

REFERAT – Strategii de marketing (martie 2026)

Referatul este individual și va fi transmis în format .pptx, până la începerea sesiunii de examene, 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:

- 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!)
- Aveți în vedere o **asezare 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.
- Inserați în prezentare și 2-3 imagini foto în miniatură (screenshot-uri din film)**, care să nu depășească însă 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.
- Fiecare rezumat va avea trecut obligatoriu în subsol **link-ul activ al editiei (emisiunii), precum și minutul la care începe reportajul respectiv**. Precizați, de asemenea (obligatoriu), minutul corespunzător la fiecare dintre paragrafele importante ale textului în rezumat.

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 în rețelele comerciale stradale, respectiv: preț barat/tăiat, preț psihologic, preț rotund, ofertă tip "girafă", ofertă "cangur", ofertă "BOGOF" (1+1 gratuit), ofertă cu primă *convenience*, vânzare *flash*, *bulk discount*, ofertă *buy-back*. Pe cât posibil, trimiteți dovezi foto/video **proprii** 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 alt fișier separat). Atenție: precizați obligatoriu în dreptul fiecărei imagini inserate la pctele 2 și 3 și **sursa de proveniență** a acestora. Nu se acceptă în conținutul referatului imagini generate artificial.

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; *mesh* publicitar (*outdoor*); *showroom*; un ambalaj tip *tetra pack*, *bag in box*, *blister pack*, *skin pack*, *clamshell box*; cap de gondolă și *facings* (în *retail merchandising*); (categorie de) produse FMCG (*fast-moving consumer goods*); o campanie de *mecenat* publicitar; o acțiune de promovare *sandwich board* și *sandwich man* ("omul sandviș"); (campanie) *food sampling* și *product testing*; parteneriat *co-branding*; strategie de extindere a mărcii; marcă generică; *rebranding*; marca distribuitorului/magazinului; *advertorial*; produs imitativ ("me too"); (produs gen) "vacă de muls"; campanie/acțiune *open days*; practică *shrinkflation* și *skimpflation*.

Mult succes!