世界最先端の技術経営とマーケティング戦略

The Most Advanced MOT & Marketing Strategy in the World

担当教員	田中道昭（専任）	**単位数**	2単位
開講学期	春学期	**開講曜日・時限**	金曜日・土曜日 授業スケジュール参照
位置づけ	マーケティング・営業,MOTの概念的理解 中小企業経営,MOTの概念的理解 事業創造 発展/ケーススタディ		
区分	総合・実践科目		

科目紹介	
科目の重要性・必要性	本講座は、急速に進化するテクノロジーが企業戦略・マーケティング・産業構造に与える影響を理解し、それらを中小企業を前提とした自社または顧客企業に応用できる力を養うことを目的として開講する。技術経営（Management of Technology）を軸に、ストラテジー、マーケティング、イノベーション戦略を統合的に学び、NVIDIA、Tesla、Amazon、 Siemensといった世界最先端企業の事例を通じて、技術進展がどのように競争ルールや価値創造の構造を変えているのかを体系的に理解する。本講義は、大学院入学後の最初の学期に履修することを想定し、前提知識を持たない受講生でも理解できること、以降の学期における学びの羅針盤ともなることを前提に設計されている一方、最終的には実務に耐え得る分析・洞察・戦略提案まで到達することを目指す。
科目の目的	本科目のねらいは、世界最先端の技術経営およびマーケティング戦略を学び、それらを自社や顧客企業の文脈に応じて応用できる能力を身につけることである。ストラテジー、マーケティング、テクノロジー経営（MOT）の基礎を踏まえ、イノベーション戦略（破壊的イノベーション、プラットフォーム戦略、エコシステム戦略、ダイナミック・ケイパビリティ等）を思考のフレームとして活用し、実際の経営判断につながる視点を養う。

到達目標	本科目の到達目標は以下の通りである。 ・ 世界最先端の技術経営とマーケティング戦略を構造的に理解できる ・ 技術進展を前提とした競争優位の作り方を説明できる ・ 大企業の先進事例を自社・顧客企業に当てはめて分析できる ・ 不確実性下での意思決定を、戦略的に構想・提案できる 最終的には、各自が自社または顧客企業を対象とした分析・洞察・戦略提案を成果物として提示する。
受講してもらいたい院生	本科目を受講してもらいたい院生は、テクノロジーと経営戦略の融合に強い関心を持ち、最先端の技術を活用して企業や社会に革新をもたらす使命感を抱く人材である。自らの業界や企業の未来を切り開くために、積極的に学び、実践的な知識を応用できる意欲を持つ学生が求められる。また、グローバルな視点でテクノロジー覇権や経済安全保障の問題に向き合い、リーダーシップを発揮できる人材として成長することを目指す。

授業計画		
第1回	**予習・復習時間**	2時間
	予習・復習内容	（予習）事前に配布されるクラスノートを予習すること。
	授業内容	ストラテジー＆マーケティングの基礎知識： 本講義全体を理解するために必要な、ストラテジーおよびマーケティングの基礎的考え方を整理する。
第2回	**予習・復習時間**	2時間
	予習・復習内容	（予習）事前に配布されるクラスノートを予習すること。 （復習）授業の内容をしっかりと復習すること。
	授業内容	テクノロジー経営（MOT）とイノベーション戦略の基礎知識： 技術進展が経営・産業構造・競争に与える影響を概観し、イノベーション戦略（破壊、プラットフォーム、エコシステム、ダイナミック・ケイパビリティ）の位置づけを整理する。

第3回	**予習・復習時間**	2時間
	予習・復習内容	（予習）事前に配布されるクラスノートを予習すること。 （復習）授業の内容をしっかりと復習すること。
	授業内容	フィジカルAIの典型例としてのNVIDIA ・フィジカルAIの意義と内容 ・NVIDIAのストラテジー＆マーケティング ・NVIDIAのテクノロジー経営 ・フィジカルAIの実装事例 ・NVIDIAファンCEOの思考法
第4回	**予習・復習時間**	2時間
	予習・復習内容	（予習）事前に配布されるクラスノートを予習すること。 （復習）授業の内容をしっかりと復習すること。
	授業内容	フィジカルAIの典型例としてのNVIDIA ・フィジカルAIの意義と内容 ・NVIDIAのストラテジー＆マーケティング ・NVIDIAのテクノロジー経営 ・フィジカルAIの実装事例 ・NVIDIAファンCEOの思考法
第5回	**予習・復習時間**	2時間
	予習・復習内容	（予習）事前に配布されるクラスノートを予習すること。 （復習）授業の内容をしっかりと復習すること。
	授業内容	製造業DXおよび製造業AIの典型例としてのTesla ・製造業DX／AIの意義 ・Teslaのストラテジー＆マーケティング ・Teslaのテクノロジー経営 ・製造業AIの実装 ・イーロン・マスクCEOの思考法

第6回	**予習・復習時間**	2時間
	予習・復習内容	（予習）事前に配布されるクラスノートを予習すること。 （復習）授業の内容をしっかりと復習すること。
	授業内容	製造業DXおよび製造業AIの典型例としてのTesla ・製造業DX／AIの意義 ・Teslaのストラテジー＆マーケティング ・Teslaのテクノロジー経営 ・製造業AIの実装 ・イーロン・マスクCEOの思考法
第7回	**予習・復習時間**	2時間
	予習・復習内容	（予習）事前に配布されるクラスノートを予習すること。 （復習）授業の内容をしっかりと復習すること。
	授業内容	産業AI革命の典型例としてのSiemens ・産業AI革命の意義 ・Siemensのストラテジー＆マーケティング ・デジタルツインとテクノロジー経営 ・産業AIの実装事例 ・Siemensの産業革命的思考法
第8回	**予習・復習時間**	2時間
	予習・復習内容	（予習）事前に配布されるクラスノートを予習すること。 （復習）授業の内容をしっかりと復習すること。
	授業内容	産業AI革命の典型例としてのSiemens ・産業AI革命の意義 ・Siemensのストラテジー＆マーケティング ・デジタルツインとテクノロジー経営 ・産業AIの実装事例 ・Siemensの産業革命的思考法

第9回	**予習・復習時間**	2時間
	予習・復習内容	（予習）事前に配布されるクラスノートを予習すること。 （復習）授業の内容をしっかりと復習すること。
	授業内容	世界最先端マーケティング戦略の典型例としてのAmazon ・マーケティングの再定義 ・Amazonのストラテジー＆マーケティング ・データ・プラットフォーム経営 ・実装事例 ・Amazon創業経営者ジェフベゾスの思考法
第10回	**予習・復習時間**	2時間
	予習・復習内容	（予習）事前に配布されるクラスノートを予習すること。 （復習）授業の内容をしっかりと復習すること。
	授業内容	世界最先端マーケティング戦略の典型例としてのAmazon ・マーケティングの再定義 ・Amazonのストラテジー＆マーケティング ・データ・プラットフォーム経営 ・実装事例 ・Amazon創業経営者ジェフベゾスの思考法
第11回	**予習・復習時間**	2時間
	予習・復習内容	（予習）事前に配布されるクラスノートを予習すること。 （復習）授業の内容をしっかりと復習すること。
	授業内容	中小企業への応用 ・中小企業における技術経営・DX・AIの意義 ・大企業事例との違いと制約条件 ・自社・顧客企業への適用可能性 ・課題発表へのヒント

第12回	**予習・復習時間**	2時間
	予習・復習内容	（予習）事前に配布されるクラスノートを予習すること。 （復習）授業の内容をしっかりと復習すること。
	授業内容	中小企業への応用 ・中小企業における技術経営・DX・AIの意義 ・大企業事例との違いと制約条件 ・自社・顧客企業への適用可能性 ・課題発表へのヒント
第13回	**予習・復習時間**	2時間
	予習・復習内容	（予習）事前に配布されるクラスノートを予習すること。 （復習）授業の内容をしっかりと復習すること。
	授業内容	課題発表： 第1回～第12回で学んだ内容を活用し、自社または顧客企業を対象に、分析・洞察・戦略提案を行う。
	授業課題	有
第14回	**予習・復習時間**	2時間
	予習・復習内容	（予習）事前に配布されるクラスノートを予習すること。 （復習）授業の内容をしっかりと復習すること。
	授業内容	課題発表： 第1回～第12回で学んだ内容を活用し、自社または顧客企業を対象に、分析・洞察・戦略提案を行う。
	授業課題	有
第15回	**予習・復習時間**	2時間
	予習・復習内容	（予習）事前に配布されるクラスノートを予習すること。 （復習）授業の内容をしっかりと復習すること。
	授業内容	ラップアップ：世界最先端の技術経営とマーケティング戦略を自社に適用する。全体の総括と、日本企業への応用可能性を議論する。

授業情報	
授業方法	講義＋ディスカッション
テキスト	各回レクチャーノート配布
参考図書	適宜紹介

評価方法		
評価の視点	**評価 ウェイト**	**備考**
課題に対する理解と実践への姿勢	40%	
授業への参加姿勢（発言・貢献・成長）	60%	
合計	100%	

受講生へ （授業科目のアピールポイント、必要な基礎となる科目の履修や知識・スキル）

本講義は、「世界最先端で何が起きているのかを知る」こと自体を目的とする科目ではありません。その先にある、「それを自社や顧客企業でどう使うのか」「自分は何を構想し、どう意思決定するのか」を考えるための科目です。NVIDIA、Tesla、Siemens、Amazonといった世界最先端企業は、単に技術に優れているのではなく、技術を前提に、戦略・マーケティング・組織・意思決定を再設計してきた企業です。本講義では、こうした企業の事例を通じて、技術進展が競争ルールや価値創造の構造をどのように変えているのかを立体的に学びます。本講義は、大学院入学後の最初の学期に履修することを想定しており、ストラテジーやマーケティング、テクノロジー経営についての前提知識は必要ありません。最終的には、受講生一人ひとりが、自社または顧客企業を題材に、分析・洞察・戦略提案を行うことを目指します。それは、これから1年間のMOTでの学びの羅針盤や今後の実務やキャリアに直結する“思考の型”を獲得するプロセスにもなると思います。最先端の事例を「知識」で終わらせず、自分自身の経営判断や提案に落とし込みたいと考える院生にとって、本講義は、以降の学びと実務を貫く確かな指針となるはずです。学びを楽しむ意欲ある院生の受講を、心から歓迎します。