

Fișă proiect instituțional pentru publicarea pe site-ul cercetare.ase.ro

(maxim 5 pagini)

Titlu proiect:

„Impactul aplicațiilor de social media în comerțul cu amănuntul”

Instituția care a propus tema:

ASE

Director:

prof. univ. dr. Andreea Simona Săseanu

Echipa:

1. Albăstroi Năstase Irina ,Conf. univ. dr.
2. Bucur Mihaela, Conf. univ. dr
3. Dina Răzvan, Conf. univ. dr.
4. Neacșu Marius Cristian, Conf. univ. dr.
5. Felea Mihai Adrian, Conf. univ. dr.
6. Zgură Daniel Ion, Lect. univ. dr.
7. Kanovici Adrian Lucian, Lect. univ. dr.
8. Mionel Viorel, Lect. univ. dr.
9. Iorgulescu Maria-Cristina, Lect. univ. dr.
10. Gheorghe Georgică , Asist. univ. dr.
11. Sârbu Alexandra Maria , Doctorand
12. Sava Ștefan, Doctorand

Obiective:

Obiectiv 1: Analiza și evaluarea situației actuale privind gradul de utilizare a canalelor de media socială și de implementare a aplicațiilor și instrumentelor social media în mediul de afaceri;

Obiectiv 2: Identificarea percepției retailerilor români cu privire la utilitatea, domeniile de aplicare și rezultatele obținute ca urmare a prezenței în cadrul canalelor de media socială și a utilizării aplicațiilor și instrumentelor specifice web 2.0;

Obiectiv 3: Determinarea impactului mediei sociale în retail și a unor noi modalități de valorificare.

Activități:

A1. Elaborarea unui studiu de diagnoză a stadiului actual de utilizare a canalelor de social media în mediul de afaceri

A2. Elaborarea unui studiu de diagnoză privind implementarea și utilizarea aplicațiilor și instrumentelor de social media în mediul de afaceri

A3. Investigarea percepției retailerilor români cu privire la utilitatea, domeniile de aplicare și rezultatele obținute ca urmare a prezenței în cadrul canalelor de social media

A4. Elaborarea unui studiu privind influența asupra consumatorilor a brand ambasadurilor și a specialiștilor din mediul de afaceri care postează în social media

A 5. Elaborarea unei broșuri privind necesitatea utilizării de către retailerii români a canalelor de social media și a aplicațiilor și instrumentelor specifice web2.0

Rezultate:

1. Un studiu de diagnoză a stadiului actual de utilizare a canalelor de social media în mediul de afaceri

2. Un studiu de diagnoză privind implementarea și utilizarea aplicațiilor și instrumentelor de social media în mediul de afaceri
3. Un raport privind investigarea percepției retailerilor români cu privire la utilitatea, domeniile de aplicare și rezultatele obținute ca urmare a prezenței în cadrul canalelor de social media
4. Un studiu privind influența asupra consumatorilor a brand ambasadoriglor și a specialiștilor din mediul de afaceri care postează în social media
5. O broșură privind necesitatea utilizării de către retailerii români a canalelor de social media și a aplicațiilor și instrumentelor specifice web2.0