

Креативные технологии для ДИСТ весна 2023

Все задания по креативным технологиям студент выполняет для одной компании. Необходимо выбрать реальную компанию, для которой планируется обновление рекламной кампании (смена вектора). Это может быть выход в новый регион или выход на новую аудиторию. Компанию и смену вектора студент определяет самостоятельно. Лучше не брать крупные компании, предпочтительно региональные небольшие компании или компании, которые занимаются нишевыми продуктами или услугами. Можно брать и компании, в которых студент работает или стажировался. Перед началом выполнения всех заданий проанализируйте продукт/ услугу, сайт компании и ее социальные сети.

Рубежный контроль 1

Форма задания - аналитическая записка.

Тема - предложить и обосновать возможные варианты изменения рекламной стратегии компании. Это может затрагивать выход на новую аудиторию (шоколад Нестле только для мужчин) или смену упаковки (Кола в новом объеме 0,2 мл). Обоснуйте, что получит компания, какая будет (если будет) новая философия, какие инсайты можно использовать.

Объем - от 2500 знаков с пробелами.

Список источников - укажите ресурсы, на которые опирались. Например, сайты компании, социальные сети, книги и т.п.

Рубежный контроль 2

Форма задания - аналитическая записка.

Тема - собрать и описать примеры (референсы) для новой рекламной стратегии, которая описывалась в РК 1.

Представьте, что ваше выполненное задание попадет в креативный отдел, где уже будут отрисовывать макеты и писать сценарии по вашим предложениям. Соберите иллюстрации, примеры различных визуализаций, цветовых решений.

Объем - от 2500 знаков.

Итоговое практическое задание

Форма задания - презентация с текстом.

Тема - собрать единое коммерческое предложение в виде выступления с презентацией. Представьте, что вы выступаете перед своей компанией и хотите убедить ее руководство в необходимости изменений. Подготовьте визуальную презентацию и текст к ней. Можно и нужно использовать результаты предыдущих заданий.

Требования к объему нет. Главное - убедительность.