

3級 経営戦略

平成28年7月

試験範囲	
I. 経営戦略概要	
1. 経営戦略の役割	(1) 経営戦略とは何か イ 経営戦略とは ロ 経営戦略部門の役割 (2) 経営戦略の諸機能 イ 経営戦略部門の位置づけ ロ 経営戦略部門の諸機能 (3) 経営戦略業務の内容 イ 経営戦略業務の特性 ロ 経営戦略業務の内容 (4) 経営戦略業務の体系
2. 経営戦略の必要性	(1) 経営戦略はなぜ必要か イ 経営環境と経営戦略の意義 ロ 経営戦略部門の必要性 (2) これからの経営戦略 イ これからの経営戦略 ロ これからの経営戦略部門 ハ 経営戦略部門に求められるスキル ニ これからの経営戦略部門スタッフ
3. 経営戦略と経営計画の関係	(1) 戦略と経営計画 イ 経営計画の変遷 ロ 戦略的計画 (2) 戦略シナリオと経営計画 イ 戦略シナリオとは ロ 戦略シナリオ作成ステップ (3) 動的資源配分と経営計画 イ 経営資源 ロ 事業構造と資源配分
4. 経営計画の構造	(1) 経営目標 イ 経営目標の体系と必要性 ロ 経営目標の内容 ハ 実現可能な目標水準の設定 ニ 経営基本目標のバランス (2) 経営方針 イ 経営方針とは ロ 経営方針の内容と体系

試験範囲	
	(3) 経営計画 イ 経営計画の概念 ロ 経営計画の策定 ハ 経営計画の種類 ニ 期間計画 ホ 機能別計画 ヘ 投資計画 ト 損益計画
II. 経営戦略策定プロセス 1. 経営戦略の策定プロセス 2. 経営目標の設定 3. 経営環境の分析 4. 自社能力の分析	(1) 経営戦略策定の構造図 イ 経営戦略策定の目的 ロ 経営戦略策定の構造 (1) 経営目標の役割 (2) 経営目標の立て方 イ 企業イメージ目標 ロ 事業構造目標 ハ 経営機能目標 ニ 組織文化目標 ホ 業績数値目標 (3) 経営目標と経営理念との関係 イ 経営理念とは ロ 経営理念の内容 ハ 経営目標と経営理念の関連 (1) 経営環境とは何か (2) 経営環境の構成要素 イ マクロ環境 ロ 製品・市場分析(製品ライフサイクル) ハ 顧客分析 (3) 経営環境分析と予測の方法 イ 経営環境分析のステップ ロ 環境要因の選定 ハ 情報収集 ニ 環境要因の変化予測 ホ 機会・脅威の抽出 ヘ 重要経営課題の創出 (1) 経営資源の分析 イ 業績分析 ロ 財務業績 ハ 定性分析を含む業績指標 (2) 競合分析 イ KSFの把握 ロ 業界の競争構造の把握 ハ ポジショニング分析 ニ 相対コスト ホ 業界のトレンド (3) 自社の強みと弱み

試験範囲	
5. 経営資源と機会・脅威との競合	(1) 市場浸透戦略 (2) 製品開発戦略 (3) 市場開発戦略 (4) 多角化戦略 イ 多角化 ロ シナジー効果 (5) 企業間競争における戦略 イ コスト・リーダーシップ ロ 差別化 ハ 集中化
6. 経営戦略と社会的責任との適合	(1) 経営戦略の社会的側面 イ 企業の社会的責任 ロ コンプライアンス (2) 経営戦略の価値的側面 イ 経営戦略と価値観 ロ 企業の倫理的側面
7. 経営戦略と経営計画に関する基礎知識	(1) 組織・人事制度の必要性 イ 組織マネジメント ロ 人事機能 (2) ガバナンスの基礎知識 イ 株主主権論による企業統治 ロ 従業員主権の企業統治 (3) 会計・財務の基礎知識 イ 会計に関する基礎知識 ロ 財務に関する基礎知識 (4) マーケティングに関する基礎知識 イ 経営戦略におけるマーケティングの意義 ロ マーケティング・ミックス