

REFERAT PRACTIC – MARKETING GENERAL (A și B)

A. Realizați rezumatul unui reportaj tv mai amplu (min. 15 minute), cu invitați, din Emisiunea "Viața Satului", care prezintă o afacere din sectorul agribusiness românesc (atenție, nu alegeți un subiect generalist!). Identificați un reportaj sugestiv (unul singur!) din edițiile înregistrate în ultimele 3-4 luni pe canalul de youtube al emisiunii, căruia îi faceți un rezumat propriu după ce l-ați vizionat integral, link:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLxO8-C91Lp91HPYa8RVqDa17W3xUI69gO>

Cerințe obligatorii de conținut și de redactare a rezumatului, care trebuie îndeplinite atent:

- a) Prima pagină/coperta: titlu referat; numele și prenumele studentului + foto; logo facultate, specializarea, anul de studii; inserați în partea de jos a paginii **link-ul activ al ediției (emisiunii) și minutul la care începe reportajul respectiv** (verificați link-ul, să fie funcțional).
- b) Faceți un **rezumat de min. 600 cuvinte** pentru reportajul ales, **prelucrat în 3-4 pagini/slide-uri .pptx, în format lat/widescreen (16:9)**. Nu se acceptă în pagină conținut (text) *copy-paste* preluat din alte surse, faceți strict un rezumat al reportajului respectiv **în integralitatea lui** (atenție la acest aspect!).
- c) Aveți în vedere o **așezare inspirată în pagină** a informațiilor, în rezumat: folosiți un design de aranjare în pagină cu 2-3 coloane; scrieți textul cu diacritice, font TNR 12; evidențiați titlurile; lăsați margine; atenție la aliniate, spațiere, numerotare pagini; corectați eventualele erori de scriere ș.a.
- d) Inserați în prezentare și **2-3 imagini foto în miniatură** (screenshot-uri din film), care să nu depășească însă împreună ¼ din conținutul unei pagini; dacă folosiți o imagine foto ca fundal, aceasta trebuie estompată/blurată, pentru a nu afecta vizibilitatea textului. Nu inserați în pagină foto preluate din alte surse sau generate artificial.
- e) **Rezumatul va avea trecut obligatoriu în subsol, pe copertă, link-ul activ al ediției (emisiunii) și minutul la care începe reportajul respectiv.** Precizați, de asemenea, în conținutul rezumatului, **minutul corespunzător** la fiecare dintre paragrafele importante ale textului în rezumat.

Verificați atent îndeplinirea fiecăreia dintre cerințele de mai sus pentru a nu fi nevoie de completări și îmbunătățiri ulterioare.

B. IDENTIFICAȚI ÎN TEREN (în rețele comerciale, în piețe stradale, la târguri de profil etc.) ofertele și campaniile promoționale enumerate mai jos, de la 1-45. Spuneți pe scurt ce înseamnă fiecare dintre ele (precizați și sursa textului) și inserați dovezi foto proprii cât mai relevante (nu inserați doar capturi preluate de pe net!). Minimum 25 dintre ofertele enumerate mai jos trebuie identificate efectiv (personal) în teren. Păstrați ordinea de numerotare de mai jos (de la 1-45) și creați pentru fiecare dintre ofertele prezentate un slide .pptx separat.

Precizați în dreptul fiecărei imagini foto inserate și sursa de proveniență a acestora: locul și data pentru imaginile foto realizate personal în teren, respectiv link-ul care le deschide efectiv - în cazul imaginilor preluate din surse online. Nu se acceptă în conținutul referatului imagini generate artificial.

- | | | |
|---|---|--|
| 1. preț psihologic | 18. <i>sandwich man advertising</i> ("omul sandviș") | 37. parteneriat <i>co-branding</i> |
| 2. preț tăiat/barat | 19. <i>backlit și frontlit banner</i> | 38. strategie de extindere a mărcii* |
| 3. preț rotund | 20. <i>bus shelter advertising</i> | 39. marca distribuitorului/magazinului* |
| 4. ofertă tip "girafă" | 21. <i>car advertising</i> | 40. <i>cash and carry</i> (lanț de magazine)* |
| 5. ofertă "cangur" | 22. <i>roof top billboard</i> | 41. produs imitativ (" <i>me too</i> ") |
| 6. ofertă " <i>BOGOF</i> " | 23. <i>mesh publicitar (outdoor)</i> | 42. (produs gen) "vacă de muls" |
| 7. <i>bulk discount</i> | 24. testimonial publicitar (cu vedete)* | 43. (practică) <i>shrinkflation</i> și <i>skimpflation</i> |
| 8. marcă generică* | 25. (campanie) <i>teasing</i> | 44. (<i>retail</i>) <i>showroom</i> * |
| 9. marcă umbrelă* | 26. totem publicitar* | 45. <i>open days</i> ("zilele porților deschise") |
| 10. (categorie de) produse <i>FMCG (fast-moving consumer goods)</i> ; | 27. calendar (triptic) personalizat | » adăugați în prezentare încă 2-3 slide-uri din care să |
| 11. cap/capăt de gondolă | 28. <i>flyer</i> , pliant, broșură, catalog comercial | reiasă participarea d-voastră la 2 vizite de documentare |
| 12. <i>facings</i> (în <i>retail merchandising</i>); | 29. ambalaj <i>bag in box</i> * | la târguri de profil și alte evenimente de profil din |
| 13. <i>merchandiser</i> ** | 30. ambalare <i>tetra pack</i> * | apropierea Campusului Agronomie sau în alte locații |
| 14. ofertă cu primă <i>convenience</i> | 31. ambalaj tip <i>skin pack</i> * | din țară: Indagra Food, Ziua Națională a Produselor |
| 15. vânzare/ofertă <i>flash</i> | 32. <i>blister pack</i> * | Agroalimentare Românești, Târgul Național de Turism, |
| 16. ofertă <i>buy-back</i> | 33. <i>clamshell box</i> * | Târguri de Crăciun, la Muzeul Național al Satului ș.a. |
| 17. <i>sandwich board (A-board sign) advertising</i> | 34. mecenat publicitar | (inserați foto personale de la fața locului + o scurtă |
| | 35. (campanie) <i>food sampling (in-store)</i> | descriere a evenimentului: calitatea și diversitatea |
| | 36. <i>product testing</i> | ofertei, gradul de inovare, soluții de promovare ș.a.). |

* min. 2 exemple (inserați cel puțin 2 imagini foto sugestive cu 2 oferte diferite);

** realizați și inserați în prezentare la acest punct un scurt filmuleț mp4, creație proprie (20-30"), din care să reiasă responsabilitățile acestui specialist în magazin.

Referatul poate fi realizat **individual sau într-o echipă de cel mult 2 studenți**. Trimiteți referatul în format .pptx, pe adresa dffrone@yahoo.com, (folosiți în acest scop un program de transfer fișiere mari: wetransfer.com, transferxl.com sau Google Drive ș.a.). Mult succes!