

新事業、新商品開発を実現する 戦略策定とプロジェクトマネジメント ～ビジョンを実現するアイデア創出からマネジメント～

◆日時:2018年11月21日(水)10:30～16:30

◆会場:江東区産業会館 第2会議室

◆聴講料:1名につき49,980円(税込、昼食、資料付)

※会員登録(無料)をしていただいた方には下記の割引・特典を適用します。

・1名でお申込みされた場合、1名につき**47,250円**・2名同時にお申し込みされた場合、**2人目は無料(2名で49,980円)**

※学生のご参加は、1名につき受講料10,800円です。

(ただし、企業在籍者は除きます。また、2人目無料も適用外です。)

セミナーお申込みFAX

03-5857-4812

※お申込み確認後は弊社よりご連絡いたします。

●講師: ジャパン・リサーチ・ラボ 代表 博士(工学) 奥村 治樹 氏

社会の変化は加速しており、様々な価値は時間と共に移り変わっている。従って、現在の基盤事業、中核商品でこの先も成長することはもちろん、現状を維持することすら容易ではない。5年後、10年後を見据えれば、絶えず次の種、すなわち、新事業、新商品を生み出し続けなければ生き残ることすら難しい。次代の基盤事業、中核商品を生み出し続けるためには、未来を予想して、事業戦略、開発戦略を策定していく必要がある。未来戦略の策定には、ビジョンをスタートとして、マーケットを予想して情報を整理統合し、コア技術も活用しながら、アイデアを湧き出させて様々なテクニックを駆使し、全社一丸のプロジェクトとして具現化していく必要がある。本講演では、複数企業での戦略策定から具現化までの実経験、様々なケース、規模、目的に合わせた戦略コンサルティングによる知見をもとにした、実践に即した新事業、新商品開発の戦略策定からそのプロジェクトマネジメントまで、未来戦略プロセス全体について演習も交えながら解説する。

1. イントロ	4.18 具体的現実化	4.19 コスト問題
1.1 なぜ新事業が必要か	5. 仮説と検証	
1.2 新事業とは	5.1 仮説が必要な理由	5.2 仮説一課題設定
1.3 イノベーション	5.4 仮説の精度を決めるもの	5.3 仮説の考え方
1.4 イノベーションのトリガー	5.7 逆説的思考	5.5 情報の条件
1.5 戦略・マーケティング・計画...		5.6 多面視点
1.6 ビジョンと戦略	6. 意思決定プロセス	5.8 未来予想
1.7 魔の川・死の谷・ダーウィンの海	6.1 意思決定の基盤	6.2 Actionへのプロセス
1.8 三位一体	6.4 オプションの選択	6.3 意思決定の3条件
1.9 拡張経営資源	6.7 意思決定における個人と集団	6.5 意思決定指標
1.10 成功の因子	6.9 5つの議論の場	6.6 二つの脅威
1.11 新事業・新商品の中核要素	6.12 意思決定フレーム	6.8 集団の弊害
1.12 4つの基本力	7. プロジェクトマネジメント	6.10 会議の7P
1.13 企業の技術力ポテンシャル要素	7.1 三つのマネジメント	6.11 会話・対話・議論
1.14 プロジェクトとは	7.2 プロジェクトマネジメントの必須ポイント	6.13 仰視視点と俯瞰視点
1.15 失敗のパターン	7.3 3つの制約	
2. 新事業展開の方向選定	7.4 プロジェクト管理項目	7.5 OODAサイクル
2.1 様々なツール	7.6 コンフリクトへの対応	7.6 説得のパターン
2.2 4つの質問	7.9 落としどころ	7.7 交渉の準備
2.3 何を狙うか	7.12 専任化	7.11 リスクマネジメント
2.4 狙い(規模視点)	7.13 コンピテンシーの育成	7.14 ドライビングフォース
2.5 ターゲット(狙い相手)	7.15 そして、プロジェクトとは	
2.6 セグメンテーション	8. 様々なテクニック、方法	
2.7 シーズ型	8.1 SWOT	8.2 5フォース分析のポイント
2.8 ニーズ型	8.4 アンゾフの成長マトリクス	8.3 成功・失敗要因分析
2.9 シーズか、ニーズか	8.5 4P分析	8.6 GEマトリクス
2.10 強み優先か、弱み優先か	8.7 PEST分析	8.7 事業化判断シート
2.11 行動発想市場	8.8 ステークホルダーマップ	8.8 二つのKey分析
2.12 強み優先か、弱み優先か	8.10 ビジネスモデルキャンパス	
2.13 情報とリソースの棚卸し	8.11 プロコン	
2.14 情報とリソースの棚卸し	8.13 技術v.s.市場マトリクス	8.14 欠点・希望点列挙法
2.15 展開・拡張の基本	8.15 属性列挙法	8.16 マップ分析の使い方
2.16 事業展開のパターン	8.18 ロジックツリーのポイント	8.17 PPM分析
2.17 展開・拡張の例	9. 注意点、ポイント	
2.18 強み伝い	9.1 あれも、これも?	9.2 いいな⇒困る
2.19 シンデレラ	9.4 2種類の事実	9.3 「新しい」の落とし穴
2.20 売れる要素とは	9.7 報告のルール	9.5 情報の構成
2.21 売れる要素とは	9.9 イノベーションを生む発想と行動	9.6 情報で重要なこと
2.22 売れる要素とは	10. まとめ	9.8 オンリーワンとナンバーワン
2.23 売れる要素とは	11. 質疑	9.9 クローズの設定
2.24 売れる要素とは		9.11 横串
3. 戦略と計画、マーケティング		
3.1 戦略とは		
3.2 戦略思考		
3.3 戦略策定の基本プロセス		
3.4 戦略の管理とバランス		
3.5 戦略の5C		
3.6 ドメイン思考		
3.7 戦略の4基準		
3.8 戦略策定項目		
3.9 戦略のチェックポイント		
3.10 戦略オプション		
3.11 事業成長の方向性		
3.12 基本戦略		
3.13 二つの競争戦略		
3.14 じゃんけん戦略		
3.15 ランチェスター戦略		
3.16 計画とは		
3.17 事業計画の3要素		
3.18 目標の8領域		
3.19 リスクマネジメント		
3.20 4つのリスク+1		
3.21 リスク分析		
3.22 基本マーケット戦略		
3.23 マーケット予想		
3.24 シェアの法則		
3.25 市場占有率		
3.26 ペルソナの設定		
3.27 ロードマップ		
3.28 シナリオメイク		
3.29 4大コスト		
3.30 戦略と企業文化		
4. 事業アイデア創出		
4.1 思い付きとアイデア	4.2 紙に書く	4.3 アイデア生産の5ステップ
4.2 紙に書く	4.5 様々なアイデア発想法	4.6 プレストのポイント
4.3 アイデア生産の5ステップ	4.8 SCAMPER法	4.9 創造、拡張
4.4 情報収集の考え方	4.11 ロジック、要素と逆走思考	4.12 イメージ思考
4.5 様々なアイデア発想法	4.14 Fast Idea Generator	
4.6 プレストのポイント	4.16 アイデアの評価	4.17 認識の転換
4.7 思考の拡張		
4.8 SCAMPER法		
4.9 創造、拡張		
4.10 逆走型思考の併用		
4.11 ロジック、要素と逆走思考		
4.12 イメージ思考		
4.13 情報・思考の階層		
4.14 Fast Idea Generator		
4.15 フェニックスのチェックリスト		
4.16 アイデアの評価		
4.17 認識の転換		

『プロジェクトマネジメント』セミナー申込書

会社・大学			
住所	〒		
電話番号		FAX	

お名前	所属・役職	E-Mail
①		
②		

会員登録(無料) ※案内方法を選択してください。複数選択可。

 Eメール 郵送

● セミナーの受講申込みについて ●

左の申込みフォームに必要事項をご明記ください。お申込み後は、弊社より確認のご連絡をいたしまして受講券、請求書、会場の地図をお送りいたします。

セミナーお申込み後のキャンセルは基本的にお受けしていませんので、ご都合により出席できなくなった場合は代理の方がご出席ください。

お申込み・振込に関する詳細はHPをご覧ください。
⇒ <https://www.rdsc.co.jp/pages/entry>

個人情報保護方針の詳細はHPをご覧ください。
⇒ <https://www.rdsc.co.jp/pages/privacy>