

MARKETING BASIC COURSE

マーケティング・ベーシックコース

2024

すべてのビジネスパーソンにマーケティングの発想を。

人材育成は、企業の未来戦略のカギとなります。



日本マーケティング協会
会長
藤重 貞慶

人材育成は、企業の未来戦略のカギを握ります。中でも、優秀なマーケティングセンスを持つ人材の育成は部門を問わず最も重要な経営課題と言えます。公益社団法人日本マーケティング協会の『マーケティング・ベーシックコース』は、数多くの先進的なマーケティング企業から高い評価を得ている、新任者向けの教育コースです。毎週1日8週間にわたって気鋭のマーケティング学者の熱心なご指導により、マーケティングの全体像を体系的かつ効率的に学ぶことができる仕組みになっています。是非、貴社の将来を担う若い世代をご派遣頂けましたら幸いです。

世界で通用するマーケティングの知見を。



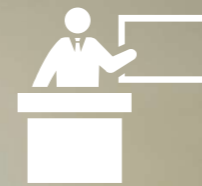
日本マーケティング協会
理事長
恩藏 直人

マーケティングの理論の実践的な活用のためには、まずそこに展開されている数々の概念を正確に理解し、ビジネスパーソン間で共通言語とフレームワークの共有化を図ることが必要です。『マーケティング・ベーシックコース』は、その名の通り、マーケティングの基本概念を共通に理解し、これを実務に活かせるレベルで習得して頂くことが可能です。本コースは、マーケティング部門の方だけでなく、営業、宣伝、広報など、どの部門の方にもお薦めしています。マーケティング的思考能力を持って、実務の効率化や新しい発想を生み出す架け橋となることを期待しております。

MARKETING BASIC COURSE

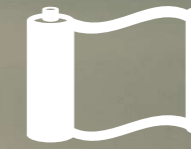
マーケティング・ベーシックコースの特長

Quality



内閣府認定
マーケティング検定委員
の講師が直接指導

History



1982年にコース設立
42年間継続中

Total



総受講者数
6,347名

Growth



マーケターとしての
“礎”をしっかりと築く

Network



優秀なマーケターとの
貴重なネットワークを形成

Online



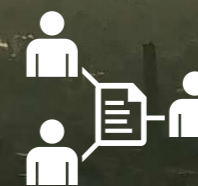
全国(海外含む)から
参加可能

Discussion



豊富な
ディスカッションタイム

Group study



グループワーク
による実践的な演習

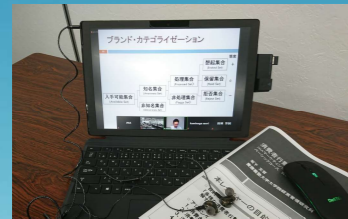
Enjoy



楽しみながら
学べる

COURSE OUTLINE

コース概要



開催期間

毎週1日×8週間
夏期コース（水曜コース・木曜コース）
秋期コース（木曜コース・金曜コース）

開催時間

9:30～17:30
開講週は、10:30スタート
第1週目夕方に懇親会(オンラインまたは会場)

開催場所

- ① オンライン参加：(ZOOMを利用)
- ② 会場参加：日本マーケティング協会 東京本部
(所在地：港区六本木)

受講対象者

新しくマーケティング関連部門に配属された方
新しくマーケティングを学ぶ企業人
※ 業種、部署、役職、年齢は問いません
(同業種の方は、お断りさせていただく可能性もございます)

定員：制限なし 団体申込可

修了要件

- 1 修了試験
- 2 マーケティング・プランニング演習発表コンテスト
- 3 出席回数
- 4 受講姿勢(プレゼンテーション・発言等)

講義

講義では、『マーケティング』の構成要素を10個のセクションに分類し、マーケティングにおける世界共通の言語と概念を正しく学びます。また、講義中には実務に応用するためのワークショップやグループディスカッションを盛りこんでおこなうことで、理解度を高めます。

マーケティングプランニング演習

この演習では、グループに分かれてマーケティング戦略の研究発表をおこなっていただきます。最終週には、発表コンテストをおこないます。異業種交流も盛りこんでおこなうことができる貴重な機会となっています。

実務家講師によるケース紹介

第一線で活躍されている実務家講師を招聘し、ご担当されている製品やブランドのマーケティング事例をご紹介します。大ヒット商品の誕生秘話やブランディングのお話を基にディスカッションをおこないます。

マーケティングトレンド 特別講義

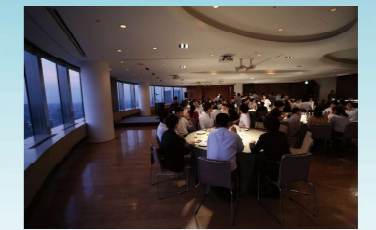
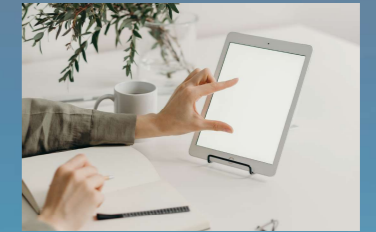
第7週目は、最先端のデジタルマーケティング手法やマーケティングの最新潮流を学びます。AI時代の到来や、目まぐるしく移り変わる環境の中で、マーケティングはどのように変化をするのか、どこまで適応しなければならないのか、最新のビジネス環境における示唆を得ることができます。

修了試験

講義部分終了時に理解度ををはかるための確認試験をおこないます。講義中のワークのような形式でユニークな問題が出題されます。

COURSE CONTENTS

コースコンテンツ



10 SECTIONS

マーケティング・ベーシックコース
10 セクション

発想に変革を起こす、
マーケティングの全てを
集約した科目構成

1 SECTION
150 MINUTES

LECTURE
&
WORKSHOP
&
DISCUSSION

Sec. **1** マーケティング発想法
企業にとって、顧客のニーズに起点を置きながら組織活動を展開する『マーケティング発想』は、持続的な成長を遂げる上で不可欠なものです。『マーケティングの本質とは何なのか?』ということが多様な企業事例から捉えていきます。

Sec. **2** 環境変化とマーケティング
企業を取り巻くマーケティング環境は、大きな変容を続けてきました。この科目では、ケースメソッドを取り入れながら、環境対応型のマーケティング手法や市場環境とマクロ環境分析、自社の強みと弱みを考えるSWOT分析など、マーケティングの基礎に触れていただきます。

Sec. **3** マーケティング戦略の構図
企業の戦略の現状分析を行い、その上で顧客ニーズに基づいた戦略の策定し、実施、評価をしながら、企業の経営目標の達成と持続的成長を目指す一連の活動がマーケティング戦略の構図で示されます。その中でも、STPを中心に戦略的マーケティングの考え方、事業領域とミッションの考え方を総合的に学んでいきます。

Sec. **4** マーケティング・リサーチ
意思決定を行う際には必ず不確実性が伴います。これをさけるために、競合他社や消費者の情報をいち早く収集し、深く分析した上で、効果的に活用することが求められます。この科目では、消費者や市場に関する調査活動の概要について紹介した上で、リサーチ課題の設定やデータの収集、測定尺度とデータ分析の方法などについて紹介します。

Sec. **5** 消費者行動分析
優れたマーケティング企業は、消費者を知るための努力を惜しみません。競争の激しいビジネス環境で生き残るためには、規模や業界の違いを問わず、深く消費者を理解することが不可欠です。この科目では、消費者行動の特性や消費者の購買意思決定の過程などを学んだうえで、現在主流となっている情報処理アプローチなどを紹介します。

Sec. **6** 製品戦略
企業の成長の糧となる製品をどのように開発し、管理していくか、マーケティング活動において非常に重要な役割を占めることになります。この科目では、製品戦略の要となる製品ミックス、製品ライフサイクル、新製品開発戦略、ブランド戦略などの基礎を学びます。

Sec. **7** 価格戦略
価格決定は企業の業績に大きなインパクトを与える要因となりますが、同時にマーケティングミックスの中でも最も注意が必要な要素でもあります。この科目では、マーケティングミックスにおける価格の役割を理解した上で、価格を設定するためのプロセスやアプローチ、価格のマネジメント方法などについて理解を深めていきます。

Sec. **8** コミュニケーション戦略
消費者の購買意欲を高めようとする働きかけをするマーケティング・コミュニケーションは、マーケティング活動の中でも重要な要素です。SNSや口コミなどの新しいコミュニケーション手法が確立される中で、コミュニケーションの基礎理論からコミュニケーション戦略の策定まで、幅広く学んでいきます。

Sec. **9** 流通戦略
オムニチャネルやネット販売などの隆盛で、大きく変化し続けている流通は、益々複雑化して、チャネル戦略の選択もマーケティング担当者にとって大きな課題となっています。この科目では、日本の流通システムの動態を理解した上で、チャネル戦略の範囲と枠組み、設計・選択の方法、管理などについて考えます。

Sec. **10** サービス・マーケティング
サービス・マーケティングという考え方は、「モノもサービスも」包括的に捉えて、企業がいかかにして顧客と共に価値を創造できるかという視点からマーケティングを実行していくものです。注目される「サービス」について、その概念と特性、クオリティの維持測定、サービスのマーケティング戦略、CSなどについて考えていきます。

MARKETING
THINKING
ENVIRONMENTAL
CHANGES
STRATEGY
RESEARCH
ANALYSIS
PRODUCT
PRICE
COMMUNICATION
PLACE
SERVICE

TIME SCHEDULE

タイム スケジュール

	9:30	10:30	11:00	12:00	13:00	15:30	15:45	17:30
第1週	開講式	Sec.1 マーケティング発想法	Sec.2 環境変化とマーケティング 環境適応のマーケティング 市場環境とマクロ環境 自社の強みと弱みケースメゾット	ケース紹介Ⅰ 実務家講師 『マーケティング事例』	懇親会			
第2週	Sec.3 マーケティング戦略の構図 戦略的マーケティング 事業領域とミッション、競争戦略 マーケティングマネジメント	Sec.4 マーケティング・リサーチ マーケティング・リサーチの概要 問題の設定、データ収集の方法 測定尺度とデータ分析の方法	ケース紹介Ⅱ 実務家講師 『マーケティング事例』					
第3週	Sec.5 消費者行動分析 マーケティングと消費者行動 消費者の購買意思決定過程 情報処理アプローチ	Sec.6 製品戦略 製品ミックス、 製品ライフサイクル(PLC) 新製品開発戦略、ブランド戦略	マーケティング プランニング演習 《グループ研究》					
第4週	Sec.7 価格戦略 価格の役割、価格設定のプロセス 価格設定のアプローチ 価格のマネジメント	Sec.8 コミュニケーション戦略 コミュニケーション基礎理論 コミュニケーションの査定 広告戦略、販売促進戦略	マーケティング プランニング演習 《グループ研究》					
第5週	Sec.9 流通戦略 流通システムの動態、 チャネル戦略の範囲と枠組み チャネル設計・選択の方法、管理問題	Sec.10 サービス・マーケティング サービスの概念と特性・クオリティ サービスのマーケティング戦略 サービス・マーケティングとCS	マーケティング プランニング演習 《グループ研究》					
第6週	修了試験	マーケティング プランニング演習 《グループ研究》	マーケティングプランニング演習 《中間発表》					
第7週	マーケティング トレンド 特別講義	マーケティングプランニング演習 《グループ研究》						
第8週	マーケティング プランニング演習 発表コンテスト	マーケティング プランニング演習 発表コンテスト	交流会	終講式				

COURSE SCHEDULE

コース スケジュール

2024年度 夏期コース SUMMER (予定)

2024年度 秋期コース AUTUMN (予定)

	夏期水曜コース	夏期木曜コース	秋期木曜コース	秋期金曜コース
第1週	6月 5日(水)	6月 6日(木)	第1週 10月10日(木)	10月11日(金)
第2週	6月12日(水)	6月13日(木)	第2週 10月17日(木)	10月18日(金)
第3週	6月19日(水)	6月20日(木)	第3週 10月24日(木)	10月25日(金)
第4週	6月26日(水)	6月27日(木)	第4週 10月31日(木)	11月 1日(金)
第5週	7月 3日(水)	7月 4日(木)	第5週 11月 7日(木)	11月 8日(金)
第6週	7月10日(水)	7月11日(木)	第6週 11月14日(木)	11月15日(金)
第7週	7月17日(水)	7月18日(木)	第7週 11月21日(木)	11月22日(金)
第8週	7月25日(木)	7月25日(木)	第8週 11月28日(木)	11月28日(木)

- ①基本的な講義内容は、4コースとも全て同様のものとなります。
- ②天災等でスケジュールと異なって開催する場合がございますので、予めご了承下さい。
その場合はJMA公式ホームページ及びお申込みいただいた際にご登録されたメールアドレスにご連絡をさせていただきます。
- ③夏期コース・秋期コースの最終日は、2コース合同で開催させていただきます。(開催曜日にご注意下さい)

オンライン受講について

マーケティング・ベーシックコースは、オンライン会議システム「Zoom」を使用しての開催となります。コース開講前までに「Zoom」のインストールや必要な環境の準備、確認をお願いいたします。

会場参加について

マーケティング・ベーシックコースは、日本マーケティング協会東京本部(〒106-0032 東京都港区六本木3-5-27) 六本木YAMADAビルの会場でご参加をいただくことも可能です。

- ①会場でご参加いただく場合も各自PCとイヤホンマイクをご持参の上でお越しください。
- ②会場のキャパシティから先着順になる可能性もございます。
- ③会場使用については、感染症対策等の事由により中止させていただく場合がございます。



LECTURERS

講師プロフィール



顧問
早稲田大学
商学学術院 教授

恩蔵 直人

1982年早稲田大学商学部卒業、早稲田大学商学部助教授等を経て、1996年同大学教授。専門は、マーケティング戦略。著書に『マーケティングに強くなる』(ちくま書房、2017年)、『マーケティング戦略 第5版』(有斐閣、2016年)、『コトラーのマーケティング3.0ソーシャル・メディア時代の新法則』(監訳 朝日新聞出版、2010年)、『戦略的ブランドマネジメント 第3版』(監訳、東急エージェンシー)、『マーケティング』(日経文庫・日本経済新聞社2004年)など多数。



顧問
中央大学 商学部 教授

三浦 俊彦

1982年慶應義塾大学商学部卒業。1986年同大学院博士課程中退。1999年から現職。95年コロンビア大学ビジネススクール客員研究員、96年ESCP(パリ高等商科大学)客員教授、2007年イリノイ州立大学客員教授。専門は、マーケティング戦略、消費者行動論。著書に『グローバル・マーケティング戦略』(有斐閣、2017年、共著)、『日本の消費者はなぜタブなのか』(有斐閣、2013年)、『グローバル・マーケティング入門』(日本経済新聞出版社、2009年、共著)など多数。



委員長
中央大学 商学部 教授

久保 知一

明治学院大学経済学部卒業、慶應義塾大学大学院商学研究科修了、2004年同大学院博士課程単位取得退学。東京学芸大学大学院教育研究科、同大学教育学部を経て現職。2013年コロンビア大学ビジネススクール客員研究員。マーケティング論・流通論が専門。著書に『流通チャネル論』(有斐閣、2011年、共著)、『流通論の基礎』(中央経済社、2008年、共著)など多数。



拓殖大学 商学部 教授

田嶋 規雄

慶應義塾大学商学部卒業、同大学大学院商学研究科修士課程修了、同大学大学院経営管理研究科修士課程単位取得退学、博士(経営学)。カナダ・コンコルディア大学ビジネススクール客員研究員。専門は、消費者行動。著書に『マーケティング理論の焦点』(中央経済社、2016年、共著)、『戦略的マーケティングの構図』(同文館、2014年、共著)、『日本型マーケティングの新展開』(有斐閣、2010年、共著)など多数。



神戸大学大学院
経営学研究科 准教授

結城 祥

2004年慶應義塾大学商学部卒業、2006年同大学大学院商学研究科修士課程修了、2009年同博士課程単位取得満期退学、2012年博士(商学)(慶應義塾大学)。立命館大学政策科学部准教授、中央大学商学部准教授を経て、2020年4月より現職。専門はマーケティング論、流通論。著書に『マーケティング・チャネル管理と組織成果』(千倉書房、2014年)(日本商業学会学会賞 奨励賞)など多数。



中央大学大学院
戦略経営研究科 教授

松下 光司

2003年慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程修了、博士(経営学)。南山大学大学院ビジネス研究科准教授などを経て、2012年より中央大学ビジネススクール教授。2013~2014年、Johns Hopkins University, Carey Business Schoolにて、Visiting Professor。専門は、消費者行動論、マーケティング論。著書に『消費者行動論-マーケティングとブランド構築への応用』、(有斐閣、2012年、共著)、『セールス・プロモーションによるブランド構築のメカニズム』(有斐閣、2014年)、『ブランド戦略全書』(有斐閣、P119~135、編著)など多数。

内閣府認定『マーケティング検定』委員
に選出されている講師が直接指導



青山学院大学 経営学部 教授

芳賀 康浩

早稲田大学政治経済学部卒業。同大学大学院商学部研究科修士課程修了。同大学大学院商学研究科修士課程満期退学。豊橋創造大学専任講師、関東学院大学助教授、青山学院大学准教授を経て、2010年より現職。マーケティングが専門。著書に『マーケティング戦略論』(芙蓉書房、共著)、『エネルギー問題のマーケティング的解決』(朝日新聞出版、共著)など多数。



慶應義塾大学大学院
経営管理研究科 教授

坂下 玄哲

2004年神戸大学大学院経営学研究科修士課程修了(博士(商学))。上智大学経済学部経営学専任講師を経て、2007年慶應義塾大学大学院経営管理研究科准教授。2013年ノースウエスタン大学ケロッグ経営大学院客員准教授、2015年同大学Retail Analytics Council研究員。2019年より現職。主著書に『Identity and Consumption』(Routledge、2012、共著)、『マーケティングと広告の心理学』(朝倉書店、2013)など。他論文多数。



専修大学 経営学部 教授

橋田 洋一郎

2000年早稲田大学商学部卒業、2002年同大学大学院商学研究科修士課程修了。2009年同研究科修士課程単位取得。同年専修大学経営学部講師、2011年同学部准教授を経て、2017年より現職。2013年~2017年まで放送大学客員准教授。専門は製品戦略論とブランド論。著書に『マーケティング』(放送大学教育振興会、2013年、共著)、『1からのマーケティング分析』(碩学会、2011年、共著)や『現代のマーケティング戦略①製品・ブランド戦略』(有斐閣、2004年、共著)など多数。



同志社大学 商学部 准教授

石田 大典

2004年早稲田大学商学部卒業、2006年同大学大学院商学研究科修士課程修了、2011年同博士課程単位取得退学。早稲田大学商学学術院助教、帝京大学経済学部助教を経て、2016年より帝京大学経済学部講師。2018年日本大学商学部准教授、2023年4月より現職。専門は製品戦略、消費者行動。著書に『プロ野球「熱狂」の経営学』(東京大学出版会、2016年、共著)など 他論文多数。



法政大学 経営学部 教授

横山 斉理

2000年同志社大学商学部卒業、2007年神戸大学大学院経営学研究科修士課程修了(博士(商学))。流通科学大学商学部専任講師・准教授、日本大学商学部准教授を経て2016年4月より現職。専門は流通・マーケティング。著書に『1からの流通論』(碩学社会、2008年、共著)、『コトラー8つの成長戦略』(碩学会、2013年、共訳)など。他に論文多数。日本マーケティング学会、日本商業学会、日本消費者行動研究会などに所属。



早稲田大学
商学学術院 教授

須永 努

1999年早稲田大学商学部卒業。2006年同大学大学院博士課程単位取得。博士(商学)早稲田大学。千葉商科大学専任講師、准教授、関西学院大学商学部准教授、教授を経て、2022年4月より現職。2014年~2015年オックスフォード大学客員研究員。専門は消費者行動論、マーケティング論。著書に『消費者の購買意思決定プロセス-環境変化への適応と動態性の解明』(青山社、2010年)、『はじめてのマーケティング』(有斐閣、2013年、共著)など。他論文多数。

ORIGINALITY

マーケティング・ベーシックコース
の独自性

内閣府認定『マーケティング検定』委員が直接指導

本コースは、内閣府認定『マーケティング検定』委員にも選出され、実績ある講師陣から直接指導を受けることができます。世界におけるマーケティングの共通言語やフレームワークを正しく、体系的に理解することで、『マーケター』としての礎をしっかりと築きます。



マーケティング検定

豊富な異業種交流

本コースでは、プログラム内でのグループ演習や講義中のディスカッション、オンライン懇親会などが多数開催され、活発な異業種交流がおこなわれています。コース開催期間中はお名刺情報や自己紹介カードなどを共有して、コース(水曜コース・木曜コースなど)を問わず、自由に受講生の方向士で交流していただけるシステムとなっています。全国の企業から選抜された志高い受講生ばかりですので、他にはない貴重なネットワークづくりにご活用ください。



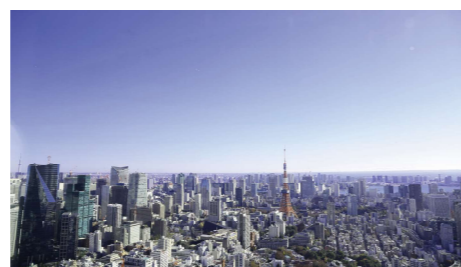
長年にわたる確かな実績

本コースは、1982年から続くプログラムでこれまでに多数の受講生を輩出し、今も多くの修了生がビジネスの第一線で活躍されています。ご利用いただいている企業は、毎年の研修プログラムに組み込まれたり、昇格プログラムや就職試験の採用基準の1つとして、また、部署転換、新しい転職者への研修など、多岐に渡る理由で参加をされています。現在では、オンライン化したことにより、海外の駐在員向けの研修などにも利用され、ますます拡大しています。



『公益目的事業』に認定されている研修プログラム

本コースは、内閣府より『公益目的事業』として認定された事業であり、研修プログラム修了者には、修了認定をいたします。修了認定をされた後は、お名刺や履歴書(職務経歴書)等にもコースを修了した実績を記載することができます。プログラム中に得た知識やネットワークは勿論、ご自身のキャリアのステップアップとしてもご活用いただけます。



VOICES

前年度
修了生の声

本コースを社内の方に勧めたいと思いますか？

はい:111人 いいえ:1人 その他:3人 (前年度MBCアンケートより、回収済115人中)

各セッションの組み合わせ・組み立てはマーケティングの基本を理解するのに十分な内容でしたか？

はい:113人 いいえ:1人 その他:1人 (前年度MBCアンケートより、回収済115人中)

各セッション内で行った演習、及びディスカッションについてのご意見をお聞かせ下さい。

- ・ワークがあることで、受動的に講義を受けるだけでなく、学んだことをすぐにアウトプットできる機会となりよかった。
- ・最初こそ緊張して苦手な部分もありましたが、各社の職種と分野、担務によってさまざまな角度のご意見やディスカッションが出来て大変有意義でした!
- ・自分とはまったく違う視点で考えている人、新たな視点で考えている人など様々な考えを知ることが出来ました。
- ・他の受講生の担当ブランドを課題に設定したワークは非常におもしろかった。
- ・初めはオンラインでのワークに戸惑いもございましたが、リアル開催では会えない地方の方ともコミュニケーションをとることができて良かったです。
- ・もう少し時間を長く、回数も多くても良かったと思います。
- ・講義の中で簡単に話し合ったものでも、実際に商品化できそうなものも多くあって、とても興味深く受講できました。
- ・普段、自分が使用しているモノが担当ブランドの人もいたので、色々聞くことができておもしろかった。

マーケティングプランニング演習(グループ討議)についてお聞かせ下さい。

- ・限られた時間の中で、濃密な演習ができました。異なる業界や業種の方々と共に考える貴重な機会でした。優れたグループからの素晴らしいプレゼンテーションが多く、大変勉強になりました。今後の業務に役立てることができそうです。
- ・講義で習ったことを自分たちの力でまとめ上げる作業は大変な工程でしたが、終わってみるととてもワクワクする時間でもありました。私自身がマーケティングを主業務としていおらず慣れていないため、当初は進め方や発言について遠慮があり、チームとしても商品を選定するまでに時間を要しましたが、回を重ねるごとにお互いの得意分野や人柄がわかりチームとしてもまとまりをみせ、資料の精度も上がりました。一連の作業を理解するのに非常に役立ちました。
- ・マーケティング・プランニング演習は、私の人生にとって、転機となるような貴重な機会となりました。本当にありがとうございました。
- ・なかなか社会人になり、他業種の人と仕事をする機会がなかったため、とても刺激的でした。発言の仕方、資料の作り方など、自分の会社とは雰囲気が異なり、いい経験ができました。
- ・少なからず不安や迷いを抱えながらグループワークを進めていましたので、中間発表の場面で先生から改善点やアドバイスをいただけたのが良かったです。他のグループの発表を聞くことで様々な気づきが得られて、とても勉強になりました。
- ・優秀なメンバーに囲まれて非常に刺激的でした。

その他、研修をとおしてお気づきの点をお書き下さい。

- ・先生方が丁寧に時間を割いてご指導くださり感謝の気持ちでいっぱいです。オンラインでも関係なく、充実した学びを頂くことができました。
- ・また同じグループの方と飲みに行きたいです!2か月間有難うございました!!
- ・講義・勉強自体に非常に満足しました。個人的に感じるのはマーケティングを学ぶ事は手法以外にも共通言語化が大きいと思うので各資料や講義内で受講者が普段触れている事象はマーケティング的にはこう呼ぶ、見たいのを増やすとより普段使いにもつながるかと思いました。
- ・マーケターの基本を網羅した講義とプランニング演習の機会をいただき、ありがとうございました。実務で活かし、担当ブランドの売り上げ拡大に貢献できるよう邁進して参ります。2か月間ではございましたが、ありがとうございました。
- ・先生方も他の受講生の方も本当にいい人柄の方ばかりで参加しやすかった。

FAQ

Frequently Asked Questions

よくあるご質問

コース内容について

- Q** 夏期コース、秋期コースとも2コースずつありますが、内容は違いますか？
- A** 指導をおこなう講師がコース(曜日)によって違いますが、基本的な講義内容は、統一されています。
- Q** マーケティングについて全くの初心者ですが、講義についていけますでしょうか？
- A** マーケティングに触れたことのない受講生の方もたくさんいらっしゃいます。テキストなどを事前に読んでおくと、より理解が深まります。
- Q** 講義内容の録画・録音は可能でしょうか？
- A** プログラム内の著作権を侵害する可能性のある行為(内容物の録画・録音・転送・転載・複製・販売など)は、一切禁止とさせていただきます。
- Q** オンデマンド形式(講義録画の配信)の講義と何が違うのでしょうか？
- A** 本コースの講義はオンライン形式(ライブ型)のものとなっており、講義中にも、活発なディスカッションをおこないます。また、グループ形式で開催する演習やオンライン懇親会なども頻繁に開催するため、一方的ではない全員参加型の研修スタイルとなります。
- Q** オンライン研修でも異業種交流は可能なのでしょうか？
- A** 本コースでは、オンライン上でも積極的な異業種交流を可能にするため、受講生全員の方に名刺情報などを記載した『自己紹介カード』を作成し、受講生間で共有させていただきます。(個人の同意が得られた場合のみに限ります)開催期間中は、カード情報をもとに自由に交流していただくことも可能です。また、グループ研究では、現地調査のために集合したり、オンライン上で企業の取材をしたりと今の環境に合った盛んな異業種交流がおこなわれています。

参加方法について

- Q** 講義を欠席する場合、振替えは可能でしょうか？
- A** Sec1~Sec10までの講義部分やケース紹介、マーケティング・トレンド特別講義につきましては、夏期コース、秋期コース内で振替えが可能です。振替えをご希望される場合は、コース担当事務局までご連絡ください。第3週目~第8週目までの『マーケティング・プランニング演習』は、登録されたコースでのグループ演習となりますので、振替えができません。
- Q** 毎週の研修はどのように参加すれば宜しいのでしょうか？
- A** お申込み時にご登録いただいたメールアドレスへ講義日前日の夕方までに、配布資料及び講義の視聴URLをお送りさせていただきます。
- Q** 海外からも受講が可能でしょうか？
- A** オンライン形式で開催するため、日本全国及び海外からも受講が可能となります。プログラムは日本時間での開催となりますので、時差などにお気をつけください。

CONTACT



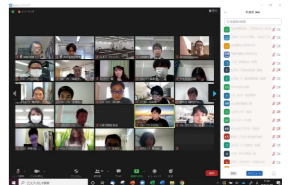
>>>

basic@jma-jp.org

その他のご質問はこちらまで

お申込み・お支払いについて

- Q** コースの申込締切日は、いつになりますか？
- A** コース開講日の前日まで受付可能ですが、開講の約1~2週間ほど前に参考書を発送させていただく関係上、お早めにお申し込みいただくことをおすすめします。
- Q** コースの開講日までに受講費用の支払いが完了しません。どうすればよいのでしょうか？
- A** 受講費用は開講後にお支払いいただくことも可能です。お支払い期日は下記の通りとなります。
2024年度夏期コースお支払い期日…2024年 7月31日まで
2024年度秋期コースお支払い期日…2024年12月15日まで
- Q** 受講費用はクレジットカード払いが可能でしょうか？
- A** クレジットカード払いも可能です。当法人ウェブサイトより、お手続きをお願いいたします。
- Q** 団体割引はどのような場合に適用されますか？
- A** 夏期水曜コース・木曜コース、秋期木曜コース・金曜コース合わせて、合計10名以上を一度にお申込みいただいた場合に団体割引を適用させていただきます。
- Q** 申し込み後に、キャンセルできますか？キャンセル手数料などありますか？
- A** お申込み後、コース開講日の前日の午後5時30分までに解約のご連絡をいただいた場合、キャンセル費用はかかりません。それ以降に解約される場合は、受講費用の総額を申し受けます。
- Q** 受講料の他にテキスト代なども含まれますでしょうか？
- A** 受講料には受講費用、テキスト代が含まれておりますので、別費用はかかりません。テキストとしては『ベーシック・マーケティング(同文館出版)』及び講義ごとのレジュメがあります。
- Q** 資料等の送付先を会社以外の自宅などに設定することは可能でしょうか？
- A** 可能です。申込書の資料送付先欄にご記入ください。Web上での申込みの場合は、『メッセージ』欄に資料の送付先住所をご記入ください。



お申込み後の流れについて

- Q** 申し込み後はどのような形になりますでしょうか？
- A** ① 後日改めてご請求書を発送いたします。(カード決済の場合はありません)
② 開催日が近くなりましたら、参考書籍及びパンフレットを郵送させていただきます。事前資料やアンケートを登録されたメールアドレスに、お送りいたします。
③ 開催日前日の17:00までにZoomURL及び講義資料をメールにてお送りいたします。



PERFORMANCE

受講実績

日本を代表する一流企業が マーケティング研修として利用



(株)アイプラネット
 (株)アイム
 青森つばめプロパン販売(株)
 アクサ生命保険(株)
 (株)アサツデー・ケイ
 旭化成(株)
 旭化成ホームズ(株)
 (株)朝日広告社
 (株)朝日新聞社
 アサヒビール(株)
 味の素(株)
 味の素製菓(株)
 味の素ベーカリー(株)
 味の素冷凍食品(株)
 (株)アトラス
 (株)アントステラ
 (株)イースクエア
 (株)イービーアイ・マーケティング
 イーレックス(株)
 (株)アイデアインターナショナル
 (株)イトーキ
 伊藤ハム(株)
 伊藤ハム米久ホールディングス(株)
 (株)イノベンチャー
 (株)イブサ
 イフジ産業(株)
 (株)インテージ
 (株)ウエーブプラネット
 (株)ウテナ
 エーザイ(株)
 (株)ADKクリエイティブ・ワン
 エスエス製菓(株)
 SCSK(株)
 エスター(株)
 (株)NTTアド
 エヌ・ティ・ティコムウェア(株)
 NTTコミュニケーションズ(株)
 (株)エヌ・ティ・ティ・ドコモ
 エム・アール・エス広告調査(株)
 MMグループホールディングス(株)
 大川水産(株)
 大塚食品(株)
 (株)大塚製薬工場
 大塚製菓(株)
 (株)小田急エージェンシー
 オハヨー乳業(株)
 (株)オフテクス
 オムロンヘルスケア(株)
 (株)オリエンタルランド
 (株)オリコム
 (株)カーメイト
 花王(株)
 花王カスターマーケティング(株)
 (株)ガスバル
 片岡物産(株)
 (株)カネボウ化粧品
 亀田製菓(株)

(株)ガモウ
 カルビー(株)
 カルピス(株)
 キッコーマン食品(株)
 (株)キナリ
 (株)紀文食品
 (株)教育ソフトウェア
 (株)ぎょうせい
 京セラ(株)
 共立印刷(株)
 (株)共立メンテナンス
 (株)クオラス
 (株)くもん出版
 クラシエホームプロダクツ(株)
 クラシエホームプロダクツ販売(株)
 クラシエホールディングス(株)
 (株)クラブコスメチックス
 (株)倉本産業
 (株)クリエイティブ三創
 グリコ乳業(株)
 クリーン・テクノロジー(株)
 (株)グレイワールドワイド
 クレコンリサーチ&コンサルティング(株)
 (株)クロス・マーケティング
 群馬ヤクルト販売(株)
 (株)ケアネット
 ケイエス冷凍食品(株)
 京阪ホテルズ&リゾート(株)
 (株)湖池屋
 (株)講談社
 (株)コジマ
 (株)コネク
 小宮山印刷(株)
 (株)コレクシア
 (株)札幌丸井三越
 サティス製菓(株)
 (株)産業経済新聞社
 (株)三共社
 (株)サンジ・インターナショナル
 サンスター(株)
 参天製菓(株)
 サントリー(株)
 サントリーアライド(株)
 サントリーウエルネス(株)
 (公財)サントリー芸術財団サントリー美術館
 サントリーコーポレートビジネス(株)
 サントリーコミュニケーションズ(株)
 サントリーシステムテクノロジー(株)
 サントリーシステムヘルスケア(株)
 サントリービール(株)
 サントリービジネスエキスパート(株)
 サントリービバレッジソリューション(株)
 サントリーフーズ(株)
 サントリーホールディングス(株)
 サントリーマーケティング&コマース(株)
 サントリーMONOZUKURIエキスパート(株)
 サントリーワインインターナショナル(株)

サントリー酒類(株)
 サントリー食品インターナショナル(株)
 (株)サンフレッセ
 サンリブ(株)
 (株)サンルー・ジュ
 ジーエフケーカスタムリサーチ・ジャパン(株)
 シービー化成(株)
 シーブラ(株)
 (株)ゾールアソシエイツ
 (株)システムズ
 (株)JR東日本リテールネット
 (株)ジェイアール東日本企画
 (株)ジェイアール東日本都市開発
 JFEプラリソース(株)
 JPMオルガン・アセット・マネジメント(株)
 (株)シェフォーレ
 (株)資生堂
 資生堂プロフェッショナル(株)
 シナネンホールディングス(株)
 シマダヤ(株)
 (株)ジャスト
 ジャパン・フリトレー(株)
 (株)ジャパンリテールイノベーション
 (株)ジャルパック
 (株)集英社
 (株)スター・ジュエリー
 スターティア(株)
 (株)Staff International Japan
 (株)セルスの学校
 西武鉄道(株)
 (株)西鉄エージェンシー
 (株)セルフ
 (株)千修
 千寿製菓(株)
 ソニーグローバルソリューションズ(株)
 ソフィアプロモーション(株)
 ソフトバンク(株)
 ソリマチ(株)
 第一三共ヘルスケア(株)
 (株)第一住宅
 ダイキン工業(株)
 (株)ダイケン
 (株)大広
 大幸薬品(株)
 大正製菓(株)
 大和ハウス工業(株)
 宝酒造(株)
 武田薬品工業(株)
 武田コンシューマーヘルスケア(株)
 (株)拓匠開発
 (株)竹中工務店
 (株)タジマ
 (株)タスキ
 (株)タマス
 (株)たらみ
 DCMホールディングス(株)
 (株)DECENCIA

DICグラフィックス(株)
 (株)ディー・ワイ・オー
 (株)デルフィス
 (株)デルフィス・インタラクティブ
 テルモ(株)
 テレビ朝日(株)
 (株)DAサーチ&リンク
 (株)電通
 (株)電通イーマーケティングワン
 (株)電通国際情報サービス
 (株)電通ダイレクト
 (株)電通デジタル
 (株)電通tempo
 (株)電通パブリック・リレーションズ
 (株)電通ライブ
 (株)トーハン
 東罐共栄(株)
 (株)東急エージェンシー
 (株)東急総合研究所
 東京海上日動火災保険(株)
 東京電力(株)
 東京電力エナジーパートナー(株)
 東京電力パワーグリッド(株)
 東北バイオニア(株)
 東武ビジネスソリューション(株)
 東洋ゴム工業(株)
 東洋製菓(株)
 東洋製菓グループホールディングス(株)
 (株)東横イン
 東レ(株)
 東レエンジニアリング(株)
 有限責任監査法人トーマツ
 戸田建設(株)
 凸版印刷(株)
 TOTO(株)
 トヨタ機械(株)
 豊通食料(株)
 トランスコスモス(株)
 トワイニング・ジャパン(株)
 (株)とんでんホールディングス
 (株)永谷園
 中村屋(株)
 (株)日経BPコンサルティング
 日光プロセス(株)
 日産自動車(株)
 日清オイリオグループ(株)
 日清製粉(株)
 (株)日清製粉グループ本社
 日清製粉プレミックス(株)
 日東紡績(株)
 (株)ニフコ
 ニベア花王(株)
 日本アムウェイ(同)
 日本インフォメーション(株)
 日本貨物鉄道(株)
 日本クロージャー(株)
 (株)日本香堂

日本水産(株)
 日本生活協同組合連合会
 日本たばこ産業(株)
 日本端子(株)
 日本テトラパック(株)
 日本電気(株)
 日本マクドナルド(株)
 日本メトロロニックス(株)
 日本山村硝子(株)
 (株)ネクストアイ
 (株)ノーリツ
 ハーゲンダッツジャパン(株)
 ファンケル化粧品(株)
 フィデリティ投信(株)
 バイオニア販売(株)
 ハウスウエルネスフーズ(株)
 ハウス食品(株)
 ハウス食品グループ本社(株)
 (株)博進紙器製作所
 (株)博報堂
 (株)博報堂プロダクツ
 (株)バスクリン
 (株)はせがわ
 パナソニック(株)
 パナソニックオペレーショナルエクセレンス(株)
 (株)パロット
 (株)バンダイナムコゲームス
 (株)販売促進研究所
 (株)美工
 久光製菓(株)
 ビジョン(株)
 (株)日立製作所
 (株)ビルボ
 (株)ファジー・アド・オフィス
 フィンテックグローバル(株)
 福島印刷工業(株)
 富士通(株)
 (株)富士通パーソナルズ
 富士電機(株)
 不二ラテックス(株)
 富士レビオ(株)
 プリティッシュ・アメリカン・タバコ・ジャパン(同)
 プリマム(株)
 古野電気(株)
 フレッシュ・フード・サービス(株)
 (株)ブロードリーフ
 平安レイサービス(株)
 (株)Paidy
 ベックマン・コールター(株)
 (株)宝幸
 (株)ボストン商会
 (株)ホスピタリティ&グローイング・ジャパン
 ポッカサッポロフード&ビバレッジ(株)
 (株)ホンダカーズ横浜
 本田技研工業(株)
 (株)凡美社
 ホームサーバ(株)

(株)マーケティングアプリケーションズ
 (株)マーケティングフォースジャパン
 (株)マーケティングリサーチ・サービス
 (株)マッキンゼーエリクソン
 (株)マルエツ
 マルハニチロ(株)
 (株)丸山製作所
 (株)マンダム
 (株)みずほ銀行
 三井食品(株)
 三井住友海上火災保険(株)
 (株)ミツエーリンクス
 三菱自動車工業(株)
 三菱商事(株)
 ミヤマ電器(株)
 (株)ムーンスター
 (株)明治
 明治図書出版(株)
 (株)明色化粧品
 明和地所(株)
 (株)メディアテック
 メディキット(株)
 (株)モスフードサービス
 森永製菓(株)
 森永乳業(株)
 YAMAGATA(株)
 山田機械工業(株)
 (株)ヤマダデンキ
 (株)やまびこ
 (株)八重洲出版
 (株)ヤクルト本社
 ヤンマーエネルギーシステム(株)
 UCC International(株)
 UCC上島珈琲(株)
 (株)雄飛堂
 ユースキン製菓(株)
 (株)ユニメディア
 養命酒製造(株)
 横河電機(株)
 公益財団法人吉田秀雄記念事業財団
 (株)読売新聞 東京本社
 ライオン(株)
 ライオン商事(株)
 理研ビタミン(株)
 (株)リコー
 (株)リサーチ・アンド・ディベロップメント
 リシュモンジャパン(株)
 立正佼成会
 レンゴー(株)
 ロート製菓(株)
 (株)ロッテ
 (株)ロッテアイス
 (株)WorkVision
 (株)WOWOWコミュニケーションズ
 和光堂(株)

※受講当時の社名順
 (写真は過去開催時に撮影)

APPLICATION GUIDELINES

募集要項

受講対象者・定員

新しくマーケティング関連部門に配属された方 新しくマーケティングを学ぶ企業人
 ※ 業種、部署、役職、年齢は問いません(同業種の方は、お断りさせていただく可能性もございます)

定員：制限なし

会場

- ・オンライン会議システム『Zoom』を利用した講義
- ・日本マーケティング協会六本木会場も使用可(希望者)
 〒106-0032 東京都港区六本木3-5-27 六本木YAMADAビル9F
 公益社団法人日本マーケティング協会



申込・問い合わせ先

郵送・FAX

右ページのお申込書をコピーして、ご記入の上、郵送または、FAXにてお送りください。
 〒106-0032 東京都港区六本木3-5-27六本木YAMADAビル9F
 公益社団法人 日本マーケティング協会 (担当：基幹教育部 鈴木・橋爪)
 TEL (03) 5575 - 2101 / FAX (03) 5575 - 0626 Mail : basic@jma-jp.org

インターネットによるお申し込み

JMA公式ホームページ <https://www.jma2-jp.org/education/basic>

キャンセルについて

お申込み後、コース開講日の前日の午後5時30分までに解約のご連絡をいただいた場合、受講費用はかかりません。
 それ以降に解約される場合、受講費用を申し受けます。

受講費用

会員社: 275,000円(税込) / 1人 一般(非会員社): 330,000円(税込) / 1人

団体割引 (10名様以上のお申込み)

会員社: 242,000円(税込) / 1人 一般(非会員社): 297,000円(税込) / 1人

お支払い方法

申込書が到着次第、事前資料と請求書をお送り致しますので、下記口座へお振込み下さい。

口座名(公社) 日本マーケティング協会 普通預金口座

三菱UFJ銀行 築地支店 1035355

三菱UFJ銀行 銀座支店 121670

みずほ銀行 築地支店 1220452

三井住友銀行 銀座支店 7191342

りそな銀行 新橋支店 570027

2024年度夏期コースお支払い期日… 7月31日まで
 2024年度秋期コースお支払い期日… 12月15日まで

MARKETING BASIC COURSE

マーケティング・ベーシックコース お申込書 FAX (03)5575-0626

受講コース	2024年度 夏期水曜コース	2024年 6月 5日(水)開講	ご希望のコースに ○をおつけください。
	2024年度 夏期木曜コース	2024年 6月 6日(木)開講	
	2024年度 秋期木曜コース	2024年10月10日(木)開講	
	2024年度 秋期金曜コース	2024年10月11日(金)開講	
会社名			
所在地			
資料送付先			
所属・役職			
フリガナ			
氏名			
性別	男 ・ 女	生年月日	年 月 日 (歳)
TEL	FAX		
E-MAIL			
派遣責任者	所属・役職		
	氏名		
ご請求について	E-MAIL		
	決済方法	<input type="checkbox"/> カード決済 <input type="checkbox"/> 請求書払い ※請求書払いの方は下記もご記入下さい	
	請求書送付先	<input type="checkbox"/> 受講者に同じ <input type="checkbox"/> 派遣責任者に同じ ※別の方を請求先とする場合は下記にご記入下さい	
	(請求送付先) 所属・役職		
	(請求送付先) 氏名		

※お願い

- ・カード決済をされる場合は、JMA公式HP『マーケティング・ベーシックコース』からお手続きをお願いいたします。
- ・「派遣責任者」の欄には、受講生の方の上長に該当される方や人事ご担当の方をご記入下さい。コース終講後に修了報告書をお送りさせていただきます。
- ・申込書は1名1枚にてご記入下さい。2名以上の場合は、恐縮ですが複写の上、ご送付お願い申し上げます。
- ※ご記入頂いた個人を特定できる情報については、以下の通り、利用させていただきます。
- (1)お申込み頂いた講座の運営及び、それに必要なご連絡、資料の送付 (2)(公社)日本マーケティング協会からの各種情報のご案内
- なお(2)に関してご希望ではない場合は、レ点にチェックして下さい。 … 今後の各種案内の送付は不要です。