

Sisseastumiskampaania OMA KULTUUR

Client — University of Tartu Viljandi Culture Academy

Project Date — May – June 2020

For the admissions campaign of the University of Tartu Viljandi Culture Academy, the school board approached me with the idea to create the campaign around the words “Oma kultuur” (Translation: ”Own culture”). The result is a clean look, which plays with the word “Oma” – “Oma sõbrad”, “Oma haridus”, “Oma muusika”. The project consisted of creating the materials for marketing, a blog and two Instagram filters – “Oma eriala”, which assigns a programme from the bachelor’s degree, and “Oma akadeemia”, which gives the current college student a prompt about the life in the Viljandi Culture Academy.

TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia sisseastumiskampaania jaoks käidi välja mõte luua kampaania ümber sõnade “Oma kultuur”. Tulemus on puhta välimusega ning mängib sõnaga “Oma” – “Oma sõbrad” “Oma haridus”, “Oma muusika”. Projekt koosnes turundusmaterjalide loomisest, blogist ning kahest Instagram’i filtrist – “Oma eriala”, mis määrab kasutajale õppekava, ning “Oma akadeemia”, mis annab praegusele tudengile või vilistlasele küsimuse koolielu kohta.