

2019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 総合学務課 理工（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を言います。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・大学院で学んだ知識や技術を事業・経営に活かし、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、深い専門性ととともに、新しい技術の価値やターゲットを理解して事業・経営に結び付ける創造力が不可欠です。また、経済・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論理的かつ戦略的に実践する能力が求められます。

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

- ・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。
- ・超スマート社会において情報技術を利活用したイノベーションを実現し、知的財産戦略も実現できる人材になるための知識と技術を習得します。
- ・グループワーク等を通じた実践的な技術戦略の立案・実行方法を習得します。

II. 本MOTコース教育プログラムの特徴

- ①技術を理解する企業経営者の心得と、財務、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」等の最近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、地域資源に密接に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、最新の情報通信技術やIoTの活用事例、標準化に関する知識を習得します。
- ⑥知的財産戦略およ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。

本MOTコースでは、産業・経済界および企業等で実績・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。

Ⅲ. 本MOTコース教育プログラムの内容

本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・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・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コースの履修方法および修了要件

(1) 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、研究科修了条件30単位にMOTコース開設科目を加えた履修計画を推奨する。
- 2) MOTコースでは、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）と選択科目6科目（6単位）以上を修得すること。

科目名	単位数	条件
マーケティングとブランディング	1単位	選択
ベンチャー起業論	1単位	必修
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	選択
財務・金融工学	1単位	必修
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	選択

- 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する。
- 4) 原則としてMOTコースの修業期間は2年とする。
- 5) MOTコースは主に集中講義で行われるが、その開講期日・時間帯については、決定次第掲示等で連絡する。
- 6) 社会人の受講希望者は*科目等履修生の登録が必要である。

*科目等履修生

(入学資格)

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

(出願手続)

科目等履修生として入学を志願する者は、次の書類に所定の検定料を添えて、願いでなければならない。

- 一 入学願書
- 二 健康診断書
- 三 最終学校の卒業又は修了の証明書
- 四 現に官公庁又は会社等に勤務している者は、その所属長の承諾書

(在学期間)

科目等履修生の在学期間は、1年以内とする。ただし、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る。

(入学料、授業料および検定料の額)

区分	入学料	授業料	検定料
科目等履修生	28,200円	1単位14,800円	9,800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、入学時また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。

(2) 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)および選択科目6科目(6単位)以上を修得した受講者には、MOTコース修了証書を授与する。

V. 開設科目の概要

①マーケティングとブランディング

選択, 1単位, 担当者: 伊藤 慎一(秋田大学産学連携推進機構 准教授)

本講義は、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する。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およびマーケティングが経営に与える効果について説明する。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う。

②ベンチャー起業論

必修, 1単位, 担当者: 佐藤 善友((有)シー・エフ・シー 代表取締役)

ビジネスマンや起業家には、財務やマーケティングなどの基礎的な知識と共に、ビジネスマンとしてのセンスを身に付けることが非常に重要です。特に工学系の学生の皆さんは

それを体系的に学習したり体験する機会が少ないのが現状です。そこで、本講座では、①経営戦略の立案、②財務会計、③マーケティング、④ICT/IoTの活用について、演習や受講生自身のビジネスプランの作成を通して習得して頂きます。また、演習はパソコンを使って取り組んでもらい、ITリテラシーのアップも図ります。一連の講義を通して、ビジネスマンとしてのプレゼンやセンスアップの方法を体得して頂きます。

③地域資源と活性化

選択、1単位、担当者：臼木 智昭（秋田大学教育文化学部 准教授）

本講義では、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行います。

地域資源とマーケティング、地域ブランド、地域産業、グローバル競争等との関係などについて学ぶ予定です。

できるだけ多くの事例を紹介しながら、リアリティのある講義を行う予定です。

④リスクマネジメント

選択、1単位、担当者：戸根谷 法雄（札幌学院大学 客員教授）

近年、日本社会はグローバル化や規制緩和、IT革新など急速な環境変化によって様々なリスクが増大している。

企業にとっては国際市場動向、自然災害、サイバーテロといった外的要因への対応とともに、情報漏えい、不正会計や過重労働問題など内的要因に素早く対応するリスクマネジメントが求められている。

企業の持続的発展には効果的な組織マネジメントが必要であり、それにはリスクオーナーとしての社員の「リスク認識力」が必要不可欠である。保険業界のTV・CMでリスクは保険の対象として「損失」とのイメージがあるが、ISO31000でリスクの定義は「不測の損失」から「不確実性（目的に対して影響を与える不確かさの結果）」へと変化し、「価値を創造し保護するもの」としており、その分野は多岐にわたる。

本授業ではリスクを適切にマネジメントすることによってチャンスに変え、新たな価値創造につなげるクリエイティブ・リスクマネジメントという考え方に立脚し、事業・経営分野のリスクマネジメント基礎知識及び専門知識を習得し演習によって「リスク認識力」と実践力の向上を目指す。

⑤情報技術とイノベーション

選択、1単位、担当者：清水 剛（日本ビジネスシステムズ㈱）

社会システムデザインセンター長

・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する。

・前項を実施するうえで必要な最新技術の概要と動向を理解、把握する。

⑥財務・金融工学

必修，1単位，担当者：相原 学（秋田経済研究所 専務理事・所長）
池田 誠（（株）秋田銀行 営業本部 営業企画部 部長代理）
佐々木英人（（株）秋田銀行 市場運用部 主査）
戸賀瀬康弘（（株）秋田銀行 審査部 部長代理兼審査役）
宮腰 知士（（株）秋田銀行 営業本部 営業企画部 主査）

※50音順

本講義は、財務・金融における基礎知識の習得，なら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する。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ある。この講義では，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する。

⑦知的財産論 ～知的財産と技術経営～

選択，1単位，担当者：伊藤 慎一（秋田大学産学連携推進機構 准教授）

本講義は，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する。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する。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，およ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）について説明する。

⑧経営戦略論

選択，1単位，担当者：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身につけることをめざす。経営，組織，戦略などは相互に密接な関係があるからである。経営をするためには，ヒト，モノ，カネ，情報などが必要である。本授業では，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，適材適所できるような人の配置とはどういうも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たい。

◎消費者行動と心理

選択, 1単位, 担当者: 佐藤 飛鳥 (東北工業大学 ライフデザイン学部

経営コミュニケーション学科 准教授)

消費者心理と行動(戦略への反応)を振り返るとともに、企業が「売る」ために消費者心理をどう応用するかを実践的に習得することが目的である。そのために消費者行動論、行動経済学的観点から実際に企業が用いる事例をレクチャーで教授する。その後、受講者はその理論を用いながら売る側・買う側のロールプレイング(グループワーク)を行い、消費者行動(戦略に対しての反応)を振り返るとともに、企業の消費者心理応用戦略を学ぶ。

⑩特許情報活用論

選択, 1単位, 担当者: 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)

- 1) 特許を出願するときに発明者が行う作業を体験し、発明者として「特許情報」を活用する手法を身に付ける。
- 2) 「特許情報」を地図のように整理(パテントマップ)して、研究開発や企業経営の場に活用する手法を学ぶ。

VI. その他

講師が変更と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コースに関する照会は下記宛にお願いします。

記

秋田大学総合学務課理工(大学院)担当
〒010-8502 秋田市手形学園町1番1号
TEL (018) 889-2316 FAX (018) 889-2015
E-mail koudai@jimu.akita-u.ac.jp

