



თიბისი



სარეკლამო კონტენტის შექმნა სილაბუსი



<p>შეხვედრებისა და საათების რაოდენობა</p>	<p>ხანგრძლივობა: 1 თვე შეხვედრების რაოდენობა: 8 ლექცია საათების რაოდენობა: 16 საათი</p>
<p>ლექტორი</p>	<p>მარიამ ლორთქიფანიძე mariam.lortkhipanidze@colab.ge</p>
<p>სასწავლო კურსის ფორმატი</p>	<p>კურსის განმავლობაში, აუცილებელია ყველა ლექციაზე დასწრება - ონლაინ ფორმატში, ჩართული კამერით და მიკროფონით. სტუდენტს მოუწევს 2 დავალების და 1 ფინალური პროექტის მომზადება.</p>
<p>შეფასების კომპონენტები:</p>	<p>მონაწილეობა - ესწრება თუ არა სტუდენტი ლექციებს 10 ქულა</p> <p>დავალება - კურსის განმავლობაში სტუდენტები შეასრულებენ ორ დავალებას დამოუკიდებლად ან ჯგუფებში (ერთ დავალებაზე, ვორქშოპის ფორმატში იმუშავებთ ლექციაზე, მეორე დავალებას კი, შეასრულებთ დამოუკიდებლად) თითო ფასდება 25 ქულით - ჯამში 50 ქულა</p> <p>ფინალური პროექტი - 40 ქულა კონტენტ გეგმის მომზადება (რა პერიოდზე, რა სიხშირით, რომელ არხში და რა ფორმატით გავაკეთოთ ბრენდის კამპანიის აქტივაცია)</p>

ლექცია	ლექციის შინაარსი	ძირითადი მიზნობები
#01.	კომუნიკაციის ევოლუცია	კომუნიკაციის ევოლუცია და თანამედროვე ციფრული სამყაროს გამოწვევები
#02.	საკომუნიკაციო არხები	რატომ არის მნიშვნელოვანი, ვიცნობდეთ საკომუნიკაციო პლატფორმებს
#03.	საკომუნიკაციო და კონტენტ სტრატეგია	რა არის კომუნიკაციის მიზანი, ვინ არის სამიზნე აუდიტორია, რა მიმართულებებით და ფორმატებით ვპასუხობთ ამოცანებს.
#04.	შთაგონება და ხელსაწყოები	სად უნდა ვეძებოთ შთაგონება კონტენტის შესაქმნელად, რა ხელსაწყოები და პლატფორმები გვეხმარება დამოუკიდებლად კონტენტის შექმნაში / დამოუკიდებელი დავალება 25 ქულა
#05.	კონტენტის აღსრულება	როგორ ვაცოცხლებთ იდეებს - კონტენტის პრე და პოსტ ფროდაქშენი
#06.	360 კამპანია	როგორ გავამასშტაბუროთ კომუნიკაცია, რეალური კამპანიების და ქეისების განხილვა
#07.	ვირუსული კონტენტი	ვირუსული კონტენტის საუკეთესო მაგალითები და ტრენდები / ლექციის მეორე ნახევარში იმუშავებთ დავალებაზე 25 ქულა
#08.	ფინალური პროექტი	კონტენტს ზეგმის მომზადება - რა პერიოდზე, რა სიხშირით, რომელ არხში და რა ფორმატით გავაკეთოთ ბრენდის კამპანიის აქტივაცია