

2019년11월03일년 유통관리사 3급 필기시험 기출문제 답안

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



전자문제집 CBT

빠르고 효과적으로 배워 시험 합격을 노려라!



【1과목】 유통상식 (20문제)

1. 생산자와 최종소비자 사이의 간극을 채워주는 유통의 효용으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 인지효용
- ② 형태효용
- ③ 소유효용
- ④ 시간효용
- ⑤ 장소효용

2. 아래 글상자에서 설명하는 개념은 무엇에 관한 것인가?

유통경로 내 다른 경로 구성원과의 거래에 불만족을 느끼는 경로 구성원이 상호 간 거래관계를 단절하거나 축소하는 행위를 말한다.

- ① 경로파워
- ② 경로갈등
- ③ 경로이탈
- ④ 경로역설
- ⑤ 경로리더

3. 하이퍼마켓(hypermarket)에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 주요 고객은 중간소득계층이며 가격반응형 구매자이다.
- ② 점포 내 광고는 점포 디스플레이를 통한 단순한 POP광고에 중점을 둔다.
- ③ 여러 가지 유형의 전문 할인점들이 임대형식으로 들어와 있는 소매상이다.
- ④ 대표적인 업체로는 영국의 테스코(Tesco), 프랑스의 까르푸(Carrefour)가 있다.
- ⑤ 진열방식은 주로 상품더미식이나 적하식 진열방식(Bulk Display)을 채택하고 있다.



전자문제집 CBT(App Store) : [다운로드](#)



전자문제집 CBT(Google Play) : [다운로드](#)

4. 소매상의 유형으로 옳지 않은 것은?

- ① 백화점(department store)
- ② 카테고리 킬러(category killer)
- ③ 편의점(convenience store)
- ④ 판매대리점(selling agent)
- ⑤ 자동판매기(vending machine)

5. 직업인으로서 가져야 할 직업의식에 대한 설명 중 옳지 않은 것은?

- ① 자신이 맡은 일은 하늘의 부름을 받아 맡겨진 일이라 생각하는 소명 의식
- ② 자신의 일이 사회나 타인을 위해 중요한 역할을 하고 있다고 믿는 직분 의식
- ③ 자신의 일만 가장 위대하고 중요하다고 여기는 선민의식
- ④ 자신의 일을 충실히 수행하고 완수하는 책임 의식
- ⑤ 자신의 일이 능력과 적성에 맞다고 여기며 열성적으로 일하는 천직 의식

6. 직접판매에 대한 설명으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 대면방식으로 소비자에게 제품을 판매하는 무점포형 소매업에 해당한다.
- ② 장소의 구매 없이 독립 판매원의 설명이나 시연을 통해 판매한다.
- ③ 크게 방문판매와 다단계판매 그리고 전자상거래판매 세 분야로 나누어진다.
- ④ 판매원이 기업으로부터 직접 제품을 공급받아 중간소매과정 없이 소비자에게 판매한다.
- ⑤ 판매원은 종업원이라기보다는 독립된 계약자로서의 지위를 가지며 활동한다.

7. 경로파워 중 준거력(準據力)에 해당하는 설명으로 옳은 것은?

- ① 우수한 지식이나 경험 또는 정보의 제공 능력
- ② 물리적 심리적 보호적 보상을 제공할 수 있는 능력
- ③ 영향력 행사에 따르지 않을 경우 제재를 가할 수 있는 능력
- ④ 공식적 계약에 근거해 규정된 행동을 준수하도록 정당하게 주장할 수 있는 능력
- ⑤ 판매업자가 공급업자에게 일체감을 갖거나 일체감을 갖게 되기를 바라는 정도 및 능력

8. “소비자기본법” (법률 제16178호, 2018. 12. 31., 일부 개정)에서 정의하는 용어 중 옳지 않은 것은?

- ① 사업자라 함은 물품을 제조·수입·판매하거나 용역을 제공하는 자를 말한다.
- ② 소비자는 사업자가 제공하는 물품 또는 용역을 생산활동을 위해 사용하는 자를 말한다.
- ③ 사업자단체는 2이상의 사업자가 공동의 이익을 증진할 목적으로 조직한 단체를 말한다.
- ④ 소비자는 사업자가 제공하는 물품 또는 용역을 소비생활을 위해 사용하는 자로 공정거래위원회에서 정한다.
- ⑤ 소비자단체는 소비자의 권익을 증진하기 위하여 소비자가 조직한 단체를 말한다.

9. 아래 글상자에서 설명하는 개념은 무엇에 관한 것인가?

쌀은 농부에 의해 가을에 주로 수확되는 것이지만, 소비자에 의해 가을에만 소비되지 않고 1년 내내 소비된다. 이와 같은 생산자의 생산시점과 소비자의 소비시점 간 불일치를 해소시키는 유통의 기능을 말한다.

- ① 보관 기능
- ② 금융 기능
- ③ 매매 기능
- ④ 구매 기능
- ⑤ 운송 기능

10. 아래 글상자는 전형적인 유통경로의 변화(진화)과정의 단계들이다. 전형적인 유통경로의 변화 순서대로 옳게 나열한 것은?

㉠ 전통시장단계
㉡ 소매업체 국제화
㉢ 소매업체 성장과 제조업체 국제화
㉣ 제조업체 우위단계

- ① ㉠-㉡-㉢-㉣
- ② ㉠-㉢-㉣-㉡
- ③ ㉡-㉢-㉠-㉣
- ④ ㉢-㉡-㉣-㉠
- ⑤ ㉣-㉢-㉠-㉡

11. 매장 내 판매원의 자세로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 개점 전 담당구역을 청소하고 부족한 제품을 보충 진열한다.
- ② 매장 대기 시 상품과 매대를 확인하며 정리정돈한다.
- ③ 대면판매 시 먼저 온 고객 순으로 응대한다.
- ④ 고객이 질문하면 고객 앞에서 동료 판매원과 의견을 주고받으며 응대한다.
- ⑤ 고객의 고충사항 발생 시 즉시 해결하려는 자세를 보인다.

12. 고객을 맞이하는 마음가짐에 대한 설명 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 항상 감사하는 마음으로 성의를 가지고 대한다.
- ② 실수를 하지 않도록 업무지식에 능통해야 한다.
- ③ 약속은 반드시 지킨다.
- ④ 고객의도를 파악하여 개인화된 서비스를 제공하기 보다 동일한 응대를 하는 것이 효과적이다.
- ⑤ 자세는 바르고 태도는 자연스럽게 응대한다.

13. 아래 글상자에 해당하는 경험법칙으로 옳은 것은?

A회사는 판매현황을 분석하던 중 다음과 같은 결과를 도출하였다. 첫째, 판매원의 20%가 전체 매출액의 80%를 일으키는 것을 발견하였다. 둘째, 20%의 고객이 전체 매출액의 80%를 차지함을 발견하였다.

- ① 소매인력법칙
- ② 소매중력법칙
- ③ 수정소매인력법칙
- ④ 파레토(Pareto)법칙
- ⑤ 롱테일(Long Tail)법칙

14. 판매원의 불평고객에 대한 응대 및 서비스 실패에 대한 회복방법으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객의 감정을 이해하기
- ② 고객에게 조치과정에 대해 모르게 하기
- ③ 고객과 논쟁하지 않기
- ④ 고객에게 적절한 보상하기
- ⑤ 고객입장에서 문제를 이해한다는 것을 보여주기

15. 고객에게 상품을 판매하는 단계 중 아래의 글상자가 설명하고 있는 단계로 옳은 것은?

고객에게 쉽게 접근할 수 있는 위치를 정해두고 가능하면 그 위치를 벗어나지 않는다. 진열 상태를 수시로 정리하면서 자신의 역할을 한다.

- ① 상품 설명
- ② 상품 제시
- ③ 기다리는 자세(대기)
- ④ 고객 응대
- ⑤ 부담 없는 접근

16. “유통산업발전법”(법률 제14997호, 2017. 10. 31., 일부 개정)에 제시된 유통관리사의 직무로 옳지 않은 것은?

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

17. 아래 글상자의 밑줄 친 불일치에 해당하지 않는 것은?

유통의 목적은 생산자와 소비자 사이에 존재하는 불일치를 해소하는데 있다.

- ① 소유권의 불일치
- ② 특권층과 서민층 사이에 발생하는 경제적 불일치
- ③ 생산 장소와 소비 장소의 불일치
- ④ 상품의 양과 질적 조합에 대한 인식의 불일치
- ⑤ 생산시기와 소비시기의 불일치

18. 브로커(Broker)에 해당하는 것으로 옳은 것은?

- ① 전문품 도매상
- ② 제조업체 대리점
- ③ 보험 중계인
- ④ 구매 대리점
- ⑤ 판매 대리점

19. 유통업체의 유형 중 카테고리 킬러(Category Killer)의 주요 특징에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 제조업체가 자사제품 또는 재고품을 초염가로 판매하는 소매형태로 직영점 형식으로 운영된다.
- ② 많은 수의 제품계열과 다양한 제품구색, 편리한 입지, 쾌적한 쇼핑공간을 구매자에게 제공한다.
- ③ 소비자에게 일정한 회원비를 받고 회원인 고객에게만 30~50% 할인된 가격으로 정상품을 판매한다.
- ④ 할인형 대규모 전문점으로서 한가지 상품군을 깊게 취급하고 저렴한 가격으로 제공한다.
- ⑤ 상대적으로 소규모 매장으로 재고회전이 빠른 식료품과 편의품, 문방구 등의 한정된 제품계열을 취급한다.

20. 다음에서 공통적으로 설명하는 도매상으로 옳은 것은?

- 주로 제품의 단위당 판매가격이 고가인 경우 활용
- 취급이 어렵고 보증과 수리업무가 중요한 제품인 경우 활용
- 제조업체의 자금규모가 크고 창고의 여유가 있는 경우에 유리
- 주로 목재, 자동차 정비, 부품 산업에서 활용
- 인구 밀집지역이나 시장 집중지역에 판매지점이나 판매사무소가 위치

- ① 제조업자 도매상
- ② 판매대리인
- ③ 구매대리인
- ④ 전문 도매상
- ⑤ 한정상품 도매상

[2과목] 판매 및 고객관리 (25문제)

21. 아래 글상자에서 설명하고 있는 진열방식으로 옳은 것은?

‘좌측보다 우측이 잘 팔린다’는 개념에서 출발한 진열방식이다. 우측에 고가격, 고이익, 대용량 상품을 진열하고, 새로 보충하는 상품은 좌측에 진열하는 방식이다.

- ① 라이트 업 진열
- ② 전진입체 진열
- ③ 샌드위치 진열
- ④ 곡면전고 진열
- ⑤ 사이드 진열

22. 물건을 훔친 고객을 발견한 경우 직원들이 대처해야 할 방법으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 상품을 훔쳤다는 확증이 있다면 일단 정중하게 사무실로 안내한다.
- ② 고객이 자신의 잘못을 인정하면 2~10배에 해당하는 변상조치를 요구한다.
- ③ 미성년자의 경우 부모한테 연락하여 조심스럽게 사실을 알리고 관심을 가져줄 것을 부탁한다.
- ④ 고객이 잘못을 인정한 후 집이나 가족에게 연락을 하지 말아달라고 부탁한다면 그 요구를 들어준다.
- ⑤ 고객이 훔친 상품에 해당하는 금액을 지불하게하고 지속적인 고객이 될 수 있도록 편안하게 응대한다.

23. 점포방문동기의 성격이 다른 하나는?

- ① 사회적 경험
- ② 동호인과의 의사소통
- ③ 동료집단과의 일체
- ④ 자신의 지위와 권위의 추구
- ⑤ 기분전환의 추구

24. 컴플레인(complain) 발생 원인의 성격이 다른 하나는?

- ① 상품관리 소홀
- ② 무리한 구매 권유
- ③ 교환, 환불 지연
- ④ 정보제공 미흡
- ⑤ 고객의 고압적 태도와 감정적 반발

25. 아래 글상자에서 NB(National Brand)에 대한 내용으로 옳은 것을 모두 고르면?

- ㉠ 유통업자 상표
- ㉡ 생산자가 붙인 브랜드
- ㉢ 대량생산한 전 제품을 소매점이 매입하므로 매입비용을 낮출 수 있음
- ㉣ 전국상표
- ㉤ 소매점이 판매정보를 토대로 상품을 기획하고 생산업체에게 제조를 의뢰하여 생산한 브랜드

- ① ㉠, ㉡
- ② ㉡, ㉢
- ③ ㉢, ㉣
- ④ ㉠, ㉤
- ⑤ ㉡, ㉤

26. 아래 글상자 안에 제시된 상품들이 충족시켜주는 욕구를 올바르게 나열한 것은?

- ㉠ 정확한 시간을 알려주는 시계에 대한 소유 욕구
- ㉡ 최고급 오디오를 장착한 스포츠카에 대한 소유 욕구
- ㉢ 위상을 강화시켜주는 명품 가방에 대한 소유 욕구

- ① ㉠ 쾌락적 욕구, ㉡ 기능적 욕구, ㉢ 상징적 욕구
- ② ㉠ 기능적 욕구, ㉡ 쾌락적 욕구, ㉢ 상징적 욕구
- ③ ㉠ 상징적 욕구, ㉡ 기능적 욕구, ㉢ 쾌락적 욕구
- ④ ㉠ 상징적 욕구, ㉡ 쾌락적 욕구, ㉢ 기능적 욕구
- ⑤ ㉠ 쾌락적 욕구, ㉡ 상징적 욕구, ㉢ 기능적 욕구

27. 제품구성을 크게 핵심제품, 유형제품, 확장제품으로 구분할 때, 다음 중 유형제품에 해당하는 것을 모두 고른 것은?

- ㉠ 상표 ㉡ 배달 ㉢ 품질
- ㉣ 포장 ㉤ 핵심혜택 ㉥ 애프터서비스

- ① ㉠, ㉡, ㉢
- ② ㉠, ㉢, ㉤
- ③ ㉠, ㉢, ㉥
- ④ ㉢, ㉤, ㉥
- ⑤ ㉢, ㉤, ㉥

28. 상품을 진열하기 위한 쇼케이스, 행거, 진열장 등을 포함한 진열대는 제품, 상점 형태, 규모 등을 고려하여 배치한다. 아래 글상자가 설명하는 상품 진열대 배치유형으로 가장 옳은 것은?

매장 평면 중앙에 쇼케이스, 진열 스테이지 등이 직선 또는 곡선에 고리 모양 부분으로 설치되는 형식이다. 계산대나 포장대는 점두나 상점 내 깊숙한 곳에 위치한다. 고리모양 부분을 2개 이상으로 한다. 중앙 고리모양 부분에는 소형 고액상품을 대면 판매하며, 벽면에는 대형 상품을 진열한다. 고객에게 설명이 필요한 수예품, 민예품과 같은 업종에 많이 적용된다.

- ① 굴절 배열형
- ② 직렬 배열형
- ③ 환상 배열형
- ④ 복합 배열형
- ⑤ 곡선 배열형

29. 서로 관련되어 있는 복수의 상품을 같이 진열하거나 조합시켜 개개 상품의 소구력(訴求力)을 높이는 방법을 연관진열이라고 한다. 다음 중 연관진열의 예시로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 생활코너 - 바디워시와 샤워타올
- ② 잡화코너 - 구두와 신발깔창
- ③ 수산코너 - 생선회와 초고추장
- ④ 축산코너 - 삼겹살과 쌈장
- ⑤ 식품코너 - 콜라와 사이다

30. 아래 글상자의 내용을 스토어 레이아웃 프로세스 순서에 맞게

- ㉠ 매장(브랜드) 컨셉 인식
- ㉡ 매장 아이덴티티 설정
- ㉢ 매장 도면 설계
- ㉣ 매장 시공 및 디스플레이
- ㉤ 상품 조닝(zoning) 계획
- ㉥ 판매 실전 파악 및 피드백

나열한 것은?

- ① ㉠ - ㉡ - ㉢ - ㉣ - ㉤ - ㉥
- ② ㉠ - ㉡ - ㉢ - ㉤ - ㉣ - ㉥
- ③ ㉠ - ㉡ - ㉣ - ㉢ - ㉤ - ㉥
- ④ ㉡ - ㉠ - ㉣ - ㉢ - ㉤ - ㉥
- ⑤ ㉡ - ㉠ - ㉢ - ㉣ - ㉤ - ㉥

31. 접점에서 고객을 응대하는 직원의 자세로 옳지 않은 것은?

- ① 고객 응대 시 다른 업무나 일을 함께 하지 않는다.
- ② 고객 응대 시 고객의 눈을 끊임없이 응시한다.
- ③ 항상 단정한 자세로 웃으며 고객을 맞이한다.
- ④ 부정형이 아닌 긍정형으로 이야기한다.
- ⑤ 거절하는 의사를 표현할 때에는 '양해 부탁드립니다'와 같은 표현을 사용하는 것이 바람직하다.

32. 상품진열에 관한 내용 중 옳지 않은 것은?

- ① 상품과 가격을 알기 쉽게 표시하여 소비자들이 쉽게 알아볼 수 있도록 한다.
- ② 고객 입장에서 보기 좋고 편리한 곳에 진열하여야 한다.
- ③ 디스플레이의 범위 내에서 보다 보기 쉽고 손에 닿기 쉬운 범위의 높이를 골든라인(Golden Line)이라고 한다.
- ④ 디스플레이에 사용되는 상품은 될 수 있는 대로 수를 많이 하는 것이 효과적이다.
- ⑤ 같은 종류의 상품을 그룹별로 디스플레이하고 그 상품과 관계가 있는 상품을 같은 공간에 전시하는 것이 효과적이다.

33. 기업의 고객유지를 위한 활동으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객의 정보를 확보하고 관리해야 한다.
- ② 신규고객 등에 대한 2차 구매 유도를 해야 한다.
- ③ 가치가 높은 고객 가운데 이탈가능성이 높은 고객의 이탈 방지를 위한 전략을 강구해야 한다.
- ④ 기존 고객을 대상으로 한 로열티 프로그램을 통해 고객의 전환비용을 증가시켜야 한다.
- ⑤ 지속적인 신규고객 창출을 위해 할인행사와 같은 판매촉진 활동을 활발히 진행해야 한다.

34. 고객들의 충성도를 유지하고 확실한 판매를 제시하기 위해 사용되는 서비스 보증이라는 개념이 있다. 그 중에서 보건의료, 법률 서비스 및 엔지니어링 서비스 같은 보증을 전문적 서비스 보증이라 한다. 전문적 서비스 보증이 효과적일 수 있는 상황으로 가장 옳은 것은?

- ① 가격이 낮을 경우
- ② 부정적 결과의 비용이 높을 경우
- ③ 서비스가 표준화 되어 있을 경우
- ④ 브랜드 인지의 차별화가 쉬운 경우
- ⑤ 구매자의 구매에 대한 저항이 낮을 경우

35. 고객들이 매장을 방문하여 비이성적, 무의식적인 충동구매를 일으킬 수 있도록 하는 방법으로 가장 옳지 않은 것은?

- ① 같은 상품을 한군데 집중시켜 양감(量感)을 풍성하게 진열토록 한다.
- ② 충동구매를 촉진하고 싶은 상품에 스포트라이트를 비추도록 한다.
- ③ 상품의 뒷면, 즉 배경의 색깔을 조정하여 팔고 싶은 상품을 돋보이게 한다.
- ④ 천이나 POP 등의 판촉물을 매장 천장 위에 늘어놓는다.
- ⑤ '이 표시가 있으면 언제나 싼 것이다'라는 염가표시 마크를 적극 활용한다.

36. POS(Point Of Sales)시스템이 제공하는 데이터를 모두 고른

- ㉠ 시간대별 매출수량 데이터
㉡ 부문별 고객단가 데이터
㉢ 불량품 비율 데이터
㉣ 단품별 재고 데이터

것은?

- ① ㉠, ㉡
② ㉠, ㉡, ㉢
③ ㉠, ㉡, ㉣
④ ㉡, ㉢, ㉣
⑤ ㉠, ㉡, ㉢, ㉣

37. 서비스에 대한 일반적인 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 서비스는 소비자가 요구하는 주관적 효용인 만족이나 편익을 제공하는 것을 말한다.
② 소비자는 구매 전까지 서비스를 보거나 만져볼 수 없다.
③ 서비스는 생산과 소비를 분리시킬 수 있다.
④ 서비스는 사람에 주로 의존하므로, 일관되고 표준화된 서비스가 제공되기 어렵다.
⑤ 서비스는 판매될 때까지 저장될 수 없다.

38. 고객이 서비스를 경험한 후의 반응은 정서적 반응과 행동적 반응으로 나타난다. 반응에 따라 나타나는 결과를 옳지 않게 짝지은 것은?

- ① 정서적 반응 - 구매의도
② 정서적 반응 - 브랜드 충성도
③ 정서적 반응 - 구전
④ 행동적 반응 - 불평 행동
⑤ 행동적 반응 - 반복구매

39. 판매촉진 수단 중 프리미엄에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 무상 또는 할인된 가격으로 부가 상품을 제공하는 사은형식의 보상제도이다.
② 상품 이미지를 향상하고 호감을 심어주기 위한 판촉수단이다.
③ 상품속성에 대한 객관적 평가가 어려운 경우 소량을 사용해보도록 하는데 효과적이다.
④ 맥도날드에서 햄버거를 구입하면 캐릭터 상품을 매우 싸게 구입할 수 있는 경우이다.
⑤ 맥주를 구입하면 그 브랜드만의 맥주 컵을 무료로 제공하는 경우이다.

40. 전단광고의 특성에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 소매점이 단독 또는 제조업체와 공동으로 제작하여 배포하는 광고매체이다.
② 소매점의 상품광고, 쇼핑정보, 소비자의 관심 상품으로 구성된다.
③ 상대적으로 백화점에서 가장 많이 활용하는 광고이다.
④ 소매상 주변 주택이나 아파트에 무료로 배포되는 광고이다.
⑤ 일상용품, 가정용품, 식료품 등의 판매를 자극하는데 매우 효과적이다.

41. 마케팅 전략의 수립 과정으로 해당하지 않은 것은?

- ① 기업 환경 분석
② 업셀링(Up-Selling)
③ 시장 조사 및 분석
④ 마케팅 포지셔닝(Positioning)
⑤ 시장 세분화

42. 아래 글상자에서 설명하고 있는 판매촉진 수단으로 옳은 것은?

상품을 구입할 때 구매자에게 일정 금액을 할인해주는 것인데, 이것은 우편, 상품포장, 전단, 인터넷 등을 통해 전달된다. 이것은 성숙기 상품의 판매를 촉진하거나 신 상표에 대한 시험구매를 촉진하는 데 주로 사용된다.

- ① 무료샘플
② 가격할인
③ 쿠폰
④ 리베이트
⑤ 프리미엄

43. 아래 글상자의 기사를 보고 유추할 수 있는 가격 할인전략으로 가장 옳은 것은?

‘여름 패딩 세일’, 올해 규모 더 키우나?
 [올해 패딩 재고부담 ‘사상 최대’…여름 역시존
 할인 말고 뚜렷한 대책 없어]
 아웃도어 업계의 재고 부담이 올해 한층 가중될
 전망이다. 올해 처리해야 할 재고물량이 기존 사
 상 최고 수준이던 지난해보다도 대폭 늘어났기 때
 문이다. 일각에서는 재고처리를 위한 올해 여름철
 역시존 패딩(다운재킷) 할인 행사 규모 역시 사상
 최대가 될 것이라는 전망이 나온다.
 - 미하 생략 -

[OO투데이] 20XX.04.14.

- ① 현금 할인
- ② 수량 할인
- ③ 계절 할인
- ④ 회원 할인
- ⑤ 오픈 할인

44. 판매 사원과 고객이 만난 접점에서의 판매 기술 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 고객에게 적극적으로 얘기하여 구매할 마음을 갖게 한다.
- ② 고객으로 하여금 자기 자신의 마음을 정리할 수 있도록 한다.
- ③ 고객이 만족감을 느낄 수 있게 심리를 자극하는 기법을 사용한다.
- ④ 고객에게 설득조나 명령조의 말투로 강압적인 판매를 시도한다.
- ⑤ 고객에게 지금이 기회라는 타이밍을 느끼게 한다.

45. 마케팅 믹스 4P(상품, 가격, 촉진, 유통)와 그 요소로 잘못 짝지어진 것은?

- ① 상품(Product) - 품질
- ② 가격(Price) - 합리성
- ③ 촉진(Promotion) - 광고
- ④ 상품(Product) - 진열
- ⑤ 유통(Place) - 점포입지