

2015년03월08일년 패션머천다이징산업기사 필기시험 기출문제 답안

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

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. 손익분기점(break-even-point)의 의미로 가장 옳은 것은?

- ① 매출이 일어나는 점
- ② 순이익이 0이 되는 점의 매출액
- ③ 목표이익을 넘어가는 점의 매출액
- ④ 고정비를 넘어가는 점의 매출액

2. 소비자의 수요의 변화 정도를 나타내는 수요의 가격탄력성이 바르게 표시된 것은?

- ① 가격탄력성=수요의 변화율(%)/가격의 변화율(%)
- ② 가격탄력성=가격의 변화율(%)/수요의 변화율(%)
- ③ $\text{가격탄력성} = (\text{가격의 변화치} - \text{원래가격}) / (\text{수요의 변화치} - \text{원래수요})$
- ④ $\text{가격탄력성} = (\text{원래수요} - \text{수요의 변화치}) / (\text{원래 가격} - \text{가격의 변화치})$

3. 다음 중 촉진믹스(promotion mix)활동이 아닌 것은?

- ① 광고
- ② 인적판매
- ③ 유형경향 분석
- ④ P.R(Public Relations)

4. 일반적인 구매의사 결정에 결정적 영향을 미치는 요인이 아닌 것은?

- ① 스타일
- ② 가격
- ③ 직업
- ④ 물리적 특성

5. 리테일 머천다이저의 주요업무로 옳은 것은?

- ① 상품의 생산
- ② 생산기술의 개발
- ③ 상품 선정과 사입
- ④ 상품의 디자인

6. 패션머천다이징의 5R전략에 속하지 않는 것은?

- ① 적절한 물량(right quantity)
- ② 적절한 장소(right place)
- ③ 적절한 가격(right price)
- ④ 적절한 판매(right sales)

7. 머천다이저는 상품기획부분의 총괄자로서 상품계획에서 판매 부분에 이르기까지 광범위한 직무 영역을 가지고 있다. 다음 중 머천다이저의 역할로서 가장 거리가 먼 것은?

- ① 정보분석 업무
- ② 상품기획 업무
- ③ 판매 및 판매촉진 업무
- ④ 디자인개발 업무

8. 표적시장을 선정하여 마케팅 활동을 하게 되었을 경우 이점이 아닌 것은?

- ① 고객의 폭을 넓힐 수 있다.
- ② 고객을 한층 더 만족시킬 수 있다.
- ③ 마케팅 이념의 실현이 용이하다.
- ④ 자사의 차별적 경쟁 우위 확립이 가능해진다.

9. 자사 브랜드를 중요한 제품특성이나 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

10. 프랜차이즈 시스템에 대한 유통경로의 구조로 옳은 것은?

- ① 기업적 수직적 경로 구조
- ② 계약형 수직적 경로 구조
- ③ 수형적 경로 구조
- ④ 혼합 경로 구조

11. 패션의 변화속성에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 패션은 지속기간이 짧을수록, 변화의 속도가 빠를수록, 시기적 중요성이 적어진다.
- ② 패션에 있어서 일어나는 단기적이고 소규모 변화는 계절 별 변화에서 찾아볼 수 있다.
- ③ 패드(fad)는 단기간에 급격히 소비자수가 증가하는 현상으로 일단 유행이 시작되면 값싼 모조품이 대량 등장한다.
- ④ 유행변화의 유형은 계절별 변화 점진적 변화, 진화적 변화, 혁명적 변화의 4가지 형태로 크게 나뉜다.

12. 패션 머천다이어저의 업무수행타입에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 상인형 머천다이어저 - 경험과 상거래면에서 인간관계를 중시하는 유형
- ② 계수관리형 머천다이어저 -머천다이어저로서의 업적달성을 판매예산, 재고예산 등 수치에 두는 유형
- ③ 전문관리형 머천다이어저 - 상품기획에서 매장전개 및 광고에 이르기까지 마케팅 활동을 체계적으로 추진하는 유형
- ④ 고감도형 머천다이어저 - 소비자가 원하는 것보다 자신의 창의성을 우선시하는 유형

13. 상표자산(brand equity)의 가치를 높이는 관리방안으로 다음 중 가장 적합하지 않은 것은?

- ① 자사 상표의 인지도를 높인다.
- ② 호의적인 브랜드 이미지를 구축한다.
- ③ 상표확장을 확대한다.
- ④ 경쟁사와 차별화된 이미지를 연상시킨다.

14. 기존제품을 가지고 잠재 소비자 집단을 확인하여 그들의 욕구를 충족시키고자 하는 마케팅 전략은?

- ① 시장침투 전략
- ② 제품개발 전략
- ③ 시장개척 전략
- ④ 다각화 전략

15. 패션기업이 제품가격을 결정할 때 사용하는 원가기준가격결정법에 대한 설명으로 맞는 것은?

- ① 의류제품 한 벌 생산 총비용에 일정률의 마진을 더해 판매가를 결정한다.
- ② 목표이익을 실현하는 매출수준에서 의류제품가격을 결정한다.
- ③ 고객이 지각하는 의류제품의 가치에 맞춰 가격을 결정한다.
- ④ 경쟁제품의 가격을 근거로 하여 자사 의류제품가격을 결정한다..

16. 다음 중 상품을 구입하도록 하는 디스플레이의 전개수단에 해당되지 않는 것은?

- ① 색채
- ② 상품
- ③ 소도구
- ④ 이벤트

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

- ① 그린 마케팅
- ② 통합적 마케팅
- ③ 공존공영 마케팅
- ④ 전사적 마케팅

18. 시장표적화 전략 중 내의, 양말, 스타킹 등의 편의품에 효과적인 마케팅으로 시장을 세분화하지 않고 전체시장에 대응하는 전략은?

- ① 비차별화 전략
- ② 차별화 전략
- ③ 집중화 전략
- ④ 혁신 전략

19. 패션 유통 경로의 유형 중 대리점주의 상품 선별 능력과 전문 리테일 바이어 기능이 가장 요구되는 유형은?

- ① 위탁판매제도
- ② 완사입제도
- ③ 위탁사입제도
- ④ 절충형사입제도

20. 고객관계관리(CRM)에 대한 설명으로 가장 적합한 것은?

- ① 고객관계관리는 고객 점유율보다 시장점유율이 중점을 둔다.
- ② 고객관계관리의 발달 단계는 고객이탈 방지→우수고객 유치→잠재고객 활성화→고객가치 증대 순이다.
- ③ 기존의 고객을 유지하기 보다는 다양한 고객을 찾기 위함이다.
- ④ 고객관계관리의 가장 큰 효과는 제품을 판매하기 위함이다.

【2과목】 패션소재기획 (20문제)

21. 다음 중 헤어섬유가 아닌 것은?

- ① 알파카(alpaca)
- ② 캐시미어(cashmere)
- ③ 비큐나(vicuna)
- ④ 태피터(taffeta)

22. 의류업체에서 소재기획 과정의 순서가 옳은 것은?

- ① 정보수집→이미지 맵→소재 맵→스타일 개발과 소재선정→발주→의류생산
- ② 정보수집→소재 맵→이미지 맵→스타일 개발과 소재선정→발주→의류생산
- ③ 정보수집→이미지 맵→스타일 개발과 소재선정→소재 맵→발주→의류생산
- ④ 정보수집→스타일 개발과 소재선정→이미지 맵→소재 맵→발주→의류생산

23. 면섬유를 가공하여 광택의 증가, 표면의 평활 및 부드러운 촉감, 형태안정성 등으로 기존의 면섬유와 차별화를 준 소재는?

- ① 친즈(chinz) 소재
- ② 실켓(silk finishing) 소재
- ③ 샌포라이징(sanforizing) 소재
- ④ 코팅(coating) 소재

24. 면, 마, 레이온 등의 직물이 제조과정에서 받았던 장력이 이완되어 안정화됨에 따라 수축이 일어나는 것을 미리 압축처리를 하여 수축을 방지하는 가공은?

- ① 런던 슈링크(London shrunk)
- ② 샌포라이징(sanforizing)
- ③ 머서화 가공(mercerization)
- ④ 신징(singeing)

25. 다음 중 경편성물에 해당하는 것은?

- ① 펄편
- ② 파일편
- ③ 라셀
- ④ 고무편

26. 패션상품 제작을 위한 소재선택 시 용도·기능과의 적합성으로 만 나열한 것은?

- ① 재질의 기능성·내구성, 착용성의 쾌적성, 보관성의 용이성
- ② 염색의 보존성, 재단의 용이성, 품질 안정성
- ③ 시각효과 재질감, 촉각효과 재질감, 봉제의 용이성
- ④ 입체 가공의 견지성, 관리상의 편의성, 원가의 타당성

27. 인조모(artificial wool)에 비유되는 섬유로, 가볍고 따뜻하며 양모와 가장 유사한 합성섬유로 벨크가공을 하여 편성물이나 파일직에 적합한 섬유는?

- ① 폴리에스테르
- ② 아세테이트
- ③ 나일론
- ④ 아크릴

28. 부드러운(soft) 소재에 적합하지 않은 감성 용어는?

- ① 실키(silky)한
- ② 나플나플한
- ③ 사각사각한
- ④ 드레이프(drape)성이 강한

29. 기존의 제품들을 시각적으로 분류, 분석하고 새로운 제품의 위치를 구체화시키는데 사용하는 도구는?

- ① 컬러 맵
- ② 이미지 맵
- ③ 프로토타입
- ④ 스와치

30. 빛 바랜 듯한 이미지로 패션성을 나타내는 청바지 데님 소재에 주로 사용하는 염료는?

- ① 인디고 염료
- ② 반응성 염료
- ③ 매염 염료
- ④ 분산염료

31. 유럽을 중심으로 자국의 환경보호와 자국민의 안전을 위해 친환경적 방법에 의해 생산된 제품에 부여하는 마크는?

- ① 명품 마트
- ② 골드 다운 마크(Gold down mark)
- ③ 에콜로지 마크(Ecology mark)
- ④ 무포르말린 마크(free form mark)

32. 친환경적이고 자원 절약적인 제품에 소비자의 선호를 유발하려는 의도에서 독일에서 최초로 제창된 환경마크는?

- ① 에코 라벨(Eco label)
- ② 블루 엔젤(blue angel)
- ③ 환경라벨(environmental label)
- ④ 에코 마크(eco mark)

33. 열과 힘의 작용으로 영구적 변형이 생기는 성질의 섬유가 아닌 것은?

- ① 트리아세테이트
- ② 폴리에스테르
- ③ 비스코스 레이온
- ④ 나일론

34. 기본적인 소재기획 개념의 설명으로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 소재를 가장 적절히 사용하기 위한 과정이다.
- ② 기존에 있는 소재들 중 몇 가지를 선택하고 그 물량과 구성비를 정하는 과정이다.
- ③ 프린트 패턴뿐만 아니라 새로운 소재를 만들어 낸다.
- ④ 순수한 기획과 창의적인 디자인 작업을 포함한다.

35. 소재형상별 분류와 특징이 틀린 것은?

- ① 면조 - 텁텁하면서 자연스러운 타입
- ② 레이온조 - 드레이프성이 좋으면서 품위 있는 광택 타입
- ③ 화섬조 - 인위적인 광택과 차가운 느낌의 타입
- ④ 소모조 - 거칠면서 불규칙한 타입

36. 다음 중 실의 성질을 좌우하는 요소로 가장 거리가 먼 것은?

- ① 실의 길이
- ② 꼬임의 방향
- ③ 꼬임 수
- ④ 사용 원료

37. 소재형상별 분류와 특징이 틀린 것은?

- ① 실크조(silk-line) - 부드러운면서 우아한 광택 타입
- ② 마조(lineen-like) - 거칠면서 불규칙한 타입
- ③ 화섬조(synthetics-like) - 인위적인 광택과 차가운 느낌의 타입
- ④ 면조(cotton like) - 보송보송하고 따뜻하면서 부풀어진 타입

38. 직물의 조직에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 평직은 경사와 위사의 교차점이 많아 광택이 적다.
- ② 능직의 대표적인 소재로는 양단, 브로케이드, 다마스크 등이 있다.
- ③ 수자직은 세탁 시 마찰에 약하며 착용성능이 저하될 수 있다.
- ④ 도비조직은 일반 제직기에 간단히 도비 장치를 설치하여 무늬를 만든 조직을 말한다.

39. 가공처리하여 색이 바랜듯한 외관을 가지며, 부드럽고 유연하여 셔츠나 바지 등의 캐주얼 의류에 많이 응용되는 견직물은?

- ① 뉴 실크(new silk)
- ② 드라이 실크(dry silk)
- ③ 워셔블 실크(washable silk)
- ④ 샌드워시 실크(sandwashed silk)

40. 다양한 방법으로 인공적인 권축을 부여하여 신축성이크고, 함기량과 보온성이 증가되며, 부피감이 있는 옷감을 얻을 수 있는 실은?

- ① 라메사(lame yarn)
- ② 텍스처사(textured yarn)
- ③ 코어스핀사(core-spun yarn)
- ④ 스플리트사(split yarn)

[3과목] 유통관리 및 광고 (20문제)

41. 소매점포의 상품구성에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 상품구성은 폭과 깊이로 결정된다.
- ② 백화점은 좁고 깊은 상품구성이 바람직하다.
- ③ 상품구성의 유형은 좁고 깊은 상품구성과 넓고 얇은 상품구성이 있다.
- ④ 상품구성이 다양할수록 스타일이나 색상, 소재 등 선택의 폭을 넓게 하는 것이 바람직하다.

42. 매체광고 중 신속성을 가장 큰 특징으로 하는 광고는?

- ① 잡지
- ② 옥외광고
- ③ 우편물발송
- ④ TV

43. 소매업 머천다이징의 판매활동에 해당되지 않는 것은?

- ① 가격정책
- ② 재고관리
- ③ 생산관리
- ④ 촉진활동

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

- ① 권위상품
- ② 봉사상품
- ③ 중심상품
- ④ 기성상품

45. 홍보의 특성에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 후원장소나 프로그램에 회사 또는 상표를 삽입하거나 협찬함으로써 상표 인지도를 높인다.
- ② 잡지홍보는 상당한 효과가 있으며, 광범위한 지역성 및 시각적 제한을 커버할 수 있다.
- ③ 기업의 로고, 문서류, 표식, 유니폼 등의 일체성 매체에 의하여 이루어 질 수 있다.
- ④ 기업, 제품, 직원에 대한 흥미로운 뉴스 거리를 찾아내거나 만들어 내는 것도 홍보수단이 될 수 있다.

46. 다음 중에서 고객에게 상품의 이미지를 직접 전달시키는 효과가 가장 큰 방법은?

- ① 광고
- ② 홍보
- ③ 디스플레이
- ④ 기업 이미지

47. 프랜차이즈 본부와 가맹점 사이에 계약에 의해 특정상표의 제품만을 판매하는 점포형태는?

- ① 전문점
- ② 할인점
- ③ 체인점
- ④ 대리점

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

- ① 어드밴스드(advanced)
- ② 컨템포러리(contemporary)
- ③ 컨저버티브(conservative)
- ④ 프레스티지(prestige)

49. 다음 중 재고관리에 대한 설명이 잘못된 것은?

- ① 과잉재고는 재고량이 적정수준을 초과하여 재고로 남아 손실을 가져온다.
- ② 재고부족은 창고관리비 및 유지관리비용 부담을 가중시킨다.
- ③ 재고 회전율은 주어진 기간에 평균 재고가 팔린 횟수이다.
- ④ 과잉재고와 재고의 부족의 일차적인 원인은 과도한 매출 계획을 수립하는데 있다.

50. 다음 중 유통의 개념에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 유통활동은 물적유통에 관한 내용으로 정보유통은 제외된다.
- ② 상점유통활동이란 통신 기초시설에 대한 제공을 의미한다.
- ③ 유통은 제품의 원활하나 흐름을 의미하는 것으로 생산과 소비를 연결하는 기능을 한다.
- ④ 상품과 서비스가 유통업자에게 소비자로 전해지는 것에 한정되는 개념이다.

51. 패션상품의 유통경로에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 국내 의류업체는 보통 한 가지의 유통경로를 이용한다.
- ② 유통경로는 쉽게 변경되기 어려우므로 신중하게 결정해야 한다.
- ③ 제품특성, 고객특성, 마케팅 목표 등을 고려하여 유통경로를 선정한다.
- ④ 최근 유통구조는 판매자 중심에서 구매자 중심으로 전환되는 추세이다.

52. 광고매체에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① TV광고는 노출 도달 범위가 높으나 청중선별이 불가능하며, 높은 제작비용이 단점이다.
- ② 패션광고는 잡지를 효과적 매체로 사용하며, 재현가능성이 높고 수명이 긴 특징이 있다.
- ③ 소비자층마다 반응을 보이는 매체가 거의 비슷하다.
- ④ 특정 표적시장을 타겟으로 할 경우 적절한 매체를 혼합 선택하면 효과적이다.

53. 다음 중 무점포 유통형태에 속하지 않는 것은?

- ① T-커머스
- ② 카달로그 통신판매
- ③ 무빙스토어
- ④ TV홈쇼핑

54. 촉진전략 중 매체를 통한 뉴스형태로 나타나는 것은?

- ① 광고
- ② 홍보
- ③ VMD
- ④ 디스플레이

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

- ① 품질수준
- ② 물류용이
- ③ 상품로스
- ④ 과잉재고

56. 효과적인 재고관리를 위해 수행되어야 할 과제가 아닌것은?

- ① 재고관리에서 주문시점과 주문량의 결정은 고려하지 않는다.
- ② 상품재고의 목표를 설정하고 문제발생 시 적극적으로 대응해야 한다.
- ③ 납기가 늦어지는 것은 매출에 직결되므로 사전 예방해야 한다.
- ④ 보다 적은 재고로 보다 많이 판매하기 위하여 상품회전율을 향상시키는 효율적인 관리가 필요하다.

57. 패션제품믹스의 요소인 제품의 넓이, 길이, 깊이를 결정하는 가장 중요한 요인은?

- ① 표적고객
- ② 상품의 유효성
- ③ 상품의 유행성
- ④ 구매습관

58. 재판매나 사업상 사용 목적으로 구입하려는 사람에게 상품이나 서비스를 판매하는데 관련된 모든 활동을 수행하는 유통형태는?

- ① 제조업
- ② 도매업
- ③ 에이전트
- ④ 소매업



전자문제집 CBT(App Store) : [\[다운로드\]](#)

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

59. 비주얼 머천다이징이 달성해야 하는 목적이 아닌 것은?

- ① 신상품 조기 도입
- ② 점포의 이미지 업
- ③ 효율적인 매장 구성
- ④ 상품과 브랜드의 이미지 업

60. VMD(비주얼 머천다이징)의 MP(상품제안)계획에 대한 설명으로 적절하지 않는 것은?

- ① 판매기능은 IP>PP>VP 순이다.
- ② 보여주는 기능은 VP>PP>IP 순이다.
- ③ MP는 이미지와 판매기능을 동시에 가져야 한다.
- ④ 개개 상품을 분류, 정리하여 진열하는 것은 PP의 기능이다.

【4과목】 패션디자인론 및 의복구성학 (20문제)

61. 대량생산 기술의 발달에 의한 의복의 기성복화가 시작 되었을 때 디자인에 영향을 끼친 것과 거리가 먼 것은?

- ① 디자인의 획일화
- ② 디자인의 단순화
- ③ 유행 변화속도의 촉진
- ④ 유행 스타일의 잦은 반복

62. 패션의 수평전파이론에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 하류층만의 독특하나 의상을 상류계층에 전파한다.
- ② 상류계층의 패션은 낮은 계층에서 모방하면서 전파한다.
- ③ 모든 사회계층의 패션선도자에 의해 거의 동시에 시작된다.
- ④ 1960년대 미니 스커트의 유행과 부츠의 유행을 들 수 있다.

63. 디자인의 구비조건으로 기능이나 구조에 적응된 것으로 적절한 재료의 선택과 기술을 의미하는 것은?

- ① 독창성
- ② 심미성
- ③ 경제성
- ④ 합리성

64. 다음 봉제 준비공정에 해당되지 않는 것은?

- ① 그레이딩
- ② 연단
- ③ 마킹
- ④ 본봉

65. 느슨하게 짠 얇은 면직물로서 폴로 뺏뺏이 하면 마직물과 같은 느낌을 주는 소재는?

- ① 시어서커(seersucker)
- ② 론(lawn)
- ③ 새틴(sateen)
- ④ 퍼케일(percale)

66. 바디스 원형의 활용방법이 아닌 것은?

- ① 다트 이동
- ② 프린세스 라인
- ③ 퍼프
- ④ 다트 분할

67. 의복구성의 일반적인 과정을 맞게 나열한 것은?

- ① 디자인→치수설정→패턴제작→그레이딩→재단→봉제
- ② 치수설정→디자인→그레이딩→패턴제작→재단→봉제
- ③ 디자인→패턴제작→치수설정→그레이딩→재단→봉제
- ④ 디자인→치수설정→그레이딩→패턴제작→재단→봉제

68. 색의 3속성에 대한 설명이 아닌 것은?

- ① 채도는 무채색의 양에 따라 결정된다.
- ② 색상은 명도나 채도와 관계가 있다.
- ③ 색상환에서 거리에 따라 유사색, 반대색, 보색으로 나눈다.
- ④ 검정에 가까운 것은 저명도, 흰색에 가까운 것은 고명도이다.

69. 제작된 조형물의 특성에 따른 디자인에서 물체와 인간과의 관계를 중심으로 한 설계에 해당하는 디자인의 설명이 아닌 것은?

- ① 가구, 주택 등의 설계도 포함된다.
- ② 대표적인 것으로 의복디자인이 있다.
- ③ 인간의 심리적, 신체적 요구에 따라 설계된다.
- ④ 조형물의 설계자와 조형물을 바라보는 사람 사이의 정신적 연결을 중심으로 한다.

70. 봉제 시 재봉 바늘의 열 발생과 가장 관련이 없는 것은?

- ① 재봉기의 회전속도
- ② 소재의 두께
- ③ 소재의 염색성
- ④ 소재의 밀도

71. 유행의 종류에 대한 설명이 틀린 것은?

- ① 모드(mode)-선택적인 유행
- ② 패션(fashion)-일반에 널리 퍼지는 큰 유행
- ③ 크레이즈(craze)-갑자기 급격히 퍼지는 타입의 유행
- ④ 보그(vogue)-인기가 있어 널리 퍼진 유행

72. 의복에 나타나는 곡선에 대하여 효과와 적용에 대한 설명으로 가장 옳은 것은?

- ① 단순하고 명확한 분위기를 나타낸다.
- ② 단정하고 깨끗한 이미지를 나타낸다.
- ③ 유니폼과 제복의 디자인에 이용된다.
- ④ 자유로운 분위기를 표현하며 아동복에 많이 이용된다.

73. 소매의 형태에 따른 종류는 길과 소매가 한 조각으로 재단되는지, 따로따로 재단되는지에 따라 구분할 수 있다. 한 조각으로 연결되어 평면적인 소매는?

- ① 기모노 슬리브
- ② 셔츠 슬리브
- ③ 셋인 슬리브
- ④ 퍼프 슬리브

74. 수평선에 의한 착시현상의 설명 중 틀린 것은?

- ① 수평선의 수가 많아지면 폭이 더 넓어 보인다.
- ② 수평선의 길이가 길수록 폭이 넓어 보인다.
- ③ 수평선의 간격이 넓을수록 가로 확장의 효과가 크다.
- ④ 수평선이 하나일 때 가로로 확장되는 효과가 가장 크다.

75. 연단공정이란 원단이나 안감, 심지 등을 각 소재의 특성에 맞는 일정한 방법을 택하여 연단에 위에 균일하고 평평하게 펴 쌓아 올리는 작업을 말한다. 벨벳, 골덴처럼 결이 있는 원단이나 방향을 지닌 패턴에 가장 적합한 연단 방법은?

- ① 표면대향 연단
- ② 양방향 연단
- ③ 한방향 연단
- ④ 원형상의 연단

76. <보기>는 여성복 상의의 호칭(KS K 0051)이다. 바르게 설명한 것은?

88-91-160

- ① 가슴둘레가 88~91cm 사이의 여성을 위한 호칭이다.
- ② 상의의 품 치수가 88~91cm인 제품이다.
- ③ 가슴둘레는 88cm, 엉덩이둘레는 91cm인 여성에게 적합한 호칭이다.
- ④ 가슴둘레는 91cm, 키는 160cm인 여성에게 적합한 호칭이다.

77. 필라멘트사로서 단추구멍이나 고급품의 끝맺음 등에 많이 사용되고 있으며 외관성은 좋으나 합섬사에 비해 강도나 내마모성이 약한 봉사는?

- ① 면봉사
- ② 견봉사
- ③ 합성봉사
- ④ 마봉사

78. 옷감에 패턴을 배치할 때 틀린 것은?

- ① 평직 옷감은 반드시 모든 패턴이 위 아래 올 방향을 동일하게 배치하여야 한다.
- ② 한쪽 방향으로 프린트 된 옷감은 보통 옷감의 필요치수보다 5~10% 더 소요된다.

큰 무늬가 있는 옷감의 경우에는 무늬가 한쪽에 몰리지 않도록 유의하면서 될 수 있는 한 좌우 같은 무늬가 보이도록 하는 것이 좋으므로 패턴을 여러 방향으로 놓아본 후 연구해보고 재단한다.

줄무늬 재단에서 가장 중요한 것은 이은 솔기에서 줄무늬가 꼭 맞아야 하는 것이므로 패턴에 맞추고 싶은 위치에 맞춤표시를 하여 재단하면 무늬 맞추기가 쉽다.

79. 심지의 접착에 필요한 3대 조건에 해당되지 않는 것은?

- ① 탄성
- ② 온도
- ③ 압력
- ④ 시간

80. P.C.C.S의 톤분류에서 Dp의 의미로서 적합한 것은?

- ① 연한
- ② 짙은
- ③ 강한
- ④ 약한

【5과목】 패션정보분석 (20문제)

81. 패션 컬러(color)정보 전문기관이 아닌 것은?

- ① C.A.U.S
- ② K.O.F.C.A
- ③ S.F.A
- ④ I.C.A

82. 시장정보조사 시 포함되어야 할 내용 중 맞는 것은?

- ① 경쟁브랜드 조사
- ② 라이프스타일 조사
- ③ 구매동기 및 구매패턴 조사
- ④ 착용경향 조사

83. 다음 중 패션마케팅 조사에서 자료를 수집하기 위한 질적조사 방법에 해당하는 것은?

- ① 설문조사
- ② 관찰조사
- ③ 행동자료조사
- ④ 심층면접조사

84. 시장정보에 대한 설명으로 적절하지 못한 것은?

- ① 소재시장 정보 - 새로운 기술개발 및 패션성
- ② 경쟁사 정보 - 세일이나 가격할인 등 가격 정책
- ③ 소매점 정보 - 매출실적을 분석하여 인기, 비인기 품목 구분
- ④ 학술 정보 - 의류관계 학술기관이나 연구기관의 연구조사결과

85. 패션정보회사에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 국내 패션정보는 해외정보와 보완적인 기능을 할 수 있다.
- ② 패션정보회사는 트렌드의 발표 및 전시회 대행, 로고, 패키지 개발관련 업무와는 무관하다.
- ③ 외국 패션정보회사는 Nelly Rodi, Promostyl, Percler, Carlin, Itotus 등이 있다.
- ④ 국내에서 트렌드를 발표하는 패션정보회사로는 삼성패션연구소, C&T 유니온 등이 있다.

86. 패션마케팅 조사방법 중 관찰법에 해당되지 않는 것은?

- ① 동일한 장소에서 사람들의 착용실태를 녹화하고 기술한다.
- ② 매장 안에서 특정 의복스타일에 대한 소비자 반응을 지켜본다.
- ③ 신제품이 출시된 시점에서 매장을 방문한 소비자의 관심과 소비자 반응을 알아본다.
- ④ 특정 브랜드나 제품에 대한 태도, 선호도, 구매의도, 점포선택행동 등을 물어본다.

87. 소비자 조사 중 소비자 착용경향(street fashion)조사 방법에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 소비자 착용경향 조사는 관찰법에 해당된다.
- ② 소비자 착용경향 조사는 임의로 선정된 여러 장소에서 시행된다.
- ③ 소비자 착용경향 조사는 착용아이템 및 패션 요소별로 카운트하는 방법이 있다.
- ④ 소비자 착용경향 조사는 표적 집단을 대상으로 시행된다.

88. 경쟁사의 분석 절차 과정으로 맞는 것은?

- 경쟁사의 확인→경쟁사의 목표 파악→경쟁사의 전략 확
- ① 인→경쟁사의 평가→대상 경쟁사의 선택→경쟁사의 반응 파악
- 경쟁사의 목표 파악→경쟁사의 전략 확인→경쟁사의 평
- ② 가→경쟁사의 반응 파악→경쟁사의 확인→대상 경쟁사의 선택
- 경쟁사의 목표 파악→경쟁사의 전략 확인→경쟁사의 평
- ③ 가→경쟁사의 반응 파악→대상 경쟁사의 선택→경쟁사의 확인
- 경쟁사의 확인→경쟁사의 목표 파악→경쟁사의 전략 확
- ④ 인→경쟁사의 평가→경쟁사의 반응 파악→대상 경쟁사의 선택

89. 공인된 패션 정보기관에 해당되지 않는 것은?

- ① 국제양모사무국(IWS)
- ② 인터컬러
- ③ 국제 면방직 협회
- ④ 파리 컬렉션

90. 정보를 구분하는 방법이 아닌 것은?

- ① 정보원
- ② 수집내용
- ③ 수집장소
- ④ 신속도와 정확도

91. 다음 중 소비자정보에 해당되지 않는 것은?

- ① 신소재 종류 조사
- ② 라이프스타일 분석
- ③ 광고효과 조사
- ④ 구매동기 및 구매패턴 조사

92. 패션트렌드 정보가 아닌 것은?

- ① 디테일 테크닉 경향
- ② 아이템 및 이미지 경향
- ③ 전체적인 패션 경향
- ④ 소재, 색상 및 무늬 경향

93. 패션업계에 영향을 미치는 패션변화의 흐름을 파악하기 위한 기업환경정보의 조사 내용이 아닌 것은?

- ① 인구구조의 소득별 변화
- ② 문화, 예술의 발전 동향
- ③ 각종 상품과 상관정보
- ④ 국내·외 정치, 경제, 사회 정보

94. 패션소재 트렌드 정보를 제공하는 기관이 아닌 것은?

- ① 매직 쇼
- ② 프리미에르 비종
- ③ 이데아 꼬모
- ④ 이터스토프

95. 패션정보분석에 대한 설명이다. 옳지 않은 것은?

- ① 패션에 영향을 미치는 거시적 요인은 기업환경이다.
- ② 섬유의 종류, 조직상의 특성, 가공방법 등 실루엣 경향을 분석한다.
- ③ 네크라인, 칼라, 소매형태, 웨이스트 라인 등 디테일 경향을 분석한다.
- ④ 패션테마는 실루엣, 디테일 위주에서 탈피되어 소비자들의 인식, 취미, 감성, 라이프스타일에 따라 설정된다.

96. 패션산업분야에서 라이프 스타일의 이점이 아닌 것은?

- ① 거시적 마케팅 환경 예측
- ② 매체전략의 효율적 개발
- ③ 신제품의 제공기회 파악
- ④ 표적시장의 보다 상세하고 정확한 정의

97. 고객 정보에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 매장에서 고객의 의견을 직접 듣는 것도 조사 내용에 포함된다.
- ② 고객정보를 잘 활용함으로써 구매적중률을 높일 수 있고, 고객의 욕구와 취향을 파악할 수 있다.
- ③ 고객 분석을 통해 얻을 수 있는 정보는 소비자 의식, 상표 인지도, 선호도, 구매습관 등이 있다.
- ④ 유행의 변화에 따라 새로운 제품이 계속해서 제시되고 있으므로 고객의 이전 시즌의 판매기록은 유용하지 않다.

98. 패션마케팅 정보조사를 통해 수집된 자료의 유형에 대한 설명 중 틀린 것은?

- ① 2차 자료는 통계자료 등 기존에 수집된 자료이다.
- ② CPR(Consumer Profile Research)은 2차 자료이다.
- ③ 소비자지표조사(CFI)는 1차 자료이다.
- ④ 설문조사나 인터뷰를 통한 자료는 1차 자료이다.

99. 경쟁사 현황 분석 시 유의할 사항이 아닌 것은?

- ① 타깃 마켓
- ② 소비문화
- ③ 상품구성 전략
- ④ 기업이념 및 정책

100. 의복과 소재와의 관계를 수량적으로 파악하여, 변화를 관찰함으로써 시계열적인 변화를 파악할 수 있는 분석법은?

- ① 소재의 감성에 의한 그루핑방법
- ② 매트릭스도법에 의한 분석법
- ③ 상품조사를 통한 분석법
- ④ 상품조사를 통한 소재의 패턴경향 분석법