2016년04월10일년 유통관리사 3급 필기시험 기출문제 답안

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

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

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. 직장이 가지는 의미를 설명한 것으로 가장 옳지 않은 것은?

① 직장은 일하는 곳이며, 가정과 구분되지 않는다.

② 집단생활을 하는 사회적인 장소이다.

③ 직장은 사회에 기여하는 장소이다.

④ 직장은 배움의 터전이다.

⑤ 직장은 삶을 창조해 나아가는 터전이다.

2. 「청소년 보호법」 제2조에서 정의하고 있는 “청소년 유해약물”에 포함되지 않는 것은?

① '주세법'에 따른 주류

② '담배사업법'에 따른 담배

③ '마약류 관리에 관한 법률'에 따른 마약류

④ '화학물질 관리법'에 따른 환각물질

⑤ '식품관리법'에 따른 심신발달장애물질

3. 소매업의 사회적 책임에 대한 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

① 취급상품과 관련된 소매업의 사회적 책임에는 '팔아서는 안 되는 상품'을 배제하고 '팔아야 할 상품'만을 판매하는 것이 있다.

② 팔아서는 안 되는 상품이란 자원낭비가 심한 상품, 잔류농약의 안전성 면에서 안전에 위해를 끼칠 우려가 있는 상품, 위조브랜드 상품, 허위표시 상품 등을 말한다.

③ 판매촉진과 관련된 소매업의 사회적 책임에는 제조사에게 정확한 상품정보를 제공하여 제조사의 경제적인 편익 향상과 연계시키는 것이 포함된다.

④ 부적절한 촉진으로는 사기성 광고를 예로 들 수 있다.

⑤ 소매업도 환경문제에 대한 사회적 책임은 마땅히 부담하여야 한다.

4. (ㄱ), (ㄴ)에 들어갈 알맞은 단어를 순서대로 나열한 것은?

> 유통기능이란 생산과 소비의 간격을 메우는 것을 말한다.
> (ㄱ) 간격은 생산장소와 소비장소의 간격을 말하는 것으로서 유통업자는 수송에 의해 이 간격을 해결할 수 있다.
> (ㄴ) 간격은 생산시기와 소비시기의 간격을 말하는 것으로서 유통업자는 보관기능을 담당하는 물류센터를 통해 이를 해결할 수 있다.

① 장소적, 시간적

② 장소적, 수량적

③ 시간적, 장소적

④ 장소적, 품질적

⑤ 품질적, 시간적

5. 「유통산업발전법」 제2조에서 정의하고 있는 “체인사업”에 해당하지 않는 것은?

① 직영점형 체인사업

② 전문점형 체인사업

③ 임의가맹점형 체인사업

④ 조합형 체인사업

⑤ 프랜차이즈형 체인사업

6. 판매사원이 인사할 때의 마음가짐으로 가장 옳지 않은 것은?

① 정성과 감사하는 마음으로

② 예절바르고 정중하게

③ 밝고 상냥하게

④ 진실된 마음으로

⑤ 나의 기분에 따라 유동적으로

7. 소매업태가 '도입(entry)단계 - 상향이동(trading up)단계 - 무력화(vulnerability)단계' 등 일정한 주기를 두고 순환적으로 변화한다는 이론은?

① 소매상의 변증법적 과정 이론

② 소매상 수명주기 이론

③ 소매점 아코디언 이론

④ 소매상 수레바퀴 이론

⑤ 소매상의 자연도태설

8. 유통경로의 필요성에 대한 내용으로 가장 옳지 않은 것은?

① 소비자와 생산자 간의 정보탐색비용을 줄일 수 있게 해준다.

② 거래관계의 단순화로 거래 관련 비용을 줄일 수 있게 해준다.

③ 상품의 구색차이가 존재하는 경우 시간효용을 통해 해결해준다.

④ 중간상을 통해 필요한 거래의 수를 감소시켜 준다.

⑤ 다양한 제품을 준비하여 고객의 욕구를 충족시켜 준다.

9. 한정서비스 도매상으로 옳지 않은 것은?

① 현금거래 도매상

② 일반잡화 도매상

③ 트럭 도매상

④ 직송 도매상

⑤ 진열 도매상

10. 모바일 쇼핑의 특성에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 간소하고 편리한 구매과정

② 시장 경계가 없는 치열한 경쟁

③ 다양한 상품

④ 저렴한 가격

⑤ 높은 보안성

11. 「소비자기본법」 제6조에서 규정하는 국가 및 지방자치단체가 소비자의 기본적 권리를 실현하기 위한 책무로서 옳지 않은 것은?

① 소비자에게 물품 등에 대한 정보를 성실하고 정확하게 제공해야 할 의무

② 관계 법령 및 조례의 제정 및 개정·폐지

③ 필요한 행정조직의 정비 및 운영 개선

④ 필요한 시책의 수립 및 실시

⑤ 소비자의 건전하고 자주적인 조직활동의 지원·육성

12. 소매상이 소비자에게 제공하는 기능으로 옳지 않은 것은?

① 제품구색 제공

② 정보제공

③ 재고유지 및 관리

④ 금융제공

⑤ 서비스제공

13. ( )안에 들어갈 중간상의 분류기능이 순서대로 올바르게 짝지어진 것은?

- 산지유통인이 농가를 돌며 취급하는 특정농산물을 구매하는 것은 ( )기능이다.
- 판매를 위해 분할된 상품들을 카테고리별로 매장에 진열하는 기능은 ( )(이)다.

① 구색 – 등급분류

② 집적 – 구색

③ 분할 – 등급분류

④ 구색 – 분할

⑤ 집적 - 분할

14. 소매업태 중 카테고리 킬러(category killer)에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 포괄적으로 할인전문점이라 불린다.

② 고객에게 제공하고자 하는 상품이나 서비스를 전문화한 소매업태이다.

③ 취급상품을 한정하여 특정상품에 대한 구색을 갖추고 있다.

④ 상표충성도가 높지 않은 일용품들 중 잘 알려지지 않은 품종으로 상품구색을 갖춘다.

⑤ 저렴한 상품가격을 제시한다.

15. ( ) 안에 가장 알맞은 소매업태의 유형은?

( )은/는 화장품을 중심으로 식품, 음료, 일용잡화 등의 다양한 상품을 취급하는 업태이다. 그러므로 주변의 화장품점, 약국, 중소슈퍼 등과 경쟁관계가 형성된다.

① 대형할인점

② 헬스 & 뷰티 스토어(Health & Beauty store)

③ 몰링(malling)

④ 편의점(CVS)

⑤ 기업형슈퍼마켓(SSM)

16. B2B 판매조직에서 자사의 매출에 대한 기여도가 매우 크거나 클 가능성이 높은 고객을 무엇이라고 하는가?

① 전략 고객

② 일차 전술 고객

③ 최우선 관리 고객

④ 최우수 관심 고객

⑤ 우수 잠재 고객

17. 판매원이 알아야 할 일반 고객의 구매과정 순서로 옳은 것은?

① 대안평가 → 문제인식 → 정보탐색 → 구매

② 정보탐색 → 문제인식 → 대안평가 → 구매

③ 문제인식 → 대안평가 → 정보탐색 → 구매

④ 문제인식 → 정보탐색 → 대안평가 → 구매

⑤ 대안평가 → 정보탐색 → 문제인식 → 구매

18. 농수산물도매시장의 주요 구성원 중 아래 박스에서 설명하고 있는 구성원으로 옳은 것은?

농수산물 도매시장의 개설자로부터 지정을 받아 농수산물을 구입하여 판매하거나 위탁을 받아 매매를 중개하는 법인을 의미하며 이 경우에는 경매 과정이 존재하지 않는다.

① 중도매인

② 도매시장법인

③ 경매사

④ 시장도매인

⑤ 매참인

19. 유통경로의 수직적 통합에 대한 장점으로 옳지 않은 것은?

① 통합된 경로 구성원들간의 거래비용의 감소

② 통합된 경로 구성원들간의 안정적 공급확보

③ 통합된 경로 구성원들간의 합리적 비용 할당

④ 통합된 경로 구성원들간의 기술능력 제고

⑤ 경쟁사에 대한 진입장벽 구축

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

20. 다음 중 마진보다는 회전율에 더 초점을 두어 영업하는 소매업태들로만 구성된 것은?

① 카테고리킬러, 할인점, 전문점

② 창고형클럽, 하이퍼마켓, 백화점

③ 할인점, 하이퍼마켓, 카테고리킬러

④ 편의점, 백화점, 우편주문판매

⑤ 하이퍼마켓, 백화점, 할인점

【2과목】판매 및 고객관리 (25문제)

21. 서비스 마케팅의 7P 믹스에 해당하지 않는 것은?

① 서비스 사람관리

② 서비스 상품관리

③ 서비스 프로세스관리

④ 서비스 채널관리

⑤ 서비스 정보관리

22. 다음은 상품을 알고 나서 구입을 결정하기까지 소비자의 심리적인 과정(AIDMA모형)을 기술한 것이다. 이 과정에 대한 법칙의 내용과 용어를 잘못 짝지은 것은?

고객은 어떠한 상품을 ①눈여겨 보고 그 상품에 ②관심을 갖는다. 그리고 ③원한다고 느끼고 구매전까지 그 상품을 ④생각하게 되다가 ⑤구매를 하게 된다.

① 주의(Attention)

② 관심(Interest)

③ 욕망(Desire)

④ 의미(Meaning)

⑤ 행동(Action)

23. 고객에 대한 판매원의 효과적인 경청 방법으로 옳지 않은 것은?

① 감정적 표현은 피하고 중립적인 자세를 취하며 논쟁하지 않도록 주의한다.

② '동감입니다', '알겠습니다' 등과 같은 말로 반응하여 대화에 주의를 기울이고 있다는 것을 나타낸다.

③ 고객이 말을 할 때, 사실적인 정보뿐만 아니라 그들이 어떻게 느끼는지도 구분하며 커뮤니케이션 하도록 한다.

④ 고객의 말투, 외모로 고객을 미리 판단하지 말고 고객이 말하고 있는 것에 집중하도록 한다.

⑤ 불확실한 사항이나 고객이 한 말을 이해하지 못할 때가 있더라도 이해하고 있는 척 한다.

24. 구매 의사결정에 영향을 미치는 외부 환경 요인에 해당하지 않는 것은?

① 소비자가 속한 문화(culture)

② 가입한 커뮤니티(community)

③ 자녀를 포함한 가족(family)

④ 준거집단(reference group)

⑤ 사회적 자아 이미지(self image)

25. 유럽상품코드에 대한 내용으로 옳지 않은 것은?

① 유럽상품코드는 EAN이라고 한다.

② 유럽상품코드의 표준 자리수는 13자리이다.

③ 유럽상품코드의 대한민국 국가코드는 978이다.

④ 유럽상품코드의 단축형은 8자리이다.

⑤ 유럽상품코드의 마지막 한자리는 체크숫자로 판독 오류 방지를 위해 만들어진 것이다.

26. 비품과 통로를 비대칭적으로 배치하여 고객에게 넓고 쾌적한 환경을 제공한다는 장점은 있으나, 그로 인해 많은 비용이 발생하고 보관창고와 진열공간이 줄어든다는 단점을 가지는 점포배치 형태는 무엇인가?

① 특선품구역배치

② 격자형배치

③ 자유형배치

④ 경주로형배치

⑤ 진열걸이배치

27. 다음 글상자에서 설명하고 있는 이론은 무엇인가?

> 소비자들은 상품을 구매하기 전에 기대감을 형성한다. 이러한 기대감은 광고나 사전 경험에서 형성된다. 구매하기 전의 기대와 구매 후 결과를 비교하여 기대했던 것보다 상품의 성능이 좋으면 긍정적인 불일치(만족)가 발생하여 재구매 의도가 강화된다. 그러나 기대했던 것보다 상품의 성능이 나쁘면 부정적인 불일치인 불만족 감정이 형성된다.

① 전망이론

② 기대불일치이론

③ 공정성이론

④ 조절초점이론

⑤ 인지부조화이론

28. POS 도입 시 장점으로 옳지 않은 것은?

① 교차판매, 상향판매, 대량 고객화가 가능해진다.

② 매상등록시간이 단축되어 고객대기시간이 감소할 수 있으며 또한 계산대의 수를 줄일 수도 있다.

③ 판매원의 입력오류가 줄어든다.

④ 단품관리에 의해 잘 팔리는 상품과 잘 팔리지 않는 상품을 즉각 파악할 수 있다.

⑤ 재고의 적정화, 판촉전략의 과학화를 가져올 수 있다.

29. 다음 사례에서 A전자 대리점이 실행한 판촉활동은 무엇인가?

> A전자 대리점은 최근 A전자 또는 경쟁사의 구형 세탁기를 가져오거나 반납하는 고객들에게 A전자의 최신형 ▲▲세탁기를 정상가에서 20% 할인한 가격으로 판매하였다. 그 결과, ▲▲세탁기의 매출은 지난달에 비하여 30% 이상 신장되었다.

① 사은품

② 리베이트

③ 보너스 팩

④ 보상판매

⑤ 샘플

30. 판매담당자가 상품에 대해 알아야 할 사항인 5W1H에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① WHO - 사용자 : 누가 사용하는 것인가?

② WHEN – 사용 시기 : 언제 사용하는 것인가?

③ WHAT – 사용용도 : 무엇에 사용되는 것인가?

④ WHERE - 사용처 : 어디서 사용하는 것인가?

⑤ HOW - 사용목적 : 왜 사용하는 것인가?

31. 서비스품질을 측정하는 SERVQUAL의 하위 차원으로 옳지 않은 것은?

① 협력성 (Cooperativeness)

② 신뢰성 (Reliability)

③ 확신성 (Assurance)

④ 유형성 (Tangibles)

⑤ 공감성 (Empathy)

32. 선매품에 대한 설명으로 옳은 것은?

① 빨리 소비되고 자주 구입되는 제품을 말한다.

② 고객이 최소한의 노력으로 즉각적으로 구매하는 제품을 말한다.

③ 특정 속성들을 비교하여 선택하고 구매하는 제품을 말한다.

④ 수요가 매우 전문적이며, 상대적으로 소수의 구매자가 존재한다.

⑤ 소비자가 구매시에 브랜드간 차이에 대한 정보와 함께 제품 자체에 대한 정보와 지식이 많이 요구된다.

33. 정장과 넥타이, 삼겹살과 쌈장 등 서로 연관된 상품을 함께 진열하거나 연관된 상품을 취급하는 점포들을 인접시켜 고객의 연관 구매를 유도하는 것은?

① VMD(Visual Merchandising)

② POP(Point-Of-Purchase)

③ Cross-Merchandising

④ Product Assortment

⑤ Category Management

34. 포장에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 모든 내용물을 한눈에 알아 볼 수 있어야 한다.

② 운반하기 쉬워야 한다.

③ 상품을 보호할 수 있어야 한다.

④ 고객의 운반과정에서 포장지나 쇼핑백으로 인해 홍보효과를 누릴 수도 있다.

⑤ 포장에 따라 상품의 가치가 달라지기에 고객의 우월감을 충족시킬 수도 있다.

35. 기업과 고객 간의 관계발전 모형이다. ( ) 안에 들어갈 용어가 올바르게 나열된 것은?

예상고객(prospector) → 고객(customer) → (㉠) → 옹호자(advocate) → (㉡)

① ㉠ : 단골 고객, ㉡ : 동반자

② ㉠ : 희망 고객, ㉡ : 최우수 고객

③ ㉠ : 우수 고객, ㉡ : 최우수 고객

④ ㉠ : 희망 고객, ㉡ : 우량 고객

⑤ ㉠ : 우수 고객, ㉡ : 우량 고객

36. 유통점포의 구성 중 매장 공간을 뜻하는 것은?

① 상품이 진열되어 있는 공간과 이동 통로

② 상품이 진열되어 있는 공간과 재고품을 적재해 놓은 장소

③ 구매자가 상품을 선택하는 장소와 휴게실 및 화장실

④ 주차장을 포함한 고객이 상품 구매를 위해 이동하는 모든 공간

⑤ 고객을 위한 공간과 종업원을 위한 모든 공간

37. 매장으로 들어온 고객에게 접근하여 대화를 시도해야하는 효과적인 타이밍으로 보기 어려운 것은?

① 고객이 매장으로 들어와 특정 상품 코너로 직진할 때

② 고객이 같은 진열코너에서 오래 머물러 있을 때

③ 고객이 다른 진열대로 발을 옮긴 뒤 다시 원래 장소로 돌아올 때

④ 고객이 함께 온 다른 고객과 상품에 대해 이것저것 이야기할 때

⑤ 고객이 특정 상품을 주시하다가 상품을 들어 살펴볼 때

38. 고객관계관리(customer relationship management)에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 고객을 단순 구매자가 아닌 공동 참여자 또는 능동적파트너로 인식한다.

② 개별 고객과의 쌍방향 의사소통을 통한 고객 관계의 강화를 목적으로 한다.

③ 영업이나 판매 위주의 서비스가 아닌 전사적 차원의 정교한 대응을 지향한다.

④ 시장점유율 보다는 고객점유율을 높이는 것에 중점을 두고 있다.

⑤ 타겟에게 맞는 효익을 제공하여 제품의 단기적 판매를 높이는데 주안점을 두고 있다.

39. 고객의 구매과정에서 발생하는 '진실의 순간(Moments Of Truth)'에 대한 설명으로 옳은 것은?

① 진실의 순간은 고객이 종업원과 접촉하는 결정적인 한 순간에만 발생한다.

② 서비스를 경험하는 고객은 진실의 순간에 서비스를 덧셈법칙에 입각하여 평가한다.

③ 진실의 순간은 짧기 때문에 기업 수익에 크게 영향을 미치지는 않는다.

④ 진실의 순간에 대응하기 위해서는 CALS모형이 일반적이다.

⑤ 진실의 순간을 관리하려면 고객 접점별로 발생할 수 있는 문제를 진단하는 것이 중요하다.

40. 다음 사례의 A홈쇼핑이 고객만족 혹은 불만족을 조사하기 위해 사용한 조사기법은?

> 최근 A홈쇼핑은 고객들이 자사의 텔레마케터들과의 통화에서 느낀 불편함이나 불쾌한 느낌, 서비스에 대한 만족감, 서비스 실패나 회복과정에서의 경험 등을 이야기하도록 하는 심층 인터뷰를 실시하였다. 특히, 가장 기억에 남는 경험에 초점을 두어 그 상황에서의 만족과 불만족을 조사하였다.

① 사후거래조사

② 불평조사

③ 결정적 사건기법

④ 미스터리 쇼퍼

⑤ 고객 요구사항조사

41. 셀링 포인트(selling point)에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

① 제품이나 서비스가 지니고 있는 특질, 성격, 품격 등으로 제품의 가장 중요한 특성이나 컨셉을 뜻한다.

② 상품판매 계획을 세울 때 특히 강조하는 점으로 고객의 욕구에 맞추어 상품의 설명을 응축하여 전달하는 것이다.

③ 판매의 과정에서 셀링 포인트를 포착하는 시점은 구매심리과정의 7단계 중에서 '신뢰'의 단계이다.

④ 상품의 특징이나 효용 중에서 구매결정에 가장 영향을 미치는 점을 짧고 효과적으로 전달하는 것이다.

⑤ 셀링 포인트를 문자화 하여 조그만 카드에 기입하여 고객의 눈에 호소하는 것이 POP라 할 수 있다.

42. 편의점이나 일부 수퍼마켓 체인이 표준화된 진열형태를 활용할 때 본사가 얻을 수 있는 이점으로 가장 옳지 않은 것은?

① 점포의 건설과 중앙 구매 방식을 쉽게 할 수 있다.

② 공사비를 감소시켜 운영방식을 표준화시킬 수 있다.

③ 점포의 탄력성이 늘어나 매출과 이익을 최대화 할 수 있다.

④ 각 점포간의 종업원 이동을 원활하게 한다.

⑤ 일관성 있는 점포 이미지를 유지할 수 있다.

43. 많은 대형마트에서 주말 오후의 붐비는 시간을 피하면 편안하게 쇼핑을 할 수 있다고 선전하는 것과 관련 있는 서비스의 특성은?

① 서비스 프로세스의 고객참여

② 시간소멸적인 서비스능력

③ 서비스의 무형성

④ 서비스의 이질성

⑤ 생산과 소비의 동시성

44. 고객응대의 기본자세에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 예절바르고 상냥한 느낌을 주도록 적절한 어휘 및 제스추어를 선택한다.

② 올바른 자세로 응대한다. 실제 바르지 못한 자세는 정신상태도 올바르지 못한 것 같아 신뢰감이 생기지 않기 때문이다.

③ 살아 있는 얼굴표정은 상대방의 진실성 및 응대성을 읽을 수 있게 하는바, 적절한 표정으로 표현해야 한다.

④ 제스추어에 신경을 써야 한다. 왜냐하면 제스추어는 대화를 유효적절하게 이끌어 주며, 보다 만족스러운 인간관계를 만들어 주기 때문이다.

⑤ 반가운 인사는 필요하지만 소비자가 부담을 느끼지 않도록 고개를 숙여 인사할 필요는 없다.

45. Parasuraman 등이 제시한 서비스 품질 차이 모형(Gap model)에 해당하지 않는 차이(gap)는?

① 고객의 정확한 기대를 알지 못한 인식 차이(Knowledge Gap)

② 경쟁력 있는 가격을 알지 못한 가격 차이(Price Gap)

③ 고객이 기대하는 서비스표준을 알지 못한 표준 차이(Standards Gap)

④ 만들어진 서비스를 제대로 전달하지 못한 인도 차이(Delivery Gap)

⑤ 과잉약속이나 과장광고 등을 실행한 커뮤니케이션 차이(Communication Gap)