

# マーケティング基礎研修



## ◆ 研修の概要

【内 容】 演習を中心としてマーケティングの基礎や理論を学んでいきます。研修後半の総合演習では、研修の中で取り扱ったフレームワークを活用して発表を行い、マーケティング戦略を総合的に理解します。

【到達目標】 マーケティングの理論を通して企業経営に必要な市場に対する考え方やアプローチ法を習得する。

【対象者】 新入社員、営業担当、管理職  
最適人数：20名

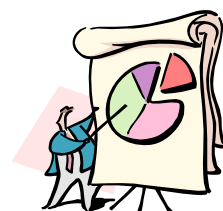
【コース日程】 2日間(ご要望に応じてカスタマイズ可能です。)

【金額】 **講師費用、テキスト費用等**  
ご予算に応じてカスタマイズ可能です。ご相談ください。

## ◆ 候補講師

御社のご要望にあった数多くの研修実績と好評をいただいたマーケティングの専門家などを講師としてアサインします。

メイン講師 1名



## ◆ カリキュラム例

日程	形態	項目	内容
1日目	座学 演習	マーケティングの考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>マーケティングミックスの基本理解</li> <li>マーケティングミックス</li> <li>変化する市場への対応</li> </ul>
		【演習】市場環境分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>現状分析の方法</li> <li>内部、外部環境分析</li> <li>フレームワークに理論と実践 (SWOT、プロダクトライフサイクル 等)</li> </ul>
		【演習】戦略の理解	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業とは何か</li> <li>戦略の意味</li> <li>経営戦略の基本</li> </ul>
2日目	演習	【演習】 マーケティング戦略策定	事例に基づいたマーケティング戦略を昨日学習したフレームワークを活用して策定し、グループごとに発表。講師がコメントを行う。

## ◆ 実績

■2008年5月 大手医療検査企業様  
新入社員研修

## ◆ 受講者の声

「どのように戦略を立てるのかなど、うまく企業を運営していく方法が分かっておもしろかった」

「マーケティングの考え方を学ぶことは新鮮だった。物事を様々な角度から見る必要があるので知識を広げていくことが大事であると思った」

「難しく感じた。多角的な考え方が要求されていてグループで考えなければ私は乗り切れなかったと思う」