

リテールマーケティング(販売士)検定試験 1級対応

① 小売業の類型

第1章 流通システムの変革と小売業の新たな役割

- 第1節 流通政策の変遷
- 第2節 循環型社会と流通
- 第3節 グローバル小売競争の展開

第2章 フランチャイズシステムの戦略的特性

- 第1節 フランチャイズシステムの問題
- 第2節 フランチャイズ組織の運営原理
- 第3節 フランチャイズシステムの戦略的展開
- 第4節 加盟金とロイヤルティの方式

第3章 店舗形態別小売業の戦略的特性

- 第1節 専門店の戦略的特性
- 第2節 百貨店の戦略的特性
- 第3節 総合品ぞろえスーパー(スーパーストア)の戦略的特性
- 第4節 スーパーマーケットの戦略的特性
- 第5節 ホームセンターの戦略的特性
- 第6節 ドラッグストアの戦略的特性
- 第7節 コンビニエンスストアの戦略的特性
- 第8節 スーパーセンターの戦略的特性

第4章 チェーンストアの戦略概論

- 第1節 チェーンストアの戦略的特性
- 第2節 チェーンストアのオペレーション特性
- 第3節 チェーンストアの戦略的マネジメントシステム

第5章 商店街およびショッピングセンターの戦略的特性

- 第1節 商店街の活性化戦略
- 第2節 ショッピングセンターの戦略と活性化策
- 第3節 SCにおけるディベロッパーの役割とテナント管理の視点

② マーチャンダイジング

第1章 マーチャンダイジング戦略の概論

- 第1節 カテゴリーマネジメントの機能と役割
- 第2節 小売業におけるカテゴリーマネジメントの実務
- 第3節 小売業主導のバリューチェーン展開

第2章 商品計画の策定と商品予算の実務

- 第1節 商品計画の策定
- 第2節 商品カテゴリーごとの商品計画—流行商品と定番商品
- 第3節 商品計画と利益管理
- 第4節 商品予算管理

第3章 販売計画ならびに販売管理の戦略的策定

- 第1節 販売目標の設定方法と販売計画の策定
- 第2節 販売計画における予算管理
- 第3節 販売管理と販売システムの管理

第4章 仕入計画と在庫管理の実務

- 第1節 仕入計画と仕入予算編成
- 第2節 在庫投資と管理
- 第3節 商品在庫統制

第5章 戦略的商品管理の実務

- 第1節 戦略的商品管理としての単品管理
- 第2節 発注システムの高度化

第6章 物流システムの実務

- 第1節 物流システムと物流センター
- 第2節 物流におけるABCの考え方

全科目の目次構成

③ ストアオペレーション

- 第1章 店舗運営サイクルの戦略的展開
 - 第1節 店長に求められるマネジメント
 - 第2節 発注作業の改善と管理
 - 第3節 商品管理における初期陳列数の戦略的決定
 - 第4節 売場におけるデータ活用の実際
- 第2章 スペースマネジメントの戦略的展開
 - 第1節 店頭における販売促進策と購買促進策の相違点
 - 第2節 ROIによる店舗評価とスペースマネジメント
 - 第3節 ROIの算定方法
 - 第4節 インストアプロモーション
 - 第5節 ビジュアルプレゼンテーションの戦略的展開方法と留意点
- 第3章 発注の戦略的展開
 - 第1節 発注業務のフロー
 - 第2節 発注支援システムの目的とねらい
 - 第3節 発注支援システムによる発注業務のフロー
 - 第4節 発注数量の算出方法
 - 第5節 プロダクトライフサイクル(PLC)におけるステージ別発注のポイント
- 第4章 LSP(レイバースケジューリングプログラム)の戦略的展開
 - 第1節 LSPの導入と作業標準化
 - 第2節 LSP実施上の留意点
 - 第3節 店舗従業員の生産性向上
 - 第4節 人時管理(マンアワーコントロール)の実務
 - 第5節 売場における作業分析
- 第5章 ローコストオペレーションの戦略的展開
 - 第1節 ローコストオペレーションの実際
 - 第2節 店舗生産性の実態
 - 第3節 ロス削減のためのワークスケジューリング
 - 第4節 特売に関する作業改善
 - 第5節 発注に関する作業改善
 - 第6節 生鮮食品の後方作業システム
- 第6章 人的販売と販売員指導の実際
 - 第1節 人的販売の特性
 - 第2節 管理者または店長による人材育成(OJT)

④ マーケティング

- 第1章 小売業のマイクロマーケティング戦略の実践
 - 第1節 マーケティングの概念
 - 第2節 小売業のマーケティング戦略
- 第2章 小売業のマーケティングの種類と特徴
 - 第1節 データベース・マーケティング
 - 第2節 ロイヤルティ・マーケティング
 - 第3節 イベントベース・マーケティング
 - 第4節 環境マーケティング
- 第3章 ライフスタイルの変化とマーケティング戦略の展開方法
 - 第1節 マーケットセグメンテーションへのライフスタイル・アプローチ
 - 第2節 ライフスタイルセグメンテーションの手順と分析
 - 第3節 ライフスタイルアソートメントの実務
- 第4章 顧客戦略の実際
 - 第1節 顧客満足経営の実施方法
 - 第2節 小売業におけるCRMの実践
 - 第3節 顧客カテゴリーマネジメント
 - 第4節 コンビニエンスストアにみる革新的マーケティングシステム
- 第5章 マーケティングリサーチの実際
 - 第1節 小売業の市場調査
 - 第2節 市場調査の進め方(ステップ)
 - 第3節 市場調査の種類と方法
 - 第4節 競争店の調査
 - 第5節 グループインタビューの実際
- 第6章 出店戦略と商圈分析の実際
 - 第1節 小売業の商圈開発
 - 第2節 商圈形成の実際
 - 第3節 競争と商圈シェア
- 第7章 販売促進とプライシングの戦略的展開
 - 第1節 小売業の広告
 - 第2節 プライシング



⑤ 販売・経営管理

第1章 小売業の管理組織の特徴

第1節 経営組織の基本形態

第2節 小売業の代表的な組織形態

第2章 小売業の従業員管理と能力開発

第1節 従業員管理の実務

第2節 従業員の能力把握と人事考課

第3節 職場の教育訓練

第3章 小売業の戦略的キャッシュフロー経営

第1節 キャッシュフローとキャッシュフロー経営

第2節 戦略的キャッシュフロー経営

第3節 キャッシュフロー・ベースの経営指標

第4章 小売業の店舗に関する法律

第1節 土地の利用に関する法令

第2節 建物の建築および防火に関する法令

第3節 商業設備などの法知識

第5章 小売業のリスクマネジメント

第1節 小売業経営におけるリスクマネジメント

第2節 万引防止対策

第3節 トレーサビリティシステムとRFID