

カリキュラム

機構施設名： 山口職業能力開発促進センター

実施機関名： 一般社団法人香川県中小企業診断士協会

(C)プロモーション	販売促進	プロモーションとチャネル戦略
------------	------	-----------------------

コースのねらい	チャネルの機能とチャネル戦略のポイント、コミュニケーションのモデルとコミュニケーション戦略のポイント、従来型生産システムの課題とサプライチェーンマネジメント構築上の留意点について理解し、販売チャネル、プロモーション戦略の策定方法について習得する。
---------	---

講義内容	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)	
講義内容	1	チャネル戦略	(1)マーケティングチャネルの機能 <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングチャネルとは何か？ ・「流通チャネル」「販売チャネル」「コミュニケーションチャネル」 ・チャネルの長さ ・チャネルの形態 【ワーク】自社のチャネル構造の可視化 <ul style="list-style-type: none"> ・自社製品・サービスが顧客に届くまでの流れを図解する ・関わる中間業者(卸、小売、代理店等)をリストアップ ・各チャネルメンバーの役割と機能を明確化 (2)チャネル戦略 <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングチャネル戦略の進め方 ・ターゲット設定 ・4Pと4C 【ワーク】ターゲット設定(自社商品のペルソナを考える)	6.0
	2	プロモーション戦略	(1)コミュニケーションプロセス <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング・コミュニケーションの基本モデル ・送り手と受け手の関係性 ・メッセージ、メディア、フィードバックの役割 ・AIDMA・AISASモデルの理解 【ワーク】カスタマージャーニーマップの作成 (2)コミュニケーション戦略 (広告、販売促進、人的販売、パブリック・リレーションズ) <ul style="list-style-type: none"> ・プッシュ戦略とプル戦略 ・統合型マーケティング・コミュニケーション(IMC) ・イメージ戦略の手法と事例 (3)SNS時代のプロモーション戦略 <ul style="list-style-type: none"> ・デジタルマーケティングの基礎 ・主要SNSの特徴と活用法(Instagram、Facebook、X、LINE、YouTube等) ・SNSマーケティングの成功事例 ・コンテンツマーケティングの考え方 ・エンゲージメント向上のポイント ・炎上リスクとその対策 【演習】プロモーション・ミックスの最適化	
	3	SCM (Supply Chain Management)	(1)経営環境の変化とサプライチェーンマネジメント <ul style="list-style-type: none"> ・従来型生産システムの課題(在庫問題、リードタイム、需要予測の困難さ) ・SCMの概念と目的 ・SCM構築のポイントと留意点 (2)ロジスティクス戦略 <ul style="list-style-type: none"> ・物流と商流の関係性 ・効率的な在庫管理 ・3PL(サードパーティー・ロジスティクス)の活用 	

カリキュラム作成のポイント	本カリキュラムは、チャネル戦略、プロモーション戦略、SCMの3つを統合的に学ぶ実践型プログラムです。基礎理論を学んだ後、すぐにワークや演習を実施し、「自社のチャネル構造図」「カスタマージャーニーマップ」「SCM改善案」など明日から使える成果物を持ち帰れます。Instagram、X、LINE、YouTubeなど主要SNSの活用法から炎上リスク対応まで最新のデジタルマーケティングも学習。個人ワークグループディスカッション→発表という段階的学習により、異なる業界・職種の視点から自社課題を見直せます。
---------------	---

講師から一言 (リーフレット掲載用 50~70字程度)	マーケティング理論に基づき、チャネル戦略の基本から、プロモーションについて豊富な具体例をベースにわかりやすく解説します。特に中小企業にこそ効果的なSNSプロモーションへの取組もワークを通して楽しく学べます。
-----------------------------	---