

De beoordeling van Designing for Campaigns

De beoordeling van het project is op basis van:

- Een ingeleverd (en later geupload) campagneboek
- De pitch tijdens het assessment
- De werkwijze tijdens de lessen

Campagneboek:

Het campagneboek is een creatieve weergave van de oplossing van de campagne. In je achterhoofd kan je steeds bedenken dat de opdrachtgever meerdere pitches heeft gezien en gehoord en niet meer precies weet wie wat heeft gezegd en laten zien. Door een campagneboek achter te laten weet de opdrachtgever weer waar het over ging (voor school: het idee van de campagne kan worden beoordeeld).

In het campagneboek staan minimaal de volgende elementen:

- Conceptbeschrijving:
 - Naam campagne
 - Pay-off
 - Doelgroepbeschrijving
 - Doelstelling
 - Korte omschrijving van de werking van het concept
- Voorbeelden van de instrumenten (lo-fi) die ingezet gaan worden voor de campagne

In het campagneboek wordt niet het proces beschreven van de werkzaamheden. Het gaat alleen om de eindresultaten en de uitgangspunten voor het concept. Wees creatief om 'op te vallen'.

Pitch:

Tijdens het assessment heb je een pitch: je laat kort zien welke uitgangspunten je hebt en geeft aan hoe de campagne moet gaan werken. Je laat dus uitingen zien en geeft aan waarom deze uitingen het concept gaan ondersteunen en waarom de uitingen het doel van de campagne gaan realiseren. De pitch duurt ongeveer 5 – 10 minuten. Daarna geef je het campagneboek aan de docenten die beoordelen. Na het pitchen (klassikaal) gaan de docenten beoordelen. En ze geven aan welke twee campagnes ook aan de opdrachtgever gepresenteerd kunnen worden.

Het kan dus zijn dat de pitch ook bij de opdrachtgever gegeven moet worden.

De cijfers worden na de presentatie aan de opdrachtgever bekend gemaakt.

Werkwijze tijdens de lessen:

De begeleidende docent geeft samen met de tweede assessor het cijfer voor de campagne. De begeleidende docent neemt daarin ook de werkwijze (het proces) tijdens de werkcolleges mee.