

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI
ȘCOALA DOCTORALĂ MARKETING

REZUMAT
TEZĂ DE ABILITARE

MARKETINGUL DIGITAL ÎN ERA INTELIGENȚEI
ARTIFICIALE ȘI SUSTENABILITĂȚII:
COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI ȘI
TRANSFORMAREA ORGANIZAȚIONALĂ

Candidată:

Conf. Univ. Dr. Carmen ACATRINEI

București
2026

REZUMAT ROMÂNĂ

Teza de abilitare prezintă realizările științifice, didactice și profesionale ale candidatei Dr. Carmen Acatrinei (născ. Pantea) obținute ulterior conferirii titlului de doctor în științe economice – domeniul Marketing (2011, ASE București), precum și planurile de dezvoltare viitoare a carierei academice la intersecția dintre marketingul digital, inteligența artificială (AI) și comportamentul consumatorului. Activitatea candidatei post-doctorat se caracterizează prin coerență tematică, relevanță practică și impact măsurabil, materializate în 8 articole publicate în reviste indexate ISI Web of Science, coordonarea și participarea în proiecte de cercetare, activitate didactică susținută și responsabilități manageriale semnificative.

Cercetarea științifică a candidatei începând cu anul 2012, după susținerea tezei de doctorat intitulată "*Instrumente de marketing online utilizate în managementul relațiilor cu clienții*", s-a dezvoltat pe trei direcții principale complementare. *Prima direcție* explorează marketingul online și inteligența artificială, investigând modul în care tehnologiile emergente transformă strategiile de comunicare și comportamentul consumatorilor. Coordonarea proiectului instituțional "*Studiul impactului noilor tehnologii AI asupra strategiilor de promovare prin social media (AI in SMM)*" (2025) și publicațiile recente consolidează expertiza candidatei în acest domeniu emergent cu relevanță directă pentru practica managerială contemporană. *A doua direcție* abordează consumul sustenabil și economia circulară, cu focus pe factorii care influențează adoptarea comportamentelor responsabile de către consumatori. Publicațiile în reviste ISI demonstrează contribuții originale la înțelegerea motivațiilor consumatorilor pentru achiziția de jucării sustenabile și la evaluarea impactului programelor educaționale asupra atitudinilor față de economia circulară. *Cea de-a treia direcție* investighează maturitatea organizațională și capitalul uman, analizând competențele necesare pentru navigarea cu succes a transformărilor organizaționale contemporane. Colaborările academice pe termen lung au generat publicații de impact în Journal of Business Economics and Management care examinează relația dintre maturitatea organizațională, leadership autentic și comportamentul inovator la locul de muncă, precum și viitoare studii privind impactul social pozitiv al alegerilor de carieră, în parteneriat cu cercetători din Statele Unite ale Americii.

În calitate de viitor conducător de doctorat, candidata își propune să coordoneze cercetări doctorale cu accent pe aplicațiile inteligenței artificiale în marketingul online și

impactul acestora asupra comportamentului consumatorilor, adoptarea tehnologiilor sustenabile, transformarea digitală a organizațiilor și dezvoltarea competențelor necesare pentru navigarea schimbărilor tehnologice. În acest scop, doctoratele coordonate vor combina sinteza sistematică a literaturii de specialitate cu cercetări empirice realizate prin metodologii mixte, utilizând atât metode calitative (studii de caz, interviuri, analiză de conținut etc.), cât și metode cantitative (studii experimentale, cercetări prin chestionar, studii transversale etc.), aplicate secvențial sau în paralel, în funcție de obiectivele și întrebările de cercetare.

Impactul cercetărilor candidatei se reflectă în **indicatorii bibliometrici** (h-index 4 Web of Science, 10 Google Scholar, 4 Scopus, peste 100 citări) și în recunoașterea internațională prin **activitatea de peer review** pentru 15 reviste indexate, participarea ca evaluator extern pentru apeluri competitive de finanțare la universități de prestigiu (Sapienza University of Rome). **Premiul Best Paper Award ICESS 2025** obținut la *International Conference on Economics and Social Sciences* validează calitatea contribuțiilor științifice prezentate.

Activitatea didactică a candidatei se caracterizează prin integrarea constantă a rezultatelor cercetării în procesul de predare și prin conectarea strânsă cu mediul de afaceri. Experiența acumulată în predarea disciplinelor *Publicitate online*, *Marketing prin rețele sociale și rețele mobile*, *Marketing direct* și *Managementul relației cu consumatorul în mediul online* este completată de elaborarea manualului "Publicitate online. Concepte și bune practici" (Editura ASE, 2015) și de coordonarea programului de masterat Marketing Online. Implicarea susținută în activități internaționale include colaborarea de peste 10 ani în cadrul consorțiului Erasmus+ pe tema antreprenoriatului social, stagii de cercetare la instituții de prestigiu și mobilități didactice.

Responsabilitățile manageriale ale candidatei în perioada 2020-2024 ca Prodecan al Facultății de Marketing au inclus încheierea și coordonarea strategică a 42 de parteneriate cu mediul de afaceri, asigurarea a peste 400 de locuri de practică anual pentru studenți și participare la elaborarea *Metodologiei privind desfășurarea activităților de practică*, aprobată de Senatul ASE. Colaborările pe termen lung cu companii reprezentative și dezvoltarea de parteneriate educaționale demonstrează capacitatea de a construi relații strategice durabile între mediul academic și industrie. Participarea în comisiile de îndrumare pentru studenți doctoranzi completează profilul managerial complex al candidatei.

Planurile de dezvoltare viitoare ale candidatei se concentrează pe cinci direcții complementare. În **domeniul didactic**, candidata își propune predarea disciplinelor

Inteligența Artificială în Marketing și Managementul Relațiilor cu Clienții, pe lângă disciplinele pe care le coordonează deja. **Cercetarea științifică** va continua la intersecția dintre marketing, tehnologiile emergente și comportamentul consumatorului, precum și finalizarea cercetărilor în curs și contribuția la *Encyclopedia of AI in Marketing* (Springer Nature). **Colaborarea cu mediul de afaceri** va include continuarea programului în parteneriat cu AAI și colaborarea cu CECCAR, menținerea parteneriatelor pe termen lung și dezvoltarea de oportunități de consultanță. **Dimensiunea internațională** va fi extinsă prin menținerea colaborărilor internaționale (pentru cercetare și implicare în proiecte Erasmus+), explorarea oportunităților de visiting professor și publicarea în reviste din cuartilele superioare.

Teza de abilitare demonstrează capacitatea candidatei de a dezvolta cercetare originală cu impact măsurabil, de a integra rezultatele în procesul didactic și de a contribui strategic la dezvoltarea relațiilor dintre mediul academic și industrie, oferind fundamentul solid necesar pentru coordonarea independentă a cercetărilor doctorale.