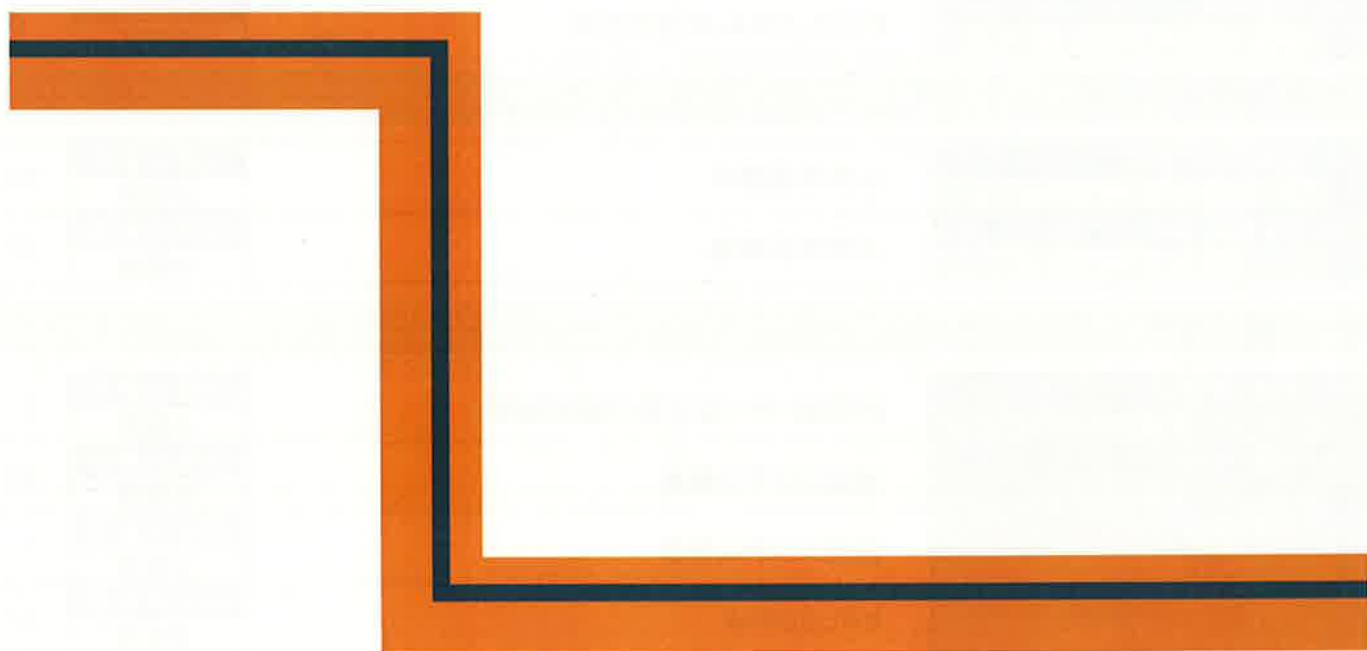


生産性向上支援訓練

カリキュラムモデル



独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構
Japan Organization for Employment of the Elderly, Persons with Disabilities and Job Seekers

生産性向上支援訓練コース一覧

目的：A.生産・業務プロセスの改善

分野：生産管理

A. 生産管理 生産・開発計画	生産性分析と向上	推奨対象者 中堅層	7 頁
A. 生産管理 生産・開発計画	生産現場の問題解決	推奨対象者 中堅層	7 頁
A. 生産管理 工程管理	生産性向上のための課題とラインバランシング	推奨対象者 中堅層	7 頁
A. 生産管理 工程管理	生産計画と工程管理	推奨対象者 中堅層	8 頁
A. 生産管理 管理手法	サービス業におけるIE活用	推奨対象者 管理者層	8 頁
A. 生産管理 原価管理	原価管理とコストダウン	推奨対象者 管理者層	8 頁
A. 生産管理 製品出荷・在庫管理	在庫管理システムの導入	推奨対象者 中堅層	9 頁
A. 生産管理 購買・原材料在庫管理・払出	購買・仕入れコスト削減	推奨対象者 中堅層	9 頁
A. 生産管理 購買・原材料在庫管理・払出	POSシステムの活用技術	推奨対象者 中堅層	9 頁

分野：品質保証・管理

A. 品質保証・管理 品質保証・管理手法	品質管理基本	推奨対象者 初任層	10 頁
A. 品質保証・管理 品質保証・管理手法	品質管理実践	推奨対象者 中堅層	10 頁

分野：流通・物流

A. 流通・物流 流通・物流	卸売業・サービス業の販売戦略	推奨対象者 中堅層	11 頁
A. 流通・物流 流通・物流	流通システム設計	推奨対象者 中堅層	11 頁
A. 流通・物流 流通・物流	物流システム設計	推奨対象者 中堅層	11 頁
A. 流通・物流 流通・物流	3PLとSCM	推奨対象者 初任層	12 頁
A. 流通・物流 流通・物流	物流のIT化	推奨対象者 初任層	12 頁
A. 流通・物流 流通・物流	SCMの現状と将来展望	推奨対象者 管理者層	12 頁

分野：バックオフィス

A. バックオフィス クラウド・IoT導入	クラウド活用入門	推奨対象者 中堅層	13 頁
A. バックオフィス クラウド・IoT導入	IoT活用によるビジネス展開	推奨対象者 中堅層	13 頁
A. バックオフィス クラウド・IoT導入	クラウドを活用したシステム導入	推奨対象者 中堅層	13 頁
A. バックオフィス クラウド・IoT導入	IoT導入に係る情報セキュリティ	推奨対象者 中堅層	14 頁

A. 生産・業務プロセスの改善

分野	推奨対象者 ねらい	初任層	中堅層	管理者層
生産管理	■ 生産・開発計画を学びたい	生産性分析と向上 生産現場の問題解決		
	■ 工程管理を学びたい	生産性向上のための課題とラインバランシング	生産計画と工程管理	
	■ 管理手法を学びたい		サービス業におけるIE活用	
	■ 原価管理を学びたい		原価管理とコストダウン	
	■ 製品出荷・在庫管理を学びたい	在庫管理システムの導入		
	■ 購買・原材料在庫管理・払出を学びたい	購買・仕入れコスト削減 POSシステムの活用技術		
品質保証	■ 品質保証・管理手法を学びたい	品質管理基本 品質管理実践		
流通・物流	■ 流通・物流を学びたい	3PLとSCM 物流のIT化		
		流通システム設計 物流システム設計		
			卸売業・サービス業の販売戦略	
			SCMの現状と将来展望	
オフィス	■ クラウド・IoTを学びたい		IoT活用によるビジネス展開 クラウド活用入門 クラウドを活用したシステム導入 IoT導入に係る情報セキュリティ	

目的：B. 横断的課題

分野：組織マネジメント

B. 組織マネジメント 経営戦略	IoTを活用したビジネスモデル	推奨対象者 管理者層	15 頁
B. 組織マネジメント リスクマネジメント	個人情報保護と情報管理	推奨対象者 管理者層	15 頁
B. 組織マネジメント ナレッジマネジメント	ナレッジマネジメント	推奨対象者 管理者層	15 頁
B. 組織マネジメント ナレッジマネジメント	知的財産権トラブルへの対応(1)	推奨対象者 管理者層	16 頁
B. 組織マネジメント ナレッジマネジメント	知的財産権トラブルへの対応(2)	推奨対象者 管理者層	16 頁

B.横断的課題

分野	推奨対象者 ねらい	初任層	中堅層	管理者層
組織マネジメント	■組織戦略を学びたい		IoTを活用したビジネスモデル	
	■リスクマネジメントを学びたい		個人情報保護と情報管理	
	■ナレッジマネジメントを学びたい		ナレッジマネジメント	
			知的財産権トラブルへの対応(1)	
			知的財産権トラブルへの対応(2)	

目的：C.売上げ増加

分野：営業・販売

C. 営業・販売 顧客拡大	マーケティング志向の営業活動の分析と改善	推奨対象者 中堅層	17 頁
C. 営業・販売 顧客拡大	統計データ解析とコンセプトメイキング	推奨対象者 中堅層	17 頁
C. 営業・販売 顧客情報	顧客分析手法	推奨対象者 中堅層	17 頁

分野：マーケティング

C. マーケティング 概論	実務に基づくマーケティング入門	推奨対象者 初任層	18 頁
C. マーケティング 概論	マーケティング戦略概論	推奨対象者 中堅層	18 頁
C. マーケティング 顧客拡大	マーケット情報とマーケティング計画(調査編)	推奨対象者 初任層	18 頁
C. マーケティング 顧客拡大	マーケット情報とマーケティング計画(販売編)	推奨対象者 初任層	19 頁

分野：企画・価格

C. 企画・価格 サービス・商品開発	製品・市場戦略	推奨対象者 中堅層	20 頁
C. 企画・価格 サービス・商品開発	新サービス・商品開発の基本プロセス	推奨対象者 中堅層	20 頁

分野：プロモーション

C. プロモーション 販売促進	プロモーションとチャネル戦略	推奨対象者 中堅層	21 頁
--------------------	----------------	--------------	------

目的：C.売上げ増加

分野	推奨対象者	初任層	中堅層	管理者層
	ねらい			
営業・販売	■顧客拡大を学びたい		<p>マーケティング志向の営業活動の分析と改善</p> <p>統計データ解析とコンセプトメイキング</p>	
	■顧客情報を学びたい		<p>顧客分析手法</p>	
マーケティング	■概論を学びたい	<p>実務に基づくマーケティング入門</p> <p>マーケティング戦略概論</p>		
	■顧客拡大を学びたい		<p>マーケット情報とマーケティング計画(調査編)</p> <p>マーケット情報とマーケティング計画(販売編)</p>	
企画・価格	■サービス・商品開発を学びたい		<p>製品・市場戦略</p> <p>新サービス・商品開発の基本プロセス</p>	
プロモーション	■販売促進を学びたい		<p>プロモーションとチャネル戦略</p>	

A. 生産管理	生産性分析と向上	推奨対象者 中堅層
生産・開発計画		

コースの ねらい	生産方式を理解し、生産性向上のために現状分析と改善活動ができる知識、技能を習得する。
-------------	--

学 科	「基本項目」	「主な内容」
	■ 生産方式と生産性	<ul style="list-style-type: none"> ・生産方式の種類 ・人、もの、時間の管理 ・生産計画と生産統制
	■ 現状分析と効率化	<ul style="list-style-type: none"> ・現状分析 ・生産設計 ・レイアウト
	■ 改善活動	<ul style="list-style-type: none"> ・改善活動の基本 ・問題点発見

※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項	
----------------------	--

A. 生産管理	生産現場の問題解決	推奨対象者 中堅層
生産・開発計画		

コースの ねらい	生産管理を理解し、生産現場の問題を発見、解決できる知識、技能を習得する。
-------------	--------------------------------------

学 科	「基本項目」	「主な内容」
	■ 生産活動の基本	<ul style="list-style-type: none"> ・生産活動の基本 ・生産現場の問題とは
	■ 現状分析とムダの発見	<ul style="list-style-type: none"> ・ムダとは何か ・現状分析 ・ムダの発見
	■ 生産現場の改善	<ul style="list-style-type: none"> ・改善の手順 ・効果的な改善のためのポイント

※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項	
----------------------	--

A. 生産管理	生産性向上のための課題とラインバランシング	推奨対象者 中堅層
工程管理		

コースの ねらい	生産システムを活用した生産性最大化や納期遵守など、生産性向上・最適化をめざして、生産計画、加工計画、作業計画などを実行するためのものづくり生産工程改善等の手法と潜在化している現状の生産システムの問題点を把握し改善・検証する手法を習得する。
-------------	---

学 科	「基本項目」	「主な内容」
	■ 生産現場の課題	<ul style="list-style-type: none"> ・生産現場の課題 ・生産性向上のための課題
	■ 生産スケジュールと工程計画	<ul style="list-style-type: none"> ・日程計画と投入規則 ・ガントチャートについて ・スケジューリングの分類 ・生産コントロールについて ・生産方式に応じたラインバランシングについて

※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項	
----------------------	--

A. 生産管理		生産計画と工程管理	推奨対象者
工程管理			中堅層
コースのねらい	多品種少量化や短納期化など、顧客の多様なニーズに適した生産計画の策定を目指して、工程管理の着眼点、生産計画・統制への柔軟な取り組み方について理解し、自社の納期管理を見直していくためのポイントを習得する。		
学科	「基本項目」	「主な内容」	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 工程管理の考え方 ■ 生産スケジュールの組み立て方 	<ul style="list-style-type: none"> ・生産システムと工程管理 ・生産計画のつくり方と実現対策 ・操業計画と負荷能力調整 ・生産管理と効率管理 ・納期遅れの要因と対策 ・多品種少量生産への対応 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

A. 生産管理		サービス業におけるIE活用	推奨対象者
管理手法			管理者層
コースのねらい	サービス現場におけるIE(Industrial Engineering)に関する管理についての知識と技能を習得する。		
学科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ 生産性改善活動	<ul style="list-style-type: none"> ・改善活動の必要性 ・モデル店舗の生産性の実態 ・生産性改善活動が目指している店舗 	
	■ 店舗作業改善	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗作業改善アプローチ ・IEにおける改善の視点 ・バックルーム改善 ・作業、売場改善 	
■ 店長マネジメント	<ul style="list-style-type: none"> ・模範店長のマネジメント行動 ・日常マネジメント行動 ・生産性改善活動の店舗内推進体制 		
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

A. 生産管理		原価管理とコストダウン	推奨対象者
原価管理			管理者層
コースのねらい	低コスト化と生産性向上を目指して、原価管理をコスト(費用削減)と生産性(業務効率向上)の2軸で捉え、企業収益向上のポイントを習得する。		
学科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ 原価管理とは	<ul style="list-style-type: none"> ・原価管理の基礎知識 ・原価を構成する要素 ・損益分岐点 ・財務諸表とその読み方 	
	■ コスト削減	<ul style="list-style-type: none"> ・コスト削減の着眼点 ・コスト削減のための発注改善 ・職場の物理的ムダの改善 	
■ IE手法による標準時間設定方法	<ul style="list-style-type: none"> ・IE(Industrial Engineering)とは ・標準時間の設定手法 ・統計的時間資料の考え方 ・余裕率の設定方法 		
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

A. 生産管理 製品出荷・在庫管理		在庫管理システムの導入	推奨対象者 中堅層
コースの ねらい	在庫管理システムを活用した在庫削減をめざして、在庫管理業務の意義と役割を理解し、在庫管理システムを正常に機能させるために在庫管理制度を維持する方法や他の管理システムの計画情報との連動について習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在庫管理について ■ 在庫管理システム 	<ul style="list-style-type: none"> ・在庫管理の対象と在庫管理業務の機能 ・在庫品の評価方法 ・在庫管理システムによる在庫管理概要 ・システムを機能させるための在庫管理制度の維持 ・他の管理システムとの計画情報の連動について 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

A. 生産管理 購買・原材料在庫管理・払出		購買・仕入れのコスト削減	推奨対象者 中堅層
コースの ねらい	利益確保のための購買・仕入れ業務のあるべき姿を理解し、コスト削減に必要な知識・技能を修得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 購買・仕入れ担当者の役割 ■ VA(価値分析)活動 	<ul style="list-style-type: none"> ・購買・仕入れ業務 ・企業の生産活動における購買・仕入れ業務のコストダウン ・品質維持とコストダウン ・取引先を巻き込んだコストダウン策 ・発注先選定の戦略と日常管理 ・格付け評価の進め方 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

A. 生産管理 購買・原材料在庫管理・払出		POSシステムの活用技術	推奨対象者 中堅層
コースの ねらい	POS(Point of sale)システムのメリットを理解し、販売管理、販売戦略に活用できる知識・技能を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ POSシステムの概要 ■ POSシステムの導入事例 	<ul style="list-style-type: none"> ・小売業における情報化戦略 ・POSシステムの概要 ・POS導入 ・POSデータ処理 ・POSデータを活用した販売管理 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項 POSシステム一式(ない場合は、簡易ソフト)			

A. 品質保証・管理 品質保証・管理手法		品質管理基本	推奨対象者 初任層
コースの ねらい	品質管理の考え方を理解し、QC7つ道具を使って課題への対処ができる知識と技能を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 品質管理の考え方 ■ QC7つ道具 	<ul style="list-style-type: none"> ・品質管理とは ・検査とは ・QC7つ道具と使い方 ・QC的問題解決の進め方 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項 パソコン、表計算ソフト			

A. 品質保証・管理 品質保証・管理手法		品質管理実践	推奨対象者 中堅層
コースの ねらい	品質管理の考え方を理解し、QC (Quality Control) 的問題解決による不良・クレームゼロ化のために必要な知識と技能を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 不良ゼロ化と品質管理の進め方 ■ 品質管理活動の推進と作業標準 ■ QC的問題解決による不良・クレームゼロ化の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・不良ゼロの意義と効果 ・品質管理と品質保証の考え方 ・TQC (Total Quality Control) の考え方 ・品質管理上の問題把握 ・作業標準化の考え方と進め方 ・QC的問題解決の考え方と進め方 ・不良・クレーム発生の原因分析と対応 	
	※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項		

A. 流通・物流		卸売業・サービス業の販売戦略	推奨対象者
流通・物流			中堅層
コースのねらい	サービス業の経営上の特質を知り、卸売業・サービス業の販売戦略を構築できる知識及び技能を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ 卸売業の活性化と流通機構	<ul style="list-style-type: none"> ・経営戦略の転換による活性化 ・流通機構システムと卸売業 ・流通機構の近代化への役割分担 ・充足戦略・販売促進機能 	
	■ 組織化活動	<ul style="list-style-type: none"> ・機能と活動体系 ・組織化活動と連携意識 ・VC(ボランタリーチェーン)組織の一般的な機構内容 	
	■ サービス業の経営上の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・一般サービス業のビジネス活動 ・ニューサービスの経営特性 ・マーケット開拓のポイント ・サービス活動の付加価値 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

A. 流通・物流		流通システム設計	推奨対象者
流通・物流			中堅層
コースのねらい	流通システムとその進め方及び新たな流通システムの事例を知り、流通システム設計を進めるための知識と技能を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ 物流コスト管理と生産性向上	<ul style="list-style-type: none"> ・自社物流コストの算定 ・物流ABC準拠による物流コストの算定 	
	■ システム分析とシステム設計手順	<ul style="list-style-type: none"> ・システム分析とその進め方 ・システム分析とシステム設計との関係 	
	■ SCM(Supply Chain Management)のシステム	<ul style="list-style-type: none"> ・SCMシステム概要 ・SCM取組み事例 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			
電卓			

A. 流通・物流		物流システム設計	推奨対象者
流通・物流			中堅層
コースのねらい	物流の生産性向上とコスト管理を理解し、物流システムの設計に関する知識・技能を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ 物流の生産性向上とコスト管理	<ul style="list-style-type: none"> ・物流コストと標準化 ・物流の生産性向上 	
	■ 物流システム設計	<ul style="list-style-type: none"> ・物流システム設計の概要 ・物流システム設計の手法 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

A. 流通・物流		3PLとSCM	推奨対象者
流通・物流			初任層
コースのねらい	物流のアウトソーシングの実態を理解し、3PL(third-party logistics)とSCM(Supply Chain Management)との関連についての知識と技能を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 物流のアウトソーシング ■ SCM(Supply Chain Management)との関連 	<ul style="list-style-type: none"> ・物流の内容 ・物流のアウトソーシング ・サプライチェーン・マネジメント ・3PLとSCMとの関連 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

A. 流通・物流		物流のIT化	推奨対象者
流通・物流			初任層
コースのねらい	宅配と通販の関係及び物流のIT化の進展、関連する情報技術を知り、流通物流ネットワークの構築について提案することができる知識と技能を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 流通・物流ネットワークの構築と情報技術 ■ 物流のIT化の進展 	<ul style="list-style-type: none"> ・流通ネットワーク ・物流ネットワーク ・物流のIT化 ・物流革新 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

A. 流通・物流		SCMの現状と将来展望	推奨対象者
流通・物流			管理者層
コースのねらい	サプライチェーン・マネジメントの概要及び現状と将来展望を知り、サプライチェーン・マネジメント経営手法についての知識と技能を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ SCM(Supply Chain Management) ■ 現状と将来展望 	<ul style="list-style-type: none"> ・サプライチェーン・マネジメントの概要 ・基本コンセプト ・経営環境の変化とSCM ・メーカーにおける現状と将来展望 ・小売業における現状と将来展望 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

A. バックオフィス クラウド・IoT導入		クラウド活用入門	推奨対象者 中堅層
コースの ねらい	クラウドに関する基本的な知識、サービス及び利用方法を理解し、クラウドを活用した業務展開の企画提案の知識と技能を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ クラウド	<ul style="list-style-type: none"> ・クラウドコンピューティング ・クラウドの定義と特徴 ・クラウド活用のメリット ・クラウドの利用モデル 	
	■ クラウドサービス	<ul style="list-style-type: none"> ・クラウドサービスの概要 ・ストレージサービス ・ネットワークサービス ・データベースサービス 	
	■ クラウドの利用	<ul style="list-style-type: none"> ・クラウドサービスの利用方法 ・ビッグデータの活用 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項 パソコン			

A. バックオフィス クラウド・IoT導入		IoT活用によるビジネス展開	推奨対象者 中堅層
コースの ねらい	クラウドに関する基本的な知識、技能・技術を理解し、クラウドを活用したビジネス展開手法を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ IoT(Internet of Things) とビッグデータ	<ul style="list-style-type: none"> ・IoTの概要 ・ビッグデータの歴史と特徴 ・ビッグデータの影響力 ・データの収集方法 	
	■ IoTを活用したビジネス展開	<ul style="list-style-type: none"> ・制約条件 ・スマートファクトリー ・クラウド(インターネット回線)利用時のリスク 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

A. バックオフィス クラウド・IoT導入		クラウドを活用したシステム導入	推奨対象者 中堅層
コースの ねらい	クラウドに関する知識、技能・技術を理解し、クラウドを活用したシステム導入に係る知識を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ クラウド技術	<ul style="list-style-type: none"> ・クラウドサービスの概要 ・クラウドを実現する技術とは ・分散処理 ・データベース 	
	■ クラウドサービスとシステム導入	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス提供事業者 ・システム導入 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

A. バックオフィス		IoT導入に係る情報セキュリティ	推奨対象者
クラウド・IoT導入			中堅層
コースのねらい	情報セキュリティ対策の適正化を目指して、IoT導入の有用性及び情報セキュリティに関するリスク及びセキュリティチェック等の必要な対策についての知識及び技術を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ IoT(Internet of Things) 導入	<ul style="list-style-type: none"> ・導入の背景と利便性及び危険性 ・ネットワークの利用方法 	
	■ 情報セキュリティ	<ul style="list-style-type: none"> ・ファイヤーウォールによる防衛 ・パスワード解読によるアカウント乗っ取りと防衛 ・ウイルスによる攻撃とアンチウイルスソフトの導入 ・セキュリティリスクの洗い出し方法 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項 パソコン(ファイヤーウォールソフト)			

B. 組織マネジメント		IoTを活用したビジネスモデル	推奨対象者
経営戦略			管理者層
コースのねらい	自社におけるIoTを活用したビジネスの展開をめざして、IoTやビッグデータ活用の進展によるビジネス環境の変化や動向を理解し、IoTビジネスを具体的に検討するためのポイントを習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	<ul style="list-style-type: none"> IoTとビッグデータ活用の現状 IoTを活かしたビジネス展開の方向性 	<ul style="list-style-type: none"> IoTやビッグデータによる環境変化と動向 企業におけるIoT利活用 バリューチェーンに沿って各業種にIoTが及ぼす影響 IoTを活用したビジネスを展開するための制約及び注意点 スマートファクトリーの現状と実現化 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			
パソコン			

B. 組織マネジメント		個人情報保護と情報管理	推奨対象者
リスクマネジメント			管理者層
コースのねらい	企業における個人情報の活用と保護の両立をめざして、個人情報保護法について理解し、セキュリティ技術に関する知識・技能を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報保護 プライバシーマークの運用 セキュリティ技術 	<ul style="list-style-type: none"> 法令の概要と事業者の義務 法令に対する対応 プライバシーマーク制度の運用 認定取得の手続きおよび留意点 オフィスタータルでの情報管理の最適化 情報管理の具体的活用方法 	
	※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項		

B. 組織マネジメント		ナレッジマネジメント	推奨対象者
ナレッジマネジメント			管理者層
コースのねらい	ナレッジマネジメントの重要性を理解し、ナレッジを収集、活用できる知識、技能を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	<ul style="list-style-type: none"> ナレッジマネジメントの必要性 形式知と暗黙知 	<ul style="list-style-type: none"> ナレッジマネジメントとは 個人の知的資産の活用 情報、知識の共有 表出化している知と隠れた知 ナレッジ経営の基礎概念 個人知から組織知への創造 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			
			15

B. 組織マネジメント		知的財産権トラブルへの対応(1)	推奨対象者
ナレッジマネジメント			管理者層
コースのねらい	知的財産権(著作権、特許・実用新案法)を理解し、知的財産上のトラブルの可能性を察知、対処できる知識、技能を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ 法と法律	<ul style="list-style-type: none"> ・法令用語解説 ・私法制度の基本原理 	
	■ 著作権法	<ul style="list-style-type: none"> ・著作権法の目的と性質 ・著作権法解説 	
	■ 特許・実用新案法	<ul style="list-style-type: none"> ・特許制度の目的 ・特許・実用新案法解説 ・特許の効力、出願手続き ・ビジネスモデル特許 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

B. 組織マネジメント		知的財産権トラブルへの対応(2)	推奨対象者
ナレッジマネジメント			管理者層
コースのねらい	知的財産権(意匠法、商標法、不正競争防止法等)を理解し、知的財産上のトラブルの可能性を察知、対処できる知識、技能を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ 意匠法	<ul style="list-style-type: none"> ・意匠制度 ・意匠法解説 ・意匠権の効力、登録手続き 	
	■ 商標法	<ul style="list-style-type: none"> ・商標制度の目的 ・商標法解説 ・商標出願の審査、手続き 	
	■ 不正競争防止法	<ul style="list-style-type: none"> ・不正競争防止法の目的 ・不正競争とは 	
	■ その他の無体財産権と周辺法令	<ul style="list-style-type: none"> ・肖像権、パブリシティ権等 ・独占禁止法、下請法、不当景品類及び不当表示防止法 ・プロバイダ責任制限法 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

C. 営業・販売		マーケティング志向の営業活動の分析と改善	推奨対象者 中堅層
顧客拡大			
コースの ねらい	マーケティングの本質とマーケティング志向の営業活動とは何かを理解し、自社の商品又はサービスの価値を提供するに当たってのマーケティング志向の営業活動について、分析し、改善策の検討方法などを習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ マーケティングの本質	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングの基礎 ・マーケティングの本質 	
	■ マーケティング志向の営業活動	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客の声をつかんだ商品・サービス企画 ・営業の役割と取り組みの標準化 ・ITを活用したマーケティング ・信用力の形成と広報の活用 	
	■ 営業活動プラン策定	<ul style="list-style-type: none"> ・営業活動に関する現状分析 ・顧客に提供する価値の明確化 ・営業活動の改善策の検討 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

C. 営業・販売		統計データ解析とコンセプトメイキング	推奨対象者 中堅層
顧客拡大			
コースの ねらい	統計的データの解析法と活用方法、コンセプトメイキングの方法を理解し、各種エビデンスに基づく、営業企画書作成方法を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ 統計的データ解析法と活用	<ul style="list-style-type: none"> ・1次元データ分析 ・2次元データ分析 ・多変量解析 	
	■ コンセプトメイキング	<ul style="list-style-type: none"> ・情報収集・分析 ・コンセプトメイキング 	
	■ 営業企画書作成	<ul style="list-style-type: none"> ・企画書の作成手順 ・ターゲットの設定 ・各種表現技法 ・企画書の作成法 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

C. 営業・販売		顧客分析手法	推奨対象者 中堅層
顧客情報			
コースの ねらい	データマイニング手法の活用方法を理解し、ITを活用した営業、マーケティングのための予測方法を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ データマイニングの適用効果	<ul style="list-style-type: none"> ・売上高向上(販促効果分析、売上予測、併せ買いパターン) ・コストダウン(適正在庫、ロスの削減) ・顧客満足向上(アンケート分析、顧客囲い込み) 	
	■ 顧客分析(セグメント、購買パターン、バスケット、販促効果)	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客セグメンテーション ・顧客購買パターン分析 ・ショッピングバスケット分析 ・販売促進効果測定 ・棚割、レイアウト変更 	
	■ 分析手法(クロス集計、相関・回帰分析、要因分析)	<ul style="list-style-type: none"> ・クロス集計分析 ・相関、回帰分析 ・予測、要因分析 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

C. マーケティング 概論		実務に基づくマーケティング入門	推奨対象者 初任層
コースの ねらい	実務に基づいたマーケティング活動を行うため、マーケティングの基礎知識、マーケティング業務の流れを理解し、企業内での自部署だけでなく、企業全体で顧客を満足させるマーケティング手法を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ マーケティングの基礎知識	・マーケティングの意義 ・マーケティング用語	
	■ 市場調査・分析	・マーケットリサーチ ・市場分析 ・顧客満足(価値)の向上	
	■ 商品・サービスの開発・販売	・製品開発戦略 ・コンセプトメイキング ・プロモーション ・セールス	
■ 戦略アプローチ	・ブランドマネジメント ・サービスマーケティング ・売上向上、競合他社		
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

C. マーケティング 概論		マーケティング戦略概論	推奨対象者 中堅層
コースの ねらい	マーケティングの意義、CSR(企業の社会的責任)とマーケティングの結びつきについて理解し、マーケティング戦略の概要を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ 消費者主義のマーケティング	・消費者問題とコンシューマリズム ・サービス化の進展 ・消費者対策	
	■ CSR(企業の社会的責任)	・流通と消費者への責任 ・エコロジカルマーケティングへの対応 ・情報化の進展と企業の責任	
	■ マーケティング戦略	・企業のマーケティング戦略と対応 ・マーケティング戦略の意義 ・プッシュ戦略とプル戦略 ・市場の細分化 ・マーケティングミックスの構成要素	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

C. マーケティング 顧客拡大		マーケット情報とマーケティング計画(調査編)	推奨対象者 初任層
コースの ねらい	マーケティングコミュニケーション、市場・商圈調査、商勢圏を理解し、市場調査等の計画策定方法を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ 情報とマーケティングコミュニケーション	・情報の条件 ・情報の双方向性 ・マーケティングミックスと情報管理 ・マーケット情報の収集と活用 ・調査の方法と計画、実施、分析評価	
	■ 市場調査と商圈調査	・市場調査の調査手順 ・実地調査の方法 ・市場調査の展開	
	■ 市場調査と地域情報	・都市間商勢圏の認定とハフモデルを活用した商勢圏設定 ・来街者調査	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

C. マーケティング		マーケット情報とマーケティング計画(販売編)	推奨対象者 初任層
顧客拡大			
コースの ねらい	市場調査等の結果に基づく、販売予測と販売政策の立案手法を習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	■ 市場調査と商圈調査	<ul style="list-style-type: none"> ・市場調査の概要 ・商圈調査の概要 ・市場調査と地域情報 	
	■ 販売予測と販売政策の立案	<ul style="list-style-type: none"> ・販売計画策定のプロセス ・販売計画・販売目標の設定 	
	■ 販売計画と販売予算	<ul style="list-style-type: none"> ・販売計画の意義と立案 ・販売計画の設定 ・販売計画の策定手法 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

C. 企画・価格		製品・市場戦略	推奨対象者
サービス・商品開発			中堅層
コースのねらい	製品計画、製品戦略及び市場戦略の概要について理解し、製品(サービス)の製品戦略の立案方法について習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 製品計画と製品戦略 ■ 市場戦略 	<ul style="list-style-type: none"> ・製品計画と製品戦略とは ・製品ラインと製品ミックス ・製品開発戦略と新製品開発の進め方 ・製品の改良と既存製品の新用途開拓 ・製品ライフサイクルと製品差別化戦略 ・計画的な陳腐化 ・ブランドの役割 ・製品市場戦略の概要 <ul style="list-style-type: none"> ・市場競争戦略の4類型 ・企業ドメインと市場細分化戦略 ・エリアマーケティング ・競争優位戦略の概要 ・市場開拓戦略と撤退戦略 	
※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項			

C. 企画・価格		新サービス・商品開発の基本プロセス	推奨対象者
サービス・商品開発			中堅層
コースのねらい	ヒット商品の考え方、アイデアの出し方及び自社資産の活用方法を理解し、企画書の作成を行い、サービス、商品づくりの基本プロセスを習得する。		
学 科	「基本項目」	「主な内容」	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新商品開発の考え方と事例紹介 ■ 商品企画とアイデア発想 ■ 企画書とマーケティング戦略 	<ul style="list-style-type: none"> ・新商品開発の事例(失敗例を中心に) ・ヒット商品の成功要素、特徴 ・顧客志向の考え方 <ul style="list-style-type: none"> ・アイデア発想の原理と手法 ・商品コンセプトの設定 ・商品ラフスケッチの描き方 <ul style="list-style-type: none"> ・ネーミングの発想法 ・価格決定の判断材料 ・チャネル選択と販売促進 ・新商品開発の企画書 	
	※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項		

C. プロモーション	販売促進	プロモーションとチャネル戦略	推奨対象者
			中堅層

コースのねらい	チャネルの機能とチャネル政策のポイント、コミュニケーションのモデルとコミュニケーション戦略のポイント、従来型生産システムの課題とサプライチェーンマネジメント構築上の留意点について理解し、販売チャネル、プロモーション戦略の策定方法について習得する。
---------	---

学 科	「基本項目」	「主な内容」
	■ チャネル戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングチャネルの機能 ・チャネル政策
	■ プロモーション戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニケーションプロセス ・コミュニケーション戦略
	■ SCM (Supply Chain Management)	<ul style="list-style-type: none"> ・経営環境の変化とサプライチェーンマネジメント ・ロジスティクス戦略

※使用機器・訓練実施に当たっての留意事項	
----------------------	--