

2003년08월10일년 패션머천다이징산업기사 필기시험 기출문제 답안

【1과목 : 20문제】 패션마케팅	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	②	③	②	①	③	④	②	④	①	④
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	③	①	③	③	④	③	③	①	①	③
【2과목 : 20문제】 패션소재기획	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	④	②	②	③	②	③	③	①	①	④
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
	④	①	④	④	③	③	②	②	②	①
【3과목 : 20문제】 유통관리 및 광고	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
	④	③	①	④	③	①	④	②	②	②
	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
	④	③	①	②	④	①	①	①	①	④
【4과목 : 20문제】 패션디자인론 및 의복구성학	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
	②	①	③	①	④	①	①	①	③	③
	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
	②	①	②	②	③	④	③	①	③	③
【5과목 : 20문제】 패션정보분석	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
	②	①	②	③	①	④	③	①	①	③
	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
	④	④	③	②	①	③	②	③	③	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】 패션마케팅 (20문제)

1. 패션 마케터가 고려할 수 있는 효과적인 표적시장 선택 전략은?

① 경쟁사가 차별적 마케팅전략을 쓸 경우에 자사에서는 비 차별적 마케팅전략이 유리하다.

② **자원이 제한되어 있는 중소기업의 경우에는 경제성이 높은 집중적 마케팅 전략이 유리하다.**

③ 신제품 도입기에는 차별적 마케팅전략이, 제품의 성숙기에는 비차별적 마케팅전략이 유리하다.

④ 제품의 동질성이 높은 경우에는 차별적 마케팅 전략이, 제품의 동질성이 낮은 경우에는 비차별적 마케팅 전략이 유리하다.

2. 브랜드 포지셔닝(Brand Positioning)의 의미는?

① 상가에서 매장이 위치한 위치

② 백화점에서 자기 브랜드가 위치한 위치

③ **경쟁브랜드와 비교하여 고객의 마음속에 위치한 자기 브랜드의 위치**

④ 복종별 브랜드 구분에서 자사 브랜드의 위치

3. 점포전략의 개념과 가장 거리가 먼 것은?

① 스토아 아이덴티티

② **스토아 라이프스타일**

③ 스토아 컨셉

④ 스토아 포지셔닝

4. 제조회사의 입장에서 본 위탁판매제도의 장점은?

① **기획에서 생산, 유통을 일괄되게 통제하기 쉽다.**

② 재고부담이 없어 이익의 편차가 적다.

③ 상품기획과 생산에만 전념할 수 있어 전문화가 가능하다.

④ **상권 특성에 따른 물량배분으로 판매를 극대화 할 수 있다.**

5. 여러 세분시장들 중 자사에게 가장 큰 경쟁우위를 제공하는 한 두 개의 세분시장을 표적시장으로 선정하여 높은 시장점유율을 추구하는 전략은?

① 비차별적 마케팅 전략

② 차별적 마케팅 전략

③ **집중적 마케팅 전략**

④ 절충적 마케팅 전략

6. 다음 중 패션 바이어가 상품사입 시 고려해야 할 사항이 아닌 것은?

① 적절한 상품

② 적절한 시기

③ 적절한 가격대

④ **적절한 서비스**

7. 판매시점에서 판매정보와 자료를 입력, 처리하여 그 결과를 경영의사 결정에 이용하는 시스템은?

① POP

② **POS**

③ QRS

④ EDI

8. 리테일 머천다이징과 제조업 머천다이징의 공통점과 차이점을 잘못 설명한 것은?

① 구매(사입)와 생산이라는 점에서 차이가 있다.

② 상품을 대상으로 한다는 점에서 공통점이 있다.

③ 판매를 목표로 한다는 점에서 공통점이 있다.

④ **상품기획과 상품관리라는 점에서 차이가 있다.**

9. 고객이 원하는 제품과 서비스를 지속적, 체계적으로 제공하여 고객의 가치를 극대화하여 기업의 수익성을 높이고자 하는 고객관계 관리는?

① **CRM**

② SCM

③ TQM

④ STP

10. 머천다이어(merchandiser)란 상품기획부문의 총괄자로서 상품계획에서 판매부문에 이르기까지 광범위한 직무 영역을 가지고 있다. 다음 중 머천다이어의 역할로서 가장 거리가 먼 것은?

① 정보분석 업무

② 상품기획 업무

③ 판매 및 판매촉진 업무

④ **디자인개발 업무**

11. 윈도우 디스플레이는 점포가 취급하는 상품들이 다양해지고 판매기술이 발달함에 따라 단순히 상품을 진열하는 것에서 진일보하여 상품특성, 사용상황, 점포이미지 등을 전달하는데 유용한 수단으로 사용되고 있다. 다음 중 윈도우 디스플레이의 유형 중 특정 패션테마와 관련된 다양한 범주의 상품들이 한 공간안에 스토리 형태로 배열하는 디스플레이의 유형은?

- ① 싱글카테고리 디스플레이(single category display)
- ② 시리즈 디스플레이(series display)
- ③ 릴레이티드 디스플레이(related display)
- ④ 프로모셔널 이벤트 디스플레이(promotional event display)

12. 패션광고 매체의 매체별 장, 단점을 맞게 설명한 것은?

- ① TV는 깊이 있는 메시지의 전달이 힘들다.
- ② 잡지의 경우 독자층이 한정되지 않고 폭넓은 대상을 목적으로 할 수 있다.
- ③ 신문은 광고의 수명이 길고 인쇄의 질이 높은 장점을 가져 효율적이다.
- ④ 라디오는 표적청중이 한정적이지 않아 포괄적인 광고가 가능하다.

13. 미국의 마케팅 발전 과정 중 어떤 제품에 기업의 노력을 집중시킬 것인가, 새로운 상표의 런칭 등에 대한 의사 결정 등 기업의 마케팅 활동에 대한 포트폴리오를 중요시하게 된 시대는?

- ① 판매 지향 시대
- ② 마케팅 컨셉 시대
- ③ 전략적 마케팅 시대
- ④ 마케팅 정보 시스템 시대

14. 특정 제품 계열내의 각 제품이 제공하는 아이템(item)의 수를 나타내는 것으로 고유의 스타일 번호로 표현되는 것을 무엇이라 하는가?

- ① 제품믹스의 넓이(width)
- ② 제품믹스의 길이(length)
- ③ 제품믹스의 깊이(depth)
- ④ 제품믹스의 굵기(thickness)

15. 패션 머천다이어의 유형 가운데 디자이너를 상품기획에 적극 참여시키고 상호 협력하는 타입으로 가장 바람직한 유형은?

- ① 상인형 머천다이어
- ② 계수관리형 머천다이어
- ③ 감각인간형 머천다이어
- ④ 고감도형 머천다이어

16. 다음은 패션머천다이징 컨셉 전략에 관한 설명이다. 틀린 것은?

- ① 자사의 브랜드 이미지에 적합하게 설정되어야 한다.
- ② 패션 마케팅 정보를 적극 활용하여야 한다.
- ③ 전체 소비자를 만족시킬 수 있도록 하여야 한다
- ④ 고부가가치를 창출할 수 있어야 한다.

17. 랄프로렌이나 쌍방울의 키이스와 같은 이미지 브랜드의 경우 적합한 상품군의 구성은?

- ① 시즌별로 유행에 맞춰 구성한다.
- ② 베이직, 뉴베이직, 트렌디한 상품에 동일한 비중을 둔다.
- ③ 트렌디한 상품보다 베이직이나 뉴베이직 상품에 더 비중을 둔다.
- ④ 베이직이나 뉴베이직 상품보다 트렌디한 상품에 더 비중을 둔다.

18. 다음 중 초기 고가격전략이 적절하지 않은 상황은?

- ① 고가격에도 불구하고 경쟁사의 시장 진입이 쉬울 때
- ② 고가격에도 상당수의 소비자가 그 제품을 구매하고자 할 때
- ③ 제품 가격이 비싸면 품질도 높을 것으로 소비자가 생각할 때
- ④ 초기 고가격이 소량 생산으로 인한 단위당 높은 생산 비용을 상쇄할 수 있을 때

19. 패션 바이어의 상품 구성으로 옳은 것은?

- ① 경쟁점포가 밀집된 지역에서는 폭보다 깊이가 우선시 되어야 한다.
- ② 고가상품 구매 소비자 목표의 점포는 깊이있는 구성이 필요하다.
- ③ 독점성이 큰 지역에서는 폭보다는 깊이가 우선되어야 한다.
- ④ 제품을 중심으로 전문화된 전문점의 경우 폭이 넓은 구성이 필요하다.

20. 패션 바이어의 유형 주기에 따른 알맞은 판매촉진 활동정책은?

- ① 유행 중기의 상품은 점포나 상표의 이미지 광고를 주로 한다.
- ② 유행 전기의 상품은 상품 광고를 통한 구매 설득을 주로 한다.
- ③ 유행 후기의 상품은 할인 광고를 통한 가격 위주의 판매 촉진 활동을 한다.
- ④ 패션 상품의 경우 유행주기 곡선상의 위치에 따라광고의 내용이 달라질 필요는 없다.

【2과목】 패션소재기획 (20문제)

21. 패션상품기획 과정의 고부가 가치 향상을 위한 과정인 패션트렌드의 예측 순서로 정확한 것은?

- ① 정보수집 - 유행색상 설정 - 시즌개념 설정 - 소재 경향 분석 - 스타일 예측 및 제안
- ② 정보수집 - 시즌개념 설정 - 소재경향 분석 - 유행색상 설정 - 스타일 예측 및 제안
- ③ 정보수집 - 스타일 예측 및 제안 - 시즌개념 설정 - 소재경향 분석 - 유행색상 설정
- ④ 정보수집 - 시즌개념 설정 - 유행색상 설정 - 소재경향 분석 - 스타일 예측 및 제안

22. 염색성과 관련된 설명으로 틀린 것은?

- ① 친수성의 섬유가 염색이 잘된다.
- ② 결정 영역이 많을수록 염색이 잘된다.
- ③ 섬유의 화학적 조성과 내부구조에 의존한다.
- ④ 물에 대한 용해성이 좋은 염료는 세탁을 반복하면 쉽게 퇴색한다.

23. 면섬유를 기계적방법이나 화학적인 방법으로 처리하여 마섬유와 같은 외관과 촉감을 갖게하는 가공방법을 선택하는 이유로 적당하지 않은 것은?

- ① 마섬유의 생산량 한계를 극복하기 위해서
- ② 탄성과 레질리언스를 극복하기 위해서
- ③ 마섬유의 고가격으로 인한 가격대를 극복하기 위해서
- ④ 품질관리적인 측면의 한계를 극복하기 위해서

24. 장식유사에 코일, 크림프 등을 주어 천연섬유를 지향하고자 하는 소비자의 욕구에 부응한 대표적인 실은?

- ① 모소사(Singeing Yarn)
- ② 장식사(Fancy Yarn)
- ③ 텍스처사(Textured Yarn)
- ④ 라메사(Lame Yarn)

25. 아마섬유의 특징이 아닌 것은?

- ① 광택이 있고, 아름다워 실내 장식용으로 많이 사용된다.
- ② 열전도성이 낮아 시원하고, 여름철 소재로 적합하다.
- ③ 면에 비해 흡습성이 좋고, 건조가 빠르다.
- ④ 탄성회복률이 낮아 구김이 잘 가고, 구김 자체를 멋으로 여기기도 한다.

26. 소재의 분위기와 촉감에 따라 감성을 분류하고, 이에 적합한 소재를 연결하였을 때 적당하지 않은 것은?

- ① 젖은(wet) - 벨벳(velveteen)
- ② 매끄러운(flat) - 새틴(satin)
- ③ 얇은(thin) - 퀼팅(quilting)
- ④ 딱딱한(hard) - 데님(denim)

27. 소재의 특징은 코드사나 케이블사의 이미지를 가진 굵은실을 사용하여 마치 수편직인 것 같은 느낌을 주고, 무늬는 종교적인 의미를 가진 로프 무늬, 다이아몬드 무늬, 사슴무늬 등을 자유롭게 조화한 개성있는 스타일로 유명한 스웨트는?

- ① 셔틀랜드 스웨트(shutland sweater)
- ② 노르딕 스웨트(nordic sweater)
- ③ 아란 스웨트(aran sweater)
- ④ 페어아일 스웨트(fair isle sweater)

28. 자사가 의도하는 제품을 실현시키기 위하여 최적의 텍스타일을 검토하여 선택하거나 개발하는 작업을 무엇이라 하는가?

- ① 패브리케이션(fabrication)
- ② 텍스타일 디자인(textile design)
- ③ 머천다이징(Merchandising)
- ④ 마케트 리서치(Market Reseach)

29. 다음 중 감성적인 부분이 가장 뛰어나 일명 견마(絹麻)로 불리우는 섬유는?

- ① 저마(ramie)
- ② 아마(linen)
- ③ 대마(hemp)
- ④ 황마(jute)

30. 다음 소재 중 빛 바랜듯한 느낌으로 오래입어 친숙한 옷의 이미지를 주는 소재로 적당하지 않은 것은?

- ① 인디고(Indigo)염료를 사용한 소재
- ② 피그먼트(Pigment)를 사용한 소재
- ③ 황화 염료(Sulfer)를 사용한 소재
- ④ 실켓(Silket) 가공을 한 소재

31. 방수능력을 가지면서 통기성과 투습성을 함께 가진 신소재로, 등산복, 스키웨어의 좋은 소재가 되는 것은?

- ① 텐셀(tencel)
- ② 웰키(wellkey)
- ③ 라이크라(lycra)
- ④ 고어텍스(gore-tex)

32. 섬유의 필링성에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 실의 꼬임이 많을 때 많이 생긴다.
- ② 섬유의 단면이 원형이면 더 많이 생긴다.
- ③ 직물보다는 편성물에 비교적 많이 생긴다.
- ④ 합성섬유에 많이 생기며 잘 떨어져나가지 않는다.

33. 다운의 품질을 결정하는 항목으로 적합하지 않은 것은?

- ① 냄새
- ② 탁도
- ③ 다운 함유량
- ④ 솜털의 모양

34. 품질보증마크에 대한 설명으로 맞지 않는 것은?

- 미국 코튼마크 - 우수한 미국산 면 50%이상 함유한 고급 순면제품에 부여하는 품질과 편안함을 보증하는 마크이다.
- 코튼마크 - 대한방직협회가 면제품의 품질향상과 수요확대를 위해 시행하고 있는 우수한 순면제품의 품질보증마크이다.
- 실크마크 - 국제견업협회가 견제품의 품질기준 향상과 유사 견제품을 구별하여 소비자를 보호할 목적으로 제정한 고급 순견제품의 품질표시 마크이다.
- 울마크 - 국제양모사무국이 울 혼방제품의 품질보증을 위해 도입한 품질보증 마크로 재생되지 않은 새양모 98%이상을 사용하여 만들어 진 것에 부착한다.

35. 다음중에서 소재기획을 전문으로 하지만 소재생산시설을 직접 갖추지 않으면서 패션소재를 만들어 의류업체에 공급하는 업체는?

- ① 직물 디자이너
- ② 패션머천다이저
- ③ 직물 컨버터
- ④ 코디네이터

36. 패션상품 제작을 위한 소재 선택시 고려사항을 짚지 않은 것으로 옳지 않은 것은?

- ① 용도 · 기능과의 적합성 - 염색 보존성
- ② 작업능률과의 적합성 - 재단 · 봉제의 용이성
- ③ 실루엣 · 디자인과의 적합성 - 착용상의 쾌적함
- ④ 품질안정성 - 균질성

37. 경방향의 이랑을 나타낸 위파일 면직물로, 두꺼우면서 부드러운 바지, 작업복, 레저복에 많이 사용되는 직물은?

- ① 진(jean)
- ② 코듀로이(corduroy)
- ③ 벨벳(velveteen)
- ④ 플란넬(flannel)

38. 색상 복합소재 중 경,위사에 서로 다른 유색을 사용하여 투톤(Two-Tone)의 이미지를 주는 소재의 명칭은?

- ① 링클프리(Wrinkle Free)
- ② 선 클로스(Sun-Cloth)
- ③ 샴브레이(Chambray)
- ④ 옥스포드(Oxford)

39. 의류업체의 소재기획 과정이 순서대로 맞게 나열된 것은?

- ① 정보수집 → 소재맵 → 스타일개발 → 이미지/컬러맵 → 소재 선정, 발주 → 의류생산, 출하
- ② 정보수집 → 이미지/컬러맵 → 소재맵 → 스타일개발 → 소재 선정, 발주 → 의류생산, 출하
- ③ 정보수집 → 스타일개발 → 이미지/컬러맵 → 소재맵 → 소재 선정, 발주 → 의류생산, 출하
- ④ 정보수집 → 스타일개발 → 소재선정, 발주 → 이미지/컬러맵 → 소재맵 → 의류생산, 출하

40. 최근 비스코스레이온 섬유의 대체품으로 개발되어 환경친화적 섬유로서 이용되고 있는 재생섬유는?

- ① 리오셀
- ② 폴리노직레이온
- ③ 아세테이트
- ④ 큐프라

[3과목] 유통관리 및 광고 (20문제)

41. 매장구성시 페이싱(Facing)의 목적이 아닌 것은?

- ① 프레젠테이션 효과
- ② 오퍼레이션 효과
- ③ 로지스틱스 효과

④ 상품기획 효과

42. 패션사이클에 따른 광고방향의 선택이 잘못된 것은?

- ① 시험단계(도입기):설정광고(상점이미지)
- ② 수용단계: 상품광고(상품/가격)

③ 하향단계: 신상품광고

④ 최종단계: 재고처리광고

43. 붉은 악마라는 국가대표 축구팀의 서포터들은 월드컵 게임을 통해 전국민은 물론 전세계에 대한민국 국가의 이미지를 널리 알렸다. 이러한 효과를 무엇이라고 하는가?

① 홍보 효과

② 광고 효과

③ 마케팅 효과

④ 시너지 효과

44. 상품구색 계획에 이용되는 구분 기준으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 스타일
- ② 색상
- ③ 사이즈

④ 브랜드

45. 다음중에서 상품의 생산과 소비를 연결시키는 교량역할을 하는 것은?

- ① 광고
- ② 홍보

③ 유통

④ 기획

46. 효율적인 물적 유통관리를 위한 판매시점 정보관리 시스템은?

① P.O.S 시스템

② C.A.D 시스템

③ C.A.M 시스템

④ P.O.M 시스템

47. 위탁사입 상품의 특성이 아닌 것은?

① 재고에 대한 관리책임은 소매상이 지나, 가격할인의 리스크는 납품처가 부담한다.

② 상품대금 지급은 판매기간 종료후 판매된 상품대금만 지불한다.

③ 상품구색계획은 납품자측의 의견이 중시되므로 소매 가격의 결정권도 납품자측이 가지고 있다.

④ 납품자측으로부터 완전히 구매한 상품으로 악성재고 리스크는 소매점이 부담한다

48. 상품구색에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 상품구색은 폭과 깊이로 결정된다.

② 백화점은 좁고 깊은 구색을 갖춘다.

③ 상품구색의 유형은 좁고 깊은 구색, 넓고 얇은 구색이 있다.

④ 상품구색이 다양할수록 스타일과 색상을 폭넓게 선택할 수 있다.

49. 소매업자가 제품을 대량 구입시 할인하여 주거나 사은품, 상금의 형태로 지원되는 판매촉진 수단은?

① 쿠폰

② 인센티브

③ 프리미엄

④ 산업전시회

50. 판매원의 역할에 대한 설명이 아닌 것은?

① 어드바이저 & 코디네이터

② 매장 순회

③ 커뮤니케이터로서의 역할

④ 상품계획을 위한 리포터

51. 다음 중 상품분류가 적절하지 못한 것은?

① 중점제품- 진의류 전문점의 청바지 제품군

② 전략제품- 한여름 특수를 겨냥한 리조트 패션제품군

③ 보완제품- 아주 크거나 작은 사이즈의 고객을 위해 준비한 제품군

④ 중점제품- 남성정장 매장의 와이셔츠 제품군

52. 비주얼 머천다이징 전개를 위한 매장구성의 설명으로 적합한 것은?

- ① PP(point of sales presentation)에서는 컬러와 사이즈, 소재의 효과적 분류와 배열을 중시해야 한다.
- ② IP(item presentation)에서는 진열 집기류(상반신 마네킹과 소도구)를 활용하여 연출구성을 하게 된다.
- ③ IP(item presentation)에서는 소비자가 상품을 만지고 고르기 쉽게 정리해야 한다.
- ④ PP(point of sales presentation)에서는 행거, 쇼케이스 선반류 등의 제반 정리용 집기류를 활용하게 된다.

53. 다음 판촉활동 중 제조업자와 디자이너가 상품라인의 일부나 전부를 상점으로 가져와 격식없이 진행하는 미니 패션쇼의 형태를 무엇이라 하는가?

- ① 트렁크쇼(trunk show)
- ② 비공식적 쇼(informal show)
- ③ PR(Public Relation)
- ④ 무역 쇼(trade show)

54. 홍보방법의 설명이 잘못된 것은?

- ① 소매점은 상품정보등을 홍보기관이나 각종매체에 전달하여 표적고객에게 홍보가 되도록 유도해야 한다.
- ② 홍보도 광고처럼 매체를 구입할 수 있으며 얼마든지 조정 가능하다.
- ③ 홍보는 저널리스트의 입장에서 독자에게 상품에 대한 뉴스로 흥미를 유도해야 한다.
- ④ 출판물이나 전화, 패션상담등도 구체적인 홍보방법이 될 수 있다.

55. 전략상품에 포함되지 않는 것은?

- ① 저가격의 판매촉진상품
- ② 점격향상을 위한 상품
- ③ 재고 처리상품
- ④ 유행성이 강하지 않는 항상상품

56. 상품구매활동의 업무 프로세스가 바르게 연결된 것은?

- ① 구매예산 계획수립 - 상품구색 계획 - 구매 실무단계 - 구매관리 단계
- ② 상품구색 계획 - 구매예산 계획수립 - 구매 실무단계 - 구매관리 단계
- ③ 구매 실무단계 - 구매 관리단계 - 구매예산 계획수립 - 상품구색 계획
- ④ 구매예산 계획수립 - 구매 실무단계 - 구매 관리단계 - 상품구색 계획

57. 상품재고에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 상품재고는 창고에 보관되어 있는 상품으로 일단 매장에 출고되면 재고라 할 수 없다.
- ② 오늘날과 같은 공급과잉의 시점에서 과잉재고는 경영을 어렵게 하는 큰 원인이 된다.
- ③ 시장이 성숙되고 소비자의 상품 선구안이 높아질수록 기획적중률을 높이기 어렵다.
- ④ 판매제품의 합리적 균형을 위해 재고의 회전과 재고와 판매의 비율을 수시로 점검해야 한다.

58. 윈도우 디스플레이의 유형이 아닌 것은?

- ① 아일랜드 디스플레이
- ② 이미지 디스플레이
- ③ 시리즈 디스플레이
- ④ 판매 디스플레이

59. 제조업체가 자사제품 또는 재고품을 초염가로 판매하는 직영점 형식의 소매형태는?

- ① 팩토리 아울렛
- ② 양판점
- ③ 편의점
- ④ 전문점

60. 패션제품의 물류특징이 아닌 것은?

- ① 다품종 소량
- ② 시즌성 상품
- ③ 높은 반품율
- ④ 도심 외곽형 물류

【4과목】 패션디자인론 및 의복구성학 (20문제)

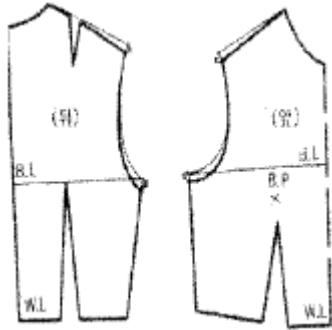
61. 색상차가 적은 색끼리의 배색이 주는 느낌은 ?

- ① 부드럽고 통일된 느낌을 주기 어렵다.
- ② 공통성이 있어 융화감을 얻을 수 있다.
- ③ 서로 돋보이게 해서 느낌이 아주 강하다.
- ④ 자극적이고 화려한 느낌이다.

62. 칼라의 종류 중 뒷목 부위에서 세워지는 볼량이 전혀 없는 칼라의 명칭은?

- ① 플랫칼라
- ② 셔츠칼라
- ③ 스포츠칼라
- ④ 스탠딩칼라

63. 다음과 같은 패턴 수정이 필요한 경우는?

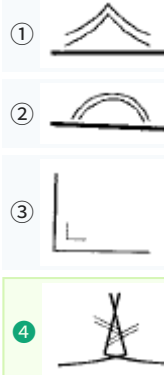


- ① 상반신 굴신체의 보정
- ② 상반신 반신체의 보정
- ③ 처진 어깨의 보정
- ④ 솟은 어깨의 보정

64. 얼굴과 목이 긴 사람이 어울리지 않는 디테일 디자인은?

- ① 스포츠 칼라
- ② 롤 칼라
- ③ 터틀 네크라인
- ④ 하이 네크라인

65. 디자인 선이 들어가면서 패턴이 겹쳐지는 부위를 표시하는 것은?



66. 마킹에 관한 설명이다. 잘못된 것은?

- ① 요척 작업을 하여 명세서에 기록한 후 마킹 작업에 들어간다.
- ② 마킹은 원단의 특성을 고려하여야 한다.
- ③ 원단의 낭비를 피하기 위하여 패턴 조각 모두를 서로 가까이 놓는다.
- ④ 사이즈나 색상이 필요한 만큼 재단될 수 있도록 패턴을 커팅 순서로 적당하게 배치한다.

67. 코아(core)봉사에 대한 설명으로 맞지 않는 것은?

- ① 다른 합성사에 비해 내열성과 내마모성이 나쁘다.
- ② 코아봉사는 폴리크세사 고기능 소재의 퍼커링 방지를 위해 사용된다.
- ③ 필라멘트사를 방적사로 피복한 봉사이다.
- ④ 강도는 면사와 필라멘트사의 중간정도이다.

68. 가리비 조개 껍질을 뜻하는 것으로 파상적인 모양의 가장자리 장식은 무엇인가?

- ① 스칼롭 (scallop)
- ② 탭(tab)
- ③ 파이핑(piping)
- ④ 슬릿 slit)

69. 우리나라 섬유산업의 문제점에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 섬유산업의 무역수지가 적자이다.
- ② 수출 가격경쟁력이 강화되었다.
- ③ 기능 인력이 부족하다.
- ④ 해외투자에 의해 생산기반이 강화되었다.

70. 우리나라 여성복의 치수규격에 적용하고 있는 드롭치수의 계산 방법으로 맞는 것은?

- ① 가슴둘레 - 등길이
- ② 엉덩이둘레 - 허리둘레
- ③ 엉덩이둘레 - 가슴둘레
- ④ 가슴둘레 - 허리둘레



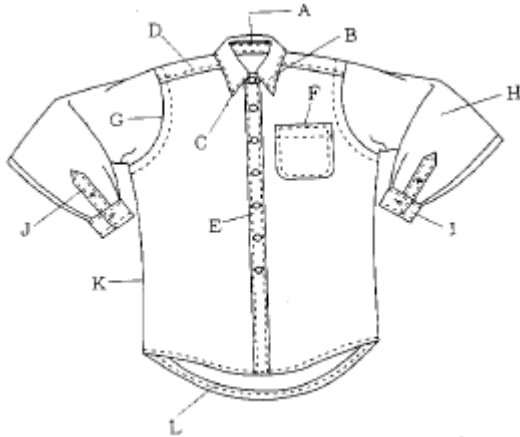
전자문제집 CBT(App Store) : [다운로드](#)

전자문제집 CBT(Google Play) : [다운로드](#)

71. 아열대지방 정착민의 생활양식에서 발생한 것으로 직물을 재단하지 않고 그대로 사용한 의복형태는 무엇인가?

- ① 전합의(caftan)
- ② 복합의(composite type)
- ③ 권의(draped garment)
- ④ 통형의(tunic)

72. 와이셔츠 부위 중 E부위의 명칭은?



- ① 플레킷
- ② 요크
- ③ 키프스
- ④ 밴드

73. 유행상승기의 현상으로 옳은 것은?

- ① 상승기의 패션은 하이 패션이라고 한다
- ② 유행하는 스타일의 두드러진 특징을 적절하게 변화시킨다.
- ③ 소매업자는 가격을 내리고 새로운 룩을 준비한다.
- ④ 가격이 다양하여 대부분의 사람이 살 수 있다.

74. 다음 중 편성물 소재에 적합한 재봉바늘의 형상은?

- ① 샤프 포인트
- ② 볼 포인트
- ③ 커팅 포인트
- ④ 제한 없음

75. 현대의 패션 산업을 구조적인 측면에서 볼 때 1986년 이후는 패션 산업의 변천 가운데 어디에 해당하는가?

- ① 확산기
- ② 정립기
- ③ 국제 경쟁시대
- ④ 발전기

76. 봉사의 규격에 관한 설명 중 옳지 않은 것은?

- ① 1g당 길이(m)를 변수로 정한 것을 미터식 변수(Metric count)라 한다.
- ② 9,000m당 실의 무게를 g으로 나타낸 것을 데니어(Denier)라 한다.
- ③ 1,000m당 실의 무게를 g으로 나타낸 것을 텍스(Tex)라 한다.
- ④ 영국식 면사의 변수도 1g당 실의 길이(m)를 변수로 한다.

77. 오프 꾸뛰르에 대한 바른 설명은 어느 것인가?

- ① 오프 꾸뛰르란 일반적으로 고급 예술로 봉제된 기성복을 의미한다.
- ② 오프 꾸뛰르는 이탈리아를 중심으로 해서 발달했다.
- ③ 산업 혁명으로 인해 오프 꾸뛰르는 더욱 발전하게 되었다.
- ④ 세계 최초의 오프 꾸뛰르는 1858년 이탈리아에 개점된 찰스 프레드릭워스의 의상점이라고 전해진다.

78. 키가 작아 보이는 반면에 가운데 허리 부분이 날씬해 보이는 선은?

- ① 아우어 글래스형
- ② 시프트 실루엣
- ③ 볼레로 스타일
- ④ 프린세스 라인

79. 아르누보의 특징이 아닌 것은?

- ① 아우어글래스 실루엣과 S자형 실루엣이 대표적이다.
- ② 시폰, 레이스 등 얇고 섬세한 소재들이 많이 사용되고 있다.
- ③ 색채는 오리엔탈리즘에 기인하여 강렬하고 밝은 색조이다.
- ④ 식물의 모티브를 활용한 곡선이 주로 사용되었다.

80. 강함, 똑똑한, 생생함, 동적인, 화려함의 느낌을 주려고 할 때의 배색은?

- ① 동일 색상의 배색
- ② 유사 색상의 배색
- ③ 반대 색상의 배색
- ④ 근접 색상의 배색

【5과목】 패션정보분석 (20문제)

81. 소비자 정보 중 생산자와 소매상인들이 상품 판매에 성공하기 위해 가장 먼저 파악해야 할 것은?

- ① 상품의 광고 효과
- ② 소비자의 욕구와 필요
- ③ 소비자의 수입
- ④ 작년도 소비자 명단

82. 패션 원료·소재 전시회가 아닌 것은?

- ① 모다인(Moda In)
- ② 이데아꼬모(Idea Como)
- ③ 뿌리미에르비종(Premiere Vision)
- ④ 인터스토퍼((Interstoff World)

83. 다음의 색채 정보원중에서 국내 정보에 속하지 않는 것은?

- ① 자사제품의 판매결과에서 얻은 경향
- ② 뽀레따보르떼 컬렉션의 색채 경향
- ③ 타사제품의 색채 정보
- ④ 각 염색공장에서 집계한 색채 정보

84. 경쟁적 우위를 얻기 위해 가격 이외의 마케팅 수단에 의해 차별적 마케팅을 구사하는 것이 거의 불가능한 경쟁구조 형태는?

- ① 독점
- ② 과점
- ③ 순수 경쟁
- ④ 독점적 경쟁

85. 소비자의 충동 구매 패턴에 대한 설명으로 적절하지 못한것은?

- ① 암시적 충동 - 구매자가 상품에 대한 정보를 많이 입수하고 구매하는 행동
- ② 기억 충동 - 점포 내 제품이나 정보를 통해 자신이 사려던 물건임을 기억해 내어 구매
- ③ 계획적 충동 - 상점에서 가격 할인 쿠폰등의 특전을 기대하고 구매를 결정하는 행위
- ④ 순수 충동 - 정상적인 구매 패턴에서 벗어난 행동으로 새로운 것의 구매나 기피성 구매

86. 질문지를 작성할 때 고려해야 할 사항으로 맞는 것은?

- ① 소득, 학력, 직업등 사적인 질문은 서두에 배치한다.
- ② 한 질문에 두가지 이상의 내용을 질문한다.
- ③ 어려운 질문은 서두에, 평이하고 흥미를 유발하는 질문은 후반부에 배치한다.
- ④ 질문형태는 개방형 질문과 선택형 질문으로 나누어 진다.

87. 소재 정보로 볼 수 없는 것은?

- ① 광택(luster)
- ② 촉감(touch)
- ③ 아이템(item)
- ④ 마무리공정(finishing)

88. 패션 산업의 특성상 패션 컬러 정보를 얻는 국제 유행색 협회의 국제 유행색 결정이 이루어지는 시기는?

- ① 24개월 전
- ② 18개월 전
- ③ 18개월~12개월 전
- ④ 6개월 전

89. 패션산업에서 필요로 하는 정보의 종류 중 머천다이징의 목표를 선정하기 위한 것으로 자사의 브랜드에 관련된 시장의 일반적인 상황을 파악하기 위한 정보로서 소매점 정보, 경쟁브랜드 정보, 소재 정보, 소매점 바이어의 예측 정보등에 관한 정보는?

① 시장 정보

② 소비자 정보

③ 기업 환경 정보

④ 판매 실적 정보

90. 패션마케팅 자료의 유형 중 1차 자료인 것은?

① 패션 전문지 자료

② 대중적 패션잡지 자료

③ 스트리트 패션 조사 자료

④ 기업 내부의 회계, 생산관련 자료

91. 공기중에서는 직물의 표면이 젖기 어렵게 만드는 발오성(Soil Resistance)과 세탁중에는 직물표면을 친수성으로 만들어 오염이 쉽게 제거되는 기능(Soil Release)을 갖는 가공방법은?

① 코팅 가공

② 듀어러벌 프레스 가공

③ 스퍼터 가공

④ 방오가공

92. 경쟁사 분석 절차로 가장 적합한 것은?

경쟁사의 확인 - 경쟁사의 목표 파악 - 경쟁사의 전략확인

① - 경쟁사의 평가 - 대상 경쟁사의 선택 - 경쟁사의 반응 파악

경쟁사의 목표 파악 - 경쟁사의 전략 확인 - 경쟁사의 평가

② 가 - 경쟁사의 반응 파악 - 경쟁사의 확인 - 대상 경쟁사의 선택

경쟁사의 목표 파악 - 경쟁사의 전략 확인 - 경쟁사의 평가

③ 가 - 경쟁사의 반응 파악 - 대상 경쟁사의 선택 - 경쟁사의 확인

경쟁사의 확인 - 경쟁사의 목표 파악 - 경쟁사의 전략 확인

④ 인 - 경쟁사의 평가 - 경쟁사의 반응 파악 - 대상 경쟁사의 선택

93. 패션업체가 신상품을 테스트하기 위해 자사 점포를 방문 한 소비자를 대상으로 조사를 하였다. 이러한 표본추출 방법은?

① 층화 표본추출

② 군집 표본추출

③ 편의 표본추출

④ 단순무작위 표본추출

94. 소비자의 의복 착용경향 조사에 관한 설명 중 틀린 것은?

① 유행 아이템 및 코디네이션 방법을 파악한다.

② 다양한 데이터 카드로 컬러(color)트렌드를 분석한다

③ 시즌별로 정기적으로 스트리트 패션을 조사 분석한다

④ 특정 장소에서 특정 시간대에 스트리트 패션을 조사 한다.

95. 현대 패션산업에서 성공적인 마케팅 의사 결정을 위해 가장 중요한 것은?

① 정확한 패션의 예측

② 판매지향적 기업 이미지의 구축

③ 상품 생산활동의 효율적인 조직화

④ 마케팅 관리자의 직접적인 경험과 직관

96. 연령별 의류시장의 세분화로 올바르지 않은 것은?

① 영(Young) - 18~21세

② 어덜트(Adult) - 22~28세

③ 미씨(Missy) - 29~56세

④ 주니어(Junior) - 13~17세

97. 다음 중 소비자의 구매실적 정보를 수집하는 데 가장 적합한 것은?

① QRS

② POS

③ POP

④ CAM

98. 패션 점포 형태 중 비슷한 컨셉의 경쟁브랜드들을 함께 입점시키는 브랜드 토탈형 복합 패션전문점은?

① 메이커 토탈 샵(Maker Total Shop)

② 대리점(Franchise)

③ 멀티 브랜드 샵(Multi-Brand Shop)

④ 사입 패션전문점

99. 다음 중 컴퓨터 및 특수기기의 개발 정보는?

① 시장조사

② 패션 정보

③ 관련산업부문 정보

④ 기업환경 정보

100. 바이어나 소매업자가 참가하여, 다음 시즌에 유행이 될 것으로 예측되는 패션의류 완제품을 주문하고자 한다. 이러한 목적을 가진 것은?

① IIC

② Expofil

③ IFBS

④ IWS