

კურსის ავტორი: თათია დოლიძე

კურსის დაწყების თარიღი: 17 თებერვალი

შესვდრების რაოდენობა: 12

ლექციის ხანგრძლივობა: 90 წუთი

ლექციების დღეები: სამშაბათი 20:00, შაბათი 13:00

სტუდენტების რაოდენობა: 10 (დამატებითი სტუდენტი: +5%)

01 ლექცია I ბრენდის არსი

საიდან იწყება ყველაფერი: რა არის ბრენდი და რას ნიშნავს მისი არსი. მიზანი, ღირებულებები, ფუნქციური და ემოციური ბენეფიტები, კონსიწიონირების პრინციპი და ბრენდის როლი მომხმარებლის ცხოვრებაში.

02 პრაქტიკა I

ბრენდის შექმნა/შერჩევა და მისი ფორმირების პროცესის დაწყება - ბრენდის იდეის განსაზღვრა და მისი მომავალი კომუნიკაციების საძირკვლის ჩაყრა.

03 ლექცია II ბრენდის პერსონიფიკაცია:

ბრენდის ხასიათის გაშიფვრა: როგორ ყალიბდება ბრენდის ხმა, ქცევა და ხედვები. არქეტიპების გამოყენება კომუნიკაციის კონსისტენტურობისა და ცნობადობისთვის.

04 პრაქტიკა II

ბრენდის არქეტიპების განსაზღვრა და პერსონიფიკაციის დეტალური აღწერა - როგორ “ლაპარაკობს” და როგორ იქცევა ბრენდი.

05 ლექცია III სტრატეგიული პლატფორმა:

ბრენდის სტრატეგიული ჩონჩხის შექმნა: მისია, ხედვა, ფასეულობები, ბრენდის დაპირება, აუდიტორიის სემენტაცია და კონკურენტული განმასხვავებლების იდენტიფიცირება.

06 პრაქტიკა III

ვინ ვართ, რა გვქვს სათქმელი და რატომ უნდა მოგვისმინონ ადამიანებმა.

07 ლექცია IV საკომუნიკაციო პლატფორმა:

როგორ ვესაუბროთ სამყაროს ბრენდის სტრატეგიაზე დაყრდნობით: საკომუნიკაციო მიზნების განსაზღვრა, მთავარი გამოწვევების იდენტიფიცირება და კონტენტის მიმართულებების ჩამოყალიბება.

08 პრაქტიკა IV

სტორიითელინგის სტრუქტურის შერჩევა, კონტენტის ხაზების განსაზღვრა და ბრენდის ენის (tone of voice) ჩამოყალიბება.

09 ლექცია V კამპანიის სტრუქტურა:

360° კამპანიის არქიტექტურა: არხების შერჩევა და მათი როლი – TVC, OOH, Digital, PR, Activations, Influencers. სტრატეგიისა და კრეატივის სინერგია.

10 პრაქტიკა V

საკომუნიკაციო გეგმის შექმნა: არხების სწორად გადანაწილება და კამპანიის ძირითადი ასეტების დამუშავება.

11 ლექცია VI კრეატიული კონცეფცია:

რა ემნის ძლიერ კრეატიულ კამპანიას: ინსაიტებზე დაფუძნებული იდეების განვითარება, იდეაციის მეთოდები და კამპანიის მთავარი კრეატიული ასეტების განსაზღვრა.

12 პრაქტიკა VI

კრეატიული კონცეფციების დამუშავება: მთავარი მესიჯის ფორმულირება და კამპანიის გაშლის იდეების განვითარება ბრენდის კლათფორმის დაცვით.