

平成22年度研究科横断型教育プログラム（Aタイプ）授業科目

担当研究科名		情報学研究科 経営管理大学院			授業の場所		吉田南総合館共東 11		
授業科目名		イノベーションマネジメント基礎			講義担当者 所属・氏名		情報学研究科 教授 田中克己、 経営管理大学院 特定准教授 前川佳一		
配当 学年	全学部・全 回生および 修士学生、 専門職大学 院生	単位 数	2 単位	開講 期	前期	曜時限	木 3 限 (13:00-14:30)	授業形態	講義
〔授業の概要・目的〕									
<p>研究や技術開発に関する理論を体系的に概観する。受講者は、事務系、技術系を問わず、また製造業志望、非製造業志望も問わない。イノベーションや価値創造の背景や論理が理解できるよう、講義する。各回のテーマやトピックスは、経営学の諸理論と技術開発との関連がよく理解できるよう選択されている。</p> <p>【研究科横断型教育の概要・目的】 主として企業で行われる技術開発を、経営学のコンテキストで整理し、体系化したものとして理解する。 履修生は、技術系であろうと非技術系であろうと、また製造業志望であろうと非製造業志望であろうと、経営学の基本的な概念や用語についての理解を得る。さらには、履修生それぞれにとってのイノベーションや価値創造の背景や論理として、深い理解を得ることをより高い目標とする。</p>									
〔授業計画と内容〕									
項目	回数	内容							
イントロダクション	1	・イノベーションとは・経営とは・自然科学と社会科学							
「パラダイム」	1	・『科学革命の構造』・『科学的発見の論理』							
中央研究所の成立と今後	2	・『中央研究所の時代の終焉』・コーポレート R&D とディビジョン R&D ・OECD による定義・セレンディピティー・リニアモデルと連鎖モデル							
「オープンイノベーション」	1	・オープンイノベーションとクローズドイノベーション							
「イノベーションのジレンマ」	2	・『イノベーションのジレンマ：技術革新が巨大企業を滅ぼすとき』 ・『イノベーションへの解：利益ある成長に向けて』							
マーケティングと技術開発	2	・“Marketing Myopia” Harvard Business Review, 1960. ・STP (Strategy/Target/Positioning) マーケティング							
ナレッジマネジメントと技術開発	1	・知の伝達の成否・コンカレントエンジニアリング							
戦略論と技術開発	2	・戦略とは、・合理性、非合理性、愚直、 ・技術者の評価とモチベーション、デュアルラダー							
日本型経営と日本人論	1	・テクノヘゲモニー・技術担当者のメンタリティ・西洋との対比							
技術者の倫理観	1	・科学における不正行為							
ラップアップ Q&A	1								
〔履修要件〕									
特になし									
〔成績評価の方法・基準〕									
下記の順に考慮して決定する。									
①	前半終りの演習(小テスト形式)	30%程度							
②	期末レポート	30%程度							
③	授業への貢献(よい質問をすることなど)	20%程度							
④	出席	20%程度							
〔教科書〕									
指定しない。 (授業で用いるものは、適宜配布する。下記「参考文献」参照)									

[参考書等]

- ・一橋大学イノベーション研究センター編『イノベーション・マネジメント入門』日本経済新聞社、2003年。
- ・延岡健太郎『MOT(技術経営)入門』日本経済新聞社、2006年。
- ・榊原清則「展望論文:日本の技術経営」、2003年10月。
- ・Kuhn, T. S., The Structure of Science Revolutions, The University of Chicago, 1962(中山茂訳『科学革命の構造』みすず書房、1971年)【補章-1969年】
- ・Rosenbloom, R.S. & W.J. Spencer, 1996(『中央研究所の時代の終焉』日経BP社、1998年)。
- ・前川・博士論文「研究開発マネジメント:リスクと資源投入」2007年。
- ・Klein, S.J., “Innovation is not a linear process,” Research Management, Vol.28, No.4, July-August, pp.36-45, 1985.
- ・藤本隆宏「組織能力と製品アーキテクチャ」『組織科学』第36巻第4号、11-22頁、2003年。
- ・Levitt Theodore, “Marketing Myopia,” Harvard Business Review, 1960.
- ・Christensen, Clayton M. 1997(『イノベーションのジレンマ:技術革新が巨大企業を滅ぼすとき』翔泳社、2001年)。
- ・加護野忠男『日本型経営の復権』PHP研究所、1997年。
- ・薬師寺泰蔵『テクノヘゲモニー - 国は技術で興り、滅びる』中公新書、1989年。
- ・三品和広『戦略不全の論理:慢性的な低収益の病からどう抜け出すか』東洋経済新報社、2004年。
- ・金井壽宏『変革型モデルの探求』白桃書房、1991年。
- ・村松秀『論文捏造』中公新書、2006年。

[その他(授業外学習の指示・オフィスアワー等)]

開講時限(木曜3限)の前後の1時間を原則としてオフィスアワーとする。その他の時間についてはメールによるアポイントを経ることとする。