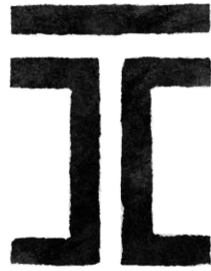


ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ



Πτυχιακή εργασία

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ
ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΕΛΕΙΟΦΟΙΤΩΝ *CUT-OUT 2017*

Μαρία Πιτσιλλίδου

Λεμεσός 2017

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ
(ΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΕΧΝΕΣ)

Πτυχιακή εργασία

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ
ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΕΛΕΙΟΦΟΙΤΩΝ *CUT-OUT 2017*

Μαρία Πιτσιλλίδου

Επιβλέπων καθηγητής
κος Ευριπίδης Ζαντίδης

Λεμεσός, Απρίλιος 2017

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Μαρία Πιτσιλλίδου, [2017]

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Θεματική της παρούσας πτυχιακής είναι η παραγωγή πρότασης διαφημιστικής εκστρατείας για την τελική έκθεση τελειόφοιτων *Cut-Out 2017*, της ετήσιας τελικής έκθεσης τελειόφοιτων Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου για το τμήμα των Πολυμέσων και Γραφικών Τεχνών). Η εκστρατεία περιλαμβάνει τόσο ανανέωση του λογοτύπου της έκθεσης, όπως απαιτείτε κάθε χρόνο, όσο και ανάπτυξη χαρακτήρα της έκθεσης. Ακόμα, μέλημά μου ήταν να αξιολογηθεί κατά πόσο η διαφημιστική προσέγγιση που ακολουθήθηκε έχει πράγματι απήχηση και δημιουργεί αναγνωσιμότητα για την έκθεση.

Αρχικά, διεξάχθηκε η βιβλιογραφική ανασκόπηση, όπου μελετήθηκε η διαφήμιση τόσο από ιστορική μεριά, αλλά και από την μεριά της οργάνωσης, του μάρκετινγκ και του δημιουργικού σχεδιασμού της. Έπειτα, αφού γίνετε μια πρώτη έρευνα σε παρελθοντικές προσεγγίσεις προώθησης της έκθεσης, προσδιορίστηκε η δημιουργική στρατηγική, δηλαδή τα απαραίτητα ζητούμενα για τη δημιουργία της συγκεκριμένης διαφήμισης όπως διατάζει η βιβλιογραφική ανασκόπηση, όπως στοχευμένο κοινό, το μήνυμα, ο τόνος της φωνής κ.ά. Περαιτέρω, άρχισε η παραγωγή σκεπτικού, η ανάπτυξη Διαφημιστικών Ιδεών και μετέπειτα στο σχεδιαστικό κομμάτι η καλύτερη ιδέα εκτελέστηκε. Τελικά, η ολοκληρωμένη εκστρατεία αξιολογήθηκε από μια ημι-δομημένη ομάδα εστίασης, που απέφερε αποτελέσματα και βάση την ανάλυση αυτών προτείνονται μελλοντικές αλλαγές και διορθώσεις.

Λέξεις κλειδιά: Διαφήμιση, Διαφημιστική Καμπάνια, Εναλλακτική Διαφήμιση, Guerrilla Advertising, Μάρκετινγκ, Σχεδιασμός Διαφήμισης, Γραφιστική, Logomorphism, Επικοινωνία, Προώθηση, Brand Awareness, Αποτελεσματικότητα Διαφήμισης.

ABSTRACT

The following Bachelor Degree Thesis is issued around the generation and design of an advertising campaign proposal for *Cut-Out 2017*, the final artwork exhibition of the department of Fine and Applied Arts of the Cyprus University of Technology. Specifically, the extensive research that have been conducted, has set the guidelines for the character development of *Cut-Out 2017* and its logotype redesign. Furthermore, part of my research was to examine the effectiveness of the campaign produced and whether it contributes to the creation of brand awareness.

Firstly, a literature review was conducted, in which I have studied Advertisement from a historical point of view, but also in terms of organising, marketing, and creative designing. Following, after a research on the of the promotional approaches of the past *Cut-Out* exhibitions had been conducted, the creative brief was developed, by analysing and determining the target audience, the Unique Selling Proposal, the tone of voice and the choice of the media. The existence of a creative brief led successfully to the generation of many Advertising Ideas and after the most suitable one of them was fully developed, the design execution took place. Finally, the completed campaign was evaluated by a focus group whose comments led to the consideration of future changes and corrections.

Keywords: Advertisement, Advertising Campaign, Alternative Advertising, Guerrilla Advertising, Marketing, Advertisement Design, Graphic Design, Logomorphism, Communication, Promotion, Brand Awareness, Advertisement Effectiveness.