

| | | | | |
|-----------------|--|-------------|--|--------------|
| 授業科目名 (講義題目) | イノベーション・マネジメント | | 開講学期 単位数 | 前期 2単位 |
| 担当教員 | 永田 晃也 | | 講義コード | 科目区分 対象学生 |
| | | | 17176010 | |
| 開講予定日 | ①4/13 ②4/20 ③4/27 ④5/1 (月) ⑤5/11 ⑥5/18 ⑦5/25 ⑧6/1 ⑨6/8 ⑩6/15 ⑪6/22 ⑫6/29 ⑬7/6 ⑭7/13 ⑮7/27 | | | |
| 履修条件 | | キーワード | イノベーション、革新、技術進歩、 持続的競争優位、研究開発、製品 開発 | |
| 全体の教育 目標 | イノベーションに基づく持続的競争優 位の構築に不可欠な知識を習得する。 | 個別の学習 目標 | 各回の講義において取り上げる コンセプトを、具体的な事例に 則して理解する。 | |

授業の概要

イノベーションとは、最も伝統的な定義にしたがえば、諸資源の新結合により経済発展の原動力となる「革新」である。労働および資本ストックという生産要素の投入による成長が限界に直面している今日、持続的な成長を追求する企業にとってイノベーションの創出への組織的な取り組みは不可避の課題となっている。本講義では、イノベーションのマネジメントに要する基礎知識並びに問題発見・解決能力を習得することによって、成長戦略の立案に不可欠な素養を得ることを目的とする。

イノベーションには多様な類型があるが、本講義では主として技術的イノベーション（新製品の開発および新工程の導入）を取り上げ、その発生のメカニズムをミクロな視点に立つて解明するとともに、イノベーションを促進するための組織構造の特質と戦略の枠組みについて検討する。また、企業が自ら行ったイノベーションから利益を獲得するための条件と、それを規定するマクロな政策的・制度的要因について議論する。この過程で、経営学および経済学の領域において提示されてきた理論を包括的にレビューし、ケーススタディを通じて、その実践的な含意に対する理解を深める。

授業の進め方

講義を中心とし、リーディング・アサインメントないしケース教材に関連するディスカッションを行う。また、各自イノベーションの成立要因に関する事例分析を行い、レポートにまとめて提出することとする。

教科書および 参考図書

教科書：必読論文を配布する。

参考図書：

- ・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 2001.
- ・永田晃也編著『価値創造システムとしての企業』学文社、2003.
- ・R.A.Burgelman, et al., *Strategic Management of Technology and Innovation*, McGraw-Hill, 2004. (青島矢一他訳『技術とイノベーションの戦略的マネジメント (上) (下)』翔泳社、2007.)

試験・成績評 価の方法等

ディスカッションへの貢献度、講義中に理解度を確認するために行う小テストの結果、および事例分析の完成度により評価する。なお、4回以上の欠席は不可とする。