1교시 : 수입개요·마케팅

1. 수입에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 사전적 의미로는 다른 나라로부터 물품을 사들이는 것을 말한다.
② 대외무역법은 유상뿐만 아니라 무상으로 들여오는 것도 포함된다.
③ 관세법상 수입은 외국물품을 우리나라에 반입하거나 소비 또는 사용하는 것으로 규정하고 있다.
④ 관세법상 수입은 전자적 형태 무체물의 국내 전송만을 대상으로 한다.

2. 수입이 경제에 미치는 긍정적 기능으로 보기 어려운 것은?

① 에너지·식량 공급으로 안정된 생활 보장
② 국내물가를 안정시켜 실질소득을 증대
③ 외국 기술과 제품이 국내 시장을 잠식해 산업 경쟁력 약화
④ 물류와 생산활동을 증대시켜 고용 촉진

3. 수입의 경제외적 부작용으로 보기 어려운 것은?

① 물품 대금으로 외화가 지급되어 국제수지 악화
② 저속한 외국문화 유입
③ 국내의 전통문화, 고유 미풍양속 등이 훼손 가능
④ 비위생적인 식품 등으로 국민건강 위협

4. 우리나라의 수입과 수출의 불가분성에 대한 설명으로 거리가 먼 것은?

① 전체 수입에서 원자재 수입 비중이 절반 이상으로 높은 편
② 원자재 수입 중 원유, 석유제품, 가스 등 에너지 수입 비중이 절반 이상으로 높은 편
③ 전체 수입에서 소비재 수입 비중이 절반 이상으로 높은 편
④ 수출을 위한 제조에는 원자재의 안정적 수입이 중요

5. 우리나라의 무역구조에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 우리나라 경제는 무역의존도가 높다.
② 수출주도형 구조를 가지고 있다.
③ 수출 증가가 원부자재·장비 수입을 유발한다.
④ 원자재 자급도가 높아 수입 필요성이 크지 않다.

6. 기업 윤리경영이 경영성과 제고에 기여하는 것과 거리가 먼 것은?

① 직원 만족도와 생산성을 높인다.
② 공급자의 만족은 지속적인 거래 유지로 연결
③ 부정 방지와 감시에 따른 불필요한 비용지출 증대
④ 고객 만족은 높은 충성도로 연결

7. 다음 중 기업의 윤리경영 실천 사례로 보기 어려운 것은?

① 친환경 생산 공정 도입
② 지역 사회 환원 활동
③ 직원 복지 개선
④ 해외 생산기지에서 아동 노동 활용

8. 수입자가 가져야 할 윤리준수 사항으로 가장 적절하지 않은 것은?

① 영업기밀을 활용해 동일업종 창업 지양
② 지적재산권을 존중하여 위조·모조품 수입 지양
③ 사회적 책임을 다하는 수출자와 거래
④ 안전이나 위생 우려가 있는 국익·공익에 반하는 물품 수입

9. 통상측면이 아닌 관점에서의 공정무역에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 윤리적 소비를 강조
② 공정무역은 자유무역(Free Trade)과 같은 의미로 사용
③ 국가 간 동등한 위치에서의 무역
④ 공정한 가격 지급을 촉진하는 무역

10. 세계공정무역기구의 공정무역운동 원칙으로 거리가 먼 것은?

① 경제적 소외 생산자에게 기회 제공
② 안전하고 건강한 노동환경 제공
③ 생산자의 이익을 줄여 가격 인하
④ 친환경적인 행동과 책임있는 생산방식의 적용

11. 공정무역 수입 효과를 증대하기 위한 방안으로 거리가 먼 것은?

① 공정무역 인증 제품의 유통망 확대
② 다국적 기업의 독점적 이윤 극대화
③ 공정무역 제품에 대한 소비자 인식 제고
④ 공정무역 제품의 품질 및 디자인 개선

12. 수입승인에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 수출입공고의 제한품목 수입 절차
② 통합공고의 요건확인 품목은 소관부서 승인 필요
③ 우리나라 수출입공고는 Negative List 방식으로 수입승인이 필요한 품목만 나열
④ 승인 유효기간은 원칙적으로 10년

13. 신용장 거래에서 수입지에 화물은 도착했으나 선적서류가 늦게 도착한 경우, 수입자가 개설은행으로부터 발급받아 화물을 수령할 수 있는 서류는?

① 상업송장(Commercial Invoice)
② 수입화물선취보증서(L/G, Letter of Guarantee)
③ 포장명세서(Packing List)
④ 환어음(Bill of Exchange)

14. 매매계약시 운송계약과 보험계약의 체결의무를 어느 당사자가 부담할지는 ( )의 규정에 따른다. 괄호 안에 들어갈 답을 고르시오.

① Incoterms
② Swift
③ 신용장
④ URC

15. 수입통관에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 수입신고는 화주, 관세사 등이 할 수 있다.
② 수입신고는 입항 전 신고만 가능하다.
③ 수입신고를 접수한 세관은 필요한 경우 수입화물에 대하여 현품검사를 실시한다.
④ 세관은 수입화물의 과세가격을 평가해 관세 등을 부과한다.

16. 수입거래에서의 마케팅에 대한 개념으로 옳지 않은 것은?

① 마케팅은 고객의 니즈를 파악하여 이를 만족시키는 활동이다.
② 마케팅의 핵심 목표는 고객이 제품이나 서비스에서 얻는 만족도를 높이는 것이다.
③ 무역거래에서 수출자는 마케팅의 개념이 중요하지만 수입자는 구매자이기 때문에 마케팅은 별로 중요하지 않다.
④ 마케팅 활동은 기업 발전과 이윤 극대화에 기여한다.

17. 마케팅 전략을 세우기 위해서는 외부 환경 분석과 내부 환경 분석을 해야 한다. 다음 중 외부 환경 분석에 해당하지 않는 것은?

① 고객
② 경쟁
③ 산업
④ 전략

18. SWOT 분석에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① SWOT 분석은 기업의 내부 요인과 외부 요인을 파악하여 전략 수립에 활용한다.
② SWOT 분석은 강점(Strength), 약점(Weakness), 기회(Opportunity), 위협(Threat)의 첫 글자를 따서 이름 붙인 전략 분석 기법이다.
③ SWOT 분석은 내부 요인(강점과 약점)과 외부 요인(기회와 위협)을 파악하여 기업의 경쟁력을 제고하는 데 활용된다.
④ SWOT 분석은 재무적 요소만을 평가하는 도구이다.

19. 마케팅 믹스 전략에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 마케팅 믹스 전략은 기업이 타켓 시장에서 마케팅 목표를 추구하는 데 사용하는 도구의 집합을 의미한다.
② 마케팅 믹스 전략은 제품, 가격, 유통, 촉진 등 4가지 요소로 구성된다.
③ 마케팅 믹스의 각 요소는 유기적으로 작용하여 고객 만족과 가치 창출에 기여한다.
④ 마케팅 믹스 전략에서 유통은 주로 광고, 판촉 활동을 의미한다.

20. 마케팅 믹스 전략의 제품 전략에서 제품의 3가지 구성요소에 해당하지 않는 것은?

① 제품 실체
② 포장
③ 가격
④ 브랜드

21. 마케팅 믹스 전략에서 핵심제품(Core Product)의 예로 옳지 않은 것은?

① 스마트폰의 색상
② 약품의 치유력
③ PC의 정보처리 능력
④ 냉장고의 냉각·보존 능력

22. 마케팅 믹스 전략에서 포장에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 포장은 상품의 용기나 포장을 디자인하고 제작하는 활동이다.
② 포장은 제품 가격을 결정하는 마케팅 믹스 요소이다.
③ 포장은 소비자에게 제품 정보를 전달하는 기능을 한다.
④ 포장은 화장품의 경우 품질이나 이미지를 표현하는 중요한 도구가 되기도 한다.

23. 다음 설명에 해당하는 제품의 종류는?

> 구매자의 관여도가 낮다. 상품의 비교와 선택에 최소한의 노력을 투입하며, 주로 일상적인 필요를 충족하는 제품이다. 치약, 세제, 비누 등이 대표적이다.

① 편의품
② 선매품
③ 전문품
④ 산업재

24. 다음 중 시장세분화에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 시장세분화는 소비자의 다양한 욕구와 특성에 맞춘 맞춤형 마케팅 전략을 수립하는 데 도움을 준다.
② 시장세분화란 마케팅 전략 중 가격 경쟁 방식의 하나로, 주로 가격 인하를 통해 시장을 공략한다.
③ 시장세분화를 통해 시장을 보다 정확하게 파악할 수 있으며, 마케팅 자원을 효율적으로 배분할 수 있다.
④ 시장세분화의 단점 중 하나는 세분화된 시장에 대한 조사 비용과 관리 비용이 증가할 수 있다는 점이다.

25. 다음 중 시장세분화의 조건에 해당하지 않는 것은?

① 시장의 규모나 구매력 등의 특성을 측정할 수 있어야 한다.
② 세분시장에 효과적으로 접근할 수 있어야 한다.
③ 기업이 세분시장에 맞는 마케팅 전략을 수립하고 실행할 수 있어야 한다.
④ 세분시장은 모든 소비자를 개별 단위로 세분화할 수 있어야 한다.

26. 시장세분화의 기준에서 제품 관련 변수에 해당하지 않는 것은?

① 가격 수준
② 포장
③ 원가 구조
④ 도소매

27. 기업이 여러 세분시장을 표적시장으로 삼고, 이들 각 세분시장에 대해 각기 다른 마케팅 믹스 전략을 구사하는 것을 무엇이라고 하는가?

① 무차별 마케팅 전략
② 차별적 마케팅 전략
③ 집중적 마케팅 전략
④ 광범위 마케팅 전략

28. 경쟁 상황과 소비자 욕구의 변화에 따라 제품의 포지션을 다시 설정하는 활동을 무엇이라고 하는가?

① 타겟팅(Targeting)
② 시장세분화(Market Segmentation)
③ 브랜드 확장(Brand Extension)
④ 리포지셔닝(Repositioning)

29. 마케팅 믹스 가격 전략에 관한 설명 중 옳지 않은 것은?

① 가격은 구매자가 지불하는 금액으로, 재화의 가치나 양뿐만 아니라 소비자의 지각된 가치와 시장 조건에 따라 결정된다.
② 원가 중심 가격결정은 수요, 경쟁, 소비자 가치를 종합적으로 고려하는 유연한 가격 결정 방법이다.
③ 유통 경로 방법의 다양화를 통해 가격을 변화시킬 수 있다.
④ 스키밍(Skimming) 가격 전략은 신제품 출시 초기에 높은 가격을 책정하여 초기 시장에서 최대 수익을 확보하려는 전략이다.

30. 유통 및 유통 전략에 관한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 유통은 제품이나 서비스를 소비자가 사용할 수 있도록 이전시키는 과정이다.
② 기업은 유통 전략을 통해 효율성과 차별화를 실현할 수 있다.
③ 수입자는 유통 과정에서 중간상 역할을 할 수 있다.
④ 유통경로가 짧을수록 유통 효율성과 시장 접근성이 항상 높아지므로 중간상이 불필요하다.

31. 상품표시의 종류 및 기능으로 알맞지 않은 것은?

① 증명표시: 납세나 원산지 등 특정 사실을 증명하는 표시
② 등급표시: 최소 가액에 합치 또는 합격한 것을 의미하는 품질마크 등
③ 명세표시: 명세서 또는 사양서 형식으로 품질 내용이 제시된 것으로서 가공식품의 내용성분표 등
④ 정보제공표시: 흔히 품질표시로 불리는 소비자정보제공 목적의 표시

32. 바코드는 컴퓨터 내부 로직의 기본인 ( )과(와) ( )의 비트로 이루어진 하나의 언어이다. 괄호 안에 들어갈 숫자를 올바르게 짝지은 것은?

① 0 - 1
② 1 - 2
③ 2 - 3
④ 3 - 4

33. 다음 중 상표권이 침해당했을 경우의 구제방법 중 행정적 구제 수단에 해당하는 것은?

① 산업재산권 분쟁조정제도
② 침해금지청구권
③ 침해죄
④ 가압류

34. 가능한 한 사업개시 전에 시행해야 하는 타당성 검토의 네 가지 관심사가 아닌 것은?

① 경제성
② 대체성
③ 창의성
④ 기술성

35. 안전·보건·환경·품질 등 분야별 마크를 국가적으로 단일화한 인증마크로서 당시 지식경제부·환경부·노동부 등 부처마다 다르게 사용하던 13개의 법정 강제인증마크를 통합한 단일 인증마크를 무엇이라 하는가?

① ISO 9000
② ISO 9001
③ KS마크
④ KC마크

36. RFID의 단점으로 옳지 않은 것은?

① Tag/Label의 가격이 높음
② 육안으로 직접 데이터를 인지할 수 없음
③ 사생활 침해 우려
④ 이동 중 인식이 불가능함

37. 다음 중 OCR, MSR과 바코드의 현장설치 가능성을 비교한 것으로 올바른 것은?

구 분	OCR	MSR	바코드
①	낮음	보통	좋음
②	보통	좋음	좋음
③	낮음	낮음	좋음
④	좋음	보통	낮음

38. 상품표시의 필요성에 관한 설명으로 알맞지 않은 것은?

① 상품에 대한 신뢰성을 형성하여 판매를 촉진하기 위해서
② 품질표시로써 소비자의 손해나 위해를 방지하고 이익과 만족을 확보하기 위해서
③ 상품상호간에 비교평가를 방지하기 위해서
④ 상품의 품질내용을 명시하여 품질상의 책임을 명확하게 하기 위하여

39. 상표권의 효력에 관한 설명 중 알맞은 것은?

① 상표권의 존속기간은 설정등록이 있는 날로부터 7년이다.
② 상표권자는 언제나 통상사용권만을 갖는다.
③ 타인이 상표권을 침해하는 경우 상표권자는 그자를 상대로 하여 침해금지청구권·손해배상청구권 등을 행사할 권리를 갖는다.
④ 상표권의 존속기간 갱신등록출원에 의하여 5년간씩 그 기간을 갱신할 수 있다.

40. 2차원 바코드는 기존 1차원 바코드의 빈약한 정보용량 ( )바이트에 비해 ( )배나 많은 고밀도 정보를 저장할 수 있다. 괄호 안에 들어갈 숫자를 순서대로 올바르게 짝지은 것은?

① 50 - 10
② 40 - 20
③ 30 - 50
④ 20 - 100

41. 1938년 미국 소비자-소매상 협의회에서 정한 정보표시 항목에 나타난, 소비자가 원하는 정보표시에 해당하는 요소들만으로 묶이지 않은 것은?

① 명칭, 품명, 브랜드 명성
② 내용량, 원재료별 분량, 크기
③ 가격, 할부판매조건, 거래단위
④ 제조업자·판매업자의 회사명, 주소

42. 상표의 기능으로 옳지 않은 것은?

① 소비자의 표시기능
② 생산자의 표시기능
③ 품질보증의 기능
④ 상품광고의 기능

43. ( ) 분석이란 도입하고자 하는 상품이 국내 법규에 적합한지의 여부를 검토하는 것을 말한다. 괄호 안에 들어갈 알맞은 단어는?

① 정합성
② 적법성
③ 정책성
④ 환경성

44. 다음 중 1차원 바코드와 2차원 바코드의 비교 내용 중 옳은 것은?

① 1차원 바코드는 가로 방향, 2차원 바코드는 가로와 세로 방향에 모두 정보를 담을 수 있다.
② 2차원 바코드는 정보가 훼손될 경우 복구가 불가능하다.
③ 1차원 바코드는 360도 방향에서 스캐너를 들이대도 인식될 수 있다.
④ 1차원 바코드는 DB와 연동되지 않아도 해당 정보를 파악할 수 있다.

45. 기업이 소비자의 요구와 무관하게 스스로 상품의 정보표시를 하는 경우에 우려되는 결점이 아닌 것은?

① 기업에게 유리한 것은 표시하고 소비자에게 불리한 것은 표시하지 않는다.
② 과대하거나 번잡스러운 표시가 많다.
③ 법정 표시사항 등 중요한 항목은 지나치게 큰 글자로 인쇄한다.
④ 최소한의 표시만 한다.

46. 마케팅 믹스의 제품 전략의 구성 요소로 옳지 않은 것은?

① 채널
② 제품 실체
③ 포장
④ 브랜드

47. 공정무역의 필요성으로 옳지 않은 것은?

① 투명성과 책임
② 중개인 역량 강화
③ 성 평등
④ 공정한 가격 지불

48. 상표권을 침해받았을 경우의 구제 방법으로 옳지 않은 것은?

① 민사적 구제
② 형사적 구제
③ 지역특화적 구제
④ 행정적 구제

49. 시장세분화 변수 중 심리적 변수가 아닌 것은?

① 충성도
② 인성
③ 성격
④ 라이프 스타일

50. 마케팅 환경에 있어 외부 분석 요소로 옳지 않은 것은?

① 고객
② 경쟁
③ 전략
④ 환경

51. 마케팅 전략 수립에 있어서 주로 활용되는 전략이 아닌 것은?

① 원가 계산 분석
② 시장세분화
③ 포지셔닝
④ SWOT 분석

52. 상품 표시의 종류로 옳지 않은 것은?

① 납세표시
② 증명표시
③ 등급표시
④ 명세표시

53. 마케팅 믹스의 가격 전략 중 수요 중심 전략과 관련성이 없는 것은?

① 자사의 자원을 고려한 가격 전략
② 소비자 가치를 반영한 가격 전략
③ 환율 변동을 고려한 가격 전략
④ 비용을 고려한 가격 전략

54. 수입자 윤리 준수의 주요 내용으로 가장 거리가 먼 것은?

① 수입 목적
② 수입 거래처
③ 수입 시기
④ 수입 방식

55. 표적 시장 선택 시 고려 사항으로 가장 거리가 먼 것은?

① 제품의 동질성
② 제품수명주기
③ 과거의 시장규모
④ 기업의 지원 정도

56. 표적 시장 선택 후 진행되는 마케팅 전략으로 옳지 않은 것은?

① 무차별 마케팅 믹스 전략
② 차별화 마케팅 믹스 전략
③ 세분 시장 타겟화 전략
④ 시장 통합화 전략

57. 제품수명주기 중 수요가 최대로 올라가고, 경쟁이 가장 극대화되는 시기는?

① 도입기
② 쇠퇴기
③ 성장기
④ 성숙기

58. 시장 세분화의 조건으로 적절하지 않은 것은?

① 측정 가능성
② 경쟁 가능성
③ 접근 가능성
④ 실행 가능성

59. 수입 가격 결정 시 고려해야 하는 비용 요소로 옳지 않은 것은?

① 이윤
② 클레임 예비비
③ 포장비
④ 검사비

60. 포지셔닝 수행 시 주로 사용되는 기준 중 제품 속성과 관련이 없는 것은?

① 저가(낮은 가격)
② 무게
③ 색상
④ 브랜드