

## 訂 正 表

ビジネス・キャリア検定試験標準テキスト『マーケティング3級』（第2版）の記述の一部に誤りがありました。お詫びとともに以下のように訂正させていただきます。

| 刷          | 頁   | 訂正箇所              | 誤   | 正   |
|------------|-----|-------------------|---|---|
| 初刷         | 98  | 「理解度チェック」本文上から2行目 | ～その目標を達成するための（⑤）に基づく～   | ～その目標を達成するための（⑥）に基づく～   |
| 初刷～<br>第2刷 | 115 | 本文上から11行目         | を調べには需要弾力性調査や～  | を調べるには需要弾力性調査や～   |
| 初刷         | 126 | 図表2-1-7の右側の計算式    | $(5-6)^2+(5-6)^2+(5-4)^2+(5-4)^2 \div 4 = 1$ $(5-8)^2+(5-3)^2+(5-7)^2+(5-2)^2 \div 4 = 6.5$ | $\frac{1}{2}[(5-6)^2+(5-6)^2+(5-4)^2+(5-4)^2] \div 4 = 1$ $\frac{1}{2}[(5-8)^2+(5-3)^2+(5-7)^2+(5-2)^2] \div 4 = 6.5$ |
| 初刷         | 156 | 「理解度チェック」設問1      | マーケティング・リサーチは、マーケティング担当者の意思決定環境により、多くの情報を提供することを目的としている。                                    | マーケティング・リサーチは、マーケティング担当者の意思決定環境に、より多くの情報を提供することを目的としている。  |
| 初刷         | 269 | 「理解度チェック」設問2の③    | ③（ ）ブランドの比較が行われることもあるが、専門品は購買のために多大な努力を消費者が惜しまない商品である。                                      | ③（ ）専門品は、ブランドの比較が積極的に行われる商品である。   |

※第2版初刷：平成30年4月11日発行  
第2刷：令和3年10月8日発行