

2022年度 授業プラン

1	6月2日(木)	第1回 インTRODクッション: 技術経営とは何か?
	我々の目的と全体計画 ・「ハイテク番頭」: 技術経営について	■全体像とT&Mの目的、研究会の年間スケジュール ・自己紹介(問題意識と目標の確認)と ディスカッション「参加者の技術課題を踏まえて」 ・日本の製造業の課題: デジタルトランスフォーメーション(DX)とOODA
2	6月23日(木)	第2回 競争戦略(1)
	技術者のための競争戦略論(1) ・自社の技術課題を可視化する手法	■ 外部競争環境の分析(SWOT、5F分析等) ・自社製品戦略、自社技術戦略を正しく洞察する方法の習得 ・自社分析演習&ディスカッション
3	7月7日(木)	第3回 競争戦略(2)
	技術者のための競争戦略論(2)	■ 内部競争力の分析(バリュー・チェーン分析の使い方) ・バリューチェーン分析による自社、他社の技術的強み・弱み、 事業機会の発見方法 ・自社分析演習&ディスカッション
4	8月4日(木)	第4回 競争戦略(3)
	技術者のための競争戦略論(3)	■ 技術戦略立案演習 ・ビジネスモデルの研究(キヤノン、コマツ、GE等) ・自社分析演習&ディスカッション
5	9月8日(木)	第5回 マーケティング戦略基礎(1)「技術による顧客価値創造」
	製造業のためのマーケティング戦略(1)	■ 3C、STP戦略、MM(4P)戦略 ・STP戦略:セグメンテーション・ターゲティング・ポジショニングの 理解の過ちは製品の失敗に直結する。 ・4P戦略:製品の市場投入戦略の基本(4Pの整合性の決定的重要性)
6	9月27日(火)	第6回 マーケティング戦略基礎(2)「ブランド中核の技術戦略」
	製造業のためのマーケティング戦略(2)	■ 製造業のためのブランド戦略 ・ブランド中核のマーケティング戦略の事例研究(P&G、Intel等) ・顧客の獲得・維持・育成、囲い込み戦略の決定的重要性(Keyence等)
7	10月13日(木)	第7回 競争戦略とマーケティングの融合
	製造業のためのマーケティング戦略(3) ・産業構造破壊型イノベーション	■ 技術経営においてマーケティング・センスのない企業は滅びることについて ・事業創造 ケース「テスラ」「フォルクスワーゲン」ガソリンエンジンと電気自動車 ・製品開発 ケース「Apple」「Boeing、BENZの洞察」製品自らが市場を作り出す
8	10月27日(木)	第8回 財務と企業価値創造戦略(1)「管理会計と技術管理」
	技術経営のための財務(1) ・財務と技術を結びつける	■ 企業価値創造、組織のマネジメント方法の基礎としての管理会計 ・貸借対照表(B/S)、損益計算書(P/L)の基礎知識を習得 ・財務による事業のコントロールの方法
9	11月8日(火)	第9回 財務と企業価値創造戦略(2)「キャッシュフローと技術経営」
	技術経営のための財務(2) ・財務とビジネスモデルを結びつける	■ キャッシュフローを創造する事業モデル ・キャッシュフロー計算書とキャッシュフロー経営 ・キャッシュフローを基礎とするビジネスモデル(サブスクモデル、Amazon等) ・プラットフォーム型ビジネスモデルによるキャッシュフローコントロール戦略
10	11月24日(木)	第10回 技術経営研究(1)
	古典事例の研究(1) ・事業の成功・失敗: 基本要因の分析	■ どの時代にも共通して起こる典型事例の研究(1): 製品技術開発編 ・製品開発 ケース「花王」成功のキーファクターの発見とマーケティング戦略の設 ・事業創造 ケース「SONY」復活の理由、技術の軸足を移す戦略について ・本業喪失 ケース「富士フィルム」主力事業消滅の中での新事業創造
11	12月8日(木)	第11回 技術経営研究(2)
	古典事例の研究(2) ・目に見えない競争戦略の存在	■ どの時代にも共通して起こる典型事例の研究(2): 生産技術編 ・生産技術戦略「荏原製作所 vs アプライドマテリアル」取引先の意向を無視した 技術開発と荏原のESG、SDGs ・設計技術戦略「ASML vs Nikon」「日本の工作機械の戦略」モジュール設計開発と 事業撤退の分析
12	1月12日(木)	第12回 技術経営研究(3): グローバル技術経営とビジネスモデル
	最先端の技術課題の検討	■ 最先端の技術戦略研究(1): オープンイノベーションとナレッジマネジメント、 エコシステムについて ・設計開発、創薬等における知識創造戦略(ファイザー等) ・ブロックチェーン技術とサプライチェーン戦略の決定的重要性(BMW等)
13	2月9日(木)	第13回 技術経営研究(4): グローバル技術経営とビジネスモデル
	最先端の技術課題の検討	■ 最先端の技術戦略研究(2): 人工知能、知財戦略、プラットフォーム型ビジネス モデルの研究 ・GAFAsはなぜ強いのか? プラットフォーム型・ビジネスモデルとバンドワゴン効果 ・Microsoftはなぜ強いのか? AI、VRによる知財戦略の変化と顧客囲い込み戦略の妙 味
14	2月24日(金)	第14回 まとめ: 研究会は何を追求して来たか?
		・グローバル戦略展開を実現してきた高収益企業のCTOによる講演

