

マーケティングの知識を学び、実際に活用するための実践コース

技術者のための『マーケティング実務基礎講座』

現代の著名な経営学者ドラッカーは、これからの企業には「革新」と「マーケティング」の2つの機能しかないといっています。また最近「顧客満足度」(CS)や「顧客指向」という言葉が盛んに使われ、ユーザやマーケットを強く意識した企業活動がなされています。

このように「マーケティング」は、ますます重要になってきていますが、これは技術者にとっても例外ではありません。

ここでは、技術者とマーケティングとの接点である2つの分野「販売促進」(「技術者が商品の販売促進をどうすすめるか」と「リサーチ」(「効率よい市場調査はどうすればできるか」)を中心に、研修当日の新聞をケーススタディとして、演習を交えながら分かりやすく基礎から講習します。

カリキュラム

1 マーケティング基礎論

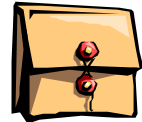
今なぜマーケティングなのか
マーケティングに関する「格言」

技術者にとってのマーケティング
マーケティングの基本的な考え方

など

2 実例に学ぶマーケティング

「商品企画」に見るマーケティング
歴史的や市販品に見るマーケティング < 10 事例 >
マーケティングの「基本用語」を知る
「差別(異)化」「市場細分化」「ニッチ狙い」の実際
「購入時価値観」と「使用时価値観」の課題 など



3 マーケティングの実務手順

「販売促進」の基礎知識
基礎用語を学ぶ 実際的手段とアイデア < 8 8 アイデア >
「リサーチ」の基礎知識
資料の情報源を知る 一般調査の具体的な方法 < 2 9 分野と 1 2 事例 >
「単位」が予測できるようになる
単位を知る重要性 勘を理論的に働かせる
「開発」の実際を知る
開発の具体的な方法 開発の不連続性 < 2 1 事例 >

4 実習

研修当日の新聞から実習
コピー文章 マーケティング手法 新製品 最新トレンド

5 演習問題

< 1 2 問 >