

KIT虎ノ門大学院 学習支援計画書(シラバス)

※ 欠席・遅刻する場合は、事前相談/連絡を徹底してください。(連絡先: 虎ノ門事務室 [メールまたは電話])
 ※ 授業中の食事は控えてください。携帯電話はマナーモードにするなど、受講するにあたってのマナーをお守りください。

科目名		科目コード	単位数	開講期
企業戦略特論 1		Z 121	1 単位	2 学期
Applied Corporate Strategy 1				
科目分野		課程領域		
経営戦略		イノベーションマネジメント共通科目		
担当教員名	メールアドレス	連絡方法 / オフィスアワー		
野村 恭彦・水越 豊	-	メールアポイントにて随時		

関連している科目(履修推奨科目)

戦略思考要論、特論、演習	企業戦略要論、特論2	コンサルティング実践特論
イノベーションファシリテーション特論 1、2		

授業の概要と到達目標

授業の主題と概要

本講義では、企業戦略要論で学ぶ基本的な戦略フレームワークを前提知識として、より実践的な観点から企業戦略を見つめなおす。戦略とは何かを改めて考察し、競争戦略に加えて、全社戦略と戦略ポートフォリオ、成長戦略、グローバル戦略、サービス化戦略、そして最先端のイノベーション戦略、共創戦略、サステナビリティ戦略など、幅広い戦略論を学ぶ。

そして、企業戦略を理解したうえでイノベーション戦略を仕掛けられる人材を育成するために、SDGs時代の企業戦略、イノベーション戦略について、グループワークを行う。そこでの対話やアウトプット作成、その振り返りを通じて、創造的な戦略の見立てと、イノベーションを推進していくための総合的な知見を獲得する。

これに加え、全社戦略を市場を見る目と、組織を見る目という2つの視点から捉え直すことで、戦略の本質、企業の存在意義を考える力を養う。

企業戦略においては、既存事業の進化と新規事業の探索という両面が求められるが、新規事業が既存事業にフィットしていなければ、企業としてイノベーションを実現することはできない。企業戦略のポジショニングを理解したうえで、イノベーションによってポジショニングをシフトさせるための知識を身につける。

到達(修得)目標

企業戦略に関わる基本フレームワークを復習しつつ、実践的な戦略分析及びイノベーション戦略の提案ができるようになること

受講対象者

経営者、企業の事業企画部門マネジャーなどの職務についている方、あるいはそれをめざす方

履修上の注意事項やアドバイス

※ 欠席が、2コマ(90分=1コマ)を超える場合は、単位修得にも影響する。欠席の際は、事前連絡を徹底すること。

※ 担当する教員は実務家教員とする。

※ 授業にて配布する資料等教材や講義収録映像・音声の無断転用・転載を禁じます。

コンピテンシ修得目標

知識領域 (Y軸)	ヒューマンパワー (Z軸)	思考プロセス (X軸)
Y1: 基盤法令・テクノロジー	Z1: 問題発見力 ○	X1: 企画 ○
Y2: 応用法令・実務・テクノロジー	Z2: 独創力 ○	X2: 構想 ○
Y3: グローバル法令・実務	Z3: 問題解決力 ○	X3: 調査・分析 ○
Y4: マネジメント ○	Z4: プレゼンテーション力 ○	X4: 設計・開発 ○
Y5: 戦略立案 ○	Z5: 変革推進力 ○	X5: 変革 ○
Y6: 標準化 ○	Z6: コミュニケーション力 ○	X6: 導入・運用 ○
	Z7: リーダーシップ力 ○	X7: 評価・検証 ○
	Z8: ネゴシエーション力 ○	X8: リーガルマインド ○
	Z9: オーナーシップ力 ○	X9: ライフサイクル ○

プラクティカム

イベント / ケース	教育技法	マテリアル / ツール
1 プラクティカム1: 企業のイノベーション戦略立案	グループディスカッション	
2 プラクティカム2: ケース1の企業戦略分析レポート	プレゼンテーション	
3 プラクティカム3: ケース2の企業戦略分析レポート	プレゼンテーション	

評価の方法

(総合評価項目と割合)	評価の要点
出席	10% 毎回、事務室より出席簿を準備する。
プラクティカムシート	40% クラス終了後、指示された期限までにアサインメントレポートを提出することが必須。
学習プロセス(クラスでの貢献度)	50% その他クラス内でディスカッション及び的確な質疑応答の内容をクラス貢献として評価する。
合計	100%

テキスト・参考図書など		備考
※ 追加する場合を含め、一部変更となる場合もございますので予めご了承ください		
テキスト (購入が必要)	必要に応じ適宜配布する。	
参考図書 (購入は任意・講師推奨)	「発想を事業化するイノベーション・ツールキット ―― 機会の特定から実現性の証明まで」 デヴィッド・シルバースタインほか著、野村恭彦 監訳、英治出版 「戦略とは何か」～ストラテジック・マネジメントの実践 コーネリス・A・デ・クルイヴァー他 著、東洋経済新報社	
参考URL		

コマ	学習内容	事前準備・課題	担当者	時間
1.2	戦略とは何かを考える 戦略とは何か。事業戦略の立案、戦略分析、実行までを概観する。さらに、成長戦略、グローバル戦略、サービス化戦略、そして最先端のイノベーション戦略、共創戦略、サステナビリティ戦略について、そのアプローチを理解する。		野村	180分
	ワークショップ: 企業戦略の立案 イノベーション方法論に基づく企業戦略の変容について考え、議論する。	学びの整理を提出		
	イベント	グループワーク		
3.4	全社戦略と戦略を考える視点1 市場を見る目を養う。変わったことをやる人に目をつける、お客様の行動を観察しつづける、他がやらないことを考えるなどアプローチについて論じる。		水越	180分
	全社戦略と戦略を考える視点2 組織を見る目を養う。理屈でわからないことは大方うまくいかない。変わったことを考えるよりも、どこかおかしいという観点から整理することで大きな成果が得られることについて事例を通じて論じる。	学びの整理を提出		
	イベント			
5.6	ケース(1)の課題発表: ソーシャルビジネスの小さなグローバル企業に対しての、戦略の分析と提案	課題: ケース(1)企業の 戦略分析・提案	野村	180分
	ワークショップ: イノベーション戦略の立案 ケース(1)企業がめざすイノベーションと企業変容について、グループワークにより立案し、そのアウトプットについて議論する。			
	イベント	プレゼンテーション、グループワーク		
7.8	ケース(2)の課題発表: グローバル電機メーカーの再生についての、戦略の分析と提案	課題: ケース(2)企業の 戦略分析・提案	野村	180分
	ワークショップ: イノベーション戦略の立案 ケース(2)企業がめざすイノベーションと企業変容について、グループワークにより立案し、そのアウトプットについて議論する。			
	イベント	プレゼンテーション、グループワーク		

- ※ 講義日程は、学事ポータルの講義日程表をご参照ください。
- ※ 学習内容やスケジュールは、状況に応じて一部変更・改善が生じる場合があります。
- ※ 講義収録は、特別講師を招く場合など、内容によっては収録できない場合があります。