

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) |