

위치	오류유형	수정 전	수정 후
1권 310~310p	개념,공식-설명	(5) 전사적 품질관리(TQM ; Total Quality Management) ① 종합 품질관리라고도 하며 기업 활동의 전반적인 부분의 품질을 높여 고객 만족을 달성하기 위한 경영방식이다. ② 기존의 품질관리는 주로 제품과 서비스에 대한 관리였으나, TQM에서는 조직 및 업무의 관리에도 중점을 두어 구성원 모두가 품질 향상을 위해 노력하여야 한다. 제품 및 서비스 생산과정 개선, 지속적인 종업원 교육, 바람직한 기업문화 창출, 미래 경영환경 대비, 신기술 개발 등을 통해 경쟁력을 높이고 장기적인 성장을 도모할 수 있다.	(5) 전사적 품질경영(TQM ; Total Quality Management) ① 종합 품질경영이라고도 하며 기업 활동의 전반적인 부분의 품질을 높여 고객 만족을 달성하기 위한 경영방식이다. ② 기존의 품질경영은 주로 제품과 서비스에 대한 관리였으나, TQM에서는 조직 및 업무의 관리에도 중점을 두어 구성원 모두가 품질 향상을 위해 노력하여야 한다. 제품 및 서비스 생산과정 개선, 지속적인 종업원 교육, 바람직한 기업문화 창출, 미래 경영환경 대비, 신기술 개발 등을 통해 경쟁력을 높이고 장기적인 성장을 도모할 수 있다.
1권 373~373p	개념,공식-설명	㉞ 브랜드 확장 전략 : 성공적인 상표명을 다른 제품범주의 신제품에 그대로 사용하는 전략이다. ㉟ 신규 브랜드 전략 : 신제품에 기존 브랜드를 연결시켜 소비자가 쉽게 접근할 수 있도록 하는 브랜드 관리 전략으로, 브랜드 자산을 활용한 대표적인 마케팅 전략의 한 방법이다. 기존의 브랜드에 대해 소비자가 가지고 있는 브랜드 인지도, 충성도, 연상, 이미지 등의 브랜드 지식을 활용하여 신제품에 대한 성공을 높이기 위해 사용한다. 유형에는 동일한 제품군 내에서 확장하는 라인 확장과 다른 제품군으로 확장하는 카테고리 확장이 있다.	㉞ 브랜드 확장 전략 : 성공적인 상표명을 다른 제품범주의 신제품에 그대로 사용하여 소비자가 쉽게 접근할 수 있도록 하는 브랜드 관리 전략으로, 브랜드 자산을 활용한 대표적인 마케팅 전략이다. 기존의 브랜드에 대해 소비자가 갖고 있는 브랜드 인지도, 충성도, 연상, 이미지 등의 브랜드 지식을 활용하여 신제품에 대한 성공률을 높이기 위해 사용한다. 확장 유형에는 동일한 제품군 내에서 확장하는 라인 확장과 다른 제품군으로 확장하는 카테고리 확장이 있다. ㉟ 신규 브랜드 전략 : 기업이 기존에 보유한 브랜드와 완전히 독립된 새로운 브랜드 이름을 만들어서 신제품을 출시하는 전략이며, 신제품 카테고리에 가장 적합한 새로운 콘셉트와 이미지를 자유롭게 구축할 수 있지만 기존 브랜드의 후광 효과 없이 시장에 진입하기 때문에 성공률이 상대적으로 낮을 수 있다.
1권 494~494p	문제-본문	05. 전사적 품질관리(Total Quality Management)에서 강조되는 내용으로 옳지 않은 것은? ① 지속적인 개선(Continuous Improvement) ② 품질관리 기법에 대한 종업원 훈련 ③ 조직문화 개선 ④ 목표에 의한 관리(MBO)의 폐지 ⑤ 과학적 분업의 강화 [해설] 전사적 품질관리는 고객만족을 위한 경영방식이므로 조직문화 개선과는 관련이 없다.	05. 전사적 품질경영(Total Quality Management)에서 강조되는 내용으로 옳지 않은 것은? ① 지속적인 개선(Continuous Improvement) ② 품질관리 기법에 대한 종업원 훈련 ③ 회사 초점 조직문화 개선 ④ 목표에 의한 관리(MBO)의 폐지 ⑤ 과학적 분업의 보완 [해설] 전사적 품질경영(Total Quality Management)은 고객이 품질을 결정한다는 전제하에, 고객의 현재 및 미래의 요구와 기대를 이해하고 충족시키는 데 모든 초점을 맞추는 경영방식이므로 회사 초점의 조직문화 개선과는 관련이 없다.

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