

令和8年度（2026年度）

MOT コース履修案内

秋田大学大学院理工学研究科

MOTコース

MOT（Management of Technology）で目指すのは、
技術から経済価値を生み出すことです。

産業・経済界や企業の第一線で活躍している講師が
イノベーションを実現するための3つの基礎を伝授します。

経営の基礎

経営の基本は「お金」

- 財務・金融工学（必修）
- 地域資源と活性化



知識で「何ができるのか」

- ベンチャー起業論（必修）
- 情報技術とイノベーション
- 知的財産論
- 特許情報活用論



ベンチャー の基礎

企業が「長生き」する秘訣

経営戦略 の基礎

- 経営戦略論
- リスクマネジメント
- マーケティングとブランディング
- 消費者行動と心理



○お問い合わせ

秋田大学大学院理工学研究科大学院担当

Tel : 018 - 889 - 2316

理工学研究科 MOT コース教育プログラム

I. MOT コース教育プログラム

MOT (Management of Technology) とは技術経営と呼ばれ、技術から経済価値を生み出していくマネジメントのことです。ものづくりや生命科学、材料工学、電気電子工学、情報科学など、大学や大学院で学んだ知識や技術を事業や経営に生かし、イノベーションを創出できる人材の養成を目的とした教育プログラムです。

現在、サイバー空間とフィジカル空間が高度に融合された超スマート社会 (Society 5.0) の実現に向けた様々な取り組みが行われています。その実現のためには、深い専門性ととも、新しい技術の価値やターゲットを理解して事業や経営に結びつける創造力が不可欠です。また、経済や経営に関する基礎的な知識を基に、マーケットを適切に理解して論理的かつ戦略的に実践する能力が求められています。

MOT コースは、以下の内容を学修のゴールとし、未来を創出するための教育プログラムです。

- ① 地域の持つ強みを意識しながら国際社会で活躍するために、自分の専門性に加えて、MOT (技術経営) を推進していくプロセスを理解します。
- ② 超スマート社会において情報技術を活用したイノベーションを実現し、知的財産戦略を実現できる人材になるための知識と技術を習得します。
- ③ グループワーク等を通じた実践的な技術戦略の立案と実行方法を習得します。

II. MOT コースの特徴

MOT コースでは、産業・経済界及び企業等で実績や経験を積み、第一線で活躍中の講師が各科目を担当します。

- ① 技術を理解する企業経営者の心得と、財務や経営戦略等の基礎的な知識を習得します。
- ② 「フィンテック」、「ブロックチェーン」等の金融トピックスに関する基礎的な知識を習得します。
- ③ 「地域金融機関機能と地域経済」、「ものづくり中小企業の持続性と発展」等、地域経済、地域資源に密接した関連したテーマに関する知識を習得します。
- ④ 新しい知識や価値観を創出する能力を習得します。
- ⑤ イノベーションを創出するために、情報通信技術やIoT の活用事例、標準化に関する知識を習得します。
- ⑥ 知的財産戦略及び特許情報の活用手法を習得します。
- ⑦ リスクマネジメント・プロセスを理解し、リスクアセスメントの実践方法を習得します。
- ⑧ マーケティングやブランディング、消費者行動・心理を意識した販売企画・戦略に関する知識や技術を習得します。

III. MOT コースの内容

MOT コースの教育プログラムは、以下の3つの教育分野から構成されます。

- ① 経営の基礎
財務・金融工学「必修」、地域資源と活性化
- ② ものづくりやベンチャーの基礎
ベンチャー企業論「必修」、情報技術とイノベーション、知的財産論、特許情報活用論
- ③ 事業や経営戦略と管理
経営戦略論、リスクマネジメント、マーケティングとブランディング、消費者行動と心理

IV. MOT コースの履修方法及び修了要件

<履修方法>

- ① MOT コースを希望する理工学研究科博士前期課程の学生には、研究科修了要件の 30 単位に、MOT コース開設科目を加えた履修計画を推奨します。
- ② MOT コース開設科目（10 単位）の中から、コア「必修」科目の 2 科目（2 単位）と選択科目 6 科目（6 単位）以上を修得する必要があります。

条 件	科 目 名	単位数
選択	マーケティングとブランディング	1 単位
「必修」	ベンチャー起業論	1 単位
選択	地域資源と活性化	1 単位
選択	リスクマネジメント	1 単位
選択	情報技術とイノベーション	1 単位
「必修」	財務・金融工学	1 単位
選択	知的財産論	1 単位
選択	経営戦略論	1 単位
選択	消費者行動と心理	1 単位
選択	特許情報活用論	1 単位

- ③ 博士後期課程の学生は、上記②の履修方法に従って受講してください。
- ④ 原則として、MOT コースの修業期間は 2 年です。
- ⑤ MOT コースは主に集中講義で行われますが、その開講期日（時間帯）については、決定次第、anet 等で連絡します。
- ⑥ 社会人の受講希望者は、以下の『科目等履修生』の登録が必要になります。
『科目等履修生』の入学資格は、大学を卒業した者又はこれと同等以上の学力を有すると認められた者です。また、在学期間は 1 年以内としますが、特別の理由があるときは在学期間の延長を許可することがあります。

『科目等履修生』として入学を志願する者は、次の 1.~3.の書類に所定の検定料（9,800 円）を添えて、願い出なければなりません。

1. 入学願書
2. 最終学校の卒業又は修了の証明書
3. 現に官公庁に又は会社等に勤務している者は、その所属長の承諾書

区 分	検定料	入学料	授業料
『科目等履修生』	9,800 円	28,200 円	1 単位 14,800 円

※ 上記納付金は予定額であり、入学前に入学料等が改定された場合には、改定時から入学希望者全員に新入学料等が適用されます。また、入学時もしくは在学中に授業料が改定された場合には、改定時から新授業料が適用されますのでご了承願います。

<修了要件と修了証書の授与>

MOT コース修了者すなわち、MOT コース開設科目（10 単位）の中から、コア「必修」科目 2 科目（2 単位）及び選択科目 6 科目（6 単位）以上を修得した受講者には、MOT コース修了証を授与します。

V. 開設科目の概要

【 マーケティングとブランディング 】

担当教員：北村森（サイバー大学 IT総合学部 教授）

マーケティングとブランディングにおける基礎的な思考を獲得し、それを販売戦略等の場で活用できるような知識を習得することを目的とします。講義の導入として、そもそもなぜマーケティングという概念が存在するかという概説を行い、マーケティングが持つ機能及びマーケティングが経営に与える効果について説明します。その後、フィリップ・コトラーらが提唱した、STP（細分化、ターゲティング、ポジショニング）思考や、ジェローム・マッカーシーが提唱したマーケティングミックス（Product、Price、Place、Promotionの4P）戦略、ブランドの定義とブランド拡張について概説した上で、「市場」と「顧客」の目線から、近年のマーケティング論の学説やトレンドについても説明を行います。

【 ベンチャー起業論 】

担当教員：佐藤善友（(有) シー・エフ・シー 代表取締役）

起業家として必要な経営戦略の考え方や財務の基本を習得するために、経営管理や財務の基本、最近の戦略思考、マーケティングの考え方、ICT/IoTの活用方法等を学ぶとともに、経営戦略の構築方法とその展開方法、経営戦略の取りまとめ方法を学習する。

【 地域資源と活性化 】

担当教員：高橋環太郎（秋田大学情報データ科学部 准教授）

熊丸博隆（秋田大学情報データ科学部 講師）

観光学と経済学の視点から地域資源と地域活性化に関する基礎的な知識について解説をいたします。観光学の視点からは、観光学における地域分析の事例や研究手法について学んでいきます。経済学の観点からは、経済学の役割を理解しつつ、地域資源と活性化として経済や人口、産業、環境、エネルギーについて解説します。

【 リスクマネジメント 】

担当教員：大野雅人（リスクマネジメント協会参事・博士・気象予報士）

現代の企業は、国際市場動向、自然災害、サイバーテロなどの外的要因リスクへの対応とともに、情報漏えい、不正会計、過重労働、ハラスメントなどの内的要因リスクにも素早く対応し、さらに市場における企業価値を高めていくことが求められています。

他方、リスクマネジメントの国際標準規格「ISO31000」において、リスクの定義は「目的に対する不確かさの影響」であり、好ましいもの、好ましくないもの、その両方の場合があるとされ、また、リスクマネジメントとは、「リスクについて、組織を指揮統制するための調整された活動」と定義されています。すなわち、組織におけるマイナスのリスクを低減し、プラスのリスクを増大させることがリスクマネジメントであり、企業活動の根幹をなす重要な経営戦略です。

本授業では、経営戦略型リスクマネジメントの中でも、特に、リスクを適切にマネジメントすることによってピンチをチャンスに変え、新たな企業価値創造につなげる「企業価値創造型リスクマネジメント」という考え方に立脚し、リスクマネジメントに関するグローバルな枠組みである「ISO31000」を中心に、「COSO-ERM」、「CSR」、「CSV」、「ESG」、「SDGs」などの関連する概念を交え、座学と演習によって、リスクマネジメントの基礎・専門知識の習得と実践力を身につけることを目指します。

【 情報技術とイノベーション 】

担当教員：高柳 浩（公立ほこだて未来大学 客員教授）

真の顧客課題を掘り起こし、それを解決するITを応用したソリューションをデザインするプロセスを理解、応用できることを目的とします。

上記を実施する上で必要な最新技術の概要と動向を理解、把握します。

【 財務・金融工学 】

担当教員：戸賀瀬康弘（(株)秋田銀行審査部 エキスパート）

：阿部誠二（秋田経済研究所シニアエコノミスト）

：宮越知士（(株)秋田銀行営業支援部マネージャー）

：前川洋人（(株)秋田銀行市場運営部 チーフ）

財務・金融における基礎知識の習得、並びに企業経営に対して地域金融機関がどのような役割を担い、経済安定や市場経営を担っているかについて、理解・習得することを目的とします。企業が経営活動を行う上で、長期安定性を保つためには金融機関との密接な連携が不可欠であるが、それを実行するためには正しい財務知識の習得並びに、我が国の経済市場を理解する力が必要です。

企業会計や地域金融機関の役割と市場に注目しつつ、さらに金融市場のあり方やリスクにおける金融機関とポートフォリオ、マクロブルーデンス目線での日本銀行の施策、また、近年台頭している金融AIとは何かなどについても概説します。

【 知的財産論 】

担当教員：酒井俊之（デロイトトーマツ弁理士法人 副代表）

我が国の知的財産権制度とその活用を理解することを目的とします。講義の導入として、そもそも知的財産とは何か、知的財産の世界的潮流、私たちの生活に知的財産という概念が何故必要であるかについて概説します。その後、知的財産権法を構成する各要素、すなわち特許（発明）、実用新案（簡易発明）、意匠（デザイン）、商標（ブランド）、著作権及びその他の法令等について説明し、これらの法的な意味の理解、ものづくりにおける知的財産権の重要性、知的財産権の活用（知財流通）について説明します。

【 経営戦略論 】

担当教員：朴 元熙（秋田県立大学科学技術学部経営システム工学科 教授）

経営戦略論では、経営、組織、そして戦略に関する知識や論理を見につけることを目指します。経営、組織、戦略などは相互に密接な関係があるからです。経営をするためには、ヒト、モノ、カネ、情報などが必要であり、企業目標を達成するための効果的な組織づくりとは何か、限られた資源を使ってどのように経営戦略を立案するか、適材適所の人材配置とはどういうものなのかなどの実務的な経営全般に対する思考の基盤を作っていきます。

【 消費者行動と心理 】

担当教員：嶋崎善章（秋田県立大学経営システム工学科 准教授）

本講義の目的は企業が商品を販売するために消費者心理をどう応用するか習得することである。まず、消費者行動論、行動経済学とその応用事例を講義する。次に、商品企画における評価手法について講義する。そして、受講者はこうした手法を応用してグループワークで商品企画を体験する。

【 特許情報活用論 】

担当教員：齋藤昭彦（あきた知的財産事務所 代表弁理士）

：齋藤博子（あきた知的財産事務所 代表弁理士）

経営や研究の場において必要な技術の背景を把握するために、「特許情報」を活用する手法や技術上の課題に直面したときに、「特許情報」を活用して解決するヒントを得る手法を身につけます。

また、「特許情報」を地図のように整理（パテントマップ）して、経営や研究の場に活用する手法を学びます。

VI. その他

担当教員が変更になることがあります。また、それに伴い講義内容を変更する場合があります。MOT コースに関するご不明な点は、以下の担当までご照会ください。

秋田大学大学院理工学研究科学務（大学院）担当 TEL：018-889-2316
対応時間 8:30～17:00（土・日・祝日を除く） E-mail：koudai@jimu.akita-u.ac.jp

