상책임이 발생할 때, 소비자에게 손해발생 또는 확대에 대한 과실이 있는 경우 이 사실을 참작하여 사업자의 손해배상책임을 감면해주기 위한 제도는?

- ① 위약금
- ② 손익상계
- ③ 과실상계
- ④ 손해배상

5. 소비자상담사의 기본자세와 자질로 옳지 않은 것은?

- ① 소비자의 입장에서 생각하고 이해하는 자세를 갖는다.
- ② 소비자의 성격을 파악하여 상담의 형태나 대화를 변화시킬 수 있어야 한다.
- ③ 명확한 표현을 사용하고 소비자가 주로 말을 할 수 있도록 유도해야 한다.
- ④ 기업 상담실에서 업무를 수행하는 경우 해당기업의 입장을 옹호하여 기업을 이해할 수 있도록 적극 설득한다.

6. 소비자가 상품 및 용역의 구매 전 상담 시 얻을 수 있는 이득이 아닌 것은?

- ① 소비자의 구매 의사결정을 위한 정보 습득
- ② 합리적, 현명한 소비를 위한 다양한 상품정보 습득
- ③ 상품, 용역의 품질, 기능, 장단점에 대한 정보 습득
- ④ 정보분석을 통한 직접적인 구매 권유로 소비자의 효율적인 의사결정에 기여

7. 소비자상담 기법 중 의견구하기 기법에 해당하는 것은?

- ① 예를 하나 들어주시겠습니까?
- ② 그것은 정말 화가 나는 일이네요.
- ③ 당신이 말하고자 하는 바는 이런 것이군요.
- ④ 그런 일이 내게 일어났다면 너무 화가 났을 거예요.

8. 소비자단체에 의한 상담 및 피해구제에 관한 내용 중 틀린 것은?

- ① 소비자의 대리인이 되어 문제해결에 적극적으로 임한다.
- ② 소비자문제에 대해 여론을 조성하여 사회적 제재를 가한다.
- ③ 위해상품, 부당한 서비스 등에 관해 해당기업에 시정을 요구한다.
- ④ 다수의 피해가 발생한 소비자문제에 대해 정책입안의 결정권을 갖는다.

9. 서비스의 특징에 해당하는 것으로만 짝지어진 것은?

- ① 무형성, 사전인식가능성, 비저장성
- ② 무형성, 일과성, 불가역성
- ③ 일과성, 가역성, 저장성
- ④ 유형성, 불가역성, 사전인식불가능

10. 소비자분쟁해결기준에 따른 인터넷 쇼핑몰업 분쟁유형 중 해결 기준으로 틀린 것은?

- ① 부당한 대금이 청구되었을 경우, 청구취소 또는 부당대금을 환급해야 한다.
- ② 계약해제의 경우, 소비자가 선급한 금액에 대한 환급은 해제일로부터 영업일 기준 5일 이내에 받을 수 있다.
- ③ 배송과정에서 훼손되거나 다른 물품 및 요역이 공급된 경우 제품교환 또는 구입가 환급이 가능하다.
- ④ 인터넷상에서 대금을 지불하고 제품을 구입하였으나 배송이 지연되는 경우 소비자는 계약해제를 할 수 있다.

11. 구매 시 소비자 상담원에게 요구되는 능력 중 가장 거리가 먼 것은?

- ① 회사의 경영방침, 사규, 지점들의 현주소 및 조직 등에 대한 정보를 습득하여 활용하도록 한다.
- ② 소비자가 안심하고 구매할 수 있도록 상품의 기능, 용도, 장점 및 단점, 생산과정 등에 대한 지식을 익혀둔다.
- ③ 소비자가 확신이 부족할 경우 도움을 요청하면 객관적 평가정보를 제공하여 합리적인 의사결정을 도울 수 있도록 한다.
- ④ 소비자와의 상담 및 불만내용들을 관련 부서에 피드백을 해주고, 하자상품의 보수문제 등에 대해 피해구제를 받을 수 있도록 한다.

12. 부당광고로 인한 소비자피해를 예방하고 구제하는 방법이 아닌 것은?

- ① 부당광고를 한 사업자는 부당한 광고에 대한 정정광고를 내보낸다.
- ② 부당광고로 인해 발생하는 민사적 피해구제방법은 계약해소와 손해배상 등이 있다.
- ③ 회복하기 어려운 손해가 발생할 우려가 있는 경우 공정거래위원회는 임시중지명령을 내린다.
- ④ 부당광고로 인하여 손해를 입은 경우 소비자는 부당광고를 통한 사업자의 과실을 실증해야 한다.

13. 인터넷 거래를 통해 발생하는 소비자피해구제 방법 중 틀린 것은?

- ① 허위·과장광고에 의한 계약 체결에 대해서는 계약해제가 가능하다.
- ② 물품이나 용역이 미인도 된 경우 계약해제 및 손해배상이 이루어진다.
- ③ 배송과정에서 훼손되거나 제대로 공급이 안 된 경우 제품교환 또는 구입가 환급이 가능하다.
- ④ 소비자가 분쟁의 발생사실을 소명하여 요청한 경우라도 배송업자는 배송 관련 기록의 열람 및 제공이 금지되어 있다.

14. 제3자의 개입강도를 기준으로 봤을 때 강도 순으로 나열된 것은?

- ① 협상 - 중재 - 조정 - 판결
- ② 조정 - 협상 - 중재 - 판결
- ③ 협상 - 조정 - 중재 - 판결
- ④ 중재 - 조정 - 협상 - 판결

15. 소비자분쟁해결기준의 성격으로 적절하지 않은 것은?

- ① 행정기관이 결정한 “고시”로서 사업자에 대한 법적 강제력이 없다.
- ② 물품의 제조·판매·수입업자가 규정의 적용을 받고, 용역의 제공자는 제외된다.
- ③ 소비자문제해결 및 상담을 위한 실질적인 지침으로서 활용된다.
- ④ 소비자와 사업자 간의 분쟁을 원활하게 해결하기 위한 최저기준이다.

16. 소비자 피해유형에 따른 피해구제 방법으로 옳은 것은?

- ① 세탁업자가 세탁물을 찾아가라고 서면으로 통지한지 20일이 지나도 소비자가 찾아가지 않으면 세탁물에 문제가 있어도 사업자는 책임지지 않는다.
- ② 소비자 사정으로 여행계약 취소 시 국내여행은 출발 5일 전, 해외여행은 20일 전에 계약취소를 여행사에게 통보하면 계약금 환급이 가능하다.
- ③ 유선방송을 신청하고 계약기간 내에 서비스가 안 되는 지역으로 이사했을 경우, 가입설치비를 환급받을 수 있다.
- ④ 택배관련 표준약관에 따르면 택배업체 운송 도중 물건이 파손되면 운송장에 기재된 물건 가액을 기준으로 손해액을 지급받을 수 있다.

17. 불만호소 고객관리에 대한 설명 중 가장 거리가 먼 것은?

- ① 고객들이 이용할 수 있도록 고객불평처리절차에 대한 홍보가 잘 되어있어야 한다.
- ② 불평처리가 빨리 될수록 고객만족이 증가하므로, 처리의 신속성이 중요하다.
- ③ 비공식적인 처리단계에서는 가능한 빨리 부드럽게 말로 처리하는 것이 좋으나, 공식적인 단계에서는 반드시 문서로 적은 내용에 동의하고 사실에 대한 조사를 한다.
- ④ 공정성의 유지를 위해 기업규칙을 반드시 따르도록 하고, 정해진 규칙에 의해서만 고객들을 다룬다.

18. 단호한 태도의 소비자를 대상으로 할 때 소비자상담사가 취해야 할 대응전략과 거리가 먼 것은?

- ① 소비자가 도착하기 전에 정보와 필요한 양식, 세부적인 사항 및 보증서 등을 미리 준비해 둔다.
- ② 소비자의 질문에 간결하고 직접적이며 사실적인 대답을 하도록 한다.
- ③ 제품이나 서비스와 관련된 소비자의 배경이나 경험에 대해 구체적으로 개방형의 질문을 한다.
- ④ 대안으로 적은 양의 정보를 제공하는 대신 소비자가 말할 기회를 제공하도록 한다.

19. 정부 및 행정기관의 소비자상담 역할과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 소비자 권리 실현
- ② 불만 상품의 직접 교환 및 환불
- ③ 소비생활 전반에 관련된 다양한 정보 제공
- ④ 생애 학습으로 연결되는 소비자 교육 실시

20. 인바운드 소비자상담의 일반적인 순서를 바르게 나열한 것은?

- ① 고객 문의내용 파악 → 고객 상황 탐색 → 해결방안제시 → 요약 및 종결
- ② 고객 상황 탐색 → 고객 문의내용 파악 → 해결방안제시 → 요약 및 종결
- ③ 해결방안 제시 → 고객 문의내용 파악 → 고객 상황 탐색 → 요약 및 종결
- ④ 고객 문의내용 파악 → 해결방안 제시 → 고객 상황 탐색 → 요약 및 종결

21. 고객만족 경영을 실천하는 사례로 보기 어려운 것은?

- ① 고객만족 경영은 비용을 유발하여 수익을 낮추는 결과를 초래하므로 기업 경영의 성과를 장기적인 관점에서만 고려해야만 한다.
- ② 홈쇼핑업체는 소비자들의 구매위험도를 낮추기 위해 30일 이내에 조건없는 환불 시스템을 운영하고 있다.
- ③ 대형 쇼핑몰에서는 입주상인을 대상으로 불친절한 상점에 대해 강제로 휴점을 시키는 제도를 운영하고 있다.
- ④ 특정한 모델의 컴퓨터를 사면 2년 후 무상으로 업그레이드를 시켜주는 시스템을 운영하고 있다.

22. 소비자상담에 적합한 상담기술이 아닌 것은?

- ① 상담 도중 소비자와 눈맞춤을 하여야 한다.
- ② 소비자가 말하는 도중 가끔 고개를 끄덕인다.
- ③ 소비자를 향해 몸을 약간 숙이고 개방적인 자세를 취한다.
- ④ 소비자가 말하는 동안 다음에 자신이 무슨 말을 할 것인지 미리 생각해두어야 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. 정부 행정기관의 소비자상담 특성이 아닌 것은?

- ① 다양한 분야의 전문 위원회를 설치하여 분쟁을 조정하고 있다.
- ② 소비생활 태도 개선을 위한 캠페인 업무에 주력하고 있다.
- ③ 상담을 통해 기업과 소비자 사이에서 중재자로서, 최종 해결자로서의 역할을 수행하고있다.
- ④ 지방자치단체는 기본적으로 소비자보호를 추구하기 위하여 한 조례를 제정하고, 필요한 행정조직을 정비, 시책수립 및 소비자조직 활동을 지원하고 육성할 책임이 있다.

25. 소비자의 구체적인 욕구를 알아내기 위한 방법으로 옳은 것은?

- ① 똑같은 정보를 부정적으로 질문해야 구체적 욕구를 알아낼 수 있다.
- ② 시간과 노력을 절약하기 위해 정보에 대해 구체적으로 질문할 필요는 없다.
- ③ 구체적인 욕구를 끌어내기 위해서는 소비자가 질문한 것에 대해 비판하지 않는다.
- ④ 소비자가 질문한 것에 대하여 좋은 방법을 제시하기 위해서는 비판적으로 표현해야 한다.

【2과목】 소비자 관련법 (25문제)

26. 제조물책임법상 면책사유에 해당하지 않는 것은?

- ① 제조업자가 당해 제조물을 공급하지 아니한 사실
- ② 피해자가 제조물의 결함을 안 때의 과학·기술 수준으로 결함의 존재를 발견할 수 없다는 사실
- ③ 제조물의 결함이 제조업자가 당해 제조물을 공급할 당시의 법령이 정하는 기준을 준수함으로써 발생한 사실
- ④ 원재료 또는 부품의 경우에는 당해 원재료 또는 부품을 사용한 제조물 제조업자의 설계 또는 제작에 관한 지시로 인하여 결함이 발생하였다는 사실

27. 약관의 규제에 관한 법률에 따라 약관의 명시·교부의무가 면제되는 업종을 모두 나열한 것은?

- A. 수도사업
- B. 여객운송업
- C. 건물임대업
- D. 금융업
- E. 우편업
- F. 공중전화 서비스 제공 통시업
- G. 전기·가스 사업

- ① A, B, C, D, E
- ② A, B, E, F, G
- ③ B, C, D, E, F
- ④ C, E, E, F, G

28. 다음 사례에 대한 설명으로 틀린 것은?

분양받은 아파트에 샹시를 270만원에 시공한다는 안내 팸플릿을 보고 계약금 30만원을 송금하며 계약을 체결하였다. 이후 다른 업자들이 동일 평형의 샹시를 200만원에 시공한다는 광고를 보고 계약을 해제하려고 하였으나 사업자는 계약해제는 불가능하다고 한다.

- ① 가격차이를 이유로 계약해제가 가능하고 계약금 30만원을 돌려받을 수 있다.
- ② 소비자가 이미 지불한 계약금 30만원을 포기하고 계약해제가 가능하다.
- ③ 동종상품이라도 판매가격은 거래장소나 시기 등 여러 가지 요인에 의해 차이가 발생하므로 계약을 해제할 수 없다.
- ④ 만일 사업자가 계약을 해제하려면 이미 지급받은 금액의 2배를 상환하여야 한다.

29. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률에 따라 다음의 () 안에 들어갈 내용으로 옳은 것은?

통신판매업자는 청약 받은 재화 등을 공급하기 곤란하다는 것을 알았을 때에는 () 그 사유를 소비자에게 알려야 하고, 선지급식 통신판매의 경우에는 소비자가 그 대금의 전부 또는 일부를 지급한 날부터 () 이내에 환급하거나 환급에 필요한 조치를 하여야 한다.

- ① ㄱ : 지체 없이, ㄴ : 3일
- ② ㄱ : 지체 없이, ㄴ : 3영업일
- ③ ㄱ : 3일 이내, ㄴ : 3일
- ④ ㄱ : 3일 이내, ㄴ : 3영업일

30. 약관의 규제에 관한 법률에 따른 약관에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 대법원은 약관은 단순히 계약의 초안에 불과하기 때문에 구속력을 갖기 위해서는 당사자들이 이를 계약에 편입시켜야 한다는 계약설의 입장을 받아들였다.
- ② 약관의 조항 중 의미가 명확하지 않으면 고객에게 유리하게 해석하여야 한다.
- ③ 약관에 의한 거래에 있어서 경우에 따라서는 어떤 사항에 관하여 당사자가 약과조항과는 다른 내용의 합의를 할 수도 있다.
- ④ 약관에 의한 계약체결에 있어서 약관의 전부나 일부가 무효인 경우에 그 계약의 효력은 이른바 전부무효의 원칙에 따라 처리되어야 한다.

31. 약관의 규제에 관한 법률상 표준약관제도에 관한 내용이 아닌 것은?

- 사업자 및 사업자단체는 건전한 거래질서를 확립하고 불공정한 내용의 약관이 통용되는 것을 방지하기 위하여 일
- ① 정한 거래 분야에서 표준이 될 약관을 마련하여 그 내용이 이 법에 위반되는지 여부에 관하여 공정거래위원회에 심사를 청구할 수 있다.

- 한국소비자원, 소비자단체, 소비자는 소비자 피해가 자주
- ② 일어나는 거래 분야에서 표준이 될 약관을 마련할 것을 공정거래위원회에 요청할 수 있다.

- 공정거래위원회는 표준약관의 사용을 활성화하기 위하여 표준약관 표지를 정할 수 있고, 사업자 및 사업자단체는 표준약관을 사용하는 경우 공정거래위원회가 고시하는 바에 따라 표준약관 표지를 사용할 수 있다.
- ③

- 사업자 및 사업자단체는 표준약관과 다른 내용을 약관으로 사용하는 경우 표준약관 표지를 사용하여서는 아니 된다.
- ④

32. 다음의 경우 할부거래에 관한 법률상 소비자가 카드사를 상대로 취할 수 있는 방법은?

할부로 구입한 TV가 사업자의 하자담보책임기간과 할부기간도 끝나기 전에 고장이 나서 판매업자에게 연락해도 차일피일 수리를 미루고 있다. 그러나 카드할부금은 은행계좌에서 계속 인출되고 있다.

- ① 청약철회
- ② 해약통보
- ③ 취소권
- ④ 항변권

33. 약관의 규제에 관한 법률에 따른 약관에 대한 설명 중 옳은 것은?

- ① 약관이라는 명칭 이외에 계약서나 약정과 같은 명칭을 사용할 수 없다.
- ② 계약의 부수적인 의무에 관한 것은 약관이 아니다.
- ③ 계약내용의 대부분은 개별약정으로 정하고 일부만 약관으로 정하여도 상관없다.
- ④ 약관은 반드시 별도의 서면으로 작성되어야 한다.

34. 공정거래위원회 또는 시·도지사가 전자상거래 또는 통신판매를 함에 있어서 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률의 위반행위와 관련하여 소비자의 피해구제 신청이 있는 경우 시정권고 또는 시정조치 등을 행하기 전에 조정을 의뢰할 수 있는 소비자피해분쟁조정 기구로서 틀린 것은?

- ① 유통산업발전법에 의해 설립된 유통분쟁조정위원회
- ② 콘텐츠산업진흥법에 의해 설립된 콘텐츠분쟁조정위원회
- ③ 전자거래기본법에 의해 설립된 전자거래분쟁조정위원회
- ④ 소비자기본법에 의해 설립된 소비자분쟁조정위원회

35. 방문판매 등에 관한 법률과 시행령의 적용범위에 해당되는 경우는?

- ① 방문판매원을 두지 아니하는 방문판매업자가 직접 생산한 재화 등을 방문판매하는 거래
- ② 사업자라 하더라도 사실상 소비자와 같은 지위에서 다른 소비자와 같은 거래조건으로 거래하는 경우
- ③ 개인이 독립된 자격으로 공급하는 재화 등의 거래로서 가공되지 아니한 농산물을 방문판매하는 거래
- ④ 사업자(다단계판매원이나 사업권유거래의 상대방 제외)가 상행위를 목적으로 재화 등을 구입하는 거래

36. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률에 따른 사이버몰 운영자의 표시방법 중 틀린 것은?

- 전자상거래를 하는 사이버몰의 운영자는 사업자의 신원
- ① 등의 사항을 소비자가 알아보기 쉽도록 사이버몰의 초기 화면에 표시하여야 한다.
- ② 사이버몰의 이용약관은 소비자가 연결 화면을 통하여 볼 수 있도록 할 수 있다.
- 전자상거래를 하는 사이버몰의 운영자는 사업자의 신원 등을 표시한 사항의 진위 여부를 소비자가 쉽게 확인할 수 있도록 법령에 따라서 정보를 공개하는 사업자정보 공개페이지를 사이버몰의 초기 화면에 연결하여야 한다.
- ③
- 전자상거래를 하는 사이버몰의 운영자로서 출력에 제한이 있는 휴대전화 등과 같은 기기를 이용하여 거래하는
- ④ 사업자는 신원 등의 사항 중 대표자 성명, 사업자등록번호 및 사이버몰의 이용약관 등은 표시하지 않아도 된다.

37. 다음 중 약관의 불명확성에 대한 책임을 사업자에게 지우는 약관 해석의 원칙은?

- ① 객관해석 원칙
- ② 축소해석 원칙
- ③ 개별약정 우선 원칙
- ④ 작성자불이익 원칙

38. 민법상 불법행위책임과 제조물책임법상 제조물책임의 공통점이 아닌 것은?

- ① 계약당사자가 아닌 제3자에게 손해배상을 청구할 수 있다.
- ② 결함 또는 가해행위와 손해와의 사이에 인과관계가 있어야 한다.
- ③ 사업자에게 고의나 과실이 있는 경우에 한하여 적용된다.
- ④ 소비자뿐만 아니라 피해자 모두에게 적용된다.

39. 할부거래에 관한 법률에 관한 설명으로 틀린 것은?

- 할부거래업자는 할부계약을 체결하기 전에 할부계약의
- ① 내용을 이해할 수 있도록 일정한 사항을 표시하고 이를 소비자에게 알려야 한다.
- 할부계약에서 대금을 3개월 이상의 기간에 걸쳐 2회 이
- ② 상 분할하여 지급하여야 할부거래에 관한 법률이 적용된다.
- ③ 할부계약은 원칙적으로 서면주의를 취한다.
- ④ 원칙적으로 사업자가 상행위를 목적으로 할부계약을 체결하는 경우에는 적용하지 않는다.

40. 아파트 분양광고에 대한 대법원의 판례의 내용 중 틀린 것은?

- 분양광고는 원칙적으로 청약의 유인이므로 승낙하게 되
- ① 면 계약의 내용으로 포함되고 이를 이행하지 않을 경우 채무불이행 책임을 부담하게 된다.
- 선분양 후시공 아파트 분양계약이라면 분양광고(모델하
- ② 우스, 분양카탈로그, 구두설명 등) 중 아파트의 외형, 재질에 관한 광고는 계약내용으로 포함된다.
- 계약내용으로 인정되지 않아 계약책임을 물을 수 없더라
- ③ 도 기망행위가 있었다고 인정된다면 불법행위 책임이 인정된다.
- 위자료액을 산정함에 있어서 재산상 손해의 발생이 인정
- ④ 되는데도 입증 곤란 등의 이유로 그 손해액의 확정 가능성이 높아 그 배상을 받을 수 없는 경우에는 위자료의 증액사유로 참작할 수 있다.

41. 표시·고의 공정화에 관한 법령에서 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고하는 행위는?

- ① 허위·과장의 표시·광고
- ② 기만적인 표시·광고
- ③ 부당하게 비교하는 표시·광고
- ④ 비방적인 표시·광고

42. 다음 중 할부거래법의 적용대상인 할부계약이란 어떤 것을 말하는가? (단, 선불식 할부 계약은 제외)

- 소비자가 사업자에게 재화의 대금이나 용역의 대가를 2
- ① 개월 이상의 기간에 걸쳐 3회 이상 분할하여 지급하기로 하고, 대금 완납 전에 사업자로부터 재화의 공급이나 용역의 제공을 받기로 하는 계약
- 소비자가 사업자에게 재화의 대금이나 용역의 대가를 3
- ② 개월 이상의 기간에 걸쳐 3회 이상 분할하여 지급하기로 하고, 대금 완납 전에 사업자로부터 재화의 공급이나 용역의 제공을 받기로 하는 계약
- 소비자가 사업자에게 재화의 대금이나 용역의 대가를 2
- ③ 개월 이상의 기간에 걸쳐 3회 이상 분할하여 지급하기로 하고, 대금 완납 후에 사업자로부터 재화의 공급이나 용역의 제공을 받기로 하는 계약
- 소비자가 사업자에게 재화의 대금이나 용역의 대가를 3
- ④ 개월 이상의 기간에 걸쳐 3회 이상 분할하여 지급하기로 하고, 대금 완납 후에 사업자로부터 재화의 공급이나 용역의 제공을 받기로 하는 계약



전자문제집 CBT(App Store) : [다운로드](#)



전자문제집 CBT(Google Play) : [다운로드](#)

43. 표시·광고의 공정화에 관한 법률에 따른 부당한 표시·광고에 관한 설명 중 옳은 것은?

- 허위·과장의 표시·광고는 부당한 유형은 아니나 사실
- ① 을 은폐하거나 사실을 축소하는 등의 방법으로 표시·광고하는 것을 말한다.
- 기만적인 표시·광고는 사실과 약간만 다르게 표시·광
- ② 고하거나 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 것을 말한다.
- 비방적인 표시·광고는 다른 사업자 등 또는 다른 사업자
- ③ 등의 상품 등에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용으로 표시·광고하여 비방하거나 불리한 사실만을 표시·광고하여 비방하는 것을 말한다.
- 부당하게 비교하는 표시·광고는 비교 대상 및 기준을 제시하고 객관적인 근거에 따라 자기 또는 자기의 상품이나
- ④ 용역을 다른 사업자 또는 다른 사업자 등의 상품 등과 비교하여 우량 또는 유리하다고 표시·광고하는 것을 말한다.

44. 방문판매 등에 관한 법률상 소비자가 방문판매자 등의 의사에 반하여 청약철회를 할 수 있는 경우는?

- ① 복제가 가능한 재화 등의 포장을 훼손한 경우
- ② 재화 등의 내용을 확인하기 위하여 포장 등을 훼손한 경우
- ③ 소비자가 재화 등을 사용 또는 일부 소비하여 그 가치가 현저히 감소한 경우
- ④ 시간의 경과에 의하여 재판매가 곤란할 정도로 재화 등의 가치가 현저히 감소한 경우

45. 민법에 따른 의사표시에 관한 설명 중 틀린 것은?

- 의사표시는 표의자가 진의 아님을 알고 한 것이라도 그
- ① 효력이 있다. 그러나 상대방이 표의자의 진의 아님을 알았거나 알 수 있었을 경우에는 무효로 한다.
- ② 상대방과 통정한 허위의 의사표시는 무효이나 선의의 제3자에게 대항하지 못한다.
- ③ 의사표시는 법률행위 내용의 중요한 부분에 착오가 있더라도 취소할 수 없다.
- 상대방 있는 의사표시에 관하여 제3자가 사기나 강박을
- ④ 행한 경우에는 상대방이 그 사실을 알았거나 알 수 있었을 경우에 한하여 그 의사표시를 취소할 수 있다.

46. 표시광고의 공정화에 관한 법률에 따라 표시·광고 행위가 다음 모두에 해당하는 경우에 사업자 등에 대하여 공정거래위원회가 취할 수 있는 조치는?

1. 표시·광고 행위가 부당한 표시·광고행위의 금지 조항에 위반한다고 명백하게 의심되는 경우
 2. 그 표시·광고 행위로 인하여 소비자나 경쟁사업자에게 회복하기 어려운 손해가 발생 할 우려가 있어 이를 예방하기 위하여 긴급히 필요하다고 인정되는 경우

- ① 동의의결
- ② 임시중지명령
- ③ 이행강제금의 부과
- ④ 표시·광고 내용의 실증

47. 방문판매 등에 관한 법률에 따른 청약철회 등의 효과와 관련하여 옳지 않은 것은?

- ① 청약철회를 서면으로 한 경우 그 서면을 발송한 날부터 그 효력이 발생한다.
- 재화 등의 내용이 계약내용과 다르게 이행된 경우 청약철회
- ② 회는 당해 재화 등을 공급받은 날로부터 14일 이내에 가능하다.
- 소비자가 재화를 일부 사용한 경우에는 방문판매자 등은
- ③ 소비자에게 일정한 범위의 금액을 지급할 것을 청구할 수 있다.
- 공급받은 재화의 반환에 필요한 비용은 방문판매자 등이 부담한다.
- ④

48. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률에 따른 사업자 또는 통신판매업자에게 금지된 행위로서 스팸메일과 관련된 금지내용은?

- 허위 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하
- ① 여 소비자를 유인 또는 거래하거나 청약철회 등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위
- ② 청약철회 등을 방해할 목적으로 주소·전화번호·인터넷도메인 이름 등을 변경 또는 폐지하는 행위
- ③ 분쟁이나 불만처리에 필요한 인력 또는 설비의 부족을 상당기간 방치하여 소비자에게 피해를 주는 행위
- 소비자에게 재화를 구매하거나 용역을 제공받을 의사가 없음을 밝혔음에도 불구하고 전화, 팩스, 컴퓨터 통신 또는 전자우편 등을 통하여 재화를 구매하거나 용역을 제공 받도록 강요하는 행위
- ④

49. 약관 분쟁조정협의회에 대한 설명 중 틀린 것은?

- 불공정 약관조항의 사용금지 위반 또는 이와 비슷한 유형
- ① 의 약관 등 약관과 관련된 분쟁을 조정하기 위해 설치된 기구이다.
- 약관 분쟁조정협의회는 분쟁당사자에게 분쟁조정사항을
- ② 스스로 조정하도록 권고하거나 조정안을 작성하여 이를 제시할 수 있다.
- 약관 분쟁조정협의회는 분쟁조정사항의 조정이 성립된
- ③ 경우 분쟁당사자 간에 조정조서와 동일한 내용의 합의가 성립된 것으로 본다.
- 비슷한 유형의 피해가 다수 고객에게 발생할 가능성이 크
- ④ 다고 판단한 경우라도 당사자가 법령에서 정하는 내용에 따라 개별적 분쟁조정으로 진행하여야 한다.

50. 할부거래에 관한 법률에 따른 소비자의 철회권 행사의 효과에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 소비자는 청약을 철회한 경우에 이미 공급받는 재화 등을 반환하여야 한다.
- ② 할부거래업자는 소비자에게 청약의 철회를 이유로 위약금 또는 손해배상을 청구할 수 없다.
- ③ 할부거래업자는 소비자가 청약을 철회한 경우 공급받은 재화 등의 반환에 필요한 비용을 부담한다.
- ④ 할부거래업자는 소비자가 그 재화 등을 사용하거나 일부 소비하여 소비자가 얻은 이익을 소비자에게 청구할 수 없다.

【3과목】 소비자 교육 및 정보제공 (25문제)

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

- ① 디킨스(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

52. 소비자의 요구파악을 위한 ‘조사연구’ 방법의 장점은?

- ① 많은 대상자를 짧은 시간에 조사할 수 있다.
- ② 조사자의 응답상황을 정확하게 이해할 수 있다.
- ③ 다른 방법에 비해 연구결과를 일반화하기 어렵다.
- ④ 어린이나 장애자를 대상으로 한 조사에 적합하다.

53. 사회 소비자교육이 필요한 이유로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 지식과 기술의 증가에 따라 학교교육만으로 소비자교육의 욕구를 충족시킬 수 없다.
- ② 학교교육은 사회에서 실제로 필요한 교육을 하기에 한계가 있다.
- ③ 새로운 소비환경에 적응하기 위한 교육적 요구의 증대 때문이다.
- ④ 현대사회는 각 경제주체들의 요구가 다양하게 표출되기 때문이다.

54. 인터넷 광고로서 고객을 웹사이트로 안내하는 역할을 하며 이를 클릭하면 추가적인 정보를 얻게 하는 것은?

- ① 틈새 광고
- ② 배너 광고
- ③ e-mail 광고
- ④ 후원형 광고

55. 다음에서 설명하는 것은?

“내 뒷마당에는 안 된다.”는 이기주의적 의미로 통용되기 시작하며 범죄자, 마약중독자, 폐기물 수송 및 처리센터나 방사능오염쓰레기처리장 등과 같은 시설의 필요성을 인정하면서도 이것들이 남의 뒷마당에서 이루어지기 원하는 자기중심적 공공성 결핍증상

- ① 노비즘(NOBYISM)
- ② 님비현상(NIMBY)
- ③ 임피현상(IMFY)
- ④ 핼피현상(PIMFY)

56. 학교 소비자교육의 목표로서 가장 거리가 먼 것은?

- ① 소비자들의 힘을 결집할 수 있는 능력을 배양한다.
- ② 구매에 따른 합리적인 의사결정능력을 배양한다.
- ③ 소비행위의 기저에 놓여 있는 바람직한 소비가치의 형성을 꾀한다.
- ④ 소비상황에서의 사업자의 부당행위가 있을 경우 이를 해결할 수 있는 능력을 배양한다.

57. 대학생 소비자를 대상으로 한 소비자교육의 내용과 방법에서 유의해야 할 내용으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 금전관리, 신용관리 및 재무설계에 대한 구체적이고 실질적인 교육프로그램이 필요하다.
- ② 컴퓨터와 이동통신과 같은 정보기술에 능숙하지만 그런 기술을 활용하는 거래와 실제 이용에 있어서 소비자 권익과 관련된 정보와 지식은 매우 부족하다.
- ③ 유행을 주도하며 다른 세대의 소비활동에도 큰 영향을 미치기에 건전한 소비관과 물질관을 가질 수 있고 바람직한 소비문화를 형성할 수 있는 가치관 교육이 반드시 필요하다.
- ④ 물질적 빈곤 속에서 성장하였으므로 소비에 대한 올바른 가치관을 정립하도록 해야 한다.

58. 전문가의 직관이나 판단이 미래의 사건 또는 사건의 발생가능성을 예측하는데 효과가 있다는 점을 인식하고 소비자교육의 요구를 파악하기 위하여 많이 이용하는 방법은?

- ① 결정적 사건 접근법
- ② 델타이법(Delphi method)
- ③ 참여관찰
- ④ 사례조사

59. 소비자정보 시스템 구축의 필요성을 증가시킨 이유가 아닌 것은?

- ① 고객욕구의 다양화
- ② 데이터베이스 마케팅의 확대
- ③ 고객관계마케팅의 강화
- ④ 대량생산 시대의 도래

60. 기업의 소비자정보 활용에 대한 설명으로 틀린 것은?

- 대부분의 기업들은 자원, 기술, 경영능력이 한정되어 있
- ① 기 때문에 소비자정보는 자사의 능력에 적합한 세부 시장을 구분할 수 있게 한다.
 - 소비자정보는 소비자가 제품에 대해서 원하는 효용을 파
 - ② 악하게 해주므로 기업이 소비자가 원하는 것을 제공할 수 있도록 한다.
 - 표적소비자집단의 가격지각에 대한 정보를 토대로 전략
 - ③ 을 수립할 수 있다.
 - ④ 기업의 광고 효과를 알 수 있다.

61. 소비자주의에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 1962년 케네디 대통령이 특별교서에서 처음 사용한 말이다.
- ② 최초의 소비자주의는 1844년 영국의 로치데일에서 시작되었다.
- ③ 소비자주의에 대한 기업이 시각은 부정적이다.
- 소비자문제를 해결하기 위한 조직적인 소비자운동이 경
- ④ 제영역에 국한하지 않으면 소비자 주의와 그 의미가 비슷하다.

62. 소비자교육 프로그램을 평가하는 올바른 자세가 아닌 것은?

- ① 프로그램 평가는 문제를 발견, 진단, 치료하는 활동은 물론 예방하는 활동까지 포함해야한다.
- 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.

63. 소비자교육 프로그램에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 소비자교육 프로그램의 목적은 교육을 통해 기대되는 행동의 변화나 바람직한 방향 등에 대해 진술되어야 한다.
- 소비자교육 프로그램의 목적은 학습자의 교육적 요구 ·
- ② 개인적 요구뿐만 아니라 사회적 요구에도 합치되게 설정되어야 한다.
- ③ 소비자교육 프로그램 내용의 선정준거로는 합목적성, 즉 교육내용은 목적이 지시하는 내용이어야 한다.
- ④ 한 가지 내용은 한 가지 목적과 관련되어 계속적인 학습이 이루어질 수 있도록 프로그램이 선정되어야 한다.

64. 제품사용 설명서의 작성원칙에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 발행일, 사용연한을 명시한다.
- ② 생산자 위주로 만들어져야 한다.
- ③ 예측 가능한 사용자의 오류를 고려하여 작성한다.
- ④ 제품사용으로 인한 피해 및 위험이 최소화되도록 작성한다.

65. POS(point of sales) 시스템에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 전략경영 정보관리 시스템과 연동하여 급변하는 유통정보화 시대에 대처할 수 있는 시스템이다.
- 매장에서 매출이 발생함과 동시에 판매원에 의해 중앙컴
- ② 퓨터로 전송처리하는 오프라인(off-line) 시스템이므로 모든 작업에서 수작업을 필요로 한다.
- 매장에서 발생하는 현금매출, 신용매출, 특판매출, 직원
- ③ 매출, 할인매출, 매출취소, 입금등 거래정보에 관한 사항을 즉시 파악 가능하다.
- ④ 매장에서 발생하는 정보를 메인 컴퓨터에 연결하여 매입, 매출, 회계, 경리정보를 추출하여 활용할 수 있다.

66. 대상별 소비자교육 내용에 관한 설명으로 틀린 것은?

- 아동소비자 - 지식의 나열만이 아닌 분석적인 의사결정
- ① 과정과 문제해결력 등의 사고력을 키우고 이를 실천으로 이어지도록 서술되어야 한다.
- 청소년소비자 - 청소년들의 바람직하지 못한 양상들을
- ② 청소년 스스로 자각하고 극복할 수 있는 내용이 포함되어야 한다.
- 성인소비자 - 이전 단계인 학교소비자 교육의 연장선상
- ③ 에서 현실성과 실용성을 강조해야 한다.
- ④ 노인소비자 - 하나의 동질적인 패턴을 가진 단일 소비자층임을 고려한 획일적인 교육내용이 필요하다.

67. 기업에서 발신하는 모든 정보를 총괄적으로 관리하여 소비자 구매행동 시 그 정착된 이미지가 발휘되어 자사제품의 구매로 연결되도록 하는 것은?

- ① 고객만족 경영
- ② 고객관계 경영
- ③ 소비자정보관리시스템 구축
- ④ 기업이미지 통합

68. 소비자정보 시스템 구축의 최종 점검단계시 체크해야 할 사항이 아닌 것은?

- ① 사용자의 비효율성 제거
- ② 시스템의 안정성
- ③ 데이터베이스의 간편성
- ④ 자산 보안성

69. 다음 중 구매의사결정을 위한 대체안의 평가과정에서 가장 필요한 소비자정보 내용은?

- ① 대체안의 존재에 관한 정보
- ② 판매점과 가격에 관한 정보
- ③ 사용방법 및 관리방법에 관한 정보
- ④ 각 상표의 특징 및 장단점에 관한 정보

70. 소비자교육 프로그램의 평가 요소에 대한 내용과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 교육대상의 소비자 수준에 적합한가
- ② 교육시설의 불편한 점은 무엇인가
- ③ 소비자교육 담당자의 지식, 태도, 행동에 변화를 가져왔는가
- ④ 교육을 받기 위한 실제 비용과 기회비용은 얼마인가

71. 소비자정보가 유용성을 가지기 위하여 갖추어야 할 요건에 속하지 않는 것은?

- ① 개방성
- ② 적시성
- ③ 정확성
- ④ 검증가능성

72. 소비자능력의 구성요인은?

- ① 소비자 지식, 소비자 욕구, 소비자 이해력
- ② 소비자 역할 태도, 소비자 기능, 소비자 욕구
- ③ 소비자 지식, 소비자 역할 태도, 소비자 기능
- ④ 소비자 이해력, 소비자 목표, 소비자 기능

73. 다음에서 설명하는 소비행동은?

청소년기에 가장 문제를 일으키기 쉬운 소비행동 양식으로 주어진 상황이 애매모호하거나 집단의 응집력이 강한 경우, 그리고 소속되고 싶은 욕구가 클 경우에 강하게 나타나는 소비로 준거집단에서 소외되지 않으려는 소속욕구에 의한 소비행동을 지칭한다. 이러한 소비행동은 개인의 필요와 욕구에 의해 자발적으로 특정재화나 상표를 선택하지 못하고 타인의 영향에 의해 수동적으로 선택하게 되며 구매한 제품에 만족이 지속되지 못하는 경향이 있다.

- ① 동조소비
- ② 충동소비
- ③ 과시소비
- ④ 의존소비

74. 인터넷에서 소비자정보를 검색하기 위하여 검색엔진을 활용할 때 적합한 방법이 아닌 것은?

- ① 검색옵션을 확인한다.
- ② 가능하면 짧은 키워드를 사용한다.
- ③ 다양한 부가서비스를 활용한다.
- ④ 전문검색엔진을 이용한다.

75. 기업에서 소비자에게 정보를 효율적으로 제공하는 방법으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 소비자정보를 모아 체계화시켜 소비자 정보시스템을 구축하여야 한다.
- ② 지속성은 부족해도 새로운 자료가 첨부된 소비자정보를 제공하여야 한다.
- ③ 구매시점에서의 직접적 검토와 비교를 수월하게 할 수 있는 정보를 제공하여야 한다.
- ④ 소비자 정보요구를 충족시킬 수 있는 정보제공 체계에 대한 정책을 수립하여야 한다.

【4과목】 소비자 및 시장 (25문제)

76. 소비자의사결정에 영향을 주는 요인 중 개인적 요인과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 제품지식
- ② 라이프스타일
- ③ 개성
- ④ 가족

77. 행동과학적 접근에 따른 소비자의사결정단계 5단계를 바르게 설명한 것은?

- ① 구매행동 → 의도 → 태도 → 이해 → 주의
- ② 노출 → 주의 → 이해 → 수용 → 보유
- ③ 문제인식 → 정보탐색 → 대안평가 및 선택 → 구매 후 사용 → 구매 후 평가
- ④ 소비자속성 → 경험 → 소비 → 저장 → 구매행동

78. 신세대 소비자의 새로운 라이프스타일로 가장 적절하지 않은 것은?

- ① 집안에서 모든 일을 해결하는 정책성향인 코쿠닝족의 출현으로 인터넷과 홈 네트워킹을 활용하여 집안에서 업무와 쇼핑을 하고 있다.
- ② 고립감을 완화하기 위해 SNS를 하는데, 과도한 SNS로 다시 고립감을 유발한다.
- ③ 패스트 제품들이 유행하면서 트레저 헌터(treasure hunter)가 늘고 있다.
- ④ 로하스(LOHAS)가 부각되고 20대 남성은 착한 소비에 상대적으로 많은 관심을 가지고 있다.

79. 소비자의사결정에 영향을 미치는 요인 중 환경적 요인이 아닌 것은?

- ① 문화
- ② 사회계층
- ③ 준거집단
- ④ 라이프스타일

80. 다음은 A씨가 구입하고자 하는 후보 아파트의 속성점수표이다. 아파트 구입 의사결정과 정에서 A씨가 대안평가 방법으로 수용 기준을 3점 이상으로 하는 순차제거식(sequential elimination rule)의 방법을 활용한다면 선택하게 되는 아파트는?

평가기준	중요도	A 아파트	B 아파트	C 아파트	D 아파트
가격	5	2	5	5	4
교통	4	4	3	5	3
조망권	3	5	2	4	5
건축연령	2	5	3	2	4
주택구조	1	3	4	3	3

- ① A 아파트
- ② B 아파트
- ③ C 아파트
- ④ D 아파트

81. 시장구조의 결정요인이 아닌 것은?

- ① 공급자(기업)의 수
- ② 자유로운 진입과 이탈
- ③ 상품의 거래장소
- ④ 상품의 동질성 또는 유사성

82. 좋은 재화를 소비한다는 것은 부의 증거가 되기 때문에 효과적으로 과시하기 위해서는 비싼 가격의 물건이 필요하다는 개념으로 다른 사람들의 과시구매를 모방한다는 소비행동 효과는?

- ① 밴드웨건 효과
- ② 속물효과
- ③ 베블렌 효과
- ④ 터부 효과

83. 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

84. 소비자의사결정의 합리성(rationality)에 관한 설명으로 가장 적절한 것은?

- ① 소비자의 선호가 내적으로 완전하고 일관성이 있다면 합리적이라고 할 수 있다.
- ② 가능한 최소의 투입으로 최대의 결과를 얻을 때 달성된다.
- ③ 효율성과 같은 개념이다.
- ④ 구매이득과 소비자만족이 결합된 개념이다.

85. 다음의 설명과 같은 특징은 어떠한 시장구조에서 가장 두드러지는가?

- 생산량 증가에 따라 지속적으로 평균비용이 감소하는 규모의 경제가 작용하는 경우
- 사용자가 증가할수록 편익이 증가하는 네트워크 외부성을 가진 경우

- ① 완전경쟁시장
- ② 독점시장
- ③ 과점시장
- ④ 독점적 경쟁시장

86. 소비자의사결정 중 대안평가방법에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 대안을 평가하는 방식은 비보상적결정원칙과 보상적결정원칙으로 나눌 수 있다.
- ② 사전편찬식은 소비자가 가장 중요시하는 평가기준에서 최상으로 평가되는 상표를 선택하는 방식이다.
- ③ 순차제거식은 가장 중요한 속성에 대해 수용기준을 설정하고 수용기준을 만족시키지 못하는 상표를 제거해 나가는 방식이다.
- ④ 결합식은 소비자가 상표의 수용을 위한 최대한의 수용기준을 모든 속성에 대해 마련하고, 각 상표별로 모든 속성이 최대한의 수용기준을 만족시키는 가에 따라 평가하는 것이다.

87. 개별 기업의 마케팅관점이 제품판매 전략에서 소비자 지향적 전략으로 변화하게 된 주요 배경으로 가장 적합한 것은?

- ① 제품차별화 전략
- ② 공급의 과잉
- ③ 규격표준화 제도
- ④ 생산자중심 현상

88. 새로운 제품전략 수립 시 기업의 성장기회를 확인하기 위한 다음 모형의 () 안에 들어갈 가장 적합한 것은?

시장 서비스	기존구매자	신규구매자
기존 서비스	(A)	(B)
신규 서비스	(C)	신규사업

- ① A : 점유구축, B : 시장확장, C : 품목확장
- ② A : 시장확장, B : 점유구축, C : 품목확장
- ③ A : 품목확장, B : 시장확장, C : 점유구축
- ④ A : 점유구축, B : 품목확장, C : 시장확장

89. 유통업체들의 가격전략 중 상품가격을 10,000원 대신에 9,990원으로 표기하여 상대적으로 저렴하게 느껴지도록 하는 전략은?

- ① 단위가격(unit pricing) 전략
- ② 로스리더(loss-leader) 전략
- ③ 단수가격(odd pricing) 전략
- ④ 오픈 프라이스(open price) 전략

90. 소비자의사결정을 설명하는 이론 중 행동주의적 접근과 경제학적 접근의 차이점에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 경제학적 접근과 달리 행동주의적 접근은 여러 개념과 여러 변수를 하나의 이론적 틀로체계화시킨 모델이다.
- ② 행동주의적 접근은 경제학적 접근과 달리 소비자의사결정을 설명함에 있어 심리적 측면을 포함하고 있다.
- ③ 행동주의적 접근은 의사결정과정에 초점을 두고 있고 마케팅 전략 응용에 유용하다.
- ④ 경제학적 접근은 소비자의 비합리성을 배제하는 행동주의적 접근의 한계를 극복하기 위해 노력한 접근이다.

91. 현대의 과시소비에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 현대 소비문화에서는 호사품(명품)이 신분이나 계층의 상징이 되기도 한다.
- ② 과시소비에는 자신들이 상류층에 속한다는 것을 드러내려는 동기가 있다.
- ③ 호사품(명품)의 무분별한 구매 결과로 개인 신용불량자들이 증가하고 있다.
- ④ 광고는 호사품(명품) 구매 시에 과시소비에 대한 주의 등 사전안내를 하고 있다.

92. 시대의 변화에 따른 소비의 의미와 가장 거리가 먼 것은?

- ① 전통사회에서는 존재실현을 위한 물품의 사용이 소비에 해당하며 사용가치를 창출하기 위한 것이었다.
- ② 전통사회에서의 교환은 다른 사람들의 사용가치를 충족시키기 위한 것이었다.
- ③ 산업자본주의사회에서 새롭게 제시된 소비의 의미는 기본적인 욕구충족을 위한 사회적상호작용을 의미한다.
- ④ 후기자본주의사회에서 소비는 이미지를 산출하는 것으로 자신을 타인과 구별하는 사회적 행위이다.

93. 기업의 “판매촉진”은 구매를 유도하기 위하여 특정제품 및 서비스를 사용하는 방식이며 “인적판매”는 판매원을 매개로 고객과 대면하여 구매를 설득하는 방식이다. 판매촉진과 인적판매에 대한 설명으로 옳게 연결된 것은?

- ① 판매촉진 - 효과의 속도가 완만하다.
- ② 판매촉진 - 모방이 어렵다.
- ③ 인적판매 - 많은 정보를 제공하기 어렵다.
- ④ 인적판매 - 비용이 많이 든다.

94. 쾌락적 접근모형에서 소비와 소비자에 대한 기본 관점은?

- ① 소비자는 제품의 물리적인 속성을 소비한다.
- ② 소비자는 제품의 효용적 가치를 중시한다.
- ③ 소비자는 구체적이고 충분한 상품정보를 제공받아야 한다.
- ④ 소비자는 제품의 주관적 상징을 소비한다.

95. 정보탐색을 많이 하는 경우와 가장 거리가 먼 것은?

- ① 가계예산에서 상대적으로 비중이 큰 품목일 때
- ② 시간과 노력을 포함한 탐색비용이 적을 때
- ③ 일상적으로 자주 구입하는 품목일 때
- ④ 가격에서 기대되는 차이가 클 때

96. 제품수명주기 중 성숙기의 특징으로 옳은 것은?

- ① 매출액 증대로 이익도 증대된다.
- ② 제품개선을 통한 매출액 증대를 추구하게 된다.
- ③ 촉진 및 유통에 많은 자본을 투입하게 된다.
- ④ 소수의 기업들이 구상품에 대한 보수적 소비자층을 대상으로 보다 많은 이익을 얻기도 한다.

97. 정보탐색 정도에 따른 소비자 문제해결방식의 유형이 아닌 것은?

- ① 포괄적 문제해결방식
- ② 일상적 문제해결방식
- ③ 감성적 문제해결방식
- ④ 제한적 문제해결방식

98. 다음은 무엇에 관한 설명인가?

소비자는 광고, 세일판매 등 외부 구매자극에 모두 지각하며 반응하는 것은 아니며, 기업이 끊임없이 제공하는 무한한 정보 중 소비자 자신이 필요로 하는 부분에 대해서만 지각한다.

- ① 선택적 지각
- ② 차이 식역
- ③ 절대 식역
- ④ 절대적 지각

99. 마케팅목표를 달성하기 위하여 기업들이 활용하는 수단으로 가격, 제품, 촉진, 유통 등을 의미하는 것은?

- ① 제품차별화
- ② 포지셔닝전략
- ③ 마케팅믹스
- ④ 머천다이징

100. 과시소비에 대한 설명으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 부의 증거를 나타내고 싶은 소비
- ② 업적을 나타내는 수단으로서의 소비
- ③ 저소득 계층이 보상받고자 하는 욕구를 해소하려는 소비
- ④ 우월하고 싶다는 허영심의 표현으로서 소비