

Restanțe -conf. univ.dr. Mădălina Moraru

1. Restanță Introducere în publicitate, anul I, zi și id-sem.1- 3 iunie

Pentru examenul scris, contactați profesorul în ziua examenului la ora 8.00 pe linkul meet.google.com/ykb-rqxn-nsa

Examenul constă într-un text alcătuit din 15 grile, notate cu 0,6 p fiecare subiect și 1p din oficiu. Subiectele au între trei și cinci variante de răspuns și numai una este corectă.

Bibliografia: tutoratele de la Id sau

1. Petre, Dan și Nicola, Mihaela (2004), *Introducere în publicitate*. București: Comunicare. Ro.
2. Trout, Jack și Rivkin, Steve (2006). *Diferențiază-te sau mori*. București: Brandbuilders pp. 11-19 (*Ce s-a întâmplat cu propunerea unică de vânzare*)
3. Popescu, Costin (2005). *Introducere în publicitate*. București: Editura Universității din București.

Studentul trebuie să aibă asupra lui un act de identificare.

2.Structura și funcționarea agenției de publicitate, 2 iunie, ora 8.00

Pentru examenul scris, contactați profesorul în ziua examenului la ora 8.00 pe linkul Meeting ID meet.google.com/jvf-mpnc-oxp

Examenul constă într-un text alcătuit din 15 grile, notate cu 0,6 p fiecare subiect și 1p din oficiu. Subiectele au între trei și cinci variante de răspuns și numai una este corectă.

Studentul trebuie să aibă asupra lui un act de identificare.

Bibliografia: tutoratele

3.Restanță. Storytelling, anul II-opțional (verificare), semestrul 1, 2 iunie 2020, ora 8.00

Pentru lucrarea practică, contactați profesorul pentru a primi tema (mădălina.moraru@fjsc.ro). Lucrarea va fi trimisă până pe data de 2 iunie 2020, ora 8.00.

Pentru examenul scris, contactați profesorul în ziua examenului la ora 8.00 pe linkul Meeting ID meet.google.com/jvf-mpnc-oxp

Examenul constă în examinare orală pe tema lucrării practice și a informațiilor teoretice. Studentul trebuie să aibă asupra lui un act de identificare.

Bibliografie:

Moraru, Mădălina. *Poveștile publicitare. De la inspirație la strategie*. București: Tritonic, 2015.

Rog studenții să mă contacteze pentru bibliografie, dacă nu au acces la aceasta.

4. Restanță Clip publicitar, anul III, semestrul 1, 2 iunie 2020, ora 10.00

a) Pentru activitatea practică:

Lucrarea va fi trimisă pe email (madalina.moraru@fjsc.ro) până pe data de 2 iunie 2020, ora 10.00. În această categorie se încadrează studenții care nu au urmat seminarul în semestrul 1 și nu au îndeplinit activitățile practice primite atunci. Cerințele sunt.

Realizați un clip de tip narativ de 25-30 secunde în programul Adobe Premiere, respectând următoarele cerințe:

- 1. 1p. utilizați minimum 3 reclame pentru branduri diferite;**
- 2. 2p. Realizați o segmentare corectă a acestora, lucrând simultan pe diferite time-line-uri audio-video;**
- 3. 1p. Alegeți unul dintre branduri pentru care veți realiza reclama finală, folosindu-i logoul și celelalte mărci vizuale.**
- 4. 1p. Folosiți minimum 3 efecte vizuale;**
- 5. 2p. Introduceți un text într-o secvență;**
- 6. 1p. Realizați o bună sincronizare audio-video**
- 7. 1p. Realizați scriptul reclamei (cel dezvoltat)**

b) Pentru examenul scris, contactați profesorul în ziua examenului la ora 10.00 pe linkul Meeting ID
meet.google.com/jvf-mpnc-oxp

Examenul constă într-un text alcătuit din 15 grile, notate cu 0,6 p fiecare subiect și 1p din oficiu. Subiectele au trei variante de răspuns și numai una este corectă.

Studentul trebuie să aibă asupra lui un act de identificare.

Lucrarea va fi trimisă semnată, atașată, în format pdf, până pe data de 2 iunie, ora 12.00 pe adresa madalina.moraru@fjsc.ro.

5. Restanță-Structuri de planificare strategică, ID, anul 3, semestrul 1

Lucrarea va fi trimisă semnată, atașată, în format pdf, până pe data de 2 iunie, ora 12.00 pe adresa madalina.moraru@fjsc.ro.

Rezolvați brieful atașat de campanie pentru brandul La Fântana, ilustrând aceste aspecte:

- Obiectivele de campanie (unul specific de cel cerut de client) (1 punct).
- Descrierea competiției (prin activitate de research motivată prin statistici și alte repere) (1 punct).
- Descrierea targetului (prin activitate de research motivată prin statistici și alte repere) (1 punct).

- Prezentarea poziționării brandului (0,5p punct).
 - Prezentarea strategiei de promovare în mediul online
 - a) insightul de brand (0,5p)
 - b) Insightul de consumator (prin activitate de research motivată prin statistici și alte repere) (1p)
 - c) Identificarea a 2 tactici strategice (1p)
 - Formularea briefului de creație și identificarea big idea (1)
 - Sugestia a 2 idei de creație (explicarea lor, nu neapărat implementarea acestora). (1,5p)
 - Evaluarea campaniei în mediul online (0,5p)
- Pentru primirea briefului, adresați-vă profesorului Mădălina Moraru pe adresa madalina.moraru@fjsc.ro.

Se adaugă 1p din oficiu

Prezentarea se va atașa în format pdf de 14-16 slide-uri, iar strategia va fi explicată în, într-un document separat în 200-250 de cuvinte.