

## IMPACTUL STRATEGIILOR NETRADIȚIONALE DE RECLAMĂ UTILIZATE ÎN CADRUL PIEȚEI AUTOHTONE

*Tatiana GAUGAȘ*

*Academia de Studii Economice din Moldova*

În societatea contemporană strategiile netradiționale de reclamă au devenit metode foarte populare de atragere a atenției și de diferențiere. Lipsind o abordare globală, conținutul teoretic este foarte fragmentat, diferiți autori descriind doar o parte a tematicii, aceasta fiind mai degrabă tratată prin exemple elocvente. Totodată, cercetătorii au identificat și au analizat factorii care contribuie la dezvoltarea direcției respective în reclamă. În acest articol ne-am propus scopul de a analiza impactul strategiilor netradiționale de reclamă asupra consumatorilor din Republica Moldova.

**Cuvinte-cheie:** *reclamă netradițională, strategii de șoc în reclamă, guerilla marketing, reclamă socială, reclamă comercială.*

### THE IMPACT OF NONTRADITIONAL ADVERTIZING USED IN DOMESTIC MARKET

In modern society, non-conventional advertizing have become a popular means of grabbing attention and differentiation. Theoretical studies of non-traditional tactics in advertizing reason a comprehensive analysis of the issue, yet there are no complex studies that would reflect consumer reactions to untraditional advertizing in social and commercial advertizing context and there are no models developed on the basis of their results in the marketing literature. The aim of this article is to provide an analysis for the impact of untraditional advertizing on consumer behavior in Republic of Moldova.

**Keywords:** *untraditional advertizing, shock tactics in advertizing, guerilla marketing, social advertizing, commercial advertizing.*

*Prezentat la 15.06.2015*

*Publicat: septembrie 2015*