

CURRICULUM VITAE ȘTIINȚIFIC ȘI PROFESIONAL

Profilul:

Profesor univ. dr. Costinel DOBRE la Departamentul de Marketing și Relații Economice Internaționale, Facultatea de Economie și Administrare a Afacerilor, Universitatea de Vest din Timișoara, coordonator științific de doctorat din anul 2009 autor și coautor a 3 articole publicate în reviste cu AIS nenul, a peste 25 articole apărute în reviste indexate **BDI** și a 7 cărți de specialitate, cu interese curente de cercetare legate de experiența online și offline a consumatorilor, relația consumatorilor cu brandurile de produse și organizaționale (identitate, imagine, loialitate), marketing online și marketing în social media, designul, estetica vizuală a site-urilor web și interacțiunea om-computer, comportamentele de cumpărare și de consum pe piața brandurilor de lux (consumul ostentativ, snobismul, conformismul, hedonismul) etc.

NUME ȘI PRENUME: DOBRE COSTINEL

Naționalitatea: Română

Locul și data nașterii : Bărbulețu, Dâmbovița, Români

Instituția: Universitatea de Vest din Timișoara/ Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor

Adresa: Vasile Pârvan, nr. 4, Timișoara / J. H. Pestalozzi, nr. 16, Timișoara

Telefon/Fax Instituție: +40/256/ 592.565

E-mail: costinel.dobre@e-uvt.ro

Titlul științific: Dr. în domeniul: Economie

Grad didactic actual : Profesor univ. dr.

Poziția instituțională: Director de departament

Conducător de doctorat: Universitatea de Vest din Timișoara, din anul 2009, domeniul MARKETING prin ordinul MECI nr. 4697/14.08.2009

Număr de doctoranzi aflați în stagiul / prelungire

Numărul total de doctoranzi (din 2009-până în 2022): 18 doctoranzi.

Numărul total de doctoranzi care au finalizat teza: 12 doctoranzi (3 teze coordonate în limba franceză - 2 doctoranzi din Algeria și o doctorandă din Tunisia)

Număr de doctoranzi aflați în stagiul / prelungire (2015/2016-2019/2020): 3 doctoranzi

Număr de doctoranzi care au finalizat (2015/2016-2019/2020-2021-2022): 6 doctoranzi

Număr de doctoranzi coordonați care în urma susținerii publice au obținut calificativul „Excelent / Foarte bine”: 12 doctoranzi (2009-2020)

2015/2016-2019/2020-2021-2022- 6 doctoranzi au finalizat doctoratul și au obținut calificativul Foarte bine

6 doctoranzi sunt în stagiul sau li s-a aprobat prelungirea stagiului (3 doctoranzi)

Activitatea de mentorat / postdoctorat (număr postdoctoranzi mentorați):

Membru al unor comisii și asociații științifice și profesionale naționale:

Membru al unor comisii și asociații științifice și profesionale internaționale: membru al EMAC (2011-2017)

Premii și distincții științifice: Premiu pentru cea mai bună carte economică publicată în anul 2019 acordat de AFER (cartea „Marketing online și social media. O călătorie în lumea virtuală a marketingului”, Editura CH BECK, 2019)

Visiting professor/ Visiting researcher (instituție, perioadă):

Experiența profesională relevantă:

EXPERIENȚĂ PROFESIONALĂ ACADEMICĂ

Universitatea de Vest din Timișoara

1990-1992- Asistent universitar;

1992-1999- Lector universitar;

1999-2003- Conferențiar universitar

2003- prezent- Profesor universitar

EXPERIENȚĂ PROFESIONALĂ ADMINISTRATIVĂ

Membru în C.N.A.T.D.C.U. (Comisia Națională de Acordare a Titlurilor, Diplomelor și Certificatelor Universitare): 2010-2016.

Prodecan al Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor, Universitatea de Vest din Timișoara: 2008-2012.

Director al Departamentului de Marketing și Relații Economice Internaționale, Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor, Universitatea de Vest din Timișoara : 2012-2016

Prodecan al Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor, Universitatea de Vest din Timișoara : 2016-2018.

Director al Departamentului de Marketing și Relații Economice Internaționale, Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor, Universitatea de Vest din Timișoara : 2020-până în prezent.

Responsabil al programului de master Publicitate și Promovarea Vânzărilor : 2008 până în prezent.

EXPERIENȚĂ PROFESIONALĂ ÎN MEDIUL ECONOMICO-SOCIAL

Studii:

Teza de doctorat Cercetări de marketing în cadrul pieței vinului, diploma de doctor nr. 10/28.04.1999, OMEN nr 34/15.03.1999., conducător științific Cosnstantin Negruț, susținută în 23.10.1998 la Universitatea de Vest din Timișoara

EDUCAȚIE ACADEMICĂ

1987- absolvent al Facultății de Științe Economice, Universitatea din Timișoara (în prezent Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor, Universitatea de Vest din Timișoara).

SPECIALIZĂRI ÎN STRĂINĂTATE

1. Ianuarie- Iunie, 1994- Ecole Supérieure Universitaire de Tourisme et Hôtellerie, Angers, Franța.

Domenii principale studiate: Comportamentul consumatorului; Cercetări calitative și cantitative de marketing; Comunicare integrată de marketing.

2. Ianuarie-Iunie, 1996- UNIVERSITE DES SCIENCES SOCIALES TOULOUSE I, Ecole Supérieure Universitaire de Gestion, Franța

Domenii principale studiate: Comportamentul consumatorului; Comunicarea integrată de marketing; Marketingul canalelor de distribuție

ALTE CURSURI DE FORMARE/ PREGĂTIRE PROFESIONALĂ

Competențe lingvistice: nivel scris/citit/vorbit

Competențe lingvistice: franceză, -citit, vorbit, scris/ engleză- citit.

Alte competențe:

Comunicare interumana bună;

Abilități de lucru în echipă;

Competențe avansate de utilizare a Microsoft Office (Word, Excel, Power Point), Windows 98/2000/Me/Xp, Internet Explorer, limbaj HTML, Outlook Express, SPSS.

VIZIBILITATE ÎN PLAN ȘTIINȚIFIC LA NIVEL NAȚIONAL ȘI INTERNAȚIONAL (INDICELE HIRSCH (H-index) WEB OF SCIENCE/SCOPUS/GOOGLE SCHOLAR):

GOOGLE SCHOLAR: h-index: toate -9; din 2017- 5.

SCOPUS: h-index -2;

WEB OF SCIENCE:- 1

DOMENIUL DE INTERES ȘTIINȚIFIC: Marketing, cu subdomeniile: Comportamentul (experiențele) consumatorilor în mediul online (digital) și offline; Brandingul offline și online - dezvoltarea valorii brandului (engl. „brand equity”); Marketing online (web marketing și marketing în social media).

MEMBRU IN REDACȚIILE/ COLEGIILOR REVISTELOR DE SPECIALITATE/EDITOR

Editor: membru în board-ul științific al Journal of Marketing Analytics, Springer, Palgrave MacMillan, <https://www.palgrave.com/gp/journal/41270/about/editorial-board> (ESCI și Scopus)

Membru în comitetul științific al **ROMANIAN JOURNAL OF MARKETING**, ISSN 1824-2454 – varianta tipărită; ISSN 1844-6523 – varianta online (jurnal care și-a încetat apariția)

Recenzor:

1. Recenzor al European Marketing Academy, Annual Conference, Valencia, Spain, 2014. Recenzor al SAGE Open Journals.
2. Recenzor al Scientific Annals of the "Alexandru Ioan Cuza" University of Iasi. Economic Sciences.
3. Recenzor al revistei Logistique Management, editată de Business School Bordeaux.
4. Recenzor al Journal of Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society
5. Membru în comitetul științific a trei conferințe internaționale (Avignon, Franța-2008, Cluj –Napoca-2005 și Timișoara -2008).

PROIECTE DE CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ (2016-2020)

În calitate de **director / coordonator partener UVT:** (toate elementele de identificare ale proiectului)

Membru în echipa de proiect toate elementele de identificare ale proiectului):

LISTA CELOR MAI IMPORTANTE PUBLICATII (2016 – 2022)

Cărți

Publicate în edituri naționale:

1. DOBRE, C., MILOVAN, A. (2019), Marketing online și social media. Călătorie în lumea virtuală a marketingului, Editura C.H. BECK.
2. Dobre, C. (2018), Marketing, Editura Mirton, ISBN: 978-973-52-0246-0 (coautor).

Publicate în edituri internaționale:

Capitole în cărți

Publicate în edituri naționale -

Publicate în edituri internaționale -

Contribuții în volume colective

Publicate de instituții din țară -

Publicate de instituții din străinătate -

Articole

Publicate în reviste cotate în WEB of SCIENCE (număr) astfel: 3

1. Petrescu, Maria; Kitchen, Philip; **Dobre, Costinel**; Ben Mrad, Selima; Milovan Ciuta, Anca; Goldring, Deborah; Fiedler, Anne, Innocent until proven guilty: suspicion of deception in online reviews" în European Journal of Marketing, Vol. 56 No. 4, pp. 1184-1209. <https://doi.org/10.1108/EJM-10-2019-0776>.
2. Fine,. M., Gironda, J., Petrescu, M, **Dobre, C.**, ., The Oscars: friends and foes for millennials, Journal of Consumer Behaviour, 2022, Article DOI: 10.1002/cb.2103.
3. .Costinel Dobre *, Anca-Maria Milovan, Cristian Duțu, Gheorghe Preda and Amadea Agapie, The Common Values of Social Media Marketing and Luxury Brands. The Millennials and Generation Z Perspective, în J. Theor. Appl. Electron. Commer. Res. 2021, 16(7), 2532-2553; <https://doi.org/10.3390/jtaer16070139>.

Articole publicate în calitate de prim-autor, autor-corespondent sau singur autor (se identifică articolele cu toate datele acestora): 1;

1.Costinel Dobre *, Anca-Maria Milovan, Cristian Duțu, Gheorghe Preda and Amadea Agapie, The Common Values of Social Media Marketing and Luxury Brands. The Millennials and Generation Z Perspective, în J. Theor. Appl. Electron. Commer. Res. 2021, 16(7), 2532-2553; <https://doi.org/10.3390/jtaer16070139>.

Articole publicate în colaborare cu studenții-doctoranzi coordonați (se identifică articolele cu toate datele acestora): 1

a. Costinel Dobre *, Anca-Maria Milovan, Cristian Duțu, Gheorghe Preda and Amadea Agapie, The Common Values of Social Media Marketing and Luxury Brands. The Millennials and Generation Z Perspective, în J. Theor. Appl. Electron. Commer. Res. 2021, 16(7), 2532-2553; <https://doi.org/10.3390/jtaer16070139>.

Publicate în reviste cotate în baze de date internationale (4 între 2016-2020):

1. Costinel Dobre, Gheorghe Preda, Anca Milovan, Remus Ionut Naghi, Sorin Ioan Prada, 2021. Review of Innovation and Competitiveness: A Journal of Economic and Social Research, /12/31.
2. Lassaad Gh., Dobre, C., Etemad-Sajadi, R., Milovan, A.-M., The impact of cultural dimensions on the perceived risk of online shopping, STUDIA NEGOTIA, 3/2019.
3. Maria Petrescu, Costinel Dobre, Anca-Maria Milovan-Ciuta (2018), Social bonds and millennial consumers' activity in social networks, International Journal of Internet Marketing and Advertising, Volume 12, Issue 3.
4. 3.. Petrescu M., Dobre C., Mrad S.B. (2017) Assessing Consumer Confidence from Online Sources: An Abstract. In: Rossi P. (eds) Marketing at the Confluence between Entertainment and Analytics. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham.
5. Dobre, C., Bezzaouia, M., Milovan-Ciuta, A., M., Joantă (Rusan), R., Cultural differences and motivations for the purchase and consumption of luxury brands, Romanian Journal of Marketing, nr. 1/2016.=

Din care: articole publicate în colaborare cu studenții-doctoranzi coordonați (se identifică articolele cu toate datele acestora):

1. Dobre, C., Bezzaouia, M., Milovan-Ciuta, A., M., Joantă (Rusan), R., Cultural differences and motivations for the purchase and consumption of luxury brands, Romanian Journal of Marketing, nr. 1/2016.

Lucrări publicate in Proccedings-ul conferintelor cotate Web of Science (se identifică articolele cu toate datele acestora)

Key note speaker/ invited speaker (conferinta, date de identificare) -

Timișoara, 31.10.2022

Costinel Dobre

