

MARKETING » Licență zi, IMAPA anul II (semestrul I, 2025-2026) (1)

A. CONSIDERAȚII PRELIMINARE

A.1. Tema de semestru: Realizarea unei prezentări profesionale multimedia, în scop didactic, pe exemplul unei afaceri reale sau potențiale de profil, de mărime medie-mică (afacere de familie), provenită din zona dvs. de origine (respectiv, o zonă rurală și județ specificate).

Prezentarea finală multimedia (slideshow, cca 15 slide-uri lucrate pe ecran lat, 16:9) va fi realizată prin asamblarea cerințelor de conținut îndeplinite pe parcursul semestrului la orele de seminarii, și va include: text succint, imagini foto reprezentative, sunet, video, link-uri, desene/grafisme, animație ș.a.

A.2. Modalitatea de lucru: puteți opta pentru lucru individual sau lucrul într-o echipă (fiecare echipă va avea un coordonator) – aceasta 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).

Precizare importantă: Toate materialele realizate și asamblate în prezentarea finală pe durata semestrului vor fi realizate în format electronic (pe calculator), fără ca aceasta să angajeze din partea studenților eforturi financiare suplimentare sau deplasări externe dificile (atenție la acest aspect!).

A.3. Varianta de lucru: alegeți una din cele 3 variante de lucru, detaliate la punctul B.1.3.

A.4. Surse de documentare:

- 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.examen-altfel.ro (în special pagina [Resurse și idei](#)); aici veți găsi numeroase idei de lucru (teme) și pagini pptx salvate .jpg, creații foto și video ș.a., realizate de studenții din anii precedenți la proiectele de marketing.
- Altă sursă de informații o reprezintă manifestările expoziționale de profil, organizate în această toamnă în incinta sau în apropierea Campusului Agronomie: "Toamna Horticolă Bucureșteană" (2-5 octombrie 2025), INDAGRA 2025 (29 octombrie - 2 noiembrie 2025), Târgul de Turism al României (20-23 noiembrie 2025), Târgul PRO RURAL - "Rădăcini vii: România în lumina tradițiilor" ș.a. Alte sugestii de documentare: Târgul săptămânal de produse tradiționale de la A.S.A.S. (lângă clădirea A din Campus); vizită de studiu la Muzeul Național al Satului "Dimitrie Gusti"; vizite în 2-3 piețe stradale din București și în magazine de desfacere cu amănuntul; alte destinații și surse de documentare: vizite la producător sau în alte locații de interes - acestea se vor face numai în condiții de siguranță, fără să implice eforturi suplimentare însemnate din partea echipei (eventual, 2-3 studenți, care sunt din județ sau care locuiesc în apropiere; de preferat, interacționați cu reprezentanții firmei 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 consultare și descărcare:
https://www.examen-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):

Emisiunea "Viața Satului"	cotidianulagricol.ro	vacantelatar.ro	agroinfo.ro	marketingportal.ro
businessagricol.ro	agrintel.ro	tv.lumeasatului.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 Români	Comisia Europeană

A.5. Prezentările finale vor fi susținute în amfiteatru de către fiecare echipă începând din luna decembrie 2025, la o dată stabilită în prealabil, sub formă de slideshow multimedia: circa 15 slide-uri pptx, cu conținut text, grafică și foto și mai multe filmulețe și link-uri inserate în prezentare, aproximativ 20 minute durată a expunerii. Înainte cu o săptămână de data stabilită pentru susținere, echipa va preda conținutul prezentării ("mapa prezentării") pentru verificare și feedback, folosind un program de transfer fișiere mari.

Atenție! Susținerea la timp a prezentării și acceptarea acesteia (conținut complet, realizarea corespunzătoare a cerințelor de lucru) este condiție de intrare în sesiunea de examene.

A.6. Punctaj acordat: max. 5 puncte, în funcție de varianta de lucru abordată - pentru o prezentare care a obținut, în final, calificativul maxim (punctajul poate să difere în cadrul echipei în funcție de gradul de implicare și complexitatea cerințelor îndeplinite de fiecare student - fapt care va fi stabilit și comunicat la final de către fiecare echipă). Echipa va lucra atent și constant pe durata semestrului, respectând, îndeaproape, cerințele planului din acest an (sunt respinse și nu vor putea intra la susținere prezentările incomplete, neîngrijite, la care s-a lucrat superficial sau care nu respectă planul de lucru 2025-2026).

B. CERINTELE DE CONȚINUT ALE PREZENTĂRII

B.1. PRIMELE SĂPTĂMÂNI DE LUCRU (1-3):

B.1.1. În primele 2 săptămâni de școală vom stabili modalitatea de lucru. Trebuie să vă decideți dacă pe durata semestrului veți lucra individual sau într-o echipă de maximum 6+ colegi din grupă (o variantă mult mai potrivită). Vom crea o fișă de lucru pentru fiecare student și echipă, urmând ca aceasta să fie completată cu informațiile detaliate în continuare.

Atenție! Odată ce echipa a fost constituită și a început să lucreze, nu se pot adăuga pe parcurs alți membri!

B.1.2. Totodată, în primele 3 săptămâni de școală, în urma discuțiilor cu fiecare student și echipă definitivăm tema de lucru pe care doriți să o abordați ca studiu didactic pe parcursul semestrului (în strânsă corelație cu zona de proveniență a acesteia și cu varianta de lucru aleasă). Stabilim împreună oferta/gama de produse promovată și genul de afacere vizat (pentru documentare accesați link-urile de la punctul A4), și anume: afaceri locale cu produse agroalimentare, servicii de alimentație publică și de cazare în pensiuni (agro)turistice, produse de artizanat sau meșteșugărești, servicii (eco)turistice și gastronomice ș.a.

Începeți prin a identifica o localitate rurală cu reputație în județul d-voastră (pentru că o cunoașteți cel mai bine), precum și o gamă de produse/o ofertă locală reprezentativă, cu tradiție și recunoaștere/cu notorietate ridicată, căreia vă veți strădui să îi construiți (și oferiți) o soluție de promovare comercială, în format multimedia.

Echipele care nu și-au ales nici o temă în termenul prevăzut (respectiv, primele 3 săptămâni de școală), precum și studenții care absentează nemotivat de la ore mai multe săptămâni, vor primi ulterior, individual, o temă de lucru stabilită în varianta de lucru nr. 3 de mai jos (nu se mai pot adăuga echipelor deja constituite și care au avansat cu lucrul).

B.1.3. Stabilim, totodată, varianta de lucru, în funcție de posibilitățile și opțiunile fiecărui student sau echipă, astfel:

- Varianta 1:** lucru într-o echipă formată din 2 până la 6+ studenți. În această variantă, echipa promovează o afacere reală de profil (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/sau cu reprezentanții căreia reușiți să colaborați direct (echipa va primi în acest caz un punctaj suplimentar, întrucât această abordare necesită mai multă rigoare de lucru și va avea cerințe în plus de îndeplinit). Oferta vizată are destinație comercială: se află deja pe piață, iar noi ne propunem să o îmbunătățim/să o relansăm, să o diversificăm, să îi consolidăm renumele etc. Urmăriți să intrați în contact cu reprezentanții firmei (online), pentru a obține un acord de colaborare și cât mai multe informații utile. Subliniați de la bun început că sunteți studenți la zi 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:** lucru individual sau o echipă formată din cel mult 3 studenți: tema abordată în această variantă va fi o afacere potențială/de perspectivă, cu care echipa are o conexiune directă și pe care urmează să o promoveze în mod real, în teren. Dacă nu ați reușit să interacționați convenabil cu nici o firmă activă 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 de desfacere autorizat sau ca punct gastronomic local; o livadă de pomi fructiferi; solar de legume; o stupină sau alte inițiative potențiale viabile de afaceri de profil (fără personalitate juridică), pe care le cunoașteți sau vă sunt la îndemână și cu care reușiți să interacționați mai ușor.
Atenție! Nu promovăm în această variantă o ofertă ipotetică/o fantezie! Oferta selectată va avea o locație rurală concretă, produsele există în mod real, iar noi ne propunem și începem să construim și să consolidăm identitatea acestei afaceri comerciale de interes (aceasta are o locație reală, un nume/o identitate, o rețetă proprie de succes, o strategie viabilă, de viitor, producătorul fiind interesat să inoveze și să își dezvolte activitatea în condiții de eficiență pe piață).
- Varianta 3:** numai lucru/prezentare individuală: promovarea unei oferte comerciale din domeniul agribusiness ca studiu/abordare didactică. Alegeți în acest caz o ofertă locală reprezentativă, provenită din zona dumneavoastră de origine - pentru că o cunoașteți și o puteți analiza în cunoștință de cauză (atenție la acest aspect! - nu se acceptă abordarea ca temă a unor oferte provenite din zone consacrate îndepărtate sau insuficient cunoscute). Această variantă de lucru implică, pe lângă inserarea în pagină de informații reprezentative disponibile din surse online (studiu documentar), și interacțiune în teren pentru completarea câtorva cerințe concrete de lucru, care sunt enumerate mai jos (precizați în pagină sursa informațiilor/imaginilor foto și video inserate - atât proprii, cât și preluate!).

Identificați, așadar, o ofertă de profil care se bucură de notorietate și prestigiu în județul/zona dvs. de origine, ofertă pentru care sunt disponibile informații online relevante - necesare pentru realizarea prezentării proprii pptx. Informațiile din surse online vor fi completate obligatoriu de autor (atenție! în această variantă de lucru există numai individual) și cu dovezi și idei de creații proprii (foto și video) realizate în urma a 1-2 vizite în teren, spre exemplu: vizită la un punct de desfacere/punct de lucru/ori la sediul firmei; vizită la un târg /expoziție de profil; interviu stradal sau în magazin cu câțiva clienți potențiali/activi ș.a. - pe care le veți insera în prezentare. Pentru identificarea produselor tradiționale românești atestate pe județe, a produselor atestate conform rețetelor consacrate, a produselor agroalimentare cu mențiunea "produs montan", precum și a produselor alimentare protejate la nivel european prin scheme de calitate, accesați următorul link: <https://www.madr.ro/industrie-alimentara.html>

În această variantă de lucru (varianta nr. 3) nu este obligatorie, ci opțională interacțiunea fizică la fața locului sau online (prin conferință video) cu un reprezentant al firmei/afacerii respective, pentru realizarea interviului profesional. În conținutul prezentării trebuie să se regăsească, însă, obligatoriu, următoarele:

- interviuri relevante în teren cu min 3 clienți ai firmei (în format video, editat, cu preambul și logo inserat, cca 1 minut durată totală); găsiți mai multe detalii legate de cerințele de realizare a interviurilor la pctul B.3.2 în plan;
- un testimonial publicitar/o recomandare sugestivă și credibilă (în format video, cu titlu inserat în film, cca 30");
- un filmuleț de reclamă, creație proprie (cca 30");

- d) un flyer și un calendar personalizat 2026, tip poster cu oferta promovată (în format electronic);
- e) ofertă promoțională, la alegere (găsiți mai multe detalii legate de materialele promoționale care trebuie realizate la pctul B.4).

Indiferent 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.

B.2. STRATEGIA DE MARCĂ ȘI IDENTITATEA FIRMEI (săptămânile 4-5):

B.2.1. Echipa (1-2 pagini pptx): foto individual + numele fiecărui student; urmăriți ca imaginile foto cu membrii echipei să fie realizate în context - spre exemplu, în Grădina Botanică din Campus (nu sunt foto ocazionale). Inserați în prezentare și o imagine foto de grup (foto cu toată echipa), într-un cadru expresiv (spre exemplu, la Muzeul Național al Satului) + o deviză a echipei + un salut video de întâmpinare/de "Bun venit!" și o scurtă expunere a conținutului prezentării - creație în format video, cca 20-30".

B.2.2. Pagina de prezentare a ofertei (1-2 slide-uri):

a) 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 "Baciul Brănean", localitatea Bran, jud. 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 de audiență);

b) foto original, de impact și centrat pe prima 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 tăviță sau coșuleț, gândit și realizat de echipă);

c) emblemă stilizată (.png): realizați în scop didactic o emblemă reprezentativă, care să definească afacerea. Această creație va îngloba: o imagine foto reală (proprie, pe cât posibil - nu un grafism artificial complicat!) + numele comercial (sus) + localitatea și județul de proveniență (jos) + simbolul național (sub forma unei inimioare sau unei panglici/fundițe/papion tricolore, în miniatură); evidențiați pictograma "100% calitate" și subliniați, după caz: "Produs românesc", "Rețetă consacrată", "Produs montan", "Produs certificat ecologic", "Fără OMG", "De la 1930", "Produs direct la fermă" ș.a. - elemente care reliefează proveniența, tradiția, rafinamentul, distincția sau unicitatea ofertei;

d) slogan, motto, mascota, fundal muzical (jingle) - trebuie evocate adecvat/inspirat, în context.

B.2.3. 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.

B.2.4. 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.

a) 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 mele de familie?* (în sensul: "produs de la mama lui") etc. Scoateți în evidență noutățile cu care vine afacerea, spre exemplu: un nou format și un nou ambalaj comercial, mai funcțional și mai atractiv; o rețetă românească veche/consacrată, readusă la viață într-un concept modern; o etichetă personalizată, completă informațional și atrăgătoare ca design (ilustrație, cod de culori, informații nutriționale, rețetă de consum atașată etc.) un supra-ambalaj conceput special și folosit pentru expunere și comercializare ș.a.

b) Alte argumente: evidențiați acele trăsăturile distinctive ale ofertei, care fac ca aceasta să se diferențieze în mod clar și pozitiv față de produsele similare, concurente: atuuri legate, spre exemplu, de tradiția îndelungată de producție în zonă (produs local autentic, realizat după o rețetă consacrată), microclimatul favorabil al zonei, experiența și reputația de care aceasta se bucură la nivel local și zonal, rețetă specifică/unicat, 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.

B.3. REALIZAREA STUDIULUI DE PIATĂ (săptămânile 6-7): filmuleț de interviuare și foto incluse în prezentarea pptx:

B.3.1. Pentru echipele care au optat pentru varianta 1 de lucru: interviu online sau față în față (numai dacă este posibil), inserat în prezentare, cu reprezentatul firmei (cca 2-3 min. durată) privind istoricul și evoluția/prestigiul/ perspectivele afacerii 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.). Interviul

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 sau câteva secvențe video din activitatea firmei, un îndemn la acțiune etc. Dacă sunetul este slab, filmul va conține subtitrare.

Atenție! 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 (trebuie să apăreți și voi în film!), cu sunet și imagine (întrebările nu vor fi prezentate sub forma unui mesaj scris/text afișat pe ecran). Nu predați interviul în forma brută sau incomplet, fiindcă va trebui refăcut.

B.3.2. Intervievarea clienților potențiali: echipa va insera în prezentare un scurt filmuleț video, personalizat cu logo-ul firmei (în format mp4, cca 60”), care să sugereze interviuarea a minimum 3 clienți potențiali, în minimum 2 locații propice diferite (nu în cămin!): într-o piață agroalimentară, la un târg de profil, punct de desfacere alimentar sau stradal. Inserați câteva imagini foto sugestive cu dialogurile purtate în teren și în prezentarea pptx.

Foarte important: în prealabil, ne prezentăm, spunem cine și de unde suntem și ce vrem să facem; cerem obligatoriu acordul să fotografiem (sau să filmăm). Adresați consumatorilor potențiali 2-3 întrebări deschise (le prezentați mai întâi produsul), 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 (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.).

B.4. STRATEGIA DE PROMOVARE COMERCIALĂ A OFERTEI (săptămânile 8-10): identificați modalitățile concrete (și accesibile firmei!) de promovare în scop comercial a ofertei. Echipa va avea de realizat și de inserat în prezentare:

B.4.1. Pliant promoțional, carte de vizită și invitație personalizată din partea firmei și/sau echipei (toate în format electronic). Pliantul promoțional va face referire (succint) și la 2-3 obiective istorice, culturale sau turistice reprezentative, din zona geografică de interes, în strânsă legătură cu oferta promovată.

B.4.2. 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.4.3. Testimonial publicitar, în scop didactic (în format video, 10-30”): 1-2 persoane neutre (nu trebuie să fie neapărat vedete!) recomandă și susțin, cât mai convingător și veridic avantajele consumului produsului nostru (dacă e cazul, utilizăm numele generic al ofertei, nu numele real al firmei), în scopul credibilizării și promovării sale comerciale;

B.4.4. O promoție: cu ocazia unei sărbători legale sau o aniversare a firmei (1 slide pptx): ofertă promoțională în magazin cu ocazia sărbătorilor de iarnă, la alegere;

B.4.5. Obiecte promoționale personalizate: echipa va avea de realizat și de inserat în prezentare (evident, în format electronic): un calendar triptic 2026 (cu pagini), personalizat pe fiecare pagină, în limba română, care să ilustreze sugestiv implicarea echipei în activitățile desfășurate în cadrul orelor de marketing (inserați în pagină câteva imagini realizate în teren – foto în miniatură cu echipa și oferta promovată); nu uitați să specificați pe calendar adresa de contact, număr de mobil, email, adresa paginii de FB etc. 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.

B.4.6. Promovare web și prin rețelele sociale, magazin virtual: câteva pagini sugestive de prezentare web a ofertei.

Atenție! Precizați obligatoriu în pagina de primire că este vorba de o prezentare/un proiect cu scop didactic! Materialele foto și video realizate de echipă în scop promoțional (didactic), și care poartă însemnele firmei producătoare (în varianta de lucru nr. 1) nu vor distribuite online fără acordul prealabil al acesteia (această opțiune necesită multă atenție și rigoare).

B.4.7. Facultativ: alte modalități de promovare și creații care pot fi vizate: *sampling*, *hostess*, concurs cu premii, tombolă, ținută personalizată/ținuta firmei, promovare de Ziua Națională, filmuleț *“making of”/“behind the scenes”/“bloopers”* etc.

B.5. 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

<https://www.examene-altfel.ro/contact-fdf>

MAPA PREZENTARII (valabil pentru variantele 1 și 2 de lucru)

Găsiți mai jos lista documentelor care trebuie predate de fiecare echipă în luna decembrie 2025, pe adresa dffrone@yahoo.com, cu cel puțin **3 zile înainte** de data susținerii prezentării în amfiteatru. Folosiți în acest scop un program de transfer fișiere mari: wetransfer.com, transferxl.com sau Google Drive ș.a.

Această structură, de la 1 la 10, **nu se modifică**, doar se încarcă la fiecare punct materialele aferente; verificați atent dacă fișierele se deschid și nu sunt omisiuni, altfel conținutul va fi returnat pentru completare și/sau îmbunătățire:

- 1_prezentare multimedia (conținutul complet pptx)
- 2_foto de grup cu echipa + salut video de "Bun venit"
- 3_logo stilizat (.png)
- 4_pliant promoțional, carte de vizită, invitație personalizată
- 5_oferta promoțională și calendar triptic personalizat 2026
- 6_interviuri în teren (film mp4 și foto .jpg)
- 7_clip (reclama) video (mp4)
- 8_testimonial publicitar (didactic) (mp4)
- 9_promovare web si prin rețele sociale (link si printscreen .jpg)
- 10_alte foto si video

- 1) prezentare multimedia (conținut complet, asamblat integral): **cca. 15 slide-uri pptx, format 16:9**, care are inserate: text succint, imagini foto reprezentative, sunet, video, link-uri, desene/grafisme, animație - realizate conform planului de lucru 2025/2026;
- 2) a) imagine foto de grup (foto cu toată echipa) + nume echipă + deviza echipei : slide pptx;
b) salut de "Bun venit!" + o scurtă descriere a conținutului prezentării, din partea echipei (**filmuleț mp4, cca 25"**), realizat într-un cadru adecvat (cu ocazia vizitelor în teren);
- 3) emblema stilizată, creație a echipei, **în format .png** . Acesta va îngloba: o imagine foto reală cu produsul/oferta comercială + numele comercial (numele de înregistrare al firmei) + localitatea și județul de proveniență + marca/brandul firmei + simbolul național în miniatură + "Produs românesc, "Produs direct la fermă" ș.a.
- 4) pliant promoțional, carte de vizită, invitație personalizată, toate în format online : **fișiere foto (.jpg)**;
- 5) oferta promoțională (.jpg) și calendar triptic personalizat 2026, tip poster (format A5, cu 12 pagini + coperta), în limba română, personalizat cu logo-ul firmei, QR, adresa de contact, număr de mobil pentru contact, email, FB etc. (**.jpg**);
- 6) interviuri în teren:
a) interviuri consumatori: film video (**mp4, cca 30-60"**), personalizat cu logo-ul firmei, care să sugereze interviuarea a minimum 3 clienți potențiali, în min. 2 locații propice diferite: într-o piață agroalimentară, la un târg de profil, punct de desfacere alimentar sau stradal; atenție la precizările din plan legate de acest filmuleț, punctul B.3.2;
b) pentru echipele care au optat pentru varianta 1 de lucru (firmă reală): interviu online sau față în față cu reprezentatul firmei (**mp4, cca 2-3 min. durată**); atenție la precizările din plan legate de acest filmuleț, punctul B.3.1 ;
- 7) clip video (**mp4, 30-40"**) : un filmuleț de reclamă/de promovare comercială a afacerii/mărcii – memorabil și amuzant sau persuasiv, creație a echipei; sugestii de creații publicitare video găsiți [aici](#);
- 8) testimonial publicitar (didactic) (**filmuleț mp4, 10-30"**) : o persoană neutră (nu neapărat o vedetă!) recomandă și susține, cât mai convingător și veridic avantajele consumului produsului nostru;
- 9) promovare web și prin rețele sociale : **link funcțional și câteva printscreen-uri de conținut (.jpg)**, inserate și în prezentare;
- 10) alte foto și video, cum ar fi: **foto + (urare) video de Ziua Națională a României din partea echipei (în teren); film + foto "Cum se prepară"; filmuleț "making of"/"behind the scenes"/"bloopers" ș.a.**

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 logo .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-jt66ruq4> (interviu la TTR in limba engleza). Solicitați mai multe sugestii legate de realizarea interviurilor în teren cu consumatorii

la orele de lucrări practice.

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-jt66z69c>

<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=2551e577d42f438fb496c4f4135610d6&wix-vod-comp-id=comp-jt66z69c>

<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=0662eecbda2847e6a8716ac09d49cf5d&wix-vod-comp-id=comp-jt66z69c>

<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-jt66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=60136a2652234361a855b57c101bc82b&wix-vod-comp-id=comp-jt66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=a867c55861f8465f81f9e90608dca113&wix-vod-comp-id=comp-jt66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=0f5e6f2f5e9846238f8331756c8225cd&wix-vod-comp-id=comp-jt66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=777376abe1854376adc14170500e1787&wix-vod-comp-id=comp-jt66z69c>

Sugestie testimonial publicitar (didactic):

<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=f0cfc827cbe745ff9deaa6e520a3462c&wix-vod-comp-id=comp-jt66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=65948eaafe2c419f9058b0afd18a88b8&wix-vod-comp-id=comp-jt66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kgv8sxf7-64e64764-6dc6-4fa0-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=kgv8sxf7-6c445ceb-28e6-4377-ba88-50951333d4d9>
<https://www.examene-altfel.ro/cursuri?pgid=kgv8sxf7-09061719-f291-4545-b816-4cbae307d8a5>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=b1db457e5f41428bab1fc6ba969f5be9&wix-vod-comp-id=comp-jt66z69c>
<https://www.examene-altfel.ro/best-of?wix-vod-video-id=cc508e4035cf44ab8119de1b58994102&wix-vod-comp-id=comp-jt66z69c>
<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-jt66ruq4>

etc. etc.