

Zadání případové studie pro část 2 VZ Ě Marketingové aktivity s důrazem na regionální působnost a se zaměřením na event marketing, produkci a další formy komunikace dle specifických potřeb českého rozhlasu (BTL)

Téma: Oslava výročí 95 let vysílání českého rozhlasu Ě návrh klíčového eventu a případných navazujících akcí

Požadované výstupy:

- 1) *Podrobnou SWOT analýzu s popisem jednotlivých silných i slabých stránek, hrozeb a příležitostí s ohledem na pořádání hlavního eventu v rámci oslav a dalších případných navazujících akcí. Analýza bude odkazovat zejména na hrozby a příležitosti, které plynou z vnějšího konkurenčního prostředí. Měla by vycházet z postavení českého rozhlasu v rámci tuzemského rozhlasového trhu a brát v potaz roli Rozhlasu jako média ve veřejné sféře v širokém společenském kontextu.*
- 2) *Podrobný popis jednotlivých komunikačních kanálů a nástrojů, které budou využity v závislosti na komplexní komunikační strategii k prezentaci hlavního eventu. Jednotlivé komunikační kanály a nástroje by se měly vhodně doplňovat a tvořit celek, který umožní silnou prezentaci značky českého rozhlasu jako tradičního, ale moderního a sebevdomělého média.*
- 3) *Podrobný sestavený plán a popis vhodného mediamixu pro prezentaci hlavního eventu. Důraz by měl být kladen na vhodný poměr jak OOH, tak i online (včetně sociálních sítí), případně tiskové inzerce. Součástí jednotlivých složek mediamixu bude odvození pro jejich využití.*
- 4) *Návrh klíčového vizuálu nebo grafické značky (loga) pro hlavní event s ohledem na image českého rozhlasu jako tradičního, ale moderního a sebevdomělého média. Návrh bude brát v potaz cílové skupiny eventu, celkový komunikační záměr.*
- 5) *Vytvoření ústředního sloganu, který bude poutat na hlavní event a případně navazující akce a bude moci sloužit jako jednotící prvek pro další doprovodné aktivity. Popis toho, z jakých důvodů byl slogan zvolen, na koho je cílený, jak respektuje tradice a hodnoty českého rozhlasu. Důraz bude kladen na originalitu, odlišitelnost a zapamatovatelnost.*
- 6) *Podrobný návrh aplikace klíčového vizuálu kampaně pro využití v outdoor prostředí (ve veřejných prostorech). Koncept může zohledňovat i specifika regionálních rozhlasových studií.*
- 7) *Podrobný plán hlavního eventu, případně jednotlivých dalších navazujících akcí a možných doprovodných aktivit. Popis zaměření akce s ohledem na definované cílové skupiny a stanovené cíle v rámci oslav výročí 95 let vysílání Rozhlasu.*
- 8) *Popis návrhu kreativního zvezení hlavního eventu, případně dalších navazujících akcí a doprovodných aktivit. Důraz bude kladen na zvolení originálního zvezení, které bude zohledňovat tradiční hodnoty vysílání českého rozhlasu, ale zároveň bude mít ambici oslovit širokou veřejnost včetně nových posluchačů.*
- 9) *Sestavení položkového rozpočtu kampaně v maximální výši 2.000.000,- Kč a sestavení rámcového harmonogramu jednotlivých aktivit. Důraz bude kladen na efektivitu nákladů, reálný odhad nákladů a přehledné naplánování jednotlivých aktivit v rámci kampaně.*