

B. 組織マネジメント	業務効率向上のための時間管理	推奨対象者
	組織力強化	中堅層

コースのねらい	限られた人員で最大限の成果を上げることによる労働生産性の向上をめざして、客観的に仕事の進め方を分析することで、仕事が進まない原因を取り除き、業務の効率化・スピード化を促進できる仕組みづくりを行うための知識を習得する。
---------	--

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ タイムマネジメント手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・タイムマネジメントとは</li> <li>・時間管理と業務効率</li> <li>・業務効率を下げる要因</li> <li>・業務の優先度の考え方</li> </ul>
■ 時間管理とタスク管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・業務分析とタスク管理</li> <li>・スケジュール管理との違い</li> <li>・タスクの達成目標と期限管理</li> </ul>	

A. 生産管理	生産現場の問題解決	推奨対象者
	生産・開発計画	中堅層

コースのねらい	生産管理を理解し、生産現場の問題を発見、解決できる知識、技能を習得する。
---------	--------------------------------------

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 生産活動の基本	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生産活動の基本</li> <li>・生産現場の問題とは</li> </ul>
	■ 現状分析とムダの発見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ムダとは何か</li> <li>・現状分析</li> <li>・ムダの発見</li> </ul>
■ 生産現場の改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>・改善の手順</li> <li>・効果的な改善のためのポイント</li> </ul>	

A. 生産管理	原価管理とコストダウン	推奨対象者
	原価管理	管理者層

コースのねらい	低コスト化と生産性向上を目指して、原価管理をコスト(費用削減)と生産性(業務効率向上)の2軸で捉え、企業収益向上のポイントを習得する。
---------	---

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 原価管理とは	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原価管理の基礎知識</li> <li>・原価を構成する要素</li> <li>・損益分岐点</li> <li>・財務諸表とその読み方</li> </ul>
	■ コスト削減	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コスト削減の着眼点</li> <li>・コスト削減のための発注改善</li> <li>・職場の物理的ムダの改善</li> </ul>
■ IE手法による標準時間設定方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・IE(Industrial Engineering)とは</li> <li>・標準時間の設定手法</li> <li>・統計的時間資料の考え方</li> <li>・余裕率の設定方法</li> </ul>	

C. 営業・販売		マーケティング志向の営業活動の分析と改善	推奨対象者
	顧客拡大		中堅層

コースのねらい	マーケティングの本質とマーケティング志向の営業活動とは何かを理解し、自社の商品又はサービスの価値を提供するに当たってのマーケティング志向の営業活動について、分析し、改善策の検討方法などを習得する。
---------	--

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ マーケティングの本質	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングの基礎</li> <li>・マーケティングの本質</li> </ul>
	■ マーケティング志向の営業活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客の声をつかんだ商品・サービス企画</li> <li>・営業の役割と取り組みの標準化</li> <li>・ITを活用したマーケティング</li> <li>・信用力の形成と広報の活用</li> </ul>
	■ 営業活動プラン策定	<ul style="list-style-type: none"> <li>・営業活動に関する現状分析</li> <li>・顧客に提供する価値の明確化</li> <li>・営業活動の改善策の検討</li> </ul>

A. 品質保証・管理		品質管理実践	推奨対象者
	品質保証・管理手法		中堅層

コースのねらい	品質管理の考え方を理解し、QC(Quality Control)的問題解決による不良・クレームゼロ化のために必要な知識と技能を習得する。
---------	--

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 不良ゼロ化と品質管理の進め方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・不良ゼロの意義と効果</li> <li>・品質管理と品質保証の考え方</li> <li>・TQC(Total Quality Control)の考え方</li> </ul>
	■ 品質管理活動の推進と作業標準	<ul style="list-style-type: none"> <li>・品質管理上の問題把握</li> <li>・作業標準化の考え方と進め方</li> </ul>
	■ QC的問題解決による不良・クレームゼロ化の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・QC的問題解決の考え方と進め方</li> <li>・不良・クレーム発生の原因分析と対応</li> </ul>

B. 組織マネジメント		ナレッジマネジメント	推奨対象者
	ナレッジマネジメント		管理者層

コースのねらい	ナレッジマネジメントの重要性を理解し、ナレッジを収集、活用できる知識、技能を習得する。
---------	---

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ ナレッジマネジメントの必要性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ナレッジマネジメントとは</li> <li>・個人の知的資産の活用</li> <li>・情報、知識の共有</li> </ul>
	■ 形式知と暗黙知	<ul style="list-style-type: none"> <li>・表出化している知と隠れた知</li> <li>・ナレッジ経営の基礎概念</li> <li>・個人知から組織知への創造</li> </ul>

<b>C. マーケティング</b>		<b>インターネットマーケティングの活用</b>	<b>推奨対象者</b>
	<b>顧客拡大</b>		<b>中堅層</b>

<b>コースのねらい</b>	インターネットマーケティングの概要を理解し、インターネット、ソーシャルメディア等を効果的に活用することで、顧客獲得のための施策を検討できる知識を習得する。
----------------	---

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ インターネットマーケティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ マーケティング活動としての位置づけ</li> <li>・ インターネットビジネスの流れ</li> <li>・ インターネットビジネスのポイント</li> </ul>
	■ 顧客とのリレーションシップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 顧客データベース</li> <li>・ ユーザ情報の収集、分析、活用</li> <li>・ FSPデータとRFM分析</li> <li>・ 個人情報保護とセキュリティ</li> </ul>
	■ インターネット調査と活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 効果測定方法の分類</li> <li>・ アクセス分析</li> <li>・ クッキーを使用したアプローチ</li> <li>・ インターネット広告</li> </ul>

<b>A. 生産管理</b>		<b>生産計画と工程管理</b>	<b>推奨対象者</b>
	<b>工程管理</b>		<b>中堅層</b>

<b>コースのねらい</b>	多品種少量化や短納期化など、顧客の多様なニーズに適した生産計画の策定を目指して、工程管理の着眼点、生産計画・統制への柔軟な取り組み方について理解し、自社の納期管理を見直していくためのポイントを習得する。
----------------	---

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 工程管理の考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 生産システムと工程管理</li> <li>・ 生産計画のつくり方と実現対策</li> </ul>
	■ 生産スケジュールの組み立て方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 操業計画と負荷能力調整</li> <li>・ 生産管理と効率管理</li> <li>・ 納期遅れの要因と対策</li> <li>・ 多品種少量生産への対応</li> </ul>

<b>B. 組織マネジメント</b>		<b>組織力強化のための管理</b>	<b>推奨対象者</b>
	<b>組織力強化</b>		<b>管理者層</b>

<b>コースのねらい</b>	組織における管理者の役割及び行動法や、組織力の強化のための具体的な手法を理解し、組織目標の達成に向けた強い組織の構築手法を習得する。
----------------	--

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 目標達成における管理者の役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 組織と組織における管理者の役割</li> <li>・ 組織目標と目標設定方法</li> <li>・ ファシリテーション</li> <li>・ 行動分析</li> </ul>
	■ 組織力の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 組織の強みと弱みについて</li> <li>・ 強い組織の条件</li> <li>・ 組織内の情報共有</li> </ul>