

2009년07월26일년 패션머천다이징산업기사 필기시험 기출문제 답안

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

- ① 패션업체가 당면하고 있는 특정의 패션마케팅 의사결정에 필요한 정보를 수집·분석하는 과정이다.

② 표적고객의 욕구를 만족시키기 위해 적절한 패션제품이나 서비스를 적절한 장소, 적절한 시간에 적절한 양과 적절한 가격으로 제공하기 위한 상품기획이다.

③ 디자인실에서 제안한 샘플들 중에서 상품성이 있다고 판단하여 차기 시즌에 대량 생산할 디자인들을 최종 선택하는 과정이다.

④ 고객의 욕구충족과 기업의 목적을 동시에 달성시키거나 교환을 창조하거나 이를 증대하기 위한 기업활동이다.

2. 다음 점포의 설명에서 머천다이저가 앞으로 가장 주력해야 하는 제품군은?

명동의 A캐주얼 의류 점포는 손님이 들어와서 구경은 많이 하는데 실제 매출액은 매우 저조하다.

- ① 전략제품
② 최신유행상품
③ 중점제품
④ 편의품

3. 품평과 수주에 대한 내용 중 틀린 것은?

① 사내품평회 - 디자이너가 디자인한 샘플 중 상품성이 있는 것을 선택한다.

② 생산수량 - 수주회에서 주문받은 대로 결정하는 것이 바람직하다.

③ 사외품평회 - 선별된 디자인들을 바이어에게 제시하고 그들로부터 주문을 받는다.

④ 전시회 - 아이템별, 스타일별, 컬러별, 사이즈별 주문을 받는다.

4. 리테일 머천다이저에 대한 설명으로 옳은 것은?

① 미가공직물을 구매하여 완성품으로 만들어 판매하는 직물가공 판매업자

② 소비자가 선호할 패션제품을 의류제조업체나 도매상 등으로부터 구매하여 다시 판매하는 사람

③ 표적고객의 욕구를 고려한 계절별 패션제품의 디자인을 개발하여 상품화하는 사람

④ 디자이너의 독창적인 디자인이나 외국 등의 제휴기업으로부터 제공된 디자인을 응용하여 디자인을 전개하는 사람

5. 제품 포지션(product position)의 의미에 해당되는 것은?

① 상가에서 매장이 위치한 위치

② 백화점에서 자기 브랜드의 제품이 위치한 위치

③ 특정제품이 경쟁브랜드들과 비교하여 고객의 마음속에 차지하고 있는 상대적 위치

④ 품종별 브랜드 구분에서 자사 브랜드 제품의 위치

6. 다음 중 시장세분화 변수가 옳게 나열된 것은?

① 지리적 세분화 - 지역, 인종, 기후

② 인구통계적 세분화 - 사회계층, 소득, 인구밀도

③ 정신 및 심리분석적 세분화 - 라이프스타일, 성격, 사용여부

④ 인구통계적 세분화 - 가족생활 주기, 사회계층, 인구밀도

7. 자사브랜드를 중요한 제품속성이나 소비자 편익과 관련시키는 제품포지셔닝 전략은?

① 제품속성에 의한 포지셔닝

② 사용상황에 의한 포지셔닝

③ 제품사용자에 의한 포지셔닝

④ 이미지에 대한 포지셔닝

8. 어패럴 머천다이저의 역할이 바르게 연결된 것은?

① 정보분석업무 - 제조계획

② 판매촉진지원업무 - 품평회

③ 생산지원업무 - 샘플평가와 수정

④ 상품기획업무 - 타임스케줄 작성

9. 패션 바이어의 역할에 해당되지 않는 것은?

① 상품구성계획

② 품질관리

③ 재고관리

④ 구매활동과 관리

10. 다음 중 간접유통 경로의 순서가 옳은 것은?

① 생산자 → 소매상 → 도매상 → 소비자

② 도매상 → 소매상 → 생산자 → 소비자

③ 생산자 → 도매상 → 소매상 → 소비자

④ 소비자 → 도매상 → 소매상 → 생산자

11. 의류제조업체가 기획과 생산뿐만 아니라 팔다 남은 재고까지 책임지는 유통구조는?

- ① 완사입제도
- ② 위탁사입제도
- ③ 대리점제도

④ 위탁판매제도

12. 다음 중 판매촉진 계획에 해당되지 않는 것은?

- ① 패션쇼
- ② 이벤트(event)
- ③ 할인판매 행사

④ 유통경로 결정

13. 마크업(mark-up)의 개념에 해당되는 것은?

① 구매원가와 판매가격의 차이

- ② 상품의 신속한 판매를 위한 가격인하
- ③ 재고상품의 가격인하
- ④ 고가상품에 대한 가격전략

14. 패션소비자의 활동, 관심, 의견과 관련된 내용으로 시장을 세분화 한다면 다음 중 그 기준이 되는 것은?

- ① 개성
- ② 라이프스타일
- ③ 사회계층
- ④ 직업

15. 다음 중 패션정보 분석의 연결이 틀린 것은?

- ① 패션정보 - 제품의 색상, 소재, 디테일
- ② 판매실적정보 - 예산계획
- ③ 소비자 정보 - 고객층의 라이프스타일

④ 판매정보 - 학술단체 연구 보고서

16. 다음 설명에 해당되는 머천다이저의 유형은?

최근 유력한 머패럴 메이커에서 육성된 유형으로 각 브랜드의 개념을 명확히 설정하며 상품기획에서 매장전개 및 광고에 이르기까지 소위 머천다이징과 마케팅활동을 체계적으로 추진관리에 주력하는 유형이다.

- ① 상인형 머천다이저
- ② 감각인간형 머천다이저
- ③ 고감도형 머천다이저

④ 전문관리형 머천다이저

17. 패션머천다이저에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 상품기획에서 디자이너와 동반자적 관계를 가지고 소비자의 감성을 정확하게 분석하여야 한다.

② 체계적인 상품기획업무 수행능력과 패션에 대한 높은 심미안을 키우기 위한 감성을 끊임없이 개발해야 한다.

③ 생산지향적인 시기에는 패션머천다이저의 역할이 중요하였으나 현대에는 그 역할이 축소되고 있다.

④ 의류제조업체의 패션머천다이징 업무에 참여하는 패션 전문가로서 혹은 MD라고 불려진다.

18. 기업의 존속에 핵심적 성공요인이 될 수 있는 패션마케팅 관리의 접근방식은?

- ① 디자인 지향적
- ② 생산 지향적
- ③ 마케팅 지향적
- ④ 판매 지향적

19. 마케팅의 초점인 고객이 같은 대상일 때 다른 업종, 다른 회사끼리도 힘을 합쳐서 공동으로 고객을 공략하는 노력에 해당되는 마케팅은?

- ① 그린 마케팅(green marketing)
- ② 통합적 마케팅(integrated marketing)
- ③ 공존공영 마케팅(symbiotic marketing)
- ④ 전사적 마케팅(total marketing)

20. 비보완적 평가방식 중 소비자가 자신이 가장 중요시하는 평가 기준에서 가장 우수하다고 평가되는 상표를 선택하는 방식은?

- ① 사전편집식(lexicographic rule)
- ② 연속제거식(sequential elimination rule)
- ③ 결합식(conjunctive rule)
- ④ 비결합식(disconjunctive rule)

【2과목】 패션소재기획 (20문제)

21. 다음 중 열가소성 섬유가 아닌 것은?

- ① 양모
- ② 나일론
- ③ 트리아세테이트
- ④ 폴리에스테르

22. 주자직의 특성으로 옳은 것은?

- ① 제직이 간단하다.
- ② 조직점이 적어서 유연하다.
- ③ 직물의 겉면과 안면(표리)가 같다.
- ④ 사문직이라고도 한다.

23. 의류업체의 소재기획 프로세스를 순서대로 나열된 것은?

- ① 정보수집 → 소재 맵 → 스타일 개발 및 소재 선정 → 이미지맵 → 발주 및 생산
- ② 정보수집 → 이미지 맵 → 소재 맵 → 스타일 개발 및 소재 선정 → 발주 및 생산
- ③ 소재 맵 → 스타일 개발 및 소재선정 → 정보수집 → 이미지 맵 → 발주 및 생산
- ④ 소재 맵 → 정보수집 → 이미지 맵 → 스타일 개발 및 소재선정 → 발주 및 생산

24. 양모섬유에서 각질세포가 겹쳐져서 생선 비늘과 같은 외관을 가지며 섬유간의 마찰을 크게 하여 방직성을 좋게 하고 섬유가 서로 얽혀 축융성을 나타내는 표피층은?

- ① 세리신
- ② 피브로인
- ③ 스케일
- ④ 케라틴

25. 섬유제품의 관리에 있어서 세탁 취급표시에 관한 용어가 아닌 것은?

- ① 세탁기 세탁법
- ② 건조법
- ③ 다림질
- ④ 대전성

26. 다음 중 대량생산된 최종제품의 정해진 검사기준이 아닌 것은?

- ① 외관
- ② 공정
- ③ 사이즈
- ④ 품질

27. 면섬유의 방직성과 탄성에 관계하며 품질이 좋고 섬세한 섬유일수록 발달한 면섬유의 특성에 해당되는 것은?

- ① 천연고임
- ② 피브릴구조
- ③ 중공
- ④ 표피층

28. 제직할 때 경사빔의 장력차이를 이용하여 경사방향으로 요철무늬를 나타낸 직물은?

- ① 오토밀(oatmeal)
- ② 크레이프드 신(crepe de chine)
- ③ 시어써커(seersucker)
- ④ 베드포드 코드(bedford cord)

29. 혼방의 일반적인 목적으로 적합하지 않은 것은?

- ① 단일 섬유에서 얻을 수 없는 촉감
- ② 단일 섬유의 기능 보완 역할
- ③ 단일 섬유보다 높은 가격
- ④ 단일 섬유에서 얻을 수 없는 텍스처 효과

30. 양모섬유의 성질이 아닌 것은?

- ① 분자의 구조가 나선형을 띠고 있다.
- ② 분자쇄와 분자쇄 사이에 수소결합이 발달되어 있다.
- ③ 섬유 중 흡습성이 가장 크다.
- ④ 축융성으로 인한 수축되는 결점이 있다.

31. 다음 중 내일광성이 가장 좋은 섬유는?

- ① 아세테이트
- ② 비스코스레이온
- ③ 아크릴
- ④ 나일론

32. 합성섬유가 섬유소비에 큰 영향을 미치게 된 원인이 아닌 것은?

- ① 내구성과 실용성이 우수
- ② 의복의 경량화 경향
- ③ 대량생산과 대량소비에 적합
- ④ 천연섬유보다 품질 기능이 우수

33. 새틴, 벨로아, 타프타의 소재에 적합한 감성용어는?

- ① 두껍다.
- ② 건조하다.
- ③ 촉촉하다.
- ④ 거칠다.

34. 패션성을 부여하여 제조된 실 장식사의 구조와 특징이 틀린 것은?

- ① 넵사 - 솜털이 많고 부드러우면서도 보송보송한 실로 로 맨틱하면서 고급스러운 멋을 내는 의류용의 실
- ② 슬립사 - 실이 부분적으로 굵어져서 꼬임 수가 적거나 거의 꼬여져 있지 않은 부분이 있는 실
- ③ 뉘사 - 심지실의 주위에 얇은 실을 말아 붙여 적당한 간격으로 작은 구슬 모양을 나타낸 실
- ④ 캠퍼사 - 백색의 각질화된 짧은 모사를 중간중간 끼워 넣는 실

35. 다음 중 내추럴하면서 거친듯한 느낌을 주는 대표적인 소재는?

- ① 견섬유
- ② 마섬유
- ③ 면섬유
- ④ 양모섬유

36. 소재기획시 유행예측 정보의 수집시기는?

- ① 시즌 24개월 전
- ② 시즌 12개월 전
- ③ 시즌 6개월 전
- ④ 시즌 3개월 전

37. 조젯(georgette)의 설명이 아닌 것은?

- ① 세탁에 의해 크게 수축된다.
- ② 직물 조직은 주로 평직이다.
- ③ 꼬임이 많다.
- ④ 매우 매끄러운 느낌을 준다.

38. 소재기획의 요소가 아닌 것은?

- ① 목표시장의 특성
- ② 판매실적
- ③ 사용 용도의 다양성
- ④ 생산가격

39. 시대사적 직물 분류에서 꽃을 모티브로 부드럽고 환상적인 경향과 화려한 색상과 곡선의 사용으로 여성적인 이미지를 창출하는 직물은?

- ① 로코코 직물
- ② 바로크 직물
- ③ 르네상스 직물
- ④ 비잔틴 직물

40. 다음 소재 감성 단어 중 플랫(flat)과 반대되는 단어는?

- ① 씬(thin)
- ② 소프트(soft)
- ③ 웨트(wet)
- ④ 러스틱(rustic)

【3과목】유통관리 및 광고 (20문제)

41. 상품구성의 폭과 깊이에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 상품구성의 폭은 소비자에게 제공하는 품목수를 말하고, 깊이는 각 품목의 양을 의미한다.
- ② 소품종 다량구성은 폭이 좁고 깊은 구성을 의미한다.
- ③ 소매점의 경우 상품구성의 폭은 구색을 갖추는 상품의 종류를 의미한다.
- ④ 종류층을 대상으로 하는 점포는 시즌 초에는 폭이 좁고, 깊은 상품구성이 바람직하다.

42. 상품 구매계획을 수립하기 위한 요소가 아닌 것은?

- ① 구매처 및 구매 브랜드 결정
- ② 아이템과 구매량 결정
- ③ 구매시기 결정
- ④ 재고처리 결정

43. 기억을 촉구하거나 상기시키는 목적으로 짧은 문장으로 메시지가 제시되는 소비자용품에 널리 이용되는 광고 매체는?

- ① 직접우편
- ② 전화
- ③ 잡지

④ 옥외광고

44. 판매제시의 절차인 AIDAS 기법에 해당되는 첫 글자의 용어 뜻으로 틀린 것은?

① A (Awareness) - 인지

② I (Interest) - 흥미

③ D (Desire) - 욕구

④ S (Satisfaction) - 만족



전자문제집 CBT(App Store) : [\[다운로드\]](#)



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

45. 오늘날과 같은 공급과잉의 시점에서 경영을 어렵게 만드는 가장 큰 원인에 해당되는 것은?

- ① 품질수준
- ② 물류용이

③ 과잉재고

④ 과잉생산

46. 상품기획에서 월별 구매기획 계산 방법으로 옳은 것은?

① 구매기획 = 월별 판매기획 + 월말 재고기획

② 구매기획 = 월별 판매기획 + 월말 재고기획 - 월별 가격인하기획 + 월초재고

③ 구매기획 = 월별 판매기획 + 월말 재고기획 + 월초 재고

④ 구매기획 = 월별 판매기획 + 월말 재고기획 + 월별 가격인하기획 - 월초 재고

47. 비주얼 머천다이징의 개념 설명으로 틀린 것은?

① 고객들을 처음으로 대하는 시점에서 보여지는 상품의 모습이다.

소비자 구매시점에서 상품을 가능한 최상의 방법으로 제시하여 소비자들의 구매동기를 자극해 상품 구입을 유도하는 것이다.

소매점의 마케팅 전략과 목표, 취급 상품의 특성, 소비자 ③의 구매유형을 바탕으로 시즌별이나 특별행사별 비주얼 머천다이징 컨셉을 기획한다.

④ 시각적인 상품구성은 무시하고 무엇보다 마케팅적 차원의 목표를 강조하여 달성하고자 한다.

48. 패션상품을 분류할 때 패션 마인드·테이스트에 의한 상품분류가 아닌 것은?

① 어드밴스드(advanced)

② 컨템포러리(contemporary)

③ 컨저버티브(consevative)

④ 프레스티지(prestige)

49. VMD 활동의 효과에 해당되지 않는 것은?

① 팔리는 디스플레이를 전개할 수 있다.

② 상품의 아이덴티티를 형성할 수 있다.

③ 판매환경의 서비스를 개선할 수 있다.

④ 기업의 상품기획을 변경시킬 수 있다.

50. 다음 중 바람직한 비주얼 머천다이징 실현으로 기대하기가 가장 어려운 것은?

① 기업문화 창조

② 판매동향 체크

③ 상품 소구력 향상

④ 효율적인 매장 내 상품관리

51. 상품분류의 순서로 가장 적절한 것은?

① 부문구성 → 품종구성 → 상품구성

② 품종구성 → 상품구성 → 부문구성

③ 상품구성 → 부문구성 → 품종구성

④ 부문구성 → 상품구성 → 품종구성

52. 패션상품 중 고객의 구매욕구를 충족시킬 수 있는 특별상품에 해당되는 것은?

- ① 보조상품
- ② 자극상품
- ③ 부속상품
- ④ 주력상품

53. 광고매체 중 잡지의 특징이 아닌 것은?

- ① 광고 게재까지 짧은 시간
- ② 표적층중에 효과적으로 전달
- ③ 독자의 범위가 한정
- ④ 긴 광고수명과 많은 정보의 전달

54. 광고유형에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 제품광고란 새로운 제품에 대하여 일차적인 수요를 일으킬 목적으로 하는 광고를 말한다.
- ② 비교광고란 자사 브랜드와 타사 브랜드를 직접적으로 비교하여 자사 브랜드의 우수성을 알리는 광고이다.
- ③ 기업광고란 소비자가 기업에 호의적인 태도를 보일 수 있도록 하는 기업 이미지 광고이다.
- ④ 유통업자광고란 제조업자가 유통업자를 상대로 유통업자의 수요를 자극하기 위한 광고이다.

55. 유명상표의 의류제조업자나 디자이너, 패션백화점, 전문점이 잉여상품이나 비정상품을 처분하기 위하여 운영하는 할인점은?

- ① 디스카운트 스토어(discount store)
- ② 상설할인매장(off-price retailer)
- ③ 아울렛스토어(outlet store)
- ④ 전문할인점(special discount store)

56. 차별적인 중간상 상표(private brand)를 확보하고 있는 소매업체가 유명제조업체와 비교하였을 때 갖는 장점이 아닌 것은?

- ① 점포 이미지를 차별화 할 수 있다.
- ② 중간상 상표는 가격에서 경쟁력을 가질 수 있다.
- ③ 인지도가 높고 명확한 브랜드 이미지가 확립되어 있다.
- ④ 자체적인 판촉활동으로 이익을 극대화할 수 있다.

57. 홍보의 특성에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 홍보는 언론매체가 주도한다.
- ② 소비자들은 홍보보다 광고를 더 객관적이라고 생각한다.
- ③ 홍보는 비용을 들이지 않고 기업이나 제품에 관한 정보를 알리는 것이다.
- ④ 부정적인 이미지의 홍보 전략을 사용할 수도 있다.

58. 판매계획에서 판매예측액을 산출하는 톱다운(top-down)계획에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 부분별로는 소비자의 구체적인 요구에 민감하게 반응하지 못한다.
- ② 최고 경영층에 의해 결정된다.
- ③ 부문별 의견조정이 필요하므로 시간이 많이 걸린다.
- ④ 경제적인 변동이나 소비자 동향 등을 고려한 전체적인 계획이다.

59. 경로커버리지(channel coverage) 전략에서 다음 설명에 해당되는 것은?

1980년대 A사는 유럽 시장에서 자사제품을 취급하는 패션점포의 수를 무조건 확장하는 전략을 선택하였다.

- ① 혼합적 유통
- ② 전속적 유통
- ③ 집약적 유통
- ④ 선택적 유통

60. 다이렉트 마케팅(direct marketing)에 해당되는 것은?

- ① 시어스(Sears)
- ② 우드버리 아울렛(Woodbury Common Premium outlets)
- ③ 니만 마커스(Neiman Marcus)
- ④ 막스 앤 스펜서(Marks & Spencer)

【4과목】 패션디자인론 및 의복구성학 (20문제)

61. 소매원형의 필요치수가 아닌 것은?

- ① 소매산 길이
- ② 손목 둘레
- ③ 소매 길이
- ④ 가슴 둘레

62. 다음 중 퍼프, 래그런, 돌먼, 기모노 등의 명칭이 주로 사용되는 곳은?

- ① 칼라(collar)
- ② 소매(sleeve)
- ③ 넥라인(neckline)
- ④ 스커트(skirt)

63. 재단 방법 중 직선형 재단에서 완성품의 약 2~3배의 치수를 정 바이어스 방향으로 재단하여 개거나 주름을 잡아서 사용하는 장식은?

- ① 턱(tuck)
- ② 퀼팅(quilting)
- ③ 스모킹(smocking)

④ 러플(ruffle)

64. 의복 디자인에 적용한 비례의 설명으로 옳은 것것은?

- ① 패션디자인에서 면을 길이로 분할할 때 적용되는 황금분할은 3 : 2 이다.
- ② 체형이 큰 사람은 디테일을 작게 해야 조화를 이룬다.
- ③ 패션의 실루엣이 클 때는 디테일은 작게 해야 조화를 이룬다.

④ 유사한 디자인에서 두껍고 거친 재질은 얇은 재질보다 벨트 폭을 넓게 한다.

65. 트임은 안단 소매트임을 이용하며, 완성된 커프스의 양끝이 서로 꼭 맞게 되고, 양쪽에 단추 구멍을 내어 와이셔츠핀을 이용하여 여미는 커프스는?

- ① 셔츠 커프스
- ② 랩 커프스
- ③ 턴업 커프스
- ④ 프렌치 커프스

66. 다음 중 생산의뢰서에 포함되지 않아도 되는 항목은?

- ① 생산 투입일
- ② 품목과 소재
- ③ 색상의 종류
- ④ 프레싱(pressing) 공정

67. 계측항목 중 의자에 앉아 옆 허리선부터 실루엣을 따라 의자바닥까지의 길이에 해당되는 것은?

- ① 밑위 길이
- ② 엉덩이 길이
- ③ 총길이
- ④ 앞길이

68. 의복구성에서 심지를 사용하는 가장 큰 이유는?

- ① 옷감의 재질을 좋게 하기 위해서
- ② 봉제하는데 편리하게 하기 위해서
- ③ 세탁을 용이하기 위해서
- ④ 입체감을 살리기 위해서

69. 저지나 편물 솔기를 처리할 때 주로 사용되는 재봉사는?

- ① 나일론사, 폴리에스테르사
- ② 폴리에스테르사, 레이온사
- ③ 면사, 견사
- ④ 모사, 견사

70. 색의 3속성이 아닌 것은?

- ① 색상
- ② 명도
- ③ 채도
- ④ 톤

71. 복식의 기능 중 신체 적응을 돕기 위한 기구로, 착용자의 신체를 보호하고, 신체활동의 효율성과 신체적 쾌적감을 증진시키는 기능은?

- ① 상징적 기능
- ② 표현적 기능
- ③ 물리적 기능
- ④ 사회적 기능

72. 색의 대비 현상에 관한 설명 중 틀린 것은?

- ① 한란대비의 효과는 순색의 경우 가장 크다.
- ② 2차색은 색상간의 대비가 가장 크게 느껴진다.
- ③ 어두운 색 위의 밝은 색이 본래의 색보다 밝게 느껴지는 현상은 명도대비로 설명될 수 있다.
- ④ 강한 인상을 주며, 좁은 면적에 사용되면 더 어두워 보이는 것은 면적대비로 설명될 수 있다.

73. 시접의 끝을 박은 다음 뒤집어서 그 솔기를 모두 통으로 감싸서 박는 솔기 처리방법으로 비치는 옷감의 블라우스나 세탁을 자주 하는 옷에 봉제의 견고성을 위하여 주로 사용하는 재봉기 바느질은?

① 통솔

② 가름솔

③ 닢솔

④ 싹솔

74. 다음 중 패션디자인의 가장 중요한 목표에 해당되는 것은?

① 기능성

② 예술성

③ 조화

④ 비례

75. 가름솔 시 시접의 울이 풀리지 않도록 하기 위한 방법이 아닌 것은?

① 오버록

② 접어박기

③ 휘감치기

④ 공그리기

76. 톤의 배색 중 톤 인 톤(tone-in-tone) 배색과 같은 종류의 배색이 아닌 것은?

① 톤날(tonal) 배색

② 카마이유(camaieu) 배색

③ 포 카마이유(faux camaieu) 배색

④ 바이콜로(bicolore) 배색

77. 다음 중 체형에 따른 소재의 질감의 활용으로 옳은 것은?

① 광택이 풍부한 직물은 키가 크거나 뚱뚱한 체형이 적합하다.

② 얇고 비쳐 보이는 직물은 마른 체형에 적합하다.

③ 신축성이 있는 타이트한 디자인의 직물은 뚱뚱한 체형에 적합하다.

④ 거칠고 두꺼운 직물은 마른 체형에 적합하다.

78. 심지의 종류 중 신축성과 유연성이 좋아 형태를 구성하는데 적합한 것은?

① 면심지

② 마심지

③ 모심지

④ 부직포심지

79. 디자인에 대한 설명 중 가장 옳은 것은?

① 디자인은 일상생활과 구별되는 미적 창조활동이다.

② 디자인은 반드시 조형물로 나타날 때 비로소 완성된다.

③ 디자인은 도안, 모양 등을 표현하는 것으로 언어적 기능을 가지지 않는다.

④ 디자인은 목적에 따른 기능성과 시각적인 장식성을 겸비함으로써 성립된다.

80. 다음 중 여성스러운 느낌의 디테일이 아닌 것은?

① 프릴(frill)

② 루시(ruche)

③ 러플(ruffle)

④ 탭(tab)

【5과목】 패션정보분석 (20문제)

81. 다음 중 시장정보에 해당되는 것은?

① 경쟁브랜드 조사

② 라이프스타일 조사

③ 구매동기 및 구매패턴 조사

④ 착용경향 조사

82. 다음 중 패션트랜드 정보에 해당되지 않는 것은?

① 스타일

② 소재

③ 시장정보

④ 색상

83. 다음 중 정보의 수집도구와 가장 거리가 먼 것은?

① 비디오(video)

② 퍼스널 컴퓨터(personal computer)

③ 카드 케이스(card case)

④ 녹음기(recorder)

84. 패션테마 경향에 해당되지 않는 것은?

① 유행 아이템의 변화

② 라이프스타일의 변화

③ 취미 및 감성의 변화

④ 소비자들의 가치관 및 의식의 변화

85. 정보분석에 따른 체크리스트가 틀린 것은?

① 왜 그와 같은 것을 나타낼 수 있는가 - Reason

② 언제 나온 정보인가 - Time

③ 어디서 생성된 정보인가 - Source

④ 어떠한 과정으로 생성되었는가 - Addresser

86. 다음 중 스타일 정보의 수집, 분석, 전달 방법으로 가장 적합한 것은?

① 도표

② 사진

③ 그래프

④ 매트릭스 도법

87. 표적시장내 고객들이 경쟁제품을 비교 평가하는 척도가 아닌 것은?

① 자사 및 경쟁 브랜드의 중요한 속성들

② 자사 및 경쟁 브랜드의 기업구조

③ 자사 및 경쟁 브랜드의 유사성 정도

④ 자사 및 경쟁 브랜드의 평가기준

88. 다음 중 시장조사에서 수요의 근본에 해당되는 것은?

① 경쟁브랜드 조사

② 인기상품조사

③ 소비자조사

④ 시장입지조건조사

89. 라이프스타일에 대한 설명으로 틀린 것은?

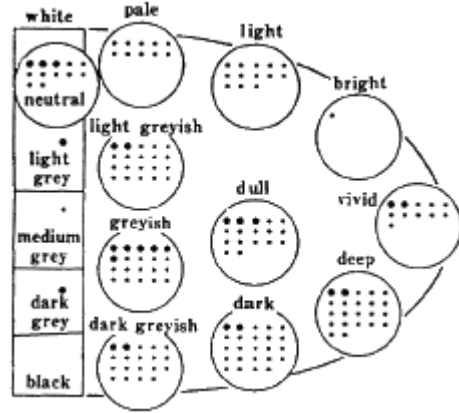
① 소비자의 의식, 활동, 태도 등을 포함하는 복합적인 생활의 틀이다.

② 라이프스타일의 변화는 새로운 제품에 대한 수요를 창출하지 못한다.

③ 소비자 구매형태에 중요한 영향을 끼친다.

④ 소비자의 문화, 사회, 심리적 특성에 의하여 라이프스타일이 형성된다.

90. 다음 그림에 해당되는 분석은?



① 색채 정보 분석

② 소재 정보 분석

③ 스타일 정보 분석

④ 패션 트렌드 분석

91. P.O.S (Point of sales) 시스템에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 바코드를 통해 인식된다.

② 점포의 상품정보, 매출, 반품, 재고 등의 즉각적인 파악이 가능하다.

③ 제조시점정보 관리시스템을 말한다.

④ 상품의 가격, 스타일, 사이즈, 색상 등의 정보가 중앙컴퓨터에 연결되어 있다.

92. 소비자 라이프스타일 분석방법이 아닌 것은?

① 사회경향 분석법

② A.I.O 분석법

③ 느낌에 의한 그룹핑 분석법

④ 사이코그래픽(psycographic) 분석법

93. 소비자의 의복구매행동의 단계가 바르게 나열된 것은?

① 정보수집 → 시도 → 적용 → 채택 → 인식

② 인식 → 정보수집 → 적용 → 시도 → 채택

③ 정보수집 → 인식 → 시도 → 채택 → 적용

④ 인식 → 정보수집 → 시도 → 적용 → 채택

94. 패션마케팅 조사의 유형 중 광고비 지출이나 가격 변동이 매출에 미치는 영향과 같은 두 개 이상 변수들을 조사하는 것은?

① 탐색조사

② 인과조사

③ 기술조사

④ 의견조사

95. 기업이 사용할 수 있는 매체 중 소비자의 의사결정에 영향을 미치는 비인적 경로에 해당되는 것은?

- ① 전화
- ② 우편
- ③ 신문
- ④ 청중과 이야기

96. 다음 중 패션정보를 분류할 때 기업내 정보라고 할 수 없는 것은?

- ① 판매실적의 기록
- ② 재고 기록
- ③ 소비자의 불평
- ④ 패션 전문기관의 정보

97. 정보원의 종류와 구분이 틀린 것은?

- ① 인맥 정보원 - 휴대폰, PDA
- ② 전파미디어 정보원 - TV, 라디오
- ③ 활자미디어 정보원 - 신문, 잡지
- ④ 컴퓨터통신 정보원 - 인터넷, 데이터베이스

98. 패션정보의 일반적인 발표시점이 틀린 것은?

- ① 패션컬러정보(세계유행색) : 24개월 전
- ② 패션종합정보 : 18개월 전
- ③ 소재전시회 : 12~18개월 전
- ④ 컬렉션 : 12개월 전

99. 다음 중 정보요구의 분석과정에 해당되지 않는 것은?

- ① 정보 사용목적
- ② 제공정보내용
- ③ 제공장소
- ④ 제공시간

100. 패션트렌드 정보의 요소 중 패션에 영향을 미치는 여러 가지 요인을 기본으로 패션트렌드가 될 수 있는 주제를 분류하여 분석하는 것은?

- ① 패션인플루언스
- ② 패션컬러
- ③ 패션테마
- ④ 소재의 경향