

2019年度(第53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、マーケティング研究

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。