



Universitatea Tehnică a Moldovei

Studiu teoretic și aplicativ în promovarea produselor pentru copii prin intermediul designului publicitar

Masterandă: Chicaroș Alexandrina

**Conducător: Spînu Constantin
Conf. univ., dr.**

Chișinău, 2020

**MINISTERUL EDUCAȚIEI, CULTURII ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII
MOLDOVA**

Universitatea Tehnică a Moldovei

Facultatea Textile și Poligrafie

Departamentul Design și Tehnologii în Textile și Poligrafie

Admis la susținere

Șef departament:

Irovan Marcela, conf. univ., dr.

**Studiu teoretic și aplicativ în promovarea produselor
pentru copii prin intermediul designului publicitar**

Teză de master

Masterandă:

**Chicaroș
Alexandrina,
DTP-191M**

Conducător:

**Spînu Constantin
Conf. univ., dr.**

Chișinău, 2020

ADNOTARE

la teza de master cu tema:

Studiu teoretic și aplicativ în promovarea produselor pentru copii prin intermediul designului publicitar

Cuvinte cheie: design, publicitate, promovare, copii, grafică

Actualitatea temei. Grafica joacă un rol important în industria publicitară. Acest lucru se datorează faptului că natura publicității prosperă reprezentări vizuale ale produselor, serviciilor, conceptelor și ideilor. Aceasta este principala modalitate prin care companiile din întreaga lume își vând produsele și serviciile. De asemenea, este folosit și ca una dintre modalitățile cheie de instituire a schimbărilor sociale. Publicitatea pentru produse pentru copii este cea mai eficientă atunci când grafica iese în evidență. Din exterior, din perspectiva comercianților și agenților de publicitate, piața pentru copii pare oarecum haotică, complexă și capabilă de schimbări rapide. Cu toate acestea, agențiile de publicitate ar trebui să ia în considerare faptul că o mare parte a pieței pentru copii este explicabilă sub titlul unor teme de durată. Acestea sunt declanșatoare emoționale și motivaționale pe care toți copiii le experimentează. Un exercițiu util este de a urmări programele de televiziune destinate copiilor și de a pune întrebări precum: care este conținutul și stilul reclamelor destinate, ce valori îi învață publicitatea.

Scopul și sarcinile prezentei lucrării constă în evidențierea specificului promovării produselor pentru copii prin intermediul designului publicitar, a rolului graficii publicitare în promovarea produselor pentru copii. Pentru realizarea scopului propus au fost trasate următoarele **obiective**:

- fundamentarea teoretică a conceptului de design publicitar și istoriografia domeniului;
- determinarea specificului designului publicitar în Republica Moldova;
- identificarea problemelor morfologico-sintactice și producerea tehnologică a produselor pentru copii;
- examinarea eșantionului de piață a R. Moldova cu privire la necesitatea produselor pentru copii;
- evaluarea aspectelor tematico-conotaționale și estetice a designului publicitar;
- prezentarea etapelor de elaborare și a strategiilor de dezvoltare a designului pentru copii.

Metodologia cercetării s-a bazat pe abordarea sistemică și utilizarea diverselor metode, cele mai frecvente fiind: statistică, grafică și experimentală. De asemenea, au fost utilizate și alte metode de cercetare, cum ar fi: de sinteză, analiză economică, compararea, inducția și deducția, aplicate în dialectica cunoașterii materiei și societății, precum și alte procedee și instrumente de cunoaștere științifică.

ANNOTATION

to the master thesis with the topic:

Theoretical and applied study in the promotion of children's products through advertising design

Keywords: design, advertising, promotion, children, graphics

The actuality of the subject. Graphics play an important role in the advertising industry. This is because the nature of advertising thrives on visual representations of products, services, concepts and ideas. It is the main way in which companies around the world sell their products and services. In addition to its use to sell products and services, it is also used as one of the key ways to institute social change. Advertising for children's products is most effective when the graphics stand out. From the outside, from the perspective of merchants and advertisers, the children's market seems somewhat chaotic, complex and capable of rapid change. However, advertising agencies should take into account the fact that a large part of the children's market can be explained in terms of long-term themes. These enduring themes are emotional and motivational triggers that all children experience. A useful exercise is to watch children's television programs and to ask questions such as: what is the content and style of the intended advertisements, what values does the advertising teach viewers about issues.

The purpose and tasks of this paper is to highlight the specifics of promoting children's products through advertising design, the role of advertising graphics in promoting children's products. In order to achieve the proposed goal, the following objectives were set:

- theoretical substantiation of the concept of advertising design and historiography of the field;
- determining the specifics of advertising design in the Republic of Moldova;
- identification of morphological-syntactic problems and technological production of children's products;
- examination of the market sample of the Republic of Moldova on the need for children's products;
- evaluation of the thematic- connotational and aesthetic aspects of the advertising design;
- presentation of the development stages and development strategies for children's design;

The research methodology was based on the systemic approach and the use of various methods, the most common being: statistical, graphical and experimental. Other research methods were also used, such as: synthesis, economic analysis, comparison, induction and deduction, applied in the dialectic of the knowledge of matter and society, as well as other methods and tools of scientific knowledge.

CUPRINS:

INTRODUCERE

1. PARTICULARITĂȚILE EVOLUȚIEI DESIGNULUI PUBLICITAR LA NIVEL GLOBAL ȘI PE TERITORIUL REPUBLICII MOLDOVA

- 1.1 Designul publicitar. Probleme de terminologie și evoluție istoriografică a domeniului
- 1.2 Aspecte teoretice și practice ale designului publicitar
- 1.3 Probleme morfologico-sintactice în designul publicitar
- 1.4 Designul publicitar în Republica Moldova

2. ASPECTE DE PROMOVARE A PRODUSELOR PENTRU COPII PRIN INTERMEDIUL GRAFICII PUBLICITARE

- 2.1 Aspecte specifice ale graficii publicitare în promovarea produselor pentru copii
- 2.2 Particularitățile de vârstă, modalitățile de percepere a produselor și influența acestora asupra procesul de proiectare și producere tehnologică a produselor pentru copii.

3. ANALIZA EȘANTIONULUI DE PIAȚĂ A REPUBLICII MOLDOVA. REPERE CONTEMPORANE DE PREZENTARE ESTETICĂ ȘI PROMOVARE A PRODUSELOR PENTRU COPII

- 3.1 Examinarea eșantionului de piață a Republicii Moldova cu privire la necesitatea produselor predestinate copiilor și determinarea coordonatelor tematice preferate de către utilizatori.
- 3.2 Analiza aspectelor tematico-conotaționale și estetice ale designului nemijlocit

4. PARTICULARITĂȚI CONCEPTUALE, STRUCTURAL-SINTACTICE ȘI SEMANTICE ALE DESIGNULUI PUBLICITAR ȘI IMPLEMENTAREA ACESTORA ÎN DESIGNUL PRODUSELOR PENTRU COPII. ELABORĂRI ARTISTICE EXPERIMENTALE

- 4.1 Forme artistice, particularități și metode de promovare a publicității produselor pentru copii
- 4.2 Convergențe conceptuale și artistice în designul produselor pentru copii. Elaborări experimentale
- 4.3 Aspecte de promovare a designului pentru copii pe piața Republicii Moldova. Cercetare-sondaj. Generalizări

CONCLUZII

BIBLIOGRAFIE

ANEXE

- 1 Anexă – Sondaj de opinie
- 2 Anexe tehnologice

INTRODUCERE

Actualitatea temei. Publicitatea reprezintă tehnicile și practicile utilizate pentru a aduce la cunoștința publică produsele, serviciile, opiniile sau cauzele în scopul de a convinge publicul să răspundă într-un anumit mod la ceea ce este publicat. Elementele cheie care contribuie la publicitate includ grafica, mesajul, culorile, fotografiile, videoclipurile și animațiile. Grafica joacă un rol important în industria publicitară. Cu alte cuvinte, designul grafic este sinonim cu industria publicitară. Acest lucru se datorează faptului că natura publicității prosperă reprezentări vizuale ale produselor, serviciilor, conceptelor și ideilor. Este principala modalitate prin care companiile din întreaga lume își vând produsele și serviciile. În afară de utilizarea acestuia pentru a vinde produse și servicii, este folosit și ca una dintre modalitățile cheie de instituire a schimbărilor sociale. Publicitatea pentru produse și servicii este cea mai eficientă atunci când grafica iese în evidență, păstrând în același timp relevanța și claritatea mesajului. Grafica potrivită poate atrage atenția și crește probabilitatea ca spectatorul să cumpere produsul.

Investigarea problemei temei are o importanță majoră în promovarea produselor pentru copii prin intermediul designului publicitar având în vedere aspectul dinamicii evoluării designului publicitar în general.

Tema cercetării încearcă să evidențieze aspectele principale de care trebuie să se ducă cont la crearea designului produselor pentru copii și promovarea acestora. De asemenea, studiul dat va evalua importanța designului produselor pentru copii și preferințele consumatorilor în legătură cu modalitatea promovării produselor.

Din exterior, din perspectiva comercianților și agențiilor de publicitate, piața pentru copii pare oarecum haotică, complexă și capabilă de schimbări rapide. Cu toate acestea, agențiile de publicitate ar trebui să ia în considerare faptul că o mare parte a pieței pentru copii este explicabilă sub titlul unor teme de durată. Aceste teme de durată sunt declanșatoare emoționale și motivaționale pe care toți copiii le experimentează. Un exercițiu util este de a urmări programele de televiziune destinate copiilor și de a pune întrebări precum: care este conținutul și stilul reclamelor destinate, ce valori îi învață publicitatea privitorilor cu referință la probleme precum rolul mărfurilor în viața lor, sursă mărfurilor, banii, consumul, proprietatea și așa mai departe. De asemenea, agențiile de publicitate ar trebui să țină cont că culorile au o importanță deosebită în aspectele graficii publicitare pentru copii. Toleranța copiilor față de paletel de culori mai largi, texturi mai complexe și niveluri de profunzime mai avansate a crescut. Un alt aspect important în problematica cercetării este diferența de gen. Această diferență începe să apară puternic la copiii mai mari, deci este important de a păstra neutralitatea de culoare și grafică în cazul în care produsul este atât pentru băieți, cât și pentru fete.

Scopul și sarcinile prezentei lucrării constă în evidențierea specificului promovării produselor pentru copii prin intermediul designului publicitar, a rolului graficii publicitare în promovarea produselor pentru copii. Pentru realizarea scopului propus au fost trasate următoarele **obiective**:

- fundamentarea teoretică a conceptului de design publicitar și istoriografia domeniului;
- determinarea specificului designului publicitar în Republica Moldova
- identificarea problemelor morfologico-sintactice și producerea tehnologică a produselor pentru copii
- examinarea eșantionului de piață a Republicii Moldova cu privire la necesitatea produselor pentru copii
- evaluarea aspectelor tematico-conotaționale și estetice a designului publicitar
- prezentarea etapelor de elaborare și a strategiilor de dezvoltare a designului pentru copii

Metodologia cercetării s-a bazat pe abordarea sistemică și utilizarea diverselor metode, cele mai frecvente fiind: statistică, grafică și experimentală. De asemenea, au fost utilizate și alte metode de cercetare, cum ar fi: de sinteză, analiză economică, compararea, inducția și deducția, aplicate în dialectica cunoașterii materiei și societății, precum și alte procedee și instrumente de cunoaștere științifică. La realizarea designului propriu-zis s-a utilizat editoarele grafice vectoriale Adobe Illustrator și Canva.

BIBLIOGRAFIE

1. ДМИТРИЕВОЙ, Л.М. *Разработка и технологии производства рекламного продукта*. Москва: Экономист, 2006. 639 p. ISBN 5-98118-159-1.
2. ЛАВРЕНТЬЕВ, А. Н. *История дизайна*. Москва: Дизайн, 2007. 303 p. ISBN 5-8297-0262-2.
3. ВАСИЛЬЕВ, Г.А., ПОЛЯКОВ, В.А. *Основы рекламной деятельности*. Москва: Маркетинг, 2012. 414 p. ISBN 5-238-01059-1.
4. ЛЕБЕДЕВ-ЛЮБИМОВ, Александр Николаевич. *Психология рекламы*. Санкт-Петербург: Психология, Маркетинг, Реклама, 2002. 368 p. ISBN: 5-94723-364-9.
5. КОХТЕВ, Николай Николаевич. *Реклама: искусство слова : рекомендации для составителей рекламных текстов*. Москва: Маркетинг, 2012. 96 p. ISBN: 5211036581.
6. УЧЕНОВА, В. В., ШОМОВА, С. А., ГРИНБЕРГ, Т. Э. *Реклама: палитра жанров*. Москва: Маркетинг, 2001. 248 p. ISBN: 5-900045-20-X
7. MACKLIN, Carole, CARLSON, Leslie C. *Advertising to Children: Concepts and Controversies*. USA: Business & Management, University of Cincinnati, 1999. 336 p. ISBN: 978-0761912859.
8. RAND, Paul. *Design, Form, and Chaos*. London: Yale University Press, Branding & Logo Design, 2017. 240 p. ISBN: 0300230915
9. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Ursulețul Winnie-Pooh, © 2009-2020 TENERLAB [image 28.11.2020]. Disponibil: <https://m.fest.md/ro/evenimente/spectacole/spectacolul-ursuletul-winnie-pooh>
10. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Cascada Surprizelor, © 2020 iTicket [image 07.03.2015]. Disponibil: <https://iticket.md/event/cascada-surprizelor/>
11. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Bebi Premium, © 2020 Baby boom - internet magazin cu produse pentru copii [image 01.10.2020]. Disponibil: <https://www.baby-boom.md/>
12. *Internet World Stats: Web Site Directory*. “Sistemul de reducere în magazinul online Baby-boom”, © 2020 Baby boom - internet magazin cu produse pentru copii [image 01.10.2020]. Disponibil: <https://www.baby-boom.md/>

13. *Internet World Stats: Web Site Directory*. “Bucură-te și zboară, nu rata reducerile de vară de la compania Mattel”, © 2020 Baby boom - internet magazin cu produse pentru copii [imagine 01.10.2020]. Disponibil: <https://www.baby-boom.md/>
14. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Nestle NAN Optipro, © 2020 Baby boom - internet magazin cu produse pentru copii [imagine 01.10.2020]. Disponibil: <https://www.baby-boom.md/>
15. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Biberone Canpol babies, © 2020 Baby boom - internet magazin cu produse pentru copii [imagine 01.10.2020]. Disponibil: <https://www.baby-boom.md/>
16. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Piure Hamanek, © 2020 Baby boom - internet magazin cu produse pentru copii [imagine 01.10.2020]. Disponibil: <https://www.baby-boom.md/>
17. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Pireul Gerber, ©2020 Baby boom - internet magazin cu produse pentru copii [imagine 01.10.2020]. Disponibil: <https://www.baby-boom.md/>
18. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Bomboane natural Bob Snail, © 2020 Baby boom - internet magazin cu produse pentru copii [imagine 01.10.2020]. Disponibil: <https://www.baby-boom.md/>
19. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Funny Halloween, © 2009-2020 TENERLAB [imagine 27.10.2018]. Disponibil: <https://www.fest.md/ro/evenimente/diverse/funny-halloween>
20. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Scutece de calitate premium fabricate în Japonia GOO.N, © 2020 Toyland [imagine 23.10.2020]. Disponibil: <https://www.toyland.md/ro>
21. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Salonul international de carte pentru copii și tineret, © Copyright Editura Prut 2015 [imagine 19.04.2016]. Disponibil: <https://www.toyland.md/ro>
22. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Reduceri de toamna *Enchantimals, UNO, Hot Wheels*, © 2020 CREAT DE - EMPREUS ORG [imagine 12.09.2020]. Disponibil: <https://toystoys.md/>
23. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Creaza propria istorie – *LEGO*, © 2020 Developed by Xsort [imagine 01.09.2020]. Disponibil: <https://www.jucarenia.md/>
24. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Brânză proaspătă, destinată pentru sugari și copii de vârstă mică, © 2017 BANTCARAD SRL [imagine 07.06.2020]. Disponibil: <https://lacta.md/ru/>
25. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Lactalux, © 2017 BANTCARAD SRL [imagine 07.06.2020]. Disponibil: <https://lacta.md/ru/>

26. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Micuțul-bio, © 2017 BANTCARAD SRL [imagine 07.06.2020]. Disponibil: <https://lacta.md/ru/>
27. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Voinicel, © 2017 BANTCARAD SRL [imagine 07.06.2020]. Disponibil: <https://lacta.md/ru/>
28. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Pampers Pants, © 2020 “Tarol-DD” S.R.L. Crafted with ♥ by WebSupport.md [imagine 14.03.2020]. Disponibil: <https://myavocado.md/>
29. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Hipp Organic, © 2020 White Space [imagine 24.05.2020]. Disponibil: <https://mamico.md/>
30. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Heinz, © 2020 Price [imagine 27.09.2020]. Disponibil: <https://minimax.md/ro/>
31. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Pireurile Gerber, © 2020 Price [imagine 27.09.2020]. Disponibil: <https://minimax.md/ro/>
32. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Scutecele Merries, © 2020 Price [imagine 27.09.2020]. Disponibil: <https://minimax.md/ro/>
33. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Hipp Organic, © 2020 Price [imagine 27.09.2020]. Disponibil: <https://minimax.md/ro/>
34. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Produsele Canpol, © 2020 Price [imagine 27.09.2020]. Disponibil: <https://minimax.md/ro/>
35. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Terciurile Nestle, © 2020 Price [imagine 27.09.2020]. Disponibil: <https://minimax.md/ro/>
36. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Reduceri de Black Week Hipp, © 2020 Price [imagine 27.09.2020]. Disponibil: <https://minimax.md/ro/>
37. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Hipp – prăjituri, biscuiți, stelute și pireuri, © 2020 Price [imagine 27.09.2020]. Disponibil: <https://minimax.md/ro/>
38. *Internet World Stats: Web Site Directory*. Hipp – prăjituri, biscuiți, stelute și pireuri, © 2020 Price [imagine 27.09.2020]. Disponibil: <https://minimax.md/ro/>
39. *Lista: conectează, informează și promovează*, © 2020 [articol 05.04.2019]. Disponibil: <https://lista.md/articol/10-agentii-de-publicitate-din-republica-moldova-155>