

科 目 名				学 年
技術経営論: Management of Technology				5B
教 員 名		福代 和宏: FUKUYO Kazuhiro		
単位	授業時間	科目区分	授業形態	学修単位
1	100分×15回	選択	講義・前期	○
授業概要	本授業ではMOTに関する広範なテーマのうち、技術戦略、技術マーケティング、イノベーション、研究開発といったテーマについて議論を行う。とくに技術マーケティングについては失敗事例を通して、マーケティング活動と連動した商品開発の進め方を学ぶ。			
到達目標			評価方法	
(1)技術戦略の必要性和特長について説明できる。 (2)一般的なマーケティングの内容について説明できる。 (3)商品企画のプロセスについて説明できる。 (4)イノベーションの本質について説明できる。			評価方法および配分は、①中間、期末試験(80%)、②自学自習によるレポート(20%)とする。	
学習・教育目標		(C)2	JABEE基準1(2)	
授 業 計 画	回	項 目	内 容	
	第1	授業紹介	技術経営論の概要、授業のやり方などを説明する。	
	第2	技術戦略の必要性和特長	戦略と戦術の違い、経営戦略と技術戦略の関係、CTOの役割、技術動向把握の必要性等について解説する。	
	第3	知的財産の活用	技術開発と製品展開との関連を示す技術ロードマップ、企業のコア技術を知的財産として活用する戦略等について解説する。	
	第4	マーケティング概説	ドラッカーやコトラーの説に従って、一般的なマーケティングの諸概念について解説する。	
	第5	技術マーケティング	マーケティングと技術との関係、技術マーケティングの定義、ニーズ志向の商品開発について解説する。	
	第6	商品企画:顧客要求の把握	技術マーケティングの考え方に基づいた商品企画手法のうち、顧客要求の把握手法:マーケティングリサーチについて解説する。	
	第7	商品企画:顧客要求の把握(続)	商品企画手法のうち、顧客要求の把握手法:タスク分析について解説する。	
	第8	中間まとめ	中間まとめとして試験を実施する。	
	第9	商品企画:ミクロ・マクロ環境分析	技術マーケティングの考え方に基づいた商品企画手法のうち、ミクロ・マクロ環境分析手法を中心に解説する。	
	第10	商品企画:企画立案	顧客要求の把握、ミクロ・マクロ環境分析等を踏まえて、商品の企画立案を行うプロセスについて解説する。	
	第11	創造性のマネジメント	商品企画、研究開発のいずれにおいても必要とされる創造性をどのように発揮させ、活用するか、各種手法について解説する。	
	第12	技術経営の失敗事例研究	『戦略的技術マネジメント』掲載の失敗事例を研究し、技術経営において為すべきこと、回避すべきことについて検討する。	
	第13	技術経営の失敗事例研究(続)	『戦略的技術マネジメント』掲載の失敗事例を研究し、技術経営において為すべきこと、回避すべきことについて検討する。	
	第14	イノベーションの本質	シュンペーターやドラッカーの説に従って、イノベーションの本質について解説する。	
第15	まとめ	本講義内容のまとめを行う。また、授業評価アンケートを実施し、理解度や目標到達度を確認する		
自学自習の内容		レポートを課す。		
関連科目		MOT入門、MOT特論		
教科書		プリントを配布		
参考書		丹羽清『技術経営論』(東京大学出版会)		
授業評価・理解度		最終回に授業評価アンケートを行う。		
副担当教員		内田保雄		
備考		PowerPoint を併用して講義を行う。		