

2019년도 제34회 경영지도사 2차 국가자격시험

교 시	시 험 시 간	시 험 과 목
1교시	90분	마케팅관리론
수험번호		성 명

【 수험자 유의 사항 】

1. 시험 문제지 표지와 시험 문제지의 총 면수·문제 번호 일련 순서·인쇄 상태 등을 확인하시고, 문제지 표지에 수험번호와 성명을 기재하시기 바랍니다.
2. 수험자 인적사항 및 답안지 등 작성은 반드시 검정색 필기구만을 계속 사용하여야 합니다.(그 외 연필류, 유색필기구, 2가지 이상 색 혼합사용 등으로 작성한 답안은 0점 처리됩니다.)
3. 답안 작성 시 문제 번호 순서에 관계없이 답안을 작성하여도 되나, 반드시 문제번호 및 문제를 기재(긴 경우 요약기재 가능)하고 해당답안을 기재하여야 합니다.
4. 답안 정정 시에는 정정할 부분을 두 줄(=)로 긋고 수정할 내용을 다시 기재합니다.
5. 감독위원의 지시에 불응하거나 시험 시간 종료 후 답안지를 제출하지 않을 경우 불이익이 발생할 수 있음을 알려 드립니다.
6. 시험 문제지는 시험 종료 후 가져가시기 바랍니다.

안내사항

1. 수험자의 의견을 적극 반영하기 위하여 QR코드를 활용한 설문조사를 실시하고 있으니 적극 참여 바랍니다.
2. 시험 합격자에게 ‘합격축하 SMS(알림톡) 알림 서비스’를 제공하고 있습니다.

- 수험자 여러분의 합격을 기원합니다 -



한국산업인력공단
HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT SERVICE OF KOREA

마케팅관리론

【문제 1】 표적시장의 선택에 있어 다음 물음에 답하시오. (30점)

- (1) 표적시장의 선택을 위해 세분시장을 평가할 때 고려해야 할 요인 3가지를 설명하시오. (15점)
- (2) 표적시장전략(차별화전략, 비차별화전략, 집중화전략)을 선택함에 있어 고려해야 할 요인을 3가지만 설명하시오. (15점)

【문제 2】 제품수명주기에 관한 다음 물음에 답하시오. (30점)

- (1) 성장기에 들어선 제품에 대해서 기업이 도입할 수 있는 바람직한 마케팅전략(4P)을 설명하시오. (12점)
- (2) 기업이 성숙기 제품을 방어하기 위해 적극적으로 요구되는 전략 3가지를 설명하시오. (9점)
- (3) 마케터가 쇠퇴기 제품에 대해 선택할 수 있는 전략 3가지를 설명하시오. (9점)

【문제 3】 포지셔닝 전략에 있어서 차별점(Point of Difference)과 동등점(Point of Parity)의 개념을 설명하고, 포지셔닝 전략을 수행할 때, 신생 브랜드나 열위 브랜드에서 발생할 수 있는 문제점을 제시하고 위 개념을 활용한 대응전략을 설명하시오. (10점)

【문제 4】 높은 브랜드자산이 기업에 제공하는 경쟁우위를 2가지만 설명하고, 기업의 브랜드 소유 및 후원과 관련된 브랜드 전략을 제시하고 설명하시오. (10점)

【문제 5】 서비스는 유형제품과 달리 비유형성(Intangibility)의 차별적 특성을 가지고 있다. 서비스의 개념을 설명하고 서비스 기업이 서비스를 보다 유형적으로 보이게 하여 비유형성을 극복하는 방법 4가지만 설명하시오. (10점)

【문제 6】 (마케팅)커뮤니케이션 과정의 구성요소 9가지에 관하여 각각 설명하고, 마케팅커뮤니케이션의 개념을 설명하시오. (10점)

수험자 안내문

우리 공단은 수험자 여러분의 합격을 진심으로 기원하며, 다음과 같이 시험 관련 정보를 안내하고 있습니다.

첫째, 향후 시험일정을 알려드립니다.

- ☐ 제2차 시험 합격자 발표: 10. 2.(수)
 - Q-Net 경영·기술지도사 홈페이지(60일간) 및 ARS 1666-0100(4일간)

둘째, 수험자의 응시편의를 위해 시험제도를 개선하고 있습니다.

- ☐ 시험전일 18시부터 시험실을 미리 확인할 수 있습니다.
 - 시험실 사전 안내 메시지(알림톡) 발송 (수신 동의자에 한함)
 - Smart Q-finder(시험실 바로가기) 수험표의 QR코드를 스마트폰으로 스캔하여 확인 또는 Q-Net 로그인 후 [마이페이지] - [원서접수내역]에서 확인
- ☐ 시험 합격자에게 합격축하 알림 서비스를 제공합니다. (수신 동의자에 한함)

셋째, 기타 자격 관련 정보를 안내해 드립니다.

(소관부처) ☞ 중소벤처기업부 재가지원과	(직업 및 취업정보) ☞ 워크넷	(자격증 발급) ☞ 한국경영기술지도사회
		

고객 매우만족(10점 만점에 10점!)을 위해 항상 노력하겠습니다.



한국산업인력공단
HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT SERVICE OF KOREA

2019년도 제34회 경영지도사 2차 국가자격시험

교 시	시 험 시 간	시 험 과 목
2교시	90분	시장조사론
수험번호		성 명

【 수험자 유의 사항 】

1. 시험 문제지 표지와 시험 문제지의 총 면수·문제 번호 일련 순서·인쇄 상태 등을 확인하시고, 문제지 표지에 수험번호와 성명을 기재하시기 바랍니다.
2. 수험자 인적사항 및 답안지 등 작성은 반드시 검정색 필기구만을 계속 사용하여야 합니다.(그 외 연필류, 유색필기구, 2가지 이상 색 혼합사용 등으로 작성한 답안은 0점 처리됩니다.)
3. 답안 작성 시 문제 번호 순서에 관계없이 답안을 작성하여도 되나, 반드시 문제번호 및 문제를 기재(긴 경우 요약기재 가능)하고 해당답안을 기재하여야 합니다.
4. 답안 정정 시에는 정정할 부분을 두 줄(=)로 긋고 수정할 내용을 다시 기재합니다.
5. 감독위원의 지시에 불응하거나 시험 시간 종료 후 답안지를 제출하지 않을 경우 불이익이 발생할 수 있음을 알려 드립니다.
6. 시험 문제지는 시험 종료 후 가져가시기 바랍니다.

안내사항

1. 수험자의 의견을 적극 반영하기 위하여 QR코드를 활용한 설문조사를 실시하고 있으니 적극 참여 바랍니다.
2. 시험 합격자에게 ‘합격축하 SMS(알림톡) 알림 서비스’를 제공하고 있습니다.

- 수험자 여러분의 합격을 기원합니다 -



한국산업인력공단
HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT SERVICE OF KOREA

시장조사론

【문제 1】 A유통은 가구소득(단위: 만원)이 클수록, 가족규모(단위: 명)가 클수록 신용카드 사용금액이 증가하는 것을 확인했다. 이와 관련된 가상의 조절회귀분석의 계수표가 다음과 같을 때, 다음 물음에 답하십시오. (30점)

모형	비표준화계수		표준화 계수	t	유의 확률 (양쪽)	허용 오차	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	97.580	5.217		17.750	.000		
가구소득(X1)	1.044	.065	1.343	15.951	.000	.915	1.103
가족규모(X2)	.113	.065	.349	5.042	.000	.907	1.092
가구소득 × 가족 규모(X3)	.156	.020	.897	7.905	.000	.990	1.010

*종속변수: 신용카드 사용금액(단위: 만원)

- (1) 위의 계수표를 보고 회귀식을 제시하십시오. (10점)
- (2) 위의 계수표를 보고 다중공선성을 진단하고 그 근거를 설명하십시오. (10점)
- (3) 위의 계수표를 보고 독립변수들의 상대적인 영향력을 고려하여 가구소득과 가족규모간의 상호작용 효과를 설명하십시오. (10점)

【문제 2】 A가전회사 신상품 개발팀에서는 연평균 기온이 상이한 거주 지역에 따라 보유 냉장고 크기가 다른지를 확인하기 위해 500가구를 대상으로 보유 냉장고 크기에 대한 설문조사를 실시하였다. <표 1>은 설문조사 결과를 바탕으로 작성된 교차분석표를 나타낸 것이다. 다음 물음에 답하십시오. (단, 각 셀의 수치는 관측빈도이다.) (30점)

<표 1> 거주 지역과 보유 냉장고 크기에 대한 교차분석표

		거주 지역			합계
		북부지역	중부지역	남부지역	
보유 냉장고 크기	소형	14	28 [A]	32	74
	중형	23	113	102	238
	대형	13	69	106	188
합계		50	210	240	500

- (1) 거주 지역과 보유 냉장고 크기의 독립성 검정을 위한 귀무가설과 대립가설을 설정하시오. (6점)
- (2) (1)에서 설정한 가설 검정을 위해서는 <표 1> 각 셀의 기대빈도를 계산해야 한다. 기대빈도 개념을 설명하고, <표 1>의 셀 [A]에 해당하는 기대빈도를 구하시오. (단, 계산과정을 포함시키고, 소수점 셋째자리에서 반올림하여 소수점 둘째자리까지 구한다.) (6점)
- (3) (1)에서 설정한 가설 검정을 위한 카이자승(χ^2) 검정통계량을 구하시오. (단, 계산과정을 포함시키고, 소수점 셋째자리에서 반올림하여 소수점 둘째자리까지 구한다.) (6점)
- (4) (3)에서 계산된 카이자승(χ^2) 검정통계량과 <표 2>를 참조하여 (1)에서 설정한 가설을 유의수준 0.05에서 검정하고, 가설 기각 여부와 그 근거, 가설검정 결론 및 검정결과 해석 시 유의할 점을 설명하시오. (12점)

<표 2> 카이자승(χ^2) 분포표

d.f.	$\chi^2_{0.050}$	$\chi^2_{0.025}$
1	3.84	5.02
2	5.99	7.38
3	7.81	9.35
4	9.49	11.14
5	11.07	12.83
6	12.59	14.45
7	14.07	16.01
8	15.51	17.53
9	16.92	19.02
10	18.31	20.48

【문제 3】 군집표본추출(cluster sampling)의 개념과 장·단점을 설명하시오. (10점)

【문제 4】 관찰은 가장 기초적인 마케팅 조사 방법임에도 최근 초상권과 관련된 문제가 빈번하게 발생함에 따라 관찰을 통한 마케팅 조사가 어려워지고 있다. 공개적 관찰과 비공개적 관찰의 개념과 비공개적 관찰의 장·단점을 설명하시오. (10점)

【문제 5】 B게임사에서는 최근 출시한 모바일 게임에 대한 TV 광고모델을 결정하기 위해 일반인, 전문가, 인기 연예인의 3가지 광고모델 대안별로 구매의도에 미치는 영향을 분석하기 위한 실험설계를 하고자 한다. 관련 연구에 의하면 연령이 모바일 게임 구매의도에 영향을 미칠 수 있는 외생변수로 알려져 있다. 다음 물음에 답하시오. (10점)

(1) 외생변수의 개념을 설명하시오. (4점)

(2) 위와 같은 경우 가장 적절한 외생변수 통제방법을 설명하시오. (6점)

【문제 6】 무응답오류(nonresponse error)의 개념과 해당 오류를 줄이기 위한 방법 5가지만 설명하시오. (10점)

2019년도 제34회 경영지도사 2차 국가자격시험

교 시	시 험 시 간	시 험 과 목
3교시	90분	소비자행동론
수험번호		성 명

【 수험자 유의 사항 】

1. 시험 문제지 표지와 시험 문제지의 총 면수·문제 번호 일련 순서·인쇄 상태 등을 확인하시고, 문제지 표지에 수험번호와 성명을 기재하시기 바랍니다.
2. 수험자 인적사항 및 답안지 등 작성은 반드시 검정색 필기구만을 계속 사용하여야 합니다.(그 외 연필류, 유색필기구, 2가지 이상 색 혼합사용 등으로 작성한 답안은 0점 처리됩니다.)
3. 답안 작성 시 문제 번호 순서에 관계없이 답안을 작성하여도 되나, 반드시 문제번호 및 문제를 기재(긴 경우 요약기재 가능)하고 해당답안을 기재하여야 합니다.
4. 답안 정정 시에는 정정할 부분을 두 줄(=)로 긋고 수정할 내용을 다시 기재합니다.
5. 감독위원의 지시에 불응하거나 시험 시간 종료 후 답안지를 제출하지 않을 경우 불이익이 발생할 수 있음을 알려 드립니다.
6. 시험 문제지는 시험 종료 후 가져가시기 바랍니다.

안내사항

1. 수험자의 의견을 적극 반영하기 위하여 QR코드를 활용한 설문조사를 실시하고 있으니 적극 참여 바랍니다.
2. 시험 합격자에게 ‘합격축하 SMS(알림톡) 알림 서비스’를 제공하고 있습니다.

- 수험자 여러분의 합격을 기원합니다 -



한국산업인력공단
HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT SERVICE OF KOREA

소비자행동론

【문제 1】 소비자의 제품가격지각은 제품가격에 대한 소비자의 기대, 기대가격과 실제가격의 일치여부, 제품가격-품질 간의 연상관계 등에 의하여 영향을 받는 복잡한 인지과정이다. 다음 물음에 답하시오. (단, (1)과 (2)는 고관여 제품이며, 수용가능가격범위는 30만원~50만원, 적절할 것으로 기대되는 가격은 40만원으로 가정한다.) (30점)

- (1) 수용가능가격범위(acceptable price range)와 관련하여 소비자의 제품가격에 대한 기대를 나타내는 3가지 가격을 제시하고, 각각의 개념 및 역할을 설명하시오. (10점)
- (2) 실제가격(actual price)과 적절할 것으로 기대되는 가격 간의 차이에 직면한 소비자가 보이는 반응을 설명하는 이론을 제시하고, 실제가격이 35만원인 경우와 60만원인 경우 각각의 효과발생요건과 반응을 설명하시오. (12점)
- (3) 가격-품질연상(price-quality association) 효과에 관하여 설명하고, 제품에 관한 정보를 충분히 가지고 있을 때와 가지고 있지 못할 때로 나누어 브랜드선택에 있어서 그 효과의 크기(가격의 중요성)를 설명하시오. (8점)

【문제 2】 소비자 구매의사결정과정은 제품의 특성, 소비자의 습성, 관여도의 정도, 구매환경 등에 따라 매우 복잡할 수 있다. 그러나 대부분의 소비자행동 분석가들은 5단계로 구분하여 설명하고 있다. 구매의사결정과정의 각 단계별로 마케팅관리자가 마케팅 전략을 세우기 위해 고려해야할 점을 논하시오. (30점)

【문제 3】 소비자들은 대안을 평가하는 과정에서 그 대안에 대한 선호뿐만 아니라 그 대안이 어떤 맥락(context)에서 제시되는가에 의해서도 영향을 받게 된다. 가장 대표적인 맥락효과(context effect)인 유인효과(attraction effect)와 타협효과(compromise effect)의 개념을 설명하시오. (단, 품질과 가격의 2차원 속성에서 우열관계가 성립하지 않는 기존의 두 대안(a, b)과 새로운 대안(c)이 도입되는 상황을 가정한다.) (10점)

【문제 4】 상기(또는 환기)상표군(evoked set)과 고려상표군(consideration set)의 개념을 소비자의 정보탐색 및 소비자의 상표선택과의 관계를 고려하여 설명하시오. (10점)

【문제 5】 소비자가 동일한 상표를 반복해서 구매하는 이유 3가지를 설명하시오. (10점)

【문제 6】 상황적 영향이란 특정시간에 특정장소에서 일어나는 일시적 상태나 조건을 말한다. 이러한 상황적 영향은 제품이나 소비자와는 무관하게 일어나는 것이 일반적이다. 이와 같은 소비자행동에 영향을 미치는 상황변수를 물리적 상황, 시간적 상황, 구매상황, 심리적 상황 등으로 구분할 때, 물리적 상황 변수를 3가지만 설명하시오. (10점)