

## 政策立案のためのマーケティング入門講座

標準対象年次	一般職（採用後4年目～）
研修のねらい	住民本位の政策立案に向けて、マーケティングの基本的な考え方を理解するとともに、ビッグデータの取り扱い方や住民ニーズの調査・分析に関する具体的な手法を学ぶ。
主な内容	<講義と演習> 1 マーケティングの基礎知識 2 公共事業とマーケティング 3 ビッグデータとマーケティング 4 住民ニーズの調査・分析 5 住民ニーズに基づく政策立案に向けて
予定講師	専門講師（一般社団法人日本経営協会）
研修人員	36人

実施回数	研修期間	推薦期間
1回	平成30年6月4日（月）～6月5日（火）2日間	30. 4. 15 ～30. 4. 25

〔研修時間割〕

時刻	1日目	2日目
9:00		研修準備・クラスミーティング
10:00	開講 10:30	【講義・演習】
11:00	オリエンテーション	
	【講義】	
12:00	昼休み(60分)	
13:00		
14:00		【まとめ】
15:00	【講義・演習】	振り返り・閉講 15:00～15:30
16:00		
17:00	クラスミーティング	
17:15	自主研修	