実践型ビジネス講座

KEN's MARKETING



COURSE A104

マーケティング経営戦略講座

勝ち抜く戦略を、自社の立ち位置から描く　6時間/3時間

講座概要

本講座は、最新事例を通して市場における自社の立場や競争環境を分析し、どの事業に投資してどのように成長していくべきか、経営戦略の基本フレームワークを学ぶ講座です。業界トップの「リーダー」、それを追う「チャレンジャー」、特定分野で勝負する「ニッチャー」、成功例を真似る「フォロワー」といったコトラーの競争地位別戦略や、事業の投資判断を行うBCGのPPM分析を学びます。また、ポーターの基本戦略やアンゾフの成長マトリックス、新製品普及の壁となるキャズム理論など、実践的な事例（自動車、コンビニ、ビール業界など）を交えながら、戦略立案の土台となる考え方を体系的に習得します。

講座のポイント

- **コトラーの競争地位別戦略で、自社が取るべき市場での戦い方がわかる。**
- **BCGのPPM分析を通じ、どの事業に投資し、どう資金を回すかがわかる。**
- **ポーターの3つの基本戦略で、低コストか差別化か、競争の軸が明確になる。**
- **新製品が市場に普及する際に立ちはだかる「キャズム（谷）」の越え方がわかる。**

こんな方におすすめ

- 経営戦略の基本的なフレームワークを体系的に学びたいビジネスパーソン。
- 自社の強みや立ち位置を客観的に分析し、今後の事業方針を考えたい方。
- 新規事業の立ち上げや、既存事業の成長・撤退の判断基準を知りたい方。
- トヨタやセブン-イレブンなど、有名企業の実際の戦略事例から学びたい方。

期待される効果

- 自社がリーダー、チャレンジャー等のどの立場にあり、どう動くべきか判断できる。
- 限られた経営資源（ヒト・モノ・カネ）を、どの事業に集中させるべきか決定できる。
- 価格競争に巻き込まれず、自社ならではの「差別化」や「ニッチ」戦略を描ける。
- 新製品を一部の新しい物好きだけでなく、一般大衆に広く普及させる手がかりを得る。

講座カリキュラム

01　どの立場で戦うか（コトラーの競争地位別戦略）

02　どの事業に投資するか（BCGのPPM）

03　どう競争するか（ポーターの3つの基本戦略）

04　どこへ成長するか（アンゾフの成長マトリックス）

05　新製品をどう立ち上げるか（キャズム理論）

講座の詳細な内容は、KEN'sマーケティングのWebサイトからご確認いただけます。

https://www.kensmktg.com

KEN's MARKETING

20261101_004

© KEN's Marketing All Rights Reserved.