

## **Конкурсное задание агентства Брендсон**

Насибуллина Диана Салаватовна  
1 курс, СО, 9 группа

1)Тизерная реклама ( яркая реклама, изображение природы)

### **Кинтоббус**

ждет тебя XX.XX в 11.00  
подробности: (название сайта)

(Кинтоббус – это субботник наоборот)

2)Социальные рекламы:

1) для молодежи: изображение красивых, ярких людей. **Лозунг: «жить в чистом городе – это модно»**

2)для остального трудоспособного населения с лозунгом: **«У природы чистое сердце. А у вас?»**

3)В СМИ (газеты, журналы, интернет-газеты и т.д.) опубликовать рубрику под названием « Субботник», где звезды, политические деятели дают интервью, высказывают свое мнение, обсуждают столь острую сегодня проблему чистоты и уборки (так сказать агитируют население присоединиться к субботней компании).

4)Фотографии в журналах, в газетах, в соц. сетях звезд и полит. деятелей с атрибутами труда: лопаты, ведра, грабли, мешки и т.д. (будто их внезапно застали за работой).  
Лозунг на фотографиях: **«Слава – в руках труда!»**  
(в первую очередь задействовать знаменитостей Петербурга).

P.S.Думаю, Валентина Матвиенко для привлечения тружеников с радостью согласится на столь интересную фотосессию)

5) Объявить к субботнику конкурс, в котором будут следующие номинации, например, «Король и королева субботника», «Самый большой мусорный пакет» (участники должны сфотографироваться и прислать фотографии на официальный сайт)  
Победители определяются путем открытого голосования.  
Призы, конечно же, зависят от спонсоров и от фандрайзинга.

б) Заявка на проведение самого многочисленного субботника в стране, в мире (подача заявления в книгу рекордов Гиннеса).

Лозунг: **«Приди на субботник – попади в историю!»** (основной лозунг на флаерах)

*Прорекламировать эти все акции через СМИ, местные и региональные телеканалы, создать соответствующие группы в соц. сетях ( Вконтакте), раздача флаеров в учебных заведениях, в кафе (Макдональдс, Ростикс, Крошка-картошка и т.д.), кинотеатрах, ТРК, супермаркетах.*

*(т.е. через все существующие каналы массовой коммуникации попытаться охватить наиболее широкую публику)*