

MCEI マーケティング初級講座

塾 長 ◆ 広浦康勝

(MCEI東京支部 理事長・ハウスウェルネスフーズ(株))

講 師 ◆ 各企業で活躍する実務家

募集人員 ◆ 限定40名

期 間 ◆ 2019年9月～11月(全5回)

※定員になり次第、締めきりとさせていただきます。お申込みは別紙
申込書にご記入の上、FAXでお申込みください。

※お申込みを確認後、事務局より請求書をお送りします。

※卒業資格を満たした方には、卒業証書を授与いたします。

受 講 料 ◆ 100,000 円 (税別)

場 所 ◆ 中央大学駿河台記念館

時 間 ◆ 17:45～20:30 (基本時間)

事 務 局 ◆ MCEI東京支部

〒102-0083

東京都千代田区麹町1-6-9

DIK麹町ビル4C

TEL:03-5276-6561

FAX:03-5276-6627

E-mail:jimukyoku@mceitokyo.org



TOKYO

MCEI第12期マーケティング初級講座

明日のマーケターを目指して

～実務家が語る“マーケティング・ミックス”～

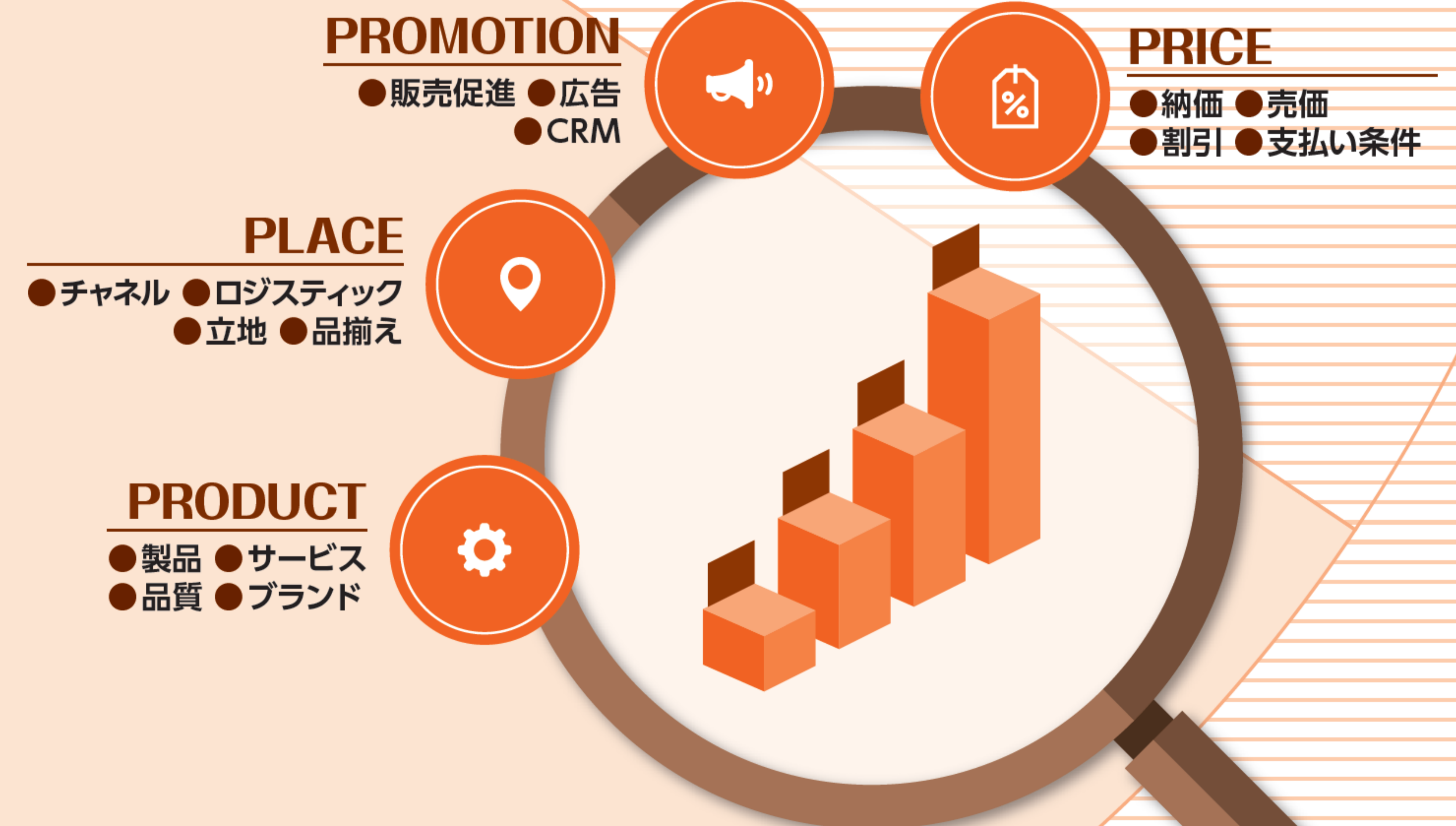
■ 限定40名募集 ■ 2019年9月開講

◆ **MCEIとは** ◆
MCEIは、マーケティングを学ぶ国内及び海外の人々を支援する事業を行い、広く門戸を開放し、生涯学習教育に寄与し、人々の豊かな暮らしを実現することを目的とする組織です。
スイスのジュネーブに国際本部があり、世界各地の支部がマーケティングを通じて交流しています。

◆ **MCEIの歴史** ◆
MCEIの源は、1954年アメリカのニューヨークでセールスプロモーションの実務家が集まり、まだ体系化されていないノウハウの交流をはじめた組織に端を発します。
日本では、渡米研修した故・水口健次氏(元東京支部理事長)が、1969年東京支部を設立、以来非営利のマーケティング研究組織として、会員のボランティアにより運営されてきました。この間1972年には大阪にも支部を設立しました。
毎月の研究会開催、毎月の機関誌の発行、毎年会員の提言集「百人百語」の発行、海外からの留学生対象の懸賞論文募集と表彰、海外研修ツアーの実施、国際大会、アジア大会の開催・参加等幅広い活動を行い、マーケターの養成など、国際交流に努めてきました。
東京支部は、設立以来このような活動を続け、世界の各支部から最もエキサイティングな支部と評価されています。
特定非営利活動促進法が施行され、この素晴らしい組織を永続たらしめるため、2001年にNPO法人となりました。

◆ **アドバイザー** ◆
大所高所から MCEI についてアドバイスをいただく企業人・学者の方々(敬称略) <2019年8月現在>

株式会社 ADK ホールディングス	代表取締役社長 グループCEO	植野 伸一	公益財団法人流通経済研究所	理事長	青山 繁弘
株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ	代表取締役社長	伊藤景一郎	株式会社千修	代表取締役会長	下谷 隆之
伊藤景バック産業株式会社	代表取締役	伊藤景一郎	中央大学ビジネススクール	大学院戦略経営研究科長	中村 博
エステー株式会社	執行役員エグゼクティブクリエイティブディレクター	鹿毛 康司	株式会社ドゥ・ハウス	ファウンダー	稲垣 佳伸
オイシックス・ラ・大地株式会社	執行役員COO統合マーケティング部長	奥谷 孝司	日本製粉株式会社	特別顧問	小寺 春樹
キリンホールディングス株式会社	名誉相談役	三宅 占二	株式会社ヒロモリ	代表取締役社長	近藤 彰彦
株式会社京王百貨店	取締役事業戦略部長	大江 弘祥	株式会社ヤクルト本社	代表取締役社長	根岸 孝成
株式会社京王プラザホテル	代表取締役社長	山本 護	早稲田大学	商学学術院教授	守口 剛
コーネル大学RMPジャパン	プログラム・ディレクター	大塚 明			



TOKYO

主催 特定非営利活動法人 MCEI東京支部

〒102-0083 東京都千代田区麹町1-6-9 DIK麹町ビル4C TEL: 03-5276-6561 FAX: 03-5276-6627
E-mail: jimukyoku@mceitokyo.org URL: http://www.mceitokyo.org

MCEI TOKYO

ごあいさつ

MCEIマーケティング初級講座～実務家が語る“マーケティング・ミックス”～第12期がスタートします。
「お客さまの立場になり」「お客さまを知り」「お客さまと商品が出会う場を演出し」「お客さまとの深い絆を作る」MCEIの特徴を前面に打ち出した、実務家が自分の体験を加えて語るマーケティングの基礎であり、最先端・明解・応用可能性の高いプログラムとなっております。

OJT 中心になりがちな企業の新人育成を補う意味からも、本講座には新人マーケターにとって必須の、様々なマーケティング課題に対する実務経験が豊富に盛り込まれています。

多くの皆様方のご参加をお待ちしております。

広浦 康勝 MCEI 東京支部 理事長 (ハウスウェルネスフーズ(株))

強い実務家を創る、アクティブでインタラクティブなスクールです。

本スクールの特徴

- ・実務に精通した講師陣。今まさに市場で起こっている最新の事例を学びます。
- ・「知識(知っている)」の「実践(できる)」化を目指します。
- ・受講生間の相互啓発により、業種・業界を越えた様々なナレッジを共有します。

目的

◆「実践塾」です

実務家の「事例」を学びます。その学びを受講生自身の実務に置き換えて、実践に活かし(P-D-Sを回す)、ビジネス成果と自己成長につなげます。

◆「ネットワーク重視」です

スクールを通じて参加者同士の強いネットワークを築くことで、自身の実務と連携させ、「視野の拡大」や「新たな発見」が得られます。講師と全参加者のマルチウエイなコミュニケーションで運営します。

そのために

◆ 講演後、「気づきの時間」と「グループディスカッション」を行います

まずは個人の意見や意志をまとめます。それを基にグループ討議／組織としての意思決定／発表／講師による講評があります。理解の「幅・奥行拡大」、有機的なつながりの発見、効果的実践につながります。様々なベンチマークを体験します。

◆ 毎回「レポート」の提出を行います

上記を総合的に組み立てて、毎回の「レポート提出」を行います。

テーマは「今回の講義を自分の現在の仕事にどう活かし、どう革新するか」。それを運営スタッフが添削・採点し、個々に合ったアドバイスを提供します。

第11期の授業風景



プログラム

日時・テーマ	内容	
1 9月26日(木) 17:45~19:00 需要創造の戦い	コーネル大学 リテール・マネジメント・プログラム・オブ・ジャパン プログラム・ディレクター 大塚 明氏 (前 日本スーパーマーケット協会 専務理事/元 ヤオコー 常務取締役) 【モデルなき時代の近未来戦略】 ~モノからコト、そしてヒトへ~ 消費環境、社会・業界動向の推移、ライフスタイルの変化、それらに対応して食品スーパーが生き残るためには、種々の事例を交えて解説します。	交流会
	19:10~19:20 気づきの時間	
	19:20~20:30 グループディスカッション&発表 & 講評 (講演内容を議論、理解を深め、発表)	
2 10月10日(木) 17:45~19:00 マーケティング4P	ハウスウェルネスフーズ株式会社 機能性事業本部 機能性スパイス事業開発部長 栗本 宜長氏 【マーケティング4Pのトータル理解】 “4P”つまり Product、Price、Place、Promotion はマーケティングの基本です。この講座では、この基本4Pの実践や実例をもとに、商品、流通、コミュニケーションまでを一気通貫でお話しし、マーケティングの基礎理論が実務の場どのように活かされているかを見ていきます。	
	19:10~19:20 気づきの時間	
	19:20~20:30 グループディスカッション&発表 & 講評 (講演内容を議論、理解を深め、発表)	
3 10月24日(木) 17:45~19:00 ブランディング	ハーゲンダッツジャパン株式会社 マーケティング本部 マネージャー 井上 洋平氏 【ブランド活性化】 ブランドが長くお客さまに支持していただくためには、どのようにブランドを磨いていけばよいのか。何を捨て、何を守るべきなのか。ハーゲンダッツブランドの育成方法、また現状の課題に対する解決方法を知り、ロングセラーブランドの必勝方法を学びます。	
	19:10~19:20 気づきの時間	
	19:20~20:30 グループディスカッション&発表 & 講評 (講演内容を議論、理解を深め、発表)	
4 11月7日(木) 17:45~19:00 人生100年時代のマーケティング	日本製紙クレシア株式会社 営業推進本部長 兼 e-コマース部長 高津 尚子氏 【健康生活支援マーケティング】 ~元気で前向き・人の世話にならない介護前を長くサポート~ 日本の高齢者人口は、2020年には全人口の3割超が65歳以上となり、今後も増加の一途をたどっています。マーケットにおいても高齢者にフォーカスした商品やサービスが必要となってきます。加齢や身体のデリケートな問題も含んだ数々の課題を越えて、ユーザーに支持される商品開発戦略を学びます。	
	19:10~19:20 気づきの時間	
	19:20~20:30 グループディスカッション&発表 & 講評 (講演内容を議論、理解を深め、発表)	
5 11月21日(木) 17:45~19:00 記念講演	中央大学ビジネススクール 大学院戦略経営研究科 研究科長 中村 博氏 【ショッパーマーケティング】 一度購入したお客さま(トライアルユーザー)に優良顧客(ロイヤルユーザー)になっていただくためには、メーカーと小売業が顧客データを協働で活用して、お客さまとの深い絆を作ることが必要です。この講座では、顧客データの分析とその活用方法について事例を通して学びます。	卒業式&パーティ
	19:10~19:20 気づきの時間	
	19:20~20:30 グループディスカッション&発表 & 講評 (講演内容を議論、理解を深め、発表)	

※担当講師、内容、会場は変更になる場合がございます。予めご了承ください。