

読売新聞横浜支局との共催による「YY講座」は本年度3回となり、すっかり定着してきた感があります。また、地域に開かれた大学として地域の皆様に慣れ親しんできていると思います。

横浜国立大学はこれまでも「知」の社会還元を心がけ、様々な取り組みを行ってきています。本公開講座もその一環として開催します。本学の教員が広範な視点で、研究成果の一端をお話し、今後も共に社会の発展に尽くして行けることを希求しています。多くの皆様のご参加をお待ちしています。



横浜国立大学長
鈴木 邦雄



読売新聞横浜支局長
塚田 牧男

世論を取材する場合、「生の声」をできるだけ聞き、大きな流れをつかむ『皮膚感覚』を大事にしよう」と先輩からよく言われました。机上で数字をながめているだけではわからないこともたくさんあります。経営にも通じることだと思います。

横浜国立大学と共催で3年目を迎えた「YY講座」は、実践、実例をキーワードにビジネスを考えます。会社、事務所を飛び出し、全身をアンテナにしてみてもう良いでしょう。みなさんを刺激する何かを提供するお手伝いができれば幸いです。

参加費は無料です。たくさんの方の受講をお待ちしております。

開催日時	9月7日(金)、9月14日(金)、9月21日(金)、9月28日(金)、10月5日(金)、10月12日(金) 18:30~20:00(受付は18:00より)
会場	横浜ビジネスパーク(ウエストタワー7階)大会議室
受講対象	一般の方
受講定員	200名
受付期間	平成24年7月2日(月)~8月20日(月) ※先着順、定員に達し次第締め切らせていただきます
申込方法	横浜国立大学WEBサイト http://www.ynu.ac.jp/hus/koho/6923/detail.html からオンラインで申込ができます。その他、FAX・郵送にてお申込ができます。(電話でのお申込は受付しておりません。)下記項目を記載の上お申込ください。 ・お名前・フリガナ・E-mailアドレス(お持ちの場合)・性別・生年月日・ご住所・電話番号・FAX番号・ご職業・ 次年度以降の本学公開講座案内の送付希望の有無 お申込をいただいた方には、ご案内を送付いたします。

※お知らせいただいた個人情報は、公開講座受講にあたって必要な連絡、今後の公開講座案内等の送付及び、今後の公開講座運営上の参考にするための統計資料作成以外には使用いたしません。

● 駐車場(有料)は数に限りがございますので、ご来場の際は公共機関をご利用願います ●

【申込・問合せ先】

横浜国立大学 総務部 広報・渉外室 広報係 〒240-8501 横浜市保土ヶ谷区常盤台79番1号
TEL:045-339-3016 FAX:045-339-3179 E-mail:koho@ynu.ac.jp



『横浜ビジネスパーク(YBP)』アクセス案内

- ◆相鉄線「天王町駅」より徒歩4分
「星川駅」より徒歩7分
- ◆JR横須賀線・湘南新宿ライン
「保土ヶ谷駅」より11分(無料シャトルバス約5分)
- ◆横浜駅西口より横浜市営バス202系統「横浜駅西口」行
「宮田町」下車、徒歩約10分

詳細はこちらをご覧ください。

<http://www.nomura-re.co.jp/ybp/access/>

YNUコミュニティカレッジ



YOMIURI⊗YNU



実践する経営学— ケースで学ぶ経営学



主 催: 横浜国立大学公開講座委員会
共 催: 読売新聞横浜支局
協 賛: 野村不動産

YNU 横浜国立大学
YOKOHAMA National University

第1回

「経営戦略を学ぶ」

企業は変動する不確実な環境に直面し生き残っていかなければなりません。とりわけグローバル化の進展、情報技術の進化、少子化などの環境変化は企業の主体的対応を必要としています。その変化に対する鍵が経営戦略の形成と実行にあるといえるでしょう。厳しい競争、顧客ニーズの多様化に直面し、いかに競争に勝っていくのかの方法も求められているからです。企業が戦略の形成・実行を通じて、企業が何をやるのか、何をしようとするのかの方向づけが決まってくるとともに、メンバーとしての行動の意味付けも明らかになってきます。本講義では、企業が何を事業として選択し、選択した事業での競争優位をはかっていくのか、戦略がいかに形成されたのかについて、ケースを通じて、経営戦略論の基本的考え方・方法を中心に学習していきます。衣食楽にかかわる企業をケースとしてとりあげ、理論のケースへの適用をはかりたいと思います。



横浜国立大学
経営学部
教授
山倉 健嗣

9月7日
金

第2回

「組織マネジメントを学ぶ」

私たちが日常的に消費する製品やサービスの大半は、企業をはじめとする組織によって生産され提供されています。また、私たちの多くは組織に所属し、何らかの製品やサービスの供給者としての役割も担っています。ここで、製品やサービスを生産し提供するにあたって、組織がどの程度うまく機能し高い成果をあげられるかによって、消費者でも供給者でもある私たちの社会生活は大きな影響を受けます。その意味で組織マネジメントは私たちに共通の重要課題といえます。しかし、組織が高い成果を長期間あげ続けることは実は容易なことではありません。特に経営環境の複雑化や組織内部の制度疲労が進む今日、それらの困難に柔軟に対処できない組織は存続の危機に直面しかねません。このような危機に対処するための方策として組織変革が必要となりますが、変革の推進には様々な困難が存在します。そこで、組織変革の進め方や変革の推進者に求められる役割をめぐる議論についてお話ししたいと思います。



横浜国立大学
大学院国際社会科学研究科
准教授
山岡 徹

9月14日
金

第3回

「マーケティングを学ぶ」

現在、私たちのまわりには多くの商品(製品やサービス)があふれ、消費者として売場に立った時、どれを選択したらよいか、戸惑うこともたびたびです。かつては、品質を向上させ、既存品との違いを明確にした商品を開発し、顧客の新たな選択を創り出すことが、作り手の目指すところでした。しかし現在では、商品の品質は均一化し、新商品として提案される機能の差も消費者にとっては微細となり、価格が最大の訴求要素となっている業界も多くみられます。そのような中で、マーケティングは、従来の「どのようにしたら顧客に商品・ブランドを認知してもらい、継続的に買ってもらえるか」から、「商品・ブランドを通じて、顧客との確固たる関係はどのように創っていくか」に視点が移っています。長年、メーカーでマーケティングの実務に携わってきた経験をふまえ、具体的な事例をもとに、「顧客との関係作り」を皆さんと一緒に考えていきたいと思います。



横浜国立大学
成長戦略研究センター
講師
梅野 匡俊

9月21日
金

第4回

「技術経営を学ぶ」

多くの人は「技術は先進的で優れている方がいい」と思っているのではないのでしょうか。技術に関わる勉強・研究や投資は、手放しで称賛されることも少なくありません。しかし、技術は必ずしもビジネスでの成功や社会の発展を保障するわけではありません。むしろ、先端的で優れた技術があるがゆえに、ビジネスで苦戦したり、社会に受け入れられないケースも少なくないです。日本企業は世界で有数の技術力を誇り、次々とフロンティアを開拓してきました。にもかかわらず、多くの産業で、世界に占める日本企業のプレゼンスは低迷しているように思えます。「技術経営」は、なぜこうした問題が起き、どのようにこうした問題に対処していけばいいのかについて、経営学をはじめとした文理の幅広い観点から検討していく試みです。今回は、国内外の事例を手掛かりに、「技術経営」の現状と課題について考えていきたいと思います。



横浜国立大学
大学院環境情報研究院
教授
安本 雅典

9月28日
金

第5回

「戦略提携を学ぶ」

現在は、企業同士の戦略提携が一般的になったと思われていますが、「戦略」と「提携」という言葉を広く捉えて「2つ以上の組織が重要な協力関係を結ぶこと」として考えれば、古くから存在することです。ほとんどの場合、違う組織になれば違う組織文化を保有するため、どんな組織間協力関係でも、ある程度の異文化交流が必要です。国を超えた異文化交流はしばしば摩擦を引き起こすことはよく知られていますが、たとえ同じ企業内であっても、違う組織と協力する時は、摩擦もよく起こりますし、実はこれが単なる異文化交流による摩擦の場合も多いのです。通常は、異文化交流による衝突や対立を避けようとしませんが、怖がらずに敢えて摩擦やコンフリクトを利用することによって相互に深い学びを得る事ができます。今回の講座では、以上のことを、自動車産業の戦略提携の具体例を取り上げつつ、紹介していきます。とくに「ラーニング・アライアンス」という提携形態における「ティーチングの効果」について詳しく述べます。



横浜国立大学
経営学部 准教授
経営学ものづくり経営研究センター
特任研究員
ヘラー・ダニエル

10月5日
金

第6回

「グローバル経営を学ぶ」

今、家電の量販店に行けば、店頭に並んでいるテレビは、ほとんどが日本のメーカーの製品でしょう。街なかを走っている自動車も、やはり日本のメーカーの車種が多いでしょう。しかし、海外に行くと、様子が大きく違います。カラーテレビも、自動車も、日本のメーカーの製品は、ずっと少なくなります。代わって、アメリカの企業、ヨーロッパの企業、中国や韓国などアジアの企業の存在感が、日本で考えていたより、ずっと大きいことに気付くでしょう。こうした海外での苦戦は、日本での工場閉鎖や、従業員整理に結び付いています。グローバルに経営成果を見ないと、日本の企業の現状を正しく理解できなくなっているのです。ですから、今日の日本の目ぼしい企業では、パスポートを持っていない人や、持っても中身が真っ白な人は、重要な地位に就くことは、まずないと思います。皆さんも、国際経営の世界を覗いてみてください。



横浜国立大学
大学院環境情報研究院
教授
周佐 喜和

10月12日
金