

初めての方のための

パソコンによる販売管理と実務記帳

— 販売管理の基礎編 —

指導解説書

雇用促進事業団 職業訓練大学校

職業訓練研修研究センター

初めての方向のための
パソコンによる販売管理と実務記帳

— 販売管理の基礎編 —

指導解説書

雇用促進事業団 職業訓練大学校

職業訓練研修研究センター

目 次

まえがき	
テキストを利用するみなさんへ	1
第1章 商品やサービスの流れ	3
1. 流通の実際	3
2. 流通チャンネル戦略	7
3. 日本の流通の問題点	8
第2章 マーケティングとは	9
1. マーケティングのいろいろ	9
2. メーカーと小売業のマーケティングの違い	9
3. マーケティングの移り変わり	10
4. これからのマーケティング — 新4P —	13
第3章 マーケティング活動のいろいろ	15
1. 変わる商品開発	15
2. 衣料品に見る価格形成のメカニズム	15
3. アピールの成功例	18
4. チャンネル政策の成功例	18
5. テレビコマーシャル	18
6. 米国の広告事情	19
7. 商品開発と再販売価格維持制度の見直し	20
第4章 調べるためのマーケティング活動	23
1. 数量的消費者行動モデル	23
2. 統計調査のいろいろ	24
第5章 調べるためのマーケティングツール	29
1. POSデータの活用例	29
2. 市場に流通するマーケティング情報の例	33
第6章 会社の成長とマーケティング活動	37
三越のグループ戦略	37
第7章 販売実績管理	39
1. 文具統一伝票のメリット	39
2. 統一伝票導入の効果	39
3. 文具統一伝票の規格	40
4. 売上プログラムの処理内容	42
5. 文具統一伝票の推進団体	44
第8章 マーケティングに関する法律	45
1. 独占禁止法	45
2. 大店法(大規模小売店舗法)	46
3. 消費生活関連資格制度	49
4. PL法	51
マーケティング用語集	53
OHP用カット集	55