

営業2級

平成29年8月

試験範囲				
I. 営業管理	1. 部門目標の策定	(1) 部門目標設定の進め方と留意点	イ 経営計画との連動 ロ 組織内外の環境分析 ハ 自社の実績分析 ニ 定量・定性目標の設定	
		(2) 目標設定の具体的方法	イ 部門総合目標の設定	
	2. 部門組織編成	(1) 市場・顧客志向からの営業組織編成	イ 現代営業への対応 ロ 顧客密着で信頼度を上げる営業組織 ハ 地域別・商品別・顧客別・業界別の組織編成 ニ 経営方針に沿った効率化	
		(2) 直接販売、間接販売の組織編成	イ チャネルの諸形態 ロ 販売チャネルの分析と選択 ハ コストパフォーマンスを考慮した営業効率化 ニ 組織改革の留意点 ホ 常勝集団としての目標	
		(3) 営業部門組織編成の基本手順	イ 部門組織編成の考え方 ロ 組織化の基本 ハ 営業組織の形態別特徴と具体的な組織編成の進め方 ニ 特別目的の組織編成	
		(4) 組織原則と営業マネジャーの行動管理	イ 組織構造と組織の運営原則の理解	
		(5) 支店・営業所の編成と管理	イ 本社営業部・営業本部の役割 ロ 支店・営業所の編成と管理	
	3. テリトリー管理	(1) テリトリー設定の進め方	イ テリトリーの意義とメリット ロ テリトリー設定の目的 ハ テリトリーの設定 ニ テリトリー管理	
	4. 顧客管理	(1) 顧客管理の目的		
		(2) 顧客の理解	イ 顧客の要求・期待 ロ 期待への対応 ハ 将来に向けた顧客の要求・期待への対応の理解	
		(3) 顧客との信頼関係の構築・強化	イ 顧客からの意見・苦情への対応 ロ 顧客への情報発信	
		(4) 顧客満足度の把握と対応	イ 顧客満足度の把握 ロ 顧客満足度向上への取り組み	
		(5) 顧客情報の分析	イ 顧客の事業戦略の分析 ロ 顧客の内部組織の分析 ハ 競合他社情報の分析と活用	
		(6) 顧客管理の進め方	イ 顧客管理の項目 ロ 顧客管理・営業支援システムの活用 ハ 顧客の区分 ニ 顧客の評価・格付けと対応	
	5. 営業活動の管理	(1) 営業活動管理の目的と内容	イ 部門営業活動における計画と実績との差異の把握 ロ 差異を埋めるための対策	
		(2) 営業パーソンの活動管理	イ 訪問計画管理 ロ 月次訪問計画の策定 ハ 週次・日次訪問計画の策定	
		(3) 商談プロセスの管理	イ 商談プロセス ロ 商談の進捗管理 ハ 商談履歴の分析と活用	
		(4) 商談の効率化	イ 商談ツールの作成 ロ 商談話法	
		(5) 営業パーソンの行動管理	イ 営業パーソンの行動把握 ロ 訪問管理上の課題抽出と改善策の検討 ハ 改善実施の方法	
	6. 部下・後輩の育成	(1) 営業パーソンの育成	イ 営業パーソン育成の基本的考え方 ロ 営業パーソン育成の具体的内容	
		(2) 営業パーソンに対するOJT、Off-JT	イ OJTによる育成のポイント ロ Off-JTによる育成のポイント	
	II. 営業実務	1. 営業知識	(1) 営業がかかわる主な売買契約の知識	イ 売買契約の意味 ロ 売買契約書作成の目的 ハ 売買契約書作成のチェックポイント
			(2) 営業の財務知識	イ 営業にとっての財務知識の必要性 ロ 財務諸表の意味・意義と具体的内容 ハ 損益計算書の基本構造 ニ 損益分岐点の意味 ホ 変動費と固定費の損益分岐点に与える影響 ヘ 損益分岐点から見た収益向上策 ト 貸借対照表の構造 チ 財務諸表による経営(比率)分析
		2. 営業技術	(1) 新規顧客開拓の方法	イ 新規顧客開拓の意義と必要性 ロ 新規顧客開拓の進め方 ハ 新規顧客開拓のポイント
(2) 既存顧客深耕の方法			イ 既存顧客深耕の意義と必要性 ロ 既存顧客深耕の進め方 ハ 既存顧客深耕のポイント	
(3) 提案型営業の方法			イ 提案型営業の必要性 ロ 提案型営業の基本的な進め方 ハ 提案型営業推進のポイント	
3. 与信管理		(1) 顧客実態の把握	イ 顧客実態動向の把握視点 ロ 顧客内部動向 ハ 顧客外部動向 ニ 自社取引実績	
		(2) 信用調査	イ 信用調査の目的 ロ 信用調査の方法 ハ 自社による信用調査 ニ 外部委託による信用調査	
		(3) 与信限度の設定と管理	イ 与信限度の目的 ロ 与信限度を決める方法 ハ 与信限度を超過したときの対応	
4. 債権保全と回収		(1) 債権保全	イ 企業倒産の種類 ロ 商品を引き上げるときの注意点 ハ 債権保全のための法的行為	
		(2) 債権回収方法	イ 支払悪化の原因分析と対処法 ロ 話し合いによる解決方法と訴訟による請求の仕方 ハ 長期滞留債権の回収の仕方 ニ 倒産した会社からの債権回収の仕方	
III. 営業法務		1. 契約法務	(1) 契約成立の実務知識	イ 契約の成立時期と効力 ロ 契約書以外の書面と契約の成立 ハ 内示、仮契約書、仮注文書が出される場合 ニ 電子契約
			(2) 契約履行・不履行の実務知識	イ 売買履行の拒絶と受領拒否に対する法的対処 ロ 契約を解除できる場合とその手続 ハ 賠償金
	(3) 保証・担保の実務知識		イ 担保の設定 ロ 担保の変動	
	2. 消費者保護のための法制度	(1) 消費者紛争解決のための諸制度	イ 消費者保護の各種法 ロ 消費者トラブル(訪問販売・通信販売・電話勧誘販売) ハ 消費者相談機関 ニ 消費者紛争解決	
		(2) 個人情報の保護に関する法律(以下、個人情報保護法とする)	イ 個人情報保護法関連5法 ロ 個人情報保護法への対応	
		(3) 製造物責任法	イ 製造物責任法成立の背景 ロ 製造物責任法の概要 ハ 最近行われた改正の背景	
	3. 公正で自由な競争	(1) 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(以下、独占禁止法とする)	イ 独占禁止法の概要 ロ 不公正な取引方法の規制	
		(2) 不当景品類及び不当表示防止(以下、景品表示法とする)	イ 景品表示法の目的 ロ 過大な景品類の提供 ハ 不当な表示の禁止 ニ 公正競争規約	
	4. 知的財産権の保護	(1) 産業財産権	イ 産業財産権制度の概要 ロ 特許権の概要 ハ 実用新案権の概要 ニ 意匠権の概要 ホ 商標権の概要	
		(2) 著作権	イ 著作物の概要	
(3) 不正競争防止法		イ 不正競争防止法の概要		