

<b>BRIEF KAMPANII PROMOCYJNEJ PROGRAMU MŁODZI W ŁODZI</b>	
<b>INFORMACJE OGÓLNE</b>	
<b>Nazwa działania</b>	Kampania promocyjna programu Młodzi w Łodzi, rozumiana jako kampania zachęcająca do studiowania w Łodzi.
<b>Przedmiot zamówienia</b>	Opracowanie koncepcji kreatywnej oraz wykonanie projektów graficznych nośników reklamowych opartych na wybranej linii kreatywnej.
<b>ZAŁOŻENIA STRATEGICZNE DZIAŁANIA</b>	
<p>Celem kampanii promocyjnej jest pokazanie maturzystom stojącym przed wyborem miasta do studiowania, że Łódź jest miastem interesującym i atrakcyjnym, oraz ma do zaoferowania nie tylko szeroką ofertę renomowanych uczelni, interesujące formy spędzania wolnego czasu ale także unikalny program Młodzi w Łodzi. Kampania powinna opierać się o inicjatywy realizowane w ramach programu Młodzi w Łodzi, ze szczególnym uwzględnieniem Konkursu FreeDOM dla Studenta, programów stypendialnych, finansowania akademików oraz nauki języków obcych (Konkurs Młodzi w Łodzi - Językowzięci). Więcej informacji o wymienionych inicjatywach <a href="http://www.mlodziwlodzi.pl">www.mlodziwlodzi.pl</a>.</p>	
<b>Podstawowe cele komunikacji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pokazanie Łodzi jako miasta atrakcyjnego do studiowania, a w dalszej perspektywie sprzyjającego rozwojowi kariery</li> <li>▪ Zwrócenie uwagi grupy docelowej na możliwość uzyskania stypendium, finansowania akademika czy finansowania nauki języków obcych.</li> <li>▪ Zwrócenie uwagi grupy docelowej (maturzyści i studenci) na możliwość wzięcia udziału w konkursie FreeDOM dla Studenta, w którym mogą wygrać m.in. wynajęte i opłacone na rok z góry mieszkanie w Łodzi bądź jednoosobowy pokój w akademiku.</li> <li>▪ Pozyskanie jak największej ilości filmów w konkursie FreeDOM dla Studenta.</li> </ul>
<b>Dodatkowe cele komunikacji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zwiększenie świadomości maturzystów i studentów dot. oferty programu Młodzi w Łodzi</li> </ul>
<b>Grupy docelowe działania</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Maturzyści z regionu łódzkiego oraz regionów sąsiadujących z regionem łódzkim, potencjalnie zainteresowani studiami w Łodzi</li> <li>▪ Studenci łódzkich uczelni wyższych</li> </ul>
<b>Przewidywane nośniki reklamowe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wallboard (układ pionowy)</li> <li>▪ billboard standard</li> <li>▪ citylight standard</li> <li>▪ citylight miejski (UMŁ) 120x177 cm</li> <li>▪ plakaty na folii samoprzylepnej na płycie PCV 2mm przed wejściem głównym do dworca Łódź Kaliska (wymiar 178x220 cm, 2 szt.)</li> <li>▪ baner wiszący nad ul. Piotrkowską</li> <li>▪ banery oczkowane na ogrodzenia</li> <li>▪ plakat B2</li> <li>▪ banery internetowe</li> <li>▪ mailing</li> <li>▪ inne aktywności w internecie</li> </ul>

Załącznik nr 1 do Regulaminu konkursu na opracowanie koncepcji kreatywnej oraz linii graficznej kampanii promocyjnej programu Młodzi w Łodzi

<b>Materiały do wykorzystania</b>	Grafika konkursu FreeDOM dla Studenta, filmy laureatów konkursu FreeDOM dla Studenta (dostępne <a href="http://www.mlodziwlodzi.pl/freedom">www.mlodziwlodzi.pl/freedom</a> )
<b>Zasięg</b>	Łódź, region łódzki, regiony ościenne (Częstochowa, Kielce, Radom, Kalisz, Kraków, Płock, Poznań, Warszawa, Wrocław, Lublin, Bełchatów, Gdańsk, Łowicz, Toruń, Piotrków Tryb., Rawa Mazowiecka, Kutno, Pabianice, Sieradz, Bydgoszcz)
<b>Czas trwania kampanii</b>	01 - 31 maj 2012 r. (ewentualnie 15 maj -15 czerwiec 2012 r.)