

平成30年度（第52次）研究助成 指定課題

1. 消費者との効果的なコミュニケーションを行う方法に関する研究

メディア環境が多様化する中、消費者との効果的なコミュニケーションを行う方法について、広告主、広告会社、メディア企業などそれぞれで模索が続けられています。

このような中、どのような方法論に有効性が認められるのか。コミュニケーション効果の新たな指標・測定を含め、今の時代に相応しい消費者コミュニケーションに関する理論的・実証的研究を期待します。

2. 広告・コミュニケーション研究やマーケティング研究の新たな方法論の開発につながる他領域における関連研究

広告・コミュニケーション研究やマーケティング研究は、今の時代に相応しい新たな知見・新たな方法論を求めています。マーケティングの専門家に限らず、心理学、社会学、インフォメーション・テクノロジーなど様々な分野の研究者による、コミュニケーションやマーケティングに関連する研究を期待します。

3. 企業・組織のグローバル展開におけるコミュニケーション研究

海外市場に活路を求める動きが、大企業のみならず中小企業にも広がっています。企業・組織がグローバル展開を進めるには、どのような戦略やコミュニケーションが必要となるのか。現地の特性を踏まえながらも、日本独自の技術やノウハウをどう生かしていくべきなのか。人材育成、経営、ブランド、商品開発、流通など幅広い面から新たな示唆を提示する研究を期待します。