

コンサルタントの思考法とBtoBマーケティング

Consultant Thinking and B to B Marketing

中小企業診断コース関連科目

担当教員	五十嵐博一（専任）	単位数	2単位
開講学期	春学期	開講曜日・時限	授業スケジュール参照 授業スケジュール参照
位置づけ	ビジネススキル, マーケティング・営業 応用段階		
区分	基幹科目		

科目紹介

科目の重要性・必要性	<p>本科目では、</p> <ol style="list-style-type: none">1) コンサルタントに求められる論理的な思考法2) 主に中小製造業を対象としたマーケティング手法 <p>という2つのテーマを学びます。本科目で修得した知識やスキルは、診断実習の現場で活用することが期待されるものです。</p> <p>中小業診断士の診断助言業務の現場では、客観的なデータに基づいた説得力のある論理展開が求められます。そこで必要となるのが論理的な思考法です。本科目の授業の中では、身近な事例を使いながら、論理的な思考法で使われるさまざまな手法を理解してもらったうえで、それらの手法を使いこなせるようになるための基礎的なトレーニングを積みみます。</p> <p>中小製造業のマーケティング戦略では、大企業やB to C 企業とは異なる戦略が必要になります。中小製造業を取り巻く外部環境、中小製造業のビジネスモデルやサプライチェーンを理解して、どのような戦略が有効かつ実現可能かを考察します。</p>
科目の目的	<ol style="list-style-type: none">1) コンサルタントが身に付けておくべき論理的思考法の基本を理解し、実践できるようにトレーニングする。2) マーケティング戦略における中小企業と大企業の違い、B to C 企業とB to B 企業の違いを理解し、中小製造業のマーケティング戦略立案手法を学ぶ。

<p>到達目標</p>	<p>1) 客観的データに基づく論理的な説明によって、顧客を納得させられるスキルを獲得する。</p> <p>2) 中小製造業のマーケティング戦略立案を支援するために必要な基本的な知識とノウハウを身に着ける。</p>
<p>受講してもらいたい院生</p>	<p>中小企業診断士を目指す院生。</p>

<p style="text-align: center;">授業計画</p>		
<p style="text-align: center;">第1回</p>	<p>予習・復習時間</p>	<p>4時間</p>
	<p>予習・復習内容</p>	<p>予習：コンサルタントにはどのように思考が求められるかを自分なりに考えてくる。</p> <p>復習：授業で取り上げた思考法が使われている事例を探す。（次回発表）</p>
	<p>授業内容</p>	<p>コンサルタントの思考法1</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ イントロダクション ・ コンサルタントにはどのような思考が求められるか？ ・ わかりやすい説明とは？ ・ 論理的思考法と非論理的な思考
	<p>授業課題</p>	<p>有</p>
	<p>課題フィードバック方法</p>	<p>全体へのフィードバック</p>
<p style="text-align: center;">第2回</p>	<p>予習・復習時間</p>	<p>4時間</p>
	<p>予習・復習内容</p>	<p>連続授業なので前回と同じ。</p>
	<p>授業内容</p>	<p>コンサルタントの思考法2</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 論理的思考法の基本技法 その1（因果関係、演繹法、帰納法） ・ 演習
	<p>授業課題</p>	<p>有</p>
	<p>課題フィードバック方法</p>	<p>全体へのフィードバック</p>

第3回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：コンサルティングで使われるフレームワークの事例を調べてくる。 復習：ロジックツリーを使った説明の事例を考える。（次回発表）
	授業内容	コンサルタントの思考法3 ・ 前回課題の発表と講評 ・ 論理的思考法の基本技法 その2（ロジックツリー、推論） ・ 演習
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	全体へのフィードバック
第4回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業なので前回と同じ。
	授業内容	コンサルタントの思考法4 ・ 論理的思考法の基本技法 その3（フレームワーク） ・ 演習
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	全体へのフィードバック

第5回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：ブレインストーミングの4原則とオズボーンのチェックリストについて調べてくる。 復習：これまでの授業で取り上げた技法を用いたプレゼンテーション資料を作成する。（次回発表）
	授業内容	コンサルタントの思考法5 <ul style="list-style-type: none"> ・ 前回課題の発表と講評 ・ 発想法（ブレインストーミング、オズボーンのチェックリスト、KJ法、マインドマップ、マンダラート） ・ 演習
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	個別フィードバック
第6回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業なので前回と同じ。
	授業内容	コンサルタントの思考法6 <ul style="list-style-type: none"> ・ ライティングスキル ・ プレゼンテーションスキル ・ 演習
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	全体へのフィードバック

第7回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：これまでの授業で取り上げた技法を用いたプレゼンテーション資料を準備してくる。 復習：個別発表を振り返って反省する。
	授業内容	コンサルタントの思考法7 ・プレゼンテーション演習（個別発表） プレゼンテーション評価のポイント：説明手法の使い方は適正か？/論理的な説明になっているか？/納得感はあるか？/NVCは良いか？
	授業課題	無
第8回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業なので前回と同じ。
	授業内容	コンサルタントの思考法8 ・プレゼンテーション演習（個別発表 つづき） プレゼンテーション評価のポイント：説明手法の使い方は適正か？/論理的な説明になっているか？/納得感はあるか？/NVCは良いか？
	授業課題	無
第9回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	予習：BtoCマーケティングとBtoBマーケティングにはどのような違いがあるかを考えてくる。 復習：任意の生産財市場を選び、公開情報に基づいてその市場の今後の動向を予測する。（次回発表）
	授業内容	中小製造業のマーケティング1 ・イントロダクション ・マーケティングの基礎 ・BtoCマーケティングとBtoBマーケティングの違い
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	全体へのフィードバック

第10回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業なので前回と同じ。
	授業内容	<p>中小製造業のマーケティング2</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市場調査 ・ 3C分析 ・ 演習 <p>企業診断やコンサルティングの現場では、限られた時間の中で入手できる情報だけに基づいて、業界や市場の動向について俯瞰的に分析、評価し、考察することが求められます。信頼性の高い情報源にアクセスし、業界や市場の動向を端的に表す的確な情報を素早く入手することが、市場調査のポイントです。得られた情報を論理的に分析、評価し、考察する際には、コンサルタントの思考法で学んだ論理的思考の手法の活用が有効です。</p>
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	全体へのフィードバック
第11回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	<p>予習：中小製造業の市場開発（顧客開拓）事例を調べてくる。</p> <p>復習：中小企業が市場開発を考える際の要点を整理する。</p>
	授業内容	<p>中小製造業のマーケティング3</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 前回課題の発表と講評 ・ 市場開発とプロモーション1 <p>中小製造業の市場開発（顧客開拓）の事例に基づき、大企業との違いも踏まえて、中小製造業がとるべき市場開発戦略の要点を理解します。</p>
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	全体へのフィードバック

第12回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業なので前回と同じ。
	授業内容	<p>中小製造業のマーケティング4</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市場開発とプロモーション2 ・ 演習 <p>中小製造業の市場開発（顧客開拓）の事例に基づき、大企業との違いも踏まえて、中小製造業がとるべきプロモーションミックス戦略の要点を理解します。</p> <p>演習では、中小製造業をモデル企業としたプロモーション手法を検討します。</p>
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	全体へのフィードバック
第13回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	<p>予習：中小製造業の新商品（製品・サービス）開発事例を調べてくる。</p> <p>復習：任意の中小企業を選び、市場開発または新商品開発のための仮想プランを作る。（次回発表）</p>
	授業内容	<p>中小製造業のマーケティング5</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 前回課題の発表と講評 ・ 中小製造業の新商品（製品・サービス）開発1 <p>中小製造業の新商品開発の事例に基づき、大企業との違いも踏まえて、中小製造業がとるべき新商品開発戦略の要点を理解します。</p>
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	全体へのフィードバック

第14回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業なので前回と同じ。
	授業内容	<p>中小製造業のマーケティング6</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 中小製造業の新製品開発2 ・ 演習 <p>新商品開発の類型と類型による成否のポイントを理解します。 演習では、中小製造業をモデル企業とした新商品開発計画を検討します。</p>
	授業課題	有
	課題フィードバック方法	全体へのフィードバック
第15回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	<p>予習：任意の中小BtoB企業を選び、市場開発または新商品開発のための仮想プランを作る。</p> <p>復習：個別発表を振り返って反省する。</p>
	授業内容	<p>中小製造業のマーケティング7</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 前回課題の発表と講評 ・ プレゼンテーション演習（個別発表） <p>プレゼンテーション評価のポイント：企業や業界の状況を踏まえた現実的な計画になっているか？/納得感はあるか？</p>
	授業課題	無
第16回	予習・復習時間	4時間
	予習・復習内容	連続授業なので前回と同じ。
	授業内容	<p>中小製造業のマーケティング8</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ プレゼンテーション演習（個別発表 つづき） <p>プレゼンテーション評価のポイント：企業や業界の状況を踏まえた現実的な計画になっているか？/納得感はあるか？</p>
	授業課題	無

授業情報	
授業方法	基礎知識の講義と予習内容の共有の後に、グループディスカッションや演習を実施して理解を深め、コンサルティングの現場で活用できる実践的な応用力を身に着ける。
テキスト	各回ごとに教材や資料を配布します。
参考図書	適宜紹介する。

評価方法		
評価の視点	評価 ウェイト	備考
授業への参画姿勢	50%	受講態度、発言内容、グループワークにおける貢献などを総合的に評価します。特に積極的な参画姿勢を重視します。
プレゼンテーションの発表内容	50%	基本的な内容を正しく理解しているか、効果的に応用できているかをプレゼンテーション全体から評価します。納得感のあるプレゼンテーションになっているかどうかを重視します。
合計	100%	

受講生へ (授業科目のアピールポイント、必要な基礎となる科目の履修や知識・スキル)
単に知識の習得を目指すのではなく、コンサルタントとして業務にあたる際に活用できる実戦力や応用力を身に着けることを意識して授業に取り組んで下さい。

その他
・ 上記の計画は、その内容や順序を変更することもあります。