

□ 2급

○ 직무분야 : 경영·회계·사무	○ 자격종목 : 유통관리사2급
○ 검정기준: 유통에 관한 전문적인 지식을 터득하고 관리업무 및 중소기업 경영지도의 보조 업무 능력을 갖춘 자.	
○ 필기검정방법 : 객관식(90문제)	○ 시험시간 : 100분

필기 과목명	주요항목	세부항목	세세항목
유통물류 일반관리	유통의 이해	유통의 이해	- 유통의 개념과 분류 - 유통(중간상)의 필요성 - 유통기능(function)과 유통흐름(flow)
		유통경로 및 구조	- 유통경로의 개념 - 유통경로의 유용성 - 유통경로의 유형과 조직 - 유통경로의 믹스
		유통경제	- 유통산업의 경제적 역할 - 상품생산·소비 및 교환 - 유통비용과 이윤
		유통산업의 이해 및 환경	- 유통의 발전과정 - 유통환경의 변화와 특징 - 유통산업관련 정책 - 글로벌 유통산업의 동향과 추세
	유통경영전략	유통경영환경분석	- 유통경영전략의 필요성과 이해 - 유통경영의 비전과 목표 - 유통경영의 외부적 요소 분석 - 유통경영의 내부적 요소 분석
		유통경영전략의 수립과 실행	- 유통기업의 사업방향 결정 - 기업수준의 경영전략, 사업부수준의 경영전략, 기능별 경영전략 - 경쟁우위와 경쟁전략 - 경영혁신 - 다각화·통합전략과 아웃소싱전략 - 전략적 제휴, 합작투자, 인수합병전략 - 유통기업의 글로벌화 전략 - 기타 유통경영전략 - 경영전략의 대안 평가 및 선택
		유통경영전략의 평가 및 통제	- 전략의 평가 - 전략의 통제 - 성과의 환류(feedback)
	유통경영관리	조직관리	- 조직이론 - 조직구조의 유형 및 설계 - 조직의 목표관리와 동기부여 - 조직의 의사전달과 갈등관리 - 조직문화와 리더십
		인적자원관리	- 인사관리의 기초와 개념 - 직무분석과 직무평가

필기 과목명	주요항목	세부항목	세세항목
			• 인적자원의 확보와 개발 • 인적자원의 활용과 배치 • 인적자원의 보상과 유지
		재무관리	• 재무관리의 개요 • 화폐의 시간적 가치와 현재가치 및 균형가격 • 자본예산과 자본조달 • 자본비용
		구매 및 조달관리	• 구매 및 조달관리의 개념 및 절차 • 공급자 선택 및 관리 • 구매실무(원가계산, 구매가격, 구매계약, 구매협상, 재고관리) • 품질관리 • 글로벌 구매 및 조달관리
	물류경영관리	도소매물류의 이해	• 도소매물류의 기초 • 도소매물류의 고객서비스
		도소매물류관리	• 물류계획 • 운송, 보관, 하역, 창고관리 • 포장관리 • 물류관리를 위한 정보기술 • 물류비 • 물류아웃소싱과 3자물류, 4자물류 • 국제물류
	유통기업의 윤리와 법규	기업윤리의 기본개념	• 기업윤리의 기본개념 • 기업윤리의 기본원칙 • 유통기업의 사회적 책임 • 유통기업윤리 프로그램의 도입과 관리 • 기업환경의 변화와 기업윤리 • 시장구조와 윤리 • 양성평등에 대한 이해
		유통관련 법규	• 유통산업발전법 • 전자문서 및 전자거래기본법 • 소비자기본법
상권분석	유통 상권조사	상권의 개요	• 상권의 정의와 유형 • 상권의 계층성
		상권분석에서의 정보기 술 활용	• 상권분석과 상권정보 • 상권정보시스템, 지리정보 활용
		상권설정 및 분석	• 상권분석의 개념 및 평가 방법 • 상권설정 • 업태 및 업종별 상권의 분석과 설정 • 상권·입지분석의 제이론 • 상권조사의 방법과 분석
	입지분석	입지의 개요	• 도매입지와 소매입지의 개요 • 업태 및 업종과 입지 • 물류와 입지

필기 과목명	주요항목	세부항목	세세항목
		입지별 유형	• 지역 공간 구조 • 도심입지 • 쇼핑센터 • 기타입지
		입지선정 및 분석	• 입지선정의 의의 • 입지영향인자 • 업태별 입지 개발방법 • 경쟁점(채널) 분석 • 입지의 선정
	개점전략	개점계획	• 점포개점 의의 및 원칙 • 투자의 기본계획 • 개점입지에 대한 법률규제검토
		개점과 폐점	• 출점 및 개점 • 점포개점을 위한 준비 • 업종전환과 폐점
유통마케팅	유통마케팅 전략기획	유통마케팅전략	• 시장세분화 • 목표시장 선정 • 포지셔닝 전략
		유통경쟁전략	• 유통경쟁의 개요 • 유통경쟁의 형태 • 소매업태의 성장과 경쟁 • 글로벌 경쟁전략 • 서비스 마케팅
		상품관리 및 머천다이징 전략	• 머천다이징 및 상품관리의 개요 • 머천다이징과 브랜드 • 업태별 머천다이징 및 상품기획 • 상품 카테고리 계획과 관리 • 상품 매입과 구매계획 • 상품수명주기별 상품관리전략 • 단품관리전략
		가격관리전략	• 가격관리의 개요 • 가격설정의 방법 • 가격설정 정책 • 업태별 가격관리
		촉진관리전략	• 촉진관리전략의 개요 • 프로모션믹스 • 업태별 촉진전략(옴니채널, O2O, O4O 등) • e-Retailing 촉진 • 소매정보와 촉진
	디지털 마케팅 전략	소매점의 디지털 마케팅 전략	• 디지털 마케팅에 대한 이해 • 온라인 구매결정과정에 대한 이해 • 소매점의 디지털 마케팅을 위한 목표결정 • 타겟 고객층 파악 • 경쟁분석과 마케팅 포지셔닝

필기 과목명	주요항목	세부항목	세세항목
		웹사이트 및 온라인 쇼핑물 구축	• 사용자 경험(UX)에 대한 이해 • 온라인 쇼핑물의 중요성과 이점 • 온라인 쇼핑물 기능과 결제 시스템 • 검색엔진 마케팅과 검색엔진 최적화(SEO) • 보안과 개인정보 보호
		소셜미디어 마케팅	• 소셜미디어 플랫폼에 대한 이해 • 소셜미디어 마케팅 전략과 콘텐츠 제작 • 소셜미디어 광고
		데이터분석과 성과측정	• 디지털 마케팅 데이터 분석의 개요 • 효과적인 분석도구와 측정지표 • 사용자 데이터 수집과 분석
	점포관리	점포구성	• 점포구성의 개요 • 점포의 구성과 설계 • 점포 디자인 • 온라인 쇼핑물 구성과 설계 • 온라인 쇼핑물 UI,UX 등
		매장 레이아웃 및 디스플레이	• 매장 레이아웃의 개요 • 매장의 구성과 분류 • 매장 배치와 통로 설정 • 상품진열의 조건 및 형식 • 상품진열 및 배열기법 • 비주얼 프리젠테이션 개요 및 기술 • 컬러 머천다이징의 기초지식 • 디스플레이 웨어와 POP 광고 취급방법
		매장환경관리	• 매장 환경의 개요 • 매장 내외부 환경관리 • 매장 구성요소와 관리 및 통제 • 매장 안전관리
	상품판매와 고객관리	상품판매	• 상품판매의 개요 • 판매서비스 • 상품 로스(Loss)관리
		고객관리	• 고객의 이해 • 고객관리의 개요 • 고객정보의 수집과 활용 • 고객응대기법
		CRM전략 및 구현방안	• CRM의 배경 및 장점 • CRM의 도입방법 및 고려사항 • CRM의 정의 및 필요성 • CRM의 유형 • CRM 구현 단계 • 유통기업의 CRM 구축방안
	유통마케팅 조사와 평가	유통마케팅 조사	• 유통마케팅 조사의 개요 • 유통마케팅 조사의 방법과 절차 • 유통마케팅 자료분석기법
		유통마케팅 성과 평가	• 유통마케팅 성과 평가의 개요

필기 과목명	주요항목	세부항목	세세항목
			• 유통마케팅 목표의 평가 • 유통업의 성과평가 • 경로구성원의 평가 • 영향력 및 갈등 평가 • 온라인유통마케팅의 성과지표(전환율, 노출수, CPC, CPM 등)
유통정보	유통정보의 이해	정보의 개념과 정보화 사회	• 정보와 자료의 개념 • 정보·자료·지식 간의 관계 • 정보혁명의 의의와 특성 • 정보화 사회의 개요 • 정보화 사회의 특징과 문제점 • 정보의 유형
		정보와 유통혁명	• 유통정보혁명의 시대 • 유통업에 있어서의 정보혁명 • 정보화 진전에 따른 유통업태의 변화
		정보와 의사결정	• 의사결정의 이해 • 의사결정의 종류와 정보 • 의사결정의 단계와 정보 • 의사결정지원 정보시스템(DSS, GDSS, EIS 등) • 지식경영과 지식관리시스템 활용
		유통정보시스템	• 유통정보시스템의 개념 • 유통정보시스템의 유형 • 유통정보시스템의 운영환경적 특성 • 유통정보시스템의 구성요소 • 유통정보시스템의 기획 • 유통정보시스템의 분석/설계/구축 • 정보 네트워크
	주요 유통 정보화기술 및 시스템	바코드, POS EDI, QR 시스템 구축 및 효과	• 바코드의 개념 및 활용 • POS의 개념 및 활용 • EDI의 개념 및 활용 • QR의 개념 및 활용
	유통정보의 관리와 활용	데이터관리	• 데이터베이스, 데이터웨어하우징, 데이터마트 • 빅데이터, R, 데이터마이닝 등 데이터 수집·분석·관리기술 및 관련 장비 • 데이터 거버넌스
		개인정보보호와 프라이버시	• 개인정보보호 개념 • 개인정보보호 정책 • 개인정보보호 기술 • 보안시스템 • 프라이버시 개념 • 프라이버시 보호 정책 • 프라이버시 보호 기술
		고객충성도프로그램	• 고객충성도 프로그램의 개념과 필요성

필기 과목명	주요항목	세부항목	세세항목
			• 고객충성도 프로그램을 위한 정보기술
	전자상거래	전자상거래 운영	• 전자상거래 프로세스 • 물류 및 배송 관리시스템 • 전자결제시스템
	유통혁신을 위한 정보자원관리	ERP 시스템	• ERP 개념 • ERP 요소기술 • ERP 구축 • 유통분야에서의 ERP 활용
		CRM 시스템	• CRM 개념 • CRM 요소기술 • CRM 구축 • 유통분야에서의 CRM 활용
		SCM 시스템	• SCM 개념 • SCM 요소기술 • SCM 구축 • 유통분야에서의 SCM 활용
	신용합기술의 유통분야에서의 응용	신용합기술	• 신용합기술 개요 • 디지털 신기술 현황 • 신용합 핵심기술 • 신용합기술에 따른 유통업체 비즈니스 모델 변화
		신용합기술의 개념 및 활용	• 빅데이터와 애널리틱스의 개념 및 활용 • 인공지능의 개념 및 활용 • RFID의 사물인터넷의 개념 및 활용 • 로봇틱스와 자동화의 개념 및 활용 • 블록체인과 핀테크의 개념 및 활용 • 클라우드컴퓨팅의 개념 및 활용 • 가상현실과 메타버스의 개념 및 활용 • 스마트물류와 자율주행의 개념 및 활용