İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
2022- 2023 EĞİTİM ÖĞRETİM DÖNEMİ DİJİTAL ve GELENEKSEL MEDYA PAZARLAMA BRİEF
Şubat 2022

İstanbul Ticaret Üniversitesi 2022- 2023 Öğretim Dönemi Dijital ve Geleneksel Pazarlama Brief

MARKAMIZ

İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul Ticaret Odası Eğitim ve Sosyal Hizmetler Vakfı tarafından 2001 yılında kurulmuş olup bünyesinde 6 fakülte (İnsan ve Toplum Bilimleri, İşletme, Hukuk, İletişim, Mühendislik, Mimarlık ve Tasarım), İngilizce Hazırlık Bölümü ve 5 enstitü (Dış Ticaret, Sosyal Bilimler, Fen Bilimleri, Finans ve İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü) ile araştırma ve uygulama merkezleri yer almaktadır. Üniversitemiz, 73 öğrenci ile başladığı eğitim-öğretim hayatına 9 binin üzerinde öğrencisi ve 300'e yakın akademisyeni ile devam etmektedir.

HEDEF KİTLEMİZ

Lisans Aday Öğrenci: 17-20 Yaş, Kadın-Erkek, Bölgesel (İstanbul %80, Büyük Şehirler %10, Diğer %10), Üniversite sınavına girmeye hazırlanan, Kolej veya Anadolu Lisesi Öğrencisi, Sinemaya giden
Lisans Ebeveyn: 45-65 Yaş, Kadın-Erkek, Patronlar, İTO Üyeleri, Kitle (A+,A, AB, B+, B), Bölge(İstanbul %80, Büyük Şehirler %10, Diğer %10), Yıllık tatil yapan, sinema ve konser aktivitesine katılan, spor salonuna giden, dışarıda yemek yiyen
Lisansüstü Aday Öğrenci: 24-45 Yaş, Kadın-Erkek, Beyaz Yaka, Patronlar, Kitle (A+,A, AB, B+, B), Bölge(İstanbul), Yıllık tatil yapan, sinema ve konser aktivitesi olan, spor salonuna giden, akademik hayata ilgili, lisans mezunu, kişisel gelişim ve iş yerin de yükselme konularına odaklı.

BRIEFIN AMACI

İstanbul Ticaret Üniversitesi'nin tanıtım faaliyetleri kapsamında, hedeflenen faaliyet programları çerçevesinde, Programları Yürütme Makamı sıfatıyla temsil eden İstanbul Ticaret Üniversitesi programlarının dijital medya planı ve reklamlarının yapılarak kayıt oranlarının arttırılması, marka bilinirliği ve tercih edilebilirliğinin geliştirilmesi işidir.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ HAKKINDA

İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul Ticaret Odası Eğitim ve Sosyal Hizmetler Vakfı tarafından 2001 yılında kurulmuş olup bünyesinde 6 fakülte (İnsan ve Toplum Bilimleri, İşletme, Hukuk, İletişim, Mühendislik, Mimarlık ve Tasarım), İngilizce Hazırlık Bölümü ve 5 enstitü (Dış Ticaret, Sosyal Bilimler, Fen Bilimleri, Finans ve İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü) ile araştırma ve uygulama merkezleri yer almaktadır. Üniversitemiz, 73 öğrenci ile başladığı eğitim-öğretim hayatına 9 binin üzerinde öğrencisi ve 300'e yakın akademisyeni ile devam etmektedir.

Dünyanın kültür başkentlerinden biri olan İstanbul'un önde gelen semtlerinden Sütlüce ve Küçükyalı'da konumlanan yerleşkelerimizde bilimsel ve teknolojik gelişmelere paralel eğitimin yanı sıra kültür ve sanat faaliyetleri ile küresel ölçekte araştırma yapabilme imkânları bir aradadır. 140 yıllık geçmişiyle dünyanın önde gelen odalarından İstanbul Ticaret Odası'nın varlığı, üniversitemizi tercih eden her bir öğrencinin mesleki donanıma sahip, teoriyi ve pratiği hayatın gerçeklerinden kopmadan bütünleştiren evrensel bir eğitim almasında büyük rol oynamaktadır.

İngilizce eğitim yapılan bölüm sayısı sürekli artan üniversitemizde, tamamı İngilizce gerçekleşen altı bölümün yanı sıra beş bölümde İngilizce destekli öğretime devam etmektedir. Böylece öğrencilerimizin

küresel yönlü deneyim kazanacakları bir eğitim modeli uygulamaya konulmuştur. Uluslararası bir üniversite olma yolunda ilerlerken imzalanan işbirliği anlaşmaları çerçevesinde hayat bulan Erasmus, öğrencilerimizin ve akademisyenlerimizin uluslararası tecrübe kazanmalarına imkân sunmaktadır.

Başarının ödüllendirildiği öğrenci odaklı bir şehir üniversitesi olarak öğrencilerimizin sosyal hayattan kopmadan öğrenim görmeleri ve üniversiteden aldıkları güçle gurur duyulacak sosyal sorumluluk projelerine imza atmaları başlıca zenginliklerimizden birisi olmuştur.

Akademik bilgi, birikim ve tecrübenin yanı sıra İstanbul Ticaret Odası'nın kurumsal desteğini de alarak büyüyen üniversitemiz, öğrencilerine sadece uluslararası geçerliliği olan bir diploma değil, aynı zamanda şehrin içindeki kampüs yaşamıyla, iş hayatının network imkânlarıyla ve akademik yönlü tecrübenin buluştuğu eğitim ortamlarında standartları yüksek bir gelecek vaat etmektedir.

KAMPANYA TARİHLERİ | MEKANLARI | MECRALARI

Lisans İletişim Kampanyası Tarihleri: Nisan – 31.12.2022
Lisansüstü İletişim Kampanyası Tarihleri: Mayıs – 31.12.2022
Kampanya Mecraları: Dijital ve Geleneksel Medya

KAMPANYA DAHİLİNDE AJANSTAN BEKLENENLER

Var olan bütçeler içerisinde ajansa verilen dokümanda yer alan bölümlere ait kontenjanları doldurmaktır. Bu anlamda gerekli olan hedef kitleye ulaşmak için yapılacak çalışmalar ve bu çalışmaların içeriğinin nasıl olması gerektiği ile ilgili detaylar istenecektir.

Reklam çalışmaları sırasında rakip analizleri ve rakip anahtar kelimelerinin tamamını içeren ön rapor Ajans tarafından Üniversiteye sunulacaktır.

Lisans ve lisansüstü dijital reklamlarda Ajans Üniversite adına gerekli hedeflemeleri Üniversite ile istişare ederek yapacaktır.

Ajans, Google ile yapılacak çalışmalarda Üniversite bölümlerine ait anahtar kelimelerin belirlenmesi ve girişi, metinlerin Üniversite ile istişare ederek oluşturulması, rakip analizinin yapılması ve linklerinin girilmesi gibi çalışmaları bizzat yürütecektir. Hesaplara UTM bağlantısı oluşturulacaktır.

Sosyal medya içinde yapılacak tüm reklamların yayınlanması ve bu alanda projeler üretilmesi beklenenler arasındadır.

Ajans, Üniversiteye tüm yönetim hesaplarının kontrol yetkisini vermekle yükümlü olacaktır. Ajans, Google, sosyal medya ve diğer takibi yapılan tüm mecraların reklam yönetim panel bilgileri hususunda Üniversiteyi yetkilendirecektir.

Üniversitenin hedeflediği kitleye ulaşmak için gerekli görülen mecraların tespiti, projelerin oluşturulması, üniversiteye sunulması ve gerekli medya satın alımların tamamının yapılması beklenmektedir.

Google ve Sosyal Medya dışında satın alımı yapılacak mecralar ile ilgili mecralar ile ilgili veriler üniversiteye sunulması ve doğru alan olduğuna yönelik veriler mecra içinde kesinlikle olmalıdır.

Ajans, haftalık iş takip ve çalışma raporunu haftanın ilk günü Üniversiteye sunarak düzenlenecek bir toplantı ile mecraların performans değerlendirmesinin yapılmasını sağlayacaktır.

Tüm mecralarda yayınlanacak olan Üniversite reklamlarının yayınlanması, mecra ile iletişime geçilmesi ve reklama ait raporun sunulması hususunda Üniversiteye hizmet verecektir.

Üniversitenin hedeflediği kitleye ulaşmak için gerekli görülen mecraların tespiti, projelerin oluşturulması, üniversiteye sunulması ve gerekli satın alımların tamamının yapılması beklenmektedir.

Billboard (outdoor) olarak kullanılacak reklamlar sadece İstanbul'da ana arterlerde kullanılacaktır.

TV'lerde yayınlanacak bant ve spot reklam videoları 15 saniyelik olacaktır. Üniversite tarafından Ajans'a verilecektir.

Basılı mecralarda oluşacak BİK(Basın İlan Kurumu) bedelleri sunulan fiyatlara dahil edilecektir. Bu bedeller Ajans tarafından Basın İlan Kurumuna ödenecektir.

Yapılacak olan çalışmalar; alan seçimleri, TV kanalları programlar üniversite ile işbirliği içerisinde karar verilecektir.