

SMQB

MBAスクーリング マーケティングコース

顧客満足・創造を重視し、マーケティング戦略を推進できる



対象 マーケティングの基礎知識を習得したい方

日程 1日間

最適定員 15名

事前課題 ■ 通信教育「MBAシリーズ マーケティングコース」の受講

🕒 カリキュラム

- 1日目**
- オリエンテーション
 - マーケティングとは
 - ・マーケティングの位置づけ
 - ・マーケティングプロセスの概要
 - マーケティングプロセス
 - ー 個人研究・グループ研究
 - ー クラス研究
 - 市場機会の発見
 - ・市場機会の発見と戦略課題の設定
 - ー 個人研究・グループ研究
 - ー クラス研究
 - 市場の細分化と標的市場の選定
 - ・市場の細分化と標的市場の選定
 - ー 個人研究・グループ研究
 - ー クラス研究
 - 総合ケーススタディの紹介
 - まとめ

マーケティングの基本を身につける

- (1) マーケティング戦略立案プロセスを理解します。
- (2) 市場機会の発見のための環境分析手法を理解します。
- (3) 市場細分化から標的市場の選定プロセスを理解します。
- (4) 製品ポジショニングからマーケティングミックスの検討プロセスを理解します。

