

מטרת הקורס:

1. הכרת תהליך העבודה על מסע פרסום בכלל ופרסום חברתי בפרט.
 2. התנסות בהכנת חומרים לטובת קמפיין לשינוי חברתי.
-

מפגשים 1-4:

1. הפרסום כחלק מהתקשורת השיווקית
 2. המסר הפרסומי - חברתי מול עסקי
 3. "בריף" לקוח ו"בריף" קריאטיב
 4. אסטרטגיה וטקטיקה פרסומית
 5. סטנדרטים גרפיים כחלק מתהליך המיתוג
 6. יישום האסטרטגיה באפליקציות פרסומיות
 7. פרסום עצמי
-

מפגשים 5-8:

1. הכרת הנושא / הלקוח מטרה ויעדים - בריף לקוח
 2. ערוצי תקשורת - שלט/כרזה, מודעה לעתון, בנר לאינטרנט, תשדיר וידאו ומייצג/מייצב
 3. הצגת תחקיר ואפשרויות לאסטרטגיה פרסומית - הצגת יחיד
 4. עבודה בצוותים - בחירת אסטרטגיה וטקטיקה פרסומית
-

מפגשים 9-13:

1. עבודה בצוותים - בניית קונספט פרסומי (אימג' מוביל, סיסמא, מסגרת גרפית, צבעוניות)
 2. הכנת חומרים לערוצי תקשורת
 3. הצגת עבודות ובקורות
-

דרישות הקורס:

1. השתתפות פעילה במפגשים
 2. פרסום אישי - אימג' מוביל וסיסמא/כותרת
 3. תחקיר על נושא הקמפיין בהתאם לקהל היעד, אסטרטגיה פרסומית והרציונאל שמאחוריה.
 4. עבודה בצוות - בניית אסטרטגיה ופיתוח רעיון פרסומי והכנת חומרי פרסום לערוצי תקשורת: בנר לאינטרנט, כרזה, סטורי-בורד לתשדיר ודף מידע.
-

מרכיבי הציון הסופי:

- 1) השתתפות פעילה בעשרה מפגשים לפחות - 30%
- 2) פרסום אישי - 5%
- 3) עבודת תחקיר ואסטרטגיה פרסומית - 35%
- 4) עבודה בצוות - פתוח רעיון פרסומי והכנת חומרים - 30%