

# ТАКЭУЧИ ХИРОТАКА

## Харвардын Бизнесийн сургуулийн менежментийн профессор, Хитоцубаши их сургуулийн Эмерит профессор

Профессор Такэучи Хиротака нь Токиогийн Олон улсын христийн их сургуульд бакалавр, АНУ-ын Берклийн их сургуульд Бизнесийн удирдлагын магистрын болон докторын зэргээ хамгаалсан.

- 1976-1982 онд Харвардын Бизнесийн сургуулийн туслах профессор,
- 1983-1997 онд Токиогийн Хитоцубаши их сургуульд дэд профессор, профессор,
- 1998-2010 онд Токиогийн Хитоцубаши их сургуульд Олон улсын байгууллагын стратегийн (ICS) Ахисан түвшний сургуулийн захирал,
- 2010 оноос Харвардын Бизнесийн сургуулийн Менежментийн профессор

Профессор Такэучигийн судалгааны чиглэл:

- “Компанийн глобал стратеги дахь маркетингийн асуудал”,
- “Японы шинэ бүтээгдэхүүний хөгжлийн үйл явцын онцлог”,
- “Японы компаниудын дэлхийд ерселдэх чадвар”,
- “Байгууллага дахь мэдлэг бүтээх үйл явц”

Профессор Такэучи "Шилдэг туршлагын хувьсгал" бүтээлийн бие даан туурвисны зэрэгцээ, бусадтай хамтран “Корпорацийн өөрийн инноваци: Эмх цэцгүй байдал ба зохион байгуулалтыг удирдах нь”, “Ялгаварт байдлыг удирдах нь: Глобал менежментийн зам мөр”, “Мэдлэг бүтээгч компани” (Уг бүтээл нь Америкийн хэвлэлүүдийн холбооны Бизнес ба менежментийн салбарын 1995 оны "Шилдэг шинэ ном" шагналыг хүртсэн.), “Япон өрсөлдөх чадамжтай юу?”, “Мэдлэгийн менежмент дэх Хитоцубаши”, “Тоёотагийн гайхамшиг”, “Ухаалаг компани” зэрэг бүтээлийг бусад зохиолчидтой хамтран бичжээ. Үүнээс гадна тэрээр “Харвардын бизнесийн үнэлгээ”, “Калифорнийн менежментийн сэтгүүл”, “Жижиглэнгийн худалдааны сэтгүүл”, “Японы маркетингийн сэтгүүл”, “Бизнесийн үнэлгээ” сэтгүүлүүдэд 30 гаруй, бусад бизнесийн сэтгүүлүүдэд 90 гаруй судалгааны нийтлэл хэвлүүлжээ.

Профессор Такэучи нь үндэстэн дамнасан корпорациудад менежмент, маркетинг, санхүү, бүртгэлийн зөвлөх үйлчилгээ үзүүлдэг бөгөөд дэлхийн өнцөг булан бүрт менежментийн хурал, семинарт тогтмол оролцож илтгэл хэлэлцүүлдэг, олон улсад хүлээн зөвшөөрөгдсөн нэр хүндтэй эрдэмтэн юм.

- **TAKEUCHI, Hirotaka**

*Professor of Management Practice, Harvard Business School*

*Professor Emeritus, Hitotsubashi University*

Professor Takeuchi received his B.A. from International Christian University in Tokyo and M.B.A. and Ph.D. from the University of California, Berkeley.

He was an Assistant Professor at the Harvard Business School from 1976 to 1983, where he taught courses in marketing and retailing in the MBA program. He joined Hitotsubashi University in Tokyo as an Associate Professor in 1983 and became Professor in 1987. In 1998, he became Dean at Hitotsubashi University Graduate School of International Corporate Strategy (ICS) and led to start the first state-run business school in Japan. After retiring as Dean from ICS in 2010, he joined Harvard Business School as a Professor of Management Practice.

Professor Takeuchi's current research interests are focused on (a) the role of marketing within a firm's global strategy, (b) the unique features of the Japanese new product development process, (c) the competitiveness of Japanese firms in global industries, and (d) the knowledge creation process within organizations.

He is the author of *The Best Practice Revolution* (Diamond-sha, 1994, in Japanese) and the co-author of the following books: (1) *Corporate Self-Innovation: Managing Chaos and Creation* (H. Takeuchi et al., Chuo Koron-sha, 1986, in Japanese); (2) *Managing Heterogeneity: The Path to Global Management* (H. Takeuchi and Yoko Ishikura, Diamond-sha, 1994, in Japanese); (3) *The Knowledge-Creating Company* (Ikujiro Nonaka and H. Takeuchi, Oxford University Press, 1995), which won the 1995 "Best New Book of the Year" Award for the Business and Management category by the Association of American Publishers; (4) *Can Japan Compete?* (M. Porter, H. Takeuchi, and M. Sakakibara, 2000, London: McMillan in English, and Diamond-sha in Japanese), and (5) *Hitotsubashi on Knowledge Management* (I. Nonaka and H. Takeuchi, John Wiley & Sons, 2004), (6) *Extreme Toyota* (E. Osono and N. Shimizu and H. Takeuchi, John Wiley & Sons, 2008), and *The Wise Company* (I. Nonaka and H. Takeuchi, Oxford University Press, 2019 forthcoming).

In addition, he has written over 30 articles for *the Harvard Business Review*, *California Management Journal*, *Journal of Retailing*, *Japan Marketing Journal*, *Business Review*, and other academic journals, and nearly 90 articles for business magazines.

His business experience includes management consulting work with McKinsey & Company in Tokyo and marketing research and account service work with McCann-Erikson in Tokyo and San Francisco. He is a consultant to a number of multinationals and an external board member of several Japanese companies.

He is a member of a number of committees formed by government agencies, the Ministry of International Trade and Industry in particular, and political organizations in Japan. He is a frequent speaker at management conferences and seminars around the world.