

마케팅관리론

【문제 1】 신제품 개발에 관하여 다음 물음에 답하십시오. (30점)

- (1) 많은 신제품이 시장에서 실패하는 원인을 4가지만 설명하십시오. (8점)
- (2) 신제품 개발의 목표 및 신제품의 3가지 유형별 특징을 설명하고, 각 유형에 해당하는 예를 제시하십시오. (12점)
- (3) 시장진입시점에 따른 시장개척자와 후발기업의 마케팅전략에 관하여 각각 2가지를 기술하십시오. (10점)

【문제 2】 가격조정전략에 관하여 다음 물음에 답하십시오. (30점)

- (1) 가격할인과 가격차별화의 개념과 차이점에 대해 설명하십시오. (6점)
- (2) 가격할인과 가격차별화의 유형을 각각 4가지만 기술하십시오. (24점)

【문제 3】 시장세분화를 위해 사용되는 기준변수를 5가지만 설명하십시오. (10점)

【문제 4】 계약형 VMS 중에서 프랜차이즈 시스템의 개념을 설명하고, 그 유형 4가지를 예를 들어 설명하십시오. (10점)

【문제 5】 광고에서 ATL(above the line)과 BTL(below the line)의 개념을 설명하고, 관련 매체 4가지를 각각 제시하십시오. (10점)

【문제 6】 글로벌마케팅에서 표준화(standardization)와 현지화(localization)의 개념을 설명하고, 해외시장진출 전략을 4가지만 설명하십시오. (10점)

시장조사론

【문제 1】 만두전문점 만나만두의 지난해 1일 평균 판매량은 100개였다. 매출증대를 위해 만나만두는 배달앱을 활용하여 판매하기로 하고 몇 달 간 집중적인 배달앱을 통한 광고 및 판촉캠페인을 진행한 결과 최근 25일간의 매출은 1일 평균 120개, 표준편차 20개로 나타났다. 이 결과로부터 배달앱을 활용한 이후 매출이 증대되었다고 할 수 있는지를 검증하는 과정에 관한 다음 각 물음에 답하시오. (단, $\alpha=0.05$) (30점)

- (1) 위 문제에 대한 귀무가설과 대립가설을 설정하시오. (10점)
- (2) 주어진 자료로부터 t-test를 통해 검증통계량을 계산하는 식을 적고 통계량을 구하시오. (10점)
- (3) 검증통계량에 따라 가설의 기각여부와 결론을 설명하시오. (10점)

<참고 : t 분포표>

d.f.	$t_{.100}$	$t_{.050}$	$t_{.025}$	$t_{.010}$
20	1.325	1.725	2.086	2.528
21	1.323	1.721	2.080	2.518
22	1.321	1.717	2.074	2.508
23	1.319	1.714	2.069	2.500
24	1.318	1.711	2.064	2.492
25	1.316	1.708	2.060	2.485

【문제 2】 (주)K전자는 전문유통매장의 지역과 판촉비에 따른 연 매출액을 분석하기 위한 회귀분석을 하고자 한다. 지역은 동부, 서부, 남부, 북부의 4개로 나뉘고, 지역의 더미변수를 이용한 회귀식을 다음과 같이 설정한다고 가정하자.

$$y_i = \beta_0 + \beta_1 D_{1i} + \beta_2 D_{2i} + \beta_3 D_{3i} + \beta_4 x_i$$

- y_i : 추정된 매출액(단위: 억원)
- D_{ji} : 지역 더미변수 (D_{1i} =서부, D_{2i} =남부, D_{3i} =북부)
- x_i : 판촉비(단위: 억원)
- β_k : 회귀계수, $k = 0, 1, 2, 3, 4$

회귀분석의 결과 회귀계수는 $\beta_0 = 100$, $\beta_1 = 20$, $\beta_2 = 30$, $\beta_3 = -10$, $\beta_4 = 10$ 이고, 모두 통계적으로 유의하다. 다음 물음에 답하시오. (30점)

(1) 4개의 범주를 갖는 지역 더미변수를 다음 표를 이용하여 입력하시오. (10점)

지역	더미변수(D_{1i})	더미변수(D_{2i})	더미변수(D_{3i})
동부			
서부			
남부			
북부			

(2) 판촉비를 동부지역 매장은 2억원을, 북부지역 매장은 1억원을 지출한다는 가정 하에, 두 매장의 추정되는 매출액 차이를 구하시오. (10점)

(3) 더미변수를 이용한 회귀분석의 장점을 이 분석과 관련하여 설명하시오. (10점)

【문제 3】 내적 일관성(internal consistency)을 통한 신뢰성을 평가하는 대표적인 방법에 관해 기술하시오. (10점)

【문제 4】 다음은 2집단 사전사후 실험설계이다. 물음에 답하시오. (10점)

(실험집단): O_1 X O_2

(통제집단): O_3 O_4

O: 결과변수의 측정치

X: 실험변수를 실험참가자에 노출시킴

- (1) 이 실험설계의 실험효과를 위 기호를 이용하여 표기하시오. (6점)
- (2) 이 실험설계에 영향을 미칠 수 있는 외생변수 중 통제 가능한 외생변수와 통제가 어려운 외생변수를 설명하시오. (4점)

【문제 5】 시장조사를 위해 활용될 수 있는 척도(scale) 4가지를 제시하고 각 척도의 개념에 대해 설명하시오. (10점)

【문제 6】 연령대별 소셜 미디어의 주간 사용빈도에 차이가 있는지를 분석하려고 한다. 연령대는 10대, 20대, 30대, 40대, 50대, 60대이상의 여섯 그룹으로 구분하고, 소셜미디어는 유튜브, 페이스북, 인스타그램의 3개 유형을 대상으로 한다. 이에 대한 교차분석의 절차를 설명하시오. (10점)

소비자행동론

【문제 1】 소비자들은 자극정보를 원래 상태 그대로 지각하는 것이 아니라 심리조건에 따라 지각적으로 조직화(perceptual organization)하여 의미있는 정보로 인지한다. 이 개념과 관련된 지각적 통합화(perceptual integration)에 관한 다음 물음에 답하시오. (30점)

- (1) 지각적 통합화의 개념과 마케팅에서의 의미를 각각 설명하시오. (10점)
- (2) 지각적 통합화에서 이용되는 3가지 원리를 예를 들어 각각 설명하시오. (20점)

【문제 2】 소비자의 만족/불만족 과정을 설명하는 대표적인 2가지 이론으로 기대불일치 모형(expectancy disconfirmation model)과 공정성 이론(equity theory)이 있다. 다음의 물음에 답하시오. (30점)

- (1) 기대불일치 모형에서 만족/불만족에 영향을 미치는 3가지 요인을 설명하고, 만족/불만족이 이루어지는 과정을 설명하시오. (10점)
- (2) 기대불일치 모형의 후속 연구들과 관련된 동화효과(assimilation effect), 대조효과(contrast effect), 동화-대조효과(assimilation-contrast effect)를 각각 설명하시오. (10점)
- (3) 공정성 이론(equity theory)의 개념을 설명하고, 소비자의 만족/불만족 결정과정에 관해 예를 들어 설명하시오. (10점)

【문제 3】 동기유발의 갈등(motivational conflicts) 유형 3가지를 설명하고, 이러한 갈등 유형별로 갈등을 해결하기 위해 선택할 수 있는 마케팅 전략을 예를 들어 각각 설명하시오. (10점)

【문제 4】 라이프스타일(life style) 측정방법 중 AIO조사법에 관해 설명하고, 이 방법의 3가지 구성요소별 의미를 설명하시오. (10점)

【문제 5】 Bem의 자기지각이론(self-perception theory)을 설명하고, FITD (Foot-in-the-Door) 기법의 개념을 설명하시오. (10점)

【문제 6】 소비자행동에 영향을 미치는 요인 중 사회계층(social class)의 특성을 4가지만 설명하시오. (10점)