

REFERAT – Strategii de marketing (martie 2025)

Referatul este individual și va fi transmis în format .pptx la adresa email de corespondență dffrone@yahoo.com

CERINȚE pentru realizarea referatului (acestea trebuie îndeplinite atent, pentru a nu fi nevoie de completări și îmbunătățiri ulterioare, după ce a fost predat):

1. **Rezumatul unui reportaj tv mai amplu (min. 15 minute), cu invitați, din Emisiunea "Viața Satului"**, care promovează exemple de afaceri cu produse românești, din sectorul agribusiness. Identificați un reportaj sugestiv în edițiile înregistrate pe canalul de youtube al emisiunii (acesta nu trebuie să fie mai vechi de 2-3 luni), căruia îi faceți un rezumat, link: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLxO8-C91Lp91HPYa8RVqDa17W3xUI69gO>

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

- a) Faceți un **rezumat de min. 500 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!)
- b) 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.
- c) **Inserați în prezentare și 2-3 imagini foto în miniatură (screenshot-uri din film)**, dar care să nu depășească ¼ din conținutul unei pagini; dacă folosiți o imagine foto ca fundal, aceasta trebuie estompată/blurată, pentru a nu afecta vizibilitatea textului.
- d) **Fiecare rezumat va avea trecut obligatoriu în subsol link-ul activ al ediției (emisiunii) și minutul la care începe reportajul respectiv.**

Verificați îndeplinirea fiecăreia dintre cerințele de mai sus și urmăriți pe email confirmarea primirii referatului .pptx trimis, precum și un *feedback* privind conținutul acestuia.

2. **Oferte promoționale** pe care le-ați identificat online sau în rețelele comerciale stradale, respectiv: preț barat, preț psihologic, ofertă tip "girafă", ofertă "cangur", ofertă "BOGOF", ofertă cu primă *convenience*, vânzare *flash*, *bulk discount*, ofertă *buy-back*. Pe cât posibil, trimiteți dovezi foto/video **proprie** cât mai relevante din teren, nu doar capturi *copy-paste*, fiindcă se punctează suplimentar. Imaginile cu ofertele și campaniile identificate la punctele 2 și 3 vor fi prezentate în pagini noi .pptx, în continuarea slide-urilor de la pctul 1 (nu trimiteți alte fișiere). Precizați în dreptul fiecărei imagini inserate la pcte 2 și 3 și sursa de proveniență a acestora.
3. **Identificați, de asemenea, pe canalele media și în teren**, următoarele (cât mai multe): un *testimonial* publicitar (cu vedete), o campanie *teasing*, un *totem* publicitar, un ambalaj tip *skin pack*, o campanie de *mecenat* publicitar, o acțiune de promovare "*sandwich board*" ("omul sandviș"), (campanie) *sampling*, parteneriat *co-branding*, strategie de extindere a mărcii, marcă generică, *rebranding*, marca distribuitorului/magazinului, campanie *mailing*, *advertorial*, produs imitativ ("*me too*"), (produs gen) "vacă de muls", campanie/acțiune "*open days*", practică *shrinkflation* și *skimpflation*.

Mult succes!