2015년11월08일년 유통관리사 3급 필기시험 기출문제 답안

【1과목 : 20문제】 유통상식	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	①	①	④	⑤	④	③	④	①	①	①
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	④	④	②	④	①	②	①	③	②	③

【2과목 : 25문제】 판매 및 고객관리	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	②	④	②	⑤	⑤	①	①	②	⑤	⑤
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
	②	⑤	⑤	④	④	①	③	①	③	①
	41	42	43	44	45					
	⑤	⑤	③	⑤	①					

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】유통상식 (20문제)

1. 소매업 수레바퀴이론과 관련된 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

❶ 도입기, 성장기, 성숙기, 쇠퇴기를 거치며 발전한다.

② 혁신적인 개념으로 시작해서 결국은 새로운 신업태에게 자리를 내주게 된다.

③ 진입단계에서는 최저가격과 최저비용을 특징으로 한다.

④ 혁신적인 소매상은 시간이 흐름에 따라 점점 더 좋은 입지에, 보다 다양한 상품구색으로, 더 많은 서비스를 제공하는 소매상으로 변하게 된다.

⑤ 편의점은 이 이론으로 설명하기에는 설득력이 떨어진다.

2. 소비자기본법에 의한 소비자분쟁 해결에 관련된 조항으로 옳지 않은 것은?

❶ 소비자는 물품 등의 사용으로 인한 피해 구제를 공정거래위원회에 신청할 수 있다.

② 사업자 및 사업자단체는 소비자의 피해를 신속하게 처리하기 위한 기구의 설치 · 운영에 적극 노력해야 한다.

③ 사업자 및 사업자단체는 소비자의 불만 또는 피해의 상담을 위해 '국가기술자격법'에 따른 관련 자격이 있는 자 등 전담직원을 고용 · 배치하도록 적극 노력해야 한다.

④ 중앙행정기관의 장은 사업자 또는 사업자단체에게 소비자상담기구의 설치 · 운영을 권장할 수 있다.

⑤ 공정거래위원회는 소비자상담기구의 설치 · 운영에 관한 권장기준을 정하여 고시할 수 있다.

3. 대형마트 등 파워소매업체(power retailer)의 영향력이 증가하게 되는 배경으로 옳지 않은 것은?

① 소비용품 시장의 제조업체간 경쟁 심화

② 유통업체 간 통합에 의한 규모의 증가

③ 가격에 대한 소비자의 민감도 증대

❹ 특정 브랜드에 대한 소비자 선호도 증가

⑤ 유통시장 개방과 수입관세 인하로 인한 가격경쟁 촉진

4. 유통산업발전법에서 규정하는 유통관리사의 직무사항에 해당하지 않는 것은?

① 유통경영·관리 기법의 향상

② 유통경영·관리와 관련한 계획, 조사, 연구

③ 유통경영·관리와 관련한 진단 및 평가

④ 유통경영·관리와 관련한 상담 및 자문

❺ 유통경영·관리와 관련된 인력양성

5. 소매상의 유형 중 전문품 취급의 비중이 가장 높은 유형은?

① 편의점

② 슈퍼마켓

③ 하이퍼마켓

❹ 카테고리킬러

⑤ 할인점

6. 최근 유통환경의 변화와 관련된 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

① 유통시장 개방이 지속되고 있다.

② 소비자 욕구가 다양화되고 있다.

❸ 업태간 경쟁이 줄어들고 있다.

④ 무점포 소매업이 성장하고 있다.

⑤ 핵가족화로 인하여 가구 수가 증가하고 있다.

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

7. 중간상에 대한 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

① 생산자와 소비자 간의 직접 거래에 비해 거래빈도수를 낮춘다.

② 생산자와 소비자 간의 직접 거래에 비해 거래비용을 낮춘다.

③ 유통경로에서 수행되는 수급조절, 보관, 위험부담 등 다양한 기능을 효율적으로 수행할 수 있다.

❹ 제조업체 입장에서 중간상에게 유통을 분담시키는 것은 변동비 측면에서는 유리하지 않다.

⑤ 도매상이 없는 경우에는 소매상이 많은 수의 브랜드를 대량으로 보관하기도 한다.

8. 고객의 구매심리 단계에 따른 대응으로 가장 옳은 것은?

❶ 특정상품을 주시하는 단계 – 밝은 표정과 예의바른자세로 대기한다.

② P.O.P광고를 읽는 단계 – 자신감을 가지고 고객에게 권한다.

③ 구매의사를 말로 표현하는 단계 – 구체적인 견본을 제시하고 질문을 한다.

④ 구매하는 단계 – 고객의 시선을 주목하고 접근한다.

⑤ 가격표를 보거나 질문하는 단계 – 잘 보이는 매력적인 진열을 연출한다.

9. 판매 담당자가 기본적으로 가져야 할 지식에는 시장에 대한 지식과 상품에 대한 지식이 있다고 한다면, 보기 중 시장에 대한 지식에 포함되지 않는 것은?

❶ 상품의 기능
② 경쟁점의 상품구성
③ 상권의 규모
④ 인구통계적 요소
⑤ 고객의 구매성향

10. 콜라, 라면 등 편의품의 경우에 가장 많이 이용되는 경로정책은?

❶ 개방적 경로정책
② 직접적 경로정책
③ 배타적 경로정책
④ 전속적 경로정책
⑤ 선택적 경로정책

11. 인터넷 쇼핑몰에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 상거래 과정이 인터넷상에서 전자적으로 이루어지는 가상공간을 인터넷 쇼핑몰이라 한다.
② 제품을 비교하기 편리하고, 쇼핑시간을 절약할 수 있다는 장점이 있다.
③ 인터넷 쇼핑몰은 일반 점포나 상점에 비해 재고에 따른 비용이 절감되기 때문에 가격이 상대적으로 저렴하다.
❹ 점포 소매업에 비해 고객과 공급자의 상호작용은 더욱 증가하고, 양방향의 의사전달에서 단방향의사전달로 변화 · 발전하였다.
⑤ 시간과 공간적 제약이 사라져서, 소비자는 다양한 상품을 선택할 수 있는 선택의 기회가 확대되었다.

12. 소매점의 매출향상을 위하여 판매원들에게 판매 동기를 부여하는 방법으로 가장 옳지 않은 것은?

① 도전적인 목표량을 설정하여 목표달성에 대한 의욕과 의지를 고취시킨다.
② 정기적 또는 비정기적인 교육을 통하여 판매원의 능력 향상을 돕는다.
③ 기본급과 이에 덧붙인 능력급제를 시행하는 등 인센티브를 부여하여 동기를 고취시킨다.
❹ 판매원 서로간의 경쟁심을 최대로 유발하고 긴장감을 주어서, 점포 전체의 실적향상을 유도한다.
⑤ 공정한 업적평가 및 피드백을 통해 기여도에 따른 적절한 보상을 한다.

13. 유통경로의 사회적, 경제적 기능에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 유통경로는 상품과 서비스의 흐름을 중개하기 위해 소유권 이전기능 및 물적 유통기능을 수행한다.
❷ 제조업자는 제품의 소유권을 중간상에게 이전함으로써 제품 불량이나 애프터서비스는 책임지지 않을 수 있다.
③ 제조업자들은 중간상의 이용을 통해 적은 비용으로 더 많은 잠재고객에 도달할 수 있다.
④ 유통경로의 중간상은 제조업자를 대신하여 소비자에게 제품의 배달, 설치, 사용방법교육 등의 서비스를 제공하기도 한다.
⑤ 중간상은 분류기능을 수행함으로써 제조업자와 소비자 간의 상품구색 차이를 해소시켜준다.

14. 청소년보호법에서 일반적으로 정의한 청소년에 해당하는 사람으로 옳은 것은?

① 만 16세 미만인 사람
② 만 17세 미만인 사람
③ 만 18세 미만인 사람
❹ 만 19세 미만인 사람
⑤ 만 20세 미만인 사람

15. 기업차원의 고객만족 경영을 실현하기 위한 조건으로 옳지 않은 것은?

❶ 최고경영자의 실천의지보다는 실무자의 의지가 필요하다.
② 기업중심 사고에서 고객중심 사고로의 관점 전환이 필요하다.
③ 명확한 추진 목표를 설정하는 것이 필요하다.
④ 직원들의 자발적인 참여를 유도해야 한다.
⑤ 기업차원의 지속적인 선행투자가 필요하다.

16. 유통과정을 통하여 창출되는 효용이라고 할 수 없는 것은?

① 시간효용
❷ 구조효용
③ 장소효용
④ 소유효용
⑤ 형태효용

17. 회전율과 마진율이 모두 높은 소매업태는?

❶ 편의점
② 전문점
③ 백화점
④ 할인점
⑤ 양판점

18. 각 기업이 자체적으로 물류기능을 수행하는 것이 아니라 물류 전문업체에게 위탁하여 물류기능을 수행하게 하는 것을 일컫는 말로 가장 적절한 것은?

① 물류표준화
② 통합물류
❸ 제3자 물류
④ 공동물류
⑤ 물류혁신

19. 유통산업발전법 상 '무점포판매'란 상시 운영되는 매장을 가진 점포를 두지 아니하고 상품을 판매하는 것으로서 산업통상자원부령으로 정하는 것을 말한다고 명시하고 있다. 다음 중 무점포 판매에 포함되지 않는 것은 무엇인가?

① 다단계판매
❷ 프랜차이즈형 체인사업
③ 텔레비전홈쇼핑
④ 인터넷쇼핑몰 또는 사이버몰 등 전자상거래
⑤ 이동통신기기를 이용한 판매

20. 판매관리자의 임무에 대한 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

① 판매목표의 설정
② 판매원의 모집과 선발
❸ 판매 상권분석
④ 판매원의 훈련
⑤ 판매원의 동기부여

【2과목】판매 및 고객관리 (25문제)

21. 특정 환경에서 제공되는 제품과 서비스의 묶음인 서비스패키지는 지원시설(supporting facility), 서비스 포함 상품(facilitating goods), 정보, 명시적 서비스 및 묵시적서비스로 구분할 수 있다. 다음 중 구성 요소와 그 예로 바르게 짝지어진 것은?

① 지원 시설 - 비행기의 여유좌석 여부
❷ 포함 상품 – 고급레스토랑의 스테이크
③ 정보 – 대출사무실의 사생활 보호
④ 명시적 서비스 – 치과 치료 중 들려오는 클래식 음악
⑤ 묵시적 서비스 – 정비 후 부드럽게 달리는 자동차

22. 소비자의 신상품 수용시점에 따른 분류와 일반적인 특징에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 혁신수용층(Innovators) - 집단 규범에 덜 의존하며, 자기 과신적이다.
② 조기수용층(Early Adopters) – 집단에 밀접한 영향을 주기 때문에 의견 선도적이다.
③ 조기다수파(Early Majority) – 많은 정보를 수집하여 브랜드를 평가하고, 신상품정보를 집단에 의존한다.
❹ 후기다수파(Late Majority) – 제품수명주기의 쇠퇴기에 해당될 때 신상품을 수용한다.
⑤ 지참자(Laggards) - 집단규범에 비의존적이며 어쩔 수 없이 교체하는 경향이 높다.

23. 다음 글상자의 괄호 안에 들어갈 알맞은 용어는?

> ( ) 광고는 소비자에게 상품판매의 자리에 접근하게 하는 광고라는 의미로서, 소비자가 점포 내에서 구매를 하게 하는 시점에서 행하여지는 광고를 말한다. 즉, 상품을 구매할 의사가 있거나 잠재적으로 구매가능성이 있는 소비자에게 현장에서 직접 소구(appealing)하여 판매와 연결시키는 직접 광고이다.

① POS(point of sales)
❷ POP(point of purchase)
③ 구매(Purchase)
④ 배너(Banner)
⑤ 포지셔닝(Positioning)

24. 포장에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 포장화(packaging)는 어떤 특정한 제품의 용기나 포장재를 디자인하고 제조하는 제반 활동을 말한다.

② 포장은 내용물을 보호해야 하고, 취급 및 저장에서도 견고하게 견뎌야 한다.

③ 포장은 구매자의 관심을 끌 수 있어야 한다.

④ 포장은 제품의 특성을 설명할 수 있어야 하고 호의적인 인상을 심어주어야 한다.

❺ 소비자들의 소득이 증가하게 되면서 간편성과 외양, 신뢰성, 품위 등을 추구하게 되었으나 좋은 포장의 제품에 대해 기꺼이 더 지불하려고 하지는 않는다.

25. 판촉수단에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 샘플링 : 구입이 예상되는 고객에게 특정 제품을 무료로 제공함으로써, 상품을 접촉하게 하여 최초 구매를 유도하거나 상표전환을 유도하는 수단이다.

② 쿠폰 : 특정 제품을 구입할 때 할인혜택이나 기타 특별한 가치를 주고 받을 수 있는 가치증서로서 가장 널리 사용되고 있는 수단이다.

③ 현금 환불(리베이트) : 제조사나 마케터가 제품구매에 따라 일정금액을 되돌려 주는 방법이다.

④ 경품 : 이름, 연락처 등 몇 가지 사항을 기재해 보내면 되는 용이한 방법으로, 추첨형식으로 진행된다.

❺ 즉석 당첨 프리미엄 : 정가에서 할인된 가격을 표찰이나 포장에 표시하여 판매하는 것으로, 소비자들에게 즉각적인 현금보상과 절약의 의미를 줄 수 있다.

26. 다음 소매점 판매과정을 순서대로 올바르게 나열한 것은?

ㄱ. 판매제시	ㄴ. 고객욕구의 결정
ㄷ. 고객에게 접근	ㄹ. 판매결정
ㅁ. 고객유지를 위한 사후관리	ㅂ. 판매마무리

❶ ㄷ-ㄴ-ㄱ-ㄹ-ㅂ-ㅁ

② ㄷ-ㄱ-ㄴ-ㄹ-ㅁ-ㅂ

③ ㄴ-ㄱ-ㄷ-ㄹ-ㅂ-ㅁ

④ ㄴ-ㄱ-ㄷ-ㄹ-ㅁ-ㅂ

⑤ ㄷ-ㄴ-ㄱ-ㅂ-ㄹ-ㅁ

27. 고객 불평이 발생했을 경우, 해결방법에 대한 내용으로 옳지 않은 것은?

❶ 먼저 판매원 자신의 의견을 개입시켜 부분적인 사항을 파악하고, 그것을 토대로 고객 불평의 내용과 원인에 대해 정보를 수집한다.

② 불만의 원인을 분석하고 사실 확인 및 문제점을 파악한다.

③ 해결책을 검토하고 요구사항에 대해 만족할만한 해결방안을 모색한다.

④ 고객이 만족스러운 해결방안을 결정할 수 있도록 고객에게 해결책을 제시한다.

⑤ 처리 결과를 검토하고 고객 불평이 재차 발생하지 않도록 미연에 방지한다.

28. 소비자가 특정 상표를 구입하려는 구매동기를 일컫는 말은 무엇인가?

① 기초적 구매동기

❷ 선택적 구매동기

③ 충동적 구매동기

④ 일상적 구매동기

⑤ 감각적 구매동기

29. 고객 응대를 위한 판매원의 커뮤니케이션에 관한 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

① 구매자가 상품에 대한 지식과 정보가 부족하여 상품선택이 어려운 경우에는 판매담당자의 전문가적인 도움이 필요하므로 매장에서 판매담당자의 커뮤니케이션 능력은 매우 중요하다.

② 판매담당자가 훌륭한 커뮤니케이터로서의 역할을 올바르게 수행하기 위해서 상품에 대한 지식과 정보를 구비해야 한다.

③ 고객이 구매상황에서 가지고 있는 욕구상태를 파악할 수 있는 자질을 구비해야 한다.

④ 표현, 태도 면에서 고객에게 전달하는 커뮤니케이션 능력을 겸비해야 한다.

❺ 판매담당자는 단순히 매장을 정리정돈하거나 상품을 보충 및 포장하는 일만을 수행할 수 있으면 되므로 커뮤니케이션은 중요하지 않다.

30. 고객불만관리의 중요성에 대한 내용으로 옳지 않은 것은?

① 불만을 갖는 고객을 최소화시키는 것도 중요하지만, 불만을 느끼는 고객들의 불만을 어떻게 관리해가는지도 매우 중요하다.

② 일반적으로 고객들의 불평을 방치하면 고객유지율이 감소한다.

③ 부정적인 구전은 신규고객의 창출에 악영향을 미칠 수 있다.

④ 고객불평에 대한 분석을 통해 현재 제공하고 있는 제품이나 서비스의 품질 개선을 위한 아이디어를 얻을 수 있다.

❺ 불평고객을 적극적으로 관리한다 해도 충성고객으로 만드는 것은 불가능하다.

31. 판매결정 단계는 판매완결의 핵심이며 가장 극적인 단계라고 할 수 있으므로 판매결정의 기회를 포착해 제대로 마무리 지어야 한다. 판매결정을 촉구할 때 판매담당자의 기본자세로 옳지 않은 것은?

① 고객의 구매욕망을 돋구고 판매결정으로 유도하는 자신의 능력에 대해 자신감과 확신을 가진다.

❷ 판매담당자가 원하는 방법으로 판매결정을 시도하여 그 상품을 판매함으로써 판매자가 얻게 될 혜택, 가치를 고객에게 이해시켜야 한다.

③ 신중하지만 신속한 판매종결을 시도한다.

④ 구매를 망설이는 고객에게는 지금이 구매의 적기라는 근거를 준비하여 제시한다.

⑤ 판매를 성공시키기 위해서 고객의 반대의사를 두려워하지 말고 극복하여야 한다.

32. 브랜드(brand) 및 브랜드 범주들(brand categories)과 관련된 설명으로 옳지 않은 것은?

① 무상표 상품(generic goods) : 생산자나 판매자 브랜드에 비해 상당히 할인되어 판매되는 상표가 없는 제품

② 짝퉁 브랜드(knock-off brand) : 생산자 브랜드명 상품에 대한 불법 복제품

③ 브랜드 자산(brand equity) : 주어진 브랜드명으로 연상되는 요인들, 즉 인식, 충성도, 지각된 품질, 이미지와 감정의 조합

④ 브랜드 충성도(brand loyalty) : 소비자가 만족하고 그 브랜드를 좋아하며 추가구매를 하려는 정도

❺ 브랜드 인식(brand awareness) : 생산자의 이름을 쓰지 않는 대신 유통업자나 소매상의 이름을 쓰는 제품

33. 고객관계관리(CRM : Customer Relationship Management)기법의 몇 가지 특성 및 설명으로 옳지 않은 것은?

① CRM은 시장 점유율보다 고객 확보율을 더 중요시한다.

② CRM은 고객의 획득보다는 고객의 유지에 중점을 둔다.

③ CRM은 단순한 제품 판매보다는 고객 관계에 중점을 두고 있다.

④ CRM은 고객과의 관계를 통해 고객의 욕구를 파악하여 상품을 만들고, 적시에 공급하여 기업의 높은 경영성과를 거두려는 전략이다.

❺ CRM은 경영성과를 거두기 위해 고객에 관한 데이터베이스가 구축되어야 할 필요가 없지만, 그 데이터를 분석하고 가치화하기 위해서는 마케팅의 우위를 확보해야 한다.

34. 매슬로우(A. Maslow)의 욕구단계설에서 말하는 낮은 차원의 욕구에서부터 높은 차원의 욕구에 대한 순서가 올바르게 나열된 것은?

① 생리적 욕구 - 자존욕구 - 사회적 욕구 - 안전욕구 - 자아실현욕구

② 생리적 욕구 - 안전 욕구 - 자존 욕구 - 사회적 욕구 - 자아실현욕구

③ 생리적 욕구 - 사회적 욕구 - 자존 욕구 - 안전 욕구 - 자아실현욕구

❹ 생리적 욕구 - 안전욕구 - 사회적 욕구 - 자존욕구 - 자아실현욕구

⑤ 생리적 욕구 - 사회적 욕구 - 안전욕구 - 자존욕구 - 자아실현욕구

35. 서비스품질의 측정모형인 SERVQUAL의 다섯 가지 차원에 해당하지 않는 것은?

① 신뢰성

② 대응성

③ 공감성

❹ 무형성

⑤ 확신성

36. 고객으로 하여금 서비스적 의미와 예술적 의미를 느끼게 하면서 상품을 선택하여 구매하도록 하는 통과구매비율(pass-buy ratio)을 높이려는 활동을 일컫는 말로 가장 옳은 것은?

❶ 디스플레이

② 광고

③ 레이아웃

④ 판매촉진

⑤ 점내 발주

37. 유통업체가 개별적으로 개발한 상표로서, 이 상표를 이용하여 유통업체가 독자적으로 상품을 기획하고 제조, 가공하게 되는 상표를 무엇이라고 하는가?

① DCB(Double Chop Brand)

② RB(Retail Brand)

❸ PB(Private Brand)

④ UB(Union Brand)

⑤ NB(National Brand)

38. 불만을 느낀 고객이 불평행동을 취할 것인가의 여부는 고객불만의 원인을 어디에 두는가에 따라 결정된다는 이론은 무엇인가?

❶ 귀인 이론

② 비용과 이익분석 이론

③ 인지 이론

④ 지각 이론

⑤ 균형 이론

39. 다른 생산업체로부터 상품의 설계도, 제조에 관한 공정이나 기술을 제공받아 생산하는 방식은?

① 위탁 생산

② 가공 생산

❸ 라이센스 생산

④ 주문자 상표부착방식 생산

⑤ 간접 생산

40. 고객만족에 대한 내용으로 옳지 않은 것은?

❶ 고객만족은 고객의 제품이나 서비스에 대한 사용경험이 구매 이전에 가지고 있던 기대 수준을 미달하는 정도라고 할 수 있다.

② 고객만족 수준은 고객이 제품, 서비스에 대해 사용이전에 가지고 있던 기대(expectation)와 사용 후에 지각하게 된 성과(perceived performance)와의 비교에 의해 결정된다.

③ 기대와 인지된 성과 수준에 따라 '기대<지각된 성과'인 경우 만족 상태라고 할 수 있다.

④ 고객만족경영은 기업 운영을 고객만족에 초점을 맞추어서 실행하고자 하는 경영기법을 말한다.

⑤ 기업은 고객만족도를 정기적이고 지속적으로 파악하여 고객만족을 제고시키고자 한다.

41. 판매담당자가 고객과의 만남에서 달성해야 할 구체적인 목표와 예시에 관한 내용으로 옳지 않은 것은?

① 고객의 경계심을 빨리 제거하고 편안하게 느낄 수 있도록 한다.

② 고객을 뒤따라 다니지 말고 자유스러운 분위기를 보장해 주는 것이 효과적이다.

③ 고객과의 대화가 시작된다면 곧 고객에게서 호감과 신뢰감을 획득하여야 한다.

④ 전문가답고 친절한 태도를 겸비하여 고객의 동기와 욕구 등을 파악하여야 한다.

❺ 고객지향 서비스 정신이 아닌 판매지향 서비스 정신과 적극적인 태도로 고객을 대한다.

42. 윗면이 평평한 진열대를 이용하여 상품을 쌓아 두는 평대진열 방식의 장점으로 옳지 않은 것은?

① 제작비용이 적게 든다.

② 진열대의 높이가 낮기 때문에 점내를 관망하기 쉽다.

③ 진열정리를 잘 해두면 상품을 선택하기 쉽다.

④ 눈높이 아래에 상품을 진열해 두기 때문에 고객이 상품을 쉽게 접촉할 수 있다.

❺ 계절감과 분위기 상황을 쇼윈도우에 직접 강조함으로써 테마포인트가 될 수 있다.

43. 코틀러(P. Kotler)가 제시한 제품개념에 대한 설명의 짝으로 옳은 것은?

가 : 포장, 스타일, 품질 나 : 보증, 배달 다 : 즐거움의 추구

① 가 : 확장제품, 나 : 유형제품, 다 : 핵심제품

② 가 : 확장제품, 나 : 유형제품, 다 : 종합제품

❸ 가 : 유형제품, 나 : 확장제품, 다 : 핵심제품

④ 가 : 유형제품, 나 : 핵심제품, 다 : 확장제품

⑤ 가 : 종합제품, 나 : 핵심제품, 다 : 확장제품

44. 상품실연의 특징과 효과에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 고객에게 상품의 사용가치를 인식시키고 수요를 일으킨다.

② 의심이 많은 고객에 대해 납득시키기 쉽고 신뢰를 가지게 한다.

③ 관심 없이 지나가던 고객의 주의를 이끌어 흥미를 갖게 한다.

④ 새로운 식품이나 음료 판매에서의 시음도 실연의 한가지 방법이다.

❺ 팜플렛이나 설명서 배부 또는 강연회도 실연의 한가지 방법이다.

45. 서비스에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

❶ 서비스는 생산과 소비가 동시에 일어나지 않는다는 특징이 있다.

② 서비스는 무형성의 특징이 있다.

③ 서비스는 소멸성의 특징이 있다.

④ 서비스는 균일하지 않다는 특징이 있다.

⑤ 서비스는 저장되거나 재판매될 수 없다.