

技術系企業が粗利を40%以上にして高収益化を達成するために

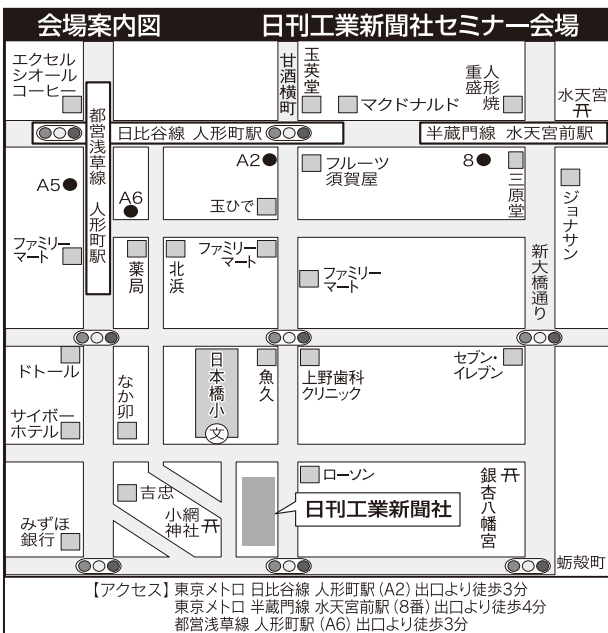
会社をひっぱる人材の 課題設定術

日時 2017年2月6日(月) 13:00~17:00

主催  日刊工業新聞社

会場 日刊工業新聞社 東京本社 セミナールーム
東京都中央区日本橋小網町 14-1 (住生日本橋小網町ビル)

受講料 32,400円 (資料代含む、消費税込)



日刊工業新聞社 東京本社 セミナールーム

東京都中央区日本橋小網町14-1 (住生日本橋小網町ビル)

【アクセス】

東京メトロ日比谷線「人形町駅」A2出口 徒歩3分、都営浅草線「人形町駅」A6出口 徒歩3分
 東京メトロ半蔵門線「水天宮前駅」8番出口 徒歩4分

●申込方法

お申し込みはWeb (<http://www.nikkan.co.jp/edu/semi/top.html>) かFAXまたは郵送にて受け付けております。申込受付後、受講票と請求書をお送りいたします。受講料は銀行振込にて開催日までに必ずお支払いください。尚、お支払い済みの受講料はご返金できかねますので、ご了承ください。振込手数料は貴社でご負担ください。

口座名義

株式会社日刊工業新聞社

りそな銀行	東京営業部	当座	656007
三井住友銀行	神田支店	当座	1023771
みずほ銀行	九段支店	当座	21049
三菱東京UFJ銀行	神保町支店	当座	9000445

●申込先 日刊工業新聞社 業務局 イベント事業部 技術セミナー係

〒103-8548 東京都中央区日本橋小網町14-1 (住生日本橋小網町ビル)
 TEL 03 (5644) 7222 FAX 03 (5644) 7215
 e-mail: j-seminar@media.nikkan.co.jp

受講 申込書

2/6 会社をひっぱる人材の課題設定術

お申し込みは **FAX 03-5644-7215**

■受講料：32,400円 (資料代含む、消費税込)

※振込手数料は貴社にご負担ください。

会社名			業種	
氏名	フリガナ	部署・役職	TEL	
所在地	〒		FAX	
E-mail :				※今後、E-mailによるご案内を希望しない方は チェックをしてください。 <input type="checkbox"/>

※お申込み受付後、受講票ならびに請求書をお送りいたします。
 ※一度お振込みいただいた受講料につきましては、ご返金できかねますのでご了承ください。

個人情報の取り扱いについて

ご登録いただいた情報は日刊工業新聞社が細心の注意を払い、展示会・セミナー・サービス等、各種ご案内を送らせていただくことを目的に利用させていただきます。
 なお、宛先変更・配信停止をご希望の際は右記までご連絡ください。【ご連絡先】日刊工業サービスセンター 情報事業部 nkmail01@nikkansc.co.jp

開催にあたり

あなたの会社の課題は何でしょうか？問題や課題の指摘が、グチやボヤキで終わっていないでしょうか？

会社には営業、開発、人材評価、採用、色々な問題点がありますが、これらは個別の問題ではなく、全てつながった問題です。愚痴やボヤキは的を射ている部分もあるが、統合的な視点がなければ、課題としては不十分です。

会社を引っ張る人材になるためには、課題を統合的・全体的にとらえて部門の問題、解決可能な単位の問題に具体化する必要があります。そのためには、どうすればいいのか？経営課題分析方法と課題設定術を解説します。

講師

高収益化支援家・弁理士 **中村 大介** 氏

【略歴】 全員経営による技術企業の高収益化の専門家。
事業を模倣されて利益率が低迷した経験、社員の離反を招いた経験から継続的な組織成長の仕組みを模索。
継続的な組織成長の仕組みは、社員の自発・自律・自治を促す学習と実践（会議）である事に気づき、「全員経営会議」として体系化。
全員経営会議の提供や、コンサルティングを通じて、社員の自己成長を促しつつ組織成長を実現している。
クライアント企業では、売上が短期間に2倍になったケース、知財出願ベースが3倍になったケース、有望研究開発テーマが多数立案されたケースがある。
専門は高収益化。
弁理士

JOSUI 中村

検索

プログラム

■ 会社を引っ張る人材の課題設定とは

事業の本質は何か
課題とは、理想と現実の差分のこと
理想が分かれば課題は分かる
課題の本質を理解する
統合的・全体的な視点

■ 理想とそれを実現する技術経営モデルを設定する

理想は高収益
短期収益性を高める営業・マーケティング
長期収益性を高める研究開発
収益を保証する知財の取得・活用

■ 背景から大枠の課題を設定する

歴史・沿革から成立した過程を理解する
主要顧客の指示理由を理解する
主要顧客の今後の展望を理解する
技術トレンドを理解する

社内人材を理解する
社内の強みを整理する
本当の課題を設定する
個別課題を位置づける

■ 個別の課題と解決方法を設定する

営業マーケティングの個別課題の設定と解決方法
研究開発の個別課題の設定と解決方法
知財の個別課題の設定と解決方法

■ 課題設定と解決の進め方

現状の調査と理想の調査
トップダウンとボトムアップ
課題を解決する社員を主役にする
高収益を実現する

■ まとめ