

トリプルシンキング

01 ロジカルシンキング

- [1_演繹法](#)
- [2_帰納法](#)
- [3_三角ロジック](#)
- [4_論理展開の注意点](#)
- [5_トゥールミンモデル](#)
- [6_論証反駁](#)
- [7_因果関係と相関関係](#)
- [8_情報整理グルーピング](#)
- [9_課題発見技法](#)
- [10_ロジックツリー](#)
- [11_ピラミッドストラクチャー](#)
- [12_デシジョン・ツリー](#)

02 クリティカルシンキング

- [1_基本姿勢と流れ](#)
- [2_ガイドライン \(wikipedia\)](#)
- [3_詭弁 \(wikipedia\)](#)

03 ラテラルシンキング

- [1_ラテラルシンキング](#)
- [2_アイデア発想法](#)

思考のフレームワーク

- [1_目的達成フレームワーク](#)
- [2_アイデア発想・思考整理フレームワーク](#)
- [3_マーケティングフレームワーク](#)

企画書の書き方

解説動画はありません。

デザインと法令

解説動画はありません。

マーケティング理論

01 マーケティング概論

- [1_マーケティングの歴史](#)
- [2_マーケティングの定義 \(AMA\) の変遷](#)

02 マーケティング・マネジメント

- [1_市場分析 \(PEST分析\)](#)
- [2_SWOT分析](#)
- [3_目標設定 \(SMARTgoals, KGI, KPI\)](#)
- [4_ターゲット・マーケティング \(市場細分化\)](#)
- [5_ターゲット・マーケティング \(ターゲットの設定\)](#)
- [6_ターゲット・マーケティング \(市場ポジショニング\)](#)
- [7_マーケティング・ミックス \(4P\)](#)

03 マーケティング・リサーチ

- [1_マーケティング・リサーチ](#)

04 消費者行動

- [1_4つの消費者行動モデル](#)
- [2_購買意思決定モデル \(ニーズとウォンツ\)](#)
- [3_購買意思決定モデル \(情報探索・ロコミ・準拠集団\)](#)
- [4_購買意思決定モデル \(購買決定行動の分類\)](#)

05 製品戦略

- [1_消費財の特徴](#)
- [2_製品ラインと製品アイテム](#)
- [3_製品ライフサイクル](#)
- [4_ブランドの分類と機能](#)
- [5_ブランドネーム](#)
- [6_ロゴタイプ](#)
- [7_ロゴマーク](#)
- [8_パッケージその他](#)
- [9_ブランド戦略](#)
- [10_新製品開発](#)
- [11_サービス \(無形財\) の特徴](#)
- [12_サービス・エクスペリエンス](#)

06 価格戦略

- [1_テクノロジー・ライフサイクル](#)
- [2_新製品価格政策](#)
- [3_価格設定の方法](#)
- [4_心理的価格政策](#)
- [5_製品ミックス・販促的価格政策](#)

07 チャンネル戦略

- [1_チャンネルの長さと幅](#)
- [2_垂直型・水平型マーケティングシステム](#)

08 プロモーション戦略

- [1_広告戦略](#)
- [2_媒体別広告のメリットデメリット](#)
- [3_広告効果](#)
- [4_広告反応モデル](#)
- [5_パブリシティ・人的販売](#)
- [6_販売促進・リベート](#)

09 リレーション・マーケティング

- [1_リレーション・マーケティング](#)

デザインのためのマーケティングツール

01 デザインとマーケティングの歴史

- [1_製品中心のマーケティング 1.0](#)
- [2_消費者志向のマーケティング 2.0](#)
- [3_価値主導のマーケティング 3.0](#)
- [4_自己実現のマーケティング 4.0/5.0](#)

02 デザイン思考

- [1_デザイン思考](#)
- [2_デザイナーの仕事](#)

03 デザイン開発ツール

- [1_ジョブ理論](#)
- [2_ポジショニング分析](#)
- [3_ファネル分析](#)
- [4_エスノグラフィー](#)
- [5_タスク分析](#)
- [6_ラダリング法](#)

CX・カスタマージャーニー

01 CXとは

- [1_CXとは・顧客とは](#)
- [2_体験とは\(顧客行動モデル\)](#)
- [3_心理的感情的な体験価値とは](#)

03 CXの向上戦略

- [1_CXの準備\(ゴール・カスタマージャーニーマップ\)](#)
- [2_ロイヤルティスコアとドライビングファクター分析](#)
- [3_CX向上策](#)

02 CSとCX

- [1_CSが生まれた背景と品質要素モデル](#)
- [2_CSの特徴と懐疑](#)
- [3_CSとロイヤルティの無相関性](#)
- [4_CXとCXの目的](#)
- [5_NPS](#)
- [6_CEI I](#)
- [7_TLI](#)
- [8_Brand Valuation](#)
- [9_CSとCXの違い](#)

中国・台湾の色文化

解説動画はありません。