

*Unitatea Executiva pentru Finantarea Invatamantului Superior, a Cercetarii, Dezvoltarii si Inovarii
(UEFISCDI) - Directia de Finantare a Dezvoltarii si Inovarii*

Program 1: Dezvoltarea sistemului național de CD

Subprogramul 1.2. Performanță instituțională

Tip proiect: Proiecte complexe realizate în consorții CDI(PCCDI) Contract nr: 86PCCDI/2018

Cod proiect: PN-III-P1-1.2-PCCDI-2017-0800

Acronim proiect: Future Web

Perioada de raportare: 28.03.2018-31.12.2018

*Proiectului complex „Modelarea empirică și dezvoltarea experimentală a instrumentelor asociate
tehnologiilor emergente din domeniul rețelelor sociale online”*

RAPORT STIINTIFIC INTERMEDIAR 4

Testarea si validarea modulelor rețelei FutureWeb si diseminarea rezultatelor proiectului

ianuarie – septembrie 2021

**Director de proiect,
prof. univ. dr. Mihai Cristian ORZAN**

BUCURESTI

Proiectul complex „Modelarea empirică și dezvoltarea experimentală a instrumentelor asociate tehnologiilor emergente din domeniul rețelelor sociale online” (FutureSocialWeb) propune studiul tehnologiilor emergente din domeniul tehnologiei informației și comunicațiilor în relație cu rețele sociale online, cu gradul și modul de adopție al utilizatorilor potențiali ai acestor tehnologii, evaluând impactul pe care îl vor genera asupra mediului socio-economic. Proiectul propus are ca obiectiv principal realizarea de studii și cercetări științifice în scopul realizării unor modele empirice și dezvoltări experimentale pentru a evalua impactul acestor noi tehnologii, ce includ sisteme de analiză și recomandare complexe (deep learning), Internetul obiectelor (Internet of Things), a dispozitivelor de comunicare purtate pe corp (Wearables), analizei neuronale (pupilometre, galvanometre sau EEG), realitate augmentată și căutări semantice în domeniul rețelelor sociale online. Rezultatele studiilor și cercetărilor vor fi transferate în piață, asigurându-se îmbunătățirea performanței instituționale, corelarea și coordonarea activităților și resurselor organizațiilor publice de cercetare implicate în proiect și valorizarea rezultatelor în mediul economic și social. Abordarea propusă are în vedere studiul acestor tehnologii în cinci subproiecte distincte (dedicate tehnologiilor de deep learning, celor asociate dispozitivelor mobile (IoT și wearables), celor din domeniul studiilor neuronale, celor de realitate augmentată, respectiv din domeniul studiilor de tip web semantic). Proiectul complex oferă soluții moderne, specifice Web 3.0 pentru studiul tehnologiile emergente ce vor impacta viitorul interacțiunilor economice și sociale. Proiectul este implementat în cele trei regiuni ale României din care provin partenerii, cu beneficii semnificative pentru întărirea capacității de cercetare a acestora.

Proiectul este implementat de un consorțiu ce include Academia de Studii Economice din București (coordonator), prin centrele de cercetare CEMARK (din domeniul economic) și Oracle (din domeniul TIC), Universitatea „Tranilvania” din Brașov, ce participă în cadrul proiectului prin Centrul de Cercetări Economice (din domeniul economic), în colaborare cu centrul R&D al universității și Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați, ce participă prin Centrului de Cercetare Strategii de Dezvoltare a Sistemelor Economice Competitive (din

domeniul economic) și Centrul de Cercetare în Electronică, Tehnologia Informației și Comunicații (din domeniul TIC), asigurând o sinergie a cercetătorilor din cele două arii tematice, esențială pentru succesul proiectului propus.

Toate obiectivele asumate ale proiectului, pana la data curentă, au fost atinse. Astfel, au fost întreprinse studii și cercetări științifice, fiind realizate atât dezvoltări experimentale (platformele AIMedia, ARMeania, NeuroMedia, Rețele Sociale Mobile Integrate, Semantic Media), cât și integrarea tuturor tehnologiilor dezvoltate în cadrul subproiectelor, la nivel platformei FutureWeb. Studiile și modele realizate au fost publicate în cadrul a numeroase comunicări și articole științifice (până la data curentă au fost realizate 37 de comunicări în conferințe științifice, 22 de articole publicate în jurnale indexate ISI, respectiv 25 de articole publicate în alte reviste indexate în baze de date internaționale). De asemenea, au fost realizate analize și studii la nivelul celor cinci subproiecte asumate, ce corespund cu cinci tehnologii emergente utilizate în domeniul științelor sociale în general, cu un focus asupra domeniului marketing, abordat cu prioritate în cadrul prezentului proiect.

Act. 4 **Diseminarea pe scara largă a rezultatelor proiectului (prin workshop-uri și conferințe științifice, oferte de marketing și realizarea de articole în publicații de larg interes la nivelul comunității locale și la nivel national**

Scopul principal al activităților de exploatare și diseminare a rezultatelor corespunde misiunii asumate în cadrul proiectului, de a oferi comunitatii de afaceri accesul la noi tehnologii care pot contribui la creșterea eficienței campaniilor de marketing. Planul de diseminare a activităților și rezultatelor obținute în cadrul proiectului FutureWeb a fost structurat pe trei direcții:

- Activități de creștere a vizibilității activitatilor și de diseminarea a rezultatelor proiectului FutureWeb.
- Activități de creștere a vizibilitatii ofertei de cercetare a celor trei universitati partenere prin platforma ERRIS
- Activități de facilitare a comunicării între partenerii proiectului – Academia de Studii Economice Bucuresti, Universitatea Transilvania Brasov, Universitatea Dunarea de Jos din Galati și stakeholderii implicați.

Categorii de public

Activitățile și mesajele generate de activitățile și rezultatele proiectului au fost direcționate către următoarele categorii de public:

- utilizatorii finali ai platformei și aplicației FutureWeb (manageri și angajați din agenții digitale, freelanceri, bloggeri, vloggeri)
- utilizatorii finali ai platformei ERRIS
- stakeholderii, experții sau practicienii în domeniu
- factorii de decizie la nivel local, regional, național
- mass-media
- publicul larg

Modalități de diseminare și exploatare a rezultatelor proiectului Future WEB:

- site-ul proiectului <https://futureweb.unitbv.ro/index.php/>
- site-urile universitatilor implicate in proiect (www.ase.ro, www.ugal.ro, www.unitbv.ro)
- platforma ERRIS
- reuniuni și vizite la cele trei universitati
- evenimente stintifice in cadrul celor trei universitati
- contacte și rețele existente
- articole prezentate la conferințe internaționale
- articole publicate/acceptate în reviste BDI/ISI/volume ale conferințelor internaționale

Pentru promovarea aplicației FutureWeb în randul potențialilor utilizatori, în data de 07.05.2021 a fost organizat un webinar, la care au participat aproape de 30 de persoane interesate de implementarea aplicației FutureWeb. Conținutul webinarului a fost înregistrat integral, pe platforma Zoom. De asemenea, prezentarea funcționalităților FutureWeb la Workshop-ul Antreprenori de succes din 01.01.2021, prin platforma FutureWeb și prin pagina de Facebook a evenimentului: <https://www.facebook.com/events/360645478578698>

De asemenea, diseminarea rezultatelor s-a realizat prin publicarea de lucrări științifice înregistrate în sistemul ISI, precum și în alte BDI, prin participarea la conferințe și prin promovarea activităților și rezultatelor proiectului pe site-ul propriu, pe platforma Erris și prin alte modalități prevăzute în planul de promovare (ex.: poster-e, roll-up-uri afișate în cadrul universităților participante, precum și cu ocazia evenimentelor realizate în cadrul proiectului).

Astfel, în anul 2021 au fost realizate 20 de publicații plecând de la rezultatele studiilor și activităților FutureWeb, mai exact:

1. 11 articole indexate în ISI:

1. Nichifor, E.; Lixăndroiu, R.C.; Chițu, I.B.; Brătucu, G.; Sumedrea, S.; Maican, C.I.; Tecău, A.S. (2021). Eye Tracking and an A/B Split Test for Social Media Marketing Optimisation: The Connection between the User Profile and Ad Creative Components. J. Theor. Appl. Electron. Commer. 16, 2319–2340. <https://doi.org/10.3390/jtaer16060128>

2. Nichifor, E.; Lixandroi, R.C.; Sumedrea, S.; Chitu, I.B.; Bratucu, G. (2021). How Can SMEs Become More Sustainable? Modelling the M-Commerce Consumer Behaviour with Contingent Free Shipping and Customer Journey's Touchpoints Optimisation. *Sustainability*, 13, 6845. <https://doi.org/10.3390/su13126845>
3. Maican, C., Lixandroi R., Cazan, A.M., Dovleac, L. (2021). Exploring the Factors Influencing the Use of Communication and Collaboration Applications. *Journal of Organizational and End User Computing*, 33(4):94 DOI:10.4018/JOEUC.20210701.0a5
4. Nichifor, E.; Lix androi, R.C.; Chitu, I.B.; Bratucu, G.; Trifan, A. (2021). How Does Mobile Page Speed Shape in-between Touchpoints in the Customer Journey? A Research Regarding the Most Trusted Retailers in Romania. *J. Theor. Appl. Electron. Commer. Res.* 2021, 16, 1369–1389. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050077>
5. Lixandroi, R.; Cazan, A.-M.; Maican, C.I. (2021). An Analysis of the Impact of Personality Traits towards Augmented Reality in Online Shopping. *Symmetry* 2021, 13, 416. <https://doi.org/10.3390/sym13030416>
6. Suci (Voda), A.-D.; Tudor, A.I.M.; Chitu, I.B.; Dovleac, L.; Bratucu, G. (2021). IoT Technologies as Instruments for SMEs' Innovation and Sustainable Growth. *Sustainability* 13 (2), 6357, <https://doi.org/10.3390/su13116357>
7. Orîndaru, A.; Popescu, M.F.; Alexoaiei, A.P.; Căescu, Ș.C.; Florescu, M.; Orzan, O. (2021). Tourism in a Post-COVID-19 Era: Sustainable Strategies for Industry's Recovery. *Sustainability* 13 (12), <https://doi.org/10.3390/su131267>
8. Orîndaru, A.; Popescu, M.F.; Căescu, Ș.C.; Botezatu, F.; Florescu, M.; Runceanu-Albu, C.C.; (2021). Leveraging COVID-19 Outbreak for Shaping a More Sustainable Consumer Behavior, *Sustainability* 13 (11), <https://doi.org/10.3390/su131157>
9. Căescu, Ș.C.; Botezatu, F.; Chivu, R.G.; Botezatu, F.; Popa, I.C.; Florescu, M.; (2021). The impact of online marketing on the use of textile packaging: an

approach to consumer behaviour, *Industria Textilă* 72 (2),
<https://doi.org/10.3390/su131157>

10. Micu, A., Micu, A.E, Geru, M., Capatina, A., & Muntean, M.C. (2021). Matching the future capabilities of an artificial intelligence-based software for social media marketing with potential users' expectations. *Amfiteatru Economic*, 23 (56), 137-154, ISSN1582-9146
11. Wilk, V., Cripps, J, Capatina, A., Micu, A., Micu, A.E, (2021). The state of #digitalentrepreneurship: a big data Leximancer analysis of social media activity. *International Entrepreneurship and Management Journal*, January 2021, 1-18, ISSN: 1554-7191

2. 5 articole indexate în alte BDI:

1. Muntean, D.R. și Caescu, S.C, 2021, Color Perception Analysis on Consumers, in *Journal of Emerging Trends in Marketing and Management*, no.1/2021, pp.174-181, ISSN: 2537-5865, Ed. ASE, indexata BDI (RePEc, Index Copernicus).
2. Tilibasa, M.A. și Acatrinei, C, 2021, Insights into the Digital Transformation of the Educational System in the Context of the Covid-19 Crisis, in *Journal of Emerging Trends in Marketing and Management*, no.1/2021, pp.203-205, ISSN: 2537-5865, Ed. ASE, indexata BDI (RePEc, Index Copernicus).
3. Avram, C., Rusu, R. (2021). Addressing Sentiment Analysis Challenges within AI Media Platform: The Enabling Role of an AI Powered Chatbot, *Proceedings of International Conference "Risk in Contemporary Economy 22th Edition, 2021, Galati, Romania, disponibil online la adresa: <http://www.rce.feaa.ugal.ro/images/stories/RCE2021/AvramRusu.pdf>*.
4. Orzan, M.C., Zara, A., Caescu, S.C., Constantinescu, M.E. și Orzan, O.A, 2021, Social Media Networks as a Business Environment, in *Review of International Comparative Management*, 22 (1), pp. 64-73, ISSN 1582-3458, indexata BDI (RePEc, Index Copernicus, EBSCO, Cabell's, CEEOL), <http://www.rmci.ase.ro/ro/no22vol1/05.pdf>

5. Epuran Gh., Ivasciuc Ioana-Simona, Chitu Ioana-Bianca (2021). The Augmented Reality Technologies in Tourism: A State of Art. in Proceedings of the International Conference "Risk in Contemporary Economy", ISSN 2067-0532, June 4th, Galati, Romania, disponibil online la adresa: https://www.researchgate.net/publication/348326870_The_Augmented_Reality_Technologies_in_Tourism_A_State_of_Art
3. 4 comunicari în conferinte internationale:
1. Goga E., Grejda/an E.F., Trifu D. și Orzan, M.C, 2021, Neuromarketing Tools Involved in a Study for Perceptions Towards Vaccination Against Covid-19 in Romania, Proceedings of the 13th International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN21), 5-6 iulie, pp. 12241-12247, ISSN 2340-1117, <http://dx.doi.org/10.21125/edulearn.2021.2570>
 2. Orzan, M.C., Zara A., Platon O. și Ciocodeica, D.F, 2021, Consumers' perceptions about the economic and social consequences of the COVID-19 pandemic in Romania, in Proceedings of the European Marketing Academy EMAC 2021 Annual Conference, 25-28 mai, Madrid, Spania
 3. Orzan, M.C., Platon, O., Zara, A. și Ciocodeica, D.F, 2021, Factors affecting consumers' attitude and intentions towards online events during the COVID-19 pandemic, in Proceedings of the European Marketing Academy EMAC 2021 Regional Conference, 22-24 septembrie, Varsovia, Polonia
4. 1 capitol intr-o carte publicata la o editura internationala:
1. Delcea C., Cotfas L.A., Mierzwiak R. și Orzan, M.C, 2021, Consumers' Influence in Online Social Networks Regarding Recycling Habits, in Bilgin, M.H., Danis, H., Demir, E. și Vale, S., 2021, Eurasian Business Perspectives: Proceedings of the 29th Eurasia Business and Economics Society Conference, 10-12 octombrie, pp. 295-305, ISBN: 978-3-030-65085-8, <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-65085-8>

De asemenea, a fost depusa Cererea de brevet “FutureWeb Platforma” cu numarul 63270123 din 21.10.2021 catre United States Patent and Trademark Office, pentru protejarea conceptelor originale realizate in cadrul platformei FutureWeb, respective pentru o potentiala utilizare ulterioara a acestora.