
帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


広告メディア概論
マーケティングと広告

中野秀男
帝塚山学院大学非常勤講師
大阪市立大学名誉教授、堺市情報セキュリティアドバイザー

1 広告メディア概論 マーケティング 2019/10/25


今日の話

- ▶ 質問とコメントに答える
- ▶ 広告の種類(まとめ)
- ▶ マーケティング
- ▶ 旬の話: Youtubeの広告
- ▶ 広告を写メなどで撮ってC-learningにアップしてみる
 - ▶ その広告の種類は

▶ 2 広告メディア概論 マーケティング 2019/10/25  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


質問とコメント(1)

- ▶ 日本で初めての広告は
- ▶ 昔のCMが消されるのは著作権か
- ▶ 昔のCMは何人体制で作成しているか
- ▶ プレアブル広告とは
- ▶ アドネットワークの始まりは
- ▶ Youtubeの広告を見る人のメリットは

▶ 3 広告メディア概論 マーケティング 2019/10/25  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


広告の種類(1)

- ▶ 機能別分類
 - ▶ 短期直接行動広告、長期直接行動広告、間接行動広告
- ▶ 広告地域別分類
 - ▶ 全国広告、ブロック広告、小売広告
- ▶ 広告対象別分類
 - ▶ 消費者広告、産業広告、流通広告、専門広告、農業広告
- ▶ 広告訴求内容別分類
 - ▶ 商品広告、企業広告、商品・企業折表広告
- ▶ 広告訴求のタイプ別分類
 - ▶ 感情広告、理由広告
- ▶ 需要別分類
 - ▶ 基本的需要広告、選択的需要広告

▶ 4 広告メディア概論 マーケティング 2019/10/25  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


広告の種類(2)

- ▶ コミュニケーション・スペクトル別分類
 - ▶ 知名広告、理解広告、確信広告、行動広告
- ▶ 印象・説得別分類
 - ▶ 印象広告、説得広告
- ▶ 広告媒体別広告
 - ▶ 次スライド
- ▶ 商品ライフ・サイクル別分類
 - ▶ 導入直前期広告、導入期広告、成長期広告、成熟期広告
 - ▶ 衰退期広告

▶ 5 広告メディア概論 マーケティング 2019/10/25  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


広告の種類(3)

- ▶ 広告媒体別広告
 - ▶ (1) 新聞広告、(2) 雑誌広告
 - ▶ (3) ラジオ広告、(4) テレビ広告
 - ▶ (5) 有線放送広告
 - ▶ (6) 屋外広告(OOH: Out Of Home)
 - ▶ (7) 交通広告
 - ▶ (8) 映画・スライド広告
 - ▶ (9) ダイレクトメール(DM)広告
 - ▶ (10) 新聞折込広告
 - ▶ (11) POP広告(店頭広告または購入時点広告)
 - ▶ (12) その他の広告

▶ 6 広告メディア概論 マーケティング 2019/10/25  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


マーケティング(1)

- ▶ **マーケティングの発生**
 - ▶ 生産が消費を上回る
 - ▶ 市場を開拓し、市場に商品を効率よく配給する
- ▶ **高度成長期から低成長時代へ**
 - ▶ 1980年代からバブル期、バブル崩壊を経て
 - ▶ 共生マーケティングの時代へ

▶ 7 広告メディア概論 マーケティング 2019/10/25  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


マーケティング(2) 4P理論

- ▶ **マーケティング理論: 4P理論**
 - ▶ マーケティングマネージャが統制しうる
 - ▶ マーケティングミックスの構成要素
- ▶ **4P理論**
 - ▶ Product: 製品
 - ▶ Place: 場所
 - ▶ Promotion: 販売促進
 - ▶ Price: 価格
- ▶ **広告はPromotion(販売促進)の一手段**
- ▶ **統制できないもの**
 - ▶ 文化的・社会的環境、競合企業
 - ▶ 経済環境、政治的・法律的环境

▶ 8 広告メディア概論 マーケティング 2019/10/25  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

マーケティング(3) Promotion

- ▶ **プロモーション**
 - ▶ 広義: 人的販売、広告活動、パブリシティなどを含む顧客の購読を刺激するすべての方法
 - ▶ 狭義: 人的販売、広告活動、パブリシティを除くマーケティングの諸活動。陳列、展示、展示会、実演など
- ▶ **プロモーションとセールスプロモーション(狭義)**
- ▶ **プロモーションからマーケティング・コミュニケーションへ**
 - ▶ 広告、販売促進、人的販売
 - ▶ パブリック・リレーションズ(PR)、パブリシティ
 - ▶ コーポレート・アイデンティティ(CI)、商品、チャネル
 - ▶ クチコミ

▶ 9 広告メディア概論 マーケティング 2019/10/25  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

マーケティング(4) 4Pから4Cへ

- ▶ **ProductからCommodityへ**
 - ▶ 製品から商品へ: サービスの商品化、ブランド化
 - ▶ 製品は売り手の論理、商品は売り手と買い手の両方
- ▶ **PriceからCostへ**
 - ▶ 商品やサービスの価格、流通の価格
 - ▶ コミュニケーション・コスト
- ▶ **PlaceからChannelへ**
 - ▶ 流通経路政策、物的流通
- ▶ **PromotionからCommunicationへ**
 - ▶ マーケティング・コミュニケーション

▶ 10

広告メディア概論 マーケティング

2019/10/25



帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

マーケティング(5) 新しい動き

- ▶ **トリプル・メディア: ソーシャルメディアの時代**
 - ▶ ペイド・メディア(paid): 有料の広告
 - ▶ オウンド・メディア(owned): 自社のホームページや自社の看板
 - ▶ アーンド・メディア(earned): SNSなどを使って評判を形成
- ▶ **ホリシティック・アプローチ**
 - ▶ 企業と消費者、国と国、人間と自然を包括的に考える
- ▶ **エンゲージメント**
 - ▶ 企業と消費者を紐づける共生マーケティング
 - ▶ ネットなどで消費者とのコンタクトポイントを通して、詳細な商品情報や企業情報を提供

▶ 11

広告メディア概論 マーケティング

2019/10/25



帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY
