

平成22年度

「中小企業の診断及び助言に関する実務の事例Ⅱ」の出題の趣旨

第1問（配点10点）

現社長が行った経営再建策により解決した、B社のマーケティング戦略上の問題点について、分析力を問う問題である。

第2問（配点30点）

大手スーパーなどとの差別化をするために、B社が行ったマーケティング戦略について、2つのターゲットを見極め、それぞれのターゲットに与える便益について、分析力と応用力を問う問題である。

第3問（配点10点）

B社の現社長が、従業員満足を実現し、B社に対する従業員からのロイヤルティを獲得するために行ったインターナル・マーケティングについて、分析力と問題解決能力を問う問題である。

第4問（配点20点）

B社が発行するポイントカードの機能を拡大することによって、B社の顧客に与えるさらなる便益について、分析力と応用力を問う問題である。

第5問（配点30点）

B社が行う様々な地域密着のエコ活動や社会貢献を通じて、B社へのロイヤルティを獲得するための戦略について、分析力と応用力を問う問題である。

以上