

Valikaine „Reklaamiõpetus“

Valikaine „Reklaamiõpetus“	1
Valikkursus „Reklaamiõpetus“	2

Valikkursus „Reklaamiõpetus”

Valikkursusega taotletakse, et õpilane teab ja tunneb:

- 1) reklaami kui nähtuse kultuurilisi ja sotsiaalseid aspekte;
- 2) kommunikatsiooni eripära;
- 3) reklaamikampaania elemente ja selle väljatöötamise põhimõtteid;
- 4) eri meediakanaleid.

Kursuse lõpetamisel õpilane:

- teab reklaami kui veenmiskunsti eri aspekte ja oskab neil teemadel arutleda;
- tunneb reklaami majanduslikke, sotsiaalseid ja kultuurilisi aspekte;
- oskab analüüsida reklaamitavaid tooteid ning selle sihtgruppi;
- tunneb ideede leidmise meetodeid;
- teab reklaamikampaania ülesehitust;
- oskab reklaami analüüsida ja kriitiliselt hinnata;
- oskab koostada lähteülesande;
- analüüsida toodet ja turgu;
- sõnastada reklaami eesmärgi;
- kasutada eri meetodeid ideede genereerimiseks;
- koostada aja- ja tegevusplaani;
- pakkuda reklaami avaldamiseks sobiva meediakanali;
- presenteerida ja põhjendada reklaami loovlahendust.

Õppesisu

TEORIA: REKLAAMI PÕHIELEMENID

Reklaami määratlemine. Reklaam kui veenmiskunst: informeerimine ja manipuleerimine. Reklaam majanduse, kultuuri ja ühiskonna ristteel. Toode, tarbija, meedia. Ideede leidmise meetodid. Kampaania ülesehitus. Reklaami analüüs ja kriitiline hindamine.

PRAKTIKA: REKLAAMI LOOMINE JA REKLAAMIKAMPAANIA PLANEERIMINE

Briif (lähteülesanne), turu kaardistamine, sihtgrupi määratlemine ja analüüs, toote/teenuse positsioneerimine, reklaamisõnumi määratlemine, eelarve koostamine, meediakanali valimine, aja- ja tegevusplaani koostamine, ajurünnak jms ideede leidmise meetodite rakendamine, ideede testimine, ideede presenteerimine ja põhjendamine, kampaania elluviimine.