

生産性向上支援訓練カリキュラム

C. マーケティング	マーケティングの基礎知識を習得し、価値を高める商品戦略を学ぼう！
概論	実務に基づくマーケティング入門

コースのねらい	実務に基づいたマーケティング活動を行うため、マーケティングの基礎知識、マーケティング業務の流れを理解し、企業内での自部署だけでなく、企業全体で顧客を満足させるマーケティング手法を習得する。
----------------	--

対 象	(初任・中堅層向け) ・マーケティングを理解し業務に活用したい方 ・顧客ニーズを的確に掴みたい方
------------	--

講義内容	「基本項目」		「主な内容」	訓練時間 (H)
	1	マーケティングの基礎知識	(1) マーケティングとは何か 【ワーク】業務の中でマーケティングにどのようにかわるか考える ①マーケティングとは「売る」ための仕組みづくり ②「プロダクトアウト」と「マーケットイン」 (2) マーケティング戦略の立て方 マーケティングの流れ ①環境分析 ②戦略の策定 ③戦術の考案	1.0
	2	市場調査・分析	(1) 環境分析 ①外部環境の分析 ②内部の課題分析 ③SWOT分析 【ワーク】講師が提示する企業、事業のSWOT分析を行う (2) 戦略の策定 ①STPマーケティングとは ②「S」～セグメント化 ③「T」～ターゲット選定 ④「P」～ポジションの確立	3.0
	3	商品・サービスの開発・販売	(1) ブランド戦略について ①ブランドを考える ②ブランド導入の道のり	1.0
	4	価値を高める商品戦略	(1) 戦術の考案 ①商品 (Product) ②価格 (Price) ③流通 (Place) ④プロモーション (Promotion) 【ワーク】商品・サービスを拡販するために、どのような戦術を取るか考える	1.0
			合計時間	6.0

カリキュラム作成のポイント
マーケティングとは「売れる仕組み作り」です。自社の商品やサービスを市場に展開するまでのプロセス全般に関わる活動を指し、研究・開発、企画・製造、営業・販売、宣伝・販促などあらゆる職種がマーケティングの当事者です。本カリキュラムは、受講者がマーケティング部門に所属している・いないに関わらず、様々なフレームワークの知識を持ち、組み合わせる力を身につけることができるよう構成しています。

備考