독학사 2단계 마케팅원론 2024년 초판

(2024년 1월 10일 발행)

p. 21. 29번, 30번 정답 수정

수정 전	수정 후
29번 정답 ①	**29번 정답** ②
30번 정답 ③	**30번 정답** ②

p. 24. 30번 정답 및 해설 수정

수정 전	수정 후
29번 정답 및 해설 정답 : ① 해설 ~~제품의 가격탄력성은 주로 대체재의 유무와 필요의 긴급함 정도에 따라 결정된다. 필수품은 가격탄력성의 높아 약간의 가격변화에 대해 수요량이 크게 변화한다. 즉 제품의 가격을 인상하면 다른 대체재를 구매하거나 구매를 연기할 수 있기 때문에 수요량이 줄고, 가격을 인하하면 경쟁 대체제품의 고객을 흡수하거나 구매시기를 앞당길 수 있어 매출이 증가하는 것이다.~~	**29번 정답 및 해설** 정답 : ② 해설 가격탄력성은 판매량 변화율(수요량 변화율)을 가격변화율로 나눈 값이다.
30번 정답 및 해설 정답 : ③ 해설 ~~준거가격은 소비자들이 어떤 제품을 구입하고자 할 때 자신이 적정하다고 생각하는 가격수준을 의미한다. 소비자들은 과거의 구매경험이나 현재 경쟁제품의 가격 등을 토대로 준거가격을 형성하고 이를 기준으로 구매한다. 단수가격은 제품가격의 숫자에 대한 소비자들의 심리적인 반응에 따라 가격을 변화시키는 방법이다.~~	**30번 정답 및 해설** 정답 : ② 해설 단수가격 : 제품 가격의 끝자리를 홀수(단수)로 표시하여 제품이 저렴하다는 인식을 주는 가격 준거가격 : 특정한 제품이나 서비스의 가치를 판단할 때 기준으로 삼는 가격 유인가격 : 소비자를 유인하거나 자극하기 위해 설정된 가격