

<ITPSマスター資格の目標>

ITプランニング・セールス(ITPS)としてITPSワークシートを活用して一定の成果をあげられるようになった者に対して、マーケティング戦略を含め自社の営業戦略を検討し立案する知識・スキルをもって、顧客組織に対する多面的な理解の上に立ち、高度な経営課題を解決するITソリューションを構想・策定・提案するスキルを開発する。

以上の目標を段階的に達成するために

ITPSマスター M(マーケティング&マネジメント)及び

ITPSマスター S(スーパーセールス)の2つの資格を制定する。

なお、両方を取得したものを改めて「ITPSマスター」と呼ぶ。

ITPSマスター M(マーケティング&マネジメント)のカリキュラム

「第1部 IT企業のためのマーケティング戦略」

自社が活動するIT市場の特性、市場環境について理解を深め、マーケティング戦略、営業戦略の検討、再構築を行う。

第1部の学習目標

1-1. ITソリューション提案の概要

1-1-1.ITソリューション提案の使命

1-1-2.ITニーズの発生と変遷

1-1-3.ITと経営戦略の統合

1-2. IT市場の特性と環境分析

1-2-1.IT市場分析の着眼点

1-2-2.財としての基本区分から見た特性

1-2-3.関係者の属性から見た市場区分

1-2-4.商品・市場のライフサイクル上の特性

1-2-5.テクノロジー・ライフサイクルとCHASM

1-2-6.商品・サービスの利用形態上の特性

1-2-7.IT業界における業態、ビジネス・モデルの区分

1-2-8.商品・サービスの構成要素の特性～コア&ホール・プロダクト

1-2-9.購買意思決定領域と購買意思決定基準

1-2-10.IT企業のビジネス・モデル

1-3.マーケティング調査

- 1-3-1.マーケティング調査の意義
- 1-3-2.マーケティング調査の種類
- 1-3-3.リサーチ・リテラシーとは
- 1-3-4.リサーチ・リテラシーとしての知識・理論
- 1-3-5.統計に関する基礎知識
- 1-3-6.リサーチ・リテラシー適用上の留意点
- 1-3-7.IT市場におけるマーケティング調査の計画と実施
- 1-3-8.マーケティング調査の現状診断とアクションプラン

1-4.マーケティング戦略

- 1-4-1.マーケティング戦略検討の基本概念
- 1-4-2.コラボレーション型マーケティング
- 1-4-3.ターゲット市場の選定と資源配分
- 1-4-4.マーケットポジション別マーケティング戦略のプロフィール
- 1-4-5.顧客価値の創造と我が社、自己のポジショニング
- 1-4-6.ターゲット市場の選定と分析
- 1-4-7.自社のマーケティング戦略の検討

「第2部 ITソリューションの提案」

顧客組織に対するソリューション提案の案件管理を効果的に行い、顧客とのリレーションシップ・マネジメントを行う。

第2部の学習目標

2-1.ソリューション案件のコントロール・ポイント

- 2-1-1.営業活動の基本プロセスと案件のライフサイクル
- 2-1-2.要件となるアクションとキー・コントロール・ポイント

2-2.リレーション構築の計画

- 2-2-1.リレーションシップ・マネジメントの標準的プロセス
- 2-2-2.ITPS活動プロセスとリレーションシップ・マネジメント
- 2-2-3.リレーションシップ・マネジメント・プロセスのキー・コントロール・ポイント

2-3.組織変革の計画

- 2-3-1.組織変革の必要性
- 2-3-2.ITソリューション導入時における組織の抵抗と混乱
- 2-3-3.組織変革のステップ

2-4.営業チームのマネジメント

- 2-4-1.営業チームのマネジメントの要素

2-4-2. チーム・マネジメンの具体的行動

ITPSマスター S(スーパーセールス)のカリキュラム

「第1部 ITソリューションの提案」

顧客の経営課題の解決に貢献する総合的解決策を検討し、効果的ITソリューションの立案と提案とソリューション提案案件のマネジメントを行う。

第1部の学習目標

1-1.ITソリューションの立案

1-1-1.ソリューション企画立案のプロセス

1-1-2.モデリングについて

1-2.ITソリューション提案に必要な顧客の理解

1-2-1.顧客の理解とは

1-2-2.顧客理解の成熟度レベル

1-2-3.顧客の分析で活用するモデル体系

1-3.顧客の分析

1-3-1.戦略検討プロセスのモデリング

1-3-2.顧客を取り巻く経営環境のモデリング

1-3-3.機会・脅威と内部状況(自社の経営資源)の分析(SWOT)

1-3-4.戦略代替案のモデリング

1-3-5.財務・会計情報のモデリング

1-3-6.組織分析のモデリング

1-3-7.業務のモデリング

1-3-8.情報システムのモデリング

1-4.顧客理解に必要な情報収集のスキル

1-4-1.効果的インタビューの方法

1-4-2.情報整理の技術

「第2部 顧客のITガバナンス・調達の提案」

顧客のITガバナンス・調達を中心に、企業・組織について、経営戦略、組織等の上流工程の分析から、業務、情報システムに至るまで、総合的に分析を行う。

第2部の学習目標

2-1.IT戦略とITガバナンス

2-1-1.ITガバナンスとは

2-1-2.ITガバナンスの対象

2-1-3.ITガバナンスを推進するための組織

2-1-4.ITガバナンスに関する標準

2-1-5.内部統制について

2-2.改革・改善効果の算出

2-2-1.改革・改善効果のレベル

2-2-2.マクロレベルの効果分析について

2-2-3.ミクロレベルの効果分析について

2-2-4.スコアカード(BSC:バランス・スコアカード)の視点

2-2-5.財務レベルでの改革・改善効果と投資経済性の計算

2-2-6.業務レベルの効果～ABC/ABMの適用

2-2-7.収益拡大予測の方法

2-3.ITソリューションの積算

2-3-1.ITソリューション積算の課題

2-3-2.望ましい積算を実現する為には

2-3-3.積算の展開ステップ

2-3-4.主要積算手法

2-3-5.積算の基礎となる要素と単位

2-3-6.積算の実施と評価

2-4.IT投資経済性評価

2-4-1.IT投資経済性計算の展開ステップ

2-4-2.IT投資評価の基礎理論

2-5.要求及び要件の定義

2-5-1.要求定義について

2-5-2.要求の構成要素と要求定義のポイント

2-5-3.要求定義の進め方

2-5-4.要求定義に必要なスキル

2-5-5.要求定義で求められるロジカル・ライティング

2-5-6.要求定義記述のポイント

2-5-7.要求定義書の基本原則

2-5-8.要件の構成要素

2-5-9.要件定義のポイント

2-5-10.一般的な要求定義書の項目例