

2016년07월03일년 유통관리사 3급 필기시험 기출문제 답안

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

1. '오프라인 매장에서 제품을 살펴본 뒤, 실제 구매는 온라인에서 하는 현상'을 뜻하는 용어는?

① 쇼루밍(showrooming)
 ② 웹루밍(webrooming)
 ③ 역쇼루밍(reverse-showrooming)
 ④ 프로슈머(prosumer)
 ⑤ 모디슈머(modisumer)

2. 이동 중에도 무선인터넷과 첨단 통신기술을 통해서 상거래가 이루어지는 소매형태는?

① 자동판매기
 ② 직접판매
 ③ 키오스크(Kiosk)
 ④ CATV홈쇼핑
 ⑤ 모바일 커머스(mobile commerce)

3. 소비자기본법에 명시되어 있는 소비자 안전조치에 관한 조항 중 (㉠), (㉡), (㉢)안에 들어갈 용어로 올바르게 짝지어진 것은?

(㉠)은/는 (㉡)에게 제공한 물품 등에 소비자의 생명·신체 또는 재산에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있는 제조·설계 또는 표시 등의 중대한 결함이 있는 사실을 알게 된 때에는 그 결함의 내용을 소관 (㉢)에게 보고하여야 한다.

① ㉠ 사업자, ㉡ 소비자, ㉢ 대통령
 ② ㉠ 사업자, ㉡ 소비자, ㉢ 중앙행정기관의 장
 ③ ㉠ 제조자, ㉡ 구매자, ㉢ 소비자보호원의 장
 ④ ㉠ 소비자, ㉡ 중간상, ㉢ 소비자보호원의 장
 ⑤ ㉠ 중간상, ㉡ 소비자, ㉢ 해당 지역 기관장

4. 유통산업발전법에 명시된 유통관리사의 직무로 옳지 않은 것은?

① 유통경영·관리와 관련한 계획·조사·연구
 ② 유통경영·관리와 관련한 상담·자문
 ③ 유통경영·관리와 관련한 교육
 ④ 유통경영·관리 기법의 향상
 ⑤ 유통경영·관리와 관련한 진단·평가

5. 간접유통이면서 동시에 점포유통인 유형으로만 올바르게 묶인

가. 가전업체 직영점	나. 대형마트
다. 화장품 방문판매	라. 오픈마켓
마. 의류업체 전속대리점	바. 편의점

것은?

① 가, 나, 마, 바
 ② 가, 나, 바
 ③ 나, 바
 ④ 가, 마
 ⑤ 다, 라

6. 다음 글상자에서 설명하는 용어로 옳은 것은?

- 판매원을 개개인에게 조직을 위해 중요한 일을 할 수 있는 능력이 있다는 확신을 심어주고 담당업무에 대한 권한을 부여하는 권한 강화과정
 - 일선 현장에서 직접 문제를 해결할 수 있게 하여 고객 만족과 직원만족을 동시에 추구함
 - 판매원을 스스로 업무자율성을 중요시할 때 더 높은 성과가 나타날 수 있음

① 직무확대
 ② 공감적 경청
 ③ 셀프리더십(self leadership)
 ④ 권한 부여(empowerment)
 ⑤ 솔선수범

7. 판매예측방법 중 객관적이면서 정량적인 방법에 해당하는 것은?

① 지수평활법
 ② 델파이법
 ③ 영업사원 예측합계법
 ④ 소비자 구매의도조사법
 ⑤ 경영진 의견법

8. (㉠), (㉡) 안에 들어갈 용어로 옳은 것은?

(㉠)는 이미 판매한 제품이나 서비스와 관련이 있는 제품이나 서비스를 판매하는 것을 말하는 반면, (㉡)는 이미 판매한 제품이나 서비스에 비해 가격이나 품질 등의 측면에서 더 높은 수준에 있는 제품이나 서비스를 판매하는 것을 말한다.

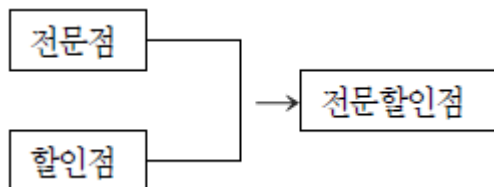
- ① ㉠ 추가판매, ㉡ 상향판매
- ② ㉠ 상향판매, ㉡ 추가판매
- ③ ㉠ 교차판매, ㉡ 상향판매
- ④ ㉠ 상향판매, ㉡ 교차판매
- ⑤ ㉠ 관련판매, ㉡ 고급판매

9. (㉠), (㉡) 안에 들어갈 용어로 옳은 것은?

제조업자가 중간상을 대상으로 적극적인 촉진전략을 사용하여 도매상, 소매상들이 자사의 제품을 소비자에게 적극적으로 판매하도록 유도하는 방법을 (㉠)전략이라고 하며, 제조업자가 최종 소비자를 대상으로 적극적인 촉진을 사용하여 소비자가 자사의 제품을 적극적으로 찾게 함으로써 중간상들이 자발적으로 자사 제품을 취급하게 만드는 것을 (㉡)전략이라고 한다.

- ① ㉠ 광고, ㉡ 판촉
- ② ㉠ 푸쉬(push), ㉡ 풀(pull)
- ③ ㉠ 풀(pull), ㉡ 푸쉬(push)
- ④ ㉠ 수비, ㉡ 공격
- ⑤ ㉠ 판촉, ㉡ 광고

10. 다음 그림에서 나타내는 소매업 발전이론은?



- ① 아코디언이론
- ② 소매수레바퀴이론
- ③ 변증법적이론
- ④ 소매수명주기이론
- ⑤ 진공지대이론

11. 화주기업의 고객서비스 향상, 물류비 절감, 물류활동의 효율성 향상 등의 목표를 달성할 수 있도록 물류사업자가 공급체인상의 물류기능 전체 혹은 일부를 대행, 처리하는 물류서비스를 지칭하는 용어는?

- ① 제1자물류
- ② 제2자물류
- ③ 제3자물류
- ④ 제4자물류
- ⑤ 제5자물류

12. 제조업체를 위해 수행하는 도매상의 기능(㉠)과, 소매상을 위해 수행하는 도매상의 기능(㉡)이 올바르게 나열된 것은?

- ① ㉠ 구색맞춤기능, ㉡ 소단위 판매기능
- ② ㉠ 주문처리기능, ㉡ 구색맞춤기능
- ③ ㉠ 기술지원기능, ㉡ 시장정보제공기능
- ④ ㉠ 재고유지기능, ㉡ 시장확대기능
- ⑤ ㉠ 구색맞춤기능, ㉡ 소매상서비스기능

13. 대형 할인점(대형마트)에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 주로 중저가 브랜드 취급
- ② 다점포 방식으로 인한 제조업체에 대한 강력한 구매력 보유
- ③ 셀프서비스 판매 방식
- ④ 주로 High/Low 가격전략 구사
- ⑤ 구색측면의 편리성 추구

14. 유통의 기본개념에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 유통의 기본활동은 상품이나 서비스의 소유권을 이전하는 활동이다.
- ② 유통은 생산자와 소비자 간의 간격을 메워주고 여러가지 효용을 창조하는 활동이다.
유통경로내 중간상은 거래횟수 및 거래관계를 확대하고
- ③ 다변화하여, 수요자에게 다양한 상품 및 서비스를 제공한다.
- ④ 유통경로는 상품 및 서비스를 생산자로부터 소비자에게 이전시키는 가치사슬 과정에 참여하는 모든 개인 및 기관을 말한다.
- ⑤ 유통기관들은 소비자와 생산자 양쪽의 정보를 통합 전달하여 정보탐색비용을 줄이는 역할을 한다.

15. 서로 연관성 있는 소수의 상품계열만을 집중적으로 취급하는 도매상으로서 의약품도매상, 가구도매상, 철물도매상 등을 예로 들 수 있는 도매상의 유형으로 옳은 것은?

- ① 일반잡화도매상
- ② 한정상품도매상
- ③ 전문상품도매상
- ④ 현금거래도매상
- ⑤ 직송도매상

16. 의류, 가전, 장난감 등 한 가지(또는 한정된) 상품에 전문화된 할인업체로서, 비용 절감과 저마진 정책 등으로 할인점보다 훨씬 저렴한 가격으로 판매하는 소매업체는?

- ① 전문점
- ② 백화점
- ③ 회원제도매클럽
- ④ 카테고리킬러
- ⑤ 슈퍼슈퍼마켓

17. 판매담당자가 가져야 할 자세와 행동으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 상품지식이나 업무지식을 꾸준히 습득한다.
- ② 자신만의 독특한 개성을 살려 노하우를 정립한다.
- ③ 자신만의接客 경험을 확대 해석하여 일반화한다.
- ④ 창의적이고 적극적인 사고와 행동을 습관화한다.
- ⑤ 더 나은 판매기술을 익히고 실행한다.

18. 고객 컴플레인 예방을 위한 판매담당자의 선행지침으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 식품은 정확히 계량하여 정확한 양과 가격으로 판매한다.
- ② 도자기나 전자제품처럼 쉽게 파손되는 물품은 배달시 안전하게 포장한다.
- ③ 의류는 사이즈를 확인하고 탈색 및 오염이 없는지 점검해야 한다.
- ④ 조용한 거래를 위해 얼마를 받았고 거스름돈은 얼마인지의 금전확인만 말로 하지 않는다.
- ⑤ 선물상품인 경우는 가격표를 제거한 후 포장한다.

19. 기업이 집약적 유통경로를 활용하는 경우, 중간상에 대한 통제가 어려워져서 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 확산 감소
- ③ 중간상의 제품 가격 인상
- ④ 소비자에 대한 중간상의 지원 감소
- ⑤ 소비자의 만족 감소

20. 유통기능을 크게 3가지로 구분하면 소유권 이전 기능, 물적 유통 기능, 조성 기능으로 나눌 수 있다. 이 중 소유권 이전 기능에 해당하는 활동으로 올바르게 묶인 것은?

- ① 포장활동과 유통가공활동
- ② 구매활동과 판매활동
- ③ 표준화활동과 금융활동
- ④ 수송활동과 보관활동
- ⑤ 위험부담활동과 시장정보수집활동

[2과목] 판매 및 고객관리 (25문제)

21. 소매점 판매 및 경영에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 제품 사용을 위한 기능이 복잡한 경우에는 전담 판매원을 배치하는 것이 효과적이다.
- ② 고객의 구매를 촉진하기 위해 종업원 동선은 될 수 있는 한 길게 잡는 것이 좋다.
- ③ 고객은 소매점의 정보를 수용하는 동시에 소매점에게 정보를 제공하는 원천이 되기도 한다.
- ④ 고객에게 상품을 권할 때에는 강요가 아닌 보다 나은 구매를 위해 도와드린다는 기분으로 하여야 한다.
- ⑤ 고객이 반품을 원하는 경우에는 신속하게 처리하여 고객 만족도를 높이고 추후 재구매율을 증가시키도록 노력해야 한다.

22. 카테고리 수명주기의 변화상 여러 시점에 걸쳐 특정상품의 판매가 일어나며 특정시즌에서 다음 시즌으로 바뀔 때 극적인 판매 변화가 일어나는 상품은?

- ① 일시성상품
- ② 유행성상품
- ③ 지속성상품
- ④ 계절성상품
- ⑤ 소비성상품

23. 고객을 대상으로 측정하는 서비스 품질이 측정하기 쉽지 않은 이유에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 서비스 품질의 개념이 객관적이기 때문에 주관화하여 측정하기가 어렵기 때문이다.
- ② 서비스 특성상 생산과 소비가 동시에 이루어지기 때문에
- ③ 서비스 품질은 서비스의 전달이 완료되기 이전에는 검증되기 어렵기 때문이다.
- ④ 서비스 품질을 측정하려면 고객에게 물어봐야 하는데, 고객으로부터 데이터를 수집하는 일이 시간과 비용이 많이 들며 회수율도 낮기 때문이다.
- ⑤ 고객은 서비스 프로세스의 일부이며 변화를 일으킬 수 있는 중요한 요인이기도 하므로 서비스 품질 측정에 본질적인 어려움이 있기 때문이다.
- ⑥ 모든 경우에 적용될 수 있는 서비스의 품질을 정의하는 것은 어렵기 때문이다.

24. POP(Point Of Purchase)에 대한 내용으로 옳지 않은 것은?

- ① 진열시점 후의 광고로서 소비자가 상품을 구매한 후 사용 방법을 알려주기 위한 것이 주된 목적이다.
- ② 상품이 진열된 장소에서 쇼핑고객을 대상으로 하기 때문에 실질적인 상품을 소구한다.
- ③ POP는 연결판매를 통해 객단가를 상승시켜 매출을 증대시키는 효과가 있다.
- ④ 너무 많은 POP는 매장을 산만하게 만들 수 있다.
- ⑤ 가격정보제공, 행사정보제공 등의 내용을 포함하기도 한다.

25. 마케팅 믹스(marketing mix)를 구성하는 요소로 옳지 않은 것은?

- ① 포지셔닝(Positioning)
- ② 제품(Product)
- ③ 가격(Price)
- ④ 유통(Place)
- ⑤ 촉진(Promotion)

26. (㉠), (㉡)안에 들어갈 용어로 옳은 것은?

경쟁 상품과 비교하며 자사 상품에 대해 고객이 가지고 있는 차별적 인식을 변경하는 것을 (㉠)라/미라 하는 반면, (㉡)은/는 정기적으로 상품 그 자체의 내용물을 바꾸거나 포장을 세련되게 변경하는 것을 말한다.

- ① ㉠ 포지셔닝, ㉡ 리뉴얼
- ② ㉠ 포지셔닝, ㉡ 스타일 변경
- ③ ㉠ 리포지셔닝, ㉡ 리뉴얼
- ④ ㉠ 재활성화, ㉡ 스타일 변경
- ⑤ ㉠ 리포지셔닝, ㉡ 상품 믹스

27. 다음 사례의 M기업이 실행한 브랜드 전략과 관련된 내용으로 가장 부합하지 않는 것은?

호텔업을 하는 M사는 이미 인지도가 높은 자사의 'Noble-M호텔'이라는 이름을 활용하며 'Noble-M호텔다모아'라는 스마트폰용 앱을 새롭게 출시하였다. 그리고 이 앱을 통해 호텔 숙박 정보 및 할인정보 등을 제공하고 있다.

- ① 기존의 높은 인지도를 확장하여 새로운 서비스의 성공가능성을 높인다.
- ② 새로운 서비스가 성공하면 기존 서비스에 대한 긍정적 반향효과가 발생한다.
- ③ 두 서비스간 유사성이 낮으면 실패할 가능성이 높으므로 서비스간 유사성을 고려한다.
- ④ 적은 비용으로 새로운 서비스의 매출 및 수익성 증대를 도모할 수 있다.
- ⑤ 신규 서비스가 실패하더라도 기존 브랜드의 이미지에 영향을 미치지 않는다.

28. 올림픽시즌을 맞이하여 특별한 매장진열 방식으로 판매를 촉진하고 쇼핑을 더욱 즐겁게 만드는 진열방식은?

- ① 구색진열
- ② 테마별진열
- ③ 패키지진열
- ④ 컷케이스진열
- ⑤ 통진열

29. 인적판매원의 역할로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 일상적인 시장정보수집을 위한 역할
- ② 고객파악과 유지를 위한 역할
- ③ 고객문제 해결을 위한 역할
- ④ 직원할인 제공을 위한 역할
- ⑤ 지속적인 서비스 제공을 위한 역할

30. 다음 사례에서 나타난 코센(Kossen)의 판매저항 처리방법은?

자동차 구매 결정을 내리지 못하고 망설이고 있는 고객에게 자동차 판매원이 품질에 대한 확신을 주기 위해 “이 자동차는 5만Km까지 엔진 이상시 무상수리가 가능합니다”라는 약속을 한다.

- ① 타이밍 지적법
- ② 실례법
- ③ 보증법
- ④ 자료전환법
- ⑤ 비교대조법

31. 판매를 위한 정보 중 고객에 관한 정보에 해당하지 않는 것은?

- ① 고객의 특성에 관한 정보
- ② 고객의 소비, 사용의 관습에 관한 정보
- ③ 경쟁사의 고객유인에 관한 정보
- ④ 구매자, 구매결정자, 소비 및 이용자에 관한 정보
- ⑤ 고객의 구매동기에 관한 정보

32. 이탈고객에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 고객이탈율은 1년 동안 떠나는 고객의 수를 신규고객의 수로 나눈 값이다.
- ② 이탈고객이 제공하는 정보를 활용하여 이탈고객이 발생하지 않도록 노력해야 한다.
- ③ 완전히 이탈한 고객만이 아닌 어느 정도 이용률이 떨어진 고객도 관리해야 한다.
- ④ 고객이탈을 제로문화를 형성하기 위해 노력해야 한다.
- ⑤ 휴먼고객의 정보를 활용하여 고객으로 환원시키도록 노력해야 한다.

33. 상품 관여도에 대한 내용으로 옳은 것은?

- ① 상품 관여도는 주어진 상품에 대한 소비자의 중요성이나 관심정도를 말한다.
- ② 적극적인 정보 탐색을 필요로 하는 상품은 저관여 상품이라고 한다.
- ③ 편의품은 고관여상품이다.
- ④ 전문품은 저관여상품이다.
- ⑤ 고가의 약기, 명품은 저관여상품에 속한다.

34. 점포 레이아웃 유형 중 격자(grid)형에 대한 설명으로 옳은 것을 모두 고르면?

가. 슈퍼마켓, 편의점 등 소매점에 가장 기본적으로 적용되는 점포 레이아웃
나. 계산대나 고정물미 일렬로 나열되어 있는 구성방식
다. 주동선, 보조동선, 설비표준화로 비용 절감
라. 상품진열면적이 넓고 공간 활용이 효율적임

- ① 가, 라
- ② 가, 나
- ③ 나, 다
- ④ 나, 다, 라
- ⑤ 가, 나, 다, 라

35. 다음은 서비스 특성에 따른 마케팅 시사점을 짚지은 것이다. (㉠), (㉡)에 들어갈 내용으로 옳은 것은?

소멸성 - (㉠)
(㉡) - 개별화 혹은 표준화 선택

- ① ㉠ 유형적 특성 강조, ㉡ 이질성
- ② ㉠ 다양한 정보제공, ㉡ 무형성
- ③ ㉠ 서비스 아웃소싱, ㉡ 생산과 소비의 동시성
- ④ ㉠ 예약시스템 활용, ㉡ 이질성
- ⑤ ㉠ 상호작용 중시, ㉡ 무형성



전자문제집 CBT(App Store) : [\[다운로드\]](#)



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

36. 다음은 서비스 제공 실패로 인해 발생하는 고객불평에 효과적으로 대응하는 공정성에 관한 내용이다. (㉠), (㉡)에 들어갈 용어로 올바르게 짝지어진 것은?

(㉠) : 서비스 회복에 있어서 고객불만족 수준에 적절한 보상(금전, 사과 등)을 제공함
(㉡) : 불만족한 고객에게 접점 직원이 사려 깊고 성실하며 친절한 설명으로 문제를 해결함

- ① ㉠ 절차 공정성, ㉡ 상호작용 공정성
- ② ㉠ 절차 공정성, ㉡ 분배 공정성
- ③ ㉠ 결과 공정성, ㉡ 절차 공정성
- ④ ㉠ 분배 공정성, ㉡ 절차 공정성
- ⑤ ㉠ 결과 공정성, ㉡ 상호작용 공정성

37. 소비자를 대상으로 한 판매 촉진방법에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 샘플은 제품을 한 번 사용하도록 유도하기 위한 촉진방법으로 효과적이지만 비용이 많이 드는 방법이다.
- ② 쿠폰은 쿠폰소지자에게 일정기간 동안 정상가격에서 일정한 금액을 할인해 주는 방법이다.
- ③ 프리미엄은 소비자가 제조회사에게 구매와 관련된 증빙서류를 보내면 회사는 구매한 금액의 일부를 반환해 주는 방법이다.
- ④ 현상경품은 일정한 기간 동안에 어떤 상품을 구입한 소비자 중에서 일부를 추첨하여 현금이나 물건을 주는 것을 말한다.
- ⑤ 광고판촉물은 광고주의 이름, 로고, 메시지 등을 표시하여 고객에게 주는 물건으로 티셔츠, 펜, 잔, 열쇠고리 등의 아이템을 활용한다.

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

- ① 의식주 해결에 관한 생리적 욕구가 있다.
- ② 생활 안정과 안전 등 안전성에 대한 욕구가 있다.
- ③ 집단 소속감 등의 사회적 욕구가 있다.
- ④ 자존심이나 명예, 지위 등 자아실현의 욕구가 있다.
- ⑤ 최상위 욕구로 자아실현의 욕구가 있다.

39. 소매상과 고객 간에 발생할 수 있는 전환비용(switching cost)에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 전환비용은 실제로 있을 수도 있고, 지각된 비용일 수도 있다.
- ② 전환비용은 금전적, 비금전적 비용 모두를 포함한다.
- ③ 전환비용은 시작비용, 탐색비용, 학습비용, 계약비용 등으로 나누어진다.
- ④ 서비스가 경험재일 경우보다 탐색재일 경우 탐색비용이 더 높아진다.
- ⑤ 소매상은 고객이 이탈하는 것을 방지하기 위해 소비자의 전환비용을 증가시키려 한다.

40. 제품 혹은 서비스의 성능이나 기능보다 사회적인 수용, 개인존중, 자아실현 측면의 불만을 의미하는 것은?

- ① 효용 불만
- ② 상황적 불만
- ③ 균형 불만
- ④ 심리적 불만
- ⑤ 관계적 불만

41. POS 시스템으로부터 수집한 정보의 활용에 해당하지 않는 것은?

- ① 고객들의 구매빈도 분석
- ② 시간대별 매출 분석
- ③ 조달물류비 분석
- ④ 효과적인 진열기법 분석
- ⑤ 판촉효과 분석

42. 상품진열에 관한 내용이다. (㉠), (㉡)안에 들어갈 알맞은 용어는?

(㉠) : 매출 증대를 위해 잘 팔리는 상품을 가격 할인과 각종 광고와 함께 진열하는 것
(㉡) : 점포 앞을 지나고 있는 소비자나 그 점포의 고객으로 하여금 주의를 끌게 하여 구매 목적을 가지도록 함은 물론 무계획 구매나 충동구매를 하도록 유인하는 진열

- ① ㉠ 판매촉진 진열, ㉡ 원도우 진열
- ② ㉠ 점포내 진열, ㉡ 원도우 진열
- ③ ㉠ 판매촉진 진열, ㉡ 고객중심 진열
- ④ ㉠ 고객중심 진열, ㉡ 구매시점 진열
- ⑤ ㉠ 점포내 진열, ㉡ 구매시점 진열

43. 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)
- ③ PB(Private Brand)
- ④ UB(Union Brand)
- ⑤ NB(National Brand)

44. 진실의 순간(moments of truth : MOT)에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 고객의 서비스 품질 인식에 결정적 역할을 하기 때문에 결정적 순간으로 불린다.
- ② 진실의 순간을 관리하기 위해서 조직의 상층부에 권한을 집중하고, 명령계통을 일원화한다.
- ③ 지극히 짧은 순간이지만, 고객의 서비스 인상을 좌우한다.
- ④ 기업의 여러 자원과 고객이 직접 혹은 간접적으로 만나는 순간이며, 고객이 기업의 서비스를 평가하는 순간이다.
- ⑤ 고객접점에 있는 직원의 동기부여와 고객응대력을 높이는 것이 중요하다.

45. 상품 포장의 목적에 관한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 포장은 상품 운반을 용이하게 해준다.
- ② 포장은 상품을 보호한다.
- ③ 포장은 상품교환을 용이하게 해준다.
- ④ 포장은 제품정보를 효율적으로 전달하는 커뮤니케이션의 효과를 위하여 한다.
- ⑤ 포장은 디자인, 형태, 사이즈 등을 잘 조합하여 제품이미지를 소비자에게 전달하기 위하여 한다.