

マーケティングの基礎知識と活用（1社向け研修）

- [概要] マーケティングに関する基礎知識を学んだうえで、演習で貴社のマーケティング戦略を立案してみることでマーケティング基礎を習得するコースです。マーケティングの定義から、STP 戦略、マーケティング・ミックス立案に必要な知識を習得し、貴社のマーケティング戦略を立案します。
- [学習目標]
- ・マーケティングの定義と変遷を理解する
 - ・STP 戦略とマーケティング・ミックスを理解する
 - ・マーケティング・ミックスを策定する上で必要な知識を習得する
- [受講対象者] ・マーケティングの基礎を学びたい方
- [前提条件] 自社商品・サービスに関する知識をお持ちの方
- [日数] 2日間
- [形式] 講義+演習（50：50）
- [時間] 9：30～17：30
- [研修に必要なもの]
- 講師用：プロジェクター、ホワイトボード、
掲示用マグネット（棒状のもの4本以上）
- 受講者用：模造紙 8枚/グループ（3～4名で1グループ）
セロハンテープ 1個/グループ
ポストイット（7cm×7cm程度のもの）1束/名
マジック 1本/名

[タイムスケジュール]

日程	内容
第1日目 AM	1. マーケティングの定義と変遷 マーケティングの定義、変遷 2. マーケティング戦略 マーケティング戦略立案方法 3. STP 戦略 STP 戦略とは セグメンテーション・ターゲティング・ポジショニング (確認クイズ)
PM	4. マーケティング・ミックス マーケティング・ミックスとは 製品戦略 価格戦略 (確認クイズ) 流通チャネル戦略 プロモーション戦略 (確認クイズ) 5. 新しいマーケティング インターネットを活用したマーケティング ソーシャルメディアマーケティング フラッシュマーケティング (事例演習)
第2日目 AM	(演習) 環境分析
PM	(演習) STP 戦略の決定 (演習) マーケティング・ミックスの設定