2014년07월27일년 유통관리사 2급 필기시험 기출문제 답안

【1과목 : 25문제】 유통물류일반	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	②	⑤	⑤	②	⑤	③	⑤	③	④	④
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	④	③	⑤	③	④	④	②	①	⑤	①
	21	22	23	24	25					
	①	②	②	③	③					

【2과목 : 20문제】 상권분석	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
	③	③	⑤	④	③	③	④	①	③	④
	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
	⑤	②	③	②	⑤	④	③	⑤	④	④

【3과목 : 25문제】 유통마케팅	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55
	①	⑤	③	⑤	⑤	②	⑤	③	⑤	③
	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65
	④	①	⑤	③	②	①	①	④	⑤	①
	66	67	68	69	70					
	⑤	③	④	①	①					

【4과목 : 20문제】 유통정보	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
	①	②	⑤	③	①	①	②	⑤	④	⑤
	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
	①	④	④	④	④	⑤	①	①	③	④

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.

CBT기출문제

전자문제집 CBT

빠르고 효과적으로 배워 시험 합격을 노려라!

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

【1과목】유통물류일반 (25문제)

1. 다음 자료를 이용한 (주)대한의 경제적주문량(EOQ)은 얼마인가?

- 연간 총수요량 : 5,000개
- 단위당 주문비용 : 5원
- 단위당 재고유지비용 : 5원

① 50
❷ 100
③ 500
④ 1,000
⑤ 70

2. 기업이 구매를 할 때 가져야 할 목표와 거리가 먼 것은?

① 내부고객의 생산요청 사항을 지원해야 한다.
② 신뢰할만한 고품질 공급기반을 개발, 관리해야 한다.
③ 적절한 구매 담당자 선정 및 전문교육훈련을 제공하도록 한다.
④ 마케팅, 생산, 엔지니어링, 기술, 재무부서 등 타기능부서 간의 관계를 강화한다.
❺ 조직의 목표달성을 전체최적화가 아닌 부분최적화를 중심으로 지원한다.

3. 유통경로 전략 결정에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 유통범위의 결정과 관련한 전략으로는 개방적, 전속적, 선택적 유통경로가 있다.
② 유통경로의 길이는 제품특성, 수요특성, 공급특성, 유통비용구조 등의 영향을 받는다.
③ 개방적 유통경로의 경우 제품의 노출 극대화가 일어나는 편의품에 적용된다.
④ 전속적 유통경로의 경우 제품을 촉진시키고자 하는 경로 구성원들의 동기를 감소시키기도 한다.
❺ 선택적 유통경로의 경우 선적비용과 같은 유통비용이 증가하기에 귀금속이나 고가품에 적용된다.

4. 다음에서 설명하는 소매업태는?

- 대개 한 가지(또는 한정된 소수) 상품군을 깊게 취 급하며, 선택 폭을 높일 수 있도록 품목을 다양하게 다량으로 진열한다.
- 할인점보다 훨씬 낮은 가격에 판매한다.
- 매장면적의 대형화로 저가지역에 점포를 설치한다.

① 아울렛점(Outlet)
❷ 카테고리킬러(Category killer)
③ 회원제 도매클럽(Membership Wholesale Club)
④ 수퍼센터(Supercenter)
⑤ 하이퍼마켓(Hypermarket)

5. 유통경로에서 구성원 간에 발생하는 힘(power)의 유형과 거리가 먼 것은?

① 보상적 힘
② 정보적 힘
③ 강압적 힘
④ 전문적 힘
❺ 반사적 힘

6. 소매상의 주요 기능 중 그 성격이 다른 하나는?

① 시장확대기능으로 새로운 고객을 창출한다.
② 재고유지기능으로 고객의 욕구를 충족시키기 위해 일정량의 재고를 유지한다.
❸ 금융기능으로 소비자에게 신용제공이나 할부판매를 통해 구매비용 부담을 덜어준다.
④ 정보제공기능으로 사전 동의한 고객의 정보를 제조업자에게 제공할 수 있다.
⑤ 주문처리기능으로 점포 내 POS시스템을 활용하여 주문처리가 가능하도록 한다.

7. 수요예측에 사용하는 지수평활법(Exponential Smoothing)에 대한 설명으로 가장 적합하지 않은 것은?

① 지수평활법은 지수평활상수에 의한 가중평균방법으로 수요예측을 한다.

② 예측오차에 대해 예측치가 조정되는 순발력은 지수평활상수 α에 의해 결정된다.

③ 다음 예측치 = 전기의 예측치 + α(전기의 실제치- 전기의 예측치)

④ 예측오차가 허용할 수 없을 정도로 큰 경우, 일부 컴퓨터 패키지 프로그램은 지수평활상수를 자동으로 조정하는 기능을 갖고 있다.

❺ 지수평활법은 계산이 복잡하고 가중치 체계인 지수평활상수의 변경이 어렵다.

8. 재고회전율에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 재고회전율은 재고의 평균회전속도이다.

② 재고회전율이 높으면 품절 현상을 초래할 위험이 있다.

❸ 재고량과 재고회전율은 서로 정비례한다.

④ 재고회전율이 낮으면 보관비용의 증대를 가져올 수 있다.

⑤ 재고회전율과 수요량은 서로 양(+)의 상관관계가 성립한다.

9. 판매원의 감정노동을 관리하기 위한 내용으로 부적절한 것은?

① 대인접촉이 많은 판매원들이 감정노동을 경험할 가능성이 높다.

② 직원 선발시 적합한 인력을 채용하고, 가상훈련을 통해 대응력을 높여준다.

③ 감정노동이 심해지면 무력감, 권태, 피로감 등의 부작용이 나타난다.

❹ 간단한 접객업무나 단순한 전화상담을 하는 판매원들은 감정노동이 없다.

⑤ 고객에게 무관심하거나 의욕이 없어 보이는 판매원들은 특별히 상담을 하거나 직무재배치를 고려해야 한다.

10. "평가자가 평가항목에 대한 점수에 따라서 종업원을 평가하지만, 그 항목은 일반적인 서술이나 특성보다는 해당 직무와 관련성이 높은 행동과 사건을 구체적이고 분명하게 기술하고 있다."의 내용에 가장 적합한 업적평가방법은?

① 개별서열법

② 집단서열법

③ 도식척도법

❹ 행동기준평정척도법

⑤ 중요사건법

11. 다음은 무엇을 설명한 것인가?

> ( )(이)란 창고에 도착한 제품이 재고로 보관되지 않고, 즉각 분배되어 출고되는 시스템이다. 이는 진보된 정보시스템 구축이 요구되며, 빠른 수송시스템을 준비해야 한다.

① 공급사슬관리

② 직배송

③ ULS(Unit Load System)

❹ 크로스도킹(cross docking)

⑤ TMS(Transportation Management System)

12. 소매조직을 설계할 경우, 중앙집권화의 이점으로 볼 수 없는 것은?

① 더 적은 관리자가 각종 의사결정을 하기 때문에 간접비용이 줄어든다.

② 회사는 공급자들로부터 더 낮은 가격으로 협상할 수 있다.

❸ 지역시장에 대한 이해가 높아지고, 지역인력시장 대응에 효율적이다.

④ 표준화된 운영방침으로 효율성이 증가한다.

⑤ 기업 전체를 위해 가장 우수한 인력이 의사결정을 할 수 있도록 기회를 제공한다.

13. 리더십을 과업지향적인 유형과 관계지향적인 유형으로 구분하여, 리더가 어떤 유형의 리더십을 갖고 있는지를 측정하기 위해 최소선호동료 설문지를 개발한 상황이론의 대표적인 학자는?

① 포터(M. Porter)

② 맥클리랜드(D. McClelland)

③ 앨더퍼(C. Alderfer)

④ 브룸(V. H. Vroom)

❺ 피들러(F. E. Fiedler)

14. 프랜차이즈에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 프랜차이즈시스템은 프랜차이저(franchisor)라고 불리는 모회사와 프랜차이지(franchisee)인 개인이나 조직과의 계약관계이다.

② 프랜차이저가 프랜차이지에게 사업 전반에 걸쳐 운영상 필요한 지도나 지원과 함께 면허상의 특권을 부여한다.

❸ 프랜차이즈계약은 혼합계약이고 완전계약이며 평등 당사자 간의 계약이다.

④ 프랜차이즈의 기본적 특성이자 장점이라고 하면 프랜차이저와 프랜차이지가 각각의 목표를 가진 독립적인 사업체들이면서도 마치 소비자들에게 동일사업체 같은 이미지를 준다.

⑤ 프랜차이지는 대부분 위험부담 없이 사업을 시작하려는 사람들로, 당해 사업에 대한 경험과 지식이 없거나 부족한 사업자들이 많다.

15. 유통경로상의 이해관계가 상충(trade-off)되는 경우에 제조업체가 유통업체(중간상)를 효과적으로 관리하기 위한 조치로써 가장 옳지 않은 것은?

① 유통업체와의 장기적인 파트너쉽 구축

② 유통업체에 대한 적절한 보상

③ 유통업체와의 효율적인 커뮤니케이션

❹ 판매실적기준의 최대화

⑤ 판매실적의 공정한 평가

16. 중간상에 대한 상대적 경로성과를 평가하는 중간상 포트폴리오 분석에 대한 바른 설명을 모두 나열한 것은?

가. 인플레이션으로 조정된 중간상의 매출액성장률을 세로 축으로 한다.
나. 중간상의 특정 제품군에 대한 매출액 중 자사제품 순이익률을 가로 축으로 한다.
다. 각 원의 크기는 제조업자가 각 중간상에게 판매한 특정제품의 매출액에 비례한다.
라. 공격적 투자, 수확, 방어, 전략적 철수, 포기 전략으로 구성된다.
마. 각 원은 직접제조비용, 촉진비용, 유통비용, 순이익으로 나누어진다.

① 가, 나, 라

② 나, 다, 마

③ 나, 다, 라

❹ 가, 다, 마

⑤ 가, 나, 다, 라, 마

17. 유통경로를 설명하는 거래비용이론(transaction cost theory)에 대한 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

① 거래비용이란 거래당사자들간의 협상, 거래에 필요한 정보의 수집 및 처리, 감시와 통제비용 등을 의미한다.

❷ 거래비용이론은 유통경로시스템 구성원들간의 합리적이고 정직한 행동경향을 가정한다.

③ 거래비용이론은 유통경로구조의 수직적 통합 여부를 설명하는데 있어서 유용한 이론이다.

④ 거래비용이론은 효율성과 비용이라는 경제적인 측면에서 기업의 통제 메커니즘을 설명한다.

⑤ 거래비용이론은 시장교환에서의 가격 통제 메커니즘과 위계적 지배구조의 권위 통제 메커니즘을 설명한다.

18. 다양한 공급원으로부터 제공된 이질적인 제품들을 상대적으로 동질적인 것으로 구분하는 것에 대한 가장 적합한 용어는?

❶ 등급(Sorting Out)

② 수합(Accumulation)

③ 분배(Allocation)

④ 구색화(Assortment)

⑤ 통합(Integration)

19. 인플레이션에 대응하는 중간상의 전략에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 취급하는 상품의 종류를 재정비하여 재고비용을 줄인다.

② 생산성이 낮은 인력이나 시설을 정비하고, 정보화를 통해 이를 대체한다.

③ 운반, 무료설치 등 부가적 서비스를 줄인다.

④ 기존 상품들의 모델, 사이즈, 스타일을 줄인다.

❺ Private Brand의 비중을 줄이고 National Brand의 비중을 증가시킨다.

20. 인사고과의 오류 중 상관관계적 오류에 해당되는 것은?

❶ 현혹효과

② 관대화

③ 범위제한

④ 중심화경향

⑤ 혹독화

21. 재무분석을 하기 위한 재무비율을 구성하는 요소로 거리가 먼 것은?

❶ 평균회전율
② 유동성비율
③ 활동성비율
④ 부채비율
⑤ 수익성비율

22. 의사결정의 위양과 관련된 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

① 위양의 가장 중요한 목적은 보다 효과적인 노동의 분업(division of labor)을 이루기 위한 것이다.
❷ 위양은 의사결정의 질과 의사결정에 대한 수용을 증진시키는 방법이며, 구성원들의 참여도를 높이기 위한 협의적 의사결정이나 공동의사결정에서와 같은 목적으로 이루어진다.
③ 부하에 대한 신뢰감의 결여, 업무 전반에 대해 경영자가 절대적인 통제를 계속 유지하고자 하는 욕망 때문에 위양이 실패하는 경우가 많다
④ 위양은 현장의 상황이나 특성이 의사결정에 잘 반영될 수 있게 한다.
⑤ 위양이 효과적이기 위해서는 MBO(Management by Objectives) 프로그램을 병행하면 좋다.

23. 유통업체에서 성과 및 손익분석을 위해 많이 사용하는 아래의 재무적 분석 기법 중 고정비는 고려하지 않고 변동비만 고려하여 분석한다는 특성으로 인해 다른 네 가지 분석기법과는 성격이 다른 기법은?

① GMROS(Gross Margin Return On Selling area)
❷ DPP(Direct Product Profitability)
③ ABC(Activity-Based Costing)
④ GMROI(Gross Margin Return On Inventory investment)
⑤ GMROL(Gross Margin Return On Labor)

24. 소매기관들이 처음에는 혁신적인 형태에서 저비용 저가격으로 출발하여 성장하다가 시간이 지나면서 고비용 고가격 업태로 변질되어 새로운 개념을 가진 신업태에게 그 자리를 양보하고 사라진다는 것에 대한 설명으로 가장 적합한 이론은?

① 변증법적이론(Dialectic Theory)
② 진공지대이론(Vacuum Zone Theory)
❸ 소매차륜이론(Wheel of Retailing)
④ 소매수명주기이론
⑤ 아코디온이론

25. 한국기업의 재무정보가 다음과 같을 때 자산회전율은 얼마인가?

- 상품재고자산 : $ 30,000
- 총자산 : $ 40,000
- 순매출액 : $ 80,000
- 고정부채 : $ 10,000

① 8
② 3
❸ 2
④ 0.5
⑤ 0.13

【2과목】상권분석 (20문제)

26. 상권의 계층적 분류에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 계층적 구조로 상권을 분류하면 지역상권, 지구상권, 개별상권 등으로 구분할 수 있다.
② 지역상권은 한 도시 내에 형성된 모든 유통기관들의 총체적 경쟁구조로 형성되어 있다.
❸ 지구상권이란 한 지구내에서 핵이 될 수 있는 하나의 점포가 직접적으로 형성하는 개별상권을 말한다.
④ 한 점포가 형성하는 개별상권은 그 점포의 크기나 특성에 따라 상권의 크기가 변화할 수 있다.
⑤ 큰 행정구역은 복수의 지역상권을 포함할 수 있고, 한 지역상권에는 다수의 지구상권이 포함될 수 있다.

27. 소매 입지별 유형에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 도심입지의 경우 충분한 잠재고객과 동일업종군의 분포, 접근성 등을 감안하여 입지를 선정하는 것이 좋다.
② 산업별 입지의 경우 상업입지, 공업입지, 농업입지 등으로 나누어 입지를 결정하게 된다.
❸ 노면 독립입지의 경우 경쟁업체가 많고 가시성도 낮을 뿐만 아니라 영업시간 등의 제한이 있어 고객 편의성을 높이기 어렵다.
④ 복합용도건축물은 다수의 용도를 수용할 수 있고, 물리적, 기능적 규합과 통일성 있는 개발이 필요하다.
⑤ 쇼핑센터는 도심 밖의 커뮤니티 시설로 계획되기도 하며, 우리나라에서는 번화한 상점가를 의미하기도 한다.

28. BPI(Buying Power Index), SAI(Sales Activity Index), RSI(Retail Saturation Index) 등 상권을 평가하는 방법들에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

① BPI는 다른 지역과 비교한 특정지역 내의 1인당 소매매출액을 측정하는 방법이다.

② SAI는 시장의 구매력을 측정하는 지표로 인구, 소매매출액, 유효소득의 세 가지 비율을 이용하여 계산한다.

③ BPI를 계산하는 공식은 (지역의 특정 제품 소비자 수×지역의 특정 제품 소비자 1인의 평균 구매액)/(특정 지역 내에서 그 제품에 할당된 총 판매면적)이다.

④ RSI를 계산하는 공식은 (총 소매 매출액 중 그 지역이 차지하는 비율)/(총인구 중 그 지역이 차지하는 비율)로 계산하며, 이 지수의 숫자가 높을수록 시장구매력은 크다.

❺ RSI는 특정 상권 내에서 주어진 제품계열에 대한 점포 면적당 잠재수요를 측정하는 방법이다.

29. 넬슨의 소매입지 선정원리 중'서로 업종이 다른 점포가 인접해 있으면서 보완관계를 통해 상호 매출을 상승시키는 효과를 발휘하는 것'을 의미하는 것은?

① 중간 저지성

② 성장 가능성

③ 누적적 흡인력

❹ 양립성

⑤ 경쟁 회피성

30. 소매업의 입지 선정 시 고려해야 할 요소에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 교통수단의 다양성, 편의성, 보행자 수 등을 조사하고 주차규모를 결정하기 위해 점포규모, 예상고객수 및 방문빈도 등을 파악해야 한다.

② 주변 점포와 관련하여 좋은 여건이란 주변 점포와 경쟁하지 않고, 고객을 서로 공유하여 총매출액을 증가시킬 수 있는 곳을 말한다.

❸ 비어있는 점포에 출점을 할 경우 그 이전 점포가 실패하였다 하더라도, 예정된 점포와는 관련성이 없기에 그 실패원인에 대해 상세하게 조사할 필요는 없다.

④ 총자산에 대한 투자액에는 입지, 제품의 입고, 고정물, 조명, 주차시설 등에 대한 비용과 초기자금 등이 포함된다.

⑤ 출점할 점포의 예상매출액을 계산하기 위해 상권 내 총판매면적 중 예정된 입지의 판매 공간 비율을 고려한다.

31. A사는 부지를 임차하여 A사가 신축하고 10년 사용 후 토지주에게 돌려주는 방식으로 슈퍼마켓을 출점할 계획이다. 이와 관련하여 가장 적합한 내용을 모두 고른다면?

a) A사의 점포 컨셉을 구현하기 용이하다.
b) 수익성 검토 시 반드시 점포와 설비의 감가상각이 고려되어야 한다.
c) 장기적인 상권변화에 신축적으로 대응할 수 있다.
d) 부지를 매입하여 점포를 신축하는 것보다 초기비용이 더 소요된다.
e) A사는 영업이 잘 될 경우 부동산 수익까지 누릴 수 있다.

① a, b, c, d, e

② c, d, e

❸ a, b, c

④ a, b, c, e

⑤ b, c, e

32. 점포입지의 중요성에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 구색, 인테리어 등의 소매활동 수단은 경쟁사에 의해 곧 모방이 되지만 점포입지는 모방이 불가능한 경쟁수단이다.

② 점포입지의 선정이 이루어지기 전에는 통제가능한 마케팅의사결정변수이지만, 일단 선정된 후에는 통제가 어려운 환경요인의 성격을 갖는다.

③ 점포입지는 그 효과가 장기간에 걸쳐서 발생하고, 이전하지 않는 한 지속된다.

❹ 점포입지는 업종과는 관계가 없으므로, 좋은 입지는 업종에 무관하게 점포의 성공가능성을 높인다.

⑤ 점포입지는 소비자를 유인하기 위한 주요한 수단이다.

33. 상권분석을 위해 다음의 작업을 이용하여 유추법을 사용하였다. 작업의 순서로 알맞은 것은?

ㄱ. 유사한 기존점포 선정
ㄴ. 유사점포의 상권범위 파악
ㄷ. 유사점포의 단위거리별 매출정보 분석
ㄹ. 신규점포의 각 지역(zone)별 예상매출액 분석

❶ ㄱ→ㄴ→ㄷ→ㄹ

② ㄱ→ㄷ→ㄴ→ㄹ

③ ㄴ→ㄷ→ㄹ→ㄱ

④ ㄴ→ㄹ→ㄱ→ㄷ

⑤ ㄴ→ㄹ→ㄷ→ㄱ

34. 유통/서비스 산업의 지리적 입지와 관련된 주요 특징이라고 보기 어려운 것은?

① 수요자가 재화와 서비스를 제공 받는 공간으로 각종 상권 또는 서비스권이 형성된다.

② 유통서비스산업은 대부분 최종 소비자와 연결된 경제활동으로 개개의 소비가 분산되어 있기 때문에 거시적으로 보면 인구 또는 사업체의 분포와 대응관계가 있다.

❸ 수요자는 재화와 서비스를 공급받기 위해 이동하며, 이동범위는 한계가 있으나 이동비용에는 제약이 없다.

④ 유통서비스업의 거점은 지리적 거리와 규모 등에 따라 계층성을 갖는다.

⑤ 상위계층 중심지는 하위계층 중심지를 지배하는데, 이는 상위계층 중심지가 보다 많은 중심적 기능(재화, 서비스)을 갖고 있기 때문이다.

35. 입지의 유형을 분류한 것이다. 입지의 유형과 설명이 올바르게 짝지어지지 않은 것은?

① 적응형 입지 - 거리를 통행하는 유동인구에 의해 영업이 좌우되는 입지

② 목적형 입지 - 고객이 특정한 목적을 가지고 이용하는 입지

③ 생활형 입지 - 아파트, 주택가의 주민들이 이용하는 입지

❹ 집재성 입지 - 배후지의 중심지에 위치하는 것이 유리한 입지

⑤ 산재성 입지 - 동일 업종이 모여 있으면 불리한 입지

36. 상권과 입지의 개념 및 특성을 구분하여 설명한 내용으로 옳지 않은 것은?

① 상권은 점포를 이용할 가능성이 있는 고객들이 거주하는 범위로 볼 수 있다.

② 상권은 종종'특정 지역에 위치한 점포의 집단'을 의미하는 개념으로 사용되기도 한다.

③ 입지는 사업을 영위하게 될 위치나 위치적 조건을 포함하는 의미이다.

④ 상권은 마케팅의 공간적 범위 또는 유효수요의 분포 공간으로 인식될 수 있다.

❺ 상권의 평가항목에는 부지형태, 점포형태, 가시성, 주차시설 등이 해당된다.

37. 다음 제시되는 인구, 중심지까지의 소요시간, 매장면적 등의 자료를 이용하여 C지구의 구매력 규모인 2억원이 A시로 어느 정도 흡인되는지 올바르게 제시한 것은?

구 분	A도시	B도시
인구(명)	8,000	48,000
C지구에서부터 소요시간(분)	10	5
매장면적(㎡)	200	800

① 약 3천만원

❷ 약 4천만원

③ 약 6천만원

④ 약 1억 2천만원

⑤ 약 1억 6천만원

38. 상가의 종류와 상가별 특성을 연결해 놓은 것으로 옳지 않은 것은?

① 근린상가 - 입점업종으로 생활편의 소매/서비스와 선매품 등의 입점이 이루어진다.

② 복합상가 - 동일 건축물 안에 판매시설과 공동주택, 근린생활시설, 업무시설 등이 건설된다.

❸ 쇼핑센터 - 외국에서는 초기에 도심지역을 중심으로 발전하였으며 집약된 상권을 기반으로 한다.

④ 단지내 상가 - 아파트단지나 주택단지에 형성되며 상권의 한정성으로 인해 단지의 규모가 중요하다.

⑤ 재래시장 - 유통환경의 급격한 변화에 대처하지 못하였고 시설의 노후화 등으로 경쟁력을 상실하고 있다.

39. 쇼핑센터와 같은 대형 상업시설의 테넌트(tenant) 관리와 관련된 설명으로 옳지 않은 것은?

① 테넌트(tenant)는 상업시설의 일정한 공간을 임대하는 계약을 체결하고 해당 상업시설에 입점하여 영업을 하는 임차인을 일컫는 말이다.

❷ 테넌트 믹스(tenant mix)는 상업시설의 머천다이징 정책을 실현하기 위해 시설내 테넌트 간에 끊임없이 경쟁을 유발하도록 해야 한다.

③ 앵커 테넌트(anchor tenant)는 상업시설 전체의 성격을 결정짓는 요소로 작용하며 해당 상업시설로 많은 유동인구를 발생시키기도 한다.

④ 앵커 테넌트(anchor tenant)는 핵점포(key tenant)라고도 하며 백화점, 할인점, 대형서점 등 해당 상업시설의 가치를 높여주는 역할을 한다.

⑤ 마그넷 스토어(magnet store)는 쇼핑센터의 이미지를 높이고 쇼핑센터의 회유성을 높이는 점포를 말한다.

40. 점포의 선택을 위해 고려할 입지조건과 점포구조에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 입지조건 평가를 위해 점포의 가시성, 접근성 등을 검토해야 한다.

② 점포규모와 관련하여 임차면적과 전용면적을 확인해야 한다.

③ 고객시선을 고려한 간판을 설치할 수 있는 위치와 길이, 높이를 확인해야 한다.

④ 건물의 층과 위치, 계단, 엘리베이터의 유무와 위치도 접근성에 해당된다.

❺ 점포의 형태는 도로에서 볼 때 전면과 측면 비율이 2:3이 될 때 접근성 확보에 좋다.

41. Converse의 제 2 법칙에 의하면 소비자가 지출하는 금액은 거주자의 시장크기에 의해 변화할 수 있다고 제시하고 있다. 현재 준선이는 인구 6만명의 중소도시에 거주하고 있으며 8 mile 떨어진 인근에 인구 360만명의 대도시가 있다. 준선이가 거주하는 도시에서 선매품인 A제품에 한해 소비하는 금액이 3,000만원이면 준선이가 도시외부에서 쓰는 금액은 얼마인가?

① 1,900만원보다 크고 2,000만원보다 작다.

② 2,100만원보다 크고 2,500만원보다 작다.

③ 2,500만원보다 크고 2,600만원보다 작다

❹ 2,700만원보다 크고 2,900만원보다 작다.

⑤ 2,900만원 이상이다.

42. 점포의 효용(매력도) 측정 과정에서 Huff모형보다 MNL모형을 이용할 때 유리한 점을 가장 잘 표현한 것은?

① 비교적 자료를 구하기 쉬운 점포의 면적을 변수로 반영한다.

② 중력이론을 토대로'거리의 제곱에 반비례한다'는 사실을 반영한다.

❸ 점포와의 거리 및 점포의 면적 이외에도 다양한 변수를 반영할 수 있다.

④ 소비자와 점포 사이의 거리를 반영한다.

⑤ 점포까지의 이동시간을 반영할 수 있다.

43. 상권조사 기법으로 많이 활용하는 CST(Customer Spotting Technique)기법과 관련된 설명으로 볼 수 없는 것은?

① 상권의 범위를 파악하는데 도움을 준다.

② 상권내 소비자의 인구통계적 특성을 분석할 수 있다.

③ 기존 유사점포 및 신규점포 분석에 활용된다.

④ 점포들간의 상권 잠식상태와 경쟁의 정도를 측정할 수 있다.

❺ 회귀분석법을 적용할 때 대부분 활용된다.

44. 점포의 입지이론을 단일점포 입지이론과 다점포 입지이론으로 구분할 때 해당되는 설명으로 옳지 않은 것은?

① 단일점포의 최적입지를 조사하는 방법 중 가장 간단하면서 체계적인 방법은 체크리스트를 활용하는 방법이다.

② 체크리스트 방법에는 점포경쟁 구조분석이 포함되며 위계별, 업태별 및 업태내, 잠재경쟁구조, 경쟁 및 보완관계 등을 분석하게 된다.

③ 단일점포 입지이론에는 자사점포와 유사한 점포를 선정하여 신규입지에서의 매출액과 상권규모를 추정하는 유추법이 있다.

❹ 다점포 입지모형은 한 도시 전체 점포수에서 차지하는 비율과 시장점유율과의 관계를 선형으로 볼 때 사용할 수 있는 개념이다.

⑤ 다점포 입지모형은 기본적으로 MCI이론을 연장시킨 것으로 하나의 상권 내에서 복수의 점포를 어떻게 배치하는 것이 좋은지를 찾는 방법이다.

45. 다음은 허프(Huff)의 모형을 이용하여 점포 선택가능성을 제시한 것이다. 예시에 적합한 설명으로 옳은 것은?

> 형준이는 주변에 있는 3개의 점포 중 하나를 선택하며 상품'가'를 구매하고자 한다. A점포는 10km 거리에 있으며 매장 면적은 3개의 점포 중 가장 큰 규모인 200㎡ 를 가지고 있다. B점포는 20km 거리에 있으며 매장 면적은 3개의 점포 중 가장 작은 규모인 100㎡를 가지고 있다. C점포는 5km 거리에 있으며 매장 면적은 중간정도의 크기인 150㎡이다. 형준이의 거리와 매장면적에 대한 선호특성을 감안한 모수는 각각 3과 2이다.

① 상품'가'의 판매 점포 중에서 다른 점포에 비해 절대적 우위에 있는 점포는 없다.

② A점포는 다른 점포에 비해 거리는 보통이지만 점포크기가 가장 크기 때문에 비교우위가 있다.

③ 신규점포 D가 형준에게 선택되려면 매장면적과 접근성은 각각 300m2, 10km 떨어진 곳에 입지하면 된다.

④ C점포의 경우 가장 가까운 거리와 중간규모의 매장을 구비하였기 때문에 선택될 가능성이 가장 크다.

⑤ 각 점포의 경우 전체 상권 내에서 동일한 비교 우위를 가지고 있다고 분석된다.

【3과목】 유통마케팅 (25문제)

46. 조사를 위한 표본을 추출하는 방식 중 성격이 다른 하나는?

① 편의표본 추출법

② 단순무작위표본 추출법

③ 층화무작위표본 추출법

④ 군집표본 추출법

⑤ 체계적 무작위 추출법

47. 브랜드 자산에 대한 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

① 브랜드 자산은 브랜드 인지도와 브랜드 이미지로 구성되어 있다.

② 브랜드 이미지는 호의적이고, 독특하고, 강력해야 한다.

③ 인지도가 높다는 것은 강력한 브랜드가 되기 위한 필요조건이지만 충분조건은 아니다.

④ 브랜드 자산이 강력하면 더 높은 가격 프리미엄을 획득할 수 있다.

⑤ 브랜드 자산이 강력한 경우 브랜드 보호를 위해 상표확장을 지양한다.

48. 점포 구성과 설계에 대한 내용으로 옳지 않은 것은?

① 점포는 고객에게 상품을 판매하는 곳으로 교환가치를 창출해야 한다.

② 점포는 고객들에게 구매 행동에 대한 올바른 정보를 전달해야 한다.

③ 점포는 특수상품이나 전문품을 전방시설에 위치시켜 상품을 효과적으로 전시해야 한다.

④ 점포는 상품을 잘 보이게 하면서 잠재고객이 편하게 쇼핑할 수 있도록 조성해야 한다.

⑤ 점포는 무엇을 판매하고 누구를 위한 점포인지에 대한 명확한 특징이 있어야 한다.

49. 단품 및 단품관리에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 단품이란 저마다 객체성을 갖고 있어서 더 이상의 세분화가 이루어질 수 없는 상품단위를 말한다.

② 단품관리란 상품을 품목, 단위별 수량관리를 통해 최소단위로 분류해서 그 단위품목을 관리하는 방식이다.

③ 단품마다 판매수량이 파악되므로 판매에 대한 상품 정보를 정확히 알고 판매에 활용할 수 있다.

④ 단품관리를 통해 팔리지 않는 상품을 배제하고 팔리는 상품을 효율적으로 진열할 수 있다.

⑤ 단품관리를 통해 매장면적 대비 적정 판매 인원수 및 지역 내의 소비구조 등을 파악할 수 있다.

50. 상품정책의 기본유형에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 완전 종합형 상품정책 : 백화점처럼 종합화와 전문화를 동시에 실현하는 것이다.

② 불완전 종합형 상품정책 : 양판점처럼 종합화를 우선적으로 실현하는 것이다.

③ 완전 한정형 상품정책 : 전문점처럼 종합화보다는 전문화를 우선적으로 실현하는 것이다.

④ 불완전 한정형 상품정책 : 근린점처럼 종합화, 전문화 모두를 단념하는 것이다.

⑤ 완전 계획형 상품정책 : 점포규모, 입지조건 등의 조건에 따라 탄력적으로 상품을 구성하는 형태이다.

Download on the App Store 전자문제집 CBT(App Store) :[다운로드]
GET IT ON Google Play 전자문제집 CBT(Google Play) :[다운로드]

51. 다음 내용은 무엇을 설명한 것인가?

- 자원이 부족한 기업들이 효과적인 마케팅 활동을 수행하기 위하여 같은 경로 단계에 있는 다른 기업과 결합하는 것을 말한다.
- 이러한 통합을 통해 각각의 기업은 서로의 목표를 달성해 나가기 위한 시너지효과를 얻게 되는데 이러한 시스템을 공생적 마케팅이라고도 한다.
- 이 시스템은 경쟁자이든 비경쟁자이든 상관없이 서로의 목표를 위해 힘을 결속할 수 있다는 장점이 있다.

① 수직적 마케팅 시스템(vertical marketing system)
❷ 수평적 마케팅 시스템(horizontal marketing system)
③ 몰입형 마케팅 시스템(commitment marketing system)
④ 사회적 마케팅 시스템(social marketing system)
⑤ 체인 시스템(chain system)

52. 효율성을 강조하는 유통목표에 해당하는 것은?

① 고객만족도
② 클레임건수
③ 중간상의 거래전환건수
④ 신시장 개척건수
❺ 악성 미수금비율

53. 유통환경의 내부분석에 해당하는 것은?

① 고객의 구매편의성 증대로 소매점포수 확대나 적정재고 유지가 중요해졌다.
② 새롭게 등장하는 소매업태가 무엇인지, 적절히 분석하고 대응해야 한다.
❸ 자사의 성과를 분석할 경우에는 유동성비율, 재무적 건실도 등을 포함한다.
④ 원재료 공급업자의 가격정책을 주시한다.
⑤ 좁은 의미의 경쟁자는 직접 경쟁 업태이지만, 넓게 보면 할인점도 백화점의 경쟁상대가 될 수 있다.

54. 유통경로에서 중간상의 존립 근거로 가장 부적절한 것은?

① 거래 과정의 효율성을 개선시킨다.
② 분류과정을 통한 구색상의 차이를 조정한다.
③ 거래를 정례화시켜 경로구조를 지속하게 한다.
④ 거래상의 탐색과정을 수행한다.
❺ 정보시스템의 구축을 통해 경로구조를 분석하게 한다.

55. 진열방법에 대한 내용으로 옳지 않은 것은?

① 일부 의류업체는 매장의 전체적 이미지를 표현하기 위해서 아이디어 지향적 진열방식을 사용하기도 한다.
② 할인점, 식품점 등은 거의 모든 상품을 스타일이나 품목별로 진열하고 있다.
❸ 곤돌라 진열이란 벽과 높은 곤돌라를 사용하여 상품을 수평적으로 진열하는데, 이는 좌에서 우로 이동하는 고객 시선의 자연스러운 흐름을 따르는 효과적인 진열이다.
④ 많은 양의 상품을 한꺼번에 쌓아 두는 방식을 적재진열이라고 한다.
⑤ 소매업체가 고객의 눈길을 끌기 위해 상품을 노출시키고자 할 때 전면 진열을 한다.

56. 상품관리 및 구성에 대한 설명 중 가장 옳지 않은 것은?

① 구색계획(Assortment Planning)은 특정 상품 카테고리에 대한 재무 및 상품기획 상의 목표를 계획하는 것이다.
② 소매점이 판매하는 모든 상품의 종류와 조합을 상품구색 또는 상품구성이라 한다.
③ 상품계열은 유사한 성능, 동일한 고객층, 동일한 가격대 등과 같이 서로 관련성이 있는 상품군을 말한다.
❹ 전문점의 상품계열 깊이(depth)는 한정되어 있으나 백화점과 할인점은 깊다.
⑤ 상품 믹스(product mix)란 취급하고 있는 제품계열, 제품 품목, 상표의 구성 패턴 등의 집합을 말한다.

57. 상품관리과정으로 바르게 짝지어진 것은?

카테고리별 판매예측 → (A) → 적정재고수준 및 상품가용성 결정 → 재고관리 계획개발 → (B) → 상품매입 → 성과평가 및 조정

❶ A: 구색 계획의 개발, B: 상품의 점포별 할당
② A: 환경분석, B: 상품구매결정
③ A: 머천다이징 수준결정, B: 상품구색 결정
④ A: 재고계획, B: 상품의 점포별 할당
⑤ A: 카테고리별 가격결정, B: 상품구색 결정

58. 고객관계관리 프로그램의 목적에 대한 설명으로 거리가 먼 것은?

① 기존 고객의 가치증대

② 신규고객확보

③ 고객관리비용 감소

④ 고객유지율 개선

❺ 단기적 관계유지

59. 다음에서 설명하는 유통조사방법은?

> 신선식품을 제조하는 A사는 자사가 개발한 신제품에 적합한 유통경로를 고민하고 있다. 또한 제품에 대한 소비자들의 반응을 궁금해 하고 있다. A사는 10여명의 소비자를 선발하여 그들에게 신제품을 일주일간 집에서 먹게 하고, 소비자와 함께 집에 머물며 식습관을 관찰하였다. 결국, 소비자들이 원하는 제품으로 수정하였고, 그들이 원하는 유통경로에 신제품을 출시하였다.

① 표적집단면접(Focus Group Interview)

② 갱서베이(Gang Survey)

❸ 민족지학적 연구(Ethnographic Research)

④ 심층면접(Depth Interview)

⑤ 뉴로마케팅(Neuromarketing)

60. 뉴 미디어와 그에 대한 설명으로 적절하게 연결된 것은?

> 가. 인터넷 상의 배포-구독 모델을 통해 오디오나 비디오 프로그램을 배포하는 기술
> 나. 비디오를 공유하는 웹사이트로, 이 사이트를 통해 싸이는 일약 세계적 스타로 성장
> 다. 페이스북, 링크드인 등 다수의 연결망을 통해 커뮤니케이션 가능

① 가-UCC, 나-SNS, 다-위키

❷ 가-팟캐스팅, 나-유튜브, 다-SNS

③ 가-SNS, 나-블로그, 다-위키

④ 가-SNS, 나-UCC, 다-블로그

⑤ 가-웹커뮤니티, 나-유튜브, 다-SNS

61. 소매업의 수평적 경쟁 유형에 해당하는 것은?

❶ 전통시장과 인근 대형마트간 경쟁

② 제조업자와 공급자간 경쟁

③ 제조업자와 도매상간 경쟁

④ 전통시장과 공급자간 경쟁

⑤ 제조업자와 소매상간 경쟁

62. 서비스 포지셔닝 방법에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

❶ "우리는 2위입니다"라는 포지셔닝은 등급별 포지셔닝에 해당된다.

② 헬스클럽 프랜차이즈가"여성 전용"이라고 한 것은 이용자 중심 포지셔닝이다.

③ 특정 항공사가"저렴하면서 편리한 서비스"를 강조하는 것은 가치중심 포지셔닝이다.

④ "24시간, 고객 대기시스템"을 강조하는 것은 응답성 중심 포지셔닝이다.

⑤ "다양함을 즐길 수 있는 문화공간"임을 표방하는 것은 유형성 중심 포지셔닝이다.

63. EDLP(every day low price)와 high-low 가격정책에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① high-low 가격정책은 보통 EDLP 정책보다 높은 가격정책을 추구한다.

② high-low 가격정책은 가격세일행사를 빈번하게 하기 때문에 수요의 변동이 크다.

③ high-low 가격정책은 EDLP 정책보다 상품의 재고관리가 복잡하다.

❹ high-low 가격정책은 EDLP 정책보다 촉진비용이 덜 드는 경향이 있다.

⑤ high-low 가격정책은 보통 EDLP보다 경쟁자와의 가격전쟁에 대한 압박이 높다.

64. 직원에 대한 인사고과의 과정에서 범하기 쉬운 오류에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 피고과자의 한 가지 면을 보고 다른 것까지 모두 일반화하는 오류를 범한다.

② 피고과자의 실제의 능력이나 실적보다 더 높게 평가하는 경향이 있다.

③ 피고과자를 평가함에 있어 중간 정도의 점수를 부여하는 경향을 보인다.

④ 쉽게 기억할 수 있는 최근의 실적이나 능력을 중심으로 평가하기 쉽다.

❺ 부하와 좋은 인간관계를 갖고 있다면 오히려 능력을 낮게 평가하는 경향이 있다.

65. 상표확장전략에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

❶ 기존의 제품범주 내에서 새로운 색상, 사이즈, 맛 등의 제품을 추가적으로 도입하는 전략이다.

② 소비자들이 기존의 상표명에 친숙하다면 신제품을 즉시 인지할 수 있다는 장점이 있다.

③ 개별 브랜드의 신제품 도입보다 신제품에 대한 마케팅 비용이 절감된다.

④ 신제품이 호의적인 평가를 받게 되면 기존의 상표명의 이미지를 강화시킬 수 있다.

⑤ 지나친 상표확장은 원래의 상표명이 가졌던 강한 이미지를 약화시킬 우려가 있다.

66. 여러 성장전략 가운데서 혁신성이나 위험성이 가장 낮고 시간적으로도 가장 단기적인 성격의 성장전략이라고 볼 수 있는 것은?

① 제품개발(product development)

② 시장개척(market development)

③ 전방통합(forward integration)

④ 후방통합(backward integration)

❺ 시장침투(market penetration)

67. POP 광고와 관련된 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 매장 내에서 고객의 관심을 끌 수 있는 정보 즉 상품명, 가격, 소재, 특징 등을 알려준다.

② 매스컴 광고를 그대로 POP 디스플레이에 이용하기도 한다.

❸ 소비자의 수준을 고려하여 충동구매촉진보다 이성적 설득방법을 사용하는 것이 효과적이다.

④ 문장을 가로로 쓰고 적당한 여백을 두는 것이 유리하다.

⑤ 기업을 PR하는 역할을 한다.

68. 다음은 어떠한 유통조사를 설명한 것인가?

( )는 소매점, 판매원 등의 고정된 표본을 대상으로 일정기간 동안 반복하여 이루어지는 조사를 의미한다.

① 실험조사

② 소매조사

③ 반복측정조사

❹ 패널조사

⑤ 시간차조사

69. POS시스템의 상품코드로 활용되는 OCR 표찰의 특징으로 옳지 않은 것은?

❶ 가공식품 및 잡화 등에 적합하다.

② 상품속성에 대한 정보를 다량 기입할 수 있다.

③ 백화점 및 전문점에 더 적합하다.

④ 숫자 뿐만 아니라 문자를 직접 입력할 수 있다.

⑤ 코드 통일화가 어려운 상품에 이용된다.

70. 특정 소매점에서 여러 판매촉진방법에 따른 매출성과와의 인과성을 규명하고자 하는 경우에 사용될 분석기법으로 적절한 것은?

❶ 분산분석

② 상관관계분석

③ 군집분석

④ 요인분석

⑤ 컨조인트분석

【4과목】 유통정보 (20문제)

71. 전자화폐의 특징을 설명한 것으로 가장 옳지 않은 것은?(문제 오류로 가답안 발표시 1번으로 발표되었지만 확정답안 발표시 모두 정답처리 되었습니다. 여기서는 가답안인 1번을 누르면 정답 처리 됩니다.)

❶ 시간적·공간적 비용을 줄임으로써 화폐공급량을 증가시킨다.

② 현금 사용 시 발생되는 운반·보관 비용과 도난위험 등을 방지할 수 있다.

③ 통화 유통속도를 증가시킨다.

④ 중앙은행의 발권비용을 감소시키고 정산의 효율성을 증가시킨다.

⑤ 전자지갑을 통하여 지불서버에 한 번만 등록하면 해당 전자지불을 지원하는 모든 쇼핑몰에서 사용가능하기 때문에 지불 시 신용카드번호 같은 정보를 매번 입력하지 않아도 된다.

72. GS1 DataBar에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 로트번호, 생산지 정보 활용을 통한 이력관리가 가능하다.

❷ 이전의 바코드보다 크기가 커서 더 많은 정보를 저장할 수 있다.

③ 유통기한에 따른 상품관리가 가능하다.

④ 보다 효과적인 ECR(Efficient Consumer Response)가 가능하다.

⑤ 구(舊) RSS(Reduced Space Symbology)를 말한다.

73. 성공적인 웹사이트 구축을 위해 고려해야 할 요인으로 가장 거리가 먼 것은?

① 정보의 내용이 진위와 더불어 공신력이 있는 내용이어야 한다.

② 새로운 정보의 추가 및 갱신을 신속하게 수행하여야 한다.

③ 첫 방문자도 찾고자 하는 목표를 쉽게 찾아 갈 수 있도록 하여야 한다.

④ 판매된 제품을 바탕으로 응용할 수 있는 툴(tool)의 제공 등 콘텐츠 내용의 전문화가 필요하다.

❺ 넓은 구조보다는 깊은 구조를 갖도록 디자인하여야 한다.

74. Wiig의 지식경영모델에서 정의한, 지식의 유형에 대한 설명으로 가장 옳지 않게 짝지어진 것은?

① 사실지식 : 데이터 및 인간관계, 측정치, 즉 전형적으로 직접 관찰 가능하고 검증 가능한 콘텐츠 등을 의미한다.

② 개념지식 : 체계나 관점 등을 의미한다.

❸ 일반지식 : 일반적으로 명시적이라기 보다는 암묵적인 형태를 가지는 것으로 일상생활에서 무의식적으로 사용되는 지식을 의미한다.

④ 기대지식 : 아는 자의 판단, 가정 등을 의미하는 것으로, 의사결정에 이용되는 직관, 예감, 선호도, 경험적 판단 등을 들 수 있다.

⑤ 방법지식 : 추론, 전략, 의사결정 등에 관한 방법을 의미한다.

75. 온라인 유통채널을 운영하는 오프라인 유통기업의 사업모델은 무엇인가?

❶ Click-and-Mortar

② Virtual-and-Mortar

③ Brick-and-Mortar

④ Click-and-Virtual

⑤ Brick-and-Virtual

76. 전자서명이 유효하기 위한 조건으로 가장 옳지 않은 것은?

❶ 모든 서명자가 전자서명을 생성할 수 있어야 한다.

② 전자서명의 서명자를 불특정 다수가 검증 가능하여야 한다.

③ 서명자는 서명행위 이후에 서명한 사실을 부인할 수 없어야 한다.

④ 서명한 문서의 내용을 변경할 수 없어야 한다.

⑤ 전자문서의 서명을 다른 전자문서의 서명으로 사용할 수 없어야 한다.

77. 국제표준상품식별코드는?

① UNSPSC

❷ GTIN

③ GDTI

④ GINC

⑤ EPC

78. 유비쿼터스 컴퓨팅(Ubiquitous Computing)에 대한 설명으로 가장 거리가 먼 것은?

① 유비쿼터스 컴퓨팅은 모든 사물에 칩을 넣어 어느 곳에서든 사용할 수 있도록 구현한 컴퓨팅 환경을 지칭한다.

② 유비쿼터스 컴퓨팅의 센싱기술은 주변의 기계가 커뮤니케이션을 할 수 있도록 자율적으로 정보의 수집 및 관리가 가능하게 지원하는 기술이다.

③ '네트워크에 연결되지 않은 컴퓨터는 유비쿼터스 컴퓨팅이 아니다'라고 할 만큼 항상 네트워크에 접근 가능해야 하는 컴퓨팅 환경이다.

④ 가상공간이 아닌 현실 세계의 어디서나 컴퓨터의 사용이 가능하도록 구현된 컴퓨팅 환경이다.

❺ 사용자가 네트워크나 컴퓨터를 의식한 상태에서 의도적인 조작을 통해 네트워크에 접속할 수 있는 정보통신 환경을 말한다.

79. 다양한 품목을 취급하는 중소업체들의 거래를 중개하는 G마켓 같은 전자시장(e-marketplace)형태를 무엇이라 하는가?

① 판매자 중심 전자시장

② 구매자 중심 전자시장

③ 수직적 전자시장

❹ 수평적 전자시장

⑤ 협업지원 전자시장

80. EPCglobal Network의 주요 구성요소에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① EPC(Electronic Product Code)는 RFID를 이용한 객체식별과 EPCglobal N/W을 통한 객체정보 접근 및 교환을 위한 Key이다.

② ONS(Object Naming Service)는 특정 EPC에 대한 질의에 대하여 객체 정보 획득이 가능한 URI값을 반환함으로써 글로벌 검색서비스를 가능케 하는 구성요소이다.

③ ALE(Application Level Event)는 리더가 읽어들인 RFID 태그 정보를 어플리케이션 계층으로 전달하는 역할을 하는 일종의 미들웨어이다.

④ EPCIS(EPC Information Service)는 객체에 대한 정보 접근과 교환을 위한 표준 인터페이스로서, 객체 이벤트를 저장하여 객체정보를 여러 어플리케이션에서 사용할 수 있도록 해주는 EPCglobal N/W의 가장 중요한 구성요소이다.

❺ DS(Discovery Service)는 미들웨어로부터 전달받은 이벤트 정보를 이용하여 객체의 상태정보, 추적정보를 생성하여 로컬저장소에 저장·관리하고, 주어진 EPC에 대한 정보 취합의 허브 역할을 한다.

81. KAN상품분류코드에 대한 설명으로 가장 적합하지 않은 것은?

❶ GS1한국위원회(http://www.gs1kr.org)에 등록된 방대한 상품정보를 효율적으로 검색 및 분석할 수 있는 상품분류코드체계이다.

② 업체에 따라 서로 상이한 상품분류체계를 표준화하기 위한 목적을 갖고 있다.

③ 개별상품에 대한 분류기준을 제시하여 상품정보를 효율적으로 검색할 수 있는 키(key)의 역할도 한다.

④ POS데이터서비스 분류단위의 기준으로 활용된다.

⑤ KAN상품분류코드의 구조는 대분류, 중분류, 소분류, 세분류로 되어 있다.

82. 전자무역의 장점으로 가장 거리가 먼 것은?

① 무역거래 시간 및 비용의 절감

② 글로벌 마케팅 활동의 가능

③ 거래처 발굴의 효율화

❹ 신용장 활용의 확대

⑤ 중소기업의 성장 가능성 증대

83. EDI기술을 토대로 소매업체와 공급업체를 연결해 생산계획과 수요예측, 재고관리 등 협업을 가능케 해주는 시스템을 무엇이라 하는가?

① CM

② VMI

③ CMI

❹ CPFR

⑤ CRP

84. 정보는 특별한 관련성과 목적을 가진 데이터이다. 다음 중 데이터를 정보로 전환하는 데 필요한 다섯 유형의 중요한 활동으로 가장 적합하지 않은 것은?

① 맥락화

② 분류

③ 정정

❹ 대화

⑤ 축약

85. 기업이 보유하고 있는 지적자산은 형식지와 암묵지로 구분해 볼 수 있다. 다음 설명 중 가장 적절치 못한 것은?

① 형식지란 문서화되어 있고, 보존이 가능하고, 성문화 할 수 있는 것들을 말한다.

② 특허권, 상표, 사업계획, 시장조사, 고객목록 등이 형식지에 해당된다.

③ 도제 장인의 솜씨는 암묵지에 해당한다.

❹ 사람들 머릿속에 있는 지식을 인식하고, 생성하고, 공유하고, 관리하는데 있어 암묵지에서 암묵지로 이동을 할 수 있도록 구현된 시스템을 지식경영시스템(KMS)이라 한다.

⑤ 제품별 운송시 주의사항과 지침은 형식지에 속한다.

86. 소비자가 개인 또는 단체를 구성하여 상품의 공급자나 생산자에게 가격, 수량, 부대 서비스 조건을 제시하고 구매하는 역경매 형태의 전자상거래는 무엇인가?

① B2B

② P2P

③ B2C

④ C2C

❺ C2B

87. 물류정보화의 핵심 기술과 그 설명으로 옳지 않은 것은?(문제 오류로 가답안 발표시 1번으로 발표되었지만 확정답안 발표시 1, 3번이 정답처리 되었습니다. 여기서는 가답안인 1번을 누르시면 정답 처리 됩니다.)

❶ LAN(Local Area Network) : 하나의 빌딩, 학교 또는 가정과 같이 근거리에 있는 일군의 컴퓨터들을 연결하기 위해서 설계된 네트워크로 가장 큰 규모의 네트워크 단위이다.

② 위치기반서비스(LBS) : 이동하는 사용자들이 개인에 맞춘 지역 콘텐츠에 바로 접속하게 하도록 지원하여 화물추적서비스나 차량위치추적 서비스 등을 가능하게 해 준다.

③ 와이파이(Wi Fi) : 전파를 통해 이동 가능한 장치들이 무선으로 근거리 네트워크에 접속하는 방법으로 최대 300m정도 범위까지 서비스가 가능하다.

④ 지리정보시스템(GIS) : 다차원 지도상에 표시할 정보를 제공해주는 하드웨어, 소프트웨어, 데이터로 구성된 정보기술이다. 기업에서는 데이터베이스와 GPS가 결합된 서비스를 활용하기도 한다.

⑤ RFID : 전자 태그나 라벨을 이용하여 물체를 무선으로 가까운 거리 내에서 식별하는 기술로 가축에서부터 컨테이너 화물에 이르기까지 다양한 자산들을 추적할 수 있도록 지원한다.

88. 데이터를 수집하여 지식으로 활용하는 기술에 대한 설명으로 가장 거리가 먼 것은?

❶ OLAP는 기술을 이용하여 거래 정보와 이벤트 정보를 수납하고 사전에 정의된 비즈니스 규칙에 따라 정보를 처리하고, 저장하고, 새로운 정보로 갱신한다.

② 데이터 마트는 데이터의 한 부분으로서 특정 사용자가 관심을 갖는 데이터들을 담은 비교적 작은 규모의 데이터 웨어하우스를 지칭한다.

③ 데이터 웨어하우스와 데이터 마트의 구분은 사용자의 기능 및 제공 범위를 기준으로 한다.

④ 데이터마이닝은 원래의 자료 그 자체만으로는 제공되지 않은 정보를 추출하기 위해 자료를 분석하는 과정이다. 업무를 하나의 관점에서 축약하여 경향을 파악하고 더 나은 예측을 위해 활용한다.

⑤ 빅데이터는 기존의 정형화된 데이터 뿐만 아니라, 비정형적 데이터까지 포함한 방대한 양의 데이터를 수집하여 다양한 관점에서 신속하게 패턴이나 예측 정보를 제공한다.

89. ( )안에 들어갈 알맞은 말은?

> 전 세계적으로 몇 년간 페이스북 등 소셜 네트워크 서비스나 기기간 통신을 이용한 센서 네트워크, 그리고 기업의 IT 시스템에서 발생하는 대량 데이터의 수집과 분석, 즉 이른바 (㉠)의 활용이 활발해지고 있다. 2013년에는'데이터 규모'에서'데이터 분석 및 활용'으로 초점을 이동하면서 기존의 데이터웨어하우스 개념에서 발전지향적인 DW전략과 새로운 데이터 분석 기술이 결합된 (㉡)시대가 도래할 것으로 예상된다.

① ㉠ 소셜네트워크서비스, ㉡ 빅데이터

② ㉠ 온라인거래처리(OLTP), ㉡ 온라인분석처리(OLAP)

❸ ㉠ 빅데이터, ㉡ 빅데이터

④ ㉠ 만물인터넷, ㉡ 만물인터넷

⑤ ㉠ 사물인터넷, ㉡ 만물인터넷

90. 다음은 기업에서 일어날 수 있는 의사결정의 예이다. 기업을 운영, 관리, 전략계층으로 구분해 볼 때, 다음의 의사결정 사례는 각기 어느 계층에서 일어날 수 있는지 가장 적절하게 짝지어진 것은?

> ㉠ 오늘 물류창고관리부서의 직원이 몇 명 병가를 냈는가?
> ㉡ 오늘 어떤 종류의 제품을 몇 개 창고에서 매장으로 보내야 하는가?
> ㉢ 새로운 세법 때문에 기업이 준비해야 할 것은 무엇인가?
> ㉣ 매월 예상 판매량과 실제 판매량 간의 차이는 얼마나 있는가?
> ㉤ 판매점별 가장 우수한 판매자는 누구인가?

① ㉠-운영, ㉡-관리, ㉢-전략, ㉣-관리, ㉤-운영

② ㉠-운영, ㉡-운영, ㉢-전략, ㉣-전략, ㉤-관리

③ ㉠-운영, ㉡-운영, ㉢-관리, ㉣-관리, ㉤-운영

❹ ㉠-운영, ㉡-운영, ㉢-전략, ㉣-관리, ㉤-관리

⑤ ㉠-운영, ㉡-관리, ㉢-관리, ㉣-관리, ㉤-운영