

マーケティング 戦略

コース

Marketing strategy

2020

先見性・革新性・戦略性で
成熟市場を打ち破る
マーケターの養成



- | 期間 | 5月～翌年3月
- | 日程 | 月2～3回 月曜日 18:20～20:50 (他国内合宿3回)
- | 対象 | マーケティング・営業部門の部長、課長、リーダー、戦略スタッフ (定員25名)
- | 会場 | [経営アカデミー] 東京都千代田区丸の内1-6-2 新丸の内センタービル6階
(JR東京駅丸の内北口より徒歩3分/大手町駅直結)

WEBサイト
リニューアル!

時代の変化を捉え、行動を変える学びの場

経営アカデミーは、公益財団法人日本生産性本部の10周年記念事業として、1965年に創設された我が国初の本格的なビジネススクールの1つです。その時々には時代の変化を捉え、意識を変え、行動を変える学びの場として、これまで15,000名を超える方々に受講いただきました。修了者には経営アカデミー・マスターの称号が与えられ、産業界のリーダーとして多方面で活躍されています。

※修了者には、『経営アカデミー・マスター』の資格が付与されます。(全日本能率連盟登録資格称号第14号)

経営アカデミーが目指す経営人材とは

今日、企業には、大きく二つの挑戦が突きつけられています。SDGsや様々な社会問題が、企業経営において中心的なテーマとなっています。また、デジタル化の大きな流れは、企業の垣根を越えて飛躍的に生産性を高める機会とみなされています。経営アカデミーは、このような大きな時代の変化の中で、自ら課題を設定し、仮説を立て、多様なステークホルダーを巻き込みながら、主体的に価値を創造していく行動力あるビジネスリーダーの養成を目指します。



「多視点で構想する力」「価値を実現する力」「主体的に革新する力」

この3つの力を兼ね備え、次代の経営を創っていくことのできるリーダーです。

先見性・革新性・戦略性で成熟市場を打ち破るマーケターの養成

変化が激しく、複雑で先行きの見通しを立てるのが難しいといわれる時代。顧客のニーズもめまぐるしく変化する中、「昨日までの前提が今日には通用しない」ような状況となりつつあります。「マーケティング戦略コース」では、そのような時代に、変化を迅速に捉え、自ら様々な前提を壊し、新たな価値を創造し、その価値を顧客に継続的に提供できる「先見性・革新性・戦略性」を備えたマーケターの養成を目指しています。

本コースで高める3つの能力



01

マーケティング発想力

市場の変化を捉え、顧客価値創造のできるマーケティング力・営業力を身につける。



02

顧客価値デザイン力

顧客に選ばれる新製品やサービスを開発し、売れる仕組みを創り出す力を磨く。



03

主体的革新力

マーケティング企画・営業現場の先頭に立って実践・実行できる力を養う。



本コース講師陣

Instructors

[コース委員長]

[コーディネーター]

[グループ指導講師]



金井 政明
良品計画
代表取締役会長



石井 淳蔵
神戸大学・
流通科学大学
名誉教授



池尾 恭一
明治学院大学 教授



古川 一郎
武蔵野大学 教授



西川 英彦
法政大学 教授



園部 靖史
東洋大学 教授



中川 正悦郎
成城大学 准教授

井上 哲浩	慶應義塾大学大学院 教授	栗木 契	神戸大学大学院 教授	山本 晶	慶應義塾大学大学院 准教授
沖本 裕一郎	ロコガイド 取締役 CFO	竹村 正明	明治大学 教授	余田 拓郎	慶應義塾大学大学院 教授
小野 譲司	青山学院大学 教授	本庄 加代子	東洋学園大学 准教授	米山 茂美	学習院大学 教授
木村 浩	立正大学 教授	松下 光司	中央大学大学院 戦略経営研究科 教授	金井 政明	良品計画 代表取締役会長

(ほか企業の実務家)

日程概要

Schedule summary

月	テーマ	講義・演習	グループ研究	自己課題
5月		<ul style="list-style-type: none"> マーケティング発想 		自己課題整理、 コース修了後の目標設定
6月	マーケティング発想と フレームワークの 基本理解	<ul style="list-style-type: none"> 日本型マーケティングの新展開 ビジネスモデル構築とマーケティング マルチ・サイド・プラットフォーム戦略 (ケース：ぐるなび) 	第1回 合宿 (2泊3日) 【グループ編成】グループ研究【1-3】	各講義の気付きと 学びを整理
7月		<ul style="list-style-type: none"> 消費者行動の基礎理論 プロモーション戦略 デジタルマーケティング 競合他社への対抗戦略 (ケース：P&G) ユーザーイノベーション ブランド・マネジメント 	グループ研究【4】	
8月		<ul style="list-style-type: none"> 成長マーケティング戦略 (ケース：シアリス) 	グループ研究【5-6】	
9月	現代マーケティングの 課題と本質	<ul style="list-style-type: none"> 製品戦略 サービスマーケティング 事例研究 戦略的交渉のポイント 知覚とマーケティング 	グループ研究【7】 第2回 合宿 (2泊3日) グループ研究【8-11】	
10月	イノベーションと マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> BtoBマーケティング (ケース：コンピュータロン2006年) イノベーションと市場創造 (ケース：任天堂 wii) 	【中間発表】 グループ研究【12-13】	中間振り返り 後半への目標設定
11月	実践に向けた変革への リーダーシップを 発揮する	<ul style="list-style-type: none"> 事例研究 コース委員長講話 	グループ研究【14-17】	
翌年 1月			グループ研究【18-28】	
2月	実践への展開を 考える	第3回 合宿 (1泊2日)	グループ研究【20-24】	研修成果の振り返りと 業務への落とし込み
3月		【グループ研究成果発表】		
	フォローアップ	<ul style="list-style-type: none"> 研修後の取り組みに関する情報交換 		

講義・演習

産業界の課題に精通した講師陣による最新の理論と実践を学ぶことができます。参加者同士の活発な議論により本質に迫ります。

グループ研究

異なった視点をもったメンバーと協働で、一つのテーマについて研究を進め、50ページ程の論文にまとめます。コースの最後に発表を行います。

- 1つのグループに1人、担当の指導講師がつき、専任でグループ研究をサポートします。
- テーマ設定から仮説構築、検証、理論構築に至るまで、グループメンバー、指導講師と徹底した議論を戦わせる過程で、本質を見極め、新しいコンセプトを創造していく力が養われます。
- 仮説構築の重要性、切り口の大切さを再認識し、その手法を身につけます。
- 他社の選抜人材からの刺激や気づきと生涯にわたるネットワークが得られます。



グループ研究の流れ

問題意識の共有	研究テーマの設定	研究テーマの深化	コンセプトの提示	実践
参加メンバーの問題意識を踏まえグループを編成。指導講師と共に討議し、問題意識の掘り起こしを行う。	テーマを設定。そのテーマを明確化し、仮説の設定を行う。その後、文献や事例の調査、指導講師・メンバーと徹底的な議論を重ねる。	研究の進捗状況を発表。コーディネーターからのレビューをもとに、討議や企業訪問・ヒアリング・データ分析等を実施し、仮説の検証。	テーマの背後にある本質を突き詰め、理論構築と施策への落とし込みを行う。成果発表に向けた詰めと報告書の作成を行う。	実務への落とし込み
5～6月	7～9月	10月～11月	12月～3月	修了後

最近の研究テーマ（抜粋）

2018年度

- 「カスタマー・ジャーニー活用の方法と成功要因」
- 「CSV（共通価値の創造）による市場開拓 ～社会的課題の解決による市場開拓メカニズムの究明～」
- 「C2Cプラットフォームにおける効果的なマッチングに関する研究」

2017年度

- 「ツールキットの現状と有効性」
- 「観光PR動画と消費行動の関係 ～ユーモアと疑似体験が広告態度と購買意図に及ぼす影響～」
(2018年日本マーケティング学会でベストポスター賞を受賞)
- 「日本におけるシェアリングエコノミーの成功要因の研究」

自己課題

講義ごとに学んだこと、自社の経営や業務にどう具体的に活用するかレポートを作成。研修前、中間・終了時点で自己の振り返りを行い、研修効果を確実にいたします。



講義とグループ研究を並行して進めることで、体系的な学習と実務の往復を促し、自己課題フィードバックにより実践へと橋渡ししていきます。

01 マーケティングを基礎から体系的に学べるプログラム構成

約10ヶ月のコースの中で、マーケティングの理論を体系的に学習いただけますが、マーケティング初学者の方にとっても基礎から学んでいただけるプログラム構成・指導体制になっています。



02 マーケティングの「理論」と「実務」をバランス良く学べるプログラム構成

講義によりマーケティング理論を体系的に学びつつ、実践力を養成するための各種演習（ケーススタディやグループ討議等）や、マーケティングの最前線でご活躍されている実務家の講演を、多く組み込んだ実践的な内容で構成しています。



03 マーケティング分野を代表する「一流の講師陣」による指導

マーケティング分野を代表する一流の講師陣による、基礎から最先端までの理論を、そして、第一線のビジネス・パーソンから実践事例を学ぶことができます。

講師陣の方々には、講義やグループ研究の指導のほか、コース全体やプログラム内容に対するアドバイザーとしてもご協力いただいています。



04 「グループ研究」による他社の選抜人材との他流試合・新しいコンセプトを共創する力の養成

個人学習としてマーケティングの知識を「インプット」するだけでなく、他社から選抜された人材との“協働ワーク”(グループ研究)を通して、多様な視点や価値観に触れ、切磋琢磨しつつ、実践に繋げるための「アウトプット」(「新しいコンセプトを共創する力」の養成)を行います。



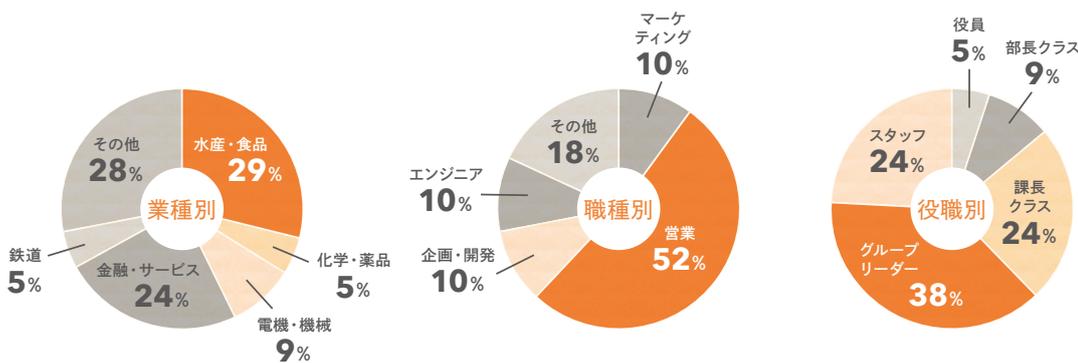
05 生涯にわたるメンバーとのネットワークの構築

約10ヶ月の間という長期間、真剣勝負で学び合う者同士だからこそ築ける、深い繋がりをメンバーとの間で築くことができます。コース修了後も、ビジネスパートナーとして、生涯の友人として、関係を継続されているOB・OGの方々が多数いらっしゃいます。



- 本コースを受講して、マーケティングの知識を身に付けることができただけでなく、今後、リーダーとして組織を引っ張っていく上で必要な思考力や、多様な価値観をもつ人々と協働して何か1つの目標に向かってものごとを進めていく力を養うことができた。
- 企業文化や業界、年齢や役職が異なるグループメンバーとのグループ研究は、躊躇することなく意見を出し合う、理解し合うことが重要であり、空気を読む・忖度して進めることは研究を進める上では阻害要因となることに気づかされた。また、当研究を通じてグループメンバーと素晴らしい関係を構築できたことが一番の成果であったように思う。研修終了後もメンバーとは将来にわたり何でも話せる関係を続けられればと思っている。
- 他企業、他業種の方との協働（グループ）研究を通じて、多様な考え方を学んだ。自社内での常識は必ずしも世間で通用することではないということをもっと感じた。また、自身の考えについてメンバーからの賛同を得るためには、理論的に考え、伝えることの重要性を学んだ。
- 講義やケーススタディのグループ討議の際、積極的に発言することで、講師や他のメンバーから発言に対するフィードバックをもらう機会が増え、新たな視点や気づきを得る場面が多々あった。
- 講義ではマーケティングの最新の理論を学べると同時に、学んだ理論の「実務への落とし込み」を意識した講師の説明や演習が多く、理論と実務の繋がりを意識することができた。

参加者データ



《 平均年齢 39歳 》

〈最近の参加企業〉

アルファ、アクリフーズ、NECディスプレイソリューションズ、大崎電気工業、カスタマシステム、キッコーマン、キッコーマンソイフーズ、キャノンプレジジョン、杏林製薬、共和電業、コスモ石油、コニカミノルタ、埼玉りそな銀行、ジーエルサイエンス、JXTGエネルギー、JECC、ジャノメクレディア、住友大阪セメント、UACJ、竹虎、竹中工務店、TDK、テルモ、東京急行電鉄、東京地下鉄、藤倉化成、日清オイリオグループ、日本水産、日本製紙、日本製薬、日本通運、日本ユニシス、農林中央金庫、バイエルクロップサイエンス、バンドー化学、日置電機、富士ソフト、ブラザー工業、みずほ銀行、三菱UFJ銀行、明治、メディカルフードサービス、メンテックカンザイ、メルテックス、ヤッホーブルーイング、山星屋、雪印メグミルク、理研ビタミン、りそな銀行、良品計画

(50音順、企業名は参加当時のものも含む)

お申込み要領

Outline

[お申込み手順]

- 01 申込書をお問い合わせ先WEBページよりダウンロードし必要事項をご記入の上、FAXまたはメールにてお送り下さい。申込みWEBページからお申込みいただくこともできます。
- 02 申込書受領後、確認のお電話を差し上げます。

[参加費] (2020年度予定金額)

賛助会員	94万円 (10%税込み 103.4万円)
一般	104万円 (10%税込み 114.4万円)

参加費に含まれないもの

国内合宿費 (1回あたり4～7万円程度)、通学・合宿・企業インタビュー等の交通費、グループ研究の著書・資料代、他個別に発生する費用

経営アカデミー コース一覧

経営アカデミーは1965年に産業界の発意と学界の協力により創設された我が国で最初の本格的なビジネススクールの一つです。当アカデミーを修了された方々は15,000名を超え、産業界のリーダーとして活躍しております。

マネジメント・リーダー養成

コース名	実施期間	主な対象者	コースの目的	参加費()内10%税込	
				賛助会員	一般
トップマネジメント・コース	2020年7月～12月	取締役、執行役員、事業部長、部長	戦略思考に基づいたビジョンを語り、先頭に立って実践できるトップリーダーの養成	115万円 (126.5万円)	125万円 (137.5万円)
経営戦略コース	2020年6月～2021年3月	部長、課長(全職種)	自社ビジネスのあり方を見直し、次の戦略を深く多面的に考えるリーダーの養成	106万円 (116.6万円)	116万円 (127.6万円)
技術経営コース	2020年6月～2021年3月	技術戦略、技術企画、研究所、製品開発担当(部長・課長・リーダー)	“技術”から社会的価値を創出できるリーダーの養成	106万円 (116.6万円)	116万円 (127.6万円)
組織変革とリーダーシップコース	2020年5月～2021年2月	部・課・プロジェクトチーム等の組織運営を行うリーダー	人・組織・戦略の視点で変革を推進できる次世代リーダーの養成	94万円 (103.4万円)	104万円 (114.4万円)

プロフェッショナル・リーダー養成

コース名	実施期間	主な対象者	コースの目的	参加費()内10%税込	
				賛助会員	一般
マーケティング戦略コース	2020年5月～2021年3月	マーケティング・営業部門の部長、課長、リーダー、戦略スタッフ	先見性・革新性・戦略性で成熟市場を打ち破るマーケターの養成	94万円 (103.4万円)	104万円 (114.4万円)
生産革新マネジメントコース	2020年5月～2021年2月	生産関連部門(製造、生産管理、品質、調達など)のマネジャー、リーダー	現場と経営の観点で、ありたい姿を描き、「強い工場」をつくる人材の養成	94万円 (103.4万円)	104万円 (114.4万円)
人事革新コース	2020年6月～2021年2月	人事部・人材開発部門のマネジャー、リーダー、戦略スタッフ	人材マネジメントに革新を起し、世界で競争力のある強い組織創りをリードする戦略的人事リーダーの養成	94万円 (103.4万円)	104万円 (114.4万円)
経営財務コース	2020年6月～12月	財務、経理、IR、リスクマネジメント、企画・管理部門のマネジャー・リーダー	企業価値の向上をリードするCFO候補の養成	94万円 (103.4万円)	104万円 (114.4万円)

イノベーション・リーダー養成

コース名	実施期間	主な対象者	コースの目的	参加費()内10%税込	
				賛助会員	一般
事業変革イノベーションコース	2020年6月～12月	事業責任者、企画・グループ管理・監査部門の責任者、戦略スタッフ	トップや現場を巻き込みながら変革に邁進する中核リーダーの養成	122万円 (134.2万円)	132万円 (145.2万円)
イノベーション・デザインコース	2020年4月～6月	中堅・若手リーダー	企業の実力で未来を変革するイノベーション・デザインリーダーの養成	62万円 (68.2万円)	72万円 (79.2万円)

[国内合宿費] 1回当たり 4～7万円(経営財務コースは合宿費のほかにビジネスゲーム使用料1万円程度)

[海外調査費] トップマネジメント・コース 40万円程度、人事革新コース、生産革新マネジメントコース 30～35万円程度

※参加費に含まれないもの:丸の内教室通学・合宿・企業見学・インタビュー等の交通費、グループ研究の図書・資料代、その他、個別的・追加的に発生する費用

※参加費、その他費用は2020年度の予定金額

お申込み・お問い合わせ先



公益財団法人日本生産性本部 経営アカデミー

〒100-0005

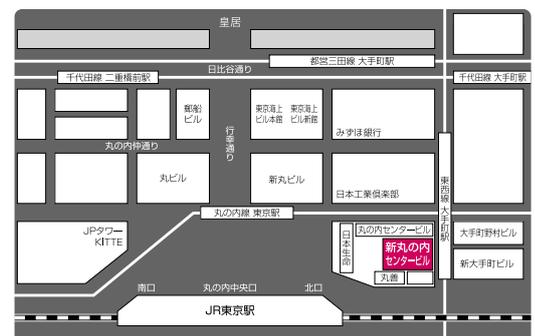
東京都千代田区丸の内1-6-2 新丸の内センタービル6階

[Tel] 03-5221-8455 [Fax] 03-5221-8479

[Mail] academy_info@jpc-net.jp [Web] https://k-academy.jp/

賛助会員制度につきましては、下記までお気軽にお問い合わせください。

[会員サービスセンター] 03-3511-4026



東京駅丸の内北口より徒歩3分、地下鉄大手町駅B2b出口よりすぐ