

化学・生物総合管理の再教育講座(講義内容)

前期

科目No.	307	科目名	社会技術革新学特論11		サブネーム	現代企業経営論 1		
連携機関名	ディレクトフォース	レベル	中級		講義枠	月曜日	講義時間	18:30~20:00
科目概要	金融不安を解消し、種々の規制緩和が進展する中で、企業サイドの懸命な努力によって日本経済(日本のモノづくり)は着実に成長路線を進み始めている。社会(ニーズ)の動向を先取りして、自社の技術(シーズ)開発を如何に効果的に進めるか、その成否が今後の企業経営を大きく左右することとなる。前期では日本の代表的メーカーの取り組みの実状を具体的なケースを基に解説する。(後期ではR&D、知材、製造等経営活動の次のステップを)							

サブタイトル	No	講義名	講義概要	講義日	教室	講師名	所属
経営戦略における技術	1	「技術経営」の重要性	マネジメントと技術は現在の企業(特に製造業)の経営において根幹となる両輪である。技術系で且つ企業トップとして事業再構築を推進した経験を下に「技術経営」(MOT)の重要性を説明する。モーター事業が中心の旧芝浦製作所を芝浦メカトロニクスとして再生したケースのほかに、グループ経営、リーダーシップについても触れる。	4月17日	共通講義棟 1号館 102教室	角 忠夫	芝浦メカトロニクス 元社長 松蔭大学大学院経営管理研究科教授 北陸先端科学技術大学院大学、芝浦工業大学大学院 各客員教授
	2			4月24日			
	3			5月1日			
マーケティングと技術開発	4	技術立国日本…強さの秘訣	ブリヂストンが現在の世界三強の地位を占めるにいたるまでには、多くの経営課題を解決してきている。市場環境の変化をビジネスチャンスと認識し、技術開発勢力を集中的に投入する。F-1レースのタイヤに進出というリスクを成果に結びつける、等々である。世界三極体制での技術開発の運営の苦労話も交えて、技術開発の重要性を説明する。	5月8日		原田忠和	ブリヂストン 元副社長
	5			5月15日			
	6			5月22日			
	7	商品開発で成功するにはケーススタディー	毎期最高益を更新し続ける花王の強さ - DNAとも呼ぶべきもの - はどこからくるのか。徹底した市場調査と自社の技術シーズをたくみに結びつけてゆく「商品開発五原則」にその原点がある。巨人P&Gの攻勢を如何に受けて立つか、ブランド価値を守ることが何故重要かなど、ヒット商品(クイックルワイパー、アジエンス)の具体例により花王の取り組みを解説する。	5月29日		山田重生	花王 元取締役
	8			6月5日			
	9			6月12日			
	10	商品開発で成功するにはケーススタディー	初代「セフィーロ」は日産自動車 が期待した程の成果を挙げられなかった。トヨタ「マーク」への対抗車として、二代目をどうしてもヒットさせねばならぬという課題にプロジェクトマネージャーとして背水の陣で臨んだ講師が開発初期から価格設定、テレビCMまで、各ステップにおける試行錯誤の経緯を具体的に説明する。	6月19日		藤井 篤	日産自動車 元取締役
	11			6月26日			
	12			7月3日			
プロジェクト及びリスクマネジメント	13	技術・商品開発成功へのツールとリスクマネジメント	上記三つのケーススタディーはハードの売れる商品開発のためのプロジェクトマネジメントであるが、ここではそのツールとしてのソフト開発のプロジェクトマネジメントを取り上げる。またソフト開発、更にはIT社会全般におけるリスクマネジメントについても説明する。	7月10日		篠原寿一	日本IBM 元SE研究所
	14			7月24日			
	15			7月31日			