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	知識項目 ＼ 研修コース名	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		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		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		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	○	○	○	○	○			○	○									○	○			○	○		○		
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		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		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		最新技術動向 ･最新ハードウェア技術動向の把握 ･最新ミドルウェア技術動向の把握 ･最新プラットフォーム技術動向の把握 ･最新ネットワーク技術動向の把握 ･最新データベース技術動向の把握 ･最新セキュリティ技術動向の把握 ･最新システム管理技術動向の把握														○													
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		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		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		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）	○	○	○	○	○			○	○									○	○			○	○		○		
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		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		○																									

©2006経済産業省，独立行政法人　情報処理推進機構

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	知識項目 ＼ 研修コース名	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		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		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		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		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		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		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		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								○	○																		
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		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	○		○	○	○			○	○													○	○		○		

©2006経済産業省，独立行政法人　情報処理推進機構

マーケティング		研修コース群	マーケティングの基礎	ブランニングツール	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	知識項目 ＼ 研修コース名	マーケティングの基礎	ブランニングツール	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				○	○					○								○			○	○						
	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	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																		○									
	マーケティング統括	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																					○						
	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	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																				○			○	○			
	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	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																		○							○	○	○

©2006経済産業省，独立行政法人　情報処理推進機構

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	知識項目 \ 研修コース名	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 ・メッセージプランニング ・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																									○	○
プロジェクトマネジメント		プロジェクト統合マネジメント ・プロジェクト憲章作成 ・プロジェクト・スコープ記述書暫定版作成 ・プロジェクトマネジメント計画書作成 ・プロジェクト実行の指揮・マネジメント ・プロジェクト作業の監視コントロール ・統合変更管理 ・プロジェクト終結					○																				
プロジェクトマネジメント		プロジェクト・スコープ・マネジメント ・スコープ計画 ・スコープ定義 ・WBS作成 ・スコープ検証 ・スコープ・コントロール					○																				
プロジェクトマネジメント		プロジェクト・タイム・マネジメント ・アクティビティ定義 ・アクティビティ順序設定 ・アクティビティ資源見積り ・アクティビティ所要期間見積り ・スケジュール作成 ・スケジュール・コントロール					○																				
プロジェクトマネジメント		プロジェクト・コスト・マネジメント ・コスト見積り ・コストの予算化 ・コスト・コントロール					○																				
プロジェクトマネジメント		プロジェクト品質マネジメント ・品質計画 ・品質保証 ・品質管理					○																				
プロジェクトマネジメント		プロジェクト人的資源マネジメント ・人的資源計画 ・プロジェクト・チーム編成 ・プロジェクト・チーム育成 ・プロジェクト・チームのマネジメント					○																				
プロジェクトマネジメント		プロジェクト・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 ・情報配布 ・実績報告 ・ステークホルダー・マネジメント					○																				
プロジェクトマネジメント		プロジェクト・リスク・マネジメント ・リスク・マネジメント計画 ・リスク識別 ・定性的リスク分析 ・定量的リスク分析 ・リスク対応計画 ・リスクの監視コントロール					○																				
プロジェクトマネジメント		プロジェクト調達マネジメント ・購入・取得計画 ・契約計画 ・納入者回答依頼 ・納入者選定 ・契約管理 ・契約終結					○																				
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										○															
コミュニケーション		2Wayコミュニケーション ・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		情報伝達 ・プレゼンテーション技術の活用と実践 ・公式または非公式文書の作成 ・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		情報の整理、分析、検索 ・状況対応力の育成と実践 ・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											○														
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												○													

©2006経済産業省，独立行政法人　情報処理推進機構