2022년04월24일년 텔레마케팅관리사 필기시험 기출문제 답안

【1과목 : 25문제】 판매관리	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	④	②	②	③	①	②	④	④	①	④
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	③	②	④	③	④	①	③	②	②	①
	21	22	23	24	25					
	①	③	④	③	④					

【2과목 : 25문제】 시장조사	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
	③	②	④	②	②	②	②	④	④	③
	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
	④	④	③	④	②	④	③	②	④	②
	46	47	48	49	50					
	①	②	④	③	②					

【3과목 : 25문제】 텔레마케팅관리	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
	①	④	④	④	②	③	③	②	④	②
	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
	②	①	④	④	④	③	①	④	①	④
	71	72	73	74	75					
	④	①	①	④	④					

【4과목 : 25문제】 고객응대	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85
	②	②	①	④	①	④	④	①	④	④
	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95
	②	①	①	②	④	③	③	③	③	③
	96	97	98	99	100					
	②	①	①	②	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.

CBT 기출문제

전자문제집 CBT

빠르고 효과적으로 배워 시험 합격을 노려라!

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

【1과목】 판매관리 (25문제)

1. 포지셔닝(Positioning)에 관한 설명 중 틀린 것은?

① 제품 위주의 포지셔닝 맵, 소비자의 지각을 통해 작성하는 인지도 등이 있다.

② 소비자의 마음 속에 내재되어 있는 자사 제품과 경쟁회사 제품들의 위치를 2차원이나 3차원의 도면에 작성한 것이다.

③ 기업이 시장세분화를 기초로 한 시장 분석, 고객 분석, 경쟁 분석 등을 바탕으로 전략적 위치를 계획하는 것이다.

❹ 전략수립의 절차는 “자사 제품의 포지셔닝개발→재포지션닝→자사와 경쟁사의 제품 포지션 분석”이다.

2. 인바운드 마케팅에 활용되는 기술 중에서 다음 설명에 해당하는 것은?

> 콜센터의 핵심요소인 컴퓨터와 전화 시스템을 통합하는 것이다.

① VOC(Voice of Customer)

❷ CTI(Computer Telephony Integration)

③ CRM(Customer Relationship Management)

④ DMB(Digital Multimedia Broadcasting)

3. 다음 중 무점포 소매점의 형태로 볼 수 없는 것은?

① 홈쇼핑

❷ 편의점

③ 방문판매

④ 텔레마케팅

4. 마케팅에서 판매촉진 비중이 증가하게 된 주요 원인이 아닌 것은?

① 광고노출 효과

② 소비자 가격 민감도

❸ 기업 간 경쟁의 완화

④ 기업 내 판매성과 측정

5. 다음 중 시장 세분화의 지리적 변수가 아닌 것은?

❶ 광고노출 효과

② 소비자 가격 민감도

③ 기업 간 경쟁의 완화

④ 기업 내 판매성과 측정

6. 다음 중 전체시장을 대상으로 하지 않고 소비자 특성에 맞게 세분화한 소비자 집단만의 욕구에 대응하는 마케팅 방법은?

> 부하의 복지와 안락에 관심을 두며 지원적 분위기 조성에 노력하고, 구성원 간의 만족스러운 인간관계 발전을 강조한다.

① 대중 마케팅(Mass Marketing)

❷ 표적 마케팅(Target Marketing)

③ 일반 마케팅(General Marketing)

④ 스폰서십 마케팅(Sponsorship Marketing)

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

① 핵심제품(core product)

② 유형제품(tangible product)

③ 확장제품(augmented product)

❹ 소비제품(consumer product)

8. 소비재 중 전문품의 특성이 아닌 것은?

① 제품이 가지는 전문성이나 독특한 성격이 있고 브랜드 인지도가 높다.

② 소비자는 자기가 원하는 상표를 찾아내기 위해 쇼핑에 많은 노력을 기울인다.

③ 생산자가 대부분의 촉진부담을 가진다.

❹ 가격에 대해서 탄력적이며 구매 전 지식이 적다.

9. 다음 중 가격을 결정할 때 비교적 고가의 가격이 적합한 경우가 아닌 것은?

❶ 수요의 가격 탄력성이 높을 때

② 진입장벽이 높아 경쟁기업의 진입이 어려울 때

③ 규모의 경제효과를 통한 이득이 미미할 때

④ 높은 품질로 새로운 소비자층을 유인하고자 할 때

10. 제품수명주기의 단계별 특징과 마케팅이 전략에 관한 설명으로 틀린 것은?

① 도입기 : 판매가 완만하게 상승하나 수요가 적고 제품의 원가 또한 높다.

② 성장기 : 경쟁제품과 모방제품 및 개량제품 등이 나타난다.

③ 성숙기 : 이미지 광고를 통한 제품의 차별화를 시도한다.

❹ 쇠퇴기 : 제품의 수를 확대하거나 재활성화(revitalization)를 시도한다.

11. 다음 중 시장 세분화의 장점이 아닌 것은?

① 마케팅 믹스를 효과적으로 조합하여 활용할 수 있다.

② 시장 수요의 변화에 신속하게 대처할 수 있다.

❸ 다양한 특성을 지닌 전체 시장의 욕구를 모두 충족시킬 수 있다.

④ 세분시장의 욕구에 맞는 시장 기회를 비교적 쉽게 찾아낼 수 있다.

12. 다음 중 아웃바운드 텔레마케팅에 해당되지 않는 것은?

① 대금 회수

❷ 고객의 불만접수

③ 해피콜

④ 계약 갱신

13. 시장 세분화를 위하여 고객을 분류하는 방법으로 옳은 것은?

① 소득수준으로 분류해야 하며, 그 외의 다른 분류는 유용하지 않다.

② 나이, 성별에 따라 분류해야 하며, 그 외의 다른 분류는 유용하지 않다.

③ 과거의 구매성향(구매시기, 구매량, 구매빈도)으로 분류해야 하며, 그 외의 다른 분류는 유용하지 않다.

❹ 인구통계, 생활양식(Life Style), 제품의 혜택추구 선호 등 다양한 방법으로 고객을 분류할 수 있다.

14. RFM 모델에 대한 내용이 아닌 것은?

① recency : 얼마나 최근에 자사 제품을 구입했는가

② frequency : 얼마나 자주 자사 제품을 구입하는가

❸ reflection : 얼마나 자사 제품생산에 영향을 끼치는가

④ monetary : 제품구입에 어느 정도의 돈을 쓰고 있는가

15. CRM 고객데이터 중에서 회사에 리스크를 초래하였거나 신용상태, 가입자격 등이 미달되는 고객을 의미하는 것은?

① 비활동 고객

② 로열티 고객

③ 잠재 고객

❹ 부적격 고객

16. 일반적인 아웃바운드 텔레마케팅 도입절차를 순서대로 올바르게 나열한 것은?

A. 표준 스크립트 작성 및 교육훈련 개시
B. 목표고객 확보 및 리스트 준비
C. 효과측정 및 데이터베이스 기록, 유지
D. 텔레마케터 선발 또는 대행 계약 체결
E. 아웃바운드 업무개시

❶ B→D→A→E→C

② D→E→A→B→C

③ A→B→C→D→E

④ E→B→D→A→C

17. 포지셔닝에 대한 설명 중 틀린 것은?

① 표적시장에서 차별적 위치를 차지하기 위해 자사제품이나 기업의 이미지를 설계하는 행위이다.

② 포지셔닝에서 활용되는 “차별점(POD)”은 소비자들이 특정 브랜드와 관련하여 연상하는 차별적인 긍정적 속성이나 편익을 말한다.

❸ 기업이 브랜드에 대한 다양한 주장을 할수록 확실한 포지션을 얻기 유리하다.

④ 성공적 차별화를 위해서는 전달성, 선점성, 가격 적절성, 수익성 등을 고려해야 한다.

18. 아웃바운드 텔레마케터의 판매관리 범위에 대한 설명으로 틀린 것은?

① 판매촉진 : 카탈로그, DM발송, email 마케팅 등의 활동

❷ 시스템관리 : 컴퓨터, 전화, 전산시스템관리 등의 활동

③ 고객관리 : 고객 분류, 고객니즈별 구매행위 분석, 고객상담 관리 등의 활동

④ 판매준비 : 판매전략 수립, 고객데이터 준비, 상담원 교육, 광고, 안내 준비 등의 활동

19. 일반적으로 가장 많이 사용되며, 제품 원재료 가격에 일정 이익을 가산하여 제품의 가격을 결정하는 것은?

① 관습적 가격 결정법

❷ 원가가산 가격 결정법

③ 경쟁입찰 가격 결정법

④ 투자수익률기준 가격 결정법

20. 다음에서 설명하는 점포 형태는?

> 한정된 상품군을 깊게 취급하고 저렴한 가격으로 판매하며, 전문할인점이라고도 한다.

❶ Category Killer
② Department Store
③ Supermarket
④ Drug Store

21. 고객서비스 지향적 인바운드텔레마케팅 도입시의 점검사항이 아닌 것은?

❶ 목표고객의 리스트
② 고객정보의 활용 수준
③ 성과분석과 피드백
④ 소비자 상담창구 운영 능력

22. 판매촉진 전략에 대한 설명 중 틀린 것은?

① 상품에 따라 촉진믹스의 성격이 달라진다.
② 광고는 비인적 대중매체를 활용하는 촉진수단이다.
❸ 불황기에는 촉진 활동의 효과가 없다.
④ 촉진의 본질은 소비자에 대한 정보 전달에 있다.

23. 다음 중 인바운드 텔레마케팅 업무가 아닌 것은?

① 신속한 전화응대
② 통화량 증감에 따른 대책
③ 통화 종료 후 적절한 사후처리
❹ 주목성을 고려한 카탈로그 선정

24. 제품이나 서비스의 가격을 결정할 때 상대적인 저가전략이 적합하지 않은 경우는?

① 시장수요의 가격탄력성이 높을 때
② 소비자들의 본원적인 수요를 자극하고자 할 때
❸ 가격에 민감하지 않은 혁신 소비자층을 대상으로 할 때
④ 원가우위를 확보하고 있어 경쟁기업이 자사 제품의 가격만큼 낮추기 힘들 때

25. 다음 중 마케팅믹스의 구성요소(4P)에 해당하지 않는 것은?

① 유통
② 가격
③ 제품
❹ 고객

【2과목】 시장조사 (25문제)

26. 다음 중 자료 측정 시 타당성을 향상시키는 방법이 아닌 것은?

① 엄격한 개념정의를 하고 대상을 정확히 측정한다.
② 항목들의 의미가 조사자와 응답자 간에 정확한 의사소통이 되도록 신중을 가한다.
❸ 전문적인 1개의 척도만을 사용하여 측정대상의 집중 타당성을 평가한다.
④ 척도 개발 시 측정 대상을 명확히 이해하는 사람에게 맡겨서 내용 타당성을 높인다.

27. 다음 중 전화조사자로 가장 적합하지 못한 유형은?

① 자발적인 사람
❷ 배타적이고 비판적인 사람
③ 친근하고 지식이 풍부한 사람
④ 겸손하며 신뢰할 수 있는 영리한 사람

28. 응답자들이 전화조사에 응대하는 심리적인 동기요인이 아닌 것은?

① 자신의 의견이나 식견을 표현하고 싶은 욕망
② 사람들과 주고받는 교섭을 즐기는 심리
③ 면접자를 돕고 싶은 이타적인 심리
❹ 사생활 침해에 대한 오인과 자기방어 욕구

29. 다음 중 우편조사의 응답률에 미치는 영향이 가장 미미한 것은?

① 응답집단의 동질성
❷ 응답자의 거주 지역
③ 응답에 대한 동기부여
④ 연구 주관기관 및 지원단체의 성격

30. IMF 이전 특성 의류브랜드 구매액수에 대한 조사, IMF 이후 특정 의류브랜드 구매액수에 대한 조사를 통해 변화를 분석하고자 할 때 가장 적합한 조사 방법은?

① 실험조사 방법
❷ 종단적 조사 방법
③ 횡단적 조사 방법
④ 시장조사 방법

31. 시장조사를 하고자 할 때 모집단으로부터 집적적으로 정보를 입수하는 조사방법은?

① 부분조사
❷ 전수조사
③ 표본조사
④ 층별조사

32. 다음 1차자료와 2차자료를 비교한 표에서 ()에 모두 적합한 것끼리 짝지어진 것은?

구분	1차자료	3차자료
수집목적	당면한 조사문제 해결	다른 조사문제 해결
수집과정	(A)	(B)
수집비용	고비용	저비용
수집기간	(C)	(D)

① A : 저관여, B : 고관여, C : 장기, D : 단기
❷ A : 고관여, B : 저관여, C : 장기, D : 단기
③ A : 저관여, B : 저관여, C : 단기, D : 장기
④ A : 고관여, B : 고관여, C : 단기, D : 장기

33. 인터넷의 장점을 활용한 온라인 여론조사 방법의 특징이 아닌 것은?

① 전화조사보다 대규모 표본추출이 용이하다.
② 전화조사보다 저렴한 비용으로 신속하게 조사할 수 있다.
③ 통계처리 프로그램과 연결하여 실시하는 경우 결과분석이 용이하다.
❹ 전화조사보다 표본의 대표성이 보장된다.

34. 인과관계를 설정하는 기준으로 적절하지 않은 것은?

① 변인의 중요도
② 연구범위의 제한
③ 결정적 원인
❹ 인과관계의 순환

35. 텔레마케터가 전화조사를 할 때 응답자가 대답을 회피하거나 답하기 곤란해 할 수 있는 경우가 아닌 것은?

① 응답자가 경험한 적 없거나 오래되어 기억하기 어려운 경우
② 텔레마케터가 너무 사무적이거나 불친절한 경우
❸ 합법적인 목적이나 취지가 담긴 경우
④ 사회적으로 무리가 있는 민감한 정보를 질문하는 경우

36. 다항선택식 질문(복수응답)의 설문조사 작성 시 주의할 점이 아닌 것은?

① 선택 항목은 논리적이어야 한다.
② 선택 항목은 하나의 차원에서 제시되어야 한다.
③ 각각의 선택 항목이 너무 유사하거나 같으면 좋지 않다.
❹ 선택 항목은 서로 배타적이지 않으며 구체적이어야 한다.

37. 다음 2차자료의 종류 중에서 외부자료에 해당하는 것만을 모두 고른 것은?

ㄱ. 정기 간행물
ㄴ. 정부기관 간행물
ㄷ. 산업협회 간행물

① ㄱ
② ㄴ
③ ㄱ, ㄴ
❹ ㄱ, ㄴ, ㄷ

38. 다음에서 설명하는 표본추출 방법은?

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

① 할당표본추출법(quota sampling)
② 판단표본추출법(judgment sampling)
❸ 눈덩이표본추출법(snowball sampling)
④ 편의표본추출법(convenience sampling)

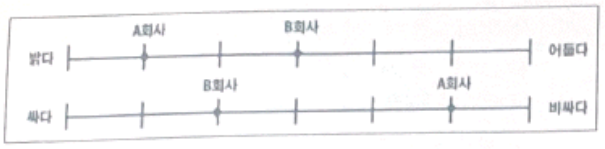
39. 다음 문항에 대한 측정방법은?

[질의]
뱅킹 서비스 방식에 대한 당신의 선호도를 알기 위한 질문입니다. 가장 선호하는 방식은 1을, 다음으로 선호하는 방식은 2로 표시함으로써 각각의 서비스 방식에 대한 순위를 정해주시기 바랍니다.

[답변]
은행 창구 ( ) ATM ( )
온라인뱅킹 ( ) 우편뱅킹 ( )
텔레폰뱅킹 ( )

① 비율수준의 측정
② 등간수준의 측정
③ 명목수준의 측정
❹ 서열수준의 측정

40. 다음과 같이 척도의 양 극점에 서로 상반되는 형용사나 표현을 붙이고, 요인분석 등과 같은 다변량 분석에 적용이 용이하도록 자료를 이용하는 척도법은?



① 거트만 척도법(guttman scale)
❷ 어의 차이 척도법(semantic differential scale)
③ 리커트 척도법(likert scale)
④ 서스톤 척도법(thurstone scale)

41. 사용하고자 하는 표본추출법을 결정한 후 표본 크기를 결정할 때의 고려사항 중 틀린 것은?

① 조사자가 표본을 통해 얻은 통계량에 대한 표본오류가 적은 것을 원한다면 표본의 크기를 크게해야 한다.
② 조사자가 통계량을 바탕으로 투정한 신뢰구간에 더욱 확신과 신뢰를 갖고자 한다면 표본의 크기를 크게해야 한다.
③ 표본의 크기가 커질수록 시간과 비용이 상승하므로 조사에서 사용 가능한 예산 범위를 고려하여 표본의 크기를 정해야 한다.
❹ 조사자가 밝히고자 하는 모수에 대한 모집단 내 차이가 미비하고 유사한 특징을 보인다면 표본의 크기를 더욱 크게하여 정확성을 높여야 한다.

42. 조사의뢰인(client)이 지켜야 할 윤리에 대한 설명 중 틀린 것은?

① 조사는 의사결정을 위한 정보를 추출하기 위해 실시되어야 한다.
② 실제 조사를 의뢰할 생각 없이 단지 조사회사의 제안서를 보기 위해 제안서를 요구해서는 안 된다.
❸ 의사결정을 이미 내린 상태에서 그 결정이 올바름을 확인하기 위한 증거를 확보하고자 조사가 실시되어야 한다.
④ 특정 회사를 미리 정해놓은 후 요건을 갖추기 위해 다른 회사에게 제안서를 제출하라고 요구해서는 안 된다.

43. 질문지를 구성하는 일반적인 방법이 아닌 것은?

① 첫 번째 질문은 쉽게 응답할 수 있고 흥미를 유발할 수 있는 것으로 한다.
❷ 응답자에게 인적사항 질문을 우선적으로 하여 긴장을 풀도록 유도하는 것이 좋다.
③ 질문항목 간의 연계 및 관계를 고려하여 질문한다.
④ 응답자가 심사숙고를 해야 하는 질문은 가능하면 뒤쪽에 하는 것이 좋다.

44. 조사자가 응답자에 대해 지녀야 할 사항으로 틀린 것은?

① 조사를 통해 모아진 응답자들의 개인 자료를 함부로 사용하거나 공개해서는 안된다.
② 응답자가 조사에 참여하는 동안 신체적, 심리적으로 해로운 상황이 없도록 해야 한다.
③ 조사자는 응답자에게 조사의 참여 여부를 강요하지 않고 응답자가 스스로 경정하도록 해야한다.
❹ 특수성이 있는 경우에는 응답자가 참여하는 조사의 목적과 정보를 제공하는 곳 등을 알려주지 않아도 된다.

45. 확률표본추출방법과 비교한 비확률표본추출 방법의 특징이 아닌 것은?

① 시간과 비용이 적게 든다.
❷ 표본오차의 추정이 가능하다.
③ 인위적 표본추출이 가능하다.
④ 연구대상이 표본으로 추출될 확률이 알려져 있지 않다.

46. 다음 중 마케팅조사 과정이 순서대로 올바르게 나열된 것은?

ⓐ 문제의 제기	ⓑ 자료 수집
ⓒ 마케팅 조사설계	ⓓ 자료 분석
ⓔ 결과 발표	

❶ ⓐ→ⓒ→ⓑ→ⓓ→ⓔ

② ⓐ→ⓒ→ⓓ→ⓒ→ⓔ

③ ⓐ→ⓑ→ⓓ→ⓒ→ⓔ

④ ⓐ→ⓑ→ⓒ→ⓓ→ⓔ

47. 마케팅믹스 전략 중에서 “제품전략”과 관련된 시장조사의 역할과 목적으로 가장 거리가 먼 것은?

① 타깃 소비자가 제품으로부터 기대하는 편익이 무엇인지 알 수 있다.

❷ 제품 판매에 적합한 유통경로 및 범위를 파악할 수 있다.

③ 기존 제품에 새로 추가하거나 변경해야 할 속성을 파악할 수 있다.

④ 브랜드명 결정, 패키지나 로고 대안들에 대한 테스트를 할 수 있다.

48. 전화조사에서 발생될 수 있는 무응답 오류를 의미하는 것은?

① 데이터 분석 시 나타나는 오류

② 적합하지 않은 질문으로 인하여 나타나는 오류

③ 조사와 관련 없는 응답자를 선정하여 나타나는 오류

❹ 응답자의 전화거부로 나타나는 오류

49. 사전조사에 대한 설명 중 틀린 것은?

① 본 조사에 앞서 조사방법과 조사과정이 적절한지 등을 검토하기 위하여 실시한다.

② 마케팅 문제에 대한 사전정보가 적은 경우에 전반적인 환경을 파악하기 위한 탐색 방법이다.

❸ 사전조사는 본 조사에서 오차를 줄일 수 있도록 본 조사의 50% 정도의 규모를 실시하는 경우가 많다.

④ 표본설계에서 표본 크기를 정하고자 할 때 모분산을 모르는 경우에 이를 추정하기 위해서 실시한다.

50. 마케팅성과지표의 설계 및 운영을 위한 조작적(Operational) 정의에 대한 설명으로 가장 적절한 것은?

① 연구하고자 하는 문제를 진술하기 위한 구성개념을 정의한다.

❷ 구성개념을 측정 가능한 상태가 되도록 정의한다.

③ 현상을 설명하는 구성개념을 정의한다.

④ 분석대상에 대한 통계적 방법을 정의한다.

【3과목】 텔레마케팅관리 (25문제)

51. 조직의 성과관리를 위한 개인평가 방법을 상사평가 방식과 다면평가 방식으로 구분할 때, 상사평가 방식의 특징이 아닌 것은?

❶ 상사의 책임감 상실

② 간편한 작업 난이도

③ 평가결과의 공정성 미흡

④ 중심화, 관대화 오류발생의 가능성

52. 콜센터 문화에 영향을 미치는 개인적 요인과 가장 거리가 먼 것은?

① 직업관

② 사명감

③ 근무만족도

❹ 근로 급여조건

53. 아이오와 대학 모형에 대한 설명으로 옳은 것은?

① 리더십 특성이론에 따른다.

② 20대 여성들의 대상으로 연구한 결과이다.

③ 리커트(Likert)의 연구 결과이다.

❹ 전제적, 민주적, 방임형 리더십으로 분류한다.

54. 다음과 같은 조직설계 방식을 주장한 인물은?

> 구성원들의 기능과 역할에 따라 전략 · 기술구조 · 지원스탭 · 중간라인 · 핵심운영 각각의 부문에 세력이 있고, 각 기본부문은 조직을 둘러싼 다양한 상황에 따라 조직에서 요구하는 힘이 달라지며, 이 힘의 정도와 조합에 따라 조직 유형이 달라진다.

① 톰슨(Thompson)

② 챈들러(Alfred Chandler)

③ 마일즈(Miles)와 스노우(Snow)

❹ 민츠버그(Mintzberg)

55. 텔레마케터의 업무 능력을 향상시키기 위한 훈련 프로그램으로 가장 적절하지 않은 것은?

① 표현능력 개발

❷ 코칭능력 개발

③ 판매능력 개발

④ 정보활용능력의 개발

56. 콜센터의 생산성 향상을 위한 방법으로 가장 효과적인 것은?

① 모니터링은 내부에서만 실시한다.

② 업무 시간대별로 근무입력을 획일화한다.

❸ 개인별, 팀별로 역할 학습(role playing)을 하고 코칭을 한다.

④ 언제나 기본 스크립트를 지속적으로 사용한다.

57. 조직의 성과에 영향을 미치는 채용, 성과평가, 입금, 교육훈련 등 인적자원관리 기능에 대한 설명 중 틀린 것은?

① 성과평가는 구성원의 보상, 동기부여, 능력개발에 결정적인 역할을 한다.

② 시간급제는 성과에 상관없이 일정 시간에 따라서 구성원들에게 입금을 지급하는 방식이다.

❸ 감수성 훈련은 구성원의 과업수행 과정에서 성과를 높이기 위한 지식과 기술, 기법에 관한 교육훈련이다.

④ 조직의 경영혁신과 관련하여 우수한 인력을 채용하기 위해 모집과 선발의 과정에서 지원자의 능력이 강조되고 있다.

58. 직무중심(job-based) 보상과 역량중심(competency-based) 보상의 장점에 대한 설명으로 옳은 것은?

① 직무중심 보상은 지속적인 학습과 개발을 유도한다.

❷ 역량중심 보상은 인력운영에서 수평적 인력이동과 같은 유연성이 있다.

③ 직무중심 보상은 동일 직무에서도 차별적 보상이 가능하다.

④ 역량중심 보상은 직무가치에 대한 보상을 의미하며, 객관성 확보가 상대적으로 용이하다.

59. 콜센터 상담원 모니터링의 목적과 가장 거리가 먼 것은?

① 상담원의 통화품질 평가

② 상담원의 스킬 향상

③ 고객 만족과 로열티, 수익성 향상을 위한 관리

❹ 상담원의 실적 관리 및 통제

60. 텔레마케팅을 통해 얻을 수 있는 기업의 혜택이 아닌 것은?

① 효율적 비용관리

❷ 현금흐름의 통제

③ 효율적 시간관리

④ 시장 확대

61. 허시와 블랜차드(Hersey&Blanchard)에 의해 분석된 리더십 스타일 중 다음에서 설명하는 리더의 유형은?

> - 텔레마케터와 충분한 신뢰관계가 형성되어 있다.
> - 텔레마케터의 자발적인 활동을 허용하고, 중요 역할을 책임지도록 해서 더 많은 경험의 축적을 이끌어 간다.

① 지시형

❷ 위양형

③ 자유형

④ 참여형

62. 다음과 같이 담당하는 업무의 성격에 따라 팀이 구분되는 조직의 명칭은?

> 직접 고객을 상담하는 상담팀, 교육을 담당하는 교육팀, 모니터링을 담당하는 QA팀, 각종 통계 관리를 담당하는 운영지원팀, 그리고 시스템 관리를 담당하는 시스템 관리팀으로 구분되어 있다.

❶ 기능별 조직

② 피라미드 조직

③ 라인별 조직

④ 매트릭스 조직

63. 인사이동의 유형 중에서 연공주의 승진의 요소가 아닌 것은?

① 근속연수

② 연령

③ 학력

❹ 직무수행능력

64. 텔레마케터의 대한 코칭을 통해 얻고자 하는 효과가 아닌 것은?

① 모니터링 결과에 대한 커뮤니케이션

② 텔레마케터의 업무 수행능력 강화

③ 특정 부분에 대한 피드백 제공과 지도 및 교정

❹ 특정 행동에 대한 감시와 감독

65. 다음 중 텔레마케팅 활동으로 볼 수 없는 것은?

① 백화점에서 생일고객에게 축하 전화를 한다.

② 여행사에서 팩스를 이용하여 새로운 여행상품을 소개한다.

③ 이동통신사에서 전화로 신상품에 대한 고객 반응을 조사한다.

❹ 우연히 길에서 마주친 동창생에게 상품을 소개하였다.

66. House의 경로-목표이론(path-goal model)이 제시하는 리더십 유형 중 다음에서 설명하는 것은?

> 부하의 복지와 안락에 관심을 두며 지원적 분위기 조성에 노력하고, 구성원 간의 만족스러운 인간관계 발전을 강조한다.

① 지시적 리더십(directive leadership)
② 참여적 리더십(participative leadership)
❸ 지원적 리더십(supportive leadership)
④ 성취지향적 리더십(achievement oriented leadership)

67. 콜센터의 성과지표에 관한 설명 중 틀린 것은?

❶ 포기율은 콜센터 구성원의 성과지표에 사용할 수 있는 척도이다.
② 평균처리시간은 평균통화시간과 평균후처리시간을 합산한 것이다.
③ 응답시간은 즉시 처리할 필요가 없는 상담에서 성과지표로 사용된다.
④ 업무프로세스 상 반드시 전환되어야하는 콜이라 해도 FCR에는 포함되지 않는다.

68. 텔레마케팅에 대한 설명으로 옳은 것은?

① 방문상담을 통한 수익창출 형태의 마케팅 기법이다.
② 전용 교환기 및 CTI 장비를 갖춘 콜센터가 반드시 필요하다.
③ 웹사이트 상으로 상품판매나 고객지원이 가능한 경우에는 별도로 전화 상담원을 둘 필요가 없다.
❹ 홈쇼핑 광고를 통해 소비자에게 주문 전화를 유도하여 상품을 판매하는 것도 텔레마케팅의 기법 중 하나이다.

69. 조직개발 제도의 종류 중에서 다음과 같은 기법이 사용되는 것은?

> - 팀 구축 - 집단 간 - 관리그리드 2, 3단계
> - 과정지물 - 설문조사피드백
> - 교육훈련(집단문제해결 · 의사결정 · 목표설정)

❶ 집단행동개발
② 개인행동개발
③ 조직체 행동개발
④ 감수성훈련

70. 효율적인 콜센터 운영을 위한 고려사항으로 가장 적절하지 않은 것은?

① 관련 부서와의 긴밀한 협조
② 콜센터 조직구성원 간의 신뢰
③ 고객의 요구수준에 부합한 서비스 제공
❹ 동료 간의 철저한 경쟁을 통한 성과급 지급 체계

71. 인력의 수요를 예측하는 방법 중에서 질적 방법에 해당하지 않는 것은?

① 시나리오분석
② 자격요건분석
③ 델파이법
❹ 회귀분석

72. 역량관리를 위한 직무분석에 대한 내용 중 틀린 것은?

❶ 직무를 수행할 종업원을 분석하는 것이 아니라 직무를 분석하는 것이다.
② 개인의 역량과 조직의 목표 간 직접적인 연결 관계가 있다.
③ 성공적 직무수행에 반드시 필요한 것이라고 규명된 일련의 역량세트로 구성된다.
④ 직무 담당자가 성공적으로 일을 수행할 수 있는 역량을 갖는 것에 포점을 맞춘다.

73. 콜센터의 정량적 평가지표인 서비스 레벨에 대한 설명 중 틀린 것은?

❶ 전화응대 스크립트의 품질수준을 나타내는 지표이다.
② "X%의 콜을 Y시간 내에 응대"와 같은 형식으로 표시한다.
③ 고객들의 통화대기시간에 대한 평균적인 수준을 가장 잘 나타내는 지표이다.
④ 인바운드 콜센터의 대표적인 관리지표 중 하나이다.

74. 조직변화에 따른 저항이 발생하였을 때의 관리방법으로 옳은 것은?

① 정보가 부족하거나 분석이 부정확한 상황에서는 참여와 몰입을 통해 관리한다.
② 두려움이나 의구심으로 인해 저항할 때는 촉진과 지원을 통해 관리한다.
③ 변화에 실패하거나 저항세력이 클 때는 조직과 호선을 통해 관리한다.
❹ 신속성이 필요하고 변화 담당자가 힘이 있을 때는 명시적 · 묵시적 압력을 통해 관리한다.

75. 변혁적 리더십(transforming leadership)의 예로 적절하지 않은 것은?

① A는 어떤 장애물로 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.

❹ D는 내가 실수를 저질렀을 대에만 관여한다.

【4과목】 고객응대 (25문제)

76. 효과적인 CRM을 위한 방법 및 수단이 아닌 것은?

① 고객통합 데이터베이스 구축

❷ 데이터베이스 마케팅의 기능 축소

③ 고객특성 분석을 위한 데이터마이닝 도구 준비

④ 마케팅 활동 대비를 위한 캠페인 관리용 도구

77. 고객이 텔레마케터에게 가지는 “인정, 존중, 수용”의 욕구를 충족시킬 수 있는 고객응대 방법은?

① 고객의 사소한 질문을 지적한다.

❷ 고객의 이름을 부르며 의견을 경청한다.

③ 텔레마케터의 생각을 일방적으로 이야기 한다.

④ 항상 변론을 제기한다.

78. 다음 중 텔레마케터의 의사소통 방법ㅂ으로 가장 올바른 것은?

❶ 고객에 따라 경어, 겸양어, 호칭의 사용에 유의한다.

② 음성의 강약, 고저, 발음을 일정하게 유지한다.

③ 신속한 응대를 위해 말의 속도를 빠르게 한다.

④ 고객과 친밀감을 형성하기 위해 호응어와 맞장구를 빈번하게 사용한다.

79. 커뮤니케이션의 장애 요인에 해당되지 않는 것은?

① 고정관념을 가지고 상황을 판단한다.

② 수신자의 반응과 피드백이 부족하다.

③ 발신자의 목표의식이 부족하다.

❹ 커뮤니케이션에 대한 지식과 기술의 수준이 높다.

80. 다음 중 커뮤니케이션의 특징이 아닌 것은?

❶ 의사소통 수단의 고정화

② 정보 교환과 의미 부여

③ 순기능과 역기능이 존재

④ 오류와 장애의 발생 가능성

81. 다음 중 제품에 불만족한 소비자를 상담할 때 필요한 상담처리 기술로 적절하지 않은 것은?

① 참을성이 있도록 공감적 경청을 한다.

② 차분하게 목소리를 상대적으로 낮추어 응대한다.

③ 가능한 문제 해결을 위해 최선을 다하고 있음을 전한다.

❹ 고객사의 민 · 형사상 처리절차 등 법적 대응 방안 정책에 대하여 신속하게 알려준다.

82. 시대 흐름에 따라 변화하는 고객 트렌드의 특징으로 옳은 것은?

① 고객의 구매 영향력이 감소하였다.

② 시대의 변화에 따라 고객의 욕구가 점차 통일되는 추세이다.

③ 고객의 권위의식이 낮아졌다.

❹ 고객니즈가 다각화되고 있다.

83. 다음 빅데이터 수집 방법 중에서 크롤링(crawling)과 가장 관련이 있는 것은?

❶ 웹 로봇(web robot)

② 웹 로딩(web loading)

③ 웹 블로그(web blog)

④ 웹 로그 데이터(web log data)

84. 상담원이 올바른 상담처리를 할 수 있도록 마인드 컨트롤을 통해 업무능력을 향상시킬 수 있는 방법이 아닌 것은?

① C-마인드 맵(counselor mind map program)

② C-NLP(counselor neuro linguistic programing)

③ 감수성 훈련(counselor sensitive training)

❹ 콜센터 바이탈 사인(call center vital signs)

85. 악덕 소비자나 문제행동 소비자가 증가하는 사업자 측면의 원인이 아닌 것은?

① 사업자의 부정확한 정보 제공

② 지나친 판매증시 경영 태도

③ 악의적 불평 행동을 보이는 소비자에게 과다한 보장 제공

❹ 고객만족 경영을 과도한 소비자의 권리로 오인

86. 감정노동 종사자의 건강보호 조치방법이 아닌 것은?

① 고충처리 위원 배치 및 건의제도 운영

❷ 고객과의 갈등 최소화를 위한 업무처리 재량권 축소

③ 사업장 특성에 맞는 고객응대 업무 매뉴얼

④ 휴식시간 제공 및 휴게시설 설치

87. 고객이 문제를 제기하였을 때의 처리절차가 순서대로 올바르게 나열된 것은?

ⓐ 문제파악	ⓑ 대안 탐색
ⓒ 결정	ⓓ 대안평가
ⓔ 자료수집 · 분석	

❶ ⓐ→ⓔ→ⓑ→ⓓ→ⓒ

② ⓔ→ⓐ→ⓑ→ⓒ→ⓓ

③ ⓑ→ⓓ→ⓐ→ⓔ→ⓒ

④ ⓐ→ⓑ→ⓔ→ⓓ→ⓒ

88. 메타그룹의 산업보고서에 처음 제안된 CRM 시스템 아키텍처의 3가지 구성요소가 아닌 것은?

❶ 통합 CRM

② 운영 CRM

③ 협업 CRM

④ 분석 CRM

89. CRM 전략의 수행을 위한 활동 중 고객유치, 고객유지, 교차판매 등 구체적인 마케팅 활동에 필요한 운영상의 의사결정을 목표로 하는 것은?

① 차별적 세분화

❷ 전술적 세분화

③ 혼합형 세분화

④ 실행적 세분화

90. 다음 중 의사소통 과정에서의 친밀감(Rapport)형성에 관한 설명으로 옳은 것은?

① 고객에게 슬픈 감정을 유도하는 기법이다.

② 가망고객을 진찰하듯 탐색하는 기법이다.

③ 품위를 지키는 프로다운 자세를 느끼도록 하는 기법이다.

❹ 고객에게 신뢰감을 느끼도록 하는 기법이다.

91. 고객응대에 대한 설명 중 틀린 것은?

① 고객과 커뮤니케이션을 하는 활동이다.

② 고객에게 필요한 정보를 제공한다.

❸ 고객의 요구를 미리 판단하여 답을 제시한다.

④ 고객의 입장에서 판단한다.

92. CRM의 활용 목적에 대한 설명으로 가장 적합한 것은?

① 새로운 고객의 다수 확보에 용이하다.

② 내부고객의 상담을 목적으로 한다.

❸ 기존 고객을 단골 고객으로 계속 유지하고자 한다.

④ 고속도로 휴게소 식당과 같은 곳에서 고객을 유인할 때 효과적이다.

93. 다음 중 빅데이터의 분석을 위해 활용하며, 표본집단의 특성을 나타내는 통계량이 아닌 것은?

① 중앙값

② 최빈값

❸ 전수

④ 분산

Download on the App Store 전자문제집 CBT(App Store) :[다운로드]
GET IT ON Google Play 전자문제집 CBT(Google Play) :[다운로드]

94. 고객 만족도 조사가 필요한 이유로 가장 적절하지 않은 것은?

① 마케팅 실무자들의 의사결정에 대한 효과성을 높여준다.

② 고객의 니즈를 규정하고, 고객을 만족시키는 마케팅 활동을 할 수 있도록 도와준다.

❸ 기업에 대한 고객의 기대를 향상시킨다.

④ 고객의 심리적, 행동적 특성 파악에 도움을 준다.

95. 전화를 거는 방법 중에서 가장 좋은 통화 예절은?

① 전화가 연결되더라도 자신이 누구인지는 나중에 밝힌다.

② 통화가 연결되는 즉시 담당자만 바꿔 달라고 한다.

❸ 얼굴에서 미소를 띠며 밝은 목소리로 전화인사한다.

④ 통화가 끝나면 끝인사 없이 수화기를 먼저 내려 놓는다.

96. CRM의 등장배경에 관한 설명 중 틀린 것은?

① 산업 사회에서 정보화 사회로 변화되고 있다.

❷ 마케팅 전분부서에서 소수 전문가의 책임이 더욱 커지고 있다.

③ 기업의 경쟁력은 규모의 경제에서 가치의 경제로 변화되고 있다.

④ 소비자들에게 제품구입에 대한 인식이 소유개념에서 공유개념으로 전환되고 있따.

97. 화난 소비자를 대하는 상담전략에 대한 설명으로 옳은 것은?

❶ "죄송하다"는 말 한마디가 중요하다.

② 고객에게 부당성을 지적하는 응대가 기본전략이다.

③ 화난 소비자의 감정 상태를 인정하면 안 된다.

④ 문제해결에 소비자의 화난 감정은 중요하지 않다고 유도하는 방향으로 상담을 진행해야 한다.

98. 고객에게 자신의 의도를 적극적으로 전달하는 방법으로 가장 적절하지 않은 것은?

❶ 자신의 의도를 강력하고 직설적으로 표현한다.

② 상대방이 듣기 좋은 음성과 언어로 대답한다.

③ 호감이 가도록 메시지를 표현한다.

④ 효과적으로 말하는 방법을 익혀서 전달한다.

99. 고객이 기업과 만나는 모든 때에 기업에 대한 고객의 경험과 인지에 영향을 미치는 "결정적인 순간"을 의미하는 것은?

① CRM(Customer Relationship Management)

❷ MOT(Moments of Truth)

③ MIS(Marketing Information System)

④ SCM(Customer Satisfaction Management)

100. 다음 중 CRM을 통해 기업 측면에서 얻을 수 있는 직접적 이익만을 모두 고른것은?

ㄱ. 판매 증진	ㄴ. 서비스 품질
ㄷ. 비용 감소	ㄹ. 종업원 확보

① ㄱ

② ㄱ, ㄴ

③ ㄷ, ㄹ

❹ ㄱ, ㄷ, ㄹ