

<第8期 商品開発基礎講座>

セッション4 「商品開発の実施・推進と事業化」

セッション5 「マーケティング戦略の基礎理論」

「先進企業の成功例など実践・応用例を聞く前に、基礎知識を身につけたい」というリクエストにお応えして、当講座では商品開発のプロセスに沿って用語や手法の詳細な解説を行い、**商品開発に関する基礎知識を体系的に学びます。**

商品開発について新任の方はもちろん、現場で得た知識を体系的に整理したいというベテランの方にも受講をお勧めします。

セッション4 「商品開発の実施・推進と事業化」

◆日時 2017年9月11日(月)13:00-17:30 / 会場 東京「企業研究会セミナールーム」

【講師】浦川 卓也氏 <元(株)ブリヂストン 取締役研究開発本部長 / 一般社団法人企業研究会 顧問・R&D研究室長>

1. 商品開発テーマとアイデアの発想商品開発の実施・推進

要素技術分析と開発計画の策定 / 進捗評価と軌道修正、中止の判断と処置
ステージ・ゲート・プロセスの運用と留意点 / 開発スピードアップと効率化

2. 開発成果の事業化移行

事業化立上げのプロセスと主要な課題 / 商品評価と事業化への意思決定
市場導入戦略とマーケティング / NBU (New Business Unit) 構築と技術・製品開発戦略

3. イノベーションを目指す商品開発

セッション5 「マーケティング戦略の基礎理論」

◆日時 2017年9月25日(月)13:00-17:00 / 会場 東京「企業研究会セミナールーム」

【講師】今井 秀之氏 <ライオン株式会社 特命顧問 マーケティング・シニアフェロー>

1. マーケティング戦略とは何か

2. 市場の捉え方(市場細分化)の勘どころ

- ・生活者理解のための市場構造化
- ・消費者行動理論と消費者心理を理解する
- ・購買者理論と購買者心理を理解する

3. マーケティング・ミックス(4P)

- ・『Product』 製品戦略—どうい製品を作るか、ブランドとは何か
- ・『Price』 価格戦略—価格をどう設定するか、お客様が受け入れてくれる価格とは
- ・『Promotion』 プロモーション戦略—お客様にとどのような価値をどう伝えるか
- ・『Place』 チャンネル戦略—お客様にどのように届けるか

4. 競争地位別のマーケティング戦略

- ・リーダー、チャレンジャー、ニッチャー、フォロワー別の戦略の違い
- ・意思決定プロセスの全体概要の理解と意思決定プロセスでのポイント

●受講料● 1名 <税込>

セッション4：商品開発の実施・推進と事業化

正会員	32,400円 本体価格30,000円	一般	35,640円 本体価格33,000円
-----	------------------------	----	------------------------

セッション5：マーケティング戦略の基礎理論

正会員	32,400円 本体価格30,000円	一般	35,640円 本体価格33,000円
-----	------------------------	----	------------------------

◆ホームページもしくは下記担当者にメール、あるいはFAXにてお申込下さい。
受講券・請求書をお送りします。

- * 会員企業一覧は当会ホームページにてご確認いただけます。(http://www.bri.or.jp)
- * お申込後のキャンセルは原則としてお受けいたしかねますので、お申込者が出席できない場合は、代理の方のご出席をお願いします。

●申込先● 一般社団法人 企業研究会 担当: 薄井 / usui@bri.or.jp
〒102-0083 東京都千代田区麹町5-7-2 麹町M-SQUARE 2F
TEL.03-5215-3516 FAX.03-5215-0951

* 申込書にご記入いただいた個人情報は、本研究に関する確認・連絡および当会主催事業や刊行物のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

* 「セミナーに関するご不明な点につきましては、当会ホームページより [TOP]→[公開セミナー]→[よくあるご質問]をご参照下さい。

お申込みは当会ホームページから [企業研究会](#) [セミナー](#) [検索](#)

受講希望セッションの口に✓してください。	
<170142>	<input type="checkbox"/> 9/11 商品開発の実施・推進と事業化
	<input type="checkbox"/> 9/25 マーケティング戦略の基礎理論
会社名	
住所	〒
TEL	FAX
部課 役職	フリガナ お名前
e-mail	