

# ケースで学ぶ 戦略マーケティングコース ＜2022-2023年版＞

## 顧客志向で売れる仕組みづくりを考え、戦略的マーケティングの視点を身につけます

顧客志向で売れる仕組みづくりを学習するコースです。

基本編では、ターゲットの選択、製品の理解、価格設定、チャンネルづくり、プロモーションというマーケティング戦略の流れにそって、画面上の登場人物とともに学習を進めます。

ケース編では、企業活動の事例を、マーケティングの視点で見していきます。



### ＜本コースのねらい＞

- ビジネスパーソンに必要な戦略マーケティングについての基本的な考え方を身につけます。
- 企業に求められる行動（意思決定）をマーケティングの視点で考えることのできる思考力を身につけます。

### ＜カリキュラム＞

第1章 マーケティングとは何か	1-1 「売れる仕組みをつくる」① 1-2 「売れる仕組みをつくる」②	第6章 どのように(3): プロモーションを行う	6-1 プロモーション・ミックスを考える 6-2 広告の効果を考える
第2章 誰に: ターゲットを決める	2-1 マーケット・セグメンテーションを行う① 2-2 マーケット・セグメンテーションを行う② 2-3 市場セグメントを選択する① 2-4 市場セグメントを選択する②	ケース編	ケーススタディ: ワークマンのマーケティング ※知っておきたいキーワード集 & 学習資料集 ※事例アーカイブ
第3章 何を: プロダクツに焦点を当てる	3-1 製品を理解する① 3-2 製品を理解する② 3-3 製品のライフサイクルを理解する① 3-4 製品のライフサイクルを理解する②	＜概要＞	
第4章 どのように(1): 価格を決める	4-1 価格を設定する 4-2 新製品の価格設定を行う	受講対象者	ビジネスパーソン全般、特に若手～中堅社員
第5章 どのように(2): 流通チャンネルを決める	5-1 チャンネルの長さを設計する① 5-2 チャンネルの長さを設計する② 5-3 チャンネルのメンバーシップを設計する	監修	●岩崎 尚人 (監修) 成城大学大学院 経済学研究科 教授
		仕様	●想定学習時間: 2時間 ●最短実行時間: 38分 ●テスト数: 1 (全10問、ランダム出題)