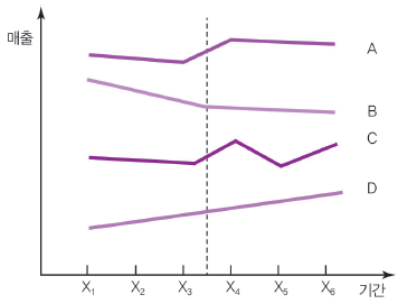
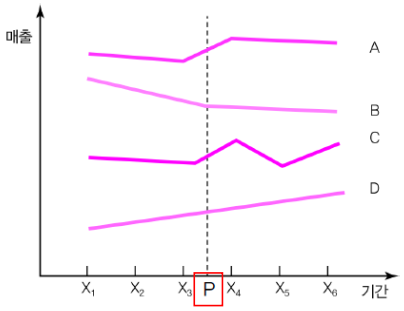
독학사 2단계 마케팅조사 2024년 초판

(2024년 1월 10일 발행)

[최신기출문제]

p. 9.

수정 전	수정 후
23번 그림 	23번 그림 수정 

p. 24.

수정 전	수정 후
23번 정답 정답 01 ③ 02 ① 03 ④ 04 ③ 05 ② 06 ① 07 ④ 08 ② 09 ② 10 ③ 11 ③ 12 ① 13 ③ 14 ④ 15 ② 16 ③ 17 ② 18 ④ 19 ④ 20 ③ 21 ④ 22 ① ~~23 ②~~ 24 ④ 25 ③ 26 ③ 27 ① 28 ③ 29 ④ 30 ② 31 ① 32 ② 33 ① 34 ④ 35 ④ 36 ② 37 ② 38 ① 39 ③ 40 ②	23번 정답 수정 정답 01 ③ 02 ① 03 ④ 04 ③ 05 ② 06 ① 07 ④ 08 ② 09 ② 10 ③ 11 ③ 12 ① 13 ③ 14 ④ 15 ② 16 ③ 17 ② 18 ④ 19 ④ 20 ③ 21 ④ 22 ① 23 ③ 24 ④ 25 ③ 26 ③ 27 ① 28 ③ 29 ④ 30 ② 31 ① 32 ② 33 ① 34 ④ 35 ④ 36 ② 37 ② 38 ① 39 ③ 40 ②

p. 26.

수정 전	수정 후
23번 정답 및 해설 **정답 : ②** **해설** 시계열 실험 디자인(Time series design)은 단일집단과 통제집단 시계열 실험 설계로 나뉘는데 단일집단 시계열 설계는 비교대상이 되는 통제집단을 사용하지 않고 동일한 실험대상자에 대해 실험변수를 도입하기 전·후의 반응을 일정한 간격을 두고 반복적으로 측정하는 방법이다. ~~보기 B는 X_4 기간에 측정하였을 경우 매출에 영향을 주지 않은 것을 보여준다.~~	**23번 정답 및 해설 수정** **정답 : ③** **해설** 시계열 실험 디자인(Time series design)은 단일집단과 통제집단 시계열 실험 설계로 나뉘는데 단일집단 시계열 설계는 비교대상이 되는 통제집단을 사용하지 않고 동일한 실험대상자에 대해 실험변수를 도입하기 전·후의 반응을 일정한 간격을 두고 반복적으로 측정하는 방법이다. 실험결과 매출에 미치는 영향을 검증하기 위해서는 일정한 방향성(추세성)이 인정되어야 한다. 보기 C는 상승과 하락을 반복하고 있으므로 이는 특정 조치의 영향력을 추정할 수 없다.