

Молодежная PR-кампания. Хорошо учиться - престижно

Область знаний: Интегрированная кампания, PR, реклама, социальные медиа

Клиент: Департамент образования города Москвы

Успешная учеба в вузе становится признаком осознанного и ответственного подхода к будущей карьере и благополучию.

Разработайте интегрированную кампанию, направленную на повышение престижности успешной учебы в вузе и добросовестного получения будущей профессии.

Коммуникационная задача: сформировать мнение о “моде” и “престижности” успешной учебы в вузе. Показать, что учиться нужно не только ради получения документы о высшем образовании, но и для получения профессии.

План работы

1. **Исследование и аналитика.** Определите поведенческие инсайты успешных студентов вуза. В чем состоит их мотивация? Какие особенности поведения существуют? Как успешные студенты воспринимаются сверстниками и какое воздействие на них оказывают? Существует ли особый взгляд работодателя при организации карьеры таких студентов? Проведите качественное маркетинговое исследование и соберите информацию, необходимую для реализации проекта;
2. **Разработайте стратегию и идею имиджевой кампании,** направленной на повышение престижности успешной учебы в вузе;

3. **Предложите серию активаций** с использованием необходимых медиа и инструментов маркетинговых коммуникаций;
4. **Разработайте не менее 4 промо материалов** в рамках реализации предложенной концепции. Это может быть: наружная реклама, печатная реклама, наполнение нового раздела сайта, подготовка тематических публикаций различного формата и тематики, интерактивные мероприятия и пр.

На кого ориентирован проект

Студенты младших и старших курсов университета, которые заинтересованы не только в получении диплома, но и в получении востребованной профессии. Такие студенты понимают роль обучения и самообучения, стремятся

проявлять инициативу и демонстрируют вовлеченность в учебный процесс. Данная референтная группа может стать хорошим примером тем студентам, которые пока не до конца поняли необходимость осознанного и успешного обучения в вузе.

Рекомендации и комментарии

- Основная коммуникационная задача - повышение “престижности” успешной учебы в вузе.
- Все промо-материалы и активации должны быть объединены общей идеей.

- Прежде чем придумывать инструменты реализации, необходимо определиться со стратегическим планированием кампании: основной message коммуникации, инсайт, целевая аудитория, смысл, ожидаемый отклик и т.д.

Итог и презентация работы

Презентация (в т.ч. Формате PDF) процесса выполнения проекта и подготовки контента не более 10 слайдов (и/или видео не более 2 минут). Также не менее 4 промо материалов в рамках предложенной концепции.