

2010년07월25일년 패션머천다이징산업기사 필기시험 기출문제 답안

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

1. 리테일 머천다이저와 유사 개념으로 상품의 구매계획만을 담당하는 스페셜리스트는?

① 바이어
② 코디네이터
③ 디자이너
④ 어패럴 머천다이저

2. 기업의 경쟁형태에 관한 예로서 경쟁형태의 설명으로 옳은 것은?

① 독점-스판덱스 시장은 A사, B사, C사 등이 시장내에서 유일한 기업들로 시장을 독식하고 있다.
과점-국내 이웃도어 스포츠웨어 업체는 A, B, C, D사에
② 의해 지배당하고 있으며 사실상 후발업체의 진입이 힘든 상황이다.
독점적 경쟁-A사와 B사와 기능성 스포츠 내의 시장을 독점하고 경쟁을 벌이는 업체들이다.
③
순수경쟁-비교적 많은 수의 기업이 청바지 시장에 뛰어들어 차별화된 상품으로 치열한 경쟁을 벌이고 있다.
④

3. 다음 중 패션산업에 필요한 소비자정보에 해당되는 것은?

① 정기적인 시장조사
② 경쟁브랜드의 상품조사
③ 정기적인 패션스트리트조사
④ 소매점 정보조사

4. 패션유통의 유형에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 위탁판매제도는 의류제조업체가 기획, 생산, 판매에 책임을 지는 것으로 재고분은 제조업체에서 책임진다.
② 완사입제도는 대리점주의 상품선별 능력이나 소비자 욕구 파악이 우선시 되어야 한다.
③ 완사입제도의 경우 상품수주시 트렌드 상품에 대한 소매점주들의 수용도가 높다.
④ 위탁판매제도의 경우 패션소매상의 상품구매에 따른 위험부담이 적다.

5. 다음 중 시장 세분화의 기준에 해당되지 않는 것은?

① 인구통계적 기준
② 심리분석점 기준
③ 사회적 기준
④ 지리적 기준

6. 적절한 패션상품과 서비스를 소비자가 원하는 시간과 장소에 적절한 가격으로 공급하기 위해 의류제조업체와 패션 소매상들이 공동으로 실시하는 물류정보시스템은?

① CAM
② POP
③ QRS
④ EDI

7. 마케팅 관리의 발전단계 4단계 중 기업에서 표적시장의 욕구, 필요, 가치 등을 확인하고 경쟁기업보다 효율적이고 능률적으로 소비자의 욕구를 충족시키기 위한 단계는?

① 생산지향단계
② 판매지향단계
③ 마케팅지향단계
④ 사회적 책임과 인간지향 단계

8. 다음 중 시장포지셔닝 분석의 장점이 아닌 것은?

① 시장의 어떤 영역이 유망한지를 알 수 있다.
② 자사브랜드가 속하는 시장세분화 영역을 명확하게 할 수 있다.
③ 자사브랜드를 선호하는 소비자의 라이프스타일의 분석이 용이하다.
④ 경쟁브랜드와의 차별화 방향을 알 수 있다.

9. 우리나라 기업들의 마케팅활동에 영향을 주는 요인들 중 사회문화적 환경요인이 아닌 것은?

① 신세대는 기성세대와 뚜렷이 구분되는 그들만의 문화를 형성함으로써 패션의 변화를 주도하고 있다.
② 가족형태가 대가족에서 핵가족, 독신가족 등으로 다양해짐에 따라 패션제품의 질적, 양적 변화를 가져오고 있다.
여성의 교육수준 등가는 여성의 취업률을 증가시키고, 기
③ 계의 소득 수준 향상, 외모에 대한 여성의 자기 관리능력을 높이고 있다.
④ 새로운 원사나 가공법에 따른 신소재는 새로운 유행을 창조하기도 한다.

10. 패션 바이어의 상품 구성으로 옳은 것은?

- ① 경쟁점포가 밀집된 지역에서는 폭보다 깊이가 우선시 되어야 한다.
- ② 경쟁점포가 적고 독점성이 큰 지역에서는 폭보다 깊이가 우선이어야 한다.
- ③ 독점성이 큰 지역에서는 폭보다는 깊이가 우선되어야 한다.
- ④ 제품을 중심으로 전문화된 전문점의 경우 폭이 넓은 구성이 필요하다.

11. 다음 중 패션정보의 흐름상 가장 먼저 제시되는 패션 정보원은?

- ① Premiere Vision
- ② Expofil
- ③ Promostyl
- ④ IGEDO

12. 리테일 머천다이저의 역할로서 옳은 것은?

- ① 어패럴 메이커에서 기성복의 상품기획 담당자
- ② 상품의 생산을 촉진하기 위한 광고제작자
- ③ 생산 공정에서의 기술지도자와 생산관리자
- ④ 유통업 분야에서 머천다이징 업무를 담당하는 전문가

13. 시장세분화의 변수 중 인구통계적 변수가 아닌 것은?

- ① 성격
- ② 연령
- ③ 성별
- ④ 소득

14. 고객층과 상품구성의 폭과 깊이에 대한 설명이 틀린 것은?

- ① Prestige-상품의 퀄리티와 희소가지가 중요시되며, 폭은 넓고 깊이는 얇게 구성한다.
- ② Better-상품의 퀄리티가 중요시되며 폭은 넓고 깊이는 얇게 구성 한다.
- ③ Volume better-상품의 양이 중요시되며, 폭도 깊이도 깊게 구성 한다.
- ④ Budget-상품의 가격이 중요시되며, 폭은 좁고 깊이가 깊게 구성 한다.

15. 시장 세분화의 개념과 필요성에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 시장 세분화 전략은 전체시장을 세분화한 개개의 시장에서 소비자의 수요에 적응시키는 전략이다.
- ② 어느 한 상품이나 상표가 전체시장에 효과적으로 판매되
- ③ 시장 세분화는 서로 다른 구매의욕과 필요조건을 가진 구매자군을 식별하는 과정을 의미한다.
- ④ 시장 세분화는 시장의 이질성에 따라 몇 개의 특정한 집단으로 분류하는 것이 아니라 소비자를 포괄적인 개념으로 파악하는 것이다.

16. 다음 중 패션머천다이징의 개념을 설명하는 5R에 해당되지 않는 것은?

- ① 적절한 상품(right product)
- ② 적절한 가격(right price)
- ③ 적절한 장소(right place)
- ④ 적절한 판매촉진(right promotion)

17. 자사 브랜드를 소비자 편익과 관련시키는 방법으로, 품질, 가격에 의한 포지셔닝이 대표적인 전략의 유형은?

- ① 제품속성에 의한 포지셔닝
- ② 사용상황에 의한 포지셔닝
- ③ 제품사용자에 의한 포지셔닝
- ④ 이미지에 의한 포지셔닝

18. 리테일 머천다이저의 주요업무에 해당되지 않는 것은?

- ① 정보전략
- ② 가격정책
- ③ 상품관리
- ④ 디자인개발

19. 패션산업에 필요한 정보로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 컴퓨터정보
- ② 시장정보
- ③ 소비자정보
- ④ 패션정보

20. 패션 마케팅믹스의 4대 구성요소에 해당되지 않는 것은?

- ① 유통구조
- ② 촉진활동
- ③ 가격구조
- ④ 상표관리

【2과목】 패션소재기획 (20문제)

21. 다음 중 섬유제품의 충전물로 사용된 오리털 및 거위털을 대상으로 최고급 다운이 사용된 우수제품임을 보증하는 품질 마크는?

- ① 골드 다운 마크(Gold Down Mark)
- ② 무포르말린 마크(Free Formal in Mark)
- ③ 굿헬스 마크(Good Health Mark)
- ④ 에콜로지 마크(Ecology Mark)

22. 직물의 3원조직 중 평직의 특징에 해당되는 것은?

- ① 조직점이 적어 유연하다.
- ② 조직점이 많으나 얇으면서 강직하다.
- ③ 최소 3일을 이상으로 구성되고, 앞뒤 구별이 있다.
- ④ 직물에 대각선 방향으로 능선이 나타난다.

23. 생산과 소비의 시간격차에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 의류와 홈패션의 경우 유행성이 매우 중요한 제품이다.
- ② 유행성이 강한 제품은 판매 시기와 될 수 있는 한 가까이 가서 생산을 하는 것이 좋다.
- ③ QR(quick response)은 의류의 판매 시점과 생산 시점을 가능한 한 멀리 위험부담률을 줄이려는 시스템이다.
- ④ 대량생산을 하는 상품인 경우에는 판매시기보다 훨씬 먼저 기획과 생산이 이루어져야 한다.

24. 다음 중 패션정보의 발표시기와 틀린 것은?

- ① 국제유행색협회는 국제유행색 결정-24개월 전
- ② 방적 · 합섬메이커의 자기 회사 트렌드 컬러 발표-12개월 전
- ③ 컬렉션 및 제품전시회 개최-12개월 전
- ④ I.W.S(국제양모사무국)와 I.I.C(국제면업진흥회)의 유행색 결정-12개월에서 18개월 전

25. 다음 중 케라틴(keratin)으로 구성된 단백질 섬유는?

- ① 면
- ② 양모
- ③ 나일론
- ④ 견

26. 우수한 레질리언스와 바스락거리는 느낌(crispness)을 가지는 합성섬유를 강연의 고밀도로 제작하면 슈트나 재킷 등에 사용되는 고가의 얇은 직물로 사용할 수 있는 신합섬은?

- ① 소모퉁
- ② 레이온퉁
- ③ 뉴 실키(new silky)퉁
- ④ 피치 스킨(peach silky)퉁

27. 의류 제품의 치수와 규격표시 방법으로 틀린 것은?

- ① 숙녀복 상의는 가슴둘레, 엉덩이 둘레, 신장을 기본치수로 하여 88-90-165 등으로 표시한다.
- ② 내의류 상의 및 셔츠류는 가슴둘레를 8cm 간격으로 표시한다.
- ③ 브래지어는 밑가슴둘레 및 가슴둘레와 밑가슴둘레와의 차를 기본치수로 하여 밑가슴둘레는 5cm 간격으로 표시한다.
- ④ 신사복 상의는 가슴둘레, 허리둘레 신장을 기본 치수로 하며, 이들의 치수를 단위 없이 순서대로 나열하여 규격을 표시하고 있다.

28. 소재기획의 주요한 정보원으로 인식되고 있는 소재거래선의 선정조건이 아닌 것은?

- ① 소재 상품에 대한 생산설비 유무 관계
- ② 소재 상품에 대한 기술력과 개발력
- ③ 소재 상품에 대한 풍부한 견본 제시능력
- ④ 소재 상품에 대한 정확한 컨셉

29. 다음 중 섬유에 필링이 많이 생길 경우가 아닌 것은?

- ① 실의 꼬임이 많을 때
- ② 섬유의 단면이 원형일 때
- ③ 섬유가 굵을 때보다는 가늘 때
- ④ 천연섬유가 아닌 합성섬유일 때

30. 공정 수분율에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 표준 수분율과 비슷하나 반드시 일치하지는 않는다.
- ② 섬유 중에서 공정 수분율이 가장 큰 섬유는 폴리에스테르이다.
- ③ 온도 20°C 상대습도 65%에서 측정된 수분율을 말한다.
- ④ 공정 수분율은 모든 아크릴 섬유에 대하여 5.0%의 같은 값을 적용하고 있다.

31. 섬유의 톱(top)이나 슬라이버(silver) 상태에서 색상이나 톤을 달리하는 섬유와 염색되지 않은 섬유가 주로 혼합되어 다양한 멀티 색상을 표현한 소재는?

- ① 멜란지(melange) 소재
- ② 피그먼트(pigment) 소재
- ③ 샌드워싱(sand washing) 소재
- ④ 크로스 염색(cross-dyeing) 소재

32. 천연섬유 중 유일한 필라멘트 섬유는?

- ① 양모
- ② 견
- ③ 면
- ④ 마

33. 섬유가 서로 다른 또는 꼬임수가 다른 단사를 합연하여 만든 실은?

- ① 혼방사
- ② 피복사
- ③ 교합사
- ④ 코어 방적사

34. 다음 중 의류업체의 소재기획 시 순서가 옳은 것은?

- ① 정보 수집→이미지 맵 및 칼라 맵→소재 맵→스타일 개발 및 소재 선정→발주 및 생산
- ② 정보 수집→소재 맵→이미지 맵 및 칼라 맵→스타일 개발 및 소재 선정→발주 및 생산
- ③ 정보 수집→이미지 맵 및 칼라 맵→스타일 개발 및 소재 선정→소재 맵→발주 및 생산
- ④ 이미지 맵 및 칼라 맵→정보 수집→소재 맵→스타일 개발 및 소재 선정→발주 및 생산

35. 포르투갈어로 ‘일그러진 진주’라는 뜻을 갖고 있으며, 꽃을 모티브로 부드럽고, 화려한 색상과 곡선의 사용으로 여성적인 이미지를 창출하는 직물은?

- ① 콧트 직물
- ② 비자틴 직물
- ③ 로코코 직물
- ④ 바로크 직물

36. 정부 공인기관이 의류제품의 품질향상과 소비자보호 및 건전한 유통질서 확립을 위하여 우수 생산업체를 선정하여 원부자재의 특성시험과 완제품의 외관검사를 실시하여 우수한 상품에 부착하는 품질 마크는?

- ① 기능 마크
- ② 명품 마크
- ③ 품질보증 마크
- ④ 중소기업 우수제품 마크

37. 직물의 조직에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 직물평직은 밀도를 가장 적게 하여 얇은 직물을 만들 수 있다.
- ② 능직은 능선이 나타나며 서지, 개버딘, 트로피칼 등이 대표적 소재이다.
- ③ 주자직은 부드럽고 광택이 많아 여름용 소재로 많이 사용된다.
- ④ 직물 조직도를 그릴 때 위사가 경사위에 있을 때 그 조직점에 약속된 기호를 표시를 하나 일반적으로 또는 x 표시 등으로 표기한다.

38. 코드사나 케이블사의 이미지를 가진 굵은 실을 사용하여 마치 수편직한 것 같은 느낌을 주고, 무늬는 종교적인 의미를 가진 로프 무늬의 다이아몬드 무늬, 사슴 무늬 등을 자유롭게 조화한 개성 있는 스타일의 스웨터는?

- ① 노르딕 스웨터(nordic sweater)
- ② 셔틀랜드 스웨터(shutland sweater)
- ③ 페어 아일 스웨터(fair isle sweater)
- ④ 아란 스웨터(aran sweater)

39. 톤 이미지 중 원색적이고 선명하여 활동적인 이미지를 나타내는 것은?

- ① 비비드(vivid)
- ② 브라이트(bright)
- ③ 라이트 그레이시(light grayish)
- ④ 페일(pale)

40. 소재 기획의 특성에 해당되지 않는 것은?

- ① 사용 용도의 다양성
- ② 생산과 소비의 시간 격차
- ③ 기술적 정보
- ④ 통합적 과정

【3과목】 유통관리 및 광고 (20문제)

41. 리테일 머천다이징 시스템 중 협조 지원업무에 해당되는 것은?

- ① 정보 전략
- ② 매장 전략
- ③ 점포 전략
- ④ 영업 전략

42. 기업과 고객이 신뢰관계를 형성하고 공동의 이익을 창출함으로써 고객들이 신뢰할만한 환경을 설정하고자 하는 기업 활동의 마케팅은?

- ① 인터넷 마케팅
- ② 관계 마케팅
- ③ 그린 마케팅
- ④ 감성 마케팅

43. 다음 중 광고프로그램 개발을 위해 마케팅관리자가 수행해야 할 가장 첫 단계는?

- ① 광고목표 설정
- ② 광고예산 설정
- ③ 광고카피 설정
- ④ 광고매체 선정

44. 상품구색계획에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 상품구색계획의 목표에 따라 상품의 깊이와 폭의 균형 잡힌 상품구색을 수행하는 것이다.
- ② 상품구색의 깊이는 소비자에게 제공하는 품목 수를 말한다.
- ③ 상품구색의 폭은 어떤 특정 상품의 종류 내에서 스타일수를 의미한다.
- ④ 소품종 다량 구성은 넓고 얇은 구성을 의미한다.

45. 상품구색계획의 목적에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 소비자의 욕구를 만족시키기 위하여 스타일, 색상, 사이즈, 가격, 기타 중요한 선택요인을 올바르게 갖춘 충분한 상품을 제공한다.
- ② 판매기회 손실을 예방하기 위해 항상 매입한도를 초과하도록 한다.
- ③ 소비자의 욕구와 상점의 재고능력 및 전시능력의 균형을 이루어 판매를 촉진한다.
- ④ 구매계획을 기본으로 바이어가 새로운 품목을 구매할 자금을 확보하고 판매되는 상품을 신속하게 재주문한다.

46. 패션 소매업 중 유통업자가 브랜드를 만들고 그 브랜드의 컨셉에 어울리는 상품을 생산하여 자신의 매장에서 판매 하는 형태는?

- ① 백화점
- ② 대리점
- ③ SPA
- ④ 특약점

47. 붉은 악마라는 국가대표 축구팀의 서포터즈들은 월드컵 경기를 통해 전 세계에 대한민국 국가의 이미지를 널리 알렸다. 이러한 효과가 해당되는 것은?

- ① 홍보 효과
- ② 광고 효과
- ③ 마케팅 효과
- ④ 시너지 효과

48. 다음 중 잡지의 장점이 아닌 것은?

- ① 비교적 요이하게 지면독점 가능
- ② 연속광고 가능
- ③ 기록성, 보전성 있음
- ④ 소구대상 불명확성

49. 재고상품의 종류 중 비교적 잘 팔리는 상품에 해당 되는 것은?

- ① 데드 상품
- ② 슬리핑 상품
- ③ 워킹 상품
- ④ 러닝 상품

50. 구매시점의 전시물 점포 내에 설치된 모든 광고물로서 매장에 들어선 소비자들에게 제품구입을 유도하는 것은?

- ① POS
- ② POP
- ③ VP
- ④ PP

51. 다음 중 가격결정의 원칙이 아닌 것은?

- ① 경쟁의 원칙
- ② 가격 유지의 원칙
- ③ 이윤 극대화의 원칙
- ④ 경영 유지 발전의 원칙

52. 소매 비즈니스의 상품구성을 기본상품과 전략상품으로 구분할 때 전략상품에 해당되지 않는 것은?

- ① 판매촉진을 위한 저가격 상품
- ② 유행성이 강한 상품
- ③ 재고처리 상품
- ④ 점격향상을 위한 상품

53. 제품믹스 가격결정 요인 중 가격선(price line)의 의미로 옳은 것은?

- ① 품종별 가격의 상한과 하한의 범위
- ② 가격대 중 판매량이 특히 많은 가격대
- ③ 가격대 내에서 몇 개의 가격 단계로 구분한 기준
- ④ 가장 많이 팔리는 가격선

54. VMD의 기대효과 중 상품제안 방법의 개선과 상품의 가치창조와 표현에 해당되는 것은?

- ① 상품 소구력 향상
- ② 효율적인 점포내 상품관리
- ③ 기업이윤 증대
- ④ 기업문화 창조

55. 상품분류별 가격특성 중 수량적으로 많이 팔리는 가격대의 상품에 해당되는 것은?

- ① 권위상품
- ② 봉사상품
- ③ 중심상품
- ④ 기성상품



전자문제집 CBT(App Store) : [\[다운로드\]](#)

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

56. 영업계획 중 실매기의 올바른 전략이 아닌 것은?

- ① 아이템 전략과 상품 비축
- ② 볼륨 전개
- ③ 중심 존의 상품 다양성 축소
- ④ 디자인수의 축소, 정리

57. 일정시간 동적인 광고를 보여 주다가 다음 페이지로 넘어가는 매체구매형에 해당되는 것은?

- ① 배너 광고
- ② 스폰서십
- ③ 에드비토리얼
- ④ 틈입형 광고

58. 손익계산서 매출액에서 매출원가를 뺀 것에 해당되는 것은?

- ① 매출총이익
- ② 영업이익
- ③ 경상이익
- ④ 당기순이익

59. 각광받는 판촉으로 영화나 드라마에 특정회사의 제품을 끼워 넣은 것으로 비교적 적은 비용으로 큰 효과를 가져올 수 있기 때문에 국내외 의류업체에서 많이 이용하고 있는 판매촉진도구는?

- ① BMD
- ② PPL
- ③ CF
- ④ PR

60. 패션 유통의 개념에 해당되지 않는 것은?

- ① 패션제품이 생산자로부터 소비자에게 도달할 때까지의 과정이다.
- ② 패션제품의 물리적 이동과 매매거래에 의한 소유권이동으로 이루어진다.
- ③ 패션제품의 주문, 촉진, 물류 등의 기능과 관련된 활동이다.
- ④ 패션제품을 기획하고 제조하여 개발하는 과정이다.

【4과목】 패션디자인론 및 의복구성학 (20문제)

61. 다음 중 생산지시서 작성에 필요하지 않은 사항은?

- ① 원부자재 요척
- ② 스타일화
- ③ 사이즈
- ④ 도식화

62. 패션 디자인을 하기 위한 3가지 요건이 아닌 것은?

- ① 요소
- ② 기술
- ③ 변화
- ④ 원리

63. 견섬유와 같은 촉감과 광택이 있으며 흡습성, 보온성이 있고 물에 젖었을 때 수축이 적은 장점을 가지고 있는 안감의 소재는?

- ① 아세테이트
- ② 나일론
- ③ 레이온
- ④ 면

64. 패션디자인의 개념이 아닌 것은?

- ① 일상생활이 늘 존재한다.
- ② 생활의 예술이다.
- ③ 합목적성이 갖추어야 한다.
- ④ 커뮤니케이션의 수단이다.

65. 다음 중 시스루(see through) 디자인에 적합하지 않은 소재는?

- ① 레이스
- ② 오건디
- ③ 보일
- ④ 저지

66. 다음 중 플레어 스커트(flare skirt), 프릴(frill)에 나타나는 선은?

- ① 타원(oval)
- ② 나선(spiral)
- ③ 파상선(wave)
- ④ 스칼럽(scallop)

67. 상하 좌우로 기본 패턴의 바깥선은 평행 사이즈를 그려 나가는 그레이딩 방법은?

- ① 버티컬 시프트(vertical shift)
- ② 오블리크 시프트(oblique shift)
- ③ 레이디얼 시프트(radical shift)
- ④ 트랙 시프트(track shift)

68. 너비 150cm 옷감으로 프린세스 라인이 들어간 slim한 실루엣의 긴 소매 원피스 드레스를 재단할 때 옷감량 계산법으로 가장 적합한 것은?

- ① (옷길이×2)+시접(12~16cm)
- ② (옷길이×1.2)+소매길이+시접(10~15cm)
- ③ (옷길이×2)+소매길이+시접(12~16cm)
- ④ 옷길이+소매길이+시접(10~15cm)

69. 다음 중 좋은 패션디자인이 되기 위한 일반적인 조건이 아닌 것은?

- ① 창조성
- ② 경제성
- ③ 심미성
- ④ 예술성

70. 인간과 제품과의 조화로운 관계를 고려한 복식 디자인의 과정으로 옳은 것은?

- ① 목표의 설정→착용자 및 상황 요인 판단→제품 특성 설정→구성 요소의 설계
- ② 목표의 설정→착용자 및 상황 요인 판단→구성 요소의 설계→제품 특성 설정
- ③ 착용자 및 상황 요인 판단→목표의 설정→제품 특성 설정→구성 요소의 설계
- ④ 제품 특성 설정→목표의 설정→구성 요소의 설계→착용자 및 상황 요인 판단

71. 가봉에 사용되는 실과 바느질 방법으로 가장 적합한 것은?

- ① 면사, 박음질
- ② 나일론사, 상침시침
- ③ 면사, 상침시침
- ④ 나일론사, 박음질

72. 톤(tone)의 명칭 중 밝고 옅은 색조의 의미에 해당되는 것은?

- ① 비비드(vivid)
- ② 페일(pale)
- ③ 덜(dull)
- ④ 뉴트럴(neutral)

73. 패션이 전파되어 가는 과정의 단계 순서로 옳은 것은?

- ① 패션→모드→스타일
- ② 모드→스타일→패션
- ③ 모드→패션→스타일
- ④ 스타일→패션→모드

74. 장식적인 디테일로 사용되며 개더를 규칙적으로 여러줄을 잡아 주어 여유분을 부드럽게 표현하는 장식바느질은?

- ① 턱(tuck)
- ② 프릴(frill)
- ③ 셔링(shirring)
- ④ 스모킹(cmocking)

75. 마킹의 종류 중 보통 다른 치수대를 이어서 배치하여 경계선을 중심으로 둘 이상의 구획이 생기는 배치방법은?

- ① 반별 배치
- ② 한 벌 배치
- ③ 맞물림 배치
- ④ 다중치수 혼합 배치

76. 선의 종류 중 사선이 주는 느낌으로 가장 옳은 것은?

- ① 평화, 안정
- ② 불안, 운동감
- ③ 우아, 섬세함
- ④ 여성스러움, 부드러움

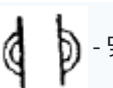
77. 다음 중 닳트 머니플레이션의 응용에 의한 디자인에 해당되지 않는 것은?

- ① 닳트 풀니스(dart fullness)
- ② 요크(yoke)
- ③ 프린세스 라인(princess line)
- ④ 프린징(fringing)

78. 색채기획 과정에서 전년도 자사상품의 컬러를 판매 실적 및 경쟁사의 컬러 정보 수집과정에 해당되는 것은?

- ① 마켓정보수집
- ② 패션정보분석
- ③ 패션포케스팅
- ④ 컬러컨셉설정

79. 제도에 필요한 부호의 설명 중 옳은 것은?

- ①  - 닳트
- ②  - 늘림
- ③  - 오그림
- ④  - 맞춤

80. 단을 꿰맬 때 주로 사용되며 겉으로는 실땀이 나타나지 않게 잘게 뜨고 안으로는 단을 접어 속으로 길게 떠서 고정시키는 바느질 방법은?

- ① 팔자뜨기
- ② 공그리기
- ③ 홈질
- ④ 박음질

【5과목】 패션정보분석 (20문제)

81. 비교적 많은 수의 기업들이 차별적 마케팅 믹스를 가지고 경쟁을 하는 상태로서 패션산업에서 가장 일반적인 경쟁형태는?

- ① 독점
- ② 과점
- ③ 독점적 경쟁
- ④ 순수 경쟁

82. 시장 조사 시 소매점 정보에 관한 설명으로 틀린 것은?

- ① 판매원과 바이어의 판매리포트를 분석한다.
- ② 소비자 반응을 분석하여 다음 시즌기획에 반영한다.
- ③ 매출실적을 분석하여 인기, 비인기 품목을 구분한다.
- ④ 의류관계 학술 단체나 연구기관의 연구결과를 분석한다.

83. 다음 중 패션트렌드의 분석방법이 아닌 것은?

- ① 브랜드 책임자 및 실무자의 브레인스토밍(Brain Storming) 방식
- ② KJ법에 의한 룩 클러스터(Look Cluster) 구축방법
- ③ 패션잡지의 샘플링에 의한 주성분 분석 이미지 산출법
- ④ 패션잡지 샘플링에 의한 룩 이미지 시계열추이 분석법

84. 패션 트렌드 정보분석 시 해당되는 요소가 아닌 것은?

- ① 색채의 경향
- ② 소재의 경향
- ③ 실루엣의 경향
- ④ 경쟁사의 경향

85. 파리에서 지명도 높은 세계적인 디자이너들이 참여하는 컬렉션은?

- ① 프레타 포르테
- ② 프리미에 비종
- ③ 프로모스틸
- ④ 엑스포 필

86. 스타일 정보의 분석에 있어서 그래프에 의한 시계열적 변화 분석방법이 아닌 것은?

- ① 디자인, 디테일의 구성비율 집계를 낸다.
- ② 각 스타일의 사진이나 일러스트를 몇 개의 그룹으로 나누어 평면에 배치하여 시계열적 변화를 관찰한다.
- ③ 수집한 스타일정보의 룩 이미지를 변량으로 변화시켜 스타일의 분포상태를 관찰한다.
- ④ 전체적인 룩 이미지의 다변량 해석을 실시한다.

87. 소비자 라이프스타일과 의복착용경향의 연결이 틀린 것은?

- ① 보수적 소극형-유행에 상관없이 예의 바르고 단정한 스타일을 선호한다.
- ② 실용적 편이추구형-실용적이고 단정한 스타일과 스포티하고 캐주얼한 이미지를 선호한다.
- ③ 낭만적 심미추구형-심플한 스타일을 선호하며 지적이고 세련된 이미지를 선호한다.
- ④ 과시적 감각지향형-유명 메이커 제품을 좋아하고 우아하고 품위있는 여성 이미지를 추구한다.

88. 다음 패션 정보 중 가장 먼저 수집해야하는 정보는?

- ① 색채
- ② 소재
- ③ 스타일
- ④ 컬렉션

89. 소비자 조사에서 라이프스타일 분석 방법에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① AIO조사는 인구통계적 특성이 포함되는 경우가 흔히 있다.
- ② AIO조사는 소비자들의 행위(activities), 관심(interest), 조직(organization)에 관한 조사이다.
- ③ 소비자들의 욕구, 가치, 신념을 분석하여 라이프스타일을 구명할 수 있다.
- ④ 상품관련 라이프스타일은 특정 상품의 구매와 소비에 관련된 것을 말한다.

90. 색채 정보의 분석방법이 아닌 것은?

- ① 그룹핑에 의한 도해작성과 분석
- ② 그래프 작성 및 분석
- ③ 인스펙터(inspector)에 의한 분석
- ④ 컬러테이블 작성 및 분석

91. 패션마케팅조사 계획의 수립을 위한 2차 자료에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 2차자료는 조사목적에 의해 조사자가 직접 수집한 자료이다.
- ② 2차자료 중 기업외부자료는 패션관련 출판물, 정부기관 간행물 등이 있다.
- ③ 2차자료 중 기업내부자료는 회계관련 자료, 생산관련자료, 영업관련 자료 등이 있다.
- ④ 2차자료는 1차자료의 수집보다 비용이 저렴하고 신속하게 수집될 수 있다.

92. 각종 패션정보로부터 상품화에 이르는 정보처리과정이 바르게 나열된 것은?

- ① 정보수집→예측→정보처리→기획→상품화
- ② 정보수집→정보처리→예측→기획→상품화
- ③ 정보수집→정보처리→기획→상품화→예측
- ④ 정보수집→기획→예측→상품화→정보처리

93. 다음 중 패션 리테일 마케팅 머천다이징 정보의 종류가 아닌 것은?

- ① 패션 마케팅 환경정보
- ② 패션 에듀케이션 정보
- ③ 패션 비즈니스 정보
- ④ 패션 트렌드 정보

94. 패션마케팅 조사에서 조사자가 직접 조사대상자를 관찰하는 대신 기계를 이용하여 관찰하는 방법은?

- ① 서베이(survey)법
- ② 스트리트 패션조사
- ③ POS(point of sales)시스템
- ④ 집단토의법

95. 패션브랜드 중 상표사용허가권을 획득한 후 영업활동을 전개하는 해외도입 브랜드는?

- ① 디자이너 브랜드(designer brand)
- ② 프라이빗 브랜드(private brand)
- ③ 내셔널 브랜드(national brand)
- ④ 라이선스 브랜드(license brand)

96. 시장현황 정보 중 특정의 매장, 상점가, 쇼핑센터 등에서 구매하는 소비자의 지리적 범위를 의미하여, 입지조건, 시설의 규모, 경쟁점포, 취급상품 등의 특성에 의하여 달라지는 조사는?

- ① 수요조사
- ② 입지여건 조사
- ③ 상권조사
- ④ 경쟁점 조사

97. 매일의 생활장으로 본 현대인의 4대 생활공간(life stage) 중 관혼상제에 해당하는 용어는?

- ① 포멀 라이프(formal life)
- ② 레저 라이프(leisure life)
- ③ 시티 라이프(city life)
- ④ 홈 라이프(home life)

98. 설문조사방법 중 신속한 자료수집이 가능한 것이 최대의 장점이며, 비교적 대표성이 높고 지역적으로 폭넓은 표본추출이 가능한 것은?

- ① 대인 조사
- ② 인터넷 조사
- ③ 우편 조사
- ④ 전화 조사

99. 1차자료를 수집하기 위한 조사계획 중 자료수집방법에 해당되지 않는 것은?

- ① 관찰법
- ② 서베이법
- ③ 심층면접법
- ④ 표본추출방법

100. 소비자의 라이프스타일을 AIO법으로 조사하고자 할 때 측정 항목이 아닌 것은?

- ① 사회적, 개인적 문제들에 대한 의견
- ② 주변 사물에 대한 관심
- ③ 소비자의 행위
- ④ 소비자의 욕구