マーケティング		研修コース群	マーケティングの基礎	プランニングツール	マーケットリサーチ	B2Bマーケティング	マーケティング実践	プロジェクトマネジメント基礎	ブランド戦略の策定	プロダクト戦略の策定	価格戦略の策定	サービスビジネスのマーケティング戦略策定	マーケティングのリーダシップ	マーケティングのコミュニケーション	マーケティングのネゴシエーション	最新技術／ソリューション動向	最新ビジネス動向	インダストリアプリケーション動向	コミュニティ活動	販売チャネル戦略とマーケットコミュニケーションの基礎	プロモーション戦略の策定	販売チャネル戦略の策定	マーケティング戦略の策定	マーケットマネジメントの基礎	販売チャネル戦略の基礎	販売チャネル競争戦略論	マーケットコミュニケーションの基礎	マーケットコミュニケーション戦略の策定	マーケットコミュニケーション競争戦略論
職種共通スキル項目	専門分野固有スキル項目	研修コース名 知識項目	マーケティングの基礎	プランニングツール	マーケットリサーチ	B2Bマーケティング	マーケティング実践	プロジェクトマネジメント基礎	ブランド戦略の策定	プロダクト戦略の策定	価格戦略の策定	サービスビジネスのマーケティング戦略策定	マーケティングのリーダシップ	マーケティングのコミュニケーション	マーケティングのネゴシエーション	最新技術／ソリューション動向	最新ビジネス動向	インダストリアプリケーション動向	コミュニティ活動	販売チャネル戦略とマーケットコミュニケーション戦略の基礎	プロモーション戦略の策定	販売チャネル戦略の策定	マーケティング戦略の策定	マーケットマネジメントの基礎	販売チャネル戦略の基礎	販売チャネル競争戦略論	マーケットコミュニケーション戦略の基礎	マーケットコミュニケーション戦略の策定	マーケットコミュニケーション競争戦略論
コストマネジメント		コストコントロール ・コスト変更管理の実施 ・進捗状況評価基準の把握、実践 ・EVM(Earned value management)の活用と実践 ・コストコントロールツールの活用と実践						○																					
コストマネジメント		コスト積算 ・トップダウンコスト見積の実施 ・ボトムアップコスト見積の実施 ・見積ツールの活用と実践 ・コスト見積方法論の活用と実践						○																					
コストマネジメント		資源計画 ・資源計画の検討と策定 ・代替案の定義						○																					
コストマネジメント		予算設定 ・予算設定ツールと技術の活用と実践 ・コストベースラインの作成						○																					
コミュニケーション		コミュニケーション（2Way） ・対話およびインタビューの実施 ・意思疎通 ・コミュニケーション手法の活用と実践 ・効果的な話し方、聞き方の実践												○															
コミュニケーション		コミュニケーション（情報処理） ・状況対応力の育成、実践 ・状況理解力の活用と実践 ・ミーティング運営技術の活用と実践												○															
コミュニケーション		コミュニケーション（情報伝達） ・プレゼンテーション技術の活用と実践 ・公式および非公式文書の作成 ・文書表現および表現力の活用と実践 ・メディア選択 ・説得技法の活用と実践												○															
コミュニケーションマネジメント		コミュニケーション計画 ・コミュニケーション要件の把握 ・コミュニケーション技術の活用と実践						○																					
コミュニケーションマネジメント		プロジェクト完了手続 ・プロジェクト実績報告 ・プロジェクト報告書の作成 ・プロジェクトプレゼンテーションの実施						○																					
コミュニケーションマネジメント		実績報告 ・進捗検証 ・予実分析 ・傾向分析 ・Earned Value分析						○																					
コミュニケーションマネジメント		情報配布 ・コミュニケーションスキルの活用と実践 ・情報配布方法論の活用と実践						○																					
コンプライアンス		関連法規に関する知識 ・関連法規の理解と遵守																		○							○	○	○
市場機会の評価と選定		プロダクトポートフォリオ分析 ・分析ツールとモデルを活用した投資分野の選定 ・優先順位の選定	○	○	○	○	○			○	○									○	○			○	○		○		
市場機会の評価と選定		ポジショニングの適用 ・差別化の検討 ・自社内のポジショニング分析と設定 ・顧客に対するポジショニング分析と設定	○			○	○			○	○									○	○			○	○		○		
市場機会の評価と選定		マーケティングにおける数量的ツールの活用（顧客購買動向分析、ポテンシャル顧客発掘など） ・統科学的ツールの活用（重回帰、判別分析、因子分析、クラスター分析、コンジョイント分析、多次元尺度法） ・モデル（待ち行列モデル、販売反応モデル等） ・最適化ルーチン（微分法、数理計画法、統科学的決定理論、ゲーム理論等）	○	○	○	○	○			○	○									○	○			○	○		○		
市場機会の評価と選定		課題とニーズの調査と分析 ・現状課題の調査と分析 ・ユーザニーズの把握 ・ニーズの分析と優先順位付け																											
市場機会の評価と選定		競合状況 ・業界内競合他社情報の把握 ・新規参入者の把握																											
市場機会の評価と選定		業界動向 ・業界環境と関連規制の把握 ・最新業界動向の把握 ・業界固有ニーズ/ウォンツの把握と活用														○	○	○											
市場機会の評価と選定		市場機会の発見と選択 ・マーケティング環境分析 ・市場の機会と脅威の発見 ・市場調査と市場需要の測定	○	○	○	○	○			○	○									○	○			○	○		○		
市場機会の評価と選定		市場機会の発見と選択 ・マーケティング環境分析 ・市場の機会と脅威の発見 ・市場調査と市場需要の測定																											
市場機会の評価と選定		市場細分化（セグメンテーション） ・概念 ・定量的方法論の適用と実践 ・市場と市場セグメントの理解と設定 ・市場細分化（地理的変数、人口動態変動、心理的変数、行動上の変数等） ・市場セグメントの評価 ・市場セグメントの選択	○	○	○	○	○			○	○									○	○			○	○		○		
市場機会の評価と選定		市場調査概念と方法論 ・市場の定義 ・市場全体の把握 ・市場分析 ・市場調査目的の設定 ・市場調査計画の作成 ・市場調査の設計 ・市場調査の実施 ・仮説検証	○	○	○	○	○			○	○									○	○			○	○		○		
市場機会の評価と選定		市場分析 ・マクロ環境分析 ・顧客分析 ・競合分析 ・内部環境分析（自社の強みと弱みの分析） ・市場機会の分析 ・市場の需要測定	○	○	○	○	○			○	○									○	○			○	○		○		
市場機会の評価と選定		需要の決定 ・価格感受性 ・非弾力的需要 ・弾力的需要 ・需要曲線の見積もり ・需要の弾力性	○	○	○	○	○			○	○									○	○			○	○		○		
市場機会の評価と選定		標的市場の選定（ターゲティング） ・市場規模 ・自社の強み分析 ・製品またはサービスのライフサイクル段階の分析 ・参入障壁の分析 ・競合の戦略の分析 ・環境要因の分析	○	○	○	○	○			○	○									○	○			○	○		○		
スコープマネジメント		スコープ計画 ・スコープ記述書の策定 ・スコープマネジメント計画書の策定						○																					
スコープマネジメント		スコープ検証						○																					
スコープマネジメント		スコープ定義 ・WBSの作成 ・スコープ記述書更新版の策定						○																					
スコープマネジメント		スコープ変更管理 ・スコープ変更 ・ベースライン文書の改訂						○																					
スコープマネジメント		プロジェクト開始 ・プロジェクト憲章の策定 ・プロジェクトマネジャの選定と任命 ・制約条件、前提条件の把握						○																					
タイムマネジメント		スケジュール開発と管理 ・数学的分析（Critical Path Method、PERT等） ・所要時間の短縮 ・シミュレーションの実施 ・プロジェクトマネジメントツールの活用 ・プロジェクトスケジュールの作成 ・スケジュールマネジメント計画書の作成 ・スケジュール変更管理						○																					
タイムマネジメント		作業順序設定 ・PDM(Precedence diagramming method) ・ADM(Arrow diagramming method) ・Conditional diagramming method ・プロジェクトネットワーク図の作成 ・作業項目リストの作成						○																					
タイムマネジメント		作業所要時間見積 ・所要時間見積 ・作業項目リストの作成						○																					

c経済産業省

マーケティング		研修コース群	マーケティングの基礎	プランニングツール	マーケットリサーチ	B2Bマーケティング	マーケティング実践	プロジェクトマネジメント基礎	ブランド戦略の策定	プロダクト戦略の策定	価格戦略の策定	サービスビジネスのマーケティング戦略策定	マーケティングのリーダシップ	マーケティングのコミュニケーション	マーケティングのネゴシエーション	最新技術／ソリューション動向	最新ビジネス動向	インダストリアプリケーション動向	コミュニティ活動	販売チャネル戦略とマーケットコミュニケーションの基礎	プロモーション戦略の策定	販売チャネル戦略の策定	マーケティング戦略の策定	マーケットマネジメントの基礎	販売チャネル戦略の基礎	販売チャネル競争戦略論	マーケットコミュニケーションの基礎	マーケットコミュニケーション戦略の策定	マーケットコミュニケーション競争戦略論
職種共通スキル項目	専門分野固有スキル項目	研修コース名 知識項目	マーケティングの基礎	プランニングツール	マーケットリサーチ	B2Bマーケティング	マーケティング実践	プロジェクトマネジメント基礎	ブランド戦略の策定	プロダクト戦略の策定	価格戦略の策定	サービスビジネスのマーケティング戦略策定	マーケティングのリーダシップ	マーケティングのコミュニケーション	マーケティングのネゴシエーション	最新技術／ソリューション動向	最新ビジネス動向	インダストリアプリケーション動向	コミュニティ活動	販売チャネル戦略とマーケットコミュニケーション戦略の基礎	プロモーション戦略の策定	販売チャネル戦略の策定	マーケティング戦略の策定	マーケットマネジメントの基礎	販売チャネル戦略の基礎	販売チャネル競争戦略論	マーケットコミュニケーション戦略の基礎	マーケットコミュニケーション戦略の策定	マーケットコミュニケーション競争戦略論
タイムマネジメント		作業定義 ・作業の細分化、詳細化 ・作業項目リストの作成 ・WBS更新版の作成						○																					
ネゴシエーション		ネゴシエーション ・交渉プロセスの把握と実践 ・効果的な交渉技法の活用と実践 ・信頼関係の確立 ・目標の設定 ・共通利益 ・論理的思考の実践 ・問題解決手法の活用と実践													○														
販売チャネル戦略		販売チャネル戦略の策定 ・販売チャネルとのアライアンス戦略策定 ・販売チャネルの選択と設計 ・販売チャネルへの支援 ・動機付け ・販売チャネルコンフリクトの把握と管理																		○		○			○	○			
マーケティング環境分析		マクロ環境分析 ・社会情勢 ・経済環境 ・人口動態環境 ・技術的環境 ・政治 ・法的環境 ・文化的環境	○		○	○	○			○	○						○	○						○	○		○		
マーケティング環境分析		顧客分析 ・購買人口 ・顧客要望 ・ニーズ＆ウォンツの把握 ・購買行動に影響を与える要因の理解（文化的要因、社会的要因、個人的要因、心理的要因） ・購買行動の理解 ・購買決定プロセスの理解 ・購買決定者	○		○	○	○			○	○													○	○		○		
マーケティング環境分析		内部環境分析（自社の強みと弱みの分析） ・マーケティング戦略の長所と短所 ・製品またはサービスの優位性分析 ・財務分析 ・組織分析 ・人的資源分析	○		○	○	○			○	○													○	○		○		
マーケティング統括		マーケティング戦略の実行と評価 ・マーケティングプロセスの適用と実践手法 ・マーケティングプログラム実践手法 ・マーケティング計画（戦術、実施項目、マイルストーン等）策定と実行 ・マーケティングプログラムの評価																					○						
マーケティング統括		顧客の購買行動把握 ・消費者行動モデル ・購買行動に影響を与える要因の理解（文化的要因、社会的要因、個人的要因、心理的要因） ・購買決定プロセスの理解 ・購買決定プロセス各段階の理解 ・購買決定者																		○									
マーケティング戦略		B2Bマーケティング戦略策定 ・B2Bマーケティング概念 ・B2Bマーケティング戦略と立案手法 ・B2Bマーケティングプロセスの理解と実行 ・企業市場と消費者市場の違い ・企業購買プロセス ・購買意思決定者への影響				○																							
マーケティング戦略		サービスビジネスにおけるマーケティング戦略の策定 ・サービスビジネスのマーケティング戦略策定手法 ・サービスにおける差別化の検討 ・サービス品質の管理 ・製品ビジネスとサービスビジネスの相違点の理解 ・垂直統合サービス ・顧客のITサービス嗜好取引形態の把握										○																	
マーケティング戦略		ブランド戦略の策定 ・ブランド戦略開発プロセスと手法 ・ブランドロイヤリティ獲得 ・ブランドエクイティ ・ブランド戦略の決定（ライン拡張、ブランド拡張、マルチブランド、共同ブランド） ・ブランド体系（コーポレートブランド、事業ブランド、ファミリーブランド、製品またはサービスブランド等） ・製品またはサービスラインとブランド							○																				
マーケティング戦略		プロダクト戦略の策定 ・市場細分化と標的市場の選定 ・プロダクトポジショニング ・新規プロダクトの開発 ・プロダクトに関する意思決定 ・プロダクトライフサイクル ・オファリング内容の策定 ・ブランド戦略との関係 ・プロダクトの市場リサーチ手法								○																			
マーケティング戦略		マーケットコミュニケーション評価基準設定と評価 ・評価基準と評価方法の決定 ・評価の実施 ・評価結果の分析 ・改善案の検討と実施					○																	○			○		
マーケティング戦略		マーケティング概念と方法論 ・マーケティングプロセス（マーケティング環境の分析、市場の機会と脅威の発見、市場細分化と標的市場の選定、ポジショニング、マーケティングミックス）の理解と実践 ・マーケティング戦略の策定プロセスの理解 ・マーケティングプログラム計画策定と実施	○	○	○	○	○		○	○	○	○									○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
マーケティング戦略		マーケティング活動の実践 ・マーケティング戦略の把握 ・マーケティング施策の実行					○																						
マーケティング戦略		マーケティング施策の策定 ・マーケティング戦略の把握 ・戦略的オプションの検討 ・実現性 ・優先度の検討 ・マーケティング施策の策定 ・マーケティング実行計画の作成				○	○		○	○	○	○									○	○	○	○		○	○	○	○	○
マーケティング戦略		マーケティング実行計画の策定 ・マーケティング戦略の把握 ・マーケティング施策の把握 ・戦略的オプションの検討 ・マーケティング実行計画の作成 ・戦術、実施項目、CSF（Critical Success Factors）、マイルストーン等の検討と反映 ・評価基準の設定 ・マーケティング実行計画の策定				○	○															○	○			○		○	○
マーケティング戦略		マーケティング戦略の策定 ・企業理念の把握 ・ビジネス戦略（経営戦略、事業戦略）の把握 ・事業ポートフォリオの設計 ・マーケティングマネジメントの実施 ・マーケティングプロセスの実施 ・マーケティング戦略の策定プロセスの理解	○	○																			○						
マーケティング戦略		価格戦略の策定 ・価格設定に影響する要因 ・価格設定手法（原価志向、需要志向、競争志向） ・新製品の価格設定（上澄み吸収価格設定、市場浸透価格設定） ・製品ミックス価格設定 ・価格調整									○																		
マーケティング戦略		事業計画の策定と実施 ・事業のミッションの設定 ・外部環境分析 ・内部環境分析 ・事業目標設定 ・戦略と施策の策定プロセスの理解と実行 ・評価と管理	○	○		○	○		○	○	○	○									○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
マーケティング戦略		製品戦略、サービス戦略の策定 ・差別化の検討 ・ポジショニング戦略の策定 ・自社の強み分析 ・製品またはサービスのライフサイクル段階の分析 ・新製品または新サービスの開発 ・製品またはサービスラインとブランド								○	○																		

c経済産業省

マーケティング		研修コース群	マーケティングの基礎	プランニングツール	マーケットリサーチ	B2Bマーケティング	マーケティング実践	プロジェクトマネジメント基礎	ブランド戦略の策定	プロダクト戦略の策定	価格戦略の策定	サービスビジネスのマーケティング戦略策定	マーケティングのリーダシップ	マーケティングのコミュニケーション	マーケティングのネゴシエーション	最新技術／ソリューション動向	最新ビジネス動向	インダストリアプリケーション動向	コミュニティ活動	販売チャネル戦略とマーケットコミュニケーションの基礎	プロモーション戦略の策定	販売チャネル戦略の策定	マーケティング戦略の策定	マーケットマネジメントの基礎	販売チャネル戦略の基礎	販売チャネル競争戦略論	マーケットコミュニケーションの基礎	マーケットコミュニケーション戦略の策定	マーケットコミュニケーション競争戦略論
職種共通スキル項目	専門分野固有スキル項目	研修コース名 / 知識項目	マーケティングの基礎	プランニングツール	マーケットリサーチ	B2Bマーケティング	マーケティング実践	プロジェクトマネジメント基礎	ブランド戦略の策定	プロダクト戦略の策定	価格戦略の策定	サービスビジネスのマーケティング戦略策定	マーケティングのリーダシップ	マーケティングのコミュニケーション	マーケティングのネゴシエーション	最新技術／ソリューション動向	最新ビジネス動向	インダストリアプリケーション動向	コミュニティ活動	販売チャネル戦略とマーケットコミュニケーション戦略の基礎	プロモーション戦略の策定	販売チャネル戦略の策定	マーケティング戦略の策定	マーケットマネジメントの基礎	販売チャネル戦略の基礎	販売チャネル競争戦略論	マーケットコミュニケーション戦略の基礎	マーケットコミュニケーション戦略の策定	マーケットコミュニケーション競争戦略論
マーケティング戦略		分析ツールとモデルの理解と活用 ・事業ライフサイクル（導入期、成長期、成熟期、衰退期）モデル ・プロダクトポートフォリオマネジメント（PPM)モデル ・経験カーブ ・3C分析 ・SWOT分析 ・7Sモデル ・マイケル・ポーターの5Forcesモデル ・バリューチェーン分析 ・その他		○																									
リーダシップ		リーダシップ ・リーダシップ の基本や原則の把握と実践 ・チームワークとコミュニケーションの実践 ・プロジェクト目標の設定 ・プロジェクトの推進 ・プロジェクトの実行 ・プロジェクトマネジメント ・チームメンバの連携 ・チームメンバの動機付けと達成感の提供											○																
リスクマネジメント		リスクマネジメント計画策定						○																					
リスクマネジメント		リスク監視とリスクコントロール ・プロジェクトリスク対応監査 ・定期的なプロジェクトリスク検証 ・Earned Value分析						○																					
リスクマネジメント		リスク識別 ・資料分析 ・情報収集技術（ブレインストーミング、インタビュー、SWOT分析）の活用と実践 ・仮説分析 ・ダイアログ技術の活用と実践						○																					
リスクマネジメント		リスク対応計画 ・許容 ・回避 ・移転 ・軽減 ・受容						○																					
リスクマネジメント		定性的リスク分析 ・リスク発生頻度と損害の大きさによる分析 ・リスク発生頻度と損害の大きさの評価マトリックスによる分析						○																					
リスクマネジメント		定量的リスク分析 ・情報収集技術（インタビュー)の活用と実践 ・重大性分析 ・デシジョンツリ分析 ・シミュレーションの実施						○																					
組織マネジメント		チーム体制化 ・チーム構成作業の実施 ・一般的な管理業務の実施 ・適材配置の実践 ・チーム育成						○																					
組織マネジメント		プロジェクト組織計画 ・人材業務の実践 ・組織論の実践						○																					
組織マネジメント		要員調達 ・要員計画の策定 ・採用業務の実施 ・ネゴシエーション ・調達						○																					
調達マネジメント		引合計画と引合 ・調達文書の作成 ・評価基準の設定 ・プロポーザルの受理						○																					
調達マネジメント		契約管理 ・契約業務の理解 ・契約条件の確認と合意 ・契約の締結 ・例外事項の処理 ・外注とOEM契約業務の理解 ・関連法規の理解と遵守						○																					
調達マネジメント		調達計画 ・内製外製の分析 ・契約形態の選択 ・調達計画書の作成						○																					
調達マネジメント		発注先選定						○																					
統合マネジメント		プロジェクト計画の策定 ・プロジェクト計画メソドロジの活用と実践 ・プロジェクトマネジメントツールの活用 ・プロジェクト計画書の策定						○																					
統合マネジメント		プロジェクト計画の実施 ・一般的な管理スキルの活用と実践 ・プロジェクトマネジメントツールの活用 ・承認プロセスの把握 ・進捗管理会議運営 ・組織の手続きの把握						○																					
統合マネジメント		統合変更管理 ・変更管理 ・構成管理 ・プロジェクト進捗評価基準の活用と実践 ・プロジェクト計画書更新版の策定						○																					
品質マネジメント		品質コントロール ・監査 ・コントロールチャートの活用と実践 ・パレート図の活用と実践 ・統計サンプリングの実施 ・フローチャートの活用と実践 ・傾向分析						○																					
品質マネジメント		品質計画 ・ベネフィットコスト分析 ・ベンチマーキングの実施 ・フローチャートの活用と実践 ・品質に関するコスト管理						○																					
品質マネジメント		品質保証 ・品質計画 ・品質予測 ・品質監査 ・ツールと技術の活用と実践						○																					
	販売チャネル戦略	パートナープランジョイントプラン作成																				○			○	○			
	販売チャネル戦略	販売チャネル”レディネス”概念の適用																				○			○	○			
	販売チャネル戦略	販売チャネルキャパシティ分析と販売サポート体制の確立																				○			○	○			
	販売チャネル戦略	販売チャネルコンフリクト ・コンフリクトと競争のタイプの理解 ・販売チャネルコンフリクトの原因把握 ・販売チャネルコンフリクトの管理																				○			○	○			
	販売チャネル戦略	販売チャネルとの契約処理 ・パートナータイプの特性に応じた契約書の作成 ・取引条件の設定（取引総額、価格、在庫、数量、割引、フィナンシャル条等）																				○			○	○			
	販売チャネル戦略	販売チャネルの役割 ・販売チャネル機能とフローの理解と最適解の検討 ・販売チャネルの段階数の理解と最適解の検討																				○			○	○			
	販売チャネル戦略	販売チャネル関係における法的倫理的問題 ・排他的取引 ・排他的テリトリ ・抱き合わせ購入契約																				○			○	○			
	販売チャネル戦略	販売チャネル競争策定 ・販売チャネル戦略の策定 ・販売チャネルとのアライアンス戦略策定 ・販売チャネルの選択と設計 ・販売チャネルへの支援 ・動機付け ・販売チャネルコンフリクトの把握と管理																								○			
	販売チャネル戦略	販売チャネル設計 ・サービス水準の分析 ・目的の設定 ・販売チャネル候補の特定、評価 ・販売チャネルメンバーの選択 ・チャネルメンバーの教育、動機付け、評価																				○			○	○			
	マーケットコミュニケーション戦略	キャンペーンマネジメント ・キャンペーンマネジメントの活用、実践																									○	○	○
	マーケットコミュニケーション戦略	マーケットコミュニケーションの開発 ・標準視聴者の明確化 ・イメージ分析 ・目標の決定 ・メッセージの作成 ・マーケットコミュニケーションチャネルの選択 ・予算の決定																		○							○	○	○

c経済産業省

マーケティング		研修コース群	マーケティングの基礎	プランニングツール	マーケットリサーチ	B2Bマーケティング	マーケティング実践	プロジェクトマネジメント基礎	ブランド戦略の策定	プロダクト戦略の策定	価格戦略の策定	サービスビジネスのマーケティング戦略策定	マーケティングのリーダシップ	マーケティングのコミュニケーション	マーケティングのネゴシエーション	最新技術／ソリューション動向	最新ビジネス動向	インダストリアプリケーション動向	コミュニティ活動	販売チャネル戦略とマーケットコミュニケーションの基礎	プロモーション戦略の策定	販売チャネル戦略の策定	マーケティング戦略の策定	マーケットマネジメントの基礎	販売チャネル戦略の基礎	販売チャネル競争戦略論	マーケットコミュニケーションの基礎	マーケットコミュニケーション戦略の策定	マーケットコミュニケーション競争戦略論
職種共通スキル項目	専門分野固有スキル項目	研修コース名 知識項目	マーケティングの基礎	プランニングツール	マーケットリサーチ	B2Bマーケティング	マーケティング実践	プロジェクトマネジメント基礎	ブランド戦略の策定	プロダクト戦略の策定	価格戦略の策定	サービスビジネスのマーケティング戦略策定	マーケティングのリーダシップ	マーケティングのコミュニケーション	マーケティングのネゴシエーション	最新技術／ソリューション動向	最新ビジネス動向	インダストリアプリケーション動向	コミュニティ活動	販売チャネル戦略とマーケットコミュニケーション戦略の基礎	プロモーション戦略の策定	販売チャネル戦略の策定	マーケティング戦略の策定	マーケットマネジメントの基礎	販売チャネル戦略の基礎	販売チャネル競争戦略論	マーケットコミュニケーション戦略の基礎	マーケットコミュニケーション戦略の策定	マーケットコミュニケーション競争戦略論
	マーケットコミュニケーション戦略	マーケットコミュニケーションの実施 ・ターゲットの設定 ・メッセージプラニング ・メディア選択 ・ダイレクトマーケティング ・イベント等の企画 ・パートナーとの遂行																										○	○
	マーケットコミュニケーション戦略	マーケットコミュニケーション競争戦略策定 ・マーケットコミュニケーション戦略策定 ・マーケットコミュニケーション評価 ・戦略的な広告計画と実施 ・競争優位な販売促進の実施 ・競争優位のプロモーション実施（ダイレクトマーケティングキャンペーンなどによる差別化） ・イベントマーケティングの計画と実践																											○
	マーケットコミュニケーション戦略	マーケットコミュニケーション戦略の策定 ・マーケットコミュニケーション戦略の策定 ・購入者特性と購買心理 ・AIDAモデル（注意：Attention、興味：Interest、欲求：Desire、行動：Action）の理解と活用 ・プッシュ戦略とプル戦略 ・マーケットコミュニケーション手段の理解と活用 ・マーケットコミュニケーション目標の設定と予算の確定 ・コミュニケーションミックスの決定と広告戦略 ・クリエイティブ戦略 ・メディア戦略 ・販売促進戦略 ・Webマーケティング																		○							○	○	○
	マーケティング統括	プロモーション戦略の策定 ・プロモーション計画の策定 ・プロモーションミックスの活用手法 ・プロモーションの効果測定																			○								
	マーケティング統括	マーケティングマネジメント ・マーケティング戦略の策定と実践 ・マーケティング環境分析と市場機会の発見 ・市場細分化（地理的変数、人口動態変数、心理的変数、行動上の変数等） ・標的市場の選定 ・ポジショニング ・マーケティングミックス ・価格戦略 ・製品またはサービス戦略 ・販売チャネル戦略 ・マーケットコミュニケーション戦略 ・マーケティングミックス施策の実行と評価				○	○					○									○			○	○					