

2019년08월04일년 텔레마케팅관리사 필기시험 기출문제 답안

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

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】 판매관리 (25문제)

1. 데이터베이스 마케팅의 주요 장점이 아닌 것은?

- ① 단기 이익을 우선으로 한다.
- ② 신규 사업 진출에 유리하다.
- ③ 기존 고객을 적극 활용할 수 있다.
- ④ 기존고객 중 타깃 고객을 발굴할 수 있다.

2. 일반적인 소비자의 유통경로를 바르게 나열한 것은?

- ① 생산자 → 소매상 → 도매상 → 소비자
- ② 생산자 → 도매상 → 소매상 → 소비자
- ③ 도매상 → 생산자 → 소매상 → 소비자
- ④ 도매상 → 소매상 → 생산자 → 소비자

3. 가격할인 형태 중 신모델 구입 시 구모델을 반환하면 그만큼 가격을 할인해주는 방법은?

- ① 공제(allowance)
- ② 현금할인(cash discount)
- ③ 수량할인(quantity discount)
- ④ 계절할인(seasonal discount)

4. 아웃바운드 텔레마케팅시 상품을 효과적으로 설명하는 방법으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객의 말을 경청하고 질문을 곁들이면서 설명한다.
- ② 경쟁 상품과 비교하여 고객이 쉽게 판단할 수 있어야 한다.
- ③ 상품의 장점을 반복해서 설명하여 고객이 납득할 수 있어야 한다.
- ④ 구매한 고객의 상품후기는 주관적인 의견이 개입되어 있으므로 활용하지 않는다.

5. 고객센터 지향적 인바운드 텔레마케팅 도입시 점검사항과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 목표 고객의 리스트
- ② 고객정보의 활용 수준
- ③ 성과분석과 피드백
- ④ 소비자 상담창구 운영 능력

6. 효과적인 시장세분화를 위한 요건이 아닌 것은?

- ① 규모(size)
- ② 이윤성(profitability)
- ③ 측정가능성(measurability)
- ④ 접근가능성(accessibility)

7. 마케팅촉진(promotion)전략에 대한 설명으로 옳은 것은?

- ① 제품계열(product line)과 품목(item)으로 구성된다.
- ② 기업이 제공하는 효용에 대해 소비자가 지불하는 대가인 것이다.
- ③ 기업의 고객과의 의사소통수단인 광고, 홍보, 판매촉진, 그리고 인적판매를 말한다.
- ④ 소비자가 원하는 제품을 원하는 장소와 원하는 시간에 구매할 수 있도록 해주는 것이다.

8. 포지셔닝(positioning)에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 포지셔닝 맵은 크게 제품 위주의 포지셔닝 맵과 소비자의 지각을 통해 작성하는 인지도가 있다.
포지셔닝 맵이란 소비자의 마음속에 내재되어 있는 자사
- ② 제품과 경쟁회사 제품들의 위치를 2차원 또는 3차원의 도면으로 작성한 것이다.
포지셔닝이란 기업이 시장 세분화를 기초로 정해진 표적
- ③ 시장 내에 고객들의 마음속에 시장분석, 고객분석, 경쟁 분석 등을 기초로 하여 전략적 위치를 계획하는 것이다.
포지셔닝 전략의 수립 절차는 자사 제품의 포지셔닝 개발
- ④ → 재포지셔닝→ 자사와 경쟁사의 제품 포지션 분석의 순으로 이루어진다.

9. 아웃바운드 텔레마케팅의 특징이 아닌 것은?

- ① 스크립트를 활용하는 경향이 크다.
- ② 상품 판매만을 주목적으로 한다.
- ③ 대상 고객의 리스트나 데이터가 필요하다.
- ④ 1대1 고객관계 개선과 차별적 대응이 가능하다.

10. 생산과 수요의 조건에 따른 가격전략의 형태 중 고가격 정책에 해당하는 것은?

- ① 수요의 가격탄력성이 작고, 소량다품종생산인 경우
- ② 수요의 가격탄력성이 크고, 소량다품종생산인 경우
- ③ 수요의 가격탄력성이 작고, 대량생산으로 생산비용이 절감될 수 있는 경우
- ④ 수요의 가격탄력성이 크고, 대량생산으로 생산비용이 절감될 수 있는 경우

11. 다음에서 설명하고 있는 제품의 유통경로 유형은?

취급점포의 수를 최대한으로 높이는 경로 전략으로 총동구매의 증가, 상품에 대한 소비자 인식의 고취, 소비자의 편의성 제고 등의 이점이 있고 마진이 작고 소량주문이 되기 쉬우며 통제력이 적어진다는 단점이 있다.

- ① 제한적 유통경로(limitary distribution)
- ② 선택적 유통경로(selective distribution)
- ③ 개방적 유통경로(intensive distribution)
- ④ 전속적 유통경로(exclusive distribution)

12. 상품판매에 있어서 고객이 동시에 구매할 가능성이 높은 상품들을 찾아내어 함께 판매 한다는 것을 뜻하는 것은?

- ① 교차 판매
- ② 인적 판매
- ③ 상승 판매
- ④ 순차적 판매

13. 코틀러(Kotler)가 제시한 제품의 3가지 수준에 해당하지 않는 것은?

- ① 핵심제품(core product)
- ② 유형제품(tangible product)
- ③ 확장제품(augmented product)
- ④ 소비제품(consumer product)

14. 다음 중 마케팅 믹스의 4가지 요소(4P)에 포함되지 않는 것은?

- ① 가격(price)
- ② 제품(product)
- ③ 촉진(promotion)
- ④ 생산성(productivity)

15. 제품의 수명주기를 순서대로 바르게 나열한 것은?

- ① 도입기 → 성숙기 → 성장기 → 포화기 → 쇠퇴기
- ② 도입기 → 성장기 → 포화기 → 쇠퇴기 → 성숙기
- ③ 도입기 → 성장기 → 성숙기 → 포화기 → 쇠퇴기
- ④ 도입기 → 성숙기 → 포화기 → 성장기 → 쇠퇴기

16. 가격결정에 영향을 미치는 요인을 내적요인과 외적요인으로 구분할 때 내적요인에 해당하지 않는 것은?

- ① 원가
- ② 마케팅목표
- ③ 시장과 수요
- ④ 마케팅믹스 전략

17. 시장세분화의 기준 중 심리분석적 변수에 해당하는 것은?

- ① 소득
- ② 직업
- ③ 도시의 규모
- ④ 라이프스타일

18. 고객욕구의 차이점보다는 공통점을 맞추는 마케팅 전략은?

- ① 대량 마케팅(mass marketing)
- ② 차별적 마케팅(differentiated marketing)
- ③ 집중적 마케팅(concentrated marketing)
- ④ 니치 마케팅(niche marketing)

19. 시장세분화 마케팅 전략 중 단 하나의 세분시장만을 표적으로 삼아서 마케팅믹스를 개발하는 전략은?

- ① 집중화 마케팅
- ② 차별화 마케팅
- ③ 비차별화 마케팅
- ④ 마이크로 마케팅

20. 기업이 시장에서 재포지셔닝(repositioning)을 필요로 하는 상황이 아닌 것은?

- ① 경쟁자의 진입에도 차별적 우위를 지키고 있는 경우
- ② 이상적인 위치를 달성하고자 했으나 실패한 경우
- ③ 시장에서 바람직하지 않은 위치를 가지고 있는 경우
- ④ 유망한 새로운 시장 적소나 기회가 발견되었을 경우

21. 마케팅정보시스템의 구성요소에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 내부정보시스템: 기업 내부에서 정보를 모으는 시스템을 말한다.

마케팅인텔리전스시스템: 내부 환경에 대한 정보를 입수
② 하는 절차 및 내부 정보를 제공하는 정보원에 대한 시스템을 말한다.

마케팅조사시스템: 특정한 문제를 해결하기 위하여 마케팅 조사
③ 를 통해 자료를 수집하는 과정에 활용되는 시스템을 말한다.

마케팅의사결정지원시스템: 기업이 내·외부 환경변화에
④ 적절히 대응할 수 있도록 의사결정을 돕는 시스템을 말한다.

22. 다음 중 인바운드 상담의 활용분야와 거리가 먼 것은?

① 긴급구조요청

② 예약 및 예매 접수

③ 각종 불평, 불만 접수 처리

④ 경품·이벤트 당첨자에 대한 해피콜

23. 아웃바운드 텔레마케팅 전개의 핵심요소와 가장 거리가 먼 것은?

① 스크립트

② 텔레마케터

③ 고객 데이터

④ 성과급 제도

24. 어떤 회사나 그 회사의 제품에 관한 홍보를 소비자들의 입을 빌어 구전하는 원리를 이용한 방식으로 마케팅 효과를 볼 수 있는 마케팅 수단은?

① 니치 마케팅(niche marketing)

② 에어리어 마케팅(area marketing)

③ 마이크로 마케팅(micro marketing)

④ 바이러스 마케팅(virus marketing)

25. 다음 중 텔레마케터와 고객이 통화하는 내용을 관리자가 확인하여 교육 등의 목적에 활용하는 것은?

① list cleaning

② call monitoring

③ automatic call distributor

④ automatic number identification

【2과목】 시장조사 (25문제)

26. 다음 중 설문지 조사에 가장 적합한 질문 문항은?

① 당신의 소득은 얼마입니까?

② 당신의 A마트 점포방문시간은 몇 시간입니까?

③ 지난주 당신의 주당 근로시간은 총 몇 시간이었습니까?

당신이 특정 정육점만을 간다고 한다면 그 이유는 무엇입니까?
④

27. 신디케이트(syndicate) 조사 방법의 특징으로 볼 수 없는 것은?

① 2차 자료의 성격을 가진다.

② 사전계약에 의해 결과물을 공급한다.

③ 조사비용의 공동부담의 성격을 가진다.

④ 폐쇄형 질문 중심의 조사가 이루어진다.

28. 웹(web)조사의 특징이 아닌 것은?

① 응답자에 대한 익명성이 보장된다.

② 표본 수가 많아져도 추가비용이 적다.

음악, 사진 또는 영상 등의 멀티미디어 보조자료를 활용할 수 있다.
③

양방향 커뮤니케이션이 가능하고 설문의 빠른 회수와 실시간 분석이 가능하다.
④

29. 전화조사시 전화번호부에 등재되지 않은 대상이 조사에서 제외되는 경우의 오류는?

① 무응답 오류

② 불포함 오류

③ 자료처리상의 오류

④ 조사현장에서의 오류

30. 다음에서 설명하고 있는 표본추출법은?

조사에 참여한 응답자들이 그 조사에 참여할 가능성이 있는 잠재적 응답자들을 추천하게 함으로써 표본을 추출하는 방법이다.

① 할당표본추출법(quota sampling)

② 판단표본추출법(judgment sampling)

③ 눈덩이표본추출법(snowball sampling)

④ 편의표본추출법(convenience sampling)

31. 운동선수의 등번호를 표현하는 측정의 수준(level of measurement)은?

- ① 비율측정(ratio measurement)
- ② 명목측정(nominal measurement)
- ③ 등간측정(interval measurement)
- ④ 서열측정(ordinal measurement)

32. 조사의 신뢰성을 높이기 위해 대상을 일정한 시간을 두고 동일한 측정도구로 반복 측정해 그 결과를 비교하는 방법은?

- ① 반분법
- ② 재시험법
- ③ 복수양식법
- ④ 요인분석법

33. 대면면접법(personal interview)의 특징으로 볼 수 없는 것은?

- ① 전화면접법보다 조사에 소요되는 시간과 비용이 많이 적게 든다.
- ② 질문 과정에서 조사원이 응답자의 응답에 영향을 미칠 수 있다.
- ③ 조사원과 응답자의 상호 이해 부족이나 조사 외적인 요인들로부터 오류가 개입될 가능성이 있다.
- ④ 우편조사법보다 주제에 관해 상세하고 다양한 내용의 질문을 할 수 있어 양질의 정보를 얻어낼 수 있다.

34. 다음 ()에 들어갈 공통적인 응답자의 권리는?

설문조사 시 응답자가 보호받아야 할 권리 중 ()는 응답자가 응답한 정보에 관하여 조사 기업(조사자)은 합부로 사용하거나 공개해서는 안 된다는 것을 뜻하며 지나치게 민감한 질문 또한 응답자의 ()를 침해하는 것으로 볼 수 있다.

- ① 안전할 권리
- ② 참여를 선택할 권리
- ③ 조사에 대해 알 권리
- ④ 사생활을 보호받을 권리

35. 조사의 대상이나 대상의 특성을 상세히 설명, 묘사하는 것이 목적이 되는 조사 형태는?

- ① 기술조사
- ② 탐색조사
- ③ 인과조사
- ④ 문헌조사

36. 비확률표본추출방법과 비교한 확률표본추출방법의 특징으로 옳지 않은 것은?

- ① 표본추출이 무작위적이다.
- ② 시간과 비용이 많이 든다.
- ③ 표본오차의 추정이 불가능하다.
- ④ 표본분석결과와 일반화가 용이하다.

37. 의사소통방법에 의해 자료를 수집할 경우, 다음과 같은 사례의 문제점은?

주부들에게 가계부를 쓰느냐고 물을 경우에 거의 모든 주부들이 가계부를 쓰는 것이 주부로서의 역할을 충실히 하는 것이라고 믿고 있기 때문에 가계부를 안 쓰고 있는 주부들도 가계부를 쓴다고 대답한다.

- ① 응답하는 방법을 모르는 경우이다.
- ② 응답자가 정보를 고의로 왜곡되게 제공하는 경우이다.
- ③ 응답자가 자료를 제공할 능력이 없는 경우이다.
- ④ 조사자가 필요로 하는 정보를 응답자가 기억하지 못하는 경우이다.

38. 마케팅조사를 실시할 필요가 없는 경우는?

- ① 마케팅조사를 통해 얻을 수 있는 정보가 이미 존재하는 경우
- ② 시장 내에서 자사의 경쟁우위를 누릴 타이밍이 도래한 경우
- ③ 시장의 변화가 빨라 제품(서비스 등) 판매 전략의 변화가 필요한 경우
- ④ 마케팅조사를 수행하는데 소요되는 비용보다 조사를 통해 얻을 수 있는 가치가 큰 경우

39. 대한민국에 거주하는 외국인을 대상으로 한 달에 지출되는 교육비에 대한 기초자료를 수집할 때 다양한 국적을 가진 사람과 비용측면을 고려한다면 다음 중 가장 적합한 조사 방법은?

- ① 우편조사
- ② 면접조사
- ③ 방문조사
- ④ 관찰조사

40. 일반적인 마케팅조사의 과정으로 옳은 것은?

- ① 문제의 제기 → 마케팅 조사설계 → 자료수집 → 자료분석 → 결과발표
- ② 문제의 제기 → 마케팅 조사설계 → 자료분석 → 결과발표
- ③ 문제의 제기 → 자료수집 → 자료분석 → 자료설계 → 결과발표
- ④ 문제의 제기 → 자료수집 → 마케팅 조사설계 → 자료분석 → 결과발표

41. 시장조사의 정의로 가장 옳은 것은?

- ① 기업의 일상 거래에서 얻어지는 정보를 규칙적으로 모으는 과정
- ② 특정 상품이나 서비스를 위한 시장의 크기, 위치, 구성 등을 정의, 분석하는 과정
- ③ 기업이 신속, 정확한 의사결정을 내리는 것을 돕기 위해 기업 내 · 외부의 정보를 수집, 활용할 수 있도록 관리하는 정보
- ④ 외부 환경 및 기업 내부로부터 정보를 수집, 처리하여 기업이 환경변화에 적절히 대응할 수 있는 의사결정 도구와 시스템

42. 다음에서 측정한 결과의 신뢰성(reliability)과 타당성(validity)을 올바르게 설명한 것은?

- 조사자는 A의 몸무게를 측정하기 위해 줄자를 이용하여 3회 측정, 동일한 결과값을 얻었다.
- ① 측정결과의 신뢰성과 타당성 모두 높다.
 - ② 측정결과의 신뢰성과 타당성 모두 낮다.
 - ③ 측정결과의 신뢰성은 낮고, 타당성은 높다.
 - ④ 측정결과의 신뢰성은 높고, 타당성은 낮다.

43. 다음 2차 자료의 종류 중 외부자료에 해당하는 것은?

- ㄱ. 정기간행물 ㄴ. 정부기관 간행물
ㄷ. 산업협회 간행물
- ① ㄱ
 - ② ㄴ
 - ③ ㄱ, ㄴ
 - ④ ㄱ, ㄴ, ㄷ

44. 설문지 문항 작성 시 개별 항목의 작성원칙으로 볼 수 없는 것은?

- ① 응답자들에 대한 가정이 내포되어야 한다.
- ② 가능한 한 쉽고 의미가 명확하게 구분되는 단어를 이용한다.
- ③ 하나의 항목으로 두 가지 내용의 질문을 하여서는 안 된다.
- ④ 다지선다형 응답에 있어서는 가능한 응답을 모두 제시해 주어야 한다.

45. 비확률표본추출법에 해당하는 것은?

- ① 군집표본추출법
- ② 층화표본추출법
- ③ 할당표본추출법
- ④ 단순무작위표본추출법

 전자문제집 CBT(App Store) :[\[다운로드\]](#)

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

46. 다음 중 전화조사를 적용하는데 가장 적합한 경우는?

- ① 그림이나 사진 등을 보고 평가하는 경우
- ② 신상품에 대한 브랜드 인지도를 조사할 경우
- ③ 응답자의 신체적 반응(표정, 몸짓 등)이 조사에 필요한 경우
- ④ 복잡한 내용을 듣는다거나 조사 항목이 많은 경우

47. 조사 의뢰인(client)이 지켜야 할 윤리에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 조사는 의사결정을 위한 정보를 추출하기 위해 실시되어야 한다.
- ② 실제로 조사를 의뢰할 생각 없이 단지 조사 회사의 제안서를 보기 위하여 제안서를 요구해서는 안 된다.
- ③ 의사결정을 이미 내린 상태에서 그 결정의 옳음을 확인하기 위한 증거를 갖기 위해 조사가 실시되어야 한다.
- ④ 특정 조사 회사를 미리 정해놓고 요건을 갖추기 위해 다른 회사에게 제안서를 제출하도록 해서는 안 된다.

48. 시장조사 시 자료 분석 과정에 해당하지 않는 것은?

- ① 편집(editing)
- ② 코딩(coding)
- ③ 통제(control)
- ④ 분석(analysis)

49. 다음에서 설명하고 있는 1차 자료 수집 방법은?

어떤 주제에 대한 응답자의 동기, 신념, 태도 등을 알아내기 위해 응답자가 자신의 느낌이나 믿음을 자세하게 표현하거나 자유롭게 이야기하도록 유도하는 방법으로 심도 깊은 질문을 할 수 있다는 장점이 있다.

① 심층면접법

② 우편조사법

③ 단어연상법

④ 인터넷 조사법

50. 마케팅 조사의 방법과 종류가 올바르게 연결된 것은?

① 탐색조사 - 횡단조사

② 기술조사 - 문헌조사

③ 인과조사 - 실험조사

④ 기술조사 - 사례조사

【3과목】 텔레마케팅관리 (25문제)

51. 직장 내 교육훈련(OJT)의 장점이 아닌 것은?

① 종업원의 동기부여에 기여할 수 있다.

② 상사와 부하 간의 이해와 협동심을 촉진시킬 수 있다.

③ 많은 종업원을 대상으로 동시에 체계적인 교육훈련이 가능하다.

④ 별도의 시설 없이 적은 비용으로 경제적인 교육훈련의 실시가 가능하다.

52. 개인 성과평가의 신뢰성과 공정성을 확보하기 위한 방법으로 옳지 않은 것은?

① 다면평가를 효율적으로 활용한다.

② 평가자에 대해 평가체계 평가기법 등의 종합적인 평가관련 교육을 강화한다.

③ 평가결과는 비공개로 하고 평가자와 피평가자 간의 면담을 통한 코칭을 활성화한다.

④ 피평가자가 평가결과에 불만이 있는 경우 이의제기를 할 수 있는 소통채널을 운영한다.

53. 리더십의 유형을 의사결정방식과 태도에 따라 구분할 때 의사결정방식에 따른 유형이 아닌 것은?

① 독재형 리더십

② 민주형 리더십

③ 자유방임형 리더십

④ 직무 중심형 리더십

54. 콜센터 조직의 구성 원칙과 거리가 먼 것은?

① 감독한계의 원칙: 콜센터 리더 한 사람이 직접 리더십을 발휘할 수 있는 상담원의 수에는 한계가 있다.

전문화의 원칙: 콜센터 조직의 구성원은 가능한 한 하나
② 의 특수한 전문화된 업무만을 담당할 때 효율성과 생산성이 더욱 향상될 수 있다.

책임과 권한의 원칙: 콜센터 내 조직원들에게 보다 명확
③ 한 업무분장과 수행에 따른 적절한 권한의 부여가 이루어져야 한다.

통일성의 원칙: 상담원은 라인에 따라 한 사람의 상사로
④ 부터 명령이나 지시를 받아야 업무지침의 혼란과 조직관리의 혼선을 방지할 수 있다.

55. 인바운드 텔레마케팅을 위해 활용되는 IVR의 기능으로 옳은 것은?

① 콜 수요 예측을 할 수 있다.

② 스케줄링에 필요한 정보를 제공한다.

③ 콜센터 시스템 증설 예측기능을 갖고 있다.

④ 상담사에게 업무별 특성에 맞도록 콜을 라우팅하는 기능을 갖고 있다.

56. 텔레마케팅에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 정보통신 기술을 활용한다.

② 시간을 효과적으로 관리하기 어렵다.

③ 훈련받은 인적자원에 의해 이루어진다.

④ 기업의 마케팅 활동에 다양하게 사용될 수 있다.

57. 다음 중 텔레마케팅을 구성하는 요소와 가장 거리가 먼 것은?

① 콜센터

② 모니터링

③ 스크립트

④ 데이터베이스

58. 조직의 성과에 영향을 미치는 채용, 성과평가, 임금, 교육훈련 등 인적자원관리 기능에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 성과평가는 구성원의 보상, 동기부여, 능력개발에 결정적인 역할을 한다.
- ② 시간급제는 성과에 상관없이 일정 시간에 따라서 구성원들에게 임금을 지급하는 방식이다.
- ③ 감수성훈련은 구성원의 과업수행과정에서 성과를 높이기 위한 지식과 기술, 기법에 관한 교육훈련이다.
- ④ 조직의 경영혁신과 관련하여 우수한 인력을 채용하기 위해 모집과 선발과정에서 지원자의 능력이 강조되고 있다.

59. 다음이 설명하고 있는 콜센터 리더의 유형은?

텔레마케터와 훌륭한 신뢰관계가 형성되어있으며, 자발적인 활동을 허용하며 중요역할을 책임지도록 하며 더 많은 경험을 축적하도록 이끌어간다.

- ① 지시형 리더
- ② 위양형 리더
- ③ 지원형 리더
- ④ 참가형 리더

60. 다음 중 텔레마케팅에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 텔레마케팅은 고객의 현재가치를 중시한다.
- ② 텔레마케팅은 시간, 공간, 거리의 장벽을 극복한다.
- ③ 데이터베이스와 결합된 정보통신기술을 이용하여 비즈니스 제품과 서비스를 촉진시킨다.
- ④ 잘 계획되고 조직 관리된 마케팅 프로그램의 일종으로 정보통신 기술을 활용하는 마케팅이다.

61. 인바운드 콜 처리 품질에 직접적인 영향을 미치는 요소가 아닌 것은?

- ① 콜센터 위치
- ② 콜 처리 평균시간 수준
- ③ 콜 상담 인력 투입 정도
- ④ 콜 처리 시스템 접근 수준

62. 텔레마케터의 통화품질 평가 시 고려사항이 아닌 것은?

- 텔레마케터의 통화품질을 평가할 때는 인바운드와 아웃바운드를 구분하지 않고 텔레마케터의 개인적 품성 중심으로 평가한다.
- ② 인바운드 업무와 아웃바운드 업무를 중심으로 평가목적, 평가방법, 평가 체크포인트를 달리해야 한다.
- 인바운드 텔레마케팅에서는 텔레마케터의 인성, 전화 받기 태도, 음성, 발성의 진지함과 정밀성, 인내력 정도를 중심으로 평가한다.
- 아웃바운드에서는 진취적 성격, 제품 또는 서비스에 대한 전문지식의 전달, 고객설득 능력, 상황대응 능력을 평가한다.

63. 콜센터 구성원과 그 역할에 대한 설명이 틀린 것은?

- ① 센터장: 콜센터 전체 관리 책임자
- ② 슈퍼바이저: 콜센터 실무 진행의 책임자
- ③ 품질관리자: 콜센터 업무 교육 훈련 책임자
- ④ 상담원: 콜센터 업무를 실제 수행하는 상담원

64. 구성원들을 기업의 자원으로 인식하고 비교경쟁우위요소로 강조하는 인적자원관리의 내용에 포함되지 않는 것은?

- ① 풍부한 재무자원 확보
- ② 유능한 인력자원 확보
- ③ 구성원의 잠재능력 개발
- ④ 구성원들의 활용과 보존

65. 텔레마케터 전문 인력채용 시 면접기준으로 옳지 않은 것은?

- ① 청취, 이해력
- ② 학력, 경제력
- ③ 품성, 조직 적응력
- ④ 음성표현, 구술능력

66. 인사고과 과정에서 발생하는 오류로서 평가자가 가진 고정관념으로 피평가자에 대한 편견에 근거하여 개인을 평가하는 오류는?

- ① 향상오류
- ② 후광효과
- ③ 상등오류
- ④ 대비오류

67. 리더십 이론에 관한 설명으로 옳은 것은?

- ① 특성이론(trait theory)에 의하면, 리더는 리더십 행사에서 상황의 영향을 받을 수 있음을 제시한다.
- ② 피들러(Fiedler)의 상황이론에서는 리더십의 상황요인으로 리더-구성원 관계, 과업구조, 리더의 직위권한을 제시하고 있다.
- ③ 경로-목표이론(path-goal theory)에서는 의사결정 상황에 따라 리더의 의사결정 유형을 달리하는 의사결정나무(decision tree)를 제시하고 있다.
- ④ 관리격자(manual grid) 이론에 의하면, 중간관리자에게 가장 적절한 리더십 유형은 중간형(5, 5)이다.

68. 변화적 리더십의 예로 볼 수 없는 것은?

- ① A는 어떤 장애물도 스스로의 능력으로 극복할 수 있다고 나를 신뢰한다.
- ② B는 내가 고민해온 고질적인 문제를 새로운 관점에서 생각해볼 수 있게 해준다.
- ③ C는 내가 필요한 경우 나를 코치해준다.
- ④ D는 내가 실수를 저질렀을 때만 관여한다.

69. 사전에 준비를 철저히 하여 고객과의 대화 방식을 1:1방식으로 실제처럼 연습하는 것으로 상담원이 무의식적으로 사용하는 나쁜 말이나 주의점을 찾아내 상황 대응 능력을 제고할 수 있고 상담 실무 적응력을 높이는 데 사용되는 훈련 방법은?

- ① 질의응답(Q&A)
- ② 데이터시트(Data Sheet)
- ③ 스크립트(Script)
- ④ 역할연기(Role Play)

70. 스크립트에 대한 설명으로 틀린 것은?

- ① 텔레마케팅 활동 시 고객과의 대화를 원활히 진행하기 위해 사전에 작성한 대본이다.
- ② 인바운드, 아웃바운드와 관계없이 고객의 상황에 따라 탄력적으로 대응할 수 있도록 융통성 있게 구성해야 한다.
- ③ 텔레마케팅을 실시할 때 스크립트에 대한 사전 테스트는 필요하지 않다.
- ④ 텔레마케터와 고객이 유연하게 대화할 수 있도록 흐름이 자연스러워야 한다.

71. 텔레마케터의 상담품질 관리를 위해 모니터링 평가와 코칭 업무를 담당하는 사람을 표현하는 용어는?

- ① QC(Quality Control)
- ② ATT(Average Talk Time)
- ③ CMS(Call Management System)
- ④ QAA(Quality Assurance Analyst)

72. 콜센터 문화에 영향을 미치는 개인적 요인에 해당하지 않는 것은?

- ① 직업관
- ② 사명감
- ③ 근무만족도
- ④ 근로 급여조건

73. 스트레스는 내부적, 외부적 요인으로 구분할 수 있다. 다음 중 스트레스의 내부적 요인에 해당하지 않는 것은?

- ① 성격 요인
- ② 화학적인 자극
- ③ 정신적인 자극
- ④ 신체 피로적인 자극

74. 기업이 미래에 인적자원의 양과 질을 효과적으로 충당할 수 있도록 미리 계획을 수립하는 과정인 인적자원계획의 단계에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- 실행계획 수립: 내부인력 공급원이 인력수요를 초과하는 경우 조기은퇴, 근무시간 감소 등 인력감축 대책을 마련한다.
- ② 차이측정: 인력수요와 인력공급 간의 차이를 측정하고 그 차이에 대한 구체적인 대응책을 수립한다.
- 내부인력공급 예측: 1차공급원은 외부인력이며 외부인력 공급원이 인력수요를 충족하지 못할 경우 2차적으로 내부인력 공급원으로부터 인력을 충원한다.
- 인력수요 예측: 조직의 목적을 달성하는데 필요한 인력을 경영 각 분야별로 나누고 필요인력의 기술과 능력을 나누며 직급, 기능, 기술별 인력수요를 구체화한다.

75. 다음이 설명하는 문화현상은 무엇인가?

콜센터 조직이 점차 커지고 활성화됨에 따라 상담원들이 근무하기를 원하는 업종이나 기업의 콜센터는 그 운영의 효율성과 생산성이 배가되는 반면, 그렇지 못한 콜센터는 상담원의 기피, 집단이탈, 인력채용과 운영효율의 저하를 초래하여 급기야는 콜센터를 관리하는 슈퍼바이저나 매니저 등 자기 역할의 한계를 느낌에 따라 콜센터 조직의 와해를 빚게 되는 현상

- ① 철새동지
- ② 콜센터 심리공황
- ③ 한우리 문화
- ④ 콜센터 바이러스

【4과목】 고객응대 (25문제)

76. 사람들은 이야기를 들은 후 10분이 경과하면, 들은 내용의 50% 정도만 기억한다고 한다. 이때 효과적인 의사소통을 위한 경청의 방법과 가장 거리가 먼 것은?

- ① 말하는 사람에게 동화되도록 노력한다.
- ② 말하는 사람의 메시지에 관심을 집중한다.
- ③ 전달되는 과정에서 산만해질 수 있는 요소는 제거한다.
- ④ 전달하는 메시지의 듣고 싶은 부분만 적당하게 들을 수 있도록 한다.

77. 개인정보보호법 상 개인정보처리자가 개인정보를 수집 · 이용할 수 있는 경우로 볼 수 없는 것은?

- ① 정보주체의 동의를 받은 경우
- ② 법률에 특별한 규정이 있거나 법령상 의무를 준수하기 위하여 불가피한 경우
- ③ 공공기관이 법령 등에서 정하는 소관 업무의 수행을 위하여 불가피한 경우
- ④ 정보가 아니더라도 명백히 정보 주체의 재산의 이익을 위하여 필요하다고 판단하는 경우

78. 개인정보보호법 상 정보주체의 권리로 볼 수 없는 것은?

- ① 개인정보의 처리에 관한 정보를 제공받을 권리
- ② 개인정보의 처리 정지, 정정 · 삭제 및 파기를 요구할 권리
- ③ 개인정보에 대하여 열람(사본의 발급은 제외한다)을 요구할 권리
- ④ 개인정보의 처리로 인하여 발생한 피해를 신속하고 공정한 절차에 따라 구제받을 권리

79. CRM(Customer Relationship Management)의 필요성이 증대된 원인으로 볼 수 없는 것은?

- ① 고객 충성도 증가
- ② 고객의 생활방식 변화
- ③ 고객 커뮤니케이션 변화
- ④ 고객의 지식화와 기대수준 상승

80. 불만족한 고객의 상담 시 요구되는 상담기법과 거리가 먼 것은?

- ① 참을성 있게 공감적 경청을 한다.
- ② 차분하게 목소리를 상대적으로 낮춘다.
- ③ 고객 불만을 제거하기 위해 감정에 호소한다.
- ④ 가능한 문제해결 방법 중에서 최선을 다하고 있음을 전달한다.

81. 합리적인 행동스타일을 가진 고객을 상담할 때 가장 적합한 상담 기술은?

- ① 상담 시 말의 속도와 흥분 정도를 고객과 맞추어야 한다.
- ② 고객이 힘있는 어조를 보이므로 방어적으로 반응하는 것은 좋지 않다.
- ③ 고객이 개인정보를 주지 않으려고 하므로 사무적인 대화부터 시작하는 것이 좋다.
- ④ 고객이 의사표현을 간략하게 하므로 정보를 이끌어내기 위해 개방형 질문을 사용한다.

82. 효과적으로 고객불만 및 VOC를 처리하였을 때 얻을 수 있는 이점으로 볼 수 없는 것은?

- ① 고객 유지율 증가
- ② 제품 마케팅 비용 감소
- ③ 신뢰성 상승으로 인한 홍보효과
- ④ 법적 처리비용 등 사후처리 비용 감소

83. 다음은 고객 상담 유형 중 표현적(expressive)인 고객의 특징이다. 이에 적합한 고객상담 전략과 가장 거리가 먼 것은?

- 친근감 있고 긍정적인 태도를 보임
- 열정적이며, 활발하게 말하거나 몸짓을 사용함
- 미소를 띠며 개방적인 신체언어를 사용함
- 말할 때 가깝게 접근하거나 접촉함

① 개방형 질문을 하고 친숙하게 접근하여야 한다.

② 고객의 생각에 공감하면서 긍정적인 피드백을 주어야 한다.

③ 고객의 질문에 직접적이고, 간결하며 사실적인 대답만 하여야 한다.

④ 제품이나 서비스가 어떻게 고객의 욕구를 충족시켜줄 수 있는지 설명하여야 한다.

84. 고객생애가치(life time value)에 관한 설명으로 옳은 것은?

① 특정 회사의 제품 또는 서비스를 처음 구매하거나 요청한 기간을 말한다.

② 처음으로 자사 제품 또는 서비스를 구입한 때부터 고객이 사망하는 시점까지의 기간을 말한다.

③ 특정 회사의 제품 또는 서비스를 구매한 날로부터 최종 반품처리한 날까지의 순이익가치를 말한다.

한 고객이 한 기업에 최초로 가입한 날(또는 최초거래일)로부터 현재까지 누적적으로 그 기업에 기여해준 순이익가치를 말한다.

85. 일반적인 인바운드 텔레마케팅의 상담절차로 옳은 것은?

① 상담준비 → 고객니즈 파악 → 전화응답 → 문제해결 → 동의와 확인 → 종결

② 상담준비 → 전화응답 → 고객니즈 파악 → 문제해결 → 동의와 확인 → 종결

③ 상담준비 → 전화응답 → 동의와 확인 → 문제해결 → 종결 → 고객니즈 파악

④ 상담준비 → 동의와 확인 → 전화응답 → 문제해결 → 종결 → 고객니즈 파악

86. 다음 중 빅데이터 수집 방법 중 크롤링(crawling)과 가장 관련 있는 것은?

① 웹 로봇(web robot)

② 웹 로딩(web loading)

③ 웹 블로그(web blog)

④ 웹 로그 데이터(web log data)

87. 의사소통(communication)에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 욕구 충족을 위한 인간의 행동이다.

② 특정대상에게 구체적인 정보나 감정을 전달하는 것이다.

③ 의사소통의 방법에는 언어적 방법과 비언어적 방법이 있다.

④ 의사소통의 과정은 의사표현 → 반응 → 부호화 → 해독의 순서로 이루어진다.

88. 경청의 방해요인을 상담사의 개인적 요인과 외부 환경요인으로 구분할 때 개인적 요인이 아닌 것은?

① 편견

② 잡념

③ 신체상태

④ 사무실 집기 소음

89. CRM 변천과정에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 고객이 수동적 · 선택적 구매자에서 능동적 구매자로 변화되었다.

② 고객관리가 영업과 판매부서 위주에서 전사적 관리로 변화되었다.

③ 고객과의 관계가 일시적인 관계에서 장기적인 관계로 변화되었다.

④ 고객과의 관계가 개별고객과 쌍방향 의사소통에서 그룹화된 고객과의 일방적 관계로 변화되었다.

90. 텔레마케팅을 통한 효과적인 잠재고객의 신규 · 고정 고객화 방법으로 옳지 않은 것은?

① 고객정보를 근거로 의도적으로 접근하여 강압적으로 전화를 한다.

② 고객의 성향별로 차별화 전략을 세우고 지속적으로 특별 관리한다.

③ 잠재고객과 지속적인 유대관계를 갖기 위해 고객에게 필요한 정보를 제공한다.

④ 관심이 있고 이용 가능성이 높은 고객을 대상으로 집중 접촉하거나 설득한다.

91. 빅데이터의 특징으로 옳지 않은 것은?

① 빅데이터는 데이터의 형식이 단일하다.

② 빅데이터는 데이터의 양이 방대하다.

③ 빅데이터는 생성속도가 매우 빠르다.

④ 빅데이터는 데이터 처리 방식에 있어 새로운 관리 및 분석방법을 요구한다.

92. 빅데이터에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 빅데이터를 활용한 고객관계관리(CRM)는 새로운 경제적 효과를 창출할 것으로 기대된다.
- ② 세계 각국의 정부와 기업들은 빅데이터가 향후 국가와 기업의 성패를 가름할 새로운 경제적 가치의 원천이 될 것으로 기대하고 있다.

빅데이터는 거대한 데이터의 집합으로 양적인 의미뿐만 아니라 데이터 분석과 활용을 포괄하는 개념으로서 새로운 가치를 창출하는 데 한계가 있다.

- ④ 빅데이터는 미래 국가경쟁력에 큰 영향을 미칠 것으로 예측되며 국가적으로는 안전을 위협하는 글로벌 요인 등에 대응하기 위해 우선적으로 도입되고 있다.

93. 고객의 구체적인 욕구를 알아내기 위한 상담원의 태도와 거리가 먼 것은?

- ① 고객의 질문에 대해 긍정적인 태도로 답변하며 원하는 바를 파악해야 한다.
- ② 필요시 고객의 과거데이터를 참고하여 더 나은 서비스를 제공해야 한다.
- ③ 고객이 요구하는 바를 명확히 파악하기 위해 추가질문을 해야 한다.

④ 고객이 원하는 바를 빠르게 처리하기 위해 경청보다 욕구 해결에 중점을 두어야 한다.

94. 의사소통의 장애요인을 발신자, 수신자, 상황에 따라 구분할 때 수신자에 의한 의사소통 장애요인에 해당하지 않는 것은?

- ① 선입견
- ② 선택적인 청취
- ③ 속단적 평가 경향
- ④ 목적 · 목표의식 부족

95. 다음 중 운영CRM시스템에 포함되지 않는 것은?

- ① 고객상호작용센터
- ② 영업자동화시스템
- ③ 마케팅자동화시스템
- ④ 고객서비스자동화시스템

96. 다음 중 비언어적 의사소통 도구에 해당하지 않는 것은?

- ① 미소
- ② 대화
- ③ 목소리
- ④ 얼굴표정

97. 고객행동스타일에 따른 고객의 유형 중 단호한 형의 특징으로 볼 수 있는 것은?

- ① 자발적인 감정표현이 없다.
- ② 자신의 의견을 말하기보다는 질문을 한다.
- ③ 친근감 있고 긍정적인 태도를 보여준다.
- ④ 즉각적인 결과 혹은 즉각적인 욕구충족을 원한다.

98. CRM의 목적에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 고객분석을 통해 마케팅 전략을 효율적으로 하기 위해
- ② 고객유지율을 증가시키고, 고객의 수를 확대하기 위해
- ③ 생산지향적 전략으로서 기업의 수익성을 증대시키기 위해
- ④ 차별화된 맞춤서비스를 제공함으로써 고객만족도를 향상시키기 위해

99. CRM의 발전단계를 도입준비, 도입, 확산, 통합의 4단계로 구분할 때 CRM시스템 구축과 기업전략을 중심으로 고객을 관리하는 단계는?

- ① CRM 도입준비
- ② CRM 도입
- ③ CRM 확산
- ④ CRM 통합

100. 고객이 조직의 어떤 일면과 접촉하는 접점으로서 서비스를 제공하는 조직과 그 품질에 대해 어떤 인상을 받는 순간이나 접점을 의미하는 용어는?

- ① MOT
- ② RFM
- ③ ERP
- ④ ACR