

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	マーケティングセンス強化モデルプログラム	
研修のねらい (到達目標)	1. 革新的なマーケティングテーマを発見・開発する感受性を高める。 2. マーケティングテーマを考え抜き、魅力あるコンセプトとして構造化する概念化力を高める。 3. つながりと流れのなかでマーケティング・ミックスを考え、ストーリーにするセンスを高める。 4. マーケティング戦略を適切に評価する分析力を高める。	
研修期間	標準：2日	
有効対象	管理者、リーダー、マーケティング担当者の方々	
研修ポイント	マーケティングの基礎的なスキルを応用・活用・実践することにより、新しい市場と顧客を創造し、ビジネスにイノベーションを起こすマーケティングセンスの高い人材となる。	
モデルプログラム事例		
	1 日 目	2 日 目
	1. 革新的マーケティングテーマの発見と開発 ○イノベーションとは ○イノベーションの源泉 (WHO・WHAT・HOW) ○ケース研究 ○市場機会の発見とマーケティングテーマの開発 ○マーケティング機会の案出 2. マーケティングテーマの構造化 ○事業ドメインの構成要素 ○どこ (市場)・誰 (顧客) の明確化	-STP 分析 -シナリオ・ライティング ○何の明確化 ○演習：富裕層を構造化する 3. マーケティング・ミックスのストーリー作り ○マーケティング・コアミッション ○ケース研究：コアミッションを読み解く ○マーケティング目標の設定

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