

マーケティング	研修コース群		マーケティングの基礎	ブランディングツール	マーケティングツール	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ーシップ	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	コミュニケーション活動	プロモーション戦略の策定	販売チャネル戦略とマーケティング	販売チャネル戦略の策定	マーケティング戦略の策定	マーケティング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	マーケティングコミュニケーションの基礎	マーケティングコミュニケーション戦略の策定	マーケティングコミュニケーション戦略	マーケティングコミュニケーション競争				
	職種共通スキル項目	専門分野固有スキル項目																													知識項目			
マーケティング戦略		<ul style="list-style-type: none"> 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		<ul style="list-style-type: none"> 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		<ul style="list-style-type: none"> 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		<ul style="list-style-type: none"> 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 オフライン内容の策定 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		<ul style="list-style-type: none"> 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		<ul style="list-style-type: none"> 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		<ul style="list-style-type: none"> 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		<ul style="list-style-type: none"> マーケティング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		<ul style="list-style-type: none"> 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		<ul style="list-style-type: none"> 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		<ul style="list-style-type: none"> 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		<ul style="list-style-type: none"> 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		<ul style="list-style-type: none"> 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 	○	○	○	○							○	○										○	○									
マーケティング統括		<ul style="list-style-type: none"> 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 マーケティング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		<ul style="list-style-type: none"> 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 																			○													

Table with columns for 'Marketing' (マーケティング), 'Knowledge Items' (知識項目), and various skill categories like 'Marketing Overview' (マーケティング統括), 'Sales Channel Strategy' (販売チャネル戦略), 'Market Communication Strategy' (マーケットコミュニケーション戦略), and 'Project Management' (プロジェクトマネジメント). It includes a 'Research Course Group' (研修コース群) and 'Research Course Name' (研修コース名) section.

