

MARKETING » Licență I.D. (semestrul II, 2023-2024)

A. CONSIDERAȚII PRELIMINARE

1. **Tema de semestru:** Realizarea unei prezentări profesionale multimedia, în scop didactic, pe exemplul unei afaceri reale din sectorul agribusiness. Afacerea vizată va avea dimensiuni reduse: afacere mică/de familie, iar originea sa, o zonă rurală și județ specificate.

- Nu pot fi abordate ca temă afaceri consacrate, cum ar fi: CrisTim sau produse de largă notorietate, gen Cârnați de Pleșcoi ș.a. Afacerea nu va fi localizată în București sau în orașe (mari).
- Prezentarea finală multimedia (slideshow, cca 15 slide-uri, lucrată pe ecran lat, 16:9) va fi predată până la data de **30 august 2024** și va include, în paginile pptx: text succint, imagini foto reprezentative, sunet, video editat, link-uri, desene/grafisme, animație ș.a.

2. **Modalitatea de lucru:** puteți opta pentru lucru individual sau lucrul într-o echipă de maximum 10 studenți (fiecare echipă va avea un coordonator) – aceasta din urmă fiind soluția cea mai adecvată pentru schimb de idei, sprijin și conlucrare reciprocă, în scopul îndeplinirii corespunzătoare a cerințelor de lucru (sarcinile vor putea fi împărțite, astfel, între membri). Cu cât echipa este mai numeroasă, cu atât cerințele de conținut ale prezentării trebuie îndeplinite mai riguros/complet.

3. **Variante de lucru:**

- **Varianta 1:** echipa promovează o afacere reală (activă pe piață), de mărime relativ mică, cu care are posibilitatea să interacționeze fizic și/sau online, în condiții de siguranță și fără ca aceasta să implice eforturi suplimentare însemnate; alegeți această variantă dacă vă aflați în conexiune cu o afacere de profil pe care o cunoașteți și cu reprezentanții căreia reușiți să colaborați. Urmăriți să intrați în contact cu reprezentanții firmei, pentru a obține un acord de colaborare și cât mai multe informații utile. Subliniați de la bun început că sunteți studenți ai facultății noastre și că demersul echipei are scop didactic; solicitați sprijin și colaborare pentru buna realizare a cerințelor de lucru, colaborare care nu poate avea decât un rezultat benefic, reciproc.
- **Varianta 2:** echipa abordează ca temă o afacere potențială/de perspectivă. Dacă nu ați reușit să interacționați convenabil cu nici o firmă lucrativă de pe piață, vă puteți alege ca temă de lucru și o afacere fezabilă, de viitor (aceasta nu este încă înregistrată ca agent fiscal, dar are o locație reală și o bază adecvată de pornire), spre exemplu: propria gospodărie agricolă familială în care se obțin produse agricole și alimentare pentru consumul propriu și care poate fi organizată în viitor ca punct gastronomic local sau punct de desfacere autorizat; o stupină; o livadă de pomi fructiferi; solar de legume sau alte inițiative potențiale viabile de afaceri de profil (fără personalitate juridică), pe care le cunoașteți sau vă sunt la îndemână.

Indiferent însă de varianta aleasă, echipa se va conecta efectiv rigorilor unei afaceri reale și exigențelor pieței concurențiale actuale, va propune și va construi o strategie proprie, identitară și promoțională (în scop didactic), străduindu-se să vină cu idei și soluții viabile, conform cerințelor planului de lucru detaliat.

4. **Tema practică de lucru și zona/județul de proveniență a ofertei:**

- **Tema abordată** este la alegerea echipei. Vor fi vizate, în principal, următoarele: **afaceri locale cu produse agroalimentare, servicii de alimentație publică și de cazare în pensiuni (agro)turistice, servicii (eco)turistice și gastronomice, produse de artizanat sau meșesugărești, prestări de servicii agricole ș.a.** Atenție! Produsul/oferta selectată de echipă va avea propria identitate (nu promovăm, de exemplu, o gamă de produse lactate sau miere de albine în general, ci oferta concretă a unei firme/gospodăriei familiale existente pe piață, cu specificitatea ei: aceasta are sau îi creăm un nume, are o locație reală, o rețetă proprie etc.). Căutăm să interacționăm efectiv, pe cât posibil, cu acest producător! Oferta are destinație comercială: o scoatem sau se află deja pe piață, o îmbunătățim/o relansăm/îi consolidăm renumele etc. Atu important (apreciat și punctat suplimentar): echipa (câțiva reprezentanți) s-a deplasat efectiv în teren, în condiții de siguranță - la sediul producătorului, dar și în alte locații: târg sau expoziție comercială, piață stradală, magazin de desfacere cu amănuntul ș.a., de unde a obținut informații și imagini foto și video de calitate, valorificate în cadrul proiectului.

- **Zona/județul de proveniență a ofertei:** aceasta va fi o localitate rurală din județul sau din zona dvs. – cadru propice de promovare sau de relansare a ofertei comerciale (legătura produs-zonă are un rol esențial în succesul afacerii). De dorit este ca produsul să provină din zona/județul din care sunteți dvs. fiindcă o cunoașteți și o puteți analiza cel mai bine.

Facultativ: Fiind un proiect realizat în scop didactic la facultate (menționați de fiecare dată acest lucru în dialogurile pe care le purtați în exterior!), puteți veni cu idei noi de promovare a afacerii: propuneți, spre exemplu, un nume nou pentru gama de produs, distinctiv și ușor de reținut (chiar și o nouă identitate a afacerii, care să o definească și să o pună și mai bine în valoare); un logo stilizat sau o emblemă pentru aceasta - care să includă și toponimul zonei/localității – dacă lipsește (ca de exemplu: "Țuică de Pătârlagele, județul Buzău").

5. Surse de documentare:

- Pentru identificarea produselor tradiționale românești atestate pe județe, a rețetelor consacrate și a produselor montane recunoscute la nivel național, accesați următorul link:
 - <https://www.madr.ro/industrie-alimentara.html>
- Pentru mai multe idei de afaceri în sectorul agribusiness, accesați:
 - <https://ideideafaceri.manager.ro/articole/afaceri-agricole-27/>
- O sursă importantă de idei și sugestii de lucru este site-ul disciplinei marketing, www.examene-altfel.ro (în special pagina [Resurse și idei](#)); aici veți găsi numeroase idei de lucru (teme) și pagini pptx salvate, creații foto și video ș.a., realizate în ultimii ani de studenții facultății, la proiectele de marketing.
- Altă sursă de informații o reprezintă manifestările expoziționale de profil organizate în această perioadă în teren, vizite la producător sau în alte locații de interes - acestea se vor face numai în condiții de siguranță, fără eforturi suplimentare însemnate (interacționați cu reprezentanții firmei în format video online).
- Consultați *Dicționarul de marketing & advertising*, pus la dispoziție pe suport electronic (pdf); acesta vă va ajuta să clarificați terminologia specifică de marketing. Link pentru descărcare:
 - https://www.examene-altfel.ro/files/ugd/47c4d5_f65e7ea26c804a65a759e20b88200310.pdf
- Consultați și alte resurse media utile: publicații (online) de specialitate, mass-media de profil (urmăriți diversele campanii promoționale în derulare, formatul și conținutul mesajelor inserate/difuzate, slogan, logo, ilustrații etc.) - de aici puteți obține idei și informații utile, de care să vă folosiți în realizarea prezentărilor proprii. Câteva adrese web pentru un plus de informații de specialitate (link-uri active, pe care puteți să le accesați pentru documentare):

Emisiunea "Viata Satului"	cotidianulagricol.ro	vacantelatar.ro	agroinfo.ro	marketingportal.ro
businessagricol.ro	tv.lumeasatului.ro	agrointel.ro	agrimedia.ro	agro-business.ro
lumeasatului.ro	revistaprogresiv.ro	agriculturae.ro	gazetadeagricultura.info	capital.ro
revista-ferma.ro	Ziarul financiar	stiriagricole.ro	Clubul Fermierilor Romani	Comisia Europeana

- Fiecare echipă va lucra cu atenție și va trimite prezentarea realizată până la data de **30 august 2024**. Trimiteti un fișier pptx (în format editabil), folosind pentru aceasta un program de transfer fișiere mari, cum ar fi www.wetransfer.com sau Google Drive ș.a.), la adresa de e-mail dffrone@yahoo.com Verificați cu atenție componența echipei de lucru și urmăriți primirea mesajului de confirmare.
 - Prezentarea va urmări, cu precădere, acoperirea **aspectelor vizuale**, în format virtual: conținut grafic sugestiv, **imagini proprii** reprezentative, mascotă, fond muzical/sonor, animație, ținută sugestivă/adekvată (atât cât e posibil). Fiecare echipă va avea libertatea de a-și pune în valoare originalitatea și creativitatea în realizarea prezentării (sunt binevenite și vor fi apreciate ideile și creațiile proprii în teren și de efect inserate în prezentare – cu respectarea atentă a cerințelor de lucru).

B. CERINȚE DE CONȚINUT ALE PREZENTĂRII (CERINȚE OBLIGATORII)

- Echipa** (1-2 pagini pptx): **foto individual + numele fiecărui student**; urmăriți pe cât posibil ca imaginile foto cu membrii echipei să fie realizate în contextul proiectului, să nu fie foto ocazionale.

Facultativ: Echipa poate avea în vedere, pentru o prezentă cât mai convingătoare: o **ținută expresivă**: ținuta personalizată a firmei/ținută *office*, costum/ie populară, ecuson cu nume și foto; aranjarea unui **stand miniatural** (dar expresiv!) de prezentare și promovare a ofertei și evidențierea inspirată (la ministand) a produsului, a etichetei și designului ambalajului, a materialelor promoționale personalizate realizate de echipă; echipa poate insera, de asemenea, în prezentare și o imagine foto de grup (foto cu toată echipa), într-un cadru expresiv + o deviză a echipei + un salut video de întâmpinare/de "Bun venit" – creație video, cca 10-20", care va fi inserată în prezentare.

- Pagina de prezentare a ofertei** (1-2 slide-uri):

- titlu puternic de acroșare**, care să pună în evidență din start produsul/afacerea promovată; folosiți un font adecvat, vizibil ca dimensiune, scris cu majuscule, boldat, într-o nuanță cromatică adecvată (în consonanță cu specificul ofertei), cu umbră/strălucire etc. – pentru o vizibilitate cât mai bună; numele ofertei/afacerii/brandului de familie trebuie să facă referire la zona de proveniență/locația de origine a produsului (spre exemplu, *Caș afumat "Bacii Brănean", localitatea Bran, județul Brașov*); textul de conținut inserat trebuie să fie succint ca volum, interesant ca informație, vizibil ca formă (pentru ca prezentarea realizată să poată fi urmărită cu ușurință și să nu obosească sau să plictisească audiența);
- foto original**, de impact și centrat vizibil în pagină, cu **oferta comercială/produsul de top** care face obiectul studiului. **Facultativ:** produsul comercial va fi etichetat corespunzător (informațional și legal) și va fi pus în evidență de un ambalaj distinctiv și atrăgător, care va conține elemente proprii de design - pentru o expresie cât mai atrăgătoare (spre exemplu, un aranjament de efect, gen coșuleț, cu motive populare și tricolor, gândit și realizat de echipă);

- c) **logo stilizat** (.png): realizați în scop didactic o emblemă nouă, reprezentativă, creație proprie (în format .png), care să definească cât mai bine afacerea;
- d) **slogan**, motto, mascota, fundal muzical (*jingle*) - evocate adecvat/inspirat, în context;
- e) **alte elemente**, care întăresc strategia de marcă și identitatea firmei: inserați în pagină/pe ambalaj simbolul național sub forma unei inimioare sau unei panglici/fundite tricolore, în miniatură; evidențiați pictograma "100% calitate" și subliniați, după caz: "Produs românesc", "Produs direct la fermă", "Rețetă consacrată", "Produs montan", "Produs certificat ecologic", "Fără OMG", "De la 1930" ș.a. - elemente care reliefează proveniența, tradiția, distincția sau unicitatea ofertei.
9. Identificați/propuneți sau inventați și includeți în prezentare **o legendă/o povestioară** specifică zonei (cu text și imagini simbolice), de care să legați oferta și afacerea proprie (1-2 slide-uri). Spuneți povestea locului/familiei/produsului, ilustrată în câteva imagini (alb-negru) sugestive. **Facultativ**: reliefați într-o formă concisă această istorioară și pe ambalajul produsului (sau atașată acestuia) etc.
10. **Cum se obține/cum se prepară produsul? (How is made?)** - câteva imagini foto sau film editat (1-2 min.), ori link disponibil, inserate în prezentare.
- Scoateți în evidență faptul că produsul promovat/relansat este obținut sub emblema "direct de la fermă", folosind în procesul de producție materii prime locale naturale și că există o legătură puternică produs-zonă: *Cum își pune amprenta zona geografică și istoria locului asupra produsului/afacerii (de familie)? (în sensul: "produs de la mama lui")* etc. Scoateți în evidență noutățile cu care vine afacerea, spre exemplu: o rețetă românească veche/consacrată, readusă la viață într-un concept modern; un nou format și un nou ambalaj comercial, mai funcțional și mai atractiv; o etichetă personalizată, completă informațional și atrăgătoare ca design (ilustrație, cod de culori, informații nutriționale, rețetă atașată etc.), un supra-ambalaj special folosit pentru expunere și comercializare ș.a.
 - Alte argumente**: evidențiați acele trăsături distinctive ale ofertei, care fac ca aceasta să se diferențieze în mod clar și pozitiv față de produsele similare, concurente: atuurile legate, spre exemplu, de tradiția îndelungată de producție în zonă, microclimatul favorabil al zonei, experiența și reputația de care aceasta se bucură la nivel local și zonal, rețetă specifică/autentică/unică, ingredientul "secret", produs sigur, atestat la nivel național și certificat ecologic, fără OMG, calitate *premium* a gamei de produse comercializate la un preț atractiv, oportunități legate de valoarea turistică a zonei, de târgurile locale tradiționale, obiceiurile specifice ș.a.
11. **REALIZAREA STUDIULUI DE PIATĂ**: filmulețe de interviuare și foto cu interviuri-clienți inserate în prezentarea pptx:
- Interviu față în față (numai dacă este posibil) sau online cu reprezentantul firmei** (cca 2-3 min. durată) privind istoricul, evoluția, atuurile și prestigiul afacerii, precum și opinia sa în urma interacțiunii cu echipa de studenți (câteva detalii legate, spre exemplu, de ideea noastră de lucru, de maniera de abordare, de atitudinea echipei etc.). Interviu va fi personalizat cu logo-ul firmei, va evidenția numele reprezentantului firmei și va conține și 1-2 elemente de acroșaj final: o imagine foto reprezentativă + câteva secvențe video disponibile, inserate în conținut din activitatea firmei, un îndemn la acțiune etc. Dacă sunetul este slab, filmul va conține subtitrare. La începutul interviului ne prezentăm: cine suntem, ce ne propunem să facem și mulțumim pentru sprijin și oportunitate. Toate întrebările vor fi formulate în direct, cu sunet și imagine (în film trebuie să apară obligatoriu 1-2 membri ai echipei de studenți!) – nu se acceptă ca întrebările să fie prezentate sub forma unui mesaj scris/text afișat în film.
Atenție! Nu predați interviul în forma brută sau incomplet, fiindcă va trebui refăcut.
 - Interviurea a min. 3 clienți potențiali**: echipa va insera în prezentare un scurt **filmuleț video, personalizat cu logo-ul firmei** (în format mp4, cca 30-60"), care să sugereze interviurea a minimum 3 clienți potențiali, în 2 locații propice diferite: într-o piață agroalimentară, la un târg de profil, punct de desfacere alimentar sau stradal. Inserați câteva imagini foto sugestive din timpul dialogurilor purtate în teren și în prezentarea pptx.
Foarte important: după ce ne prezentăm (spunem cine și de unde suntem și ce vrem să facem), cerem obligatoriu acordul persoanei respective, ca să fotografiem și să filmăm. Subliniem, de fiecare dată, că este vorba de un proiect didactic, la facultate. Adresați consumatorilor potențiali 2-3 întrebări deschise (le prezentați în prealabil produsul comercial), prin care urmăriți să testați aspecte, cum ar fi: gradul actual de cunoaștere a ofertei (notorietatea produsului/firmei: *Ați auzit de...? Ce părere aveți despre...?*); dorința de încercare și satisfacția conferită de produs în urma testării *ad-hoc* a acestuia - numai dacă este posibil (deocamdată ar trebui evitat); percepția asupra imaginii firmei, asupra calității ofertei, precum și atitudinea față de produs, așa cum este ea percepută de consumator: pozitivă, negativă sau indiferentă; percepția asupra nivelului prețului de vânzare - preț care va fi practicat la lansarea unei oferte noi pe piață; obiceiurile de consum (frecvență, moment al zilei, cantitate etc.), motivație, preferințele și intențiile de cumpărare (prima achiziție e foarte importantă!); posibilități noi de diversificare; identificarea criteriilor după care consumatorii se orientează în momentul când se decid să cumpere produsul (spre exemplu: gust, aromă, prospețime, preț, varietate, aspectul exterior al produsului, popularitatea/notorietatea producătorului/mărcii ș.a.).
12. **STRATEGIA DE PROMOVARE COMERCIALĂ A OFERTEI**: echipa va avea de realizat și de inserat în prezentare:
- a) **Clip video** (20-30") de promovare a afacerii (creație a echipei). Tonul mesajului poate fi informativ, demonstrativ, umoristic sau persuasiv; pentru idei de creații realizate în ultimii ani de echipele de studenți la proiectele de marketing, accesați următorul link: www.examene-altfel.ro/best-of

- b) **Testimonial publicitar**, în scop didactic (în format video, 10-30''): o persoană neutră (nu trebuie să fie neapărat o vedetă!) recomandă și susține, cât mai convingător și veridic avantajele consumului produsului nostru (folosim în recomandare, dacă este nevoie, numele generic al ofertei, nu numele real al firmei/mărcii), în scopul credibilizării și promovării sale comerciale;
- c) **O promoție**, cu ocazia unei sărbători legale sau o aniversare a firmei (1 slide/flyer promoțional);
- d) **Obiecte promoționale personalizate**: echipa va avea de realizat și de inserat în prezentare (evident, în format electronic): un calendar tip poster (de perete) 2025, personalizat, în limba română; nu uitați să specificați pe calendar adresa de contact, adresa de email, FB etc.
Facultativ: echipa poate realiza un calendar 2025 triptic (de birou), în format electronic, personalizat pe fiecare lună a anului. Alte obiecte promoționale personalizate, care pot fi vizate: o agendă, un tricou, o cană, un pix, un breloc, un ceas de perete, un semn de carte etc. - toate în format electronic.
- e) **Promovare web și prin rețelele sociale**, magazin virtual: câteva pagini sugestive de prezentare web a ofertei (Atenție! Specificați în pagina de primire că este vorba de o ofertă de prezentare în scop didactic!)
- f) Facultativ: alte modalități de promovare care pot fi vizate: *sampling*, *hostess*, concurs cu premii, tombolă etc.
Atenție! Materialele realizate de echipă în scop promoțional (didactic) și care poartă însemnele firmei producătoare (în varianta de lucru nr. 1) nu vor distribuite online (această opțiune necesită foarte multă atenție și rigoare).

13. Concluzii și propuneri + mulțumiri (1 slide): sintetizați principalele rezultate reieșite în urma promovării active a ofertei pe piață (îmbunătățirea vizibilității și a imaginii firmei și produselor sale pe piață, impulsivitatea vânzărilor, creșterea cotei de piață, crearea de interactivitate, aport relațional etc.). În final, mulțumim (întotdeauna!) clienților și publicului pentru atenția și interesul acordate firmei noastre și îi invităm să testeze/să cumpere/să ne viziteze etc.

Mult succes, spor la idei,

Conf. univ. dr. FRONE D. Florin

dffrone@yahoo.com

www.examene-altfel.ro

Sugestii de lucru pe care le găsiți pe site-ul disciplinei Marketing, www.examene-altfel.ro :

Pagina cu echipa – foto individuale:

<https://www.examene-altfel.ro/2020-2021?pgid=kqi7qvb71-48d41ac3-7911-469c-a653-b48e17a8f529>
<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kggv2851-4054a27d-1c06-4e94-b71b-caf868d720ff>
<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kggv2851-2116a53d-fb0c-4e6c-b285-56ce454d9a8c>
<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kggv2851-1a640417-9802-4923-be6c-f6d10b012f98>
<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kggv2851-737acd57-8573-4856-8d77-5cd44648f98b>

Pagina cu echipa – foto de grup:

<https://www.examene-altfel.ro/activitati-2018-2020?pgid=kqrs8u7e-b4c059a4-d9fb-445c-ae96-94c09f11d77e>
<https://www.examene-altfel.ro/activitati-2018-2020?pgid=kqrs8u7e-b316dcf9-6474-44e2-948e-7939d987c5b8>
<https://www.examene-altfel.ro/activitati-2018-2020?pgid=kqrs8u7e-eb1a1545-2cfe-4a5f-a97e-9af49479de5d>

Sugestie film: Salut de "Bun venit":

<https://www.examene-altfel.ro/best-of?pgid=kqrq7v3r-bc2959a5-28de-46c9-990c-a7e43791e5fb>

Sugestie emblemă .png:

<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kggv2851-ac931a23-4637-47f5-9fe8-5eb46de64355>
<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kggv2851-20850f32-af7c-4dd9-9a75-848baeae8476>

Sugestie film interviu cu producatorul:

<https://www.examene-altfel.ro/2020-2021?pgid=kqi7qvb2-b1823522-15cd-46f9-9608-9af5da0aa29e>
<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kmq3srw5-311a7f9d-2187-49d1-8962-3cc6c34d5fd9>
<https://www.examene-altfel.ro/2020-2021?pgid=kqi7qvb62-e3db4be9-c0d5-426c-8c8e-a38d1c36a845>
<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kmq3srw5-4f5d2736-a3e2-4a37-a293-68ae4cb65d4a>

Sugestie film interviu consumatori:

<https://www.examene-altfel.ro/video-studenti-2018-2019?wix-vod-video-id=df06e49430ce49b785078d386dbd9e53&wix-vod-comp-id=comp-it66ruq4>
(interviu la TTR în limba engleza). Solicitați mai multe sugestii legate de realizarea interviurilor în teren cu consumatorii la orele de pregătire.

Sugestie clip publicitar:

<https://www.examene-altfel.ro/2020-2021?pgid=kqi7qvb0-8b83ffe1-c040-4cea-aac8-0b069a31e96e>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=f7788dd09d6c4589b645d8a7bebd3c1c&wix-vod-comp-id=comp-it66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=2551e577d42f438fb496c4f4135610d6&wix-vod-comp-id=comp-it66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=0662eecd2847e6a8716ac09d49cf5d&wix-vod-comp-id=comp-it66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?pgid=kqrq7v3r-f32f7357-289e-4aa5-b8a8-e4d23e0c1582>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?pgid=kqrq7v3r-c015f387-3b3b-4fed-9a57-f2844d777ec4>
<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kgv8sxf7-c4ea6b49-b60f-4166-89ff-5978cb20b809>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?pgid=kqrq7v3r-a0546554-f1f2-473e-b78c-e287b8ad3fd8>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?pgid=kqrq7v3r-d67d31c3-a39a-4754-ac4f-99205e7e048c>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?pgid=kqrq7v3r-7670e427-08d9-4e4b-b813-4bc7f916d5bd>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?pgid=kqrq7v3r-eba8a603-637f-4f22-a4bc-1b19219db75c>
<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kgkjp0h5-5c034171-1731-4cd7-a8c8-14c60cf70b6b>
<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kgkjp0h5-26edb18f-19ad-4fab-a8bb-847142dbd280>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=b7e84d6fee6f481a988a8ace229d480f&wix-vod-comp-id=comp-it66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=60136a2652234361a855b57c101bc82b&wix-vod-comp-id=comp-it66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=a867c55861f8465f81f9e90608dca113&wix-vod-comp-id=comp-it66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=0f5e6f2f5e9846238f8331756c8225cd&wix-vod-comp-id=comp-it66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=777376abe1854376adc14170500e1787&wix-vod-comp-id=comp-it66z69c>

Sugestie testimonial publicitar (didactic):

<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=f0cfc827cbe745ff9deaa6e520a3462c&wix-vod-comp-id=comp-it66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=65948eaafe2c419f9058b0afd18a88b8&wix-vod-comp-id=comp-it66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kgv8sxf7-64e64764-6dcb-4fa0-b8a7-fdfadd8d32cb>
<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kgkjp0h5-8eff5f22-84ff-46b7-b574-d0352eb5cc0d>

Sugestie ecuson:

<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kggv2851-27327410-ac97-42ca-9ee5-8ab31241dc96>

Sugestie invitație:

<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kggv2851-ab947c33-6ba8-477a-85b2-04343a3fe066>

<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kggv2851-61717fa5-53bb-4de5-b51e-d3b0c64a4970>

<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kggv2851-92caa7ce-da80-4e68-9baf-8d6bca69d6dc>

Sugestie flyer promoțional:

<https://www.examene-altfel.ro/2020-2021?pgid=kqi7qvb2-4702eaf6-b75e-4f15-8cb5-6828f0550e9c>

<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kggv2851-10583f83-b856-44c4-be3d-4fc498d9b544>

Sugestie calendar:

<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kggv2851-6f9832bc-f914-4839-8cc2-669daa9bcaef>

<https://www.examene-altfel.ro/2020-2021?pgid=kqi7qvb1-42d344cb-c933-41a1-9f47-8067fd64db4c>

Sugestie film "The making of":

<https://www.examene-altfel.ro/best-of?pgid=kqrq7v3r-0bdf0a10-b79f-4016-9579-19218198639d>

<https://www.examene-altfel.ro/best-of?pgid=kqrq7v3r-daecf012-f61e-4089-bd12-ba1fbb85659b>

<https://www.examene-altfel.ro/best-of?pgid=kqrq7v3r-882db291-c819-436e-ba7d-ca9e535553ca>

<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kqv8sxf7-6c445ceb-28e6-4377-ba88-50951333d4d9>

<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kqv8sxf7-09061719-f291-4545-b816-4cbae307d8a5>

<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=b1db457e5f41428bab1fc6ba969f5be9&wix-vod-comp-id=comp-it66z69c>

<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=cc508e4035cf44ab8119de1b58994102&wix-vod-comp-id=comp-it66z69c>

<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=bff602a85168475ea0663be38bc04d5a&wix-vod-comp-id=comp-it7nmlz9>

<https://www.examene-altfel.ro/video-studenti-2018-2019?wix-vod-video-id=c93723dd83f24daba4052b4cd63fcc17&wix-vod-comp-id=comp-it66ruq4>

etc. etc.