

위치	오류유형	수정 전	수정 후
83p 제4장 - 제1절 - (2) '고객통찰력 확보를 위한 소비자 조사기법' - ① '소비자의 행동을 관찰하는 기법' - ㉔ '관찰법' 아래에서 두 번째 줄	문제-본문	㉔ 관찰법 : 사람의 행동이나 사건 중에서 조사 목적에 필요한 것을 관찰·기록하여 분석하는 방법으로 소비자의 자연스러운 행동을 관찰하여 내면세계나 잠재의식 및 욕구를 찾아낼 수 있다. (후략)	㉔ 관찰법 : 사람의 행동이나 사건 중에서 조사 목적에 필요한 것을 관찰·기록하여 분석하는 방법으로 소비자의 자연스러운 행동을 관찰하여 내면세계나 잠재의식 및 욕구를 간접적으로 유추 가능하다. (후략)
		수정 사유	이론 오류
100p 제4장 OX로 점검하자 번호 : 06	해설	06 관찰법은 태도, 동기 등과 같은 심리적 현상은 관찰할 수 없다.	06 관찰법은 태도, 동기 등과 같은 심리적 현상을 간접적으로 유추할 수는 있으나, 직접 관찰할 수는 없다.
		수정 사유	06번 문제 해설 오류
118p 제5장 - 제2절 - (2) '표적시장 선정 시 고려 요소' - ⑤ '경쟁사'	문제-본문	⑤ 경쟁사 : 경쟁자의 수가 많을수록 비차별적 마케팅 전략이 적합하다.	⑤ 경쟁사 : 경쟁자의 수가 많을수록 차별적 마케팅 전략이 적합하다.
		수정 사유	이론 오류

도서의 오류로 학습에 불편드린 점 진심으로 사과드립니다.
더 나은 도서를 만들기 위해 노력하는 시대교육그룹이 되겠습니다.