

# グローバル人材育成 社内研修コース一覧

**2019年1月**

株式会社フォースウェイブ・コンサルティング

# コース一覧

- 英文決算書の読み方基礎編
- 英文決算書の読み方応用編
- 海外展開事例で学ぶマーケティング講座基礎編
- 海外展開事例で学ぶマーケティング講座BtoC編
- 海外展開事例で学ぶマーケティング講座BtoC編

<p>タイトル</p>	<p>▶英文決算書の読み方&lt;基礎編&gt;（標準6時間） Financial Statement Analysis in English &lt;Basic&gt;</p>
<p>コース概要</p>	<p>増える海外取引において重要なのはリスク管理です。取引開始前はもちろん、取引を継続中の相手先であっても、財務リスクは必ず抑えるべき重要情報です。</p> <p>本講座は、主に海外営業や海外取引に係わる方を対象に、英文会計の基本的仕組みを学び、英文決算書（Balance Sheet, Income Statement, Statement of Cash Flow）を読み解き、基礎的企業分析力（財務リスク分析力）を身につけることを目的としています。実在企業を対象とした演習をグループ単位で行うことで、実際の海外取引相手との折衝時や事業企画時にすぐに活用できる財務分析スキルの習得を目指します。</p>
<p>主なプログラム内容</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 英文会計の基本</li> <li>2. 英文財務3表の基本的な読み方 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ Balance Sheetの基本と読み方</li> <li>・ Income Statementの基本と読み方</li> <li>・ Statement of Cash Flowの基本と読み方</li> </ul> </li> </ol> <p>※テキストは日英併記の資料を使用しますので英語表現も同時習得が可能です。</p> <p>※テーマに沿った個人演習やグループ演習を適宜織り交ぜながらインタラクティブに進行します。</p>

タイトル	<p>▶英文決算書の読み方&lt;応用編&gt;（標準2日・12時間） Financial Statement Analysis in English &lt;Advance&gt;</p>
コース概要	<p>日本企業の海外展開の進展に伴い、海外取引先の分析・評価や、海外子会社の分析・評価・改善を検討するスキルは益々重要度を増しています。 本講座では、英文決算書を高度に分析し企業実態を明らかにすること、及び、問題を抱える箇所を改善するための手法を学びます。具体的には、主に安全性と収益性の高度な分析・評価・改善のポイント解説、及び実在企業の事例を用いた演習により、財務上の問題の本質を把握し、適切な評価、さらには改善提案までを検討するスキルを習得することを目指します。</p>
主なプログラム内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 英文決算書の基本的な読み方</li> <li>2. 安全性の分析・評価及び改善手法 <ul style="list-style-type: none"> <li>・当座比率、手元流動性、固定比率など安全性分析の指標解説</li> <li>・安全性評価の視点と改善手法の解説</li> <li>・実在企業の英文決算書をケースに安全性分析・評価・改善提案の検討</li> </ul> </li> <li>3. 収益性の分析・評価及び改善手法 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ROA、ROE、EBITDA、資産回転率など収益性分析の指標解説</li> <li>・収益性評価の視点と改善手法の解説</li> <li>・実在企業の英文決算書をケースに収益性分析・評価・改善提案の検討</li> </ul> </li> <li>4. 総合演習 <ul style="list-style-type: none"> <li>・実在企業の英文決算書をケースに決算書総合分析・評価・改善提案の検討</li> </ul> </li> </ol> <p>※テキストは日英併記の資料を使用しますので英語表現も同時習得が可能です。 ※テーマに沿った個人演習やグループ演習を適宜織り交ぜながらインタラクティブに進行します。</p>

タイトル	海外展開事例で学ぶマーケティング講座基礎編（標準1日・6時間）
コース概要	<p>本講座は、マーケティングの基本とその策定プロセス、および海外進出日系企業（主に製造業）のマーケティングにおける成功要因を理解し、海外における「売れる仕組み」つまり海外進出マーケティングの基礎知識を習得することを目的としています。マーケティングの基礎と戦略手法を学んだうえで、実在企業のマーケティング事例を用いて、個人演習やグループ演習を通じて成功要因を分析し、検討します。分析から得た知識やポイントを自社製品に適用することで、社内会議や海外顧客との商談時に活用できるマーケティング理論を踏まえた企画分析スキルの習得を目指します。実務担当者向け講座です。</p>
主なプログラム内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. マーケティング <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングとは</li> <li>・マーケティングの重要性</li> <li>・マーケティング活動の全体像</li> </ul> </li> <li>2. 環境分析 <ul style="list-style-type: none"> <li>・環境分析（SWOT分析）の手法（ツール、プロセス、考え方）</li> <li>・分析演習（実在企業をケースとして、SWOT分析を元に、マーケティング戦略の選択肢を検討）</li> </ul> </li> <li>3. マーケティング戦略 <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングのSTP（Segmentation, Targeting and Positioning）</li> <li>・マーケティングの4P（Product, Price, Place and Promotion）</li> <li>・分析演習（事例からマーケティングの主要要素を抽出し、マーケティング戦略の成功要因を分析）</li> </ul> </li> <li>4. まとめ <ul style="list-style-type: none"> <li>・自社製品への適用、分析演習</li> </ul> </li> </ol>

タイトル	海外展開事例で学ぶマーケティング講座BtoC（個人顧客）編（標準1日・6時間）
コース概要	<p>本講座は、主に海外取引に携わる方を対象に、BtoC（個人顧客）マーケティングの基礎と戦略手法を学んだうえで、実在企業のマーケティング事例を用いて、個人演習やグループ演習を通じて成功要因を分析し、検討します。分析から得た知識やポイントを自社製品に適用することで、社内会議や海外顧客との商談時に活用できるマーケティング理論を踏まえた企画分析スキルの習得を目指します。実務担当者向け講座です。</p>
主なプログラム内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. マーケティング <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングとは</li> <li>・マーケティングの重要性</li> <li>・マーケティング活動の全体像</li> </ul> </li> <li>2. BtoCマーケティング <ul style="list-style-type: none"> <li>・BtoCマーケティングとは</li> <li>・BtoCマーケティングの特徴と必要となる対応</li> </ul> </li> <li>3. マーケティング戦略 <ul style="list-style-type: none"> <li>・環境分析（SWOT分析）の手法（ツール、プロセス、考え方）</li> <li>・マーケティングのSTP（Segmentation, Targeting and Positioning）</li> <li>・マーケティングの4P（Product, Price, Place and Promotion）</li> <li>・事例分析演習（事例からマーケティングの主要要素を抽出し、マーケティング戦略の成功要因を分析）</li> </ul> </li> <li>4. まとめ <ul style="list-style-type: none"> <li>・自社製品への適用、分析演習</li> </ul> </li> </ol>

タイトル	海外展開事例で学ぶマーケティング講座BtoB（法人顧客）編（標準1日・6時間）
コース概要	<p>本講座は、主に海外取引に携わる方を対象に、BtoB（法人顧客）マーケティングの基礎と戦略手法を学んだうえで、実在企業のマーケティング事例を用いて、個人演習やグループ演習を通じて成功要因を分析し、検討します。分析から得た知識やポイントを自社製品に適用することで、社内会議や海外顧客との商談時に活用できるマーケティング理論を踏まえた企画分析スキルの習得を目指します。実務担当者向け講座です。</p>
主なプログラム内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. マーケティング <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングとは</li> <li>・マーケティングの重要性</li> <li>・マーケティング活動の全体像</li> </ul> </li> <li>2. BtoBマーケティング <ul style="list-style-type: none"> <li>・BtoBマーケティングとは</li> <li>・BtoBマーケティングの特徴と必要となる対応</li> </ul> </li> <li>3. マーケティング戦略 <ul style="list-style-type: none"> <li>・環境分析（SWOT分析）の手法（ツール、プロセス、考え方）</li> <li>・マーケティングのSTP（Segmentation, Targeting and Positioning）</li> <li>・マーケティングの4P（Product, Price, Place and Promotion）</li> <li>・事例分析演習（事例からマーケティングの主要要素を抽出し、マーケティング戦略の成功要因を分析）</li> </ul> </li> <li>4. まとめ <ul style="list-style-type: none"> <li>・自社製品への適用、分析演習</li> </ul> </li> </ol>