

公共マーケティング研修（1日間コース）

■ 主な受講対象 採用7年目～15年目程度の職員

■ 研修のねらい

マーケティングとは、端的に言えば市場を創造するための活動です。どうすればより多くの市民が満足する政策を立案できるか、地域の特色を打ち出すにはどんな発想が必要か、本研修では、そのための考え方や手法を学びます。

■ 所用時間 1日間（6～7時間）

■ プログラム

内容項目	
午前	<p>1. なぜ自治体にマーケティングの知識やスキルが必要なのか</p> <p>(1) シティセールスやシティープロモーションが流行っているが…</p> <p>(2) マスコミからの裏話：自治体ほど扱いやすいところはない</p> <p>(3) マーケティングの基礎理論 PPM理論：プロダクトに対する投資、リスク</p> <p>2. インテリジェンスを磨く</p> <p>(1) まずは情報力がなければ話にならない</p> <p>(2) 次に情報分析力と構築力がなければ勝負にならない</p> <p>(3) 自分の「脳みそ」だけでは限界がある</p>
午後	<p>3. マーケティングの本質</p> <p>(1) マーケティングの理論1 いかに「信者」をつくるか</p> <p>(2) マーケティングの理論2 CSを使って顧客を誘導</p> <p>(3) マーケティングの理論3 4Pと4C：供給側から供給される側の理屈へ</p> <p>(4) マーケティングの理論4 組織戦力の7S</p> <p>(5) マーケティングの理論5 市場調査</p> <p>4. 企画シミュレーション【グループ演習】</p> <p>－これまで学んだことを使って「手早く」企画を立ててみましょう－</p> <p>◇ 企画立案</p> <p>5. 研修のまとめ</p>