

2020年度 公開講座（オンライン）

経営学のススメ

～ 日常生活にも深く関わる経営学 ～

視聴期間 2020年12月7日（月）～20日（日） ※ 期間中いつでも視聴いただけます。

配信方法 YouTubeを使用したオンデマンド配信

申込方法 以下連絡先までお問合せください。視聴用URLをご案内します。

※ 本公開講座の録音・録画、また複製配信・SNSへの投稿等は固くお断りいたします。

第1部 佐藤 圭（甲南大学 経営学部 講師）

「ことばを科学する？ - マーケティングと非構造化データ -」

私たちが何らかの商品を買うとき、その商品に対する評判が決め手となることは珍しくありません。皆さんの中にも、気になる商品について、Amazonの商品レビューやtwitterなどのSNS上の投稿を検索したことがある人も多いのではないのでしょうか。このようなレビューや投稿にはたくさんの消費者による評価や意見が含まれています。なので、企業のマーケティングは、これらのデータを調べることで、消費者のことをより深く知ることができるのではないかと期待しています。

ところで、それらのデータの多くは「ことば」ですね。一体、私たちはことばをどのように分析すればよいのでしょうか。この講座では、マーケティングの考え方について簡単に解説したあと、ことばを数量的に分析する方法を紹介します。また、その分析をどのように企業のマーケティング活動へ利用すればよいのか、皆さんと考えていきます。

第2部 杉山 善浩（甲南大学 経営学部 教授）

「アメーバ経営が会社を変える - やる気を引き出す小集団採算制度 -」

アメーバ経営とは、京セラ名誉会長の稲盛和夫氏が考案した経営手法です。京セラなどのアメーバ経営を実践している企業では、大きくなった組織を「アメーバ」と呼ばれる小集団に分けてそれぞれを独立採算します。現場の社員一人ひとりが採算性を考え、自主的に経営に参加する「全員参加型経営」を実現するための手法がアメーバ経営なのです。アメーバ経営によって、京セラは「50年以上、一度も赤字なし」を達成し、経営破たんした日本航空（JAL）は、わずか2年8カ月という短期間で再上場を果たしました。アメーバ経営の本質を皆さんと考えてみようと思います。

参加申込・お問い合わせ：甲南大学ビジネス・イノベーション研究所

TEL 078-435-2754

住所 〒658-8501 神戸市東灘区岡本8-9-1

E-mail bi@adm.konan-u.ac.jp

