

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

(maxim 5 pagini)

Titlu proiect:

***”Studiu comparativ al adopției diferitelor categorii de tehnologii de marketing în top 100 companii din diferite țări în contextul incertitudinilor sociale ce influențează în prezent mediul economic internațional (MarTech 2022)”***

Instituția care a propus tema:

ASE

Director:

prof. univ. dr. Mihai Cristian ORZAN

Echipa:

**Prof. univ. dr. Călin Petrică VEGHEȘ**  
**Prof. univ. dr. Ștefan Claudiu CĂESCU**  
**Drd. Florina BOTEZATU**  
**Drd. David Florin CIOCODEICĂ**

Obiective:

- O1:** Realizarea de cercetări științifice în vederea identificării influenței incertitudinilor sociale actuale asupra activităților microeconomice și macroeconomice, la nivel național și internațional (lunile 1-2);
- O2:** Realizarea de cercetări științifice în vederea identificării influenței incertitudinilor sociale actuale asupra adopției diferitelor categorii de tehnologii de marketing (lunile 2-3);
- O3:** Dezvoltarea unui studiu comparativ al adopției diferitelor categorii de tehnologii de marketing în top 100 companii din România, Statele Unite, Marea Britanie și Franța (lunile 3-4);
- O4:** Realizarea unui model empiric cu privire la adopția tehnologiilor de marketing implementate de companii din top 100 din țările studiate în contextul incertitudinilor sociale ce influențează în prezent mediului economic internațional (lunile 4-5)

**O5:** Coordonarea activităților de proiect și difuzarea pe scară largă a rezultatelor obținute (lunile 1-5)

Activități:

- O1:** Realizarea de cercetări științifice în vederea identificării influenței incertitudinilor sociale actuale asupra activităților microeconomice și macroeconomice, la nivel național și internațional (lunile 1-2);  
**A1.1.** Dezvoltarea metodologiei de cercetare a studiilor secundare.  
**A1.2.** Implementarea activității de cercetare și analiza rezultatelor obținute.
- O2:** Realizarea de cercetări științifice în vederea identificării influenței incertitudinilor sociale actuale asupra adopției diferitelor categorii de tehnologii de marketing (lunile 2-3);  
**A2.1.** Dezvoltarea metodologiei de cercetare a studiilor secundare.  
**A2.2.** Studiul surselor secundare cu privire la tehnologiile de marketing utilizate de companiile din top 100 din România, Statele Unite, Marea Britanie și Franța.
- O3:** Dezvoltarea unui studiu comparativ al adopției diferitelor categorii de tehnologii de marketing în top 100 companii din România, Statele Unite, Marea Britanie și Franța (lunile 3-4);  
**A3.1** Dezvoltarea metodologiei de cercetare a studiilor primare de date.  
**A3.2** Implementarea activității de cercetare și analiza rezultatelor obținute.  
**A3.3** Dezvoltarea unui studiu comparativ al adopției diferitelor categorii de tehnologii de marketing.
- O4:** Realizarea unui model empiric cu privire la adopția tehnologiilor de marketing implementate de companii din top 100 din țările studiate în contextul incertitudinilor sociale ce influențează în prezent mediului economic internațional (lunile 4-5)  
**A4.1** Modelarea și simularea pe baza datelor obținute în urma cercetărilor realizate în cadrul activităților asociate obiectivului O3.
- O5:** Coordonarea activităților de proiect și difuzarea pe scară largă a rezultatelor obținute (lunile 1-5)  
**A5.1** Dezvoltarea site-ului de prezentare a proiectului și promovarea acestuia  
**A5.2** Diseminarea pe scară largă a rezultatelor obținute  
**A5.3** Managementul și coordonarea activităților proiectului

Rezultate:

Articole ISI:

Veghes, C.P., Orzan, M.C., Chivu, R.G., Popa, I.C., Ciocodeică, D.F., Orzan O.A. An Empirical Model of Antecedents of Marketing Information Technology (Martech) Adoption Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research 2023

Articole BDI:

Năstase, M., Florescu, M., Orzan, M.C., Vălimărean, I. Rural Area Business Development in a Marketing Technology (Martech) Context Telematique (Telecommunications) 2023

Comunicari in conferinte ale caror lucrari sunt indexate ISI:

Orzan, M.C., Chivu, R.G., Ciocodeică, D.F., Popa I.      Modeling the Marketing Technology  
(Martech) Adoption Decision – Factors of Influence      40th International Business Information  
Management Association (IBIMA)      2022

Alte publicatii:

Ciocodeică, D., Botezatu, F.      Tehnologiile Martech – Domeniu inovator în marketingul modern  
Glam News Magazine      2022

Site proiect:

- Disponibil la adresa [www.mk.ase.ro/martech](http://www.mk.ase.ro/martech)