



다.

- ② 회원 가입 시 주민등록번호 기입을 필수로 하는 사이트에만 가입한다.
- ③ 더 이상 사용하지 않는 사이트는 회원 탈퇴한다.
- ④ 인터넷 뱅킹과 같은 전자금융거래 시에는 OTP를 사용한다.

15. 다음의 소프트웨어 목록 중 그 성격이 다른 하나는?

- ① 파이어폭스(Firefox)                      ② 크롬(Chrome)
- ③ 사파리(Safari)                              ④ 피카사(Picasa)

16. 다음 중 인터넷 익스플로러의 인터넷 옵션에서 방문한 웹사이트의 목록을 삭제할 때 선택해야 할 항목은?

- ① 쿠키    ② 임시 인터넷 파일
- ③ 기록    ④ 양식 데이터

17. 다음 중 웹 상에서 친구·선호배·동료 등 지인과의 인맥관계를 강화시키고, 새로운 인맥을 쌓으며 폭넓은 인적 네트워크를 형성할 수 있도록 해주는 서비스를 의미하는 것은?

- ① Blog    ② SNS
- ③ IRC    ④ UMS

18. 다음 중 그래픽 도구와 일반적인 파일 형식에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① Photoshop : psd                              ② Flash : swf
- ③ Illustrator : ai                                 ④ Acrobat : dwg

19. 다음 중 아래의 스타일에 대한 설명으로 옳은 것은?

```
body {color: blue; font-size=20px}
p b {font-family: 맑은고딕}
.my { border-style: solid}
```

- ① <p>태그와 <b>태그 영역의 글꼴이 맑은고딕으로 설정된다.
- ② 본문의 배경색이 파란색으로 설정된다.
- ③ 본문의 글자 크기는 20포인트로 설정된다.
- ④ my라는 클래스가 적용된 영역에는 실선 테두리가 생긴다.

20. 다음 중 일상 생활에서의 언어와 비교하여 인터넷 언어의 특징으로 가장 적절하지 않은 것은?

- ① 소리나는 대로 사용한다.
- ② 이모티콘을 사용한다.
- ③ 축약어나 줄임말을 사용한다.
- ④ 존칭을 사용한다.

2과목 : 전자상거래 일반

21. 다음 중 RFM, MCIF, LTV의 공통점은 무엇인가?

- ① 고객 데이터 분석 기법                      ② 재고 관리 기법
- ③ 물류 관리 기법                                ④ 웹 프로모션 기법

22. 다음 중 고객과의 관계를 중시하는 마케팅 방식으로 보기에 가장 부적합한 문항은 무엇인가?

- ① 일대일 마케팅                                ② 다이렉트 마케팅
- ③ 데이터베이스 마케팅                      ④ 관계 마케팅

23. 다음 중 재구매 고객(단골 고객)이 기업에 더 많은 이익을 가져다주는 이유가 아닌 것은?

- ① 고객 유지비용은 시간이 지날수록 감소함
- ② 시간이 지날수록 더 많은 상품을 구매함
- ③ 통상적인 가격인상에 대한 가격민감도가 높음
- ④ 판매자를 다른 잠재 구매자에게 소개해 줌

24. 일반적으로 제품의 속성은 탐색적, 경험적, 신뢰적 속성으로 나누어진다. 다음 중 세 가지 속성에 해당하는 제품이 올바른 것은?

- ① 탐색적(책), 경험적(의류), 신뢰적(골동품)
- ② 탐색적(의류), 경험적(골동품), 신뢰적(책)
- ③ 탐색적(골동품), 경험적(의류), 신뢰적(책)
- ④ 탐색적(골동품), 경험적(책), 신뢰적(의류)

25. 인터넷 상에서 광고를 위해 매체를 구매할 때 이용되는 CPM(Cost Per Mille) 방식은 어떤 매체 단위 구매유형이라 할 수 있는가?

- ① 고정 단가형                                      ② 노출 기준형
- ③ 클릭 기준형                                      ④ 구매 기준형

26. 다음 중 효과적인 시장세분화를 위한 전제조건이라 할 수 없는 것은?

- ① 세분시장의 크기, 기타 특성 등이 측정가능해야 한다.
- ② 세분시장 내 고객욕구는 상이하고 세분시장 간 욕구는 동일해야 한다.
- ③ 세분시장만을 타겟층으로 마케팅을 해도 이익이 날수 있을 만큼의 규모가 갖추어져야 한다.
- ④ 세분시장의 고객들에게 효과적이고 효율적으로 접근할 수 있어야 한다.

27. 아래 보기 내용은 전통적인 대중마케팅과 비교할 때 인터넷 마케팅에서 갖고 있는 특징을 열거한 것이다. 잘못 기술된 문항을 고르시오.

- ① 마케팅 정보 수집이 용이하다.
- ② 판매되는 상품의 가격을 결정하기가 쉽다.
- ③ 광고 효과 측정이 용이하다.
- ④ 고객들이 상품 가격을 쉽게 비교할 수 있다.

28. 다음 중 대중마케팅과 관계마케팅에 대한 설명으로 옳바르지 않은 것은?

- ① 시장접근방법에서 대중마케팅은 비차별적이며 관계마케팅은 차별적이다.
- ② 마케팅 목표에서 대중마케팅은 시장점유율이고 관계마케팅은 고객점유율이다.
- ③ 주요 관리대상에서 대중마케팅은 제품이고 관계마케팅은 고객이다.
- ④ 커뮤니케이션 방식에서 대중마케팅은 쌍방향이고 관계마케팅은 단방향이다.

29. 전자상거래에서 주로 이용되는 지급 결제 수단을 결제형태에 따라 구분했을 때 다음 중 성격이 다른 한 가지는?

- ① 계좌이체형                                      ② 신용카드형
- ③ 전자수표형                                      ④ IC카드형

30. 다음 중 전자지불시스템에 대한 설명으로 옳바른 것은?

- ① 전자현금형의 시스템 유형은 중앙집중형이며 신용카드형은 분산형과 집중형이 있다.
  - ② 전자현금형은 주로 고액을 거래할 때 이용된다.
  - ③ 신용카드형은 거래와 동시에 이체가 된다.
  - ④ 스마트카드형은 거래와 동시에 이체가 되지 않는다.
31. 다음 중 물류공동화 전략을 실행하기 위한 전제조건이 아닌 것은?
- ① 일정지역 내에 공동 수·배송에 참여하는 복수의 하주가 존재해야 한다.
  - ② 거리가 인접해서 화물의 수집(집하)이 용이해야 한다.
  - ③ 배송지역이 널리 분포해야 한다.
  - ④ 참여기업의 배송조건이 유사해야 한다.
32. 다음 중 제3자 물류(Third Party Logistics)에 대한 설명으로 옳바르지 않은 것은?
- ① 물류에 관련된 모든 업무를 담당하는 회사를 말한다.
  - ② DHL, UPS, FedEx 등이 대표적인 제3자 물류회사이다.
  - ③ 전자상거래의 발전으로 향후 기업들의 물류기업 의존도는 낮아질 전망이다.
  - ④ 제3자 물류회사를 이용하면 물류시설, 운송수단에 대한 투자를 할 필요가 없다.
33. 다음 중 하역 및 운반의 단위적재(유닛로드시스템)를 기본으로 하는 하역 및 운송 시스템 구축을 위해 필요한 것은?
- ① 팔레트화 및 컨테이너화                      ② 재고 합리화
  - ③ 물류 공동화                                      ④ 물류 정보화
34. 다음 중 물류관리의 핵심활동이 아닌 것은?
- ① 운송 관리    ② 재고 관리
  - ③ 고객서비스 관리                                ④ 자재 관리
35. 다음 중 전자상거래의 현황과 전망에 대한 설명으로 옳바르지 않은 것은?
- ① 국내 젊은층이 인터넷에서 소비하는 콘텐츠 중 UCC가 차지하는 비중은 낮은 편이다.
  - ② 인터넷 기술의 고도화 및 지능화로 e-비즈니스 모델의 지속적 진화가 예상된다.
  - ③ 인터넷 비즈니스 초기의 수익모델은 배너광고가 주류를 이루었다.
  - ④ 향후 e-비즈니스의 견인요소는 이용자참여 동영상, 지능화, 모바일화가 될 것이다.
36. 다음 중 인터넷 기업의 가치를 평가할 수 있는 주요 요소가 아닌 것은?
- ① 비즈니스 모델의 지속적인 수익 창출력
  - ② 모방이 어려운 비즈니스 모델 보유
  - ③ 독특한 비즈니스 모델을 창안하여 기회를 선점
  - ④ 투자금액의 규모
37. 다음 중 전자상거래의 발전 방향이 옳바른 것은?
- ① e-marketplace → collaborative-commerce → ubiquitous-commerce
  - ② collaborative-commerce → e-marketplace → ubiquitous-commerce
  - ③ ubiquitous-commerce → collaborative-commerce → e-marketplace

- ④ e-marketplace → ubiquitous-commerce → collaborative-commerce
38. 다음 중 전통적인 상거래 방식과 비교하여 전자상거래 방식이 갖는 장점이라 할 수 없는 것은?
- ① 단순한 유통채널
  - ② 지역적 시간적 제약이 없음
  - ③ 고객정보 수집이 용이함
  - ④ 높은 수익률을 기대할 수 있음
39. 다음 중 국내에서 사용하는 도메인(domain)이 아닌 것은 무엇인가?
- ① go    ② re
  - ③ ne    ④ se
40. 프린터 관련 소모품을 생산하는 K사는 대부분의 기업 및 공공기관에서 MRO 제품을 인터넷을 통해 구매한다는 점에 착안하여 이에 관련된 쇼핑몰을 구축했다. K사에서 시도하고 있는 비즈니스는 다음 중 어느 유형에 속하는가?
- ① B2B    ② B2C
  - ③ C2C    ④ G2C

3과목 : 컴퓨터 및 통신 일반

41. “기존의 전통적 거래방식과 전자상거래 방식에서 가장 많은 차이를 보이는 부분은 ((-))이고 가장 차이를 보이지 않는 부분은 ((-))이다.”에서 ((-))과 ((-))에 들어갈 옳바른 말은?
- ① (-) 상품 검색, (-) 대금 지불
  - ② (-) 대금 지불, (-) 배송 체계
  - ③ (-) 배송 체계, (-) 거래 인증
  - ④ (-) 거래 인증, (-) 상품 검색
42. 다음 중 B2C의 유형으로 볼 수 없는 e-비즈니스 모델은?
- ① 전자상점(e-shop)
  - ② 전자경매(e-auction)
  - ③ 전자조달(e-procurement)
  - ④ 가상 커뮤니티(virtual communities)
43. 다음 중 일반적으로 e-비즈니스 모델에서 정확히 묘사되어야 하는 부분이 아닌 것은?
- ① 거래에 관여한 당사자들과 상품, 서비스, 정보의 흐름을 나타내는 아키텍처
  - ② 거래에 참가하는 당사자들에게 주어지는 편의
  - ③ 수입원에 대한 정확한 묘사
  - ④ 구체적인 채용 계획
44. 유통경로 상에서 중간상의 개입으로 불필요한 가격 상승을 유발한다는 소비자들의 불평에도 불구하고 여전히 중간상의 필요성이 존재한다. 다음에서 설명하는 ‘중간상의 필요성’ 중 잘못 기술된 문항을 고르시오.
- ① 중간상의 개입으로 총 거래수가 감소되어 제조업자와 소비자 양자에게 실질적인 비용 감소를 제공한다.
  - ② 분업의 원리에 입각하여 중간상이 존재하는 것이 전문화에 유용하다.
  - ③ 각 중간상이 적절한 규모로 변동비를 분담하는 효과로 인해 ‘변동비 우위 효과’가 발생한다.
  - ④ 중간상은 대량의 제품을 집중 준비함으로써 사회적 보관



