

## 2015년07월05일년 유통관리사 3급 필기시험 기출문제 답안

|                           |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|---------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 【1과목 : 20문제】<br>유통상식      | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 |
|                           | ③  | ①  | ③  | ④  | ②  | ⑤  | ⑤  | ⑤  | ①  | ⑤  |
|                           | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
|                           | ③  | ②  | ②  | ①  | ③  | ②  | ④  | ①  | ④  | ⑤  |
| 【2과목 : 25문제】<br>판매 및 고객관리 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
|                           | ③  | ③  | ⑤  | ⑤  | ③  | ④  | ①  | ⑤  | ③  | ③  |
|                           | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 | 40 |
|                           | ④  | ①  | ②  | ⑤  | ⑤  | ②  | ③  | ②  | ③  | ①  |
|                           | 41 | 42 | 43 | 44 | 45 |    |    |    |    |    |
|                           | ①  | ②  | ③  | ①  | ⑤  |    |    |    |    |    |

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】 유통상식 (20문제)**

1. 기업이 집약적 유통경로를 활용하는 경우, 중간상에 대한 통제가 불가능해져 궁극적으로 손실을 보게 되는 포화효과(effects of saturation)가 발생할 수 있다. 이와 관련된 내용으로 옳지 않은 것은?

- ① 중간상의 이익감소
- ② 중간상의 제조업체에 대한 확신 감소
- ③ 중간상의 제품 가격 인상
- ④ 소비자에 대한 중간상의 지원 감소
- ⑤ 소비자의 만족 감소

2. 아래 박스의 ( )안에 들어갈 적합한 용어는 무엇인가?

소매업체가 특정 공급업체(A)에게 그들 경쟁사의 상품을 ( )하게 하고, 그 공간에 공급업체(A)의 상품을 진열하게 하거나, 느리게 판매되는 상품에 대해 소매업체가 공급업체(A)에게 ( )을/를 요구하기도 한다.

- ① 역매입
- ② 역청구
- ③ 뇌물 지급
- ④ 리베이트 지급
- ⑤ 입점비 지급

3. 아래 박스에서 설명하고 있는 도매상의 유형으로 옳은 것은?

- 한정기능도매상이다.
- 석탄, 목재, 중장비와 같이 부피가 큰 제품을 주로 취급한다.
- 주문을 받으면 합의된 조건과 배달시간에 맞추어 고객에게 직접 제품을 선적·운반할 제조업체에게 연결해준다.
- 자신들은 직접 재고를 유지하지 않는다.

- ① 현금판매도매상(cash and carry wholesalers)
- ② 트럭도매상(truck wholesalers)
- ③ 직송도매상(drop shipper)
- ④ 선반중개인(rack jobber)
- ⑤ 우편주문도매상(mail-order wholesalers)

4. 도매상이 제공하는 효용에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 도매상은 소매상이 필요로 하는 구색을 갖추으로써 고객의 불편을 덜어준다.
- ② 도매상들은 재고를 보유함으로써 소매상의 재고비용과 위험부담을 덜어준다.
- ③ 도매상은 소매상에게 신용판매 및 금융 서비스 등을 제공한다.
- ④ 도매상은 넓은 판매망을 제공하여 최종 소비자에게 신속한 배달이 가능하다.
- ⑤ 도매상은 소매상에게 다양한 신제품, 제품가격변화 등에 관한 정보를 제공한다.

5. 서울, 부산, 광주에 있는 세 명의 생산자와 대전, 강릉, 제주에 있는 세 명의 소비자가 있다고 가정한다. 이때, 유통업체가 없는 경우 소비자와 생산자의 총 거래 횟수와 유통업체가 1개 업체만 존재할 경우 소비자와 생산자의 총 거래 횟수를 순서대로 나열한 것은?

- ① 18, 6
- ② 9, 6
- ③ 36, 9
- ④ 18, 9
- ⑤ 6, 9

6. 유통경로 내의 모든 유통기관은 몇 가지 유형의 흐름에 의해 서로 연결되어 있다. 이 흐름에 해당하지 않는 것은?

- ① 제품의 흐름(physical flow)
- ② 소유권의 흐름(flow of ownership)
- ③ 결제의 흐름(payment flow)
- ④ 정보의 흐름(information flow)
- ⑤ 협상의 흐름(negotiation flow)

7. 고객과 관련된 윤리문제에 해당하지 않는 것은?

- ① 고객에게 할인품목을 정가가격으로 파는 행위
- ② 고객에게 거스름돈을 적게 주는 행위
- ③ 고객인 친구에게 종업원 할인율을 적용하는 행위
- ④ 고객정보의 외부 유출
- ⑤ 직장동료의 불법행위를 묵인하는 행위

8. 식품위생법상의 용어 정의 중에서 옳지 않은 것은?

- ① 식품이란 모든 음식물(의약으로 섭취하는 것은 제외한다)을 말한다.
- ② 식품첨가물이란 식품을 제조, 가공 또는 보존하는 과정에 서 식품에 넣거나 섞는 물질 또는 식품을 적시는 등에 사용되는 물질을 말한다.
- ③ 화학적 합성품이란 화학적 수단으로 원소 또는 화합물에 분해 반응 외의 화학반응을 일으켜서 얻은 물질을 말한다.
- ④ 용기·포장이란 식품 또는 식품첨가물을 넣거나 싸는 것으로서 식품 또는 식품첨가물을 주고받을 때 함께 건네는 물품을 말한다.
- ⑤ 식품위생이란 식품의 섭취로 인하여 인체에 유해한 미생물 또는 유독물질에 의하여 발생하였거나 발생할 것으로 판단되는 감염성 또는 독소형 질환을 말한다.

9. 수평적 마케팅 시스템에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 같은 경로수준에 있는 둘 혹은 그 이상의 기업이 결합하는 것을 말한다.
- ② 생산과 유통과정에서 서로 다른 단계에 위치한 독립회사들이 계약을 통해 결합한다.
- ③ 한 경로구성원이 다른 구성원을 모두 소유함으로써 강력한 협력체계를 이룬다.
- ④ 각 경로구성원들이 수평적 대등관계를 유지하며 독립적인 역할을 수행하는 것이다.
- ⑤ 특정 경로구성원이 공동소유권에 의해 판촉과 지원을 공유하는 것을 말한다.

10. 전통적인 상거래와 비교하여 전자상거래의 특징으로 옳지 않은 것은?

- ① 거래 대상 지역을 전세계로 확장 가능하다.
- ② 24시간 거래가 가능하다.
- ③ 1:1 마케팅이 가능하다.
- ④ 고객수요를 신속히 포착하여 대응할 수 있다.
- ⑤ 즉각적 쌍방향 커뮤니케이션이 어렵다.

11. 소매상이 소비자를 위해 수행하거나 제공하는 기능으로 옳지 않은 것은?

- ① 소비자가 원하는 상품구색을 제공한다.
- ② 소비자에게 점포 디스플레이 등을 통해 필요한 상품정보를 제공한다.
- ③ 재고유지의 기능을 수행한다.
- ④ 소비자에게 상품의 할부 판매 등의 기능을 수행한다.
- ⑤ 상품의 배달 기능을 수행한다.

12. 소매업체 중 전문점에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 특정 범위 내의 상품군을 전문적으로 취급
- ② 묶음이나 박스 단위로 판매하는 것이 특징
- ③ 우수한 머천다이징 능력이 경쟁력의 바탕
- ④ 풍부한 상품지식 전달 및 전문적 서비스 제공
- ⑤ 해당 제품계열 내에서는 매우 다양한 품목을 취급

13. 납품업체가 자사의 제품판매를 위하여 유통업체 일부 판매원에 게 특별 목표를 달성할 경우 제공하는 수당을 무엇이라고 하는가?

- ① 입점비(slotting allowance)
- ② 특별장려금(push money)
- ③ 진열수당
- ④ 리베이트(rebate)
- ⑤ 특판수당

14. POS(point of sales)시스템을 통하여 얻을 수 있는 정보로 옳지 않은 것은?

- ① 실시간 상품식별 및 위치 추적 데이터
- ② 고객별 지불 관련 데이터
- ③ 상품부문별 매출 및 고객 데이터
- ④ 담당자별 판매데이터
- ⑤ 점포별 매출 및 고객 데이터

15. 소비자기본법상 소비자의 기본적 권리에 해당되지 않는 것은?

- ① 물품 또는 용역으로 인한 생명·신체 또는 재산에 대한 위해로부터 보호받을 권리
- ② 물품 또는 용역을 선택함에 있어서 필요한 지식 및 정보를 제공받을 권리
- ③ 소비생활에 영향을 주는 기업정책과 활동에 대한 정보를 제공받고 의견을 교환할 권리
- ④ 안전하고 쾌적한 소비생활 환경에서 소비할 권리
- ⑤ 합리적인 소비생활을 위하여 필요한 교육을 받을 권리

16. 최근 사회적 문제가 되고 있는 점포내 성희롱에 대응하는 적절한 방법과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 피해접수 절차를 포함한 성희롱 방지 정책을 만든다.
- ② 감독자나 상사 위주로 구성된 공식적인 의사소통 경로로 집중화시켜 운영한다.
- ③ 피해자의 진술과 회의 내용을 서류로 남긴다.
- ④ 조사결과를 인적자원관리부서에 보고한다.
- ⑤ 피해자를 보호하며 사건에 대한 정보를 입수한다.

17. 청소년보호법의 목적으로 옳지 않은 것은?

- ① 청소년에게 유해한 매체물과 약물 등이 유통되는 것 등을 규제함
- ② 청소년이 유해한 업소에 출입하는 것 등을 규제함
- ③ 청소년을 유해한 환경으로부터 보호·규제함
- ④ 청소년이 경제적 독립체로 성장할 수 있도록 지원함
- ⑤ 청소년이 건전한 인격체로 성장할 수 있도록 함

18. 소매업체 중 백화점에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 생필품을 제외한 선매품과 전문품의 상품계열 취급
- ② 풍부한 인적, 물적 서비스로 판매활동 전개
- ③ 대형마트와는 다른 고급화와 차별화를 중심으로 전략 실행
- ④ 기능별 전문화에 의한 합리적 경영 추구
- ⑤ 엄격한 정찰제 실시

19. 고가격 고마진의 백화점에 대해 저가격 저마진의 할인점이 등장하여 경쟁한 결과로 백화점과 할인점의 절충형인 새로운 형태의 소매점으로 진화된다는 소매상 발전이론은?

- ① 소매업 수레바퀴이론
- ② 소매점 아코디언이론
- ③ 소매수명주기이론
- ④ 변증법적이론
- ⑤ 진공지대이론

20. 판매원의 성과지표는 정량적 지표와 정성적 지표로 나눌 수 있다. 보기 중 성격이 다른 하나는?

- ① 제품지식
- ② 의사소통능력
- ③ 전문가다운 품행
- ④ 고객민감성
- ⑤ 고객방문횟수

**【2과목】 판매 및 고객관리 (25문제)**

21. 상품 구성에 관한 내용으로 옳지 않은 것은?

- ① 소매점이 판매하는 모든 상품의 종류와 조합을 상품구색 혹은 상품구성이라고 한다.
- ② 상품 구색 중 폭(variety)은 점포가 취급하는 비경합적 상품 계열의 다양성이나 수를 나타낸다.
- ③ 전문점은 폭이 넓고 백화점이나 할인점은 폭이 좁다고 할 수 있다.
- ④ 상품 구색 중 깊이(depth)는 동일한 상품계열 내에서 이용 가능한 변화품이나 대체품과 같은 품목의 수를 말한다.
- ⑤ 전문점은 편의점에 비해 깊이가 깊은 편이라고 할 수 있다.

 전자문제집 CBT(App Store) : [\[다운로드\]](#)

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

22. 시각적 머천다이징(VMD)에 대한 내용으로 옳지 않은 것은?

- ① Visual Merchandising의 약자로, 시각적으로 소비자의 구매를 유도해 판매에 이르게 하는 전략을 뜻한다.
- VMD의 기대효과는 들어가고 싶은 매장, 고르기 쉬운 매
- ② 장, 사고 싶은 상품이 많은 매장, 판매와 관리가 편한 매장을 형성할 수 있다는 것이다.
- VMD를 활용하여 쇼윈도우와 스테이지 등에 전시된 상품
- ③ 을 일정기간 단위로 교체하면, 고객이 혼란을 느낄 수 있으므로 가급적 변화를 지양하여야 한다.
- 마네킹, 바디 등 다양한 종류의 보조물을 목적에 따라 적
- ④ 절하게 사용해야 한다.
- 매장에 진열되어 있는 상품을 돋보이게 하기 위해 조명을
- ⑤ 이용하여 매장의 분위기를 연출한다.

23. 아래 박스의 ( )안에 공통적으로 들어갈 적절한 단어는 무엇인가?

- ( )은 곤돌라의 양쪽 끝에 진열하는 방식을 뜻한다.
- ( )은 대형점포에서 저가상품 판매를 위한 고객유인책의 핵심 진열방식 중 하나이다.
- ( )방식에는 고객이 원하는 시즌상품, 유행상품, 선도가 높은 제철상품의 진열이 가능하다.

- ① 집중 진열
- ② 골든라인 진열
- ③ 섬 진열
- ④ 관련상품 진열
- ⑤ 엔드매대 진열

24. 브랜드에 대한 보기 중 성격이 전혀 다른 하나는?

- 소매상이 독점적으로 판매할 수 있는 상품을 개발하기 위
- ① 해 특정 공급업체에게 제조 혹은 공급을 의뢰한 소매상 브랜드
- ② 중간상 상표
- ③ 할인점 자체 브랜드
- ④ 유통업체 점포내에서 판매되는 유통업체 독점적브랜드
- ⑤ 제조업체 브랜드

25. 아래 박스의 ( )안에 들어갈 알맞은 단어는 무엇인가?

( )은(는) 가장 판매가 잘되는 장소를 말하는 것으로서, 진열범위 내에서 상품이 가장 잘 보이고 손이 쉽게 닿을 수 있는 높이의 범위를 말한다. 구체적으로는 눈높이로부터 20° 내려간 선을 중심으로 위로 10°, 아래로 20°~30° 자리를 말한다.

- ① POP(Point Of Purchase)
- ② POS(Point Of Sales)
- ③ 골든 라인(Golden line)
- ④ 판매제시
- ⑤ 디스플레이(Display)

26. 고객관계관리(Customer Relationship Management : CRM)의 목적 및 특성으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객 점유율 향상
- ② 기존 고객 유지
- ③ 고객관계 강화
- ④ 잠재고객의 이탈분석
- ⑤ 고객만족 실현

27. 판매수행에 있어서 판매원이 고객의 바람직한 행동을 유발하거나 증가시키고자 할 때, 고객에 대한 칭찬기법을 사용한다. 다음 중 판매원이 고객에게 하는 칭찬기법으로 적절하지 않은 것은?

- ① 추상적인 칭찬을 함
- ② 성의를 담은 칭찬을 함
- ③ 고객이 알아채지 못한 곳을 발견하여 칭찬을 함
- ④ 상황과 장소에 어울리는 칭찬을 함
- ⑤ 마음속에서 우러나오는 칭찬을 함

28. 매슬로(Abraham Maslow)가 제시한 인간의 욕구에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 의식주 해결 욕구
- ② 저축, 처우가 좋은 봉급, 생활 안정과 안전, 보험혜택 등 안전성에 대한 욕구
- ③ 집단 소속감 등의 욕구
- ④ 자존심이나 명예, 지위 등 자긍심의 욕구
- ⑤ 최상위 욕구로 가족, 친척과의 사회적 욕구

29. 점포설계 시 고려할 점으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 표적시장의 욕구를 충족시키고 경쟁우위를 획득한다.
- ② 상품 구색이 바뀔 경우를 대비해 유연성을 높인다.
- ③ 전문점의 경우 경비 절감을 위해 비용최소화를 최우선 목적으로 한다.
- ④ 고객의 구매 행동을 자극하기 위해 노력한다.
- ⑤ 법적 규제사항을 고려하여 합법적으로 설계한다.

30. 사회의 경제 활동은 사람들이 소비에서 얻은 만족이 최대가 되도록 행동하는 것이 바람직하다거나 또는 시장기구에 있어서 생산을 결정하는 것은 결국 소비자의 수요라는 사실 관계를 말하는 용어로 옳은 것은?

- ① 고객 애호도
- ② 소비자 웰빙
- ③ 소비자 주권
- ④ 소비자 관계
- ⑤ 고객 서비스품질 강화

31. 고객에게 접근을 시도하기 좋은 타이밍에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 점포를 돌아보며 판매담당자를 찾는 것 같은 태도가 보일 때
- ② 특정 상품을 만져보고 관심을 보일 때
- ③ 같은 진열 코너에 오래 머물러 있을 때
- ④ 고객이 매장에 들어서는 즉시
- ⑤ 고객이 말을 걸어오는 즉시

32. 불량고객의 관리 원칙 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 고객과의 관계에서 신뢰를 유지하기 위해 판매원의 입장에서 해석, 대응한다.
- ② 불량고객의 행동을 유형별로 분석하고 대처법을 종업원들에게 알려 주어야 한다.
- ③ 불량고객의 특성을 파악하여 신규고객 유치 단계에서의 예방이 최선책이다.
- ④ 고객정보시스템을 가동하여 불량 고객에 대해 개별화된 대응을 할 수 있게 한다.
- ⑤ 고객에게 올바른 제품이나 서비스 사용법을 제공한다.

33. 다음 보기는 시장세분화 변수에 대해 나열한 것이다. 이 중 그 성격이 다른 하나는 무엇인가?

- ① 라이프스타일
- ② 사회계층
- ③ 개성
- ④ 가치관
- ⑤ 인성

34. 진열에 있어 지켜야 할 기본적인 원칙으로 옳지 않은 것은?

- ① 보기에 좋고 찾기 쉬운 진열
- ② 손에 닿기 쉽고 만지기 쉬운 진열
- ③ 상품의 가치를 높이는 진열
- ④ 청결하고 구분하기 쉬운 진열
- ⑤ 동일 상품을 분산되게 여러 곳에 진열

35. 질 높은 서비스 품질전략에 대해 기술한 것으로 옳지 않은 것은?

- ① 대응성 : 고객을 돕고 신속한 서비스를 제공함.
- ② 유형성 : 물적 시설, 장비 등 물리적 환경에 대한 세심한 배려
- ③ 공감성 : 고객들에게 개별적인 관심을 보일 자세
- ④ 확신성 : 고객에 대한 정중함, 고객과의 효과적 의사소통
- ⑤ 신뢰성 : 고객의 말을 듣고 그들의 비평과 제안에 따라 행동하는 일

36. 점포의 레이아웃에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 점포의 입구 쪽에는 구매 빈도가 높은 상품을 배치한다.
- ② 상품 배치는 판매자의 입장에서 상품간 관련성을 고려하여 배치하는 것이 효과적이다.
- ③ 점포의 입구 쪽에 단가가 낮은 상품을, 안쪽으로 들어갈수록 높은 상품을 배치한다.
- ④ 근접성 계획은 상품라인의 근접배치 여부를 매출과 직접 연결하여 계획을 수립한다.
- ⑤ 관련 품목의 구매를 촉진하기 위해 관련 상품을 군집화한다.

37. 판매제시를 위한 판매원의 상품지식은 다음과 같은 방법에 의해 습득할 수 있는데, 상품지식 습득의 방법이라고 할 수 없는 것은?

- ① 상품자체
- ② 고객의 의견
- ③ 물류, 하역
- ④ 광고, 공장견학
- ⑤ 선배 및 동료 판매담당자, 판매담당자 자신의 경험

38. 판매 및 판매욕구에 대한 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

- 판매담당자는 짧은 순간의 고객관찰을 통해 고객이 필요
- ① 로 하고 원하는 것이 무엇인지 판단하고 적절한 커뮤니케이션을 실시하여야 한다.
- 효과적인 커뮤니케이션을 수행하는 훌륭한 판매담당자
- ② 는 경청자(listeners)이기보다는 전문적으로 말을 하는 사람(expert talkers)이라고 할 수 있다.
- 판매를 성공적으로 실현시키기 위해서는 고객욕구를 정확히 파악하고 판매가 이루어져야 한다.
- ③
- 판매담당자는 고객의 특성이나 구매상황에 대한 이해 속
- ④ 에서 잠재적 욕구를 발견하고 고객에게 제공될 가장 적절한 정보가 무엇인지를 결정하여야 한다.
- 판매담당자는 고객과의 접촉을 통해 욕구와 구매계획 등
- ⑤ 에 대해 가능한 많은 지식과 정보를 획득하여야 한다.

39. 가격지향형 판매촉진 수단에 해당하는 것은?

- ① 프리미엄
- ② 샘플
- ③ 상환
- ④ 경연
- ⑤ 경품

40. 선물용 광고물로서 서비스 성격을 띄며, 그 의미는 원래 새로운 물건, 진기한 상품이었지만 장식품에 회사명이나 상품명을 넣어 소비자나 판매자에게 무료로 배포하여 마케팅 효과를 높이려는 판촉 수단으로 옳은 것은?

- ① 노벨티(novelty)
- ② 인트라넷(interanet)
- ③ 통합적 마케팅 커뮤니케이션(Integrated Marketing Communication, IMC)
- ④ 제품삽입(Product placement)
- ⑤ 디매니지먼트(demanagement)

41. 서비스는 시간적인 소멸성을 가진 상품으로 관리에 어려움을 겪는다. 이 경우 수요완화나 서비스 능력 조정을 대안으로 택하는데 다음 중 수요완화로만 짝지어진 것은?

- ① 예약제도 - 가격인센티브제도
- ② 고객의 셀프서비스제도 - 가격인센티브제도
- ③ 파트타이머 이용 - 고객의 셀프서비스제도
- ④ 수요억제를 위한 선전 - 파트타이머 이용
- ⑤ 예약제도 - 파트타이머 이용

42. 판매 포인트(selling point)에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- 판매 포인트는 잠재고객에게 가장 효과적으로 어필할 수 있는 상품의 특성을 꼬집어내어 고객의 구매동기와 일치
- ① 하여 기대하는 욕구를 충족시킬 수 있다는 사실을 인상 깊은 판매화법으로 제시해 놓은 상품 설명 문구이다.
- 판매 포인트가 설명문의 역할을 하여 잠재고객의 이해를
- ② 도울 수 있도록 장황한 상품설명을 늘어 놓는다.
- ③ 상품의 특징이나 장점, 기능 등에 대해 말한다.
- 경쟁상품이 가지고 있는 단점을 말하긴 하나 비난해서는
- ④ 안 된다.
- 경쟁상품의 회사이름과 상품명은 실제이름을 사용하
- ⑤ 지 말고 암시적인 이름이나 대명사를 사용한다.

43. 스포츠용품 매장에서 다음과 같이 사용되는 상품설명의 유도화법에 해당하는 것은?

미 축구화는 세계적인 축구 스타 리오넬 메시가 주로 사용하는 것으로.....

- ① 의뢰제시법
- ② 문제해결제안법
- ③ 호기심유발법
- ④ 실연법
- ⑤ 장점강조법

44. 구전 커뮤니케이션을 유발하는 소셜 미디어(social media)들로 적절하게 나열한 것은?

가. 사용자들이 올린 동영상 콘텐츠로 일반인의 참여가 늘고 있다.  
나. 페이스북 등 관계형성을 목적으로 네트워킹이 이루어지고 있다.  
다. 다수의 사용자가 참가하며 콘텐츠의 양과 질을 개선한다.

- ① 가-UCC, 나-SNS, 다-위키
- ② 가-UCC, 나-블로그, 다-싸이월드
- ③ 가-SNS, 나-블로그, 다-위키
- ④ 가-SNS, 나-UCC, 다-블로그
- ⑤ 가-싸이월드, 나-UCC, 다-블로그

45. 신규고객을 유치하는 방법 중 고객의 부정적 반응이 가장 강하게 나타날 수 있는 것은?

- ① 경쟁기업의 고객을 겨냥하여 상표전환 유도하기
- ② 구전을 통해 고객유치하기
- ③ 타 업종과의 전략적 제휴를 통해 고객접촉 시도하기
- ④ 먼저 접촉해 온 고객을 유치하기
- ⑤ 리스트공급업체를 통해 제공받은 자료를 가지고 직접적으로 고객접촉 시도하기