



ИНТЕРАКТИВНАЯ ВСТРЕЧА ПО РЕКЛАМЕ И PR

Пару слов обо мне...

Выпускница ИРСО -
Института Рекламы и
Связи с Обществом
2017 года.

Работаю с рекламными, PR-
проектами и социальными
сетями
с 2014 года.

Автор и руководитель
профориентационного
проекта «Галерея



Циванюк

Дарья

Пару слов о проекте «Галерея профессий»

Это новый
профориентационный проект
Молодёжного центра START.

В рамках проекта
реализуется комплекс
мероприятий,
способствующих
профессиональному
самоопределению:

- ✓ тренинги личностного
самоопределения
- ✓ экскурсии на предприятия

Галерея профессий

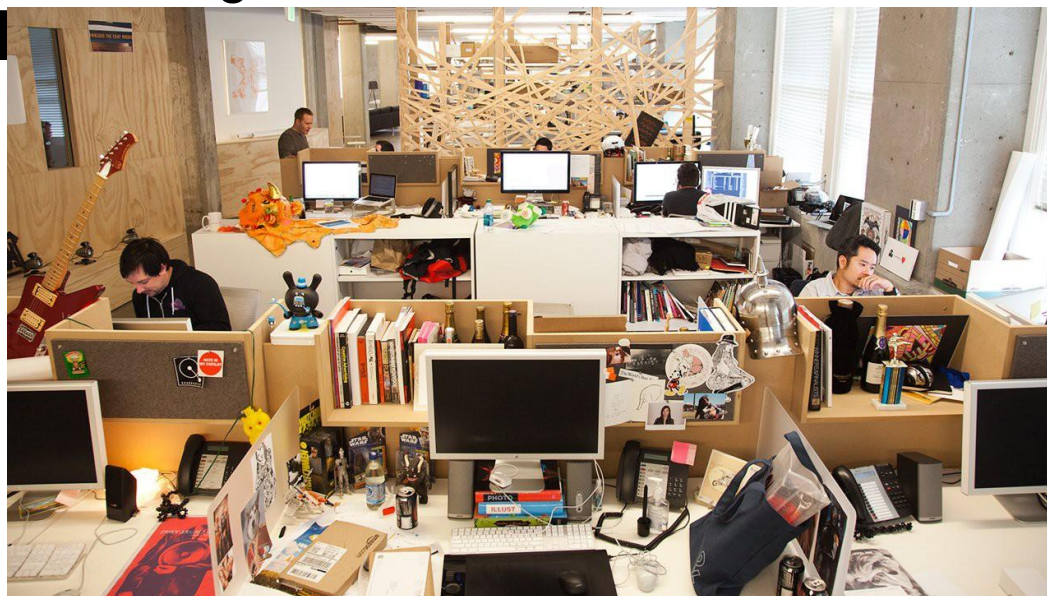


vk.com/gallery_prof

Понятия

Креативное агентство

рекламное или PR агентство, которое специализируется на создании новых брендов, необычных рекламных и PR кампаний.



Структура агентства

1. Директор (руководитель) 2. Директор по развитию
3. Творческий (креативный) отдел
 - Креативный директор - Менеджер творческого отдела
 - Составитель текстов (копирайтер) - PR-менеджер
 - Художественный редактор - Рекламист
 - Специалист по работе с социальными сетями

Нейминг

процесс разработки названия бренда для компании, товара или услуги.

3 основных критерия:

1. Просто читается и легко произносится

2. С лёгкостью запоминается и
воссоздается в памяти

3. Не вызывает негативных воспоминаний и
эмоций

УТП

Уникальное Торговое Предложение

Критерии УТП:

1. Содержит конкретную выгоду (что получит ваш клиент?)
2. Предложение сформировано таким образом, что конкурент либо не может его дать, либо не успел выдвинуть ранее.
3. Предложение должно иметь большую силу, чтобы привлечь к себе как можно больше потребителей

Слоган

рекламный лозунг или девиз.

Набор качеств идеального слогана:

1. Легкость запоминания
2. Ассоциация с брендом
3. Краткость
4. Звучность
5. Уникальность и неповторимость

Фирменный блок

объединенные в композицию
ЛОГОТИП И ЭМБЛЕМА.



Спасибо за внимание

