

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αφορά τον σχεδιασμό διαφημιστικής καμπάνιας για το Μουσείο Λαϊκής Τέχνης (ΜΛΤΚ). Η διαφημιστική καμπάνια σχεδιάστηκε με σκοπό να προσελκύσει το κοινό στο μουσείο, με ιδιαίτερη έμφαση στους γονείς. Για τους σκοπούς της εργασίας αναπτύχθηκε το brand, το οποίο ενσωματώθηκε στη διαφημιστική καμπάνια του ΜΛΤΚ. Μέσα από την συνέντευξη που μας παραχώρησε η υπεύθυνη του μουσείου, εξάγεται το συμπέρασμα πως δεν έχει πραγματοποιηθεί ποτέ ξανά στο παρελθόν διαφημιστική καμπάνια, αλλά ούτε και έχει το δικό του brand.

Τα περιεχόμενα της πτυχιακής εργασίας περιλαμβάνουν το θεωρητικό κομμάτι, όπου αποτελείται αρχικά, από την βιβλιογραφική ανασκόπηση η οποία εξετάζει τον όρο της διαφήμισης γενικότερα και το brand για μουσεία κάνοντας παράλληλα μια σύντομη αναφορά στο ΜΛΤΚ. Ακολούθως, πραγματοποιήθηκε μια έρευνα στα τυπογραφικά και γραφικά του χώρου στο ίδιο το μουσείο αλλά και σε άλλα μουσεία της Κύπρου. Στην συνέχεια, έγινε συλλογή ποσοτικών δεδομένων με ερωτηματολόγια. Η ανάλυση επικεντρώθηκε στην αναζήτηση των απόψεων των γονέων. Η στατιστική έρευνα πραγματοποιήθηκε από γονείς με στόχο να επιλεγούν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και τι είναι αυτό που θα τους κινούσε την προσοχή σε μια διαφήμιση μουσείου. Στο πρακτικό κομμάτι της εργασίας υλοποιήθηκε ο σχεδιασμός του brand για τις ανάγκες της διαφημιστικής καμπάνιας. Τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων έδειξαν ότι το μέσο που χρησιμοποιούν οι γονείς για την ενημέρωσή τους σχετικά με το μουσείο γίνεται μέσω της έντυπης διαφήμισης και του Facebook. Αυτό που θα ήθελαν να δουν σε μια διαφήμιση του μουσείου είναι η εικόνα και οι πληροφορίες.