

BRIEF**FILMY PROMOCYJNE**

produkowane w związku z realizacją projektu „Budowa narzędzi do promocji marki oraz kampania promocyjna kursów anglojęzycznych realizowanych w ASP w Katowicach,” finansowanego przez Narodową Agencję Wymiany Akademickiej w ramach programu „Nowoczesna promocja zagraniczna” (nr umowy PPI/NPZ/2018/1/00103/U/001)

CEL

Produkcja 3 filmów (2 filmy 30–60 sekundowe; 1 film 60–120 sekundowy) promujących Akademię Sztuk Pięknych w Katowicach, pokazujących infrastrukturę, dydaktykę i wydarzenia w ASP w Katowicach kierowanych do kandydatów na studia. Filmy zostaną opublikowane na stronie www uczelni oraz w serwisach społecznościowych. Filmy mają być skierowane do potencjalnych kandydatów: absolwentów wyższych uczelni artystycznych w Polsce i na świecie, którzy ukończyli studia 1. stopnia o profilu projektowym lub artystycznym, a także do partnerów współpracujących z ASP. Filmy mają być anglojęzyczne.

FORMA KOMUNIKATU

1. Adekwatny dla branży edukacyjnej w zakresie projektowania i sztuk wizualnych (Europa i świat),
2. Zachęcający kandydatów z zagranicy (anglojęzycznych) do zapoznania się z ofertą ASP w Katowicach i podjęcia studiów w ASP,
3. Profesjonalny (charakterystyczny dla branży projektowej, kreatywnej, edukacyjnej), ale lekki, wyróżniający się, „szerowalny”.

KLUCZOWA KORZYŚĆ

1. Oferujemy atrakcyjne studia, przygotowujemy profesjonalnie do uprawiania zawodu kreatywnego w zakresie projektowania graficznego (Designing Reading Experience and Interactive Storytelling) oraz wzornictwa (Inclusive Design for Health and Social Well-Being),
2. ASP jako partner, uczelnia, miejsce – korzyści ze studiowania i współpracy oparte na wartościach (zestaw wartości zostanie przekazany wybranemu Wykonawcy).

SZCZEGÓŁOWY ZAKRES ZLECENIA**1. FILMY**

- a. Filmy powinny zawierać hasła odwołujące się do promocji ASP i nowych kierunków, które zostaną przekazane wybranemu Wykonawcy. Hasła powinny pojawić się w filmie w formie komunikatu typograficznego zgodnego z kluczem wizualnym, który udostępnimy wykonawcy. Wykonawca będzie współpracował z grafikiem wytypowanym przez ASP.
- b. Filmy mogą, ale nie muszą stanowić całości (serii). Każdy z nich może być niezależną formą.
- c. Filmy mają być dokumentacją przestrzeni, pracy, ludzi, mogą również zawierać sytuacje aranżowane.
- d. Zdjęcia powinny odbywać się na terenie uczelni, w naturalnych wnętrzach ASP. Mogą pojawić się fragmenty miasta np. nasza galeria Rondo Sztuki, Strefa Kultury, Muchowiec (sport), kawiarnie. Miejsca, które mogą być atrakcyjne dla młodych ludzi z zagranicy. Dopuszczamy użycie wcześniej nakręconych materiałów.

- e. W filmie mogą występować pracownicy i studenci. Nie przewidujemy występowania aktorów.
- f. Filmy chcemy głównie pokazywać na kanale YouTube, mają odsyłać do naszej strony www, zachęcać do zapoznania się z ofertą na stronie. Chcemy też wyświetlać je na konferencjach, targach edukacyjnych itp.
- g. Zależy nam na filmach ciekawych, nieoczywistych, surrealistycznych, lekkich, zabawnych, pokazujących wielowymiarowość ASP i specyfikę dwóch nowych kierunków.

ODBIORCY

1. Studenci anglojęzyczni, w wieku 19–27 lat, po studiach licencjackich, świadomie wybierający studia na uczelni zagranicznej.
2. Różne podmioty (uczelnie, instytucje kultury, wykładowcy, naukowcy, przedsiębiorcy) zagraniczne, anglojęzyczne, potencjalnie zainteresowane współpracą z ASP.

Bezpośrednią grupą docelową projektu są kandydaci na studia 2. stopnia na kierunku Projektowanie Graficzne oraz Wzornictwo na Wydziale Projektowym Akademii Sztuk Pięknych w Katowicach. Działania promocyjne pragniemy w pierwszej kolejności skierować do kandydatów z Unii Europejskiej, w tym do naszych najbliższych sąsiadów – Czechów i Słowaków, ale również do kandydatów z Niemiec, Wielkiej Brytanii, Holandii i krajów skandynawskich. W drugiej kolejności w obszarze naszych zainteresowań leżą Stany Zjednoczone i Kanada oraz kraje uprzemysłowione Azji południowo-wschodniej.

Filmy będziemy mogli również wykorzystać do promowania wymiany międzynarodowej (np. w ramach programu Erasmus+), wymian krótkoterminowych (warsztatów, szkół letnich, rezydencji) oraz do promocji zaplecza badawczego i artystycznego, co oznacza, że pośrednio komunikaty będą kierowane również do studentów programu Erasmus+, zagranicznych uczelni partnerskich oraz zagranicznych artystów, z którymi realizujemy lub planujemy realizować badania naukowe, organizować wystawy i konferencje.