

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI



Școala doctorală Marketing

REZUMAT

Magdalena C. Ciobanu (Stoian)

Titlul tezei de doctorat:

Strategii și programe de responsabilitate socială în sectorul petrol și gaze, în contextul unor provocări importante de mediu și sociale.

Conducător de doctorat: Prof. univ. dr. Alin Stancu

Comisia de susținere a tezei de doctorat:

Prof. univ.dr. Ioana Cecilia Popescu	A.S.E.	Președinte
Conf. univ. dr. Georgiana Florentina Grigore	Leicester University, UK	Referent
Conf. univ.dr. Oana Mara Stan	Universitatea București	Referent
Prof. univ.dr. Alina Filip	A.S.E.	Referent
Prof. univ.dr. Alin Stancu	A.S.E.	Conducător de doctorat

București, Ianuarie 2026

Rezumat

Industria de petrol și gaze ar trebui să depășească abordarea pasivă și declarativă a responsabilității sociale corporative și să adopte o abordare transformatoare, iar sustenabilitatea să fie cu adevărat integrată în strategia de afaceri nu doar ca un răspuns la cerințe reglementărilor legale. Un prim pas în această schimbare este **transformarea responsabilității sociale corporative într-o dimensiune transversală**, nu limitată la un singur departament. Puncte de plecare în această direcție ar fi prin integrarea în politica de recompensare a managementului a unor indicatori specifici legați de **toate aspectele de ESG** și prin **schimbarea paradigmei**, de la abordarea tradițională a managementului riscului în care prioritate o au riscurile care privesc compania, către o abordare integrativă de management al riscurilor și impacturilor.

Această lucrare propune pentru prima dată un model conceptual unitar pentru integrarea responsabilității, sustenabilității în politica de afaceri ca vehicul în contextul tranziției energetice prin modul în care compania, conducerea, angajații și cultura organizațională interacționează și creează un sistem coerent, adaptabil și deschis colaborării. Acest sistem generează un proces circular de **influență**, facilitând **feedback-ul** și **adaptarea strategică** a companiei în raport cu provocările tranziției energetice. Fiecare companie poartă responsabilitatea pentru impactul pe care îl produce și dincolo de reglementări, modele, cod de conduită, presiunea stakeholderilor.

Cuvinte cheie: ESG, marketing sustenabil, responsabilitate socială, stakeholderi, petrol și gaze, stakeholderi, cercetare de marketing