

階層別選択研修（共同）

研修名	主査・係長級	受講者の声		
	公共マーケティング ～民間企業の知恵を 行政サービスに活かす～	行政と民間、それぞれ経験された講師の話は大変興味深く、マーケティングの本質や公務員が陥りやすい問題点など、とても説得力がありました。 自分の視野の狭さに気づかされたとともに、積極的に情報収集することの必要性を認識できました。		
講師	一般財団法人 公共経営研究機構 理事 関山 祐介 <small>せきやま ゆうすけ</small>	期 間	1日間	
		会 場	各所属・各団体で指定する場所	
		予 定 人 員	県90人・市町村30人	
ねらい	マーケティングの基本概念を確認するとともに、戦略立案、マーケティング・マネジメントの手法を学び、政策形成や事業推進において実践的に応用するための能力を習得します。			
対象者	【県】令和4年4月1日現在、主査級の職に昇任後1年以上経過している職員 【市町村】主査・係長級の職員			
実施日	① 7月 1日（金）（県45人・市町村15人） ② 10月 3日（月）（県45人・市町村15人）			
手法	オンライン研修			
学 習 計 画				
日程	カリキュラム	時間数		内 容
		時	分	
1日 9:00 ～ 16:30	オリエンテーション	0	05	研修全般に関するオリエンテーション等
	なぜ自治体にマーケティング能力が必要なのか	6	20	<ul style="list-style-type: none"> 「シティセールス&シティプロモーション」の現状 マスコミからの裏話 マーケティングの理論1（P P M理論）
	インテリジェンシー力を磨いておく			<ul style="list-style-type: none"> 個人ワーク（チェックシート） まずは情報収集力がなければ話にならない 次に情報分析と構築力がなければ話にならない 自分の「脳みそ」には限界がある グループワーク（変化を読む）
	マーケティングの本質			<ul style="list-style-type: none"> マーケティングの理論2（いかに信者をつくるか） マーケティングの理論3（C S） マーケティングの理論4（4 Pと4 C） マーケティングの理論5（7 S） マーケティングの理論6（市場調査）
	企画シミュレーション			<ul style="list-style-type: none"> グループワーク
	まとめ 講義の振り返り等	0	05	<ul style="list-style-type: none"> 研修のまとめ 質疑応答、アンケート記入等
備 考	<ul style="list-style-type: none"> ・県職員と市町村職員との共同研修（市町村研修コード NO. 148～149） ・全2回実施 			