

営業・マーケティング 1級 試験範囲

(1) 共通問題

マネジメント全般についての理解

- ・ 共通問題は、マネジメントに係る学術的な用語、概念または理論等に係る専門的知識を問うものではなく、マネジメント全般に係る考え方や一般常識(一般の新聞や雑誌等において日常的に目にすることのできる用語等を含む。)を問うものとする。

(2) 短文事例問題及び長文事例問題

イ. 部門長相当職として必要なマネジメントに係る実務能力 <全試験区分共通>

① 計画の策定

- ・ 企業を取り巻く外部環境並びに自社及び自部門の強み・弱みを総合的に勘案した上で、自部門における事業展開の方向性(ビジョン)を明確に設定することができる。
- ・ 全社戦略・方針からブレイク・ダウンした自部門の戦略・方針を策定し、その達成に向けた道筋を部門内に浸透させるとともに、全社的なコミットメントを得ることができる。
- ・ 自部門の戦略・方針を踏まえて、当期の部門目標を設定することができる。
- ・ 社会経済情勢や関係法令の改正動向、統括する業務領域に関する他社の動向を体系的に収集・分析し、それらを部門の制度・施策のグランド・デザインの策定・改正に反映させることができる。

② 問題点の把握、評価

- ・ 自部門の枠を超えて、大局的かつ全社最適の視点から問題点を抽出し、具体的な解決策を見出し、その実現に向けて、上位者に働きかけることができる。
- ・ 全社戦略の実現にどの程度貢献したかという観点から、自部門の成果を適正に評価・検証することができる。

③ リスクの管理

- ・ 経済・市場の予期せぬ変化への対応に係る方策を事前に構築するとともに、当該事態が発生した場合に迅速に決断・対処できる。
- ・ 事故・不祥事等の防止及び万一発生した場合の対応に係る方策を事前に構築できる。
万一、当該事態が発生した場合には、迅速に決断・対処するとともに、その発生の真因等を正確に把握・認識した上で、再発防止策を構築できる。

④ 組織・人材の管理

- ・ 部下の意欲と能力を見極め、効果的な動機づけや成長自立の支援等を行うとともに、次世代リーダーを計画的に育成することができる。

ロ. 試験区分に係る専門的知識及びその応用力 <試験区分毎>

- ・ 1級の試験範囲については、対応する2級の試験範囲(中項目)に準拠。

<営業>

I. 営業管理

1. 部門目標の策定
2. 部門組織編成
3. テリトリー管理
4. 顧客管理
5. 営業活動の管理
6. 部下・後輩の育成

Ⅱ．営業実務

1. 営業知識
2. 営業技術
3. 与信管理
4. 債権保全と回収

Ⅲ．営業法務

1. 契約法務
2. 消費者保護のための法制度
3. 公正で自由な競争
4. 知的財産権の保護

<マーケティング>

Ⅰ．マーケティング戦略

1. 戦略策定の枠組み
2. セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング
3. マーケティング目標の設定とマーケティング・ミックス
4. 競争市場戦略

Ⅱ．市場調査・購買行動

1. マーケティング・リサーチ
2. 購買者行動の分析

Ⅲ．製品政策

1. 製品開発
2. 製品政策の展開

Ⅳ．価格政策

1. 一般的な価格設定アプローチ
2. 価格政策の展開
3. 価格設定における考慮要因

Ⅴ．マーケティング・チャネル政策

1. マーケティング・チャネルの選定及び構築
2. マーケティング・チャネルのシステム化と管理
3. マーケティング・チャネル・コミュニケーション・システムの構築と管理

Ⅵ．物流政策とパッケージ政策

1. 物流管理と物流システム
2. ロジスティクス・マネジメントと現代物流戦略
3. パッケージングの計画と管理

Ⅶ．プロモーション政策

1. プロモーション・ミックス政策の構築と管理
2. 広告
3. 販売促進(セールス・プロモーション)
4. 人的販売
5. パブリシティ