



თიბისი კავუსი

სარეკლამო კონტენტის შექმნა სილაბუსი

**შეხვედრების
რაოდენობა და
ხანგრძლივობა**

ხანგრძლივობა: 2 თვე
შეხვედრების რაოდენობა: 9 ლექცია
საათების რაოდენობა: 18 საათი

განრიგი

სამშაბათი 18:00 - 20:00; შაბათი 11:30 - 13:30

ლექტორი

მარიამ ლორთქიფანიძე
content.creation@colab.ge

**სასწავლო კურსის
ფორმატი**

კურსი მიმდინარეობს ონლაინ, ინტერაქტიული ლაივ
სესიების ფორმატში. რეკომენდებულია კამერის
ჩართვა უკეთესი კომუნიკაციისთვის.

**შეფასების
კომპონენტები
(100 ქულა)**

კურსის მაქსიმალური ქულაა 100. ქულები
განაწილებულია შემდეგ კომპონენტებზე:

დასწრება და აქტიურობა (სულ 10 ქულა) - 10 ქულის
მისაღებად სავალდებულოა მინიმუმ 6 ლექციაზე
დასწრება (5 ან ნაკლებ ლექციაზე დასწრების
შემთხვევაში - 0 ქულა).

დავალებები - 50 ქულა

კურსის განმავლობაში ჩატარდება 4 ვორქშოპი:

- Moodboard-ის შექმნა – კონკრეტული ბრენდისთვის
ვიზუალური განწყობის დაფის მომზადება
- რეაქტიული კონტენტის შექმნა კონკრეტული ბრენდის
მაგალითზე
- ვიდეო მონტაჟი
- Challenge-ის შექმნა – სტუდენტები ქმნიან ვირუსული
კონტენტის იდეას

შეფასების კომპონენტები (100 ქულა)	ფინალური პროექტი – 40 ქულა კონტენტ გეგმის მომზადება - რა პერიოდზე, რა სიხშირით, რომელ არხში და რა ფორმატით გავაკეთოთ ბრენდის კამპანიის აქტივაცია
სარტიფიკატის მიღება	სერტიფიკატის მისაღებად საჭიროა სტუდენტმა დააკმაყოფილოს ყველა შემდეგი პირობა: • დაესწროს ლექციების მინიმუმ 51%-ს. • დააგროვოს მინიმუმ 51 ქულა ჯამურად. • მიიღოს მონაწილეობა ფინალურ პროექტის მომზადებაში.

სილაბუსი / ლექციების განრიგი

ლექცია კურსის შინაარსი ძირითადი მიზნობები		
#01.	კომუნიკაციის ევოლუცია	როგორ შეიცვალა კომუნიკაცია და რას ვეძახით ციფრულ ტრანსფორმაციას?
#02.	საკომუნიკაციო პლატფორმები	საკომუნიკაციო არხების განხილვა (სოციალური მედია, ბლოგი, პოდკასტი და ა.შ.) / როგორ მუშაობს სხვადასხვა არხი ბრენდებისთვის
#03.	შთაგონება და შემოქმედებითი ინსტრუმენტები	შთაგონების წყაროები კონტენტის შესაქმნელად Canva, Miro, Figma – ინსტრუმენტების გამოყენება დავალება 1: Moodboard-ის შექმნა – კონკრეტული ბრენდისთვის ვიზუალური განწყობის დაფის მომზადება (10 ქულა)

#04.	კონტენტის შექმნა: იდეა, ტექსტი, ფორმატი/დიზაინი და შესრულება	რეაქტიული კონტენტი ტექსტური, ვიზუალური და ვიდეო კონტენტის შექმნის ძირითადი წესები / კონტენტის პრე-პროდაქშენი და პოსტ-პროდაქშენი დავალება 2: რეაქტიული კონტენტის შექმნა კონკრეტული ბრენდების მაგალითზე (10 ქულა)
#05.	პრაქტიკული სემინარი – ვიდეო კონტენტის შექმნა და მონტაჟი	ვიდეოს მონტაჟის მარტივი ინსტრუმენტები (CapCut, Premiere Rush და სხვა). მუსიკის, ეფექტებისა და გრაფიკის დამატება პლატფორმის / სპეციფიკაზე მორგება (TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts) მოწვეული სტუმარი – ვიდეოკრეატორი დავალება 3: სტუდენტები თავად შექმნიან მოკლე ვიდეოს და გაუშვებენ კონკრეტულ არხზე (20 ქულა)
#06.	ვირუსული კონტენტი	რა ტიპის კონტენტი ხდება პოპულარული და რატომ? წარმატებული ქეისების განხილვა დავალება 4: Challenge-ის შექმნა – სტუდენტები ქმნიან ვირუსული კონტენტის იდეას (10 ქულა)
#07.	საკომუნიკაციო და კონტენტ სტრატეგია	რა არის კომუნიკაციის მიზანი, ვინ არის სამიზნე აუდიტორია, რა მიმართულებებითა და ფორმატებით ვპასუხობთ ბიზნესს და საკომუნიკაციო ამოცანებს.
#08.	360 კამპანია	კამპანიის მასშტაბირება და არხების სინერგია / წარმატებული კამპანიების ანალიზი

ლექცია	კურსის შინაარსი	ძირითადი მიზნები
#09.	ფინანსური პროექტი	კონტენტ გეგმის მომზადება - რა პერიოდზე, რა სიხშირით, რომელ არხში და რა ფორმატით გავაკეთოთ ბრენდის კამპანიის აქტივაცია - 40 ქულა