

TRABALHO INTERDISCIPLINAR 7º PERÍODO DE PUBLICIDADE – INTER7

REGULAMENTO

DEFINIÇÃO

O trabalho interdisciplinar do curso de Publicidade e Propaganda, Inter7, tem como objetivo levar a prática da profissão para os alunos do 7º período. Após receberem um Briefing de um cliente real, os estudantes deverão desenvolver um Plano de Comunicação contendo todas as etapas: Briefing criativo, Planejamento, Redação, Direção de Arte, Ação Digital, Mídia e Produção.

OBJETIVO

Este trabalho têm o objetivo de mostrar toda a dinâmica da profissão e aproximar o mercado acadêmico e profissional, pois como jurados do evento, além de professores da instituição, teremos os principais nomes da Publicidade local para avaliar a resolução do problema de comunicação do cliente.

METODOLOGIA

O Briefing será uma campanha para a marca Delikata. A ideia é que grupos de 5 a 6 alunos do curso de Publicidade e Propaganda do 7º. Período criem uma solução de comunicação considerando o problema do cliente tendo por base análise macroambiental, microambiental, comportamento do consumidor e situação atual da marca. Cada grupo será, na verdade, uma Agência de Publicidade. As ideias serão apresentadas pelos grupos no dia 22 de maio, no período da manhã, no Cineteatro das Faculdades Integradas Barros Melo, para um júri composto pelos principais nomes do mercado publicitário pernambucano e pelo cliente. Os resultados serão anunciados no dia seguinte neste mesmo local, onde também acontecerá a entrega da premiação. Apenas um grupo sairá vencedor e o prêmio será pela melhor proposta de campanha.

ETAPAS

A Agência deverá apresentar a Estratégia de Comunicação contendo todas as etapas:

1. Briefing Criativo
2. Planejamento de Comunicação
3. Campanha Criativa | Peças – etapa livre para cada agência. Em caso de proposta de peças eletrônicas, a Agência poderá apresentar o material pronto. Caso seja indicada a necessidade de se fazer um filme, por exemplo, o roteiro poderá ser produzido. O mesmo acontecendo com quaisquer outras peças eletrônicas – spot, comunicação digital, etc.
4. Plano de Mídia – Considerando a verba do cliente em R\$ 200.000,00, a Agência deve propor um plano para lançamento em Recife.

PROCEDIMENTOS

As orientações acontecerão em horário estipulado pelo professor de cada disciplina envolvida no trabalho.

Para professores de Disciplinas de 40h – A atividade terá até 4h de orientação

Para professores de Disciplinas de 80h – A atividade terá até 8h de orientação

JULGAMENTO

O Julgamento será feito tomando os seguintes itens em consideração:

1. Adequação da Estratégia ao Briefing.
2. Utilização racional da verba do cliente.
3. Justificativa da Estratégia.
4. Análise Micro e Macroambiental.
5. Criação.
6. Uso criativo da mídia