

2024 한권으로 끝내는 경영학 정오표

2023. 01. 15일 기준

[p.144 오탈자 수정]

3) 쉼제도★

- ① 오픈숍 : 조합원, 비조합원 모두 고용 가능
- ② 클로즈드 쉼 : 조합원만 고용 가능
- ③ 유니온 쉼 : 일단 고용되면 일정기간 안에 조합원으로 가입해야만 함
- ④ 에이전시 쉼 : 조합원, 비조합원 모두 노동조합에 조합비 납부
- ⑤ 프레퍼렌셜 쉼 : 채용에 조합원 우선
- ⑥ 메인터넌스 쉼 : 일단 단체협약이 체결되면 기존 조합원 + 이후 가입한 조합원 모두 **현약협약** 유효 기간 동안은 조합원으로 머물러야 함

[p.145 날개 오탈자 수정]

메인터넌스 쉼 : 일단 단체협약이 체결되면 기존 조합원 + 이후 가입한 조합원 모두 **현약협약** 유효 기간 동안은 조합원으로 머물러야 함

3) 쉼제도★

- ① 오픈숍 : 조합원, 비조합원 모두 고용 가능
- ② 클로즈드 쉼 : 조합원만 고용 가능
- ③ 유니온 쉼 : 일단 고용되면 일정기간 안에 조합원으로 가입해야만 함
- ④ 에이전시 쉼 : 조합원, 비조합원 모두 노동조합에 조합비 납부
- ⑤ 프레퍼렌셜 쉼 : 채용에 조합원 우선
- ⑥ 메인터넌스 쉼 : 일단 단체협약이 체결되면 기존 조합원 + 이후 가입한 조합원 모두 **현약협약** 유효 기간 동안은 조합원으로 머물러야 함

[p.150 오탈자 수정]

| | |
|--------|---|
| 제품지향개념 | 생산개념에서 판매개념으로 이전되는 과도기적인 개념이다. 제품개념은 소비자가 제품의 품질에 관심을 가지는 단계이다. → 경쟁기업과 차별화 차별화된 제품을 위해 품질, 성능, 디자인, 특성 등에 주력 |
|--------|---|

[p.173 오타자 수정]

| | |
|---------------------------|-----------------------------------|
| 초과 수요 : 능력 이상의 수요자가 생겼을 때 | 역제마케팅 역마케팅 (디마케팅)으로 수요를 줄임 |
|---------------------------|-----------------------------------|

[p.179 내용 추가]

5) 직접 마케팅(Direct Marketing)

중간 유통상의 개입 없이 직접적인 경로를 통하여 고객에게 개별적인 촉진활동을 통한 제품 및 서비스를 전달하는 마케팅을 의미함 → 판매인력을 통한 인적 판매 및 현장방문판매의 경우가 이에 해당**하며 그 밖에 예로 키오스크, 홈쇼핑, 텔레마케팅, 메일마케팅, 카달로그 마케팅 등이 있다.**

[p.185 내용 추가]

| 푸시전략 (Push Strategy) | 풀전략(Pull Strategy) |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 제조업체는 도매상에게 도매상은 소매상에게, 소매상은 최종소비자에게 제품을 적극적으로 판매하는 즉 밀어붙이는 전략임 제조업자 측에서 소매업자에게 전략적인 측면(수량을 조절하거나 특정소매업체를 선별해 물량을 몰아줌)에서 제품을 공급하는 것도 이에 해당함 | <ul style="list-style-type: none"> 소비자를 대상으로 제품, 브랜드, 기업명 광고등을 함으로써 고객의 마음을 끌어당겨 구매심리를 부추기는 효과를 겨냥한 전략임 소비자가 스스로 자사제품을 선택 구매하도록 하는 생산업자의 마케팅 전략임 광고, 무료견본, 경품의 제공 등을 이용함 제조업체가 신규제품 시장을 창출하는 것을 소매유통업체에게 의존하는 것도 풀전략에 가까움 예) 새로운 의류제품을 출시하면서 전국적으로 모델선발대회를 개최하는 것, 백화점 매장내 전시 |

[p.186 오타자 수정]

⑦ AIDMA 모델 : 소비자 구매 행동패턴 모델 / 소비자 반응단계 모형

광고 또는 상품에 대한 **주의나** 주의(Attention), 상품에 대한 흥미와 관심(Interest), 구매 욕망(Desire), 상품에 대한 기억(Memory), 구매행동(Action) 등의 5단계를 말함

[p.194 오탈자 수정]

㉔ 캐발**개별**가격 전략과 사용량가격 전략

[p.196 오탈자 수정]

- 모방가격(Going-rate Pricing) : 시장가격 또는 선도기업의 가격을 따르는 것
 - 제품의 동질성이 높아서 수요자와 판매자 사이에서 형성되는 가격 또는 과점상황에서의 선도기업**선도기업**의 가격을 따를 수밖에 없는 경우의 가격결정방법으로 현행가격을 따름

[p.232 오탈자 수정]

3) 계약방식

- ① 라이선싱 : 외국기업에 자사의 상표명, 등록상표, 기술, 특허, 저작권 등 사용권을 허가하는 대가로 매출의 일정비율을 사용료로**사용료**로 받는 것

[p.233 오탈자 수정]

- 다국적기업 : MNE : multinational enterprise
일반적으로 여러 나라에 걸쳐 영업이나 제조 거점을 두고서 국가나 정치적 경계에 구애받지 않는 세계적인 기업을 가리킨다. → 기업의 경쟁력을 **강화**하는**강화하기** 위한 기업형태
- 다국적기업의 특징
 - ① 해외 사업활동을 수평다각화함으로써 해외 연관회사의 기업 내 수출을 이루게 하는 생산의 다각화를 들 수 있다.
 - ② 내부거래가 있으며 다국적기업에서 내부거래가 차지하는 비중은 총거래의 절반정도를 차지한다. 이것은 본사와 해외 자회사간 또는 자회사 사이에서 거래되는 이전가격이 조작될 많은 유인을 낳는다.
 - ③ 다국적기업은 기술우위에 의한 산업독점으로 국제산업조직을 재편성시키는 특성을 지니고 있다.
 - ④ 다국적기업은 전 세계적인 경영정책에 의하여 목적시장이 설정되면 해외시장 거점을 설치하여 **선속하깨****신속하게** 다국적화를 진행하는 특성을 갖고 있다.
 - ⑤ 다국적기업 특성은 **코정자산**이나**고정자산**이나 자금원을 보유하고 있는 것이 아니라 관련 기업의 지식을 창조하고 상품화하여 과점적으로 소유하는 데 있다.

[p.234 표 수정]

| | |
|---|--|
| <p>글로벌 표준화 전략 (Global strategy) (비용우위 ↑, 차별화 ↑)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 장점 : 경험곡선 효과와 지역적 경제성을 이용 가능 • 단점 : 현지 특성 반영의 부재 <p>예) 인텔, TI, 모토로라 etc.</p> | <p>초국가전략(Transnational strategy) (비용우위 ↑, 차별화 ↓)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 장점 : 나머지 3가지 전략의 장점을 얻을 수 있으며 글로벌 러닝에 따른 이익도 얻을 수 있음. • 단점 : 실행이 매우 어려움. <p>예) 케티필러, 유니레버 etc.</p> |
| <p>국제화 전략 (international strategy) (비용우위 ↓, 차별화 ↑)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 장점 : 독보적 경쟁력을 현지 시장에 이전가능 • 단점 : 경험곡선 효과와 지역적 경제성 이용이 불가능하고 현지 특성 반영의 부재 <p>예) 토이저러스, MS, P&G, IBM, 맥도날드, 월마트 etc</p> | <p>현지화 전략 (Localization strategy) (비용우위 ↓, 차별화 ↓)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 장점 : 현지 특성에 따른 제품과 마케팅 현지화가 가능 • 단점 : 독보적인 경쟁력을 현지 시장에 이전이 불가능하고 경험곡선 효과와 지역적 경제성의 이용이 불가능 <p>예) GM</p> |

[p.234 표 수정]

[고객화] ← 프로젝트공정-개발작업공정**개별작업공정**-배치공정-라인공정-연속공정 → [생산량]

[p.251 오탈자 수정]

2) 모듈의 생산방식의 특징

- ① 제품의 다양성과 원가절감을 추구하는 방식
- ② 여러 가지 조합으로 조립이 가능한 표준화된 호환부품(모듈)을 설계, 개발, 제작 등을 함
- ③ 모듈러 생산방식은 소품종 대량생산 체제의 최적화를 실현하기 위한 기법
- ④ 모듈러 생산은 가장 최소 종류의 부품으로 최대 종류의 부품을 **제품을** 생산하는 방식

[p.295 오탈자 수정]

| 초기의 MIS개념 | 근래의 MIS개념 |
|--|--|
| <p>경영관리층에서 필요로 하는 정보를 제공하는 일종의 일종의 정보보고시스템(통제)</p> | <p>경영활동이 이루어지는 현장에 구축된 정보기술을 기반으로 하는 시스템 혹은 컴퓨터기반의 정보시스템</p> |