

NOMA テーマ別研修 モデルプログラム例)

研修モデル プログラム名	マーケティング基礎入門モデルプログラム	
研修のねらい (到達目標)	1. マーケット・インの発想とは何かを知り、マーケットを捉える本質的な意味と求められるレベルを理解する。 2. 課題を多面的に捉える際に有効なマーケティングのフレームを学ぶ。 3. 自らのポジショニングを考え、現状の課題を再認識するとともに、新たな課題の形成に有効な観点・視点を学び、実務で活用できるきっかけをつかむ。	
研修期間	標準：2日	
有効対象	入社3-5年の方々	
研修ポイント	マーケティングの基礎的なスキルを習得することにより、自社の置かれている環境を認識し、さらにお客さまが何を求めているのかを理解し、顧客価値の視点で事業を考えられる人材となる。	
モデルプログラム事例		
	1 日 目	2 日 目
	1. マーケティング基礎 ○マーケティングとは ○マーケティング概念の変遷 ○お客様視点のマーケティング 2. 商品・サービスを理解する ○討議 ○講義 ○演習：商品・サービスを分析する 3. チャネル（流通）を理解する ○討議 ○ロジスティックミックス ○出店戦略の概要 ○演習	4. プロモーション（広告宣伝）を理解する ○討議 ○講義 ○演習 5. プライス（価格）を理解する ○討議 ○価格戦略の源泉-コスト戦略と差別化戦略 ○価格戦略バリエーション ○演習：ファーストフード業界の戦略分析 6. マーケティング・ミックスを理解する ○講義 ○ケース研究

上記はあくまでモデルプログラムです。

実施の内容は可能な内容であれば、ご要望に応じてカスタマイズができます。

お気軽にご相談ください。

お問い合わせ先

一般社団法人日本経営協会 東京本部

経営開発グループ

TEL 03-3403-1716

FAX 03-3403-8417

E-Mail tiso@noma.or.jp