

commercial brand activation campaign

communication approach

modules

PROGRAM
STUDI
DESAIN
KOMUNIKASI
VISUAL
UNIVERSITAS
PERSADA
INDONESIA YAI

sesi 1

epistemologi

pengenalan epistemologi commercial campaign sebagai media promosi

sesi 2

struktur dan tahapan proses

struktur serta tahapan proses commercial campaign sebagai media promosi produk dari suatu brand

sesi 3

brand value

perumusan brand value atau nilai dari suatu produk yang ditawarkan pada target audience

sesi 4

brand awareness

proses pencapaian brand awareness suatu produk berdasarkan pendekatan komunikasi dan nilai yang ditawarkan

sesi 5

communication approach

strategi pendekatan komunikasi dari suatu produk dalam menjangkau target audience

sesi 6

diferensiasi

perumusan diferensiasi suatu produk sebagai keunggulan produk dengan kompetitor pada kategori yang sama

sesi 7

brand image

peningkatan brand image suatu produk berdasarkan pada brand value serta brand awareness

sesi 9

visualisasi communication approach

implementasi visual berdasarkan pada pola pendekatan komunikasi yang diselaraskan dengan pola pikir (mindset) target audience

sesi 10

visualisasi diferensiasi

implementasi visual diferensiasi suatu produk sebagai keunggulan produk (unique selling point) dengan kompetitor pada kategori yang sama

sesi 11 - 15

visualisasi kreatif

penggabungan implementasi visual pendekatan komunikasi dan diferensiasi kedalam suatu template kreatif dengan narasi yang telah dirumuskan

keseluruhan proses visualisasi kreatif dilakukan melalui berbagai kategori visual baik melalui ilustrasi, fotografi maupun videografi

pelaksanaan uas dilakukan sesuai standar presentasi sidang tugas akhir dalam bentuk presentasi kelompok