

マーケティングイノベーション講座 全6回

B2C編

BBT大学 経営学部 専任教授

有限会社ボナ・ヴィータ 代表取締役 菅野 誠二

ピーター・F・ドラッカーがビジネスを定義すると



企業の目的は顧客の創造である。
したがってビジネスには二つの機能しかない。
マーケティングとイノベーションである。

出典：マネジメント 経営学原理



実学習時間

8.5h

難易度

★★

受講料

¥19,800

税込

学習目標と狙い

徹底的にマーケティングの実践に重点を置く学習を通じて、新商品・新サービスにおける独自のマーケティングプランが書けるようになる。

新入社員

若手社員

中堅社員

管理職

上級管理職

経営職



演習には、すでにテンプレートが用意されているので、自身で考えながら取り組むことができました。テンプレートに記入していくことで、最終的には自分なりのマーケティングプランを考えることができ、とても実践的でした。

学習プログラム

PDU

8.5

- 第1回 マーケティング・イノベーションとは
- 第2回 WHY?
マーケティング(B2C、B2B、サービス)、営業の定義とマーケティング管理のサイクルと自社の事業課題特定
- 第3回 WHAT? (1)
顧客ニーズの特定と仮説設定・調査・検証プロセス
ST(セグメンテーション,ターゲティング)
- 第4回 WHAT? (2)
PB (ポジショニング,ブランディング)
イノベーション
- 第5回 HOW? (1)
マーケティングミックス:
Customer Solution を創造する商品戦略
Cost to the Customerの最適化を図る価格・コスト戦略
- 第6回 HOW? (2)
マーケティングミックス:
Convenience を設計する流通戦略
Communication の最適化を図る顧客接点構築戦略
プラン実行、効果測定と実行体制

【概要】

受講期間	講義	理解度テスト	演習	チャメール	修了証	修了アンケート	制作年
6ヶ月	6回(平均85分)	なし	なし	あり	あり	なし	2019



10719