

brief kreatywny
moduł reklamowy
<b>problem ginących zawodów</b>
2013/2014

Współczesna informatyzacja i systematyzacja szeroko rozumianych procesów wytwórczych doprowadza do sytuacji, w której ekonomicznie nieoptyczne staje się korzystanie z usług rzemieślników. Tym samym powstaje problem ginących zawodów i profesji, które nie są w stanie konkurować na poziomie ekonomicznym i eksploatacyjnym z dużymi przedsiębiorstwami. Obecna lista ginących zawodów jest bardzo długa. Problem projektowy z jakim przychodzi się Państwu zmierzyć w ramach modułu reklamowego, w którego skład wchodzi przedmioty: planowanie mediów w reklamie 1, marketing i reklama, psychologia reklamy, reklama społeczna, to próba wypracowania całościowej strategii komunikacyjnej i reklamowej wspierającej ginące zawody. Chodzi zatem o wypracowanie konceptu komunikacyjno-kreatywnego, który będzie promował ideę zawodów rzemieślniczych, rzemiosło, ręczne prace i specjalizacje, które powoli odchodzą do rynkowego lamusa. Problem jak zwykle jest złożony i wymaga systemowego podejścia. Ginące zawody potrzebują pomocy z dwóch stron. Naturalnie należy zainteresować część konsumentów tą przestrzenią rynku, ale również warto pokazać, że rzemiosłnictwo to interesujący zawód, warty przemyslenia np. na poziomie wyboru ścieżki edukacyjnej. W świecie, w którym każdy chce być social media managerem, ciekawe jest posiadanie kompetencji w danym „fachu”, który niekoniecznie wymaga komputera. Czas się wykazać.

W ramach poszczególnych zajęć oceniane będą następujące elementy:

przedmiot	wymagania
reklama społeczna	- koncept komunikacyjny - koncept kreatywny - plan komunikacji
planowanie mediów w reklamie	- plan mediowy - znajomość parametrów mediowych i języka media-planer - brief mediowy
marketing i reklama	- plan marketingowy - budżet działań komunikacyjnych
psychologia społeczna	- kolokwium zaliczeniowe - projekt kampanii społecznej

## Założenia logistyczne:

- prezentacje projektów odbędą się wspólnie w ramach ostatnich zajęć - do ustalenia kwestia terminów
- forma prezentacji: prezentacja informacyjno/imageowa dla klienta
- raport marketingowy i plan mediowy
- poster wizualizujący koncept kreatywny, wskazujący na problem/rozwiązanie (format B1, orientacja pionowa)

## Prowadzący:

- reklama społeczna (ćwiczenia): dr Aleksandra Porada
- planowanie mediów w reklamie: dr Dorota Płuchowska
- reklama społeczna: Mariusz Wszótek
- marketing i reklama: Katarzyna Świętek