

# კრეატიული კონტენტი და ქოფირაითინგი

## ლექტორი

თათია დოლიძე

## სასწავლო კურსის მიზნები

კურსის მიზანია სარეკლამო ბაზრისთვის კონკურენტუნარიანი კადრების მომზადება, სტუდენტების დახმარება, რათა მათ შეძლონ თავიანთი პოტენციალის აღმოჩენა და გამოყენება, თვითმყოფად კადრად გარდასახვა. კურსის დასრულების შემდეგ, სტუდენტი მზად იქნება გახდეს სრულფასოვანი კონტენტ მენეჯერი, რომელსაც თავის მხრივ შეეძლება კონტენტის მოფიქრება, შექმნა, პრეზენტაციის ჩატარება და თავისივე გენერირებული იდეის აღსრულებაში მოყვანა.

## კურსის ხანგრძლივობა

17 შეხვედრა (34 საათი)

## სასწავლო კურსის შინაარსი

გაითვალისწინეთ, რომ კონტენტ მენეჯერობა არ არის სპეციალობა, რომელიც შეგიძლია შეისწავლო, როგორც თეორიული საგანი. აქ ლომის (რომელიც შეიძლება კანის ლომიც აღმოჩნდეს, საბოლოოდ) წილი მოდის პრაქტიკაზე. სწორედ ამიტომ, ლექციების მეორე ნახევარი ყოველთვის დაეთმობა თეორიის პრაქტიკულ უნარ-ჩვევებში გადათამაშებას.

## ლექცია 1: შეიცან თავი შენი

- ანუ რას ნიშნავს იყო კონტენტ მენეჯერი
- რამდენად საჭიროა პროფესიული თვითშეგნება იმისთვის, რომ ზუსტად იცოდე, რა გევალება, რა არ გევალება, რა მოლოდინებს ქმნი, რა არის შენი პროფესიული არსებობის მიზანი, როგორ ვითარდება შენი პროფესია, როგორ ნაწილდება როლები სარეკლამო სფეროში
- კრეატიულ სააგენტოში მუშაობის სპეციფიკა
- ბრენდის, მარკეტინგისა და უშალოდ კონტენტ მარკეტინგის მიმოხილვა
- ბრენდის არქეტიპები, მათი განსაზღვრა და გამოყენება კონტენტის შექმნისას
- სტუდენტების გაცნობა და ინსტრუქტორის გამოცდილების წარდგენა

## ლექცია 2: ვილაპარაკოთ ქეშმარიტ ბრიფზე

- რა არის ბრიფი? როგორ გავშიფროთ იგი
- რაში გამოგვადგება ბრიფი და მისი სწორად წაკითხვა
- როგორია კარგი და ცუდი ბრიფი
- გავაანალიზებთ, რამდენად საჭიროა მისი არსებობა და შევისწავლით მის შექმნასაც, არარსებობის შემთხვევაში

## ლექცია 3: პრაქტიკუმი

- განვლილი ორი თემის დავალებების უკუკავშირი და პრაქტიკული გავარჯიშება

#### ლექცია 4: ასჯერ გაზომე, ათჯერ გაჭერი

- კომუნიკაციის სტრატეგიის როლის განსაზღვრა
- სტრატეგიის შექმნის საბაზისო ცოდნა
- სტრატეგიის სტრუქტურების სპეციფიკა - მისი განახლების მეთოდები

#### ლექცია 5: კონტენტის არქიტექტურა

- კონტენტის ნაირსახეობები:
  - ◆ სერიები
  - ◆ ვიდეოკონტენტი
  - ◆ კრეატიული კონტენტის მრავალფეროვანი მიმართულებები და მათი არსობრივი სტრუქტურები

#### ლექცია 6: პრაქტიკუმი

- განვლილი 2 თემის დავალებების უკუკავშირი და პრაქტიკული გავარჯიშება

#### ლექცია 7: სად არის იდეის თავი დამარხული

- სხვადასხვა ხერხი იდეების გენერირებისთვის
- სად გამოვიჭიროთ ინსპირაციის წყარო, რა სიჩქარით დავლიოთ ეს წყარო, როგორ ვებრძოლოთ ტვინის კრეატიული უჭრედების გაუწყლოვნებას
- ბრენსტორმინგი და მისი ნაირსახეობები
- მუდბორდებისა და საინსპირაციო რეფერენსების შეგროვების კულტურა
- შუალედური დავალება

#### ლექცია 8: წერა, წერა და გადაწერა

- ქოფირაითინგის ინტეგრირებული კურსი
- ტექსტის უნიკალურობის მიღწევის მეთოდები
- ბრენდის სასაუბრო ტონის განსაზღვრა, ტექსტის შაბლონირება, სარეკლამო ენის ჩვევები, კრიტიკული აქცენტები, Do's and Don'ts (ნაწილი I)

#### ლექცია 9: პრაქტიკუმი

- განვლილი 2 თემის დავალებების უკუკავშირი და პრაქტიკული გავარჯიშება ქოფირაითინგში

#### ლექცია 10: წერა, წერა, გადაწერა და გადაწერა

- წარმატებული ქოფირაითინგის მაგალითების განხილვა

- ტექსტის დინამიკის განსაზღვრა
- ოქროს წესები ქოფირაითინგში
- ლიტერატურული ხრიკები ქოფიში
- რჩევები ქოფის მოკლე დროში წარმოებისთვის
- Do's and Don'ts (ნაწილი II)

### ლექცია 11: ვინც ეძებს, ის პოულობს

- რისერჩის ხელოვნება, კონკურენტების საბაზრო კვლევა, კონტენტის განხრით
- ინსაიტების არქეოლოგია
- საკვანძო პუნქტები კონტენტის მოსაპოვებლად. ე.წ. პარტიზანული კონტენტ მენეჯმენტის დავალება
- ქეისების განხილვა

### ლექცია 12: პრაქტიკუმი

- განვლილი 2 თემის დავალებების უკუკავშირი და პრაქტიკული გავარჯიშება

### ლექცია 13: როგორ შევკაზმით იუნიქორნი

- კრატული კონტენტის პრეზენტირება
- რამდენად მნიშვნელოვანია სწორი შეფუთვა და კონტენტის ისე წარდგენა
- როგორ დავალაგოთ სწორად აზრები და გადმოვცეთ სათქმელი
- პრეზენტაციის ქეისების განხილვა

### ლექცია 14: პრაქტიკუმი

- გუნდური სავარჯიშოები, სადაც სტუდენტები მოემზადებიან ფინალური დავალებისთვის

### ლექცია 15: იყო და არა იყო რა

- ზღაპრის დასაწყისი და ზღაპრის დასასრული
- ერთი (სრული კურსის გამაანალიზებელი) დღე სარეკლამო სააგენტოში
- ფინალური დავალების მიღება

### ლექცია 16: პრაქტიკუმი

- კურსის ბოლო პრაქტიკული შეხვედრა სრულად დაეთმობა ინდივიდუალური ფინალური დავალებების ანალოგის მიხედვით ვარჯიშს. ჯგუფი ლექტორთან ერთად გაივლის ფინალური დავალების თითოეული კომპონენტის შესრულების პროცესს

## ლექცია 17: ფინალური

- საბოლოო ნამუშევრის პრეზენტირება და უკუკავშირების მიღება

### სასწავლო კურსის სწავლის შედეგები

#### კურსის მსმენელებს ეცოდინებათ:

- რა უნარებსა და ვალდებულებების ნაკრებს გულისხმობს მათი შერჩეული პროფესია
- როგორ მოახდინონ იდეების გენერირება ეფექტურად დროში და კონკრეტულ გარემოში, სადაც ტრენდები უსწრაფესი ტემპით იზრდება, ინფორმაციული ნაკადი კი (სხვა ზღვა კონტენტი) ძალიან ინტენსიურია
- როგორ გადმოსცენ მოფიქრებული კონცეფცია და მიაღწიონ მას რეალური სახე

#### კურსის მსმენელებს შეეძლებათ:

- კონტენტის შექმნის სრული პროცესის დამოუკიდებლად გავლა - იდეის გენერირებიდან მის რეალურ აღსრულებამდე
- კურსის მსმენელები, თავდაპირველად კარგად გაიაზრებენ თითოეული საფეხურის მნიშვნელობას, შემდეგ კი ისწავლიან მის შესრულებასაც:
  - ბრიფის მიღება და დამუშავება (Debrief)
  - კომუნიკაციის კრეატიული სტრატეგიის შემუშავება
  - იდეების გენერირება და კონცეფციის მონახაზის შექმნა რეფერენსების დახმარებით
  - ბრენდის Tone of Voice-ის შერჩევა ციფრული კომუნიკაციებისთვის
  - კონტენტის იდეების არგუმენტირებული პრეზენტირება
  - კონტენტის ტექსტობრივი ნაწილის სინთეზირება ვიზუალურ ნაწილთან, იდეურ დონეზე

### სასწავლო კურსის მოთხოვნები

ფლობდეს ქართულ და ინგლისურ ენებს, შეეძლოს ქართულ ენაზე გამართულად წერა და ინგლისურენოვანი კონტენტის გარჩევა.

### სასწავლო კურსის შეფასება

კურსის განმავლობაში ძალიან დიდი მნიშვნელობა ენიჭება თეორიულ და პრაქტიკულ დავალებებს და მათზე დამოუკიდებლად მუშაობის უნარს. ყოველი შეხვედრის შემდეგ მიცემულ

დავალებებთან ერთად, იქნება შუალედური და საბოლოო დავალება, რომლის შესრულების ხარისხი - განსაზღვრავს სტუდენტის მიერ კურსის წარმატებით დასრულებას.

### კურსის დასრულების შემდეგ გაიცემა ორენოვანი სერტიფიკატი:

- კურსის წარმატებით დასრულების სერტიფიკატის მისაღებად სტუდენტმა უნდა მოაგროვოს მინიმუმ 70 ქულა
- კურსის მინიმუმ 90 ქულაზე დასრულების შემთხვევაში, სტუდენტი სერტიფიკატთან ერთად მიიღებს წერილობით დახასიათებას/რეკომენდაციას ლექტორისგან

### ლექტორის შესახებ

- თათიას აქვს კრეატიულ სააგენტოებში მუშაობის 9 წლიანი გამოცდილება: FCB Artgroup, ლივინგსტონი, რედბერი, მაკკენ ერიქსონის თბილისის ფილიალი, ფორმულა კრეატივი.
- ინსტრუქტორი ჰიბრიდული კადრია და ფიქრობს, რომ მომავლის პროფესიები აუცილებლად მოიაზრებენ ბევრი სხვადასხვა უნარის სინთეზს მომიჯნავე პოზიციებთან. სწორედ ამ პრინციპით, 6 წლის მანძილზე, კრეატიული განხრით, თითქმის ყველა სფეროში იმუშავა - სოციალური მედიის კონტენტი, კომუნიკაციის სტრატეგია, ქოფირაითინგი, ვიდეო-ფროდაქშენი, სატელევიზიო თუ ციფრული რეკლამა, სცენარი, ბლოგინგი, სტატიები, კრეატიული გუნდის მენეჯმენტი.
- თათია არის Cannes Young Lions Georgia 2019-ის ბრინჯაოს მედლის მფლობელი, FILM-ის კატეგორიაში.
- თათიას უთანამშრომლია შემდეგ ბრენდებთან: Coca-Cola, Raffaello, Roshen, Samsung, Peugeot, USAID, Vestel, Heidelberg, Axis, Badagoni, Natakhtari, ICY, Tolia, Tbilisi Mall, Marriott, Zoommer, Wendy's, TBC Bank, Re|Bank.