

マーケティング・コミュニケーション

マーケティング・コミュニケーションとは、企業が自分たちの製品やサービスを「好きになってもらう」ために行う情報伝達のことです。朝起きてから夜眠るまで、私たちはさまざまな場所で企業からの“ラブコール”を受けています。テレビのCM、スマホやパソコンのサイト、街の看板、電車や駅のポスター…。広告に限った話ではありません。買い物先の店員さんが話す言葉や、友達からの口コミ、誰かがSNSにアップしたレストランの記事もマーケティング・コミュニケーションに含まれます。裏を返せば、私たちが日々見聞きするほとんどすべての情報には、なんらかのカタチで企業の戦略が関わっているのです。世の中にあふれる膨大な情報。その波にただ流されるのではなく、そこにある「思い」を読みとった上で、受け入れるのか拒否するのかを決める。コミュニケーションの「受け手」としてのリテラシーを高めることは、やがて社会に出たとき、価値あるメッセージの「送り手」となることにつながるでしょう。



株式会社電通にてコミュニケーション戦略についてヒアリング



5大学で200名が参加する研究発表大会にて、優勝を目指す



自分達で集めたアンケート調査を分析して、コミュニケーション戦略を練る



中野 香織 准教授
マーケティング・コミュニケーション

アド・ミュージアム東京でのフィールドワーク

広告の歴史や変遷について知見を広める