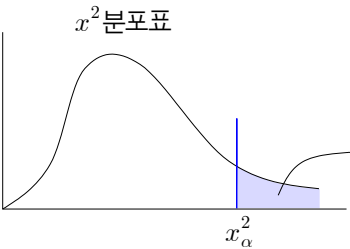
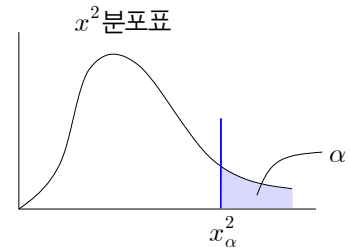
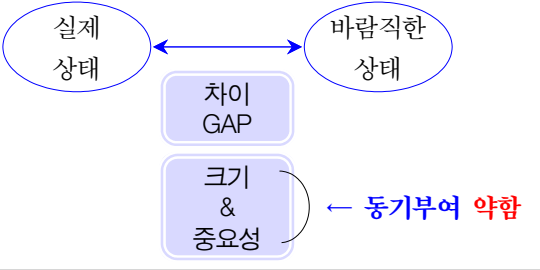
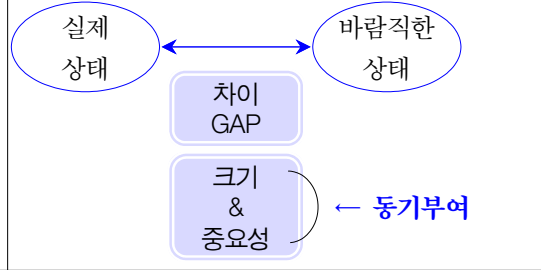
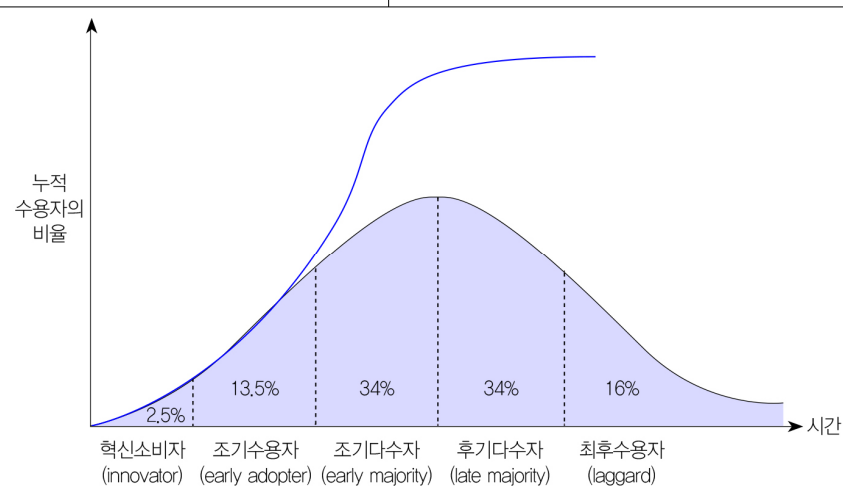
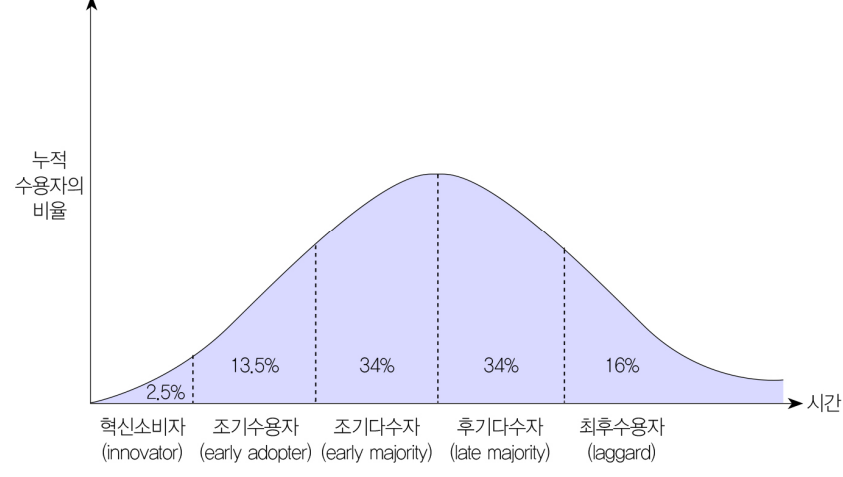
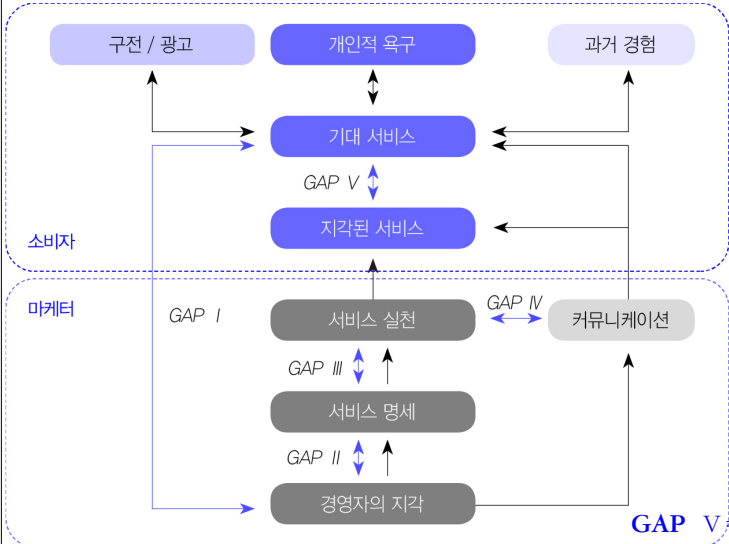
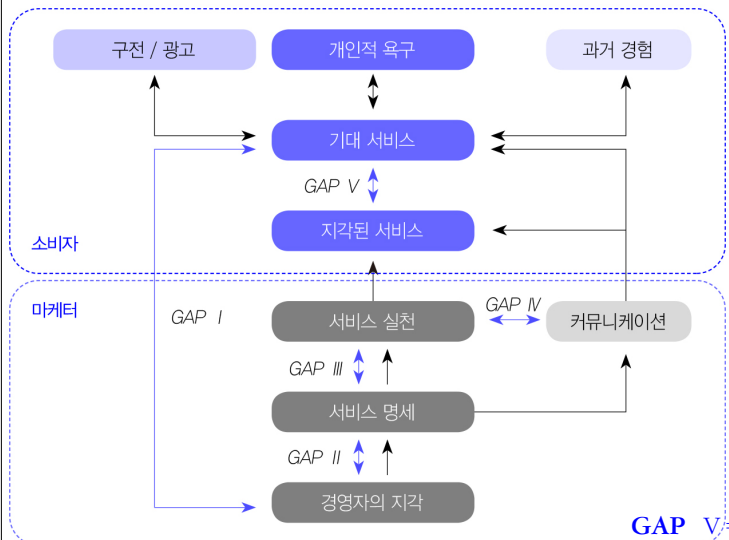
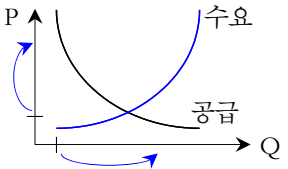
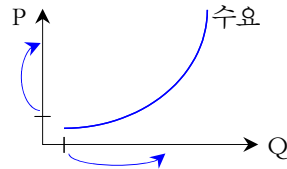
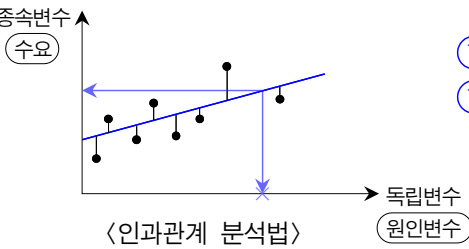


핵심경영학연습 서브노트 3판1쇄 정오표

Page	위치	수정전	수정후
21	1. (1) 집약성장 전략	<div> <div> <div>기존제품</div> <div>신제품</div> </div> <div> <div> <div>시장침투전략</div> <div>market penetration Strategy</div> </div> <div> <div>제품개발전략</div> <div>다각성장 신제품+신시장</div> </div> </div> <div> <div>기존시장</div> <div>신시장</div> </div> </div> <p>→ 집약성장</p> <p>관련다각화 → 범위의 경제효과</p> <p>수평적: 기존고객 EX 응진 도미노현상</p> <p>집중적: 기계, 기술, 유통 ...</p> <p>비관련다각화(컨트로머릿)</p> <p>→ 출판 → 건설 → 태양광산업</p> <p>(관련 ×) → risk ↑</p> <p>규모의 경제: $Q \uparrow \rightarrow C \downarrow$ (FC ↓)</p> <p>범위의 경제: 능·독·녀 300, 능·독·남 300, 합 400</p>	<div> <div> <div>기존제품</div> <div>신제품</div> </div> <div> <div> <div>시장침투전략</div> <div>market penetration Strategy</div> </div> <div> <div>제품개발전략</div> <div>다각성장 신제품+신시장</div> </div> </div> <div> <div>기존시장</div> <div>신시장</div> </div> </div> <p>→ 집약성장</p> <p>관련다각화 → 범위의 경제효과</p> <p>수평적: 기존고객 EX 응진 도미노현상</p> <p>집중적: 기계, 기술, 유통 ...</p> <p>비관련다각화(컨트로머릿)</p> <p>→ 출판 → 건설 → 태양광산업</p> <p>(관련 ×) → risk ↓</p> <p>규모의 경제: $Q \uparrow \rightarrow C \downarrow$ (FC ↓)</p> <p>범위의 경제: 능·독·녀 300, 능·독·남 300, 합 400</p>
59	7. (2) 마일즈 & 스노우	<div> <div>혁신형/공격형 (prospector)</div> <div>신제품 신시장 $S \uparrow, M/S \downarrow$ 혁신</div> </div> <p>유기적 조직</p>	<div> <div>혁신형/공격형 (prospector)</div> <div>신제품 신시장 $S \uparrow, M/S \uparrow$ 혁신</div> </div> <p>유기적 조직</p>
74	2. <마일즈 & 스노우>	<div> <div>prospector</div> <div>신제품 or 신시장 혁신, $M/S \uparrow, S \uparrow$</div> <div>외부충원 외적경쟁력 연봉제, 성과급</div> </div> <div> <div>defender</div> <div>기존제품 & 기존시장 비효율성, $M/S, \bar{S}$</div> <div>내부충원 내적공정성 공정성 확보</div> </div>	<div> <div>prospector</div> <div>신제품 or 신시장 혁신, $M/S \uparrow, S \uparrow$</div> <div>외부충원 외적경쟁력 연봉제, 성과급</div> </div> <div> <div>defender</div> <div>기존제품 & 기존시장 비용효율성, $M/S, \bar{S}$</div> <div>내부충원 내적공정성 공정성 확보</div> </div>

97	(유인물 문제 18)	 <p>x^2 분포표</p> <p>α 상호독립적× → 가설거각</p>	 <p>x^2 분포표</p> <p>α 상호독립적× → 대립가설 채택</p>
101	제2절 1. 문제인식	 <p>실제 상태 ↔ 바람직한 상태</p> <p>차이 GAP</p> <p>크기 & 중요성 ← 동기부여 약함</p>	 <p>실제 상태 ↔ 바람직한 상태</p> <p>차이 GAP</p> <p>크기 & 중요성 ← 동기부여</p>
118	(4)	(4) 신제품 수용자의 유형 및 확산곡선	(4) 신제품 수용자의 유형
118	(4) 신제품 수용자의 유형	<p>수정전</p>  <p>누적 수용자의 비율</p> <p>시간</p> <p>혁신소비자 (innovator) 2.5%</p> <p>조기수용자 (early adopter) 13.5%</p> <p>조기다수자 (early majority) 34%</p> <p>후기다수자 (late majority) 34%</p> <p>최후수용자 (laggard) 16%</p>	<p>수정후</p>  <p>누적 수용자의 비율</p> <p>시간</p> <p>혁신소비자 (innovator) 2.5%</p> <p>조기수용자 (early adopter) 13.5%</p> <p>조기다수자 (early majority) 34%</p> <p>후기다수자 (late majority) 34%</p> <p>최후수용자 (laggard) 16%</p>

122	GAP 모형	<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="margin-bottom: 10px;">수정전</div>  <div style="margin-top: 10px;">수정후</div>  </div>
124	4. ① 명성가격 (금지가격)	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>(가격·품질 연상효과 자아이미지...)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>(가격·품질 연상효과 자아이미지...)</p> </div> </div>
158	제1절 1. 양적기법	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div>(1) 시계열 분석법</div> <div>(1) 인과관계 분석법</div> </div>
158		<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>단순 선형 회귀분석법 → 독립변수 1개</p> <p>다중 선형 회귀분석법 → 독립변수 여러 개</p> </div> </div> <p>(2) 시계열 분석법 삽입</p>
159	번호 밀림	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div> (2) 이동평균법 (3) 지수평활법 </div> <div> (3) 이동평균법 (4) 지수평활법 </div> </div>