

# プログラム案 マーケティング基本研修

## 本プログラムのねらい

- マーケティングの代表的概念と定石について確認する。
- 市場環境の捉え方、自社のポジションの分析の方法を学習する。
- ビジネスの展開方法を具体的に設計するための視点を学習する。
- 市場や事業活動の分析手法について学習する。

## ◎事前課題：

## スケジュール

時間	一日目	二日目
9:00	1. マーケティングの基本要素 ○基本概念と主な登場人物 ○マクロ環境とミクロ環境 ○市場と顧客 [講義]	6. マーケティングの今日的目標 ○各業界で共通に見られる課題 ○CSマーケティングとブランドマーケティング [講義]
10:00	2. マーケティングの基本定理 ○マーケティング目標 ○規模の経済と範囲の経済 ○多角化と市場統合 ○担当ビジネスの情報整理 [講義]	7. マーケティング・ミックス ○4 P 戦略 ○価格政策 ○プロモーション・ミックス [講義] [演習]
12:00	**** 【 昼 食 】 ****	***** 【 昼 食 】 *****
13:00	3. 競争の戦略 ○事業単位の戦略 ○競争上のポジション ○競争優位の戦略 [演習]	8. 市場や事業の分析手法 ○マーケティング・コントロール ○SWOT分析の使い方 ○ポートフォリオ分析の応用 など [講義] [演習]
15:00	4. ターゲット・マーケティング ○マーケティングの変遷 ○市場細分化とターゲティング ○商品のポジショニング [講義]	9. 日常活動における管理ポイント ○営業活動における管理ポイント ○どのような情報を継続的に押さえるのか [グループ討議] [発表]
17:00	5. 事業コンセプト ○事業活動の目標 ○事業コンセプトの設計 [演習]	★まとめと質疑 17:00 頃終了

\*進行状況により、スケジュールを変更することがあります。