

ANEXA 5

**RAPORTUL COMISIEI DE ABILITARE CU PROPUNEREA DE
ACCEPTARE A TEZEI DE ABILITARE INTITULATĂ:**

UNDERSTANDING THE COMPLEXITY OF THE MODERN CONSUMER JOURNEY

propusă de doamna **CONF. UNIV.DR. MILOVAN-CIUTA ANCA-MARIA**,
de la Universitatea de Vest din Timișoara.

Susținerea publică a tezei a avut loc în data de **11.07.2025**, orele 12⁰⁰, sala P02,
str.PESTALOZZI, nr.16, Timișoara

Membrii comisiei de abilitare, numiți prin Decizia CSUD nr. **29 din 20.05.2025**:

CONF.UNIV.DR. MONIKA-ANETTA ALT

UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI, CLUJ NAPOCA

PROF.UNIV.DR. MIHAI CRISTIAN ORZAN

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE BUCUREȘTI

PROF. UNIV. DR. MARCEL-CIPRIAN POP

UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI, CLUJ NAPOCA

S-a decis ca ședința publică să fie condusă de domnul **Prof.univ.dr. MIHAI CRISTIAN ORZAN**.

1. ANALIZA TEZEI DE ABILITARE (puncte tari / puncte slabe)

Puncte de vedere ale fiecărui membru al comisiei:

Puncte tari:

Cercetarea post-doctorala a candidatei a avut un caracter interdisciplinar, însă cu o focalizare evidenta in domeniul comportamentelor de consum, in special in domeniul mărcilor de lux si a relațiilor acestora cu mediul online.

Studiile prezentate au o metodologie riguroasă, cu o bună legătură cu epistemologia domeniului marketing.

Cercetările candidatei au adus atât o contribuție teoretică semnificativă, cât și o bună legătură cu mediul de afaceri, fiind bazate atât pe date din economia reală, cât și cu implicații clare și acționabile pentru companiile ce își desfășoară activitatea în domeniul produselor de lux.

Puncte slabe:

Candidata ar trebui să își concentreze eforturile asupra atragerii de fonduri de cercetare, atât din mediul privat, cât și din cel public.

Recomandăm o extindere a metodologiei de cercetare, ce va permite atât posibilitatea publicării rezultatelor cercetării într-o paletă mai largă de publicații academice din domeniul marketing, cât și o mai bună fundamentare a rezultatelor studiilor.

În perspectiva coordonării de studii doctorale, candidata ar trebui să își concentreze eforturile asupra cooptării de cercetători juniori (studenți, masteranzi, doctoranzi) în cadrul eforturilor de cercetare.

2. ANALIZA ACTIVITĂȚII DE CERCETARE A CANDIDATULUI, în baza CV-ului, a listei de lucrări publicate și a lucrărilor semnificative atașate dosarului de abilitare

Puncte de vedere ale fiecărui membru al comisiei:

Activitatea de cercetare este coerentă, continuă și relevantă pentru domeniul în care dorește să obțină abilitarea.

Apreciem vizibilitatea internațională a publicațiilor candidatei, ce includ atât colaborări cu cercetători de la universități din străinătate, cât și publicații în reviste indexate Q1 și Q2 în Core Economics. De asemenea, impactul ridicat al acestor studii, demonstrat de numărul ridicat de citări, în contextul vârstei candidatei și a domeniului în care solicită abilitarea, reprezintă un alt argument cu privire la vizibilitatea internațională a studiilor doamnei Milovan-Ciuta Anca-Maria.

De asemenea, apreciem variația semnificativă a numărului de teorii economice și sociale pe care a fost fundamentat procesul de cercetare și publicare.

3. ANALIZA SUSȚINERII PUBLICE A TEZEI DE ABILITARE și a răspunsurilor formulate

Lista de întrebări și sinteza răspunsurilor candidatului:

Î: Am apreciat utilizarea teoriei persuasion knowledge model, pe care ați utilizat-o în unele cercetări. Care credeți că ar fi cea mai adecvată traducere în limba română a acestui concept?

R: Și noi am avut aceeași dilemă și cred că, prin noi cercetări, ar trebui clarificată varianta optimă de traducere – fie cunoașterea, fie recunoașterea modelelor de persuasiune.

Î: În afara metodologiilor de cercetare utilizate în studiile pe care le-ați implementat până la acest moment, ce metodologii de cercetare v-ați dori să utilizați cu prioritate în tezele de doctorat pe care le veți coordona, și care ar fi motivele acestei alegeri?

R: Unul dintre domeniile pe care mi-ar face plăcere să le aprofundez, mai ales în contextul comunicării online, este Analiza automată a sentimentelor, un tip de metodologie pe care l-am văzut din ce în ce mai frecvent în ultimii ani. De asemenea, experimentul de marketing reprezintă un tip de cercetare pe care îl voi explora mai mult în viitor, alături de studenți, masteranzi și doctoranzi.

Î: Este foarte greu să atragi tineri cercetători în domeniul marketing. Care ar fi strategia pe care o vei aborda în abordarea temelor de cercetare doctorala? Cum îi vei motiva pe doctoranzi pentru a rezista eșecurilor ce pot apărea în procesul de publicare în revistele de top?

R: Motivația doctoranzilor ar trebui să fie în primul rând una personală, pentru că efortul acestora este semnificativ și, probabil, nu există o remunerație semnificativă în acest proces. Mi-aș dori să fiu flexibilă în abordarea temelor și să dezvolt aceste teme împreună cu candidații încă din perioada studiilor de licență și masterat. Progresul lor mă face să investesc timp și entuziasm în dezvoltarea

lor. De asemenea, cred ca exemplul meu este cel mai bun în a rezista unor eșecuri, pentru ca și mie mi s-a întâmplat să am cercetări care nu au fost publicate, sau nu au fost publicate de la început, însă implicarea și entuziasmul sunt esențiale într-o carieră în domeniul cercetării de marketing.

Concluzii și recomandări: Publicațiile doamnei MILOVAN-CIUTA ANCA-MARIA, realizate după obținerea titlului de doctor, includ publicații indexate Web Of Science din colecția Core Economics, în publicații ce sunt, sau au fost, indexate în cuartilele Q1 și Q2, evidențiind teme relevante pentru domeniul marketing, în concordanță cu temele de cercetare majore manifestate în ultimii ani.

Comisia de abilitare propune, cu unanimitate de voturi, **să i se confere** atestatul de abilitare în domeniul de doctorat Marketing, doamnei **MILOVAN-CIUTA ANCA-MARIA**.

CONF.UNIV.DR. MONIKA-ANETTA ALT _____

UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI, CLUJ NAPOCA

PROF.UNIV.DR. MIHAI CRISTIAN ORZAN _____

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE BUCUREȘTI

PROF. UNIV. DR. MARCEL-CIPRIAN POP _____

UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI, CLUJ NAPOCA