

カリキュラム

機構施設名：岡山職業能力開発促進センター

実施機関名：日本能率協会コンサルティング

C. 企画・価格	サービス・商品開発	新サービス・商品開発の基本プロセス
-----------------	------------------	--------------------------

到達目標	ヒット商品の考え方、アイデアの出し方及び自社資産の活用方法を理解し、企画書の作成を行い、サービス、商品づくりの基本プロセスを習得する。
-------------	---

指導内容	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)	
	1	新商品開発プロセス	(1)新サービス・商品開発の基本的な考え方・進め方 ①マーケティング戦略としての新サービス・商品開発 ②新サービス・商品開発の基本プロセスと展開 (2)顧客価値・企業提供価値実現による「売れる商品づくり」 ①顧客・企業による価値共創 ②サービスドミナントロジックの考え方・進め方 ③サービスドミナントロジックの事例から新サービス・商品開発事例を考える (演習-1)「お客さまの声」から期待・要望を考え、新サービス・商品開発に活かす	2.0
	2	売れる新商品に向けた企画手順	1)最近のヒット商品(事例)から考える ①ヒットした要因は何か ②実現された顧客価値とは何か ③企業はどのように価値実現に取り組み、実現させたのか (2)顧客価値・企業提供価値実現による「売れる商品づくり」企画の進め方 ①テーマ事業の戦略仮設の確認 ②顧客価値分析の考え方・進め方 ③仮想カタログ法活用による新商品の企画・顧客ニーズの検証 (演習-2)「顧客価値分析」・「仮想カタログ法」による企画書構成要素の発想・作成	2.5
	3	新商品企画とコストの検討	(1)自社経営資源の配分方針と新商品の位置づけの確認 ①プロダクト・ポートフォリオ・マネジメント(PPM)による検討 ②製品ポートフォリオによる検討 (2)新商品の収支計画策定の進め方 ①新商品収支計画策定の考え方・進め方 ②収支計画策定事例 (演習-3)製品ポートフォリオ(ポジショニングマップ)の作成	1.5
合計時間			6.0	

訓練に使用する機器等	
●機器・ソフトウェア(受講者用)	●機器・ソフトウェア(講師用・その他)
	PC(講師持参)
●テキスト	●その他
オリジナルテキスト	プロジェクター、スクリーン