

Arbetsprov Reklam och Marknadsföring 2015 (sid 1 av 3)

Namn:

.....

Personnr:

.....

Telefon:

.....

Adress:

.....

Jag söker inriktning ☐ Art Director ☐ Copywriter

☐ Jag kan grunderna i InDesign och Photoshop

Observera att ansökan består av **två delar**:

1. Arbetsprov: På följande sidor finner du bakgrund samt uppgifter till årets **arbetsprov**.

2. Webbansökan: Till webbansökan bifogas kopior på betyg som styrker den grundläggande behörigheten. Denna ska vara inskickat senast **15 oktober** 2014. **Ansökan** gör du via webbansökan på vår hemsida, **www.yhgbg.se**. Där finner du ytterligare instruktioner på hur du ska gå tillväga.

Bifogade lösningar ska, så långt det är möjligt, vara digitalt producerade och skickas in i A4-format. Observera att arbetsprovet ska vara inskickat (datumstämplat) senast **1 oktober**. Arbetsprov returneras ej.

Arbetsprovet skickas med post till:

Göteborgs Stad Utbildning
Att: Christina Sandell
Box 8855
402 72 Göteborg

Märk kuvertet "Arbetsprov"

Lycka till!



Göteborgs Stad
Utbildning

Tänk på barnen i Afrika.

Bakgrund

Jordens resurser är inte oändliga. Ändå beter vi oss som att de är det.

Vi svenskar slänger drygt var fjärde/femte matkasse vi köper. Sopberget växer och våra plånböcker minskar. Förutom att vi kastar massa pengar i sopnedkastet påverkar det miljön negativt. Det är en direkt dålig deal.

Din uppgift är att ta fram en kampanj för **Naturskyddsföreningen** som ska minska matsvinnet hos i första hand privatpersoner. Man kan också tänka sig att kampanjen kan gå vidare mot restauranger och matvarubutiker.

Kommunikationsuppdrag

Hur kan minska mängden mat som slängs i hushållen? Hur kan vi påverka matvaruaffärer och restauranger att minska svinnet?

Vision

Få igång en debatt och förändra attityden kring resursslöseri med livsmedel.

Kampanjens uppgift

Steg 1. Starta ett samtal om resursslöseri och sopor privathushållen slänger.

Steg 2. Engagera restauranger och matvarubutiker.

Steg 3. Påverka resursslöseri överlag.

Inspiration

https://www.youtube.com/watch?v=p2nSECWq_PE

Sökord: Intermarché Inglorious fruits and vegetables



Uppgifter Reklam och Marknadsföring 2015 (sid 3 av 3)

Uppgifter

1. a: Ta fram en **övergripande idé** för kampanjen (båda discipliner)

b: COPYWRITER: Ta fram ett övergripande **namn** för kampanjen och skriv en **pressrelease** riktad mot branschpress (Resumé, Dagens Media) där du förklarar konceptet och ger tidningen en vinkel de kan plocka upp. Tänk på att inte bara förklara kampanjen utan att entusiasmera journalisten och ha en rolig vinkel/rubrik redo.
(Max 1000 tecken exklusive blanksteg)

ART DIRECTOR: Ta fram en **visuell identitet** samt ett namn för kampanjen.
(Vid vår bedömning lägger vi mest vikt vid den visuella identiteten)

.....
2. a: **Beskriv din idé** kortfattat och hur du tänker **att den ska göra jobbet**.
b: **Beskriv din målgrupp** och varför du valt den.

.....
3. Skapa en **reklamkampanj** med målet att få igång en debatt och minska slöseriet med mat.

Tänk på att kampanjen ska innehålla enheter som:
 1. Engagerar målgruppen och startar en **debatt**
 2. Uppmuntrar att **förändra** matvanor.
.....
4. Visa hur din genomgripande idé, på en rimlig budget, kan tas ut i minst **fyra olika kanaler**. T.ex. radio, pr, tv, event, sociala media, flyers, direktreklam, gerilla.
Tänk fritt och våga överraska!

.....
5. **Motivera dina aktiviteter**. Varför får vi resultat genom att använda just de här kanalerna?

.....
6. Varför vill du gå den här utbildningen? Beskriv dig själv, dina förväntningar och framtidsplaner. Här kan du använda dig av ord, film, foto, illustration eller något annan talang som du tycker att vi borde få ta del av. Våga överraska!

Lycka till!



Göteborgs Stad
Utbildning