

Institutul Național de Cercetări Economice "Costin C. Kirilescu" anunță susținerea în ședință publică a tezei de doctorat

*Modelarea comportamentului consumatorului în condițiile digitalizării,*

Student-doctorand: Cornelia-Rodica JUDE

Componența comisiei:

- președinte, Prof. univ. dr. Luminița CHIVU, CSI, Institutul Național de Cercetări Economice "Costin C. Kirilescu", Academia Română
- conducător științific, Conf. univ. dr. (habil.) Ivona RĂPAN, Institutul de Economie Națională - Institutul Național de Cercetări Economice "Costin C. Kirilescu"
- referenți m.c.A.R., Dr. Valeriu IOAN-FRANC, CSI, Institutul Național de Cercetări Economice "Costin C. Kirilescu", Academia Română

Prof. univ. dr. (habil.) Sebastian CEPTUREANU, Facultatea de Management, ASE  
Bucuresti

Prof. univ. dr. (habil.) Adi-Marinel MUSTAȚĂ, Facultatea de Securitate și Apărare,  
Universitatea Națională de Apărare "Carol I"

Susținerea va avea loc în ziua de 27.09.2024, orele 11:00, la sediul Institutului din str. Calea 13 Septembrie nr. 13, sector 5, București, Sala de Consiliu a Institutului Național de Cercetări Economice "Costin C. Kirilescu".

Textul integral al tezei poate fi consultat, în format tipărit, la Biblioteca Institutului de Economie Națională.



**ACADEMIA ROMÂNĂ**  
**Școala de Studii Avansate a Academiei Române**  
**Școala Doctorală de Științe Economice**  
**Institutul Național de Cercetări Economice "Costin C. Kirileanu"**

## **REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT**

### **MODELAREA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI ÎN CONDIȚIILE DIGITALIZĂRII**

**CONDUCĂTOR DE DOCTORAT:**  
Conf. univ. dr. (habil) Ivona RĂPAN, CSII

**DOCTORAND:**  
Cornelia-Rodica JUDE

**2024**

## CUPRINS

Lista Abrevierilor .....	Error! Bookmark not defined.
Lista Figurilor .....	Error! Bookmark not defined.
Lista Tabelelor.....	Error! Bookmark not defined.
Lista Anexelor .....	Error! Bookmark not defined.
INTRODUCERE .....	Error! Bookmark not defined.
<b>CAPITOLUL 1. O PERSPECTIVĂ ASUPRA VIITORULUI. DE LA HOMO OECONOMICUS LA HOMO DIGITALIS .....</b>	Error! Bookmark not defined.
1.1. Omul și gospodăria. Bazele gândirii economice .....	Error! Bookmark not defined.
1.2. Mercantilismul și îmbogățirea comercianților.....	Error! Bookmark not defined.
1.3. ‘Omul economic’ în viziunea lui Adam Smith.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. <i>Homo Oeconomicus</i> în clasicism și neoclasicism ....	Error! Bookmark not defined.
1.5. Omnisciența logică, raționalitatea și egalitatea piețelor. Concepte paradoxale asociate constructului <i>Homo Oeconomicus</i> .....	Error! Bookmark not defined.
1.5.1. Raționalitatea limitată sau mărginită .....	Error! Bookmark not defined.
1.5.2. Capcana omniscienciei .....	Error! Bookmark not defined.
1.5.3. Paradoxul piețelor libere.....	Error! Bookmark not defined.
1.6. Înapoi în viitor. De la <i>Homo Oeconomicus</i> la <i>Homo Digitalis</i> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>CAPITOLUL 2. COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI. NOTIUNI ȘI MODELE FUNDAMENTALE DE STUDIU .....</b>	Error! Bookmark not defined.
2.1. Introducere în studiul comportamentului consumatorului.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Etimologia și înțelegerea termenilor.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Definirea comportamentului consumatorului....	Error! Bookmark not defined.
2.2. Principalele modele de studiu pentru aprofundarea comportamentului consumatorului .....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1. Modele fundamentale ale comportamentului consumatorului.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.1. Modelul Marshallian .....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.2. Modelul Veblenian .....	Error! Bookmark not defined.

- 2.2.1.3. Modelul Pavlovian..... **Error! Bookmark not defined.**
- 2.2.1.4. Modelul Freudian ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 2.2.1.5. Modelul lui Maslow ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 2.2.2. Economia comportamentală ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 2.2.2.1. Bazele economiei comportamentale ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 2.2.2.2. Teoria propusă de Nicosia ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 2.2.2.3. Modelul Engel-Kollat-Blackwell (EKB)... **Error! Bookmark not defined.**
  - 2.2.2.4. Teoria procesării informației alegerii consumatorului**Error! Bookmark not defined.**
  - 2.2.2.5. Teoria valorilor atribuite consumului ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 2.3. Abordarea contemporană a comportamentului consumatorului**Error! Bookmark not defined.**

  - 2.3.1. Nucleul psihologic al consumatorului ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - 2.3.1.1. Motivele și motivația consumatorului ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - 2.3.1.2. Procesele cognitive umane: atenția, percepția, învățarea și memoria .**Error! Bookmark not defined.**
  - 2.3.2. Procesul decizional al consumatorilor..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 2.3.3. Cultura consumatorilor ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - 2.3.3.1. Grupurile de referință ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - 2.3.3.2. Influența grupurilor de referință ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - 2.3.3.3. Segmentarea consumatorilor ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 2.3.4. Rezultatele și repercusiunile comportamentului de consum**Error! Bookmark not defined.**

### **CAPITOLUL 3. COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI ÎN CONDIȚIILE TRANSFORMĂRII DIGITALE..... **Error! Bookmark not defined.****

- 3.1. Următoarea frontieră pentru digitalizarea societății de consum**Error! Bookmark not defined.**
  - 3.1.1. Digitizare, digitalizare și transformare digitală . **Error! Bookmark not defined.**
    - 3.1.1.1. Principalele provocări în calea transformării digitale**Error! Bookmark not defined.**
    - 3.1.1.2. Obiectivele transformării digitale..... **Error! Bookmark not defined.**
    - 3.1.1.3. Promisiunile transformării digitale..... **Error! Bookmark not defined.**

- 3.1.2. Influențe tehnologice și de marketing specifice perioadei tranzitorii dintre Industria 4.0 și 5.0 ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 3.1.2.1. Big Data Analytics..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 3.1.2.2. Inteligență artificială și inteligență artificială generativă**Error! Bookmark not defined.**
  - 3.1.2.3. Lumea Metaverse ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 3.1.2.4. Dorința de sustenabilitate ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.2. Consumatorul *Homo Digitalis*. Abordări comportamentale.**Error! Bookmark not defined.**

- 3.2.1. Conceptul de sine și identitatea *Homo Digitalis* **Error! Bookmark not defined.**
  - 3.2.1.1. Reprezentările virtuale, construcția colaborativă a sinelui și memoria distribuită ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 3.2.1.2. Dematerializarea produselor și serviciilor. **Error! Bookmark not defined.**
  - 3.2.1.3. Consumul colaborativ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.2. *Homo Digitalis*, rețelele sociale și impactul relațiilor parasociale asupra comportamentului consumatorului ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 3.2.2.1. Rețelele sociale și „interacțiunile parasociale”**Error! Bookmark not defined.**
  - 3.2.2.2. Influența rețelelor sociale asupra comportamentului consumatorilor **Error! Bookmark not defined.**

3.3. Neuroștiința consumatorilor. Neuromarketing și neuroeconomie**Error! Bookmark not defined.**

**CAPITOLUL 4. CONSUMATORUL ÎN ERA DIGITALĂ. LA GRANIȚA DINTRE „SUVERANITATE” ȘI RISC..... **Error! Bookmark not defined.****

- 4.1. Suveranitatea consumatorului în condițiile digitalizării. Cadrul instituțional și legislativ ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 4.1.1. Protecția consumatorului român în ecosistemul digital**Error! Bookmark not defined.**

- 4.1.1.1. Instituții cu competență în domeniul protecției consumatorului în România..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.1.1.2. Cadrul legislativ național și drepturile consumatorului în ecosistemul digital..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.1.1.3. Legislația generală pentru protecția consumatorului**Error! Bookmark not defined.**
- 4.1.1.4. Contractele la distanță și comerțul electronic**Error! Bookmark not defined.**
- 4.1.1.5. Protecția datelor cu caracter personal..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.1.2. Vulnerabilitatea consumatorilor: o altă perspectivă asupra „suveranității”**Error! Bookmark not defined.**
- 4.2. Riscuri și provocări ale consumatorului în condițiile digitalizării**Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.1. Riscuri și provocări specifice tehnologiei digitale**Error! Bookmark not defined.**
  - 4.2.1.1. Arhitectura alegerilor și proiectarea malițioasă a platformelor digitale ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 4.2.1.2. Comercializarea produselor contrafăcute sau ilegale**Error! Bookmark not defined.**
  - 4.2.1.3. Terorismul și alte forme de criminalitate cibernetică**Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.2. Riscuri și provocări specifice cogniției umane.. **Error! Bookmark not defined.**
  - 4.2.2.1. Suprasolicitarea informațională..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 4.2.2.2. Euristici mentale și Bias-urile asociate..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 4.2.2.3. Teoria perspectivelor ..... **Error! Bookmark not defined.**

5.3. Modelul econometric cu date de tip panel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3.1. Modelul de regresie de tip panel omogen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3.2. Modelul de regresie cu efecte fixe.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3.3. Modelul de regresie cu efecte aleatorii.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.4. Analiza consumului final al gospodăriilor în perioada 2005-2021 pe baza modelelor de tip panel pentru 26 dintre țările membre ale Uniunii Europene	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.4.1. Analize preliminare .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.4.1.1. Analiza descriptivă a variabilelor .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.4.1.2. Analiza multicolinearității variabilelor independente	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.4.1.3. Testarea staționarității seriilor .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.4.2. Modelul de regresie cu date de tip panel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.4.2.1. Estimarea modelului de regresie de tip panel omogen	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.4.2.2. Estimarea modelului de regresie cu date de tip panel și efecte specifice fixe .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.4.2.3. Estimarea modelului de regresie cu date de tip panel și efecte specifice aleatorii .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.4.2.4. Concluzii preliminare .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
CONCLUZII TEORETICO-METODOLOGICE ȘI PRACTIC-APLICATIVE.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Anexe.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Bibliografie.....	12

## **REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT**

Comportamentul consumatorului și modul în care acesta este modelat de schimbările societale au reprezentat de-a lungul timpului punct central al investigațiilor multiplelor ramuri ale cunoașterii. Realitățile societății contemporane, descrise de tranziția dinspre o lume a *volatilității, incertitudinii, complexității și ambiguității*, înspre una caracterizată de *fragilitate, anxietate, non-liniaritate și incomprehensibilitate* și de integrarea noilor tehnologii în majoritatea activităților cotidiene, necesită progresul cunoașterii privind modul de manifestare al comportamentului uman în cadrul pieței de bunuri și servicii.

Teza de doctorat intitulată „*Modelarea comportamentului consumatorului în condițiile digitalizării*” are ca obiect central al investigațiilor studiul *comportamentului consumatorului în condițiile digitalizării* și ale adoptării pe scară largă a noilor tehnologii digitale avansate. *Motivația alegerii temei de cercetare* a avut la bază un set de considerente identificate *a priori* desfășurării demersului de cercetare și care, în condițiile celei de-a cincea revoluției industriale – Industria 5.0 – și ale tranziției înspre noua paradigmă de gândire economică, reprezintă elemente de actualitate.

*Importanța temei de cercetare* rezidă, în primul rând, în inseparabilitatea ființei umane de activitatea economică și de participarea la acțiuni care au ca scop final consumul. Independent de rolul asumat (colectarea informației, influențarea sau adoptarea deciziei, cumpărarea sau utilizarea efectivă), în contextul transformării digitale, omul modern este expus la multiple influențe tehnologice și de marketing, care, pe de o parte, îi conferă accesibilitate crescută la informațiile privind bunurile și serviciile disponibile pe piață, iar, pe de altă parte, generează noi riscuri pentru autonomia sa decizională.

În contextul dezvoltării fără precedent a comerțului electronic și a soluțiilor informaticе avansate care permit analiza în profunzime a comportamentului utilizatorilor de comerț electronic, se delimitizează necesitatea aprofundării într-un cadru unitar a noțiunilor specifice conduitei umane, care au rol în determinarea comportamentului de consum, precum și a factorilor de influență și a teoriilor și modelelor formulate cu scopul ilustrării procesului decizional al consumatorilor și înțelegерii comportamentului acestuia.

Totodată, *importanța temei de cercetare* este ilustrată de caracterul practic-aplicativ al concluziilor formulate cu privire la comportamentul consumatorilor – concluzii care pot reprezenta un punct de pornire atât în sensul elaborării strategiilor performante de promovare a bunurilor și serviciilor, cât și în sensul consolidării aquis-ului legislativ existent privind protecția consumatorului. Alături de acestea, elaborarea și utilizarea unei metodologii

riguroase care să permită reproductibilitatea cercetării și extinderea acesteia la o dată ulterioară, asigură robustețea rezultatelor cercetării.

## STRUCTURA TEZEI DE DOCTORAT

Teza de doctorat este structurată în *cinci capitole* principale, fiecare dintre acestea abordând un subiect distinct, specific temei de cercetare, în jurul căruia se conturează. Primele patru capitole includ analiza critică a literaturii de specialitate și au ca obiectiv delimitarea stadiului actual al cunoașterii în domeniul comportamentului consumatorului. Ultimul capitol cuprinde justificarea demersului de cercetare, scopul, obiectivele și ipotezele cercetării, descrierea metodologiei utilizate, analiza desfășurată și concluziile preliminare ale cercetării. Pe parcursul lucrării, au fost realizate un total de 28 de tabele, 23 de figuri și 25 de anexe care sintetizează informațiile prezentate.

În cadrul *primului capitol* al tezei de doctorat, intitulat „*O perspectivă asupra viitorului. De la Homo Oeconomicus la Homo Digitalis*”, ne reîntoarcem la perioada preștiințifică a gândirii economice pentru a prezenta modul în care s-a conturat arhetipul *Homo Oeconomicus*. Incursiunea în timp pornește din perioada Greciei Antice, atunci când gânditori proeminenți precum Xenofon, Platon și Aristotel dezbat aspecte pragmatice ale comportamentului uman în cadrul „economiei”. Pornind de la teoretizarea modului de administrare al gospodăriei în cadrul scrierilor socratice elaborate de Xenofon, sintagma și portretul *Homo Oeconomicus* se conturează pe parcursul câtorva milenii.

Regăsim teoretizarea câtorva dintre trăsăturile caracteristice *Homo Oeconomicus* în cadrul scrierilor unor autori precum Toma d’Aquino (cele două forme ale rațiunii) și Thomas Hobbes (legea naturală), însă una dintre cele mai importante contribuții pentru definirea sintagmei îi este atribuită lui Adam Smith. Scrierile lui Smith presupun existența *concurenței perfecte* și se bazează pe ipotezele *raționalității*, *egoismului*, *libertății în acțiune* și *sociabilității* agentului economic reprezentativ. Jeremy Bentham, John S. Mill, William S. Jevons, Carl Menger, Alfred Marshall și Ludwig von Mises avansează ideea „omului economic”, punând bazele utilitarismului și argumentând, în esență, rolul de suveran al consumatorului în cadrul pieței.

Fiind un model ipotetic al agentului economic perfect rațional și egocentric, care urmărește maximizarea utilității obținute ca rezultat al deciziilor sale de consum, arhetipul *Homo Oeconomicus* a reprezentat una dintre ipotezele fundamentale ale teoriilor economice formulate cu privire la consum și consumatori. În pofida acestui fapt, literatura de specialitate recentă a reușit să demonstreze o parte dintre ipotezele definitorii ale arhetipului

*Homo Oeconomicus*. Pe parcursul timpului, au fost relevante limitele raționalității umane, rolul evaluărilor cognitive și emoționale, existența asimetriilor informaționale și a informației imperfecte, inegalitatea piețelor libere și formele de concurență imperfectă.

La scurt timp după debutul Revoluției Digitale, literatura academică propune sintagma *Homo Digitalis* pentru a face trimitere la cumulul schimbărilor survenite asupra naturii umane ca rezultante ale integrării tehnologiilor moderne în cadrul activităților cotidiene și economice. Descriș ca „[...] locitor, prin excelență, a societății informaționale [...]”, *Homo Digitalis* este rezultatul unor adaptări evolutive care se concretizează prin existența abilităților manuale și cognitive – a inteligenței digitale – necesare utilizării eficiente a noilor instrumente și tehnologiei digitale (López Yepes, 1998; Vacas, 2011).

În favoarea unei astfel de evoluții a naturii umane pot fi aduse numeroase argumente. Dintre cele mai vizibile în context contemporan, se menționează ampioarea domeniilor de aplicare ale tehnologiei informației și comunicațiilor (TIC), omniprezența aplicațiilor și tehnologiilor digitale în sfera profesională, cât și în cea personală, maturizarea nativilor digitali și perpetuarea efectelor utilizării tehnologiei digitale, chiar și după ce utilizarea activă a acesteia a încetat (Matt et al., 2019). Cadrul de studiu identificat pentru înțelegerea *Homo Digitalis*, prevede existența a trei perspective: comportamentală (cu privire la conduită umană), design (cu privire la proiectarea și conținutul aplicațiilor și platformelor digitale) și perspectiva consecințelor (care urmărește rezultatele expunerii la TIC).

**Cel de-al doilea capitol „Comportamentul consumatorului. Noțiuni și modele fundamentale de studiu”** este cel mai amplu capitol teoretic al lucrării de cercetare și este dedicat clarificării conceptuale a comportamentului consumatorului, precum și a noțiunilor și teoriilor conexe necesare pentru înțelegerea acestuia. Având ca punct de pornire etimologia și înțelegerea termenilor, se prezintă câteva dintre cele mai importante definiții propuse pe parcursul timpului în vederea clarificării noțiunii de „comportamentul consumatorului”, alături de concepțele cheie introduse de fiecare dintre acestea.

Subcapitolul „*Principalele modele de studiu pentru aprofundarea comportamentului consumatorului*” urmărește prezentarea detaliată, în succesiune cronologică, a modelor și teoriilor dedicate explicării deciziilor de consum și a proceselor decizionale specifice consumatorilor. Pornind de la modelele fundamentale ale comportamentului consumatorului (modelul Marshallian, Veblenian, Pavlovian, Freudian și modelul lui Maslow), amintim contribuțiile fiecărui dintre acestea: legea descreșterii utilității marginale, teoretizarea consumului ostentativ, condiționarea comportamentală, cercetarea motivațională a comportamentului consumatorului și ierarhia nevoilor.

O dată cu formalizarea psihologiei ca știință distinctă, se pun bazele economiei comportamentale. Prin urmare, ne aplecăm atenția asupra modelelor și teoriilor care urmăresc explicarea comportamentului consumatorului prin intermediul stimulilor economici și generali, variabilelor mediatoare, mesajelor promoționale și marketingului, capacitateii de procesare individuale a informației de către consumator și a valorilor specifice pe care acesta le atribuie consumului (teoria elaborată de George Katona, teoria propusă de Francesco M. Nicosia, modelul Engel-Kollat-Blackwell, teoria procesării informației alegerii consumatorului elaborată de James R. Bettman și teoria valorilor atribuite consumului elaborată de Jagdish N. Sheth, Bruce I. Newman și Barbara L. Gross).

În finalul celui de-al doilea capitol, ne alăturăm eforturile contemporane de abordare a comportamentului consumatorului ca „ansamblul deciziilor luate de un factor decizional uman și a proceselor decizionale asociate acestora, cu privire la achiziția, utilizarea sau disponerea bunurilor, serviciilor, activităților, experiențelor, oamenilor și ideilor de-a lungul timpului” (Jacoby, 1976, p. 332; Hoyer, MacInnis, & Pieters, 2023, p.25). Astfel că prezentăm elementele specifice psihologiei consumatorului (*motivele și motivația, procesele cognitive umane și procesul decizional*), precum și rolul culturii consumatorilor (*grupurile de referință și segmentarea consumatorilor*) în determinarea deciziilor de consum.

*Cel de-al treilea capitol „Comportamentul consumatorului în condițiile transformării digitale”* reduce în centrul investigațiilor *digitalizarea și transformarea digitală*. Inițial, conturăm limitele conceptuale ale noțiunilor de „digitizare”, „digitalizare” și „transformare digitală”, evidențiind în același timp principalele obiective, promisiuni și provocări asociate cu aceasta din urmă. Se prezintă câteva dintre tehnologiile emergente (Big Data Analytics, inteligența artificială și inteligența artificială generativă și lumea Metaverse) și influențele de marketing (dorința de sustenabilitate), relevante în context actual pentru modificarea relațiilor dintre consumatori și comercianți, precum și pentru redefinirea experienței consumatorilor în cadrul website-urilor și platformelor de comerț electronic.

Având în vedere omniprezența tehnologiei digitale și caracterul expansiv al mediilor virtuale, *cel de-al treilea capitol* propune abordarea comportamentală a consumatorului *Homo Digitalis*. În cadrul acestuia se teoretizează conceptul de *sine extins* de natură digitală, manifestarea *identităților virtuale multiple*, dependente de mediul tehnologic în cadrul căruia consumatorul „navighează”, identificarea consumatorului cu reprezentarea virtuală (*avatarul*), exercitarea normelor sociale prin intermediul comentariilor și reacțiilor din cadrul platformelor digitale (*construcția colaborativă a sinelui*) și conturarea unei memorii colective prin intermediul urmelor și interacțiunilor digitale (*memoria distribuită*).

Amintim totodată câteva tendințe emergente referitoare la comportamentul de consum: substituția bunurilor și serviciilor tradiționale cu alternative digitale accesibile din confortul propriei locuințe (*dematerializarea bunurilor și serviciilor*) și înlocuirea preferinței pentru proprietatea privată cu practici de consum care încurajează utilizarea la comun a bunurilor și serviciilor (*consumul colaborativ*). În completare, se discută despre interacțiunile parasociale, rolul rețelelor sociale și al electronic-word-of-mouth (eWOM) pentru determinarea intenției de cumpărare și a comportamentului de consum.

În încheierea *celui de-al treilea capitol*, abordăm două noi domenii având ca obiectiv investigarea comportamentului consumatorului, controversate din punct de vedere etic și moral, însă care permit interpretarea obiectivă a răspunsurilor consumatorilor cu privire la stimulii de mediu și de marketing la care sunt expuși. *Neuromarketingul* și *neuroeconomia* sunt două domenii de studiu interdisciplinare, aflate la intersecția dintre neuroștiințe, psihologie și economie, și care urmăresc interpretarea activității neuronale a subiecților în vederea validării unor ipoteze ale economiei neoclasice și comportamentale.

*Cel de-al patrulea capitol* și ultimul dedicat revizuirii literaturii de specialitate, intitulat „*Consumatorul în era digitală. La granița dintre ‘suveranitate’ și risc*”, are la bază constatarea faptului că distribuirea unui volum amplu de informații mixte în cadrul mediilor digitale moderne contribuie la estomparea granițelor dintre activitățile specifice consumului (identificarea nevoii, căutarea alternativelor și informațiilor cu privire la acestea, achiziția efectivă) și a celorlalte activități conexe vieții economice, sociale sau politice. Prin urmare, acest capitol urmărește îndeplinirea a două obiective cu caracter teoretic.

Pe de o parte, avem în vedere prezentarea cadrului instituțional și legislativ privind protecția consumatorului în general și reglementarea contractelor la distanță și a comerțului electronic, în particular, făcând trimitere și la protecția datelor cu caracter personal. Totodată, se prezintă aparenta dihotomie dintre presupunerea suveranității consumatorilor și vulnerabilitatea acestora prin ilustrarea neajunsurilor definirii actuale a conceptului de „consumator vulnerabil”.

Pe de altă parte, detaliem câțiva dintre numeroșii factori de risc la care consumatorul modern este expus în cadrul pieței digitale de bunuri și servicii. Pornind de la arhitectura alegerilor, argumentăm faptul că în cazul comerțului electronic, o parte dintre operatorii economici ar putea urmări proiectarea platformelor și organizarea conținutului într-o manieră care să contribuie la focalizarea atenției umane în direcția dorită de aceștia. Prin urmare, se distinge situația în care consumatorul va efectua o acțiune în cadrul platformei sau va adopta o decizie, adesea fără conștientizarea (pe moment) a acesteia.

Utilizăm termenul de „proiectare malicioasă a platformelor” pentru a face trimitere la acele strategii care au în vedere diminuarea capacitatei decizionale a consumatorului, inclusiv: *manipularea emoțională, mascarea conținutului, prezentarea inexactă a informației, încadrarea părtinitoare, utilizarea setărilor implicate sau crearea asimetriei informaționale prin intermediul integrării tehnologiei inteligente*.

În categoria riscurilor specifice tehnologiei digitale, amintim și de *comercializarea produselor contrafăcute sau ilegale*. În contextul digitalizării, această veche dilemă este facilitată de diversificarea modurilor prin intermediul cărora pot avea loc tranzacții și schimburi între consumator și operatorii economici, respectiv între consumator și alți consumatori și are consecințe nefaste asupra sănătății, siguranței și securității consumatorilor, precum și asupra industriei și a mediului înconjurător. Alături de acestea, *cyberterrorism-ul* și *criminalitatea informatică* se enumera printre riscurile specifice existenței în mediul online și ale achiziționării de bunuri și servicii prin mijloace electronice.

*Cel de-al patrulea capitol* se încheie cu prezentarea riscurilor și provocărilor specifice cogniției umane și care limitează capacitatea consumatorilor de a adopta cele mai bune decizii de consum. *Suprasolicitarea informațională* conduce la decizii suboptime de consum sau la adoptarea acestora în baza unor influențe externe. *Euristicele mentale* și *biasurile specifice* determină adoptarea deciziei consumatorilor în baza unor elemente izolate, percepute ca fiind reprezentative (*euristica de reprezentativitate*), a informațiilor ușor accesibile (*euristica de accesibilitate*) sau a unor convingeri personale profund înrădăcinate, chiar și atunci când acestea sunt eronate (*bias-ul de confirmare*). În final, se prezintă *teoria perspectivelor*, care ilustrează tendința consumatorilor de a evita riscul în cazul câștigurilor sigure și de a căuta riscul în cazul pierderilor sigure.

*Cel de-al cincilea capitol, „Modelarea rezultatelor cercetării privind comportamentul consumatorului”* debutează cu justificarea demersului de cercetare, care are în vedere legătura dintre venitul net disponibil, rata șomajului și cheltuielile pentru consumul final al gospodăriilor, identificată în cadrul literaturii de specialitate consultate. Având în vedere volumul relativ restrâns al literaturii de specialitate cu privire la impactul transformării digitale asupra dinamicii consumului privat, includerea a trei variabile menite să ilustreze stadiul actual al transformării digitale la nivelul Uniunii Europene, alături de speranța de viață sănătoasă calculată la naștere, reprezintă elemente de noutate menite să contribuie la progresul cunoașterii în domeniul comportamentului consumatorului.

*Obiectivul central al cercetării cantitative* este reprezentat de determinarea efectului transformării digitale asupra cheltuielilor reale pe cap de locitor pentru consumul final al

gospodăriilor (consumul final) cu ajutorul modelelor de regresie cu date de tip panel. În acest sens, au fost formulate șase ipoteze distințe. Primele trei presupun faptul că (H1) *dezvoltarea infrastructurii digitale*, (H2) *creșterea gradului de penetrarea a tehnologiei mobile celulare* și (H3) *intensificarea utilizării Internetului influențează în mod pozitiv și semnificativ consumul final*. Pentru celelalte variabile independente selectate, ipotezele cercetării sunt: (H4) *creșterea venitului net disponibil pe cap de locuitor va determina creșterea consumului final*, (H5) *creșterea ratei șomajului în rândul populației în vîrstă de muncă va conduce la scăderea consumului final* și (H6) *creșterea speranței de viață sănătoasă calculată la naștere va determina creșterea consumului final*.

Datele necesare analizei cantitative au fost obținute în acord cu ipotezele stabilite, din baze de date internaționale oficiale, incluzând baza de date Eurostat, baza de date ILOSDG a Organizației Internaționale a Muncii (OIM) și portalul DataHub al Uniunii Internaționale a Telecomunicațiilor (ITU). Analiza a considerat *perioada 2005-2021*, vizând *26 dintre statele membre ale Uniunii Europene*. Singura țară exclusă a fost Malta, datorită indisponibilității datelor istorice referitoare la venitul net disponibil pe cap de locuitor. Singura modificare adusă asupra datelor a fost reprezentată de logaritmarea seriilor.

Pentru a construi modelul econometric, a fost utilizată o metodologie riguroasă, care a avut în vedere desfășurarea unor analize preliminare cuprinzătoare ale variabilelor selectate și care a respectat etapele necesare estimării unui model de regresie cu date de tip panel. În cadrul analizelor preliminare, s-a realizat *analiza descriptivă a variabilelor considerate* în vederea construirii modelului econometric, *evaluarea multicolinearității între variabilele explicative* prin intermediul *matricei de corelație* și a *valorilor calculate ale factorilor de inflație ai varianței și testarea staționarității seriilor temporale* (testelev Levin, Lin și Chu t\*, Im, Pesaran și Shin W-stat, ADF - Fisher Chi-square și PP - Fisher Chi-square).

În cadrul modelelor de regresie estimate, seriile nestaționare I(1) au fost introduse în prima diferență, iar cele staționare I(0) în nivel. Pentru început, s-a recurs la estimarea unui model de regresie de tip panel omogen și la estimarea modelelor de regresie cu efecte fixe și efecte aleatorii individuale, în secțiune transversală și în timp (pentru fiecare stat și pentru fiecare an supus analizei). Pentru selectarea modelului adecvat interpretării, au fost aplicate *testul de redundanță al efectelor fixe* și *testul Hausman* și s-a realizat *compararea coeficienților estimăți* utilizând modelul cu efecte fixe și modelul cu efecte aleatorii în timp.

În baza acestora, s-a selectat un model cu efecte aleatorii în timp. Pentru corecția heteroscedasticității, modelul a fost estimat și cu ajutorul *estimatorului consistent propus de White*. Interpretarea rezultatelor estimării este detaliată în cadrul subcapitolului dedicat

concluziilor preliminare din cadrul celui de-al cincilea capitol al tezei doctorale. Se indică acceptarea a două dintre ipotezele stabilite *a priori* (H4 și H5) și respingerea ipotezelor H1, H2, H3 și H6. Altfel enunțat, coeficienții calculați pentru venitul net disponibil pe cap de locuitor și rata șomajului sunt semnificativi din punct de vedere statistic și respectă semnele anticipate, în timp ce coeficientul calculat pentru speranța de viață sănătoasă calculată la naștere nu este semnificativ. Pe de-altă parte, proporția utilizatorilor de Internet în totalul populației este singura variabilă a transformării digitale a cărui coeficient este semnificativ, la nivelul de semnificație de 10%, însă semnul coeficientului calculat diferă de cel anticipat.

## **CONCLUZII GENERALE ȘI CONTRIBUȚII PERSONALE**

Coroborând rezultatele analizei critice a literaturii de specialitate consultate cu cele ale cercetării cantitative, contribuțiile teoretico-metodologice și practic-aplicative ale acestui demers de cercetare temerar sunt numeroase și de mare actualitate. Utilizarea unei abordări interdisciplinare care a permis teoretizarea comportamentului consumatorului ca o componentă integrantă a conducei umane, supusă adaptării în urma expunerii repetitive la tehnologia digitală, constituie una dintre principalele contribuții cu caracter inovator.

Alături de aceasta, includerea unui volum amplu de publicații recente a facilitat conturarea stadiului actual al cunoașteri în domeniu și a ilustrat faptul că în contextul digitalizării și al transformării digitale, înțelegerea comportamentului consumatorului se află într-un stadiu incipient. Acest lucru se datorează atât indisponibilității unor serii de date oficiale pe termen lung privind aspecte conexe procesului de transformare digitală (impediment pentru desfășurarea cercetărilor cantitative), cât și evoluției rapide a tehnologiilor digitale, care necesită orientarea cercetărilor calitative în direcția investigării unor aspecte anterior nonexistente. Dintre acestea, teza de doctorat realizează prezentarea succintă a *reprezentărilor virtuale ale utilizatorilor, a marketingului și promovării în cadrul lumilor virtuale*, precum și a noilor perspective deschide de integrarea *inteligentei artificiale*.

*Principalele implicații cu caracter teoretic și practic-aplicativ* derivează din prezentul demers de cercetare și adresate *operatorilor economici și specialiștilor în marketing și promovare* sunt următoarele:

- ◆ Se impune extinderea activității operatorilor economici și în special a întreprinderilor mici și mijlocii (IMM-urilor) în mediul digital, astfel, aceștia asigurându-se de expunerea consumatorilor la ofertele lor.

- ◆ Desfășurarea campaniilor de promovare ar trebui să aibă în vedere segmentarea publicului țintă în funcție de caracteristicile geografice, demografice, sociologice, psihografice și comportamentale ale consumatorilor vizăți.
- ◆ Eforturile alocate în direcția inovării de produs ar trebui să se alinieze noilor preferințe ale consumatorilor privind accesarea serviciilor și bunurilor în format digital în detrimentul celor convenționale (*dematerializarea*) și privind utilizarea la comun a unor bunuri și servicii (*consumul colaborativ*).
- ◆ Integrarea unor soluții informaticе avansate (Big Data Analytics, inteligențа artificială, și realitatea virtuală interactivă) pot reprezenta strategii viabile în sensul cooptării atenției consumatorilor și a creșterii satisfacției acestora.
- ◆ Utilizarea chatboturilor inteligente în cadrul platformelor de comerț electronic, pentru a suplini activități specifice celor cinci etape ale călătoriei clientului poate conduce la o comunicare mai eficientă, la reducerea riscului de abandon al produselor în coș și la dezvoltarea relațiilor de loialitatea față de brand.
- ◆ Aplicarea etică a unor concepe precum arhitectura alegerilor, încadrarea ofertelor (teoria perspectivelor), utilizarea setărilor implicate și accesibilitatea informației poate conduce la atragerea unui număr mai mare de consumatori.

*Cu privire la elaborarea politicilor sociale și a reglementărilor legislative privind protecția consumatorului, se evidențiază următoarele:*

- ◆ Necesitatea consolidării cadrului legislativ și instituțional, astfel încât acesta să fie adecvat raporturilor comerciale desfășurate prin mijloace electronice.
- ◆ Necesitatea includerii unor prevederi care să reglementeze modul de proiectare a platformelor de comerț electronic și a conținutului afișat, în special în vederea împiedicării utilizării elementelor de proiectare malitioasă.
- ◆ Definirea cadrului, scopului și activităților pentru care operatorii economici sunt îndreptăți să utilizeze tehnologiile emergente care facilitează afișajul intelligent prin intermediul analizei avansate și a anticipării comportamentelor viitoare ale utilizatorilor platformelor de comerț electronic.
- ◆ Instituirea unor mecanisme de control și monitorizare a operatorilor economici care activează în cadrul piețelor digitale de vânzare și revânzare de bunuri și

servicii (în cadrul rețelelor sociale sau a platformelor care facilitează tranzacțiile de la consumator la consumator, ș.a.m.d.).

- ◆ Redefinirea conceptului de consumator vulnerabil, astfel încât înțelegerea acestuia să facă trimitere la acele situații particulare în care un consumator obișnuit se poate afla în vulnerabilitate, independent de criterii care au legătură cu nivelul venitului, existența unor deficiențe sau vârsta și credibilitatea acestuia.
- ◆ Asigurarea alfabetizării digitale a consumatorului obișnuit prin intermediul unor campanii și programe de informare și educare care vizează creșterea capacitatii de navigare în siguranță a platformelor de comerț electronic.
- ◆ O mai bună reglementare a campaniilor de promovare desfășurate prin intermediul personalităților devenite virale în mediul digital.

*Din punct de vedere metodologic*, cercetarea cantitativă desfășurată urmând metodologia modelelor de regresie cu date de tip panel prezintă avantajul analizei unei populații mari ( $N = 26$  de state) pe o perioadă extinsă de timp ( $T = 17$  ani). Interpretarea rezultatelor analizei din perioada 2005-2021, ne permite să apreciem la un nivel de semnificație de 10%, în condițiile menținerii celorlalte variabile constante, următoarele:

- ◆ Creșterea cu 1% a venitului net disponibil pe cap de locuitor de la un an la altul va determina o creștere de 0,572% a cheltuielilor reale pe cap de locuitor pentru consumul final al gospodăriilor de la un an la altul.
- ◆ Creșterea cu 1% a ratei anuale a șomajului în rândul populației în vîrstă de muncă de la un an la altul va determina o scădere de 0,066% a cheltuielilor reale pe cap de locuitor pentru consumul final al gospodăriilor de la un an la altul.
- ◆ O creștere cu 1% a speranței de viață sănătoasă la naștere va determina scăderea cu 0,036 p.p. a ratei anuale a cheltuielilor reale pentru consumul final.
- ◆ O creștere cu 1% a proporției utilizatorilor de Internet va conduce la scăderea cu 0,016 p.p. a ratei anuale a cheltuielilor reale pentru consumul final.

Constatările noastre sunt conforme celor din literatura academică anterioară, care identifică existența unei relații de sens pozitiv și semnificative din punct de vedere statistic între consumul privat și venit (Ianole & Druică, 2015; Alp & Seven, 2019), cât și a celor care confirmă ipoteza existenței unei relații de sens negativ între rata șomajului și consumul gospodăriilor (Fagereng et al., 2024). În plus, cu toate că semnul coeficientului calculat este

diferit celui anticipat, se confirmă existența unei relații semnificative, însă de sens negativ, între utilizarea Internetului și consumul final (Gallo, 2019; Benvenuto et al., 2020).

*Principalele limite ale cercetării* fac referire la structura panelului și natura variabilelor utilizate ca vectori ai transformării digitale și care nu reflectă diferențe de natură calitativă. Ne așteptăm ca extinderea și aplicarea analizei asupra unor populații sau perioade de timp diferite să conducă la rezultate diferite. În cele din urmă, se pune problema endogeneității modelului, astfel că cercetările viitoare ar trebui să considere utilizarea unor modele care permit reducerea semnificativă a endogeneității (*de exemplu*, modelul ARDL).

În cele din urmă, identificăm câteva *direcții* care ar putea face obiectul unor *cercetări și strategii viitoare*, dintre care amintim: studiul diferențelor între comportamentul de consum al nativilor digitali și cel al generațiilor anterioare, analiza comparativă a motivelor, motivațiilor și perceptiilor unor grupuri eterogene de consum, precum și teoretizarea unor noi modele conceptuale care să ilustreze procesele decizionale utilizate de consumatori în cadrul website-urilor și a aplicațiilor moderne de comerț electronic și validarea acestora în practică prin intermediul experimentului.

## BIBLIOGRAFIE

- [1] Aaker, J. L., Rudd, M., & Mogilner, C. (2011). If money does not make you happy, consider time. *Journal of Consumer Psychology*, 21(2), 126–130. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.01.004>
- [2] Academia Regală Spaniolă [RAE]. (2012). *José B. Terceiro*. [Blog post]. Preluat la data de 11 Iunie 2024 de pe Academia Regală Spaniolă ( RAE ). Disponibil online la: <https://www.rae.es/academico/jose-b-terceiro>
- [3] Academia Română (2009). *Emoție*. În Coteanu, I. & Mareș, L. (Coord) Dicționarul explicativ al limbii române (ediția a II-a revăzută și adăugită). Institutul de Lingvistică al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”, Editura Univers Enciclopedic.
- [4] Academia Română. (2010a). *Achiziție*. În Coteanu, I. (Coord) Micul dicționar academic (ediția a II-a). Institutul de Lingvistică al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”, Editura Univers Enciclopedic.
- [5] Academia Română. (2010b). *Comportament*. În Coteanu, I. (Coord) Micul dicționar academic (ediția a II-a). Institutul de Lingvistică al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”, Editura Univers Enciclopedic.
- [6] Academia Română. (2010c). *Consumator*. În Coteanu, I. (Coord) Micul dicționar academic (ediția a II-a). Institutul de Lingvistică al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”, Editura Univers Enciclopedic.
- [7] Academia Română. (2010d). *Engramă*. În Coteanu, I. (Coord) Micul dicționar academic (ediția a II-a). Institutul de Lingvistică al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”, Editura Univers Enciclopedic.
- [8] Adel, A. (2022). Future of Industry 5.0 in society: human-centric solutions, challenges, and prospective research areas. *Journal of Cloud Computing*, 11, 40 doi: <https://doi.org/10.1186/s13677-022-00314-5>
- [9] Adhikari, R., & Tesfachew, T. (2024, Martie 27). *The Least Developed Countries are falling behind on digital transformation — here's what to do*. Preluat la data de 25 Mai 2024 de pe eTrade for All <https://etradeforall.org/news/the-least-developed-countries-are-falling-behind-on-digital-transformation-heres-what-to-do/>
- [10] Adjerid, I., Acquisti, A., & Loewenstein, G. (2018). Choice Architecture, Framing, and Cascaded Privacy Choices. *Management Science*, 65(5), doi: <https://doi.org/10.1287/mnsc.2018.3028>
- [11] Akerlof, G. A. (1970). The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488–500. doi: <https://doi.org/10.2307/1879431>

- [12] Alexander, P. A., Schallert, D. L., & Reynolds, R. E. (2009). What Is Learning Anyway? A Topographical Perspective Considered. *Educational Psychologist*, 44(3), 176–192. doi: <https://doi.org/10.1080/00461520903029006>
- [13] Alvino, L., Pavone, L., Abhishta, A., & Robben, H. (2020). Picking Your Brains: Where and How Neuroscience Tools Can Enhance Marketing Research. *Frontiers in Neuroscience*, 14. doi: <https://doi.org/10.3389/fnins.2020.577666>
- [14] Alp, E., & Seven, Ü. (2019). The dynamics of household final consumption: The role of wealth channel. *Central Bank Review*, 19(1), 21–32. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cbrev.2019.03.002>
- [15] Am, J. B., Doshi, V., Noble, S., & Malik, A. (2023, Februarie). Consumers care about sustainability—and back it up with their wallets. Preluat la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul McKinsey & Company: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/consumers-care-about-sustainability-and-back-it-up-with-their-wallets>
- [16] American Psychological Association [APA]. (2018a). *Covert behavior*. În APA Dictionary of Psychology. Preluat la data de 11 Iunie 2024 de pe Website-ul APA Dictionary of Psychology: <https://dictionary.apa.org/covert-behavior>
- [17] American Psychological Association [APA]. (2018b). *Perception*. În APA Dictionary of Psychology. Preluat la data de 20 Iulie 2024 de pe Website-ul APA Dictionary of Psychology: <https://dictionary.apa.org/perception>
- [18] Anderson, N. H. (1965). Primacy effects in personality impression formation using a generalized order effect paradigm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2(1), 1–9. doi: <https://doi.org/10.1037/h0021966>
- [19] Anghelache, C., Gheorghe, M. & Nuță, O. (2012) Using the GDP Deflator in the Process of Transition to Market Economy. *Revista Română de Statistică*
- [20] Anghelache, C., Anghel, M.-G., Marinescu, I., Samson, T., & Dumbravă, Ş.-G. (2018) Principalele aspecte teoretice privind deflatarea indicatorilor macroeconomici. *Revista Română de Statistică*, 4
- [21] Anghelache, G.-V., Anghelache, C. & Răduț, C.-M. (2020). Conturile naționale în sistemul informațional. *Revista Română de Statistică*, 11.
- [22] Antonescu, D. (2020). Supporting Small and Medium Size Enterprises through the Covid-19 Crisis in Romania. *Central European Journal of Geography and Sustainable Development*, 2(1), 38–57. doi: <https://doi.org/10.47246/cejgsd.2020.2.1.4>
- [23] Aperghis, G. G. (2004). PS.-Aristotle's Oikonomika, Book 2. În *The Seleukid Royal Economy: The Finances and Financial Administration of the Seleukid Empire* (pp. 117–136). Cambridge: Cambridge University Press. doi: <https://doi.org/10.1017/cbo9780511482694.009>

- [24] Ariffin, S. K., Mohan, T., & Goh, Y.-N (2018). Influence of Consumers' Perceived Risk on Consumers' Online Purchase Intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(3), 309–327. doi: <https://doi.org/10.1108/jrim-11-2017-0100>
- [25] Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868–882. doi: <https://doi.org/10.1086/426626>
- [26] Asli, D.-K., Klapper, L., Singer, D. & Ansar. S. (2022). *The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19*. Washington, DC: World Bank. doi: <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1897-4>. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO
- [27] Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. *The Academy of Management Review*, 14(1), 20–39. doi: <https://doi.org/10.2307/258189>
- [28] Aspers, P. (1999). The Economic Sociology of Alfred Marshall: An Overview. *The American Journal of Economics and Sociology*, 58(4), 651–667. Preluat la data de 11 Iunie 2024 de pe <https://www.jstor.org/stable/3488001>
- [29] Asteriou, D. & Hall, S.-G. (2021) *Applied Econometrics*. (a patra ediție) Macmillan International.
- [30] Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor [ANPC]. (2023). *Istoric*. Preluat la data de 28 Iunie 2024 de pe Website-ul ANPC <https://anpc.ro/istoric/>
- [31] Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor [ANPC]. (2024). *ANPC a amendat cu 5 milioane de lei cele peste 230 de magazine Mega Image controlate*. Preluat la data de 28 Iunie 2024 de pe Website-ul ANPC <https://anpc.ro/anpc-a-amendat-cu-5-milioane-de-lei-cele-peste-230-de-magazine-mega-image-controlate/>
- [32] Autoritatea Națională de Reglementare în domeniul Energiei [ANRE] (2024, Iunie). *Cum devin prosumator*. Preluat la data de 11 Iulie 2024 de pe Website-ul ANRE. <https://anre.ro/consumatori/energie-electrica/cum-devin-prosumator/>
- [33] Autoritatea Națională pentru Administrare și Reglementare în Comunicații [ANCOM]. (2022 Septembrie) *Regulament de Organizare și Funcționare. Aprobat prin Decizia președintelui ANCOM nr. 662/20.06.2019, modificat prin Decizia nr. 762/26.07.2019, Decizia nr. 981/02.10.2019, Decizia nr. 1361/11.12.2019, Decizia nr. 1419/20.12.2019, Decizia nr. 160/26.02.2020, Decizia nr. 552/29.05.2020 și Decizia nr. 924/24.09.2020*. Preluat la data de 27 Iulie 2024 de pe ANCOM: [https://www.ancom.ro/uploads/articles/file/ANCOM/ROF\\_septembrie\\_2020.pdf](https://www.ancom.ro/uploads/articles/file/ANCOM/ROF_septembrie_2020.pdf)
- [34] Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor [ANSVSA] (2023). *Plan Național Unic De Control Integrat Pentru România*. Preluat la data de 25 Iulie 2024 de pe Website-ul ANSVSA: [https://www.ansvs.ro/download/pncui/pncui-plan\\_anual/2023-2027-Planul-National-Multianual-Unic-De-Control-Integrat-Pentru-Romania.pdf](https://www.ansvs.ro/download/pncui/pncui-plan_anual/2023-2027-Planul-National-Multianual-Unic-De-Control-Integrat-Pentru-Romania.pdf)

- [35] Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor [ANSVSA] (2024a). *Lista produselor rechemate în anul 2024. Rechemare/Retragere produse alimentare*. Preluat la data de 25 Iulie 2024 de pe Website-ul ANSVSA: <https://www.anvs.sa.ro/informatii-pentru-public/produse-rechemateretrase/>
- [36] Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor [ANSVSA] (2024b). *Unități de vânzare cu amanuntul cu activitatea interzisă*. Preluat la data de 25 Iulie 2024 de pe Website-ul ANSVSA: <https://www.anvs.sa.ro/industrie-si-affaceri/unitati-de-vanzare-cu-amanuntul-cu-activitatea-interzisa/>
- [37] Atkinson, R. C., & Shiffrin, R. M. (1968). Human Memory: A Proposed System and its Control Processes. *Psychology of Learning and Motivation*, 89–195. doi: [https://doi.org/10.1016/s0079-7421\(08\)60422-3](https://doi.org/10.1016/s0079-7421(08)60422-3)
- [38] Atkinson, R. C., & Shiffrin, R. M. (1971). The control of short-term memory. *Scientific American*, 225(2), 82–90. doi: <https://doi.org/10.1038/scientificamerican0871-82>
- [39] Backhaus, K., Awan, A. (2019). The Paradigm Shift in Customer Analysis: Marketing or IT-Driven?. In: Bergener, K., Räckers, M., Stein, A. (eds) *The Art of Structuring* (pp 337- 349). Springer, Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-06234-7\\_32](https://doi.org/10.1007/978-3-030-06234-7_32)
- [40] Bagadiya, J. (2024a, Mai). *38 Facebook Statistics and Facts for Every Marketer in 2024*. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul SocialPilot. <https://www.socialpilot.co/facebook-marketing/facebook-statistics>
- [41] Bagadiya, J. (2024b, Februarie). *75+ Instagram Statistics Marketers Need to Know in 2024*. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul SocialPilot. <https://www.socialpilot.co/instagram-marketing/instagram-stats>
- [42] Balaure, V., Adăscăliței, V., Boboc, Ș., & Bălan, C. (2002). Marketing (ediția a II-a). Editura Uranus, București
- [43] Baltagi, H.-B. (2021) *Econometric Analysis of Panel Data*. Springer, Cham.
- [44] Bandura, A. (1971) *Social Learning Theory*. General Learning Press, New York. Preluată la data de 22.07.2024 de pe Website-ul ASE: [https://www.asecib.ase.ro/mps/Bandura\\_SocialLearningTheory.pdf](https://www.asecib.ase.ro/mps/Bandura_SocialLearningTheory.pdf)
- [45] Banks, J., & Bowman, N. D. (2021). Some Assembly Required: Player Mental Models of Videogame Avatars. *Frontiers in Psychology*, 12. doi: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.701965>
- [46] Bădileanu, M., Ionel, I.-P., Aurelian, J., Cristian, D.-A., **JUDE, C.-R.**, Georgescu, L.-I., și Răpan., I. (2023). Perception and Deception in Nurses' Clinical and Work-Related Professional Autonomy: Case Study for a Hospital in Romania. *Sustainability*, 15(1):355., doi: <https://doi.org/10.3390/su15010355>
- [47] Bearden, W. O., & Etzel, M. J. (1982). Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decisions. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 183–194. <http://www.jstor.org/stable/2489127>

- [48] Bee, M., & Desmarais-Tremblay, M. (2023). The Birth of Homo Oeconomicus: the Methodological Debate on the Economic Agent from J. S. Mill to V. Pareto. *Journal of the History of Economic Thought*, 45(1), 1–26. doi: <https://doi.org/10.1017/S1053837221000535>
- [49] Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139. doi: <https://doi.org/10.1086/209154>
- [50] Belk, R. W. (2013). Extended Self in a Digital World: Table 1. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477–500. doi:10.1086/671052
- [51] Belk, R. W. (2016). Extended self and the digital world. *Current Opinion in Psychology*, 10, 50–54. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.11.003>
- [52] Bennett, N., & Lemoine, G. J. (2014). What a Difference a Word Makes: Understanding Threats to Performance in a VUCA World. *Business Horizons*, 57(3), 311–317. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.01.001>
- [53] Bennett, P. D. (1995). *Consumer Behavior*. În AMA Dictionary of Marketing Terms (2nd ed., p. 59). McGraw-Hill.
- [54] Benkler, Y. (2006). Individual Freedom: Autonomy, Information, and Law. În *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom* (pp. 133–175). Yale University Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt1njknw.10>
- [55] Bentham, J. (1843). *A Manual Of Political Economy*. History of Economic Thought Books.
- [56] Bercea, L. (2018) Standardul „consumatorului mediu” și consumămantul pentru prelucrarea datelor cu caracter personal. *Revista romana de drept privat nr. 1/2018*.
- [57] Bettman, J. R. (1979). An Information Processing Theory of Consumer Choice. Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
- [58] BEUC (2022). BEUC Comments on the EDPB Guidelines on Dark Patterns in Social Media Platform Interfaces. BEUC-X-2022-04
- [59] Bică, G. (2020). *Evoluția criminalității informatice și prevederi normative pentru combaterea acesteia* [Resursă Online]. Denumire Proiect: iNFOLEX Program: POCA/491/126354 Beneficiar: Asociația Societatea Națională Spiru Haret Pentru Educație, Știință și Cultură, Romania. iNFOLEX. Preluată la data de 24 Februarie 2024 de la: [https://infolex.snsrh.ro/wp-content/uploads/2020/12/202010\\_Bica\\_Gheorghe\\_Livrabile.pdf](https://infolex.snsrh.ro/wp-content/uploads/2020/12/202010_Bica_Gheorghe_Livrabile.pdf)
- [60] Biroului Națiunilor Unite pentru Droguri și Criminalitate [UNODC]. *Module 14: Hacktivism, Terrorism, Espionage, Disinformation Campaigns and Warfare in Cyberspace*. [Resursă Online]. Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul UNODC: <https://www.unodc.org/e4j/en/cybercrime/module-14/key-issues/cyberterrorism.html>

- [61] Bloomberg, J. (2022, Aprilie). *Digitization, Digitalization, And Digital Transformation: Confuse Them At Your Peril* [Blog Post]. Preluat la data de 10 Iunie 2024 de pe Webiste-ul Forbes: <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/>
- [62] Borsatto, J. M. L. S., Marcolin, C. B., Abdalla, E. C., & Amaral, F. D. (2024). Aligning community outreach initiatives with SDGs in a higher education institution with artificial intelligence. *Cleaner and Responsible Consumption*, 12, 100160. doi: <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100160>
- [63] Bonilla, F. Q. (2005). De la cultura a la Cibercultura. *Hallazgos*, 2(4). doi: <https://doi.org/10.15332/s1794-3841.2005.0004.14>
- [64] Boyd, R. (2020). The Early Modern Origins of Behavioral Economics. *Social Philosophy and Policy*, 37(1), 30–54. doi: <https://doi.org/10.1017/S0265052520000035>
- [65] Brandstätter, V., Hennecke, M. (2018). Goals. În: Heckhausen, J., Heckhausen, H. (eds) *Motivation and Action*. (pp 453–484) Springer, Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-65094-4\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-319-65094-4_11)
- [66] Breuer, R., Fanderl, H., Hedwig, M., & Meuer, M. (2020, Aprilie). Service industries can fuel growth by making digital customer experiences a priority. [Resursă Online]. Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul McKinsey & Company: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/service-industries-can-fuel-growth-by-making-digital-customer-experiences-a-priority>
- [67] Brown, S., Gray, D., & Roberts, J. (2015). The relative income hypothesis: A comparison of methods. *Economics Letters*, 130, 47–50. doi: <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2015.02.031>
- [68] Bruni, L., & Sugden, R. (2007). The road not taken: how psychology was removed from economics, and how it might be brought back. *The Economic Journal*, 117(516), 146–173. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2007.02005.x>
- [69] Bryan, M. A., & Hill, A. E. (2024). Worldwide Illicit and Counterfeit Alcoholic Spirits: Problem, Detection, and Prevention. *Journal of the American Society of Brewing Chemists*, 82(3), 187–203. doi: <https://doi.org/10.1080/03610470.2024.2319934>
- [70] Camarinha-Matos, L. M., Fornasiero, R., Ramezani, J., & Ferrada, F. (2019). Collaborative Networks: A Pillar of Digital Transformation. *Applied Sciences*, 9(24), 5431. doi: <https://doi.org/10.3390/app9245431>
- [71] Caamaño-Alegre, M. (2021). On glasses half full or half empty : understanding framing effects in terms of default implicatures. *Synthese*, 199(3–4), 11133–11159. doi: <https://doi.org/10.1007/s11229-021-03282-6>

- [72] Cao, P., & Liu, S. (2023). The Impact of Artificial Intelligence Technology Stimuli on Sustainable Consumption Behavior: Evidence from Ant Forest Users in China. *Behavioral Sciences*, 13(7), 604. doi: <https://doi.org/10.3390/bs13070604>
- [73] Campbell, C. (2021). Consumption and the Rhetorics of Need and Want. În *Consumption and Consumer Society. Consumption and Public Life* (pp 99–120) Palgrave Macmillan, Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-83681-8\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-030-83681-8_7)
- [74] Camerer, C. (1999). Behavioral economics: Reunifying psychology and economics. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 96(19), 10575–10577. doi: <https://doi.org/10.1073/pnas.96.19.10575>
- [75] Camerer, C. F., Loewenstein, G., & Rabin, M. (Eds.). (2004). *Advances in Behavioral Economics*. Princeton University Press. doi: <https://doi.org/10.2307/j.ctvcm4j8j>
- [76] Camerer, C. F. (2007). Neuroeconomics: Using Neuroscience to Make Economic Predictions. *The Economic Journal*, 117(519), C26–C42. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2007.02033.x>
- [77] Cardenas, J. C., & Carpenter, J. (2008). Behavioural Development Economics: Lessons from Field Labs in the Developing World. *The Journal of Development Studies*, 44(3), 311–338. doi: <https://doi.org/10.1080/00220380701848327>
- [78] Carrillo-Rodríguez, J. (2010) Tecnología y Acción Pública: Una Visión Determinista (Technology and Public Action: A Deterministic Vision) *Opera*, 10, p. 7, Disponibil online la: <https://ssrn.com/abstract=2056454>
- [79] Cascio, J. (2020, Aprilie). *Facing the Age of Chaos*. [Blog Post] Preluat la data de 11 Iunie 2024 de pe Webiste-ul Medium <https://medium.com/@cascio/facing-the-age-of-chaos-b00687b1f51d>
- [80] Cassidy, C. (2022, Mai). *Shrinkflation bites: popular food brands quietly downsize while charging same price or more*. [Resursă online] Preluat la data de 21 Iulie 2024 de pe Website-ul The Guardian. <https://www.theguardian.com/business/2022/may/19/shrinkflation-bites-popular-food-brands-quietly-downsize-while-charging-same-price-or-more>
- [81] Castillo, M. (2024, Iulie). *Election deepfakes could undermine institutional credibility, Moody's warns*. [Resursă online] Preluat la data de 25 Iulie 2024 de pe Website-ul CNBC: <https://www.cnbc.com/2024/07/10/election-deepfakes-undermine-institutional-credibility-moodys.html>
- [82] Catapano, R., Shennib, F., & Levav, J. (2022). Preference Reversals Between Digital and Physical Goods. *Journal of Marketing Research*, 59(2), 353–373. <https://doi.org/10.1177/00222437211065020>
- [83] Cătoiu, I., & Teodorescu, N. (2004). Comportamentul consumatorului (II). Editura Uranus.

- [84] Chan, E. Y. (2024) Consumer Behavior in Practice. Strategic Insights for the Modern Marketer. Palgrave MacMillan. doi: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-50947-6>
- [85] Chang, Y., & Durante, K. M. (2022). Why consumers have everything but happiness: An evolutionary mismatch perspective. *Current Opinion in Psychology*, 46, 101347. doi: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101347>
- [86] Chatzidakis, A., & Lee, M. S. W. (2012). Anti-Consumption as the Study of Reasons against. *Journal of Macromarketing*, 33(3), 190–203. doi: <https://doi.org/10.1177/0276146712462892>
- [87] Chen, H. (Allan), Marmorstein, H., Tsilos, M., & Rao, A. R. (2012). When more is Less: The Impact of Base Value Neglect on Consumer Preferences for Bonus Packs over Price Discounts. *Journal of Marketing*, 76(4), 64–77. doi: <https://doi.org/10.1509/jm.10.0443>
- [88] Chen, H., Ning, X., Wang, L., & Yang, J. (2018). Acquiring New Factual Information: Effect of Prior Knowledge. *Frontiers in Psychology*, 9. doi: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01734>
- [89] Chen, J. (2024, Iulie). Theory of Liquidity Preference. [Resursă online] Preluată la data de 08 August 2024 de pe Website-ul Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/l/liquiditypreference.asp>
- [90] Cheung, M.L., Leung, W.K.S., Yang, M.X., Koay, K.Y. and Chang, M.K. (2022), Exploring the nexus of social media influencers and consumer brand engagement, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(10), 2370-2385. doi: <https://doi.org/10.1108/APJML-07-2021-0522>
- [91] Chiesa-Estomba, C. M., Lechien, J. R., Vaira, L. A., Brunet, A., Cammaroto, G., Mayo-Yanez, M., Sanchez-Barrueco, A., & Saga-Gutierrez, C. (2024). Exploring the potential of Chat-GPT as a supportive tool for sialendoscopy clinical decision making and patient information support. *European Archives of Oto-Rhino-Laryngology*. doi: <https://doi.org/10.1007/s00405-023-08104-8>
- [1] Chirat, A. (2024). Consumer Sovereignty in the Digital Society. In *Research in the history of economic thought and methodology* (pp. 35–54). <https://doi.org/10.1108/s0743-41542024000041c003>
- [2] Centrul European al Consumatorilor din România [ECC România] (2024 Aprilie) *125.000 euro recuperati de Centrul European al Consumatorilor pentru consumatori, în primul trimestru al anului 2024*. [Resursă online] Preluat la data de 25 Iulie 2024 de pe Website-ul ECC România: <https://eccromania.ro/125000-euro-recuperati-centrul-european-consumatorilor-primul-trimestru-2024/>

- [3] Ceravolo, M. G., Fabri, M., Fattobene, L., Polonara, G., & Raggetti, G. (2019). Cash, Card or Smartphone: The Neural Correlates of Payment Methods. *Frontiers in Neuroscience*, 13. doi: <https://doi.org/10.3389/fnins.2019.01188>
- [4] Chen, Y., Shang, R., & Kao, C. (2009). The effects of information overload on consumers' subjective state towards buying decision in the internet shopping environment. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(1), 48–58. doi: <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2008.09.001>
- [5] Chen, B., & Madni, G. R. (2023). Achievement of sustainable environment through effectiveness of social media in Z generation of China. *PLoS ONE*, 18(11), e0292403. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0292403>
- [6] Chopdar, P. Kr., Korfiatis, N., Sivakumar, V. J, & Lytras, M. D. (2018). Mobile shopping apps adoption and perceived risks: A cross-country perspective utilizing the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Computers in Human Behavior*, 86, 109–128. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.017>
- [7] Cialdini, R. (1984). Influence. The Psychology of Persuasion. New York, NY: William Morrow e Company.
- [8] Cismaru, D.-M., Gazzola, P., Ciochina, R.S. și Leovaridis, C. (2018). The rise of digital intelligence: challenges for public relations education and practices,. *Kybernetes*. 47(10), 1924-1940. doi: <https://doi.org/10.1108/K-03-2018-0145>
- [9] Clark, E. (2023, Noiembrie). *How Retailers Are Using AI To Manipulate Consumer Shopping*. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul Forbes: <https://www.forbes.com/sites/elijahclark/2023/11/28/how-retailers-are-using-ai-to-manipulate-consumer-shopping/>
- [10] Clark, S. (2021, Iulie) [Resursă online] *Lessons from Sweden*. *Health Action Research Group*. Preluată la data de 6 August 2024 de pe <https://www.healthactionresearch.org.uk/tackling-obesity/lessons-from-sweden/>
- [11] Clayton, R. B., Leshner, G., & Almond, A. (2015). The Extended iSelf: The Impact of iPhone Separation on Cognition, Emotion, and Physiology. *Journal of Computer-mediated Communication*, 20(2), 119–135. doi: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12109>
- [12] Collins, A. M., & Loftus, E. F. (1975). A spreading-activation theory of semantic processing. *Psychological Review*, 82(6), 407–428. doi: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.82.6.407>
- [13] Comisia Europeană, Centrul Comun de Cercetare, Samoilă, S., López Cobo, M., Delipetrev, B. (2021). *AI watch, defining artificial intelligence 2.0: towards an operational definition and taxonomy for the AI landscape*, Oficiul pentru Publicații al Uniunii Europene. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul: <https://data.europa.eu/doi/10.2760/019901>

- [14] Consiliul Concurenței (2023). *Regulament din 28 noiembrie 2023 de organizare și funcționare a Consiliului Concurenței*. Monitorul Oficial al României nr. 1090 din 4 decembrie 2023. Disponibil la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/276939> Accesat la data de 26.07.2024.
- [15] Constantin, H. (2013). Homo Oeconomicus: Conceptual Aspects Between Dilemmas And Paradoxes. În *1st Annual International Interdisciplinary Conference* (AIIC), 24-26 Aprilie 2013, Azores, Portugalia. Preluat la data de 14 Iunie 2024 de la: <https://eujournal.org/index.php/esj/article/download/1413/1422>
- [16] Craik, F. & Jacoby, L. (2023) From Stores to Processes. În *Memory* (prima ediție). The MIT Press Essential Knowledge Series. The MIT Press. doi: <https://doi.org/10.7551/mitpress/14435.003.0005>
- [17] Crăciuneanu, V. (2013). Teorii și doctrine economice de la Aristotel la Samuelson. Editura Universitară, București.
- [18] Cristescu, A. & Tîlvăr G. (2019). The main factors of economic growth in the European Union. *Theoretical and Applied Economics*, 26(620), 5-20, Preluat la data de 6 august 2024 de la <https://store.ectap.ro/articole/1399.pdf>
- [19] CrowdStrike. (2024, Aprilie). *10 Types of Social Engineering Attacks - CrowdStrike*. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul crowdstrike.com: <https://www.crowdstrike.com/cybersecurity-101/types-of-social-engineering-attacks/>
- [20] Curtin, R. (2016). George Katona: A Founder of Behavioral Economics. În Frantz, R., Chen, S.-H., Dopfer, K., Heukelom, F., & Mousavi, S. (Eds.) *Routledge Handbook of Behavioral Economics*. (prima ediție) Routledge. doi: <https://doi.org/10.4324/9781315743479>
- [21] Dalmia, N. (2024, Iunie). *Few AI deepfakes identified in EU elections, Microsoft president says*. Preluat la data de 15 Iunie 2024 de pe Website-ul The Economic Times: <https://economictimes.indiatimes.com/tech/technology/few-ai-deepfakes-identified-in-eu-elections-microsoft-president-says/articleshow/110665893.cms?from=mdr>
- [22] Davidson, B. I., & Joinson, A. N. (2021). Shape Shifting Across Social Media. *Social Media + Society*, 7(1), 205630512199063. doi: <https://doi.org/10.1177/2056305121990632>
- [23] Dawkins, E., André, K., Axelsson, K., Benoit, L., Swartling, Å. G., & Persson, Å. (2019). Advancing sustainable consumption at the local government level: A literature review. *Journal of Cleaner Production*, 231, 1450–1462. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.176>

- [24] Dăncică, E.-D. (2017) *Probleme metodologice și aplicative privind utilizarea corelației și a regresiei în analiza legăturilor dintre variabilele socio-economice*. Editura Sitech, Craiova
- [25] De Houwer, J., Barnes-Holmes, D. & Moors, A. (2013) What is learning? On the nature and merits of a functional definition of learning. *Psychonomic Bulletin & Review*, 20, 631–642. doi: <https://doi.org/10.3758/s13423-013-0386-3>
- [26] De Martino, B., Camerer, C. F., & Adolphs, R. (2010). Amygdala damage eliminates monetary loss aversion. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107(8), 3788–3792. doi: <https://doi.org/10.1073/pnas.0910230107>
- [27] Demyen, S. (2022). From Fragility to Resilience - How Prepared Was the Romanian Business Environment to Face the COVID-19 Crisis? *Journal of Risk and Financial Management*, 15(2), 59. doi: <https://doi.org/10.3390/jrfm15020059>
- [28] Dencheva, V. (2023, Decembrie). Social media advertising and marketing worldwide - statistics & facts. [Resursă online] Preluată la data de 27 Iulie 2024 de pe Website-ul Statista. <https://www.statista.com/topics/1538/social-media-marketing/>
- [29] delveAI (2023) *Uncover Consumer Insights with Big Five Personality Traits*. Marketing Segmentation. [Resursă online] Preluată la data de 29.07.2024 de pe Website-ul delve.ai: <https://www.delve.ai/blog/consumer-personality-traits>
- [30] Deng, Z., & Liu, S. (2017). Understanding consumer health information-seeking behavior from the perspective of the risk perception attitude framework and social support in mobile social media websites. *International Journal of Medical Informatics*, 105, 98–109. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2017.05.014>
- [31] Di Nicola, A. (2022) Towards digital organized crime and digital sociology of organized crime. *Trends in Organized Crime*. doi: <https://doi.org/10.1007/s12117-022-09457-y>
- [32] Directiva 2005/29/CE (2005). *Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului*. Jurnalul Oficial al Uniunii Europene. Disponibilă la <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX:32005L0029>  
Accesată la data de 26.07.2024.
- [33] Dixon, W., & Wilson, D. (2012). *A History of Homo Economicus. The Nature of the Moral in Economic Theory* (prima ediție). Routledge.

- [34] Dong, J. Q., & Wu, W. (2015). Business value of social media technologies: Evidence from online user innovation communities. *Journal of Strategic Information Systems*, 24(2), 113–127. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2015.04.003>
- [35] Dormehl, L. (2015, Iulie). *iPhone Users Have A ‘Blind Loyalty’ To The Apple Brand* [Resursă online]. Preluat la data de 24 Iulie 2024 de pe Website-ul Cult of Mac. [https://www.cultofmac.com/266366/iphone-users-blind-loyalty-apple-brand-report/?utm\\_content=cmp-true](https://www.cultofmac.com/266366/iphone-users-blind-loyalty-apple-brand-report/?utm_content=cmp-true)
- [36] Douglass, S. (2022, Septembrie) *System 1 and System 2: How Consumers Make Decisions*. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/system-1-2-how-consumers-make-decisions-stephanie-douglass/>
- [37] Drăgulănescu, N. (2022, August). Trei Decenii de Protecție Legală a Consumatorilor în România, Partea I. Preluat la data de 15 Iunie 2024 de pe Website-ul InfoCons: <https://infocons.ro/trei-decenii-de-protectie-legala-a-consumatorilor-in-romania>
- [38] Droga, D. & Shah, B. (2022, Septembrie). Keeping Up with Customers’ Increasingly Dynamic Needs. Preluat la data de 15 Iunie 2024 de pe Website-ul Harvard Business Review: <https://hbr.org/2022/09/keeping-up-with-customers-increasingly-dynamic-needs>
- [39] Dubovik, M. (2020). 8. From “Homo Economicus” to “Homo Digital”: Challenges and Prospects. În E. Popkova & M. Alpidovskaya (Ed.), *Human and Technological Progress Towards the Socio-Economic Paradigm of the Future* (pp. 71-78). Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg. doi: <https://doi.org/10.1515/9783110636147-008>
- [40] Duca, I.-A., Kenny, G. & Reuter, A. (2018) *Inflation expectations, consumption and the lower bound: micro evidence from a large euro area survey*. ECB Working Paper Series, No. 2196. European Central Bank.
- [41] Dumbravă, Ș.-G., Petre, A., Olteanu, C. & Samson, T. (2019) Compararea internațională a performanței macroeconomice. *Revista Română de Statistică*, 4.
- [42] Dunn, W.-E. (1999) *Unemployment Risk, Precautionary Saving, and Durable Goods Purchase Decisions*. Finance and Economics Discussion Series (FEDS).
- [43] Dynan, K. E., Krane, S. D., & Carroll, C. (1999). Unemployment Risk and Precautionary Wealth: Evidence from Households’ Balance Sheets. *Finance and Economics Discussion Series*, 15, 1–57. <https://doi.org/10.17016/feds.1999.15>
- [44] Dwayne Ball, A., & Tasaki, L. H. (1992). The Role and Measurement of Attachment in Consumer Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 1(2), 155–172. doi: [https://doi.org/10.1016/s1057-7408\(08\)80055-1](https://doi.org/10.1016/s1057-7408(08)80055-1)
- [45] Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., Dennehy, D., Metri, B., Buhalis, D., Cheung, C. M., Conboy, K.,

- Doyle, R., Dubey, R., Dutot, V., Felix, R., Goyal, D., Gustafsson, A., Hinsch, C., Jebabli, I., . . . Wamba, S. F. (2022a). Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 66, 102542. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102542>
- [46] Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Wang, Y., Alalwan, A., Ahn, S., Balakrishnan, J., Barta, S., Belk, R., Buhalis, D., Dutot, V., Felix, R., Filieri, R., Flavián, C., Gustafsson, A., Hinsch, C., Hollensen, S., Jain, V., Kim, J., Krishen, A., . . . Wirtz, J. (2022b). Metaverse marketing: How the metaverse will shape the future of consumer research and practice. *Psychology and Marketing*, 40(4), 750–776. doi: <https://doi.org/10.1002/mar.21767>
- [47] Eagly, A.H. and Chaiken, S. (1993) *The Psychology of Attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich, Fort Worth, TX.
- [48] Efeoğlu, E., & Çalışkan, Y. (2018). A Brief History of Homo Economicus From The Economics Discipline Perspectiv. Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University Journal of Social Science, 2(1), 28–36.
- [49] Einav, G. (2022). Media Reimagined: The Impact of COVID-19 on Digital Media Transformation. In: Einav, G. (eds) *Transitioning Media in a Post COVID World. The Economics of Information, Communication, and Entertainment*. Springer, Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-95330-0\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-030-95330-0_2)
- [50] Elkington, R. (2018). Leadership Decision-Making Leveraging Big Data in Vuca Contexts. *Journal of Leadership Studies*, 12(3), 66–70. doi: <https://doi.org/10.1002/jls.21599>
- [51] eMag (2024). Genius. Abonamentul tău la livrare gratuită și oferte exclusive. [Resursă online]. Preluată la data de 23 Iulie 2024 de la: <https://www.emag.ro/genius>
- [52] Enea, C. (2018). *Dreptul Protecției Consumatorului*. Suport Curs ID. Universitatea „Constantin Brâncuși” din Târgu Jiu. Preluat la data de 28 Iunie 2023 de la: <https://edu.utgjiu.ro/wp-content/uploads/2018/12/Enea-C.-Dreptul-protectiei-consumatorului.doc.pdf>
- [53] Engel, J.F., Kollat, D.T., Blackwell, R.D. (1968) *Consumer Behavior*. Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- [54] Esteban O.-O. (2019) *The rise of social media*. [Resursă online] Preluată de pe Website-ul: OurWorldInData.org: <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>
- [55] Ețco, C., Fornea, I., Davidescu, E., Tintiuc, T., Daniliuc, N., Cărăruș, M. (2007) *Psihologia Generală*. Suport de curs. Catedra Economie, Management și Psihopedagogie. Centrul Editorial-Poligrafic „Medicina. Preluat la data de 4 Iulie 2024 de la: <https://library.usmf.md/sites/default/files/2018-10/54.pdf>

- [56] Eurofound (2024). *Employment impact of digitalisation*. [Resursă online] Preluată la data de 08 august 2024 de pe Website-ul Eurofound: <https://www.eurofound.europa.eu/en/employment-impact-digitalisation>
- [92] Euronews. (2022, March 16). Czech unemployment is the lowest in Europe. That may not be a good thing. [Resursă online] Preluată la data de 08 august 2024 de pe Website-ul Euronews: <https://www.euronews.com/my-europe/2022/03/16/czech-unemployment-is-the-lowest-in-europe-that-may-not-be-a-good-thing>
- [57] European Commission, Directorate-General for Justice and Consumers, (2017). *Study for the Fitness Check of EU consumer and marketing law : final report. Part 1, main report*, Publications Office. Preluat la data de 27 Iulie 2024 de la: <https://op.europa.eu/s/zOnK>
- [58] European Commision (2024, Iunie). *Commission assesses countries' progress towards adopting the euro*. [Resursă online] Preluată la data de 08 august 2024 de la [https://commission.europa.eu/news/commission-assesses-countries-progress-towards-adopting-euro-2024-06-26\\_en](https://commission.europa.eu/news/commission-assesses-countries-progress-towards-adopting-euro-2024-06-26_en)
- [59] European Data Protection Board [EDPB]. (2022) Guidelines 3/2022 on Dark patterns in social media platform interfaces: How to recognise and avoid them. Adopted on 14 March 2022.
- [93] Eurostat (2022, Iunie). *Check out how expensive your country is*. [Resursă online] Preluată la data de 6 august 2024 de pe Website-ul Eurostat: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/wdn-20220623-1>
- [94] Eurostat (2024, Februarie). *Income of households by NUTS 2 regions*. [nama\_10r\_2hhinc] doi: [https://doi.org/10.2908/NAMA\\_10R\\_2HHINC](https://doi.org/10.2908/NAMA_10R_2HHINC)
- [95] Eurostat (2024, Iulie). *Purchasing power parities (PPPs), price level indices and real expenditures for ESA 2010 aggregates* [prc\_ppp\_ind]. doi: [https://doi.org/10.2908/PRC\\_PPP\\_IND](https://doi.org/10.2908/PRC_PPP_IND)
- [96] Eurostat (2024, Iulie). *HICP - annual data (average index and rate of change)* [prc\_hicp\_aind]. doi: [https://doi.org/10.2908/PRC\\_HICP\\_AIND](https://doi.org/10.2908/PRC_HICP_AIND)
- [60] Evans, J. St. B. T., & Stanovich K. E. (2013) Dual-Process Theories of Higher Cognition: Advancing the Debate. *Perspectives on Psychological Science*, 8(3), 223–241, doi: <https://doi.org/10.1177/17456916124606>
- [61] Evseeva, S., Evseeva, O., Rawat, P. (2022). Employee Development and Digitalization in BANI World. In Rodionov, D., Kudryavtseva, T., Skhvediani, A., Berawi, M.A. (eds) *Innovations in Digital Economy* (pp. 253–264). SPBPU IDE 2021. Communications in Computer and Information Science, vol 1619. Springer, Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-031-14985-6\\_18](https://doi.org/10.1007/978-3-031-14985-6_18)

- [62] Fagerstrøm, A., Richartz, P., Arntzen, E., & Sigurdsson, V. (2021). An Explorative Study on Heuristic Effects of Healthy Food Labels in an Online Shopping Situation. *Procedia Computer Science*, 181, 709–715. doi: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.01.222>
- [63] Fairlie, M. (2024, Iunie). User-Generated Content: More Than Customer Reviews. Preluat la data de 19 Iulie 2024 de pe Website-ul business.com. <https://www.business.com/articles/user-generated-content/>
- [97] Fang, W., Cao, Y., Chen, Y., Zhang, H., Ni, R., Hu, W., & Pan, G. (2023). Associations of family income and healthy lifestyle with all-cause mortality. *Journal of global health*, 13, 04150. <https://doi.org/10.7189/jogh.13.04150>
- [64] Faull, J. (2013, Aprilie). *Are you a Ranter, a Peacock or a Lurker? New research finds there are 12 social media personalities.* [Resursă online] Preluată la data de 4 august 2024 de pe Website-ul The Drum. [https://www.thedrum.com/news/2013/04/14/are-you-ranter-peacock-or-lurker-new-research-finds-there-are-12-social-media?utm\\_source=Interspire&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=The+Drum+Daily+Newsletter+-+15th+April+2013](https://www.thedrum.com/news/2013/04/14/are-you-ranter-peacock-or-lurker-new-research-finds-there-are-12-social-media?utm_source=Interspire&utm_medium=email&utm_campaign=The+Drum+Daily+Newsletter+-+15th+April+2013)
- [65] Feber, D., Granskog, A., Lingqvist, O., & Nordigården, D. (2020, Octombrie). Sustainability in packaging: Inside the minds of US consumers. *McKinsey & Company*. Preluată la data de 28 Iulie 2024 de la: <https://www.mckinsey.com/industries/packaging-and-paper/our-insights/sustainability-in-packaging-inside-the-minds-of-us-consumers>
- [66] Fishbein, M. (1979). A theory of reasoned action: Some applications and implications. *Nebraska Symposium on Motivation*, 27, 65–116.
- [67] Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2014). Embracing digital technology: A new strategic imperative. *MIT Sloan Management Review*, 55(2), 1.
- [68] Fjelland, R. (2020). Why general artificial intelligence will not be realized. *Humanities & Social Sciences Communications*, 7(10). doi: <https://doi.org/10.1057/s41599-020-0494-4>
- [69] Florack, A., Egger, M., & Hübner, R. (2020). When products compete for consumers attention: How selective attention affects preferences. *Journal of Business Research*, 111, 117–127. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.05.009>
- [70] Freud, S. (1923). The Ego and the Id. În Strachey, J. (ed.) *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud: Vol. XIX (1923-1925): The Ego and the Id and Other Works.* University of Pennsylvania. [https://www.sas.upenn.edu/~cavitch/pdf-library/Freud\\_SE\\_Ego\\_Id\\_complete.pdf](https://www.sas.upenn.edu/~cavitch/pdf-library/Freud_SE_Ego_Id_complete.pdf)
- [71] Freedman, M. (2023, Octombrie). *How Businesses Are Collecting Data (And What They're Doing With It).* [Resursă online]. Preluat la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul Business News Daily: <https://www.businessnewsdaily.com/10625-businesses-collecting-data.html>

- [72] Friedman, V. J., Wright, C. J. C., Molenaar, A., McCaffrey, T., Brennan, L., & Lim, M. S. C. (2022). The Use of Social Media as a Persuasive Platform to Facilitate Nutrition and Health Behavior Change in Young Adults: Web-Based Conversation Study. *Journal of Medical Internet Research*, 24(5), e28063. doi: <https://doi.org/10.2196/28063>
- [73] Folkvord, F., Bergmans, N., & Pabian, S. (2021). The effect of the NutriScore label on consumer's attitudes, taste perception and purchase intention: An experimental pilot study. *Food Quality and Preference*, 94, 104303. doi: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104303>
- [74] Fortinet (2023a) *DoS Attack vs. DDoS Attack. Learn how DoS attacks and DDoS attacks differ and how to protect against them.* [Resursă online]. Preluat la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul Fortinet: <https://www.fortinet.com/resources/cyberglossary/dos-vs-ddos>
- [75] Fortinet (2023b) *Man-in-the-Middle Attack: Types and Examples. Discover how MITM attacks work, get examples, and how to protect against them..* [Resursă online]. Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul Fortinet: <https://www.fortinet.com/resources/cyberglossary/man-in-the-middle-attack>
- [98] Foster, E. (2020). Use of Healthy Life Expectancy to Estimate Future Provision of Household and Personal Use Services. *Journal of Forensic Economics*, 29(1), 101–112. <https://www.jstor.org/stable/27216698>
- [1] Gagea, M. (2004) *Identificarea transformărilor necesare staționarizării unei serii de timp.* Analele Științifice ale Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași.
- [2] Gallo, M. (2019) *The Effect of the Online Experience on Household Consumption Expenditure in the European Union.* Pforzheimer Honors College.
- [76] Gao, S., Liu, Y., Kang, Y., Zhang, F. (2021). User-Generated Content: A Promising Data Source for Urban Informatics. În: Shi, W., Goodchild, M.F., Batty, M., Kwan, M.P., Zhang, A. (eds) *Urban Informatics. The Urban Book Series.* Springer, Singapore. doi: [https://doi.org/10.1007/978-981-15-8983-6\\_28](https://doi.org/10.1007/978-981-15-8983-6_28)
- [77] Gerardin, G. (2022, Iulie). Sustainability: 90% of Europeans and 91% of the French consider sustainability to be a priority purchase criterion in 2022 - Oney (Page 1). [Resursă online]. Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul Oney: <https://www.oney.com/en/sustainability-90-of-europeans-and-91-of-the-french-consider-sustainability-to-be-a-priority-purchase-criterion-in-2022/>
- [78] Gherghina, Ş. C., Armeanu, D. Ş., & Joldeş, C. C. (2021). COVID-19 Pandemic and Romanian Stock Market Volatility: A GARCH Approach. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(8), 341. doi: <https://doi.org/10.3390/jrfm14080341>

- [79] Gheorghiu, A. (2024, Iulie). *Condiționarea operantă*. [Resursă online]. Preluat la data de 22 Iulie 2024 de pe Website-ul personal al psihologului Alex Gheorghiu: <https://alexgheorghiu.ro/conditionarea-operanta/>
- [99] Ghizdeanu, I. (2017) *Sistemul de prețuri din conturile naționale*. RFPC nr. 9/2017. Preluat la data de 6 August 2024 de la: [https://mfinante.gov.ro/documents/35673/250949/articol\\_nr9\\_septembrie\\_ion-ghizdeanu.pdf](https://mfinante.gov.ro/documents/35673/250949/articol_nr9_septembrie_ion-ghizdeanu.pdf)
- [80] Ghobakhloo, M., Iranmanesh, M., Mubarak, M. F., Mubarik, M., Rejeb, A., & Nilashi, M. (2022). Identifying industry 5.0 contributions to sustainable development: A strategy roadmap for delivering sustainability values. *Sustainable Production and Consumption*, 33, 716–737. doi: <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.08.003>
- [81] Gilson, A., Safranek, C. W., Huang, T., Socrates, V., Chi, L., Taylor, R. A., & Chartash, D. (2023). How Does ChatGPT Perform on the United States Medical Licensing Examination? The Implications of Large Language Models for Medical Education and Knowledge Assessment. *JMIR Medical Education*, 9, e45312. doi: <https://doi.org/10.2196/45312>
- [82] Girke, F. (2011). ‘[...] who we are, what we want, and how we go about getting what we believe we need [...]’ [Comentariul lui Girke adus în cadrul Graeber, D. (2011). Consumption. *Current Anthropology*, 52(4), 489–511. <https://doi.org/10.1086/660166>]
- [100] Gitter, R.-J., Scheuer, M. (1998) Low unemployment in the Czech Republic: ‘miracle’ or ‘mirage’?. *Monthly Labor Review*. 31-37.
- [83] Glisky, E. L. (2011). Memory. În Kreutzer, J.S., DeLuca, J., Caplan, B. (eds) *Encyclopedia of Clinical Neuropsychology*. Springer, New York, NY. doi: [https://doi.org/10.1007/978-0-387-79948-3\\_1134](https://doi.org/10.1007/978-0-387-79948-3_1134)
- [84] Goldstein, N. J., & Cialdini, R. B. (2009). Normative influences on consumption and conservation behaviors. În M. Wänke (Ed.), *Social psychology of consumer behavior* (pp. 273–296). Psychology Press.
- [85] Gonzalez, A. (2024, Martie). *Market volatility tops concerns for SMEs: Novuna Leasing Life* [Blog Post]. Preluat la data de 10 Iunie 2024 de pe Webiste-ul LeasingLife: <https://www.leasinglife.com/news/market-volatility-tops-concerns-for-smes-novuna/?cf-view>
- [86] Gopinath, G. (2020, Aprilie). *The Great Lockdown: Worst Economic Downturn Since the Great Depression* [Blog Post]. Preluat la data de 17 Iunie 2024 de pe Webiste-ul Fondului Monetar Internațional (FMI). <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2020/04/14/blog-weo-the-great-lockdown-worst-economic-downturn-since-the-great-depression>
- [87] Gottesman, A. (2013). Oikonomos. În: Bagnall, R. S., Brodersen, K., Champion, C. B., Erskine, A. & Huebner, S. R. (Eds.), *The Encyclopedia of Ancient History* (prima

- ediție, pp. 4872–4873). Blackwell Publishing Ltd. doi: <https://doi.org/10.1002/9781444338386.wbeah06232>
- [88] Graeber, D. (2011). Consumption. *Current Anthropology*, 52(4), 489–511. doi: <https://doi.org/10.1086/660166>
- [89] Granero, R., Fernández-Aranda, F., Mestre-Bach, G., Steward, T., Baño, M., Del Pino-Gutiérrez, A., Moragas, L., Mallorquí-Bagué, N., Aymamí, N., Gómez-Peña, M., Tárrega, S., Menchón, J. M., & Jiménez-Murcia, S. (2016). Compulsive Buying Behavior: Clinical Comparison with Other Behavioral Addictions. *Frontiers in Psychology*, 7. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00914>
- [90] Greco, A. (2011). “Having One’s Own” and Distributive Justice in Plato’s ‘Republic.’ *History of Political Thought*, 32(2), 185–214. <https://www.jstor.org/stable/26225709>
- [91] Grijs, I. (2024, Martie). *Revamping Stimulus-Response Models: A Transition to Stimulus-Organism-Response Frameworks*. [Resursă online]. Preluat la data de 22 Iulie 2024 de pe Website-ul Medium. <https://medium.com/@ingvargrijs/revamping-stimulus-response-models-a-transition-to-stimulus-organism-response-frameworks-599ce8dd1833>
- [92] Griskevicius, V., & Kenrick, D. T. (2013). Fundamental motives: How evolutionary needs influence consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 23(3), 372–386. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2013.03.003>
- [93] Grosu, V. (2009). Segmentarea pieței internaționale: premisă pentru adoptarea deciziilor de marketing. *Revista Journal Economica*, 5(69)
- [94] Gruzd, A., & Haythornthwaite, C. (2013). Enabling community through social media. *Journal of medical Internet research*, 15(10), e248. doi: <https://doi.org/10.2196/jmir.2796>
- [95] Guenette, J. D., Kenworthy, P. G., & Wheeler, C. M. (2022). *Implications of the War in Ukraine for the Global Economy*. EFI Policy Note;3. © Washington, DC: World Bank. <http://hdl.handle.net/10986/37372> License: CC BY 3.0 IGO.
- [96] González, E. M., Esteva, E., Roggeveen, A. L., & Grewal, D. (2016). Amount off versus percentage off - when does it matter? *Journal of Business Research*, 69(3), 1022–1027. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.08.014>
- [97] Haddok, G. & Maio, G. R. (2008) Attitudes: content, structure and functions. In Hewstone, M., Stroebe, W., & Jonas, K. (Eds.). *Introduction to social psychology: a European perspective* (a patra ediție, pp. 112-133). Blackwell Publishing.
- [101] Hair, JF, Hult, GTM, Ringle, CM și Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3 ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

- [98] Haleem, A., Javaid, M., Qadri, M. A., & Suman, R. (2022). Understanding the role of digital technologies in education: A review. *Sustainable Operations and Computers*, 3, 275–285. doi: <https://doi.org/10.1016/j.susoc.2022.05.004>
- [99] Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2015). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047–2059. doi: <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
- [100] Hansen, K. B., & Presskorn-Thygesen, T. (2022). On some antecedents of behavioural economics. *History of the Human Sciences*, 35(3-4), 58-83. doi: <https://doi.org/10.1177/09526951211000950>
- [101] Har, L. L., Rashid, U. K., Chuan, L. T., Sen, S. C., & Xia, L. Y. (2022). Revolution of Retail Industry: From Perspective of Retail 1.0 to 4.0. *Procedia Computer Science*, 200, 1615–1625. doi: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.01.362>
- [102] Harris, N., Ciorciari, N., & Gountas, N. (2019). *Consumer Neuroscience and Digital/Social Media Health/Social Cause Advertisement Effectiveness. Behavioral Sciences*, 9(4), 42. doi: <https://doi.org/10.3390/bs9040042>
- [103] Haskamp, T., Dremel, C., Marx, C. & Uebenickel, F. (2021) Understanding Inertia in Digital Transformation: A Literature Review and Multilevel Research Framework. *ICIS 2021 Proceedings*, 5. Preluat la data de 17 Iulie 2024 de pe AIS eLibrary: [https://aisel.aisnet.org/icis2021/dig\\_innov/dig\\_innov/5](https://aisel.aisnet.org/icis2021/dig_innov/dig_innov/5)
- [104] Hauke-Lopes, A., Ratajczak-Mrozek, M. & Wieczerzycki, M. (2023), Value co-creation and co-destruction in the digital transformation of highly traditional companies. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 38(6), 1316-1331. doi: <https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2021-0474>
- [105] Hayes, A. (2024a, Mai). *YouTube Stats: Everything You Need to Know In 2024!* [Resursă online] Preluată la data de 3 august 2024 de pe Website-ul Wyzowl: <https://www.wyzowl.com/youtube-stats/>
- [106] Hayes, A. (2024b, Mai). What Is the Life-Cycle Hypothesis in Economics? Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/l/life-cycle-hypothesis.asp>
- [107] Heckhausen, J., Heckhausen, H. (2018). Motivation and Action: Introduction and Overview. În: Heckhausen, J., Heckhausen, H. (eds) *Motivation and Action*. (ediția a III-a) Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-65094-4\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-65094-4_1)
- [108] Henrich, J., Heine, S. J., & Norenzayan, A. (2010). The weirdest people in the world? *The Behavioral and brain sciences*, 33(2-3), 61–135. doi: <https://doi.org/10.1017/S0140525X0999152X>
- [102] Hentschel, J., & Lanjouw, P. (2000). Household welfare measurement and the pricing of basic services. Wiley Online Library. doi: [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1328\(200001\)12:1](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1328(200001)12:1)

- [109] Herre, B., Samborska, V., Ritchie, H., Hasell, J., & Roser, M. (2023). Terrorism. [Resursă online] Preluat la data de 03.07.2024 de pe Website-ul OurWorldInData.org.: <https://ourworldindata.org/terrorism>
- [110] HG 700/2012 (2012/2023). *Hotărârea nr. 700 din 11 Iulie 2012 privind Organizarea și Funcționarea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor* (forma consolidată). Monitorul Oficial al României nr. 491 din 18 Iulie 2012. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/139751>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [111] HG 864/2023 (2023). *Hotărârea nr. 864 din 14 Septembrie 2023 privind Organizarea și Funcționarea Ministerului Economiei, Antreprenoriatului și Turismului*. Monitorul Oficial al României, nr. 842 din 19 septembrie 2023. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/274561>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [112] Hidaka, B. H. (2012). Depression as a disease of modernity: Explanations for increasing prevalence. *Journal of Affective Disorders*, 140(3), 205–214. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jad.2011.12.036>
- [113] Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American Psychologist*, 52(12), 1280–1300. doi: <https://doi.org/10.1037/0003-066X.52.12.1280>
- [114] Hirschfeld, M. L. (2018). *Aquinas and the market: Toward a Humane Economy*. Harvard University Press.
- [115] Hoffman, S. & Akbar, P. (2023) *Consumer Behavior. Understanding Consumer-Designing Marketing Activities*. (prima ediție în limba Engleză) Springer Nature.
- [116] Hornsey, M. J., & Jetten, J. (2004). The Individual Within the Group: Balancing the Need to Belong with the Need to Be Different. *Personality and Social Psychology Review*, 8(3), 248–264. doi: [https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0803\\_2](https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0803_2)
- [117] Hotărârea 42/2021 (2021). *Hotărâre nr. 42 din 25 noiembrie 2021 pentru acordarea încrederii Guvernului*. Monitorul Oficial al României nr. 1122 din 25 noiembrie 2021. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/248707>. Accesată la data de 27.07.2024.
- [118] Hotărârea 22/2023 (2023). *Hotărâre nr. 22 din 15 iunie 2023 pentru acordarea încrederii Guvernului*. Monitorul Oficial al României nr. 533 din 15 iunie 2023. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/271278>. Accesată la data de 27.07.2024.
- [119] Hoyer, W. D., MacInnis, J. M., & Pieters, R. (2023). *Consumer Behavior* (ediția a VIII-a). Cengage.
- [120] Hubert, M. (2010). Does neuroeconomics give new impetus to economic and consumer research? *Journal of Economic Psychology*, 31(5), 812–817. doi: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2010.03.009>

- [121] Hyman, H. H. (1942). *The psychology of status*. Archives of Psychology (Columbia University), 269, 94.
- [122] Iftikhar, S. (2024). Cyberterrorism as a global threat: a review on repercussions and countermeasures. *PeerJ Computer Science*, 10, e1772. doi: <https://doi.org/10.7717/peerj-cs.1772>
- [123] Influencity (2024) *KOLs vs Influencers: What They Are & What Differentiates Them*. [Resursă Online] Preluat la data de 28.08.2024 de pe Website-ul Influencity: <https://influencity.com/resources/guide/what-are-kols-and-what-sets-them-apart-from-influencers>
- [124] INKI (2024) Echipamente de birou as a service. [Resursă Online] Preluat la data de 28.08.2024 de pe Website-ul INKI: <https://shop.inki.tech/?language=ro>
- [125] Institutul European din România (2005). Politica Privind Protecția Consumatorilor. Seria Micromonografii - Politici Europene. [Resursă Online] Preluat la data de 15.06.2024 de pe Website-ul Institutului European din România [http://ier.gov.ro/wp-content/uploads/publicatii/Protectia\\_consumatorilor.pdf](http://ier.gov.ro/wp-content/uploads/publicatii/Protectia_consumatorilor.pdf)
- [103] International Labour Organization [ILO] (2024). *SDG indicator 8.5.2 - Unemployment rate (%)* SDG Labour Market Indicators (ILOSDG). Preluat la data de 7 August 2024 de la: <https://ilostat.ilo.org/topics/sdg/>
- [1] International Telecommunication Union [ITU] (2024a). *Fixed-broadband subscriptions* ITU DataHub. Preluat la data de 7 August 2024 de la: <https://datahub.itu.int/data/?c=701&i=19303>
- [104] International Telecommunication Union [ITU] (2024b). *Individuals using the Internet*. ITU DataHub. Preluat la data de 7 August 2024 de la: <https://datahub.itu.int/data/?i=11624&e=TCD&c=>
- [105] International Telecommunication Union [ITU] (2024c). *Mobile-cellular subscriptions*. ITU DataHub. Preluat la data de 7 August 2024 de la: <https://datahub.itu.int/data/?i=178>
- [126] IT Governance (2024) *Global Data Breaches and Cyber Attacks in 2024* [Resursă online]. Preluat la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul IT Governance UK Blog.: <https://www.itgovernance.co.uk/blog/global-data-breaches-and-cyber-attacks-in-2024>
- [127] Izard C. E. (2009). Emotion theory and research: highlights, unanswered questions, and emerging issues. *Annual review of psychology*, 60, 1–25. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.60.110707.163539>
- [128] Jacoby, J. (1976). *Consumer Psychology: An Octennium*. În Mussen, P. & Rosenzweig, M. (Eds.), *Annual Review of Psychology*, 27(331–358), Palo Alto, Calif Annual Reviews. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.27.020176.001555>

- [129] Jager, W., Janssen, M. A., De Vries, H. J. M., De Greef, J., & Vlek, C. A. J. (2000). Behaviour in commons dilemmas: Homo economicus and Homo psychologicus in an ecological-economic model. *Ecological Economics*, 35(3), 357–379. doi: [https://doi.org/10.1016/s0921-8009\(00\)00220-2](https://doi.org/10.1016/s0921-8009(00)00220-2)
- [130] Jain, V.K., Gupta, A. & Verma, H. (2023) Goodbye materialism: exploring antecedents of minimalism and its impact on millennials well-being. *Environment, Development and Sustainability*. doi: <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03437-0>
- [131] Jackson, T. (2014). Sustainable consumption. În Atkinson, G., Dietz, S., Neumayer, E. & Agarwala, M. (Eds.) *Handbook of Sustainable Development* (a două ediție, pp. 279-290). Edward Elgar Publishing.
- [132] James, W. (1890). *The principles of psychology*, Vol. 1. Henry Holt and Co. doi: <https://doi.org/10.1037/10538-000>
- [133] James, J. (2000). Do Consumers in Developing Countries Gain or Lose from Globalization? În *Consumption, Globalization and Development* (pp. 85–102). Palgrave Macmillan, London. doi: [https://doi.org/10.1057/9780230510951\\_5](https://doi.org/10.1057/9780230510951_5)
- [134] Järvi, H., Kähkönen, A.-K. and Torvinen, H. (2018), When value co-creation fails: reasons that lead to value co-destruction, *Scandinavian Journal of Management*, 34(1), 63-77. doi: <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2018.01.002>
- [135] Javornik, A., Marder, B., Barhorst, J. B., McLean, G., Rogers, Y., Marshall, P., & Warlop, L. (2022). ‘What lies behind the filter?’ Uncovering the motivations for using augmented reality (AR) face filters on social media and their effect on well-being. *Computers in Human Behavior*, 128, 107126. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107126>
- [136] Jenkins, J. P. (2024, Iunie). *Terrorism* [Resursă online]. În *Encyclopedia Britannica*. Preluat la data de 01.07.2024 de pe Website-ul Encyclopedia Britannica: <https://www.britannica.com/topic/terrorism>
- [137] Jevons, W. S. (1866) Brief Account of a General Mathematical Theory of Political Economy. *Journal of the Statistical Society of London*. 29(2), p. 282–287
- [138] Jin, B. E., & Shin, D. C. (2020). Changing the game to compete: Innovations in the fashion retail industry from the disruptive business model. *Business Horizons*, 63(3), 301–311. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.01.004>
- [139] Johansen, B. (2009). Leaders Make the Future: Ten New Leadership Skills for an Uncertain World. Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- [140] Johnson, E. J., Hershey, J., Meszaros, J., & Kunreuther, H. (1993). Framing, probability distortions, and insurance decisions. *Journal of Risk and Uncertainty*, 7(1), 35–51. doi: <https://doi.org/10.1007/bf01065313>

- [141] Johnson, A. R., & Stewart, D. W. (2005). A Reappraisal of the Role of Emotion in Consumer Behavior. *Review of Marketing Research*, 3–34. doi: [https://doi.org/10.1108/s1548-6435\(2004\)0000001005](https://doi.org/10.1108/s1548-6435(2004)0000001005)
- [142] Josan, A., & Voicu (Covaci), C. (2013). Ortodoxia economică neoclasică și necesitatea unei noi paradigmăe economice postcriză. *Economie Teoretică și Aplicată*, 20(5), 585. Preluat la data de 01.07.2024 de pe [https://store.ectap.ro/articole/891\\_ro.pdf](https://store.ectap.ro/articole/891_ro.pdf)
- [143] J.P.Morgan Institute (2019) Chapter 6 - How do consumers respond to real income shocks? În Haughwout, A. și Mandel, B. (eds) *Handbook of US Consumer Economics*. doi: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-813524-2.00006-8>
- [144] J.P. Morgan Institute (2022) Opportunities in the metaverse. How businesses can explore the metaverse and navigate the hype vs. reality. Onyx by J.P. Morgan. [Resursă online] Preluată la data de 28.07.2024 de pe Website-ul J.P. Morgan: <https://www.jpmorgan.com/content/dam/jpm/treasury-services/documents/opportunities-in-the-metaverse.pdf>
- [145] Jude, C.-R., Ulmet, L.-A., Răpan, I. (2021). Sustainable Economic Considerations on the Large-Scale Implementation of AgriMaps and other Satellite Mapping Technology in Agriculture. În *Crisis after the Crisis: Economic Development in the New Normal 2021 International Conference of Economic Scientific Research - Theoretical, Empirical and Practical Approaches (ESPERA)*, 9-10 Decembrie 2021, București, România
- [146] Jude, C.-R., (2024). The Road Towards Sustainability: Transforming Consumption Patterns with Artificial Intelligence. *International Journal of Academic Research in Economics and Management and Sciences*, 13(2), 466–486. doi: <https://doi.org/10.6007/IJAREMS/v13-i2/21805>
- [147] Jude, C-R. & Răpan, I., (2024). How do (AI) Chatbots Shape Consumer Behavior Throughout the Entire Customer Journey? A Systematic Literature Review. În: Pamfilie, R., Dinu, V., Vasiliu, C., Pleșea, D., Tăchiciu, L. (eds.) Proceedings of the 10th BASIQ International Conference on New Trends in Sustainable Business and Consumption. Almeria, Spania, 6-8 Iunie 2024. Editura ASE, București. pp. 573-578
- [148] Jula, D. (2015) Metode și tehnici performante de testare a ipotezelor în economie. În *Cercetarea – Protocole și Creativitate în Cunoaștere*. Secțiunea economică.
- [149] Jula, D. (2021) *Econometria Datelor de Tip Panel*. [Suport de Curs]
- [106] Kagan, J. (2024, Iulie). *Permanent Income Hypothesis: Definition, How It Works, and Impact*. Investopedia. [Resursă online] Preluată la data de 6 august 2024 de pe <https://www.investopedia.com/terms/p/permanent-income-hypothesis.asp>
- [150] Kalyvaki, M., McIntosh, H., & Nash, K. (2023). Virtual selfhood and consumer behavior: Exploring avatar attachment and consumption patterns in Second Life's

- metaverse. *Computers in Human Behavior Artificial Humans*, 1(2), 100016. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chbah.2023.100016>
- [151] Khade, A. A. (2016). Performing Customer Behavior Analysis using Big Data Analytics. *Procedia Computer Science*, 79, 986–992. doi: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.03.125>
- [152] Kahneman, D. (1973). *Attention and effort*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- [153] Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. *Econometrica*. 47(2): 263–291. doi: <https://doi.org/10.2307/1914185>.
- [154] Kahneman, D., Slovic. P. & Tversky, A. (1982) *Judgement under uncertainty: Herustics and biases*. Cambridge University Press
- [155] Kahneman, D. (2003) A Perspective on Judgment and Choice. Mapping Bounded Rationality. *American Psychologist*, 58(9). doi: <https://doi.org/10.1037/0003-066X.58.9.697>
- [156] Kahneman, D. (2015). *Gândire rapidă, gândire lentă*. Editura Publica.
- [157] Kaplan, A.M. and Haenlein, M. (2010) Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- [158] Karande, K., & Gopinath, M. (2019). Protecting brands from product failure using extended warranties. *Journal of Product & Brand Management*, 28(7), 787-799 doi: <https://doi.org/10.1108/JPBPM-09-2018-2019>
- [159] Katona, G. (1950). *Psychological Analysis of Economic Behavior*. McGraw-Hill Book Company, Inc.
- [160] Katona, G. (1960). *The Powerful Consumer. Psychological Studies of the American Economy*. McGraw-Hill Book Company, Inc.
- [161] Kaur, J., Mogaji, E., Paliwal, M., Jha, S., Agarwal, S., & Mogaji, S. A. (2023). Consumer behavior in the metaverse. *Journal of Consumer Behaviour*. doi: <https://doi.org/10.1002/cb.2298>
- [162] Kemp, S. (2024a, Aprilie). *Digital 2024 April Global Statshot Report* [Resursă online]. Preluat la data de 01.07.2024 de pe Website-ul DataReportal – Global Digital Insights: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-april-global-statshot>
- [163] Kemp, S. (2024b, Iulie). *Global Social Media Statistics* [Resursă online]. Preluat la data de 01.08.2024 de pe Website-ul DataReportal – Global Social Media Statistics: <https://datareportal.com/social-media-users>
- [164] Kennedy, J.F, (1962) *Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest*. [Resursă online] Peters, G. & Woolley, J.T. (eds) Preluat la data de 15.07.2024 de pe Website-ul The American Presidency Project:

<https://www.presidency.ucsb.edu/documents/special-message-the-congress-protecting-the-consumer-interest>

- [165] Keynes, J. M. (2018/1936). *The General Theory of Employment, Interest, and Money*. Palgrave Macmillan Cham. doi: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-70344-2>
- [166] Khan, M. (2006) *Consumer Behaviour and Advertising Management*. New Age International Publishers.
- [167] Khan, M. N., Fifield, S. G. M., & Power, D. M. (2024). The impact of the COVID 19 pandemic on stock market volatility: evidence from a selection of developed and emerging stock markets. *SN Business & Economics*, 4(6). doi: <https://doi.org/10.1007/s43546-024-00659-w>
- [168] Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- [169] Kim, J., Kim, J. H., Kim, C., & Park, J. (2023). Decisions with ChatGPT: Reexamining choice overload in ChatGPT recommendations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103494. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103494>
- [170] Kirti, N., & Kumar, V. (2021). Understanding Institutions and Revisiting the Theories of Institutional Change. In Faghih, N., Samadi, A.H. (eds) *Dynamics of Institutional Change in Emerging Market Economies. Contributions to Economics*. (pp. 133–142). doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-61342-6\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-030-61342-6_5)
- [171] Klerck, D., & Sweeney, J. C. (2007). The effect of knowledge types on consumer-perceived risk and adoption of genetically modified foods. *Psychology & Marketing*, 24(2), 171–193. doi: <https://doi.org/10.1002/mar.20157>
- [172] Kowalewicz, R. (2022, Aprilie). *How Social Media Impacts Consumer Buying*. [Resursă online] Preluată la data de 4 august 2024 de pe Website-ul Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2022/04/28/how-social-media-impacts-consumer-buying/>
- [173] Komlos, J. (2019). Principiile economiei într-o lume postcriză. Editura Centrului de Informare și Documentare Economică.
- [174] Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wang, V. (1999/1996). *Principles of Marketing*: Second European Edition (ediția a II-a). Prentice Hall Europe.
- [175] Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo. *International Journal of Information Management*, 63, 102466. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102466>
- [107] Kraatz, S. (2015) *Youth Unemployment in Greece: Situation before the Government Change*. Economy and Scientific Policy, European Parliament [Resursă online]

Preluată la data de 6 august 2024 de pe  
[https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL\\_BRI\(2015\)542220](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_BRI(2015)542220)

- [176] Krishna, A. (2013) Customer Sense. How the 5 Senses Influence Buying Behavior. (prima ediție). Palgrave Macmillan New York. doi: <https://doi.org/10.1057/9781137346056>
- [177] Kwass, M. (2022). *The Consumer Revolution, 1650–1800*. Cambridge University Press. doi: <https://doi.org/10.1017/9780511979255>
- [178] Kye, B., Han, N., Kim, E., Park, Y., & Jo, S. (2021). Educational applications of metaverse: possibilities and limitations. *Journal of Educational Evaluation for Health Professions*, 18, 32. doi: <https://doi.org/10.3352/jeehp.2021.18.32>
- [108] Laborda, J., & Suárez, C. (2024). Heterogeneity in household consumption behavior: The role of inequality and financial instability. *Journal of Evolutionary Economics*. <https://doi.org/10.1007/s00191-024-00853-x>
- [179] Langi, K. (2013). The Influence of Brand Recognition, Brand Recall, and Top of Mind to Consumer Buying Decision. *Jurnal EMBA* 1(4), 1591 – 1597
- [180] Lavoie, M. (2024) Post Keynesian consumer theory: Potential synergies with consumer research and economic psychology. *Journal of Economic Psychology*, 25, 639-649. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jeop.2003.02.001>
- [181] Lăcrița, N. G. (2022). Laissez-faire. *Revista Univers Strategic*, 13(50), 99–101.
- [182] Lawrence, K. (2013). Developing Leaders in a VUCA Environment. [Resursă online] Preluată la data de 01.07.2024 de pe Website-ul UNC Executive Development al UNC Kenan-Flagler Business School: <https://go.kenan-flagler.unc.edu/VUCA-White-Paper>
- [183] Leach, M., MacGregor, H., Scoones, I., & Wilkinson, A. (2021). Post-pandemic transformations: How and why COVID-19 requires us to rethink development. *World Development*, 138, doi. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.105233>
- [184] Lee, K., Choi, J., & Li, Y. J. (2014). Regulatory focus as a predictor of attitudes toward partitioned and combined pricing. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 355–362. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2014.01.001>
- [185] Lee, M.S.W., Fernandez, K.V., Hyman, M.R. (2009) Anti-consumption: An overview and research agenda. *Journal of Business Research*, 62(2). doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.01.021>
- [186] Lee, M. S. (2022). Anti-consumption research: A foundational and contemporary overview. *Current Opinion in Psychology*, 45. doi: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101319>

- [187] Legea 21/1996 (1996/2016). *Legea nr. 21 din 10 aprilie 1996* (forma consolidată, republicată). Monitorul oficial al României nr. 153 din 29 februarie 2016. Disponibilă la <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/267867> Accesată la data de 28.07.2024
- [188] Legea 365/2002 (2002/2006). *Legea nr. 265 din 7 Iunie 2002 privind comerțul electronic* (forma consolidată, republicată). Monitorul Oficial al României nr. 959 din 29 noiembrie 2006. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/37075>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [189] Legea 449/2003 (2003/2008). *Legea nr. 449 din 12 Noiembrie 2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora.* (forma consolidată, republicată). Monitorul Oficial al României nr. 347 din 6 mai 2008. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/209226>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [190] Legea 102/2005 (2005/2018). *Legea nr. 102 din 3 mai 2005 privind înființarea, organizarea și funcționarea Autorității Naționale de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal.* Monitorul Oficial al României nr. 947 din 9 noiembrie 2018. Disponibilă la <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/61409> Accesată la data de 28.07.2024.
- [191] Legea 258/2017 (2017). *Legea nr. 258/2017 privind comparabilitatea comisioanelor aferente conturilor de plăți, schimbarea conturilor de plăți și accesul la conturile de plăți cu servicii de bază.* Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 1032 din 28 decembrie 2017. Disponibilă la <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/196233>. Accesată la data de 27 Iulie 2024.
- [192] Legea 363/2018 (2019) *Legea nr. 363 din 28 Decembrie 2018 privind protecția persoanelor fizice referitor la prelucrarea datelor cu caracter personal de către autoritățile competente în scopul prevenirii, descoperirii, cercetării, urmăririi penale și combaterii infracțiunilor sau al executării pedepselor, măsurilor educative și de siguranță, precum și privind libera circulație a acestor date.* Monitorul Oficial al României nr. 13 din 7 Ianuarie 2019. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/209627>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [193] Leng, J., Sha, W., Wang, B., Zheng, P., Zhuang, C., Liu, Q., Wuest, T., Mourtzis, D., & Wang, L. (2022). Industry 5.0: Prospect and retrospect. *Journal of Manufacturing Systems*, 65, 279–295. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jmsy.2022.09.017>
- [194] Levy, S. J. (1959). Symbols for Sales. *Harvard Business Review*, 37(4), 117-124.
- [195] Lewin, K. (1936). Principles of topological psychology. (Trans.. Heider F. & Heider, G. M.). McGraw-Hill. doi: <https://doi.org/10.1037/10019-000>

- [196] Li, C. (2016). Why do online consumers experience information overload? An extension of communication theory. *Journal of Information Science*, 43(6), 835–851. doi: <https://doi.org/10.1177/0165551516670096>
- [197] Li, F., Nucciarelli, A., Roden, S., & Graham, G. (2016). How smart cities transform operations models: a new research agenda for operations management in the digital economy. *Production Planning & Control*, 27(6), 514–528. <https://doi.org/10.1080/09537287.2016.1147096>
- [198] Liere-Netheler, K., Packmohr, S., and Vogelsang, K. (2018). Drivers of digital transformation in manufacturing, *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 3926 – 3935)
- [199] Linardatos, P., Papastefanopoulos, V., & Kotsiantis, S. (2020). Explainable AI: A Review of Machine Learning Interpretability Methods. *Entropy*, 23(1), 18. <https://doi.org/10.3390/e23010018>
- [200] Lopes, A. I., Dens, N., De Pelsmacker, P., & Malthouse, E. C. (2023). Managerial response strategies to eWOM: A framework and research agenda for webcare. *Tourism Management*, 98, 104739. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104739>
- [201] López Yepes, J. (1998). Hombre y documento: del homo sapiens al homo documentator. *Sciré: Representación Y Organización Del Conocimiento*, 4(2), 11–22. doi : <https://doi.org/10.54886/scire.v4i2.1094>
- [202] Lounder, H. (2021) You're Not as Sustainable as You Think: How Corporations Use Sustainability to Promote Consumption and Create the Illusion of Climate Action. BIOL 411 Global Change Biology - Winter 2021.
- [203] Lozada, M. (2001). Política en red y democracia virtual: la cuestión de lo público tituto. *Estudios Latinoamericanos Sobre Cultura Y Transformaciones Sociales En Tiempos De Globalización*, 2. Preluat la data de 01.07.2024 de la: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20100914034214/10lozada.pdf>
- [204] Lubomirsky, J. (2024, Mai). *Creating an Inclusive Shopping Experience: E-Commerce Accessibility for the Visually Impaired*. Preluat la data de 01.07.2024 de pe Website-ul Orcam: <https://www.orcam.com/en-us/blog/inclusive-shopping-experience-for-visually-impaired>
- [205] Luoma, J., & Martela, F. (2021). A dual-processing view of three cognitive strategies in strategic decision making: Intuition, analytic reasoning, and reframing. *Long Range Planning*, 54(3), 102065. doi: <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2020.102065>
- [206] Lutkevich, B. (2024, June 21). 19 of the best large language models in 2024. [Resursă online] Preluată la data de 22 Iulie 2024 de pe Website-ul TechTarget: <https://www.techtarget.com/whatis/feature/12-of-the-best-large-language-models>

- [207] MacInnis, D. J., & Folkes, V. S. (2010). The Disciplinary Status of Consumer Behavior: A Sociology of Science Perspective on Key Controversies. *Journal of Consumer Research*, 36(6), 899–914. doi: <https://doi.org/10.1086/644610>
- [208] MacKay, J. (2018, Octombrie). *Why you're not "addicted" to technology (and it's dangerous to say so): An interview with behavioral designer Nir Eyal*. [Resursă online] Preluat la data de 01.07.2024 de pe Website-ul RescueTime Blog. <https://blog.rescuetime.com/nir-eyal-digital-distraction/>
- [209] Maddikunta, P. K. R., Pham, Q., B, P., Deepa, N., Dev, K., Gadekallu, T. R., Ruby, R., & Liyanage, M. (2022). Industry 5.0: A survey on enabling technologies and potential applications. *Journal of Industrial Information Integration*, 26, 100257. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jii.2021.100257>
- [109] Madudova, E., & Corejova, T. (2023). *The Issue of Measuring Household Consumption Expenditure*. *Economies*, 12(1), 9. <https://doi.org/10.3390/economies12010009>
- [210] Mak, Y. (2023, Iulie). *What is cognition?* [Resursă online] Preluată la data de 22 Iulie 2024 de pe Website-ul Cambridge Cognition: <https://cambridgecognition.com/what-is-cognition/>
- [211] Makri, K., Schlegelmilch, B. B., Mai, R., & Dinhof, K. (2020). What we know about anticonsumption: An attempt to nail jelly to the wall. *Psychology and Marketing*, 37(2), 177–215. <https://doi.org/10.1002/mar.21319>
- [212] Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. doi: <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- [213] Marshall, A. (1885). *The Present Position of Economics*. London: Macmillan and Co.
- [214] Marshall, A. (2013/1890). *Principles of Economics*. Palgrave Macmillan London.
- [215] Martin, R. (2023, Septembrie) *parasocial interaction*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/science/parasocial-interaction>
- [216] Maslowska, E., Segijn, C. M., Vakeel, K. A., & Viswanathan, V. (2019). How consumers attend to online reviews: an eye-tracking and network analysis approach. *International Journal of Advertising*, 39(2), 282–306. doi:<https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1617651>
- [217] Matarazzo, M., Penco, L., Profumo, G., & Quaglia, R. (2021). Digital transformation and customer value creation in Made in Italy SMEs: A dynamic capabilities perspective. *Journal of Business Research*, 123, 642–656. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.033>
- [218] Matt, C., Hess, T., & Benlian, A. (2015). Digital Transformation Strategies. *Business & Information Systems Engineering*, 57(5), 339–343. doi: <https://doi.org/10.1007/s12599-015-0401-5>

- [219] Matt, C., Trenz, M., Cheung, C.M.K. & Turel, O. (2019) The digitization of the individual: conceptual foundations and opportunities for research. *Electron Markets* 29, 315–322. doi: <https://doi.org/10.1007/s12525-019-00348-9>
- [220] Matz, S. C., & Netzer, O. (2017). Using Big Data as a window into consumers' psychology. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 18, 7–12. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2017.05.009>
- [221] Maurer, R. (2023, Decembrie). *Human Error Cited as Top Cause of Data Breaches*. [Resursă online] Preluată la data de 22 Iulie 2024 de pe Website-ul SHRM. <https://www.shrm.org/topics-tools/news/risk-management/human-error-cited-top-cause-data-breaches>
- [222] Mayer-Schönberger, V. (2009). *Delete: The virtue of forgetting in the digital age*. Princeton University Press.
- [223] McClelland, D. C., Koestner, R., & Weinberger, J. (1989). How do self-attributed and implicit motives differ? *Psychological Review*, 96(4), 690–702. doi: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.96.4.690>
- [224] McEvoy, O. (2024, Iulie). Real GDP growth rates in Europe 2023. [Resursă online] Preluată la data de 01.07.2024 de pe Website-ul Statista: <https://www.statista.com/statistics/686147/gdp-growth-europe/>
- [225] McFadden, Daniel L. (2013) *The New Science of Pleasure*. NBER Working Papers 18687, National Bureau of Economic Research, Inc.
- [226] Mehreen, K., Faisal, Q., & Muhammad, S. (2018) The Role of Brand Recall, Brand Recognition and Price Consciousness in Understanding Actual Purchase. *Journal of Research in Social Sciences*, 6(2), 219 – 241. ISSN 2306-112X.
- [227] Meppelink, C. S., Smit, E. G., Fransen, M. L., & Diviani, N. (2019). “I was Right about Vaccination”: Confirmation Bias and Health Literacy in Online Health Information Seeking. *Journal of Health Communication*, 24(2), 129–140. doi: <https://doi.org/10.1080/10810730.2019.1583701>
- [228] Meshalkina, D. A., Kizlyk, M. N., Kysil, E. V., Collier, A. D., Echevarria, D. J., Abreu, M. S., Barcellos, L. J., Song, C., & Kalueff, A. V. (2017). Understanding zebrafish cognition. *Behavioural Processes*, 141, 229–241. doi: <https://doi.org/10.1016/j.beproc.2016.11.020>
- [229] Microsoft Security (2023). Ce este malware-ul? [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de la: <https://www.microsoft.com/ro-ro/security/business/security-101/what-is-malware>
- [110] Mihăilescu, N., Sgărdea, F.-M., Căpățână, C. (2020) Dinamica cheltuielilor guvernamentale pe un locuitor în funcție de dinamica produsului intern brut pe un locuitor (III). Analize comparative la nivelul a 7 state din Estul UE și pentru 27 de state. *Revista Română de Statistică*, 7.

- [1] Mikou, M., Vallet, A., & Guivarch, C. (2024). *Harmonized disposable income dataset for Europe at subnational level*. *Scientific Data*, 11(1). <https://doi.org/10.1038/s41597-024-03138-x>
- [230] Ministerul Sănătății. (2024, Februarie). *Atac cibernetic masiv de tip ransomware asupra serverelor de producție pe care rulează sistemul informatic HIS*. [Resursă online] Preluată la data de 24 Februarie 2024 de la: <https://ms.ro/ro/centrul-de-presa/atac-cibernetic-masiv-de-tip-ransomware-asupra-serverelor-de-produc%C8%9Bie-pe-care-ruleaz%C4%83-sistemul-informatic-his/>
- [231] Ministerul Justiției (2024). Rezultate căutare pentru „Textul contine ‘consumator vulnerabil’”. Preluat la data de 25 Iulie 2024 de pe Website-ul Portal Legislativ: <https://legislatie.just.ro/Public/RezultateCautare?text1=consumator%20vulnerabil>
- [232] Milana, M., Hodge, S., Holford, J., Waller, R., & Webb, S. (2021). A year of COVID-19 pandemic: exposing the fragility of education and digital in/equalities. *International Journal of Lifelong Education*, 40(2), 111–114. doi: <https://doi.org/10.1080/02601370.2021.1912946>
- [233] Mill, J. S. (1836) On the Definition of Political Economy, În: *J. M. Robson (Ed) Collected Works of John Stuart Mill: Essays on Economics and Society*. University of Toronto Press.
- [234] Mill, J. S. (2001/1859). *On Liberty*. Batoche Books Limited. Preluat la data de 01.07.2024 de la <https://socialsciences.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/mill/liberty.pdf>
- [235] Milić, J., Zeković, J., Stankić, D., Henčić, B., Jančić, J., & Samardžić, J. (2021). Chapter 33 - Cognition-enhancing drugs and applications to aging În Martin, C. R, & Victor, R. (Eds.) Assessments, Treatments and Modeling in Aging and Neurological Disease The Neuroscience of Aging (pp. 367–378). doi: <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-818000-6.00033-0>
- [236] Mitchell, V. (1995). Organizational Risk Perception and Reduction: A Literature Review. *British Journal of Management*, 6(2), 115–133. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.1995.tb00089.x>
- [237] Mitchell, V., Petrovici, D., Schlegelmilch, B. B., & Szőcs, I. (2015). The influence of parents versus peers on Generation Y Internet ethical attitudes. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(2), 95–103. doi: <https://doi.org/10.1016/j.elrap.2014.12.003>
- [238] Mondschein C. F. & Monda, C. (2018 Aprilie) The EU's General Data Protection Regulation (GDPR) in a Research Context. În Kubben P, Dumontier M, Dekker A, (Eds.). *Fundamentals of Clinical Data Science*. Springer Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-99713-1\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-319-99713-1_5)
- [239] Montag, C., & Diefenbach, S. (2018). Towards Homo Digitalis: Important research issues for psychology and the Neurosciences at the dawn of the Internet of Things

and the Digital Society. *Sustainability*, 10(2), 415. doi: <https://doi.org/10.3390/su10020415>

- [240] Morgan, M. S. (2006). Economic man as model man: ideal types, idealization and caricatures. *Journal of the History of Economic Thought*, 28(1), 1–27. doi: <https://doi.org/10.1080/10427710500509763>
- [241] Moroianu, C., Ciurdea, I., & Academia Română, Institutul de Lingvistică al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”. (2024a). *Comporta*. În Dicționarul Etimologic al Limbii Române (DELR). Preluat la data de 13.06.2024 de la: <https://delr.lingv.ro/?searchTerm=Comporta&includeVariants=true>
- [242] Moroianu, C., Ciurdea, I., & Academia Română, Institutul de Lingvistică al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”. (2024b). *Consuma*. În Dicționarul Etimologic Al Limbii Române (DELR). Preluat la data de 13.06.2024 de la: <https://delr.lingv.ro/?searchTerm=Consuma&includeVariants=true>
- [243] Moroianu, C., Ciurdea, I., & Academia Română, Institutul de Lingvistica al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”. (2024c). *Avatar*. În Dicționarul Etimologic Al Limbii Române (DELR). Preluat la data de 29.07..2024 de la: <https://delr.lingv.ro/?searchTerm=avatar&includeVariants=true>
- [111] Mukaka, M. (2012, Septembrie). A guide to appropriate use of Correlation coefficient in medical research. *PubMed Central (PMC)*. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3576830/>
- [112] Mura, P. O., & Donath, L. E. (2023). Digitalisation and Economic Growth in the European Union. *Electronics*, 12(7), 1718. doi: <https://doi.org/10.3390/electronics12071718>
- [244] Moss, L. S. (2010). Hobbes and the Early Uses of Economic Method. *The American Journal of Economics and Sociology*, 69(1), 499–523. <http://www.jstor.org/stable/40607765>
- [245] Nadkarni, S., Prügl, R. Digital transformation: a review, synthesis and opportunities for future research. (2020) *Management Review Quarterly*, 71, 233–341. doi: <https://doi.org/10.1007/s11301-020-00185-7>
- [246] Naz, H., & Kashif, M. (2024). Artificial intelligence and predictive marketing: an ethical framework from managers’ perspective. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*. <https://doi.org/10.1108/sjme-06-2023-0154>
- [247] Newrkirk, A. (2014) *The Interactions of Heuristics and Biases in the Making of Decisions*. The Harvard College Writing Program. Preluat de pe Website-ul Exposé Magazine la data de 24 Iulie 2024: <https://projects.iq.harvard.edu/expose/book/expos%C3%A9-2014>

- [248] Nickerson, C. (2023, Octombrie). *Theory of Reasoned Action (Fishbein and Ajzen, 1975)*. [Resursă online] Preluată la data de 25 Iulie 2024 de pe Website-ul Simply Psychology. <https://www.simplypsychology.org/theory-of-reasoned-action.html>
- [249] Nie, S., Wang, M., Li, J., Luo, H., & Zhang, H. (2023). The neural dynamics of loss aversion. *Imaging Neuroscience*, 1, 1–13. doi: [https://doi.org/10.1162/imag\\_a\\_00047](https://doi.org/10.1162/imag_a_00047)
- [250] Nilsson, N. J. (1998). Introduction. În Morgan Kaufmann Publishers, Inc. (Ed.), *Artificial intelligence: A new synthesis* (pp. 1–17). doi: <https://doi.org/10.1016/b978-0-08-049945-1.50005-8>
- [251] Ng, I. C. L., & Tseng, L.-M. (2008). Learning to Be Sociable the Evolution of Homo Economicus. *The American Journal of Economics and Sociology*, 67(2), 265–286. <http://www.jstor.org/stable/27739704>
- [252] Nicolescu, O., Corcodel, S.-F., Cezar, P. S., Nicolescu, C., Uritu, D., & Cristof, C. (2020). Carta alba a IMM-urilor din Romania 2020 (ediția a XVIII-a). Editura Pro Universitaria.
- [253] Niosi, A. (2021, Iunie). Social Influences. În *Introduction to Consumer Behaviour* BCcampus. <https://opentextbc.ca/introconsumerbehaviour/>
- [254] Nicosia, F. M. (1966) *Consumer Decision Processes: Marketing and Advertising Implications*. Prentice-Hall.
- [255] Noah, S., & Mangun, G. R. (2020). Recent evidence that attention is necessary, but not sufficient, for conscious perception. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1464(1), 52–63. doi: <https://doi.org/10.1111/nyas.14030>
- [256] Nosek, B. A., Hawkins, C. B., & Frazier, R. S. (2011). Implicit social cognition: from measures to mechanisms. *Trends in Cognitive Sciences*, 15(4), 152–159. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tics.2011.01.005>
- [257] Nutriscore Europe (2023, Noiembrie). *Advocacy of the EU Scientists and Public Health Professionals: Advocacy for the Immediate and Mandatory Implementation in Europe of the Front-Of-Pack Nutrition Label NutriScore, A Science-Based Public Health Tool*. [Blog Post] Preluat la data de 11 Iunie 2024 de pe Website of the European Scientists and Health Professionals Supporting NutriScore. Disponibil online la: <https://nutriscore-europe.com/advocacy-nutri-score-europe/>
- [113] OECD (2013). *Household consumption*. În: National Accounts at a Glance 2013, OECD Publishing, Paris. doi: [https://doi.org/10.1787/na\\_glance-2013-12-en](https://doi.org/10.1787/na_glance-2013-12-en)
- [258] OECD/EUIPO (2022). *Dangerous Fakes: Trade in Counterfeit Goods that Pose Health, Safety and Environmental Risks*. Illicit Trade, OECD Publishing, Paris, doi: <https://doi.org/10.1787/117e352b-en>.

- [259] OECD/EUIPO (2023). *Economic impact of counterfeiting in the clothing, cosmetics, and toy sectors in the EU*. European Union Intellectual Property Office. doi: <https://doi.org/10.2814/053613>
- [260] OECD/EUIPO (2024). *Illicit Trade in Fakes under the COVID-19*. Illicit Trade. OECD Publishing, Paris. doi: <https://doi.org/10.1787/0c475a23-en>.
- [261] Ofir, C., Raghbir, P., Brosh, G., Monroe, K., & Heiman, A. (2008). Memory-Based Store Price Judgments: The Role of Knowledge and Shopping Experience. *Journal of Retailing*, 84(4), 414–423. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2008.08.001>
- [262] OG 21/1992 (1992). *Ordonanța nr. 21 din 21 August 1992 privind protecția consumatorului* (forma de bază). Monitorul Oficial al României nr. 212 din 28 august 1992. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/2175?isFormaDeBaza=True> Accesată la data de 28.06.2024.
- [263] OG 21/1992 (1992/2023). *Ordonanța nr. 21 din 21 August 1992 privind protecția consumatorului* (forma consolidată, republicată). Monitorul Oficial al României nr. 208 din 28 martie 2007. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/2175>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [264] OG 130/2000 (2000). *Ordonanța nr. 130 din 31 August 2000 privind Regimul Juridic al Contractelor la Distanță*. (forma consolidată). Monitorul Oficial al României nr. 431 din 2 Septembrie 2000. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/24091>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [265] OG 27/2013 (2013). *Ordonanța nr. 27 din 27 August 2013 pentru modificarea și completarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 70/2011 privind măsurile de protecție socială în perioada sezonului rece*. Monitorul Oficial al României nr. 548 din 29 august 2013. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/151068> Accesată la data de 25.07.2024.
- [266] Olson, J. M., Vernon, P. A., Harris, J. A., & Jang, K. L. (2001). The heritability of attitudes: A study of twins. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80(6), 845–860. doi:10.1037/0022-3514.80.6.845
- [267] Ormazabal, K. M. (1995). The Law of Diminishing Marginal Utility in Alfred Marshall's Principles of Economics. *The European Journal of the History of Economic Thought*, 2(1), 91–126. doi: <https://doi.org/10.1080/10427719500000096>
- [268] Ortiz-Ospina, E., & Roser, M. (2024, Marite). *The rise of social media*. [Resursă online] Preluată la data de 11 Iunie 2024 de pe Website Our World in Data: <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>

- [269] OUG 70/2011 (2011). *Ordonanță nr. 70 din 31 august 2011 privind măsurile de protecție socială în perioada sezonului rece*. Monitorul Oficial al României nr. 629 din 2 septembrie 2011. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/131200>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [270] OUG 34/2014 (2014). *Ordonanță nr. 34 din 4 Iunie 2014 privind Drepturile Consumatorilor în Cadrul Contractelor Încheiate cu Profesioniștii, precum și pentru Modificarea și Completarea unor Acte Normative (forma consolidată)*. Monitorul Oficial al României nr. 427 din 11 Iunie 2014. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/158913>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [271] OUG 143/2021 (2021). *Ordonanță De Urgență nr. 143 din 28 decembrie 2021 pentru modificarea și completarea Legii energiei electrice și a gazelor naturale nr. 123/2012, precum și pentru modificarea unor acte normative*. Monitorul Oficial al României nr. 1259 din 31 decembrie 2021. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/250107> Accesată la data de 26.07.2024
- [272] Oxford English Dictionary [OED]. (2023). *Avatar*. În Oxford English Dictionary. doi: <https://doi.org/10.1093/OED/1119055073>.
- [273] Oxford English Dictionary [OED]. (2024). *Fine-line*. În Oxford English Dictionary. doi: <https://doi.org/10.1093/OED/9734048651>.
- [274] Oxford English Dictionary [OED]. (n.d.). *Black box*. În Oxford English Dictionary. doi: <https://doi.org/10.1093/OED/1091899133>.
- [275] Ozimek, P., Lainas, S., Bierhoff, H., & Rohmann, E. (2023). How photo editing in social media shapes self-perceived attractiveness and self-esteem via self-objectification and physical appearance comparisons. *BMC Psychology*, 11(1). doi: <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01143-0>
- [276] Palalic R., Ramadani V., Gilan S. M., Rashiti S. G., & Dana L. P. (2021). Social media and consumer buying behavior decision: What entrepreneurs should know? *Management Decision*, 59(6), 1249–1270.
- [277] Pan, X., & Wu, W. (2021). Housing returns, precautionary savings and consumption: Micro evidence from China. *Journal of Empirical Finance*, 60, 39–55. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jempfin.2020.10.006>
- [278] Paravati, E., Gabriel, S., Valenti, J., Valent, K., & Buffone, A. (2022). Social comparison, parasocial relationships, and attachment style: how and when do celebrities improve selfliking? *The Journal of Social Psychology*, 1–12. doi: <https://doi.org/10.1080/00224545.2022.2149385>
- [279] Park, S., Song, S., & Lee, S. (2020). The Issue of Endogeneity and Possible Solutions in Panel Data Analysis in The Hospitality Literature. *Journal of Hospitality &*

Tourism Research, 109634802091999. doi:  
<https://doi.org/10.1177/1096348020919993>

- [280] Pavlov, P. I. (1972/2010). Conditioned reflexes: An investigation of the physiological activity of the cerebral cortex. *Annals of neurosciences*, 17(3), 136–141. doi: <https://doi.org/10.5214/ans.0972-7531.1017309>
- [281] Peng, M., Xu, Z., & Huang, H. (2021). How Does Information Overload Affect Consumers' Online Decision Process? An Event-Related Potentials Study. *Frontiers in neuroscience*, 15, 695852. doi: <https://doi.org/10.3389/fnins.2021.695852>
- [114] Penz, G. P. (1987). *Consumer Sovereignty and Human Interests*. London: Cambridge University Press.
- [115] Persky, J. (1993). Retrospectives: consumer sovereignty. *Journal of Economic Perspectives*, 7(1), 183-191.
- [116] Piekut, M., & Piekut, K. (2022). Changes in Patterns of Consumer Spending in European Households. *Sustainability*, 14(19), 12794. doi: <https://doi.org/10.3390/su141912794>
- [282] Pieters, R., Warlop, L., & Wedel, M. (2002). Breaking through the clutter: Benefits of advertisement originality and familiarity for brand attention and memory. *Management Science*, 48(6), 765–781. doi: <https://doi.org/10.1287/mnsc.48.6.765.192>
- [283] Pieters, L., Lobaugh, K., Waelter, A., Rogers, S. (2023, Noiembrie) *An evolving world of digital goods and services*. Deloitte Insights. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul Deloitte: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/retail-distribution/consumer-behavior-trends-state-of-the-consumer-tracker/consumer-digital-spending-trends.html#>
- [284] Ratneshwar, S., Warlop, L., Mick, D. G., & Seeger, G. (1997). Benefit salience and consumers' selective attention to product features. *International Journal of Research in Marketing*, 14(3), 245–259. doi:10.1016/s0167-8116(97)00007-4
- [285] Reagan, J. R., & Singh, M. (2020). *Management 4.0: Cases and Methods for the 4th Industrial Revolution*. Springer Nature Singapore.
- [286] Reina Paz, M. D., & Rodríguez Vargas, J. C. (2023). Main theoretical consumer behavioural models. A review from 1935 to 2021. *Heliyon*, 9(3), e13895. doi: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13895>
- [287] Reuter C., & Spielhofer T. (2017). Towards social resilience: A quantitative and qualitative survey on citizens' perception of social media in emergencies in Europe. *Technological Forecasting and Social Change*, 121, 168–180.

- [288] Russell, J. A. (2003). Core affect and the psychological construction of emotion. *Psychological Review*, 110(1), 145–172. doi: <https://doi.org/10.1037/0033-295x.110.1.145>
- [289] Pagani, M., & Pardo, C. (2017). The impact of digital technology on relationships in a business network. *Industrial Marketing Management*, 67, 185–192. doi: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.08.009>
- [290] Peng, J., Li, H., Miao, D., Feng, X., & Xiao, W. (2013). Five different types of framing effects in medical situation: a preliminary exploration. *Iranian Red Crescent medical journal*, 15(2), 161–165. doi: <https://doi.org/10.5812/ircmj.8469>
- [291] Peters, S., & Verhagen, H. (2024). Publication bias and Nutri-Score: A complete literature review of the substantiation of the effectiveness of the front-of-pack logo Nutri-Score. *PharmaNutrition*, 27, doi: <https://doi.org/10.1016/j.phanu.2024.100380>
- [292] Petrescu, I., Dinu, V., Ștefănescu, C. & Dobrescu, E. (2010) Implicarea Factorului Uman în Managementul Protecției Consumatorilor. *Amfiteatru Economic*, 10(28), 267-285. Disponibil la: [https://www.amfiteatrueconomic.ro/temp/Articol\\_964.pdf](https://www.amfiteatrueconomic.ro/temp/Articol_964.pdf). Accesat la data de 27.06.2023
- [293] Pierpaolo, D. (2021a). Being human (or what?) in the digital matrix land. The construction of the humanted. În Carrigan, M., & Porpora, D.V. (eds) *Post-Human Futures. Human Enhancement, Artificial Intelligence and Social Theory*. (prima ediție.). Taylor and Francis. Preluat la data de 14 Iunie 2024 de la: <https://www.perlego.com/book/2270984/posthuman-futures-human-enhancement-artificial-intelligence-and-social-theory-pdf>
- [294] Pierpaolo, D. (2021b). *How the Digital Technological Matrix Redefines Human Identities and Relations*. Preluat la data de 14 Iunie 2024 de pe Website-ul The Pontifical Academy of Social Sciences: [https://www.pass.va/en/publications/studia-selecta/studia\\_selecta\\_07\\_pass/donati.html](https://www.pass.va/en/publications/studia-selecta/studia_selecta_07_pass/donati.html) Accesat la data de 11.07.2024
- [295] Pechmann, C., Zhao, G., Goldberg, M. E., & Reibling, E. T. (2003). What to Convey in Antismoking Advertisements for Adolescents: The use of Protection Motivation Theory to Identify Effective Message Themes. *Journal of Marketing*, 67(2), 1-18. doi: <https://doi.org/10.1509/jmkg.67.2.1.18607>
- [296] Petrosyan, A. (2024, Mai). *Number of internet and social media users worldwide as of April 2024: Worldwide Digital Population 2024*. Preluat la data de 14 Iunie 2024 de pe Website-ul Statista: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
- [297] Plassmann, H., & Karmarkar, U. R. (2015). Consumer Neuroscience: Revealing Meaningful Relationships between Brain and Consumer Behavior. În M. I. Norton, D. D. Rucker, & C. Lamberton (Eds.), *The Cambridge Handbook of Consumer Psychology* (pp. 152–179). chapter, Cambridge: Cambridge University Press.

- [298] PL-x nr. 794/2023 (2023). *Proiect de Lege pentru modificarea și completarea unor acte normative din domeniul prevenirii și combaterii traficului și consumului ilicit de droguri și alte substanțe susceptibile de a avea efecte psihooactive*. Camera Deputaților 794/18.12.2023. Disponibilă la [https://www.cdep.ro/pls/proiecte/upl\\_pck2015.proiect?idp=21415](https://www.cdep.ro/pls/proiecte/upl_pck2015.proiect?idp=21415). Accesată la data de 25.07.2024
- [299] Pomeroy, S. B. (1996). *Oeconomicus: A Social and Historical Commentary* (reprint). Oxford University Press.
- [300] Popa, F. (2010). Modele de decizie rațională: criterii formale și norme. *Revista De Cercetare Științifică Pluridisciplinară Cogito*, 2(1).
- [301] Popescu, G. (2004). Evoluția gândirii economice (ediția a III-a revăzută, adăugită și actualizată). Editura Academiei Române, Editura Cartimpex.
- [302] Pereira, H. G., de Fátima Salgueiro, M., & Mateus, I. (2014). Say yes to Facebook and get your customers involved! Relationships in a world of social networks. *Business Horizons*, 57(6), 695-702.
- [303] Profit.Ro. (2024, Ianuarie). ANPC anunță că are discuții cu operatorii economici pentru interzicerea etichetării Nutriscore în România. Preluat la data de 18 Iunie 2024 de pe Website-ul Profit.ro. <https://www.profit.ro/povesti-cu-profit/retail/anpc-anunta-ca-are-discutii-cu-operatorii-economici-pentru-interzicerea-etichetarii-nutriscore-in-romania-21473081>
- [304] Puiu, C. (2008) Considerations about group influences on consumer behaviour. *Analele Universității din Oradea. Științe Economice. Tom XVII. Vol. IV*. Preluat la data de 24 Iulie 2024 de la: <https://anale.steconomiceoradea.ro/volume/2008/v4-management-marketing/v4-management-and-marketing.pdf>
- [305] Pop, N.-Al., Dabija, D.-C. & Iorga, A.-M. (2014) Responsabilitatea etică a companiilor de neuromarketing în valorificarea cercetărilor de piață – o abordare exploratorie la nivel global. *Amfiteatru Economic*, 16(35).
- [306] Rafferty, J. P. (2023, Aprilie). *Thorndike's law of effect* [Resursă online] Preluat la data de 22.07.2024 de pe Website-ul Britannica. <https://www.britannica.com/science/Thorndikes-law-of-effect>
- [307] Ramos R. G., Olden K. (2008) Gene-Environment Interactions in the Development of Complex Disease Phenotypes. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 5(1):4-11. doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph5010004>
- [308] Ran, T., Yue, C., & Rihn, A. (2016). Does Nutrition Information Contribute to Grocery Shoppers' Willingness to Pay? *Journal of Food Products Marketing*, 23(5), 591–608. doi: <https://doi.org/10.1080/10454446.2015.1048027>
- [309] Randhawa, P., Calantone, R. J., & Voorhees, C. M. (2015). The pursuit of counterfeited luxury: An examination of the negative side effects of close consumer-

- brand connections. *Journal of Business Research*, 68(11), 2395–2403. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.02.022>
- [310] Razorfish (2022). The Metaverse. What gaming today teaches us about the metaverse tomorrow. [Resursă online] Preluat la data de 22.07.2024 de pe Website-ul: [http://assets.rzrfs.com/pdf/2022/VICE\\_x\\_Razorfish\\_Gen\\_Z\\_Metaverse\\_Report.pdf](http://assets.rzrfs.com/pdf/2022/VICE_x_Razorfish_Gen_Z_Metaverse_Report.pdf)
- [311] Răpan (Stoica), I., Zăman, G., Suciu, M.-C., Purcărea, V.-L., JUDE, C.-R., Radu, A.-V., Catană, A., și Radu, A.-C. (2022). A Better Integration of Industrial Robots in Romanian Enterprises and the Labour Market. *Applied Sciences*, 12(12), doi: <https://doi.org/10.3390/app12126014>
- [312] Regulament (UE) 679/2016. (2016) *Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE (Regulamentul general privind protecția datelor) (Text cu relevanță pentru SEE)*. EUR-Lex. Disponibil la: <http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>. Accesat la data de 28.06.2024.
- [313] Rent the Runway (2024) *Designer Clothing Rental Subscription Service* [Resursă Online] Preluat la data de 28.08.2024 de pe Website-ul Rent the Runway <https://www.renttherunway.com/>
- [314] Rezoluția (UE) 2272/2011. (2011) *Rezoluția Parlamentului European din 22 mai 2012 referitoare la o strategie de consolidare a drepturilor consumatorilor vulnerabili (2011/2272(INI))*. Jurnalul Oficial al Uniunii Europene CE 264/11. Disponibil la: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/ALL/?uri=CELEX:52012IP0209>. Accesat la data de 26.07.2024
- [315] Rheingold, H. (2000) *The virtual community : homesteading on the electronic frontier*. Cambridge, Mass. : MIT Press
- [316] Rhodes, G., Watson, T. L., Jeffery, L., & Clifford, C. W. (2010). Perceptual adaptation helps us identify faces. *Vision Research*, 50(10), 963–968. doi: <https://doi.org/10.1016/j.visres.2010.03.003>
- [317] Ribeiro, M. T., Singh, S., & Guestrin, C. (2016). “Why Should I Trust You?”: Explaining the Predictions of Any Classifier. În *Proceedings of the 22nd ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining* (ediția a 22-a). ACM Digital LIBRARY. doi: <https://doi.org/10.1145/2939672.2939778>
- [318] Rick, S. (2011). Loses, Gains, and Brains: Neuroeconomics Can Help to Answer Open Questions About Loss Aversion. *Journal of Consumer Psychology*. 21(4): 453–463. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2010.04.004>

- [319] Riddell, R., Ahmed, N., Maitland, A., Lawson, M., & Taneja, A. (2024). Inequality Inc. [Raport] Preluat la data de 18 Iunie 2024 de pe Website-ul Oxfam International. <https://www.oxfam.org/en/research/inequality-inc>
- [320] Riley, J. C. (2001/1999). A Widening Market in Consumer Goods. În E. Cameron (Ed.), *Early Modern Europe. An Oxford History*. (pp. 257–260). Oxford University Press Inc.
- [321] Roetzel, P.G. (2019). Information overload in the information age: a review of the literature from business administration, business psychology, and related disciplines with a bibliometric approach and framework development. *Business Research*, 12. 479-522. doi: <https://doi.org/10.1007/s40685-018-0069-z>
- [322] Rogers, E.M. (1962) *Diffusion of Innovations*, The Free Press of Glencoe, New York.
- [323] Rolls, E. T. (2000). Memory Systems in the Brain. *Annual Review of Psychology*, 51(1), 599–630. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.51.1.599>
- [324] Rønnow, H. N. (2020). The Effect of Front-of-Pack Nutritional Labels and Back-of-Pack Tables on Dietary Quality. *Nutrients*, 12(6), 1704, doi: <https://doi.org/10.3390/nu12061704>
- [325] Rothschild, M., & Stiglitz, J. (1976). Equilibrium in Competitive Insurance Markets: An Essay on the Economics of Imperfect Information. *The Quarterly Journal of Economics*, 90(4), 629. doi: <https://doi.org/10.2307/1885326>
- [326] Roser, M. (2021). *Extreme poverty: How far have we come, and how far do we still have to go?* Preluat la data de 10 Iulie 2024 de pe Website-ul OurWorldInData: <https://ourworldindata.org/extreme-poverty-in-brief>
- [327] Sabău, G. (2002). Teoria Economică. O Știință Morală. *Revista Română De Sociologie* (serie nouă), 5–6, 591–604, București.
- [328] Šajn, N. (2021). *Vulnerable Consumers*. European Parliamentary Research Service.
- [329] Samson, A., & Voyer, B. G. (2012). Two minds, three ways: dual system and dual process models in consumer psychology. *AMS Review*, 2(2–4), 48–71. doi: <https://doi.org/10.1007/s13162-012-0030-9>
- [330] Sartor, G. (2020) *New aspects and challenges in consumer protection, Study for the committee on the Internal Market and Consumer Protection*. Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, European Parliament, Luxembourg. Preluată la data de 28 Iulie 2024 de la <http://www.europarl.europa.eu/supporting-analyses>
- [331] Savage, B. M. (2021, Ianuarie). *Spotify wants to suggest songs based on your emotions*. Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe website-ul BBC> <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-55839655>
- [332] Saylor Academy (2012). PPP and Cross-Country Comparisons. În International Finance: Theory and Policy v. 1.0. [Resursă online]. Preluată la data de 6 august 2024

- de la: [https://saylordotorg.github.io/text\\_international-finance-theory-and-policy/s09-07-ppp-and-cross-country-comparis.html](https://saylordotorg.github.io/text_international-finance-theory-and-policy/s09-07-ppp-and-cross-country-comparis.html)
- [333] Schaller, M., Kenrick, D. T., Neel, R., & Neuberg, S. L. (2017). Evolution and human motivation: A fundamental motives framework. *Social and Personality Psychology Compass*, 11(6), e12319. doi: <https://doi.org/10.1111/spc3.12319>
- [334] Schenker, M. (2024, Iulie). *How to Use Cialdini's 7 Principles of Persuasion to Boost Conversions*. [Resursă online] Preluată la data de 4 august 2024 de pe Website-ul CXL. <https://cxl.com/blog/cialdinis-principles-persuasion/>
- [335] Shepherd, J. (2024) *23 Essential Twitter (X) Statistics You Need to Know in 2024*. [Resursă online] Preluată la data de 3 august 2024 de pe Website-ul Social Shepherd: <https://thesocialshepherd.com/blog/twitter-statistics>
- [117] Schmidheiny, K. (2023) Panel Data: Fixed and Random Effects. Short Guide to Microeconomics. University of Basel.
- [336] Scholkmann, A.B. (2021). Resistance to (Digital) Change. În: Ifenthaler, D., Hofhues, S., Egloffstein, M., Helbig, C. (eds) *Digital Transformation of Learning Organizations* (pp 219–236). Springer, Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-55878-9\\_13](https://doi.org/10.1007/978-3-030-55878-9_13)
- [337] Schneier, B. (2017, Ianuarie). The Internet of Things' Dangerous Future: Bruce Schneier. Preluat la data de 14 Iulie 2024 de pe Website-ul Intelligencer: <https://nymag.com/intelligencer/2017/01/the-internet-of-things-dangerous-future-bruce-schneier.html>
- [338] Schwab, N. (2014). Social influence constrained by the heritability of attitudes. *Personality and Individual Differences*, 66, 54–57. doi: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.03.011>
- [118] Schober, P., Boer, C., & Schwarte, L. A. (2018). Correlation Coefficients: Appropriate Use and Interpretation. *Anesthesia & Analgesia*, 126(5), 1763–1768. <https://doi.org/10.1213/ane.0000000000002864>
- [339] Sebastian, V. (2014). New Directions in Understanding the Decision-making Process: Neuroeconomics and Neuromarketing. *Procedia: Social & Behavioral Sciences*, 127, 758–762. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.03.350>
- [340] Sevillano García, M. L. (2007). Nuevas Tecnologías, Nuevos Medios Y Didáctica Buscan Convergencias Formativas. *Bordón: Revista De Pedagogía*, 59(2), 451–474. Preluat la data de 10 Iunie 2024 de la <https://recyt.fecyt.es/index.php/BORDON/article/view/36674>
- [341] Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159–170. doi: [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(91\)90050-8](https://doi.org/10.1016/0148-2963(91)90050-8)

- [342] Siegel, A. E., & Siegel, S. (1957). Reference groups, membership groups, and attitude change. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 55(3), 360–364. doi: <https://doi.org/10.1037/h0041502>
- [343] Schallmo, D. R. A., & Williams, C. A. (2018). History of Digital Transformation. In *Digital Transformation Now!* (pp. 3–8). SpringerBriefs in Business. Springer, Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-72844-5\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-72844-5_2)
- [344] Schaps, D. M. (2012). Oikonomika (treatise). *The Encyclopedia of Ancient History*. Blackwell Publishing Ltd. doi: <https://doi.org/10.1002/9781444338386.wbeah06230>
- [345] Schoemaker, P. J. H., Heaton, S., & Teece, D. (2018). Innovation, Dynamic Capabilities, and Leadership. *California Management Review*, 61(1), 15–42. doi: <https://doi.org/10.1177/0008125618790246>
- [346] Schott, F. (2012). Subject of Learning. In: Seel, N.M. (eds) *Encyclopedia of the Sciences of Learning*. Springer, Boston, MA. doi: [https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1428-6\\_1711](https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1428-6_1711)
- [347] Shah, B., Barton, R. & Björnsjö, A. (2022) The Human Paradox. From customer centricity to life centricity. [Resursă online]. Preluat la data de 11 Iunie 2024 de pe Website-ul Accenture: <https://www.accenture.com/us-en/insights/song/human-paradox>
- [348] Shin, E., Kim, S., & Koh, A. (2022). Satisfaction Through Clothing Utilization and Environmental Sustainability Based on Fashion AI Curation Service. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 16(9), 2867-2881, doi: <https://doi.org/10.3837/tiis.2022.09.002>.
- [349] Sfetcu, N. (2022, August). *Platon, Republica: Aspecte generale*. [Resursă online] Preluată la data de 10 Iulie 2024 de pe LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/platon-republica-aspecte-generale-nicolae-sfetcu/>
- [350] Simon, H. (1955). A Behavioral Model of Rational Choice. *Quarterly Journal of Economics*, 69(1): 99–118. doi: <https://doi.org/10.2307/1884852>
- [351] Simon, H. A. (1967). Motivational and emotional controls of cognition. *Psychological Review*, 74(1), 29–39. doi: <https://doi.org/10.1037/h0024127>
- [352] Simons, D. J., & Chabris, C. F. (1999). Gorillas in Our Midst: Sustained Inattentional Blindness for Dynamic Events. *Perception*, 28(9), 1059-1074. doi: <https://doi.org/10.1080/p281059>
- [353] Sirgy, J. M. (1982) Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical Review. *Journal of Consumer Research* 9(3), 287-300. <http://www.jstor.org/stable/2488624>
- [354] Smith, A. (1759/1790). *The Theory of Moral Sentiments*. MetaLibri, São Paulo.

- [355] Solomon, M.R. & Russell, C.A. (2023) Consumer Behavior. Buying, Having and Being. (a paisprezeceea ediție). Pearson.
- [356] Spunt, R. (2015). Dual-Process theories in social Cognitive Neuroscience. În *Reference Module in Neuroscience and Biobehavioral Psychology Brain Mapping An Encyclopedic Reference* (volumul 3, pp. 211–215). doi: <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-397025-1.00181-0>
- [357] Stanciu, M., Mihăilescu, A., Preotesi, M., & Tudor, C. (2005). Protecția consumatorilor din România. *Calitatea Vieții*, 16(1-2), 137–153.
- [358] Stanton, M. (2023, Noiembrie). *Predicting Profits with Neuroeconomics and AI* [Resursă online] Preluată la data de 3 August 2024 de pe Website-ul Medium. <https://marshallstanton.com/predicting-profits-with-neuroeconomics-and-ai-e9cd21c8a48f>
- [359] Stark, W. (2005). Bentham's Psyghology and its Relevance for Economic Analysis. În *Jeremy Bentham's Economic Writings. Critical edition based on his printed works and unprinted manuscripts*. (Vol. III, p. 32 – 36) Routledge.
- [119] Stănilă, L., Andreica, M., Cristescu, A. (2013) Ocuparea în țările UE: analiză de tip panel. *Econometrie teoretică și aplicată*, 10(1), 48-63
- [360] Stiglitz, J. E. (1975). The Theory of “Screening,” Education, and the Distribution of Income. *The American Economic Review*, 65(3), 283–300. <http://www.jstor.org/stable/1804834>
- [361] Stiglitz, J. E. (2002). *Globalization and its discontents*. W. W. Norton & Company.
- [362] Streeck, W. (2012). Citizens as consumers: Considerations on the new politics of consumption. *New Left Review*, 76, 27–47.
- [363] Stroud, N. J., Van Duyn, E., & Peacock, C. (2016, Martie). Survey of Commenters and Comment Readers. *Center for Media Engagement*. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul Center for Media Engagement: <https://mediaengagement.org/research/survey-of-commenters-and-comment-readers/>
- [364] Stuart, E. W., Shimp, T. A., & Engle, R. W. (1987). Classical Conditioning of Consumer Attitudes: Four Experiments in an Advertising Context. *Journal of Consumer Research*, 14(3), 334. doi: <https://doi.org/10.1086/209117>
- [365] Stucker, K. (2021, August). *Plato, Adam Smith, and The Good Life*. Preluată la data de 10 Iunie 2024 de pe Website-ul Adam Smith Works. <https://www.adamsmithworks.org/speakings/plato-adam-smith-and-the-good-life>
- [366] Storbacka, K., & Moser, T. (2020). The changing role of marketing: transformed propositions, processes and partnerships. *AMS Review*, 10(3–4), 299–310. doi: <https://doi.org/10.1007/s13162-020-00179-4>

- [367] Sunstein, C. R. (2015) Nudging and Choice Architecture: Ethical Considerations. The Harvard John M. Olin Discussion Paper Series. Discussion Paper No. 809, Jan. 2015, Yale Journal on Regulation.
- [368] Sunstein, C. R. (2017). Nudges that fail. *Behavioural Public Policy*, 1(1), 4–25. doi: <https://doi.org/10.1017/bpp.2016.3>
- [369] Sverdlik, S. (2011). The Nature of Motives, În *Motive and Rightness*. Oxford Academic. doi: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199594948.003.0002>.
- [370] Sztumski, W. (2018) Can Sustainable Human Manage to Prevent Imbalances in the Natural and Social Environment? *Problemy Ekonomiki i Kierunki Rozwoju*, 13(2), 45–55.
- [371] Tan, A. (2023, Septembrie). *Thriving In A BANI World: An Exploration Of Resilience Amid Chaos*. Preluată la data de 10 Iunie 2024 de pe Website-ul Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2023/09/07/thriving-in-a-bani-world-an-exploration-of-resilience-amid-chaos/>
- [372] Tan, B. (2002). Understanding consumer ethical decision making with respect to purchase of pirated software. *Journal of Consumer Marketing*, 19(2), 96–111. doi: <https://doi.org/10.1108/07363760210420531>
- [373] Tarhan, B. (2018). What can we learn from the Facebook—Cambridge Analytica Scandal? *Significance*, 15(3), 4–5. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1740-9713.2018.01139.x>
- [374] Taylor, A., Hook, M., Carlyle, T., & Carlson, J. (2024). Creating a metaverse - me: Exploring the consumer avatar creation process. *Journal of Consumer Behaviour*. doi: <https://doi.org/10.1002/cb.2378>
- [375] Terceiro, J. B. (1996). Sociedad Digital:: del homo sapiens al homo digitalis (prima ediție). Alianza Editorial. Preluată la data de 10 Iunie 2024 de pe Website-ul Instituto de Formación Docente Continua de El Bolsón [http://www.ifdcelbolson.edu.ar/mat\\_biblio/tecnologia/curso1/u1/10.pdf](http://www.ifdcelbolson.edu.ar/mat_biblio/tecnologia/curso1/u1/10.pdf)
- [376] Thaler, R. H. (2000). From Homo Economicus to Homo Sapiens. *Journal of Economic Perspectives*, 14(1), 133–141. doi: <https://doi.org/10.1257/jep.14.1.133>
- [377] Thaler, R. H., & Sunstein, C. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Haven, CT: Yale University Press.
- [378] Tobă, D. (2018). Economie : elemente de microeconomie și macroeconomie (prima ediție). Editura Universitară.
- [379] Toelch, U., & Dolan, R. J. (2015). Informational and Normative Influences in Conformity from a Neurocomputational Perspective. *Trends in Cognitive Sciences*, 19(10), 579–589. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tics.2015.07.007>

- [380] Tom, S. M., Fox, C. R., Trepel, C., & Poldrack, R. A. (2007). The neural basis of loss aversion in decision-making under risk. *Science* (New York, N.Y.), 315(5811), 515–518. doi:<https://doi.org/10.1126/science.1134239>
- [381] Torrent-Sellens, J. (2019). Collaborative behaviour and the sharing economy: pan-European evidence for a new economic approach. In: B. Orlando, (ed.) *Strategy and behaviors in the digital economy*. London: IntechOpen,
- [382] Torrent-Sellens, J. (2024). Homo digitalis: narrative for a new political economy of digital transformation and transition. *New Political Economy*, 29(1), 125–143. doi: <https://doi.org/10.1080/13563467.2023.2227577>
- [383] Toulas, B. (2023, Mai). Luxottica confirms 2021 data breach after info of 70M leaks online. [Resursă online] Preluată la data de 28.07.2024 de pe website-ul BleepingComputer: <https://www.bleepingcomputer.com/news/security/luxottica-confirms-2021-data-breach-after-info-of-70m-leaks-online/>
- [384] Tremau. (2024, Iulie). *Are Our E-Commerce Platforms Safe and Sustainable?* [Resursă online] Preluată la data de 28.07.2024 de pe website-ul Tremau. <https://tremau.com/are-our-e-commerce-platforms-safe-and-sustainable>
- [385] Trentmann, F. (2016). *Empire of Things: How We Became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-First*. Penguin UK.
- [386] Tronvoll, B., Sklyar, A., Sörhammar, D., & Kowalkowski, C. (2020). Transformational shifts through digital servitization. *Industrial Marketing Management*, 89, 293–305. doi: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.02.005>
- [387] Tversky, A. & Kahneman, D. (1974) Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. Biases in judgments reveal some heuristics of thinking under uncertainty. *Science, New Series*, 185(4157), 1124-1131.
- [388] Tyng, C. M., Amin, H. U., Saad, M. N. M., & Malik, A. S. (2017). The Influences of Emotion on Learning and Memory. *Frontiers in psychology*, 8, 1454. doi: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01454>
- [389] Udrîște, A. (2022, Iulie). Unde începe și unde se termină răspunderea unui influencer când promovează un produs? Exemplu din practică: Plush Bio. [Resursă online] Preluată la data de 24 Iulie 2024 de pe Website-ul Avocatoo: <https://www.avocatoo.ro/blog/unde-incepe-si-unde-se-terminala-raspunderea-unui-influencer-cand-promoveaza-un-produs-exemplu-din-practica-plush-bio>
- [390] Ulmet L.-A., Răpan, I., JUDE, C.-R., și Văduva, L.-L. (2021). The Economic Impact of Terrorism. In *Proceedings of the International Scientific Conference “Strategies XXI”* (pp. 126 - 131), 18, 28-30 Iulie 2021, București, România, doi: 10.53477/2971-8813-22-15
- [391] Uspenskyi, S. (2024, Aprilie). *Large Language Model Statistics And Numbers* [Resursă online] Preluată la data de 24 Iulie 2024 de pe Website-ul SpringsApps:

<https://springsapps.com/knowledge/large-language-model-statistics-and-numbers-2024>

- [392] Immigration and Customs Enforcement Homeland Security Investigations [ICE HSI] (2023) *Counterfeit Goods: A danger to public safety*. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe website-ul ICE HSI: <https://www.ice.gov/features/dangers-counterfeit-items>
- [393] Vacas, F. S. (2011). Nativos digitales, inteligencia digital. *¿Homo digitalis? Telos: Cuadernos De Comunicación E Innovación*, 86, 6–8. <http://oa.upm.es/23261/>
- [394] Van Apeldoorn, L. (2017). “The Nutrition of a Commonwealth:” on Hobbes’s Economic Thought. In Bek-Thomsen, J. Christiansen, C., Gaarsmand Jacobsen, S, & Thorup, M. (Eds.), *History of Economic Rationalities. Ethical Economy*. vol. 54 (prima ediție, pp. 21–30). Springer Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-52815-1\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-319-52815-1_3)
- [395] Van Gelder, K. (2023, Decembrie). *Share of social media users who made impulse purchases in 2022, by social medium*. [Resursă online] Preluată la data de 4 august 2024 de pe Website-ul Statista: <https://www.statista.com/statistics/1430246/leading-social-media-platforms-for-impulse-purchases-usa/>
- [396] Van Laar, E., Van Deursen, A. J., Van Dijk, J. A., & De Haan, J. (2020). Measuring the levels of 21st-century digital skills among professionals working within the creative industries: A performance-based approach. *Poetics*, 81, 101434. doi: <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2020.101434>
- [397] Vargo, L. (2022, November 8). How The Metaverse Is Shaping Consumer Behavior. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe website-ul Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinessdevelopmentcouncil/2022/07/05/how-the-metaverse-is-shaping-consumer-behavior/>
- [398] Veblen, T. (1898). Why is Economics not an Evolutionary Science? *The Quarterly Journal of Economics*, 12(4), 373–397. doi: <https://doi.org/10.2307/1882952>
- [399] Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class* (prima ediție). Preluată la data de 10 Iunie 2024 de pe Website-ul <https://moglen.law.columbia.edu/LCS/theoryleisureclass.pdf>
- [400] Vendrell-Herrero, F., Bustinza, O. F., Parry, G., & Georgantzis, N. (2017). Servitization, digitization and supply chain interdependency. *Industrial Marketing Management*, 60, 69–81. doi: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2016.06.013>
- [401] Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>

- [402] Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>

[403] Vlăsceanu, S. (2014) New Directions in Understanding the Decision-making Process: Neuroeconomics and Neuromarketing. *Procedia: Social & Behavioral Sciences*, 127, 758–762. doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.03.350>

[404] Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (2004). Understanding self-regulation: An introduction. In Baumeister, R. F. & Vohs, K. D. (Eds.) *Handbook of self-regulation: Research, Theory, and Applications* (pp. 1-9). New York, NY: The Guilford Press

[405] Von Mises, L. (1998/1949) Human Action: A Treatise on Economics. The Ludwig von Mises Institut, Auburn, Alabama.

[406] Vroom, V. (1964) *Work and Motivation*. Wiley and Sons, New York.

[407] Wagner, L., Gürbüz, M. Ç., & Parlar, M. (2019). Is it fake? Using potentially low quality suppliers as back-up when genuine suppliers are unavailable. *International Journal of Production Economics*, 213, 185–200. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.03.016>

[408] Walters, C. G., & Paul, G. W. (1970). Consumer Behavior: An Integrated Framework (prima ediție). Richard D. Irwin, Inc.

[409] Wang, Y., Su, Z., Zhang, N., Xing, R., Liu, D., Luan, T., H., Shen, X. (2023). A Survey on Metaverse: Fundamentals, Security, and Privacy. *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 25(1), 319-352, doi: <https://doi.org/10.1109/COMST.2022.3202047>

[410] Washburn, D. A., Latzman, R. D., Schwartz, N. B., & Bramlett, J. (2015). Attention as a Cause and an Effect of Perception. In R. R. Hoffman, P. A. Hancock, M. W. Scerbo, R. Parasuraman, & J. L. Szalma (Eds.), *The Cambridge Handbook of Applied Perception Research* (pp. 126–147). chapter, Cambridge: Cambridge University Press.

[411] Webster, F. E., & Wind, J. a. Y. (1972). A General Model for Understanding Organizational Buying Behavior. *Journal of Marketing*, 36(2), 12–19. doi: <https://doi.org/10.2307/1250972>

[412] Westerman, G., Calméjane, C., Bonnet, D., Ferraris, P., & McAfee, A. (2011). *Digital transformation: A roadmap for billion-dollar organizations*. (Report). Capgemini Consulting & MIT Center for Digital Business.

[413] Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). The Nine Elements of Digital Transformation. *MIT Sloan Management Review*, 55(3), 1-6.

[414] Whiteman, W. E. (1998). Training and Educating Army officers for the 21st Century: Implications for the United States Military Academy. U.S. Army War College, Carlisle Barracks

- [415] Wilson, D. F. (2000). Why divide consumer and organizational buyer behaviour? *European Journal of Marketing*, 34(7), 780–796. doi: <https://doi.org/10.1108/03090560010331207>
- [416] Wittmann, M., Paulus, M.P. (2016). How the Experience of Time Shapes Decision-Making. In Reuter, M., Montag, C. (eds) *Neuroeconomics. Studies in Neuroscience, Psychology and Behavioral Economics*. Springer, Berlin, Heidelberg. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-642-35923-1\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-642-35923-1_8)
- [417] World Bank Group (2023). *Chapter 1. The economic impacts of the COVID-19 crisis*. Preluat la data de 12 Iunie 2024 de pe Website-ul WorldBank. <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2022/brief/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis>
- [418] World Health Organization [WHO]. (2022, Martie). *COVID-19 pandemic triggers 25% increase in prevalence of anxiety and depression worldwide: Wake-up call to all countries to step up mental health services and support*. Preluat la data de 12 Iunie 2024 de pe Website-ul World Health Organization: <https://www.who.int/news/item/02-03-2022-covid-19-pandemic-triggers-25-increase-in-prevalence-of-anxiety-and-depression-worldwide>
- [419] Wedel, M., & Kamakura, W. A. (2000). Market Segmentation. International Series in Quantitative Marketing. doi: <https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4651-1>
- [420] Xu, X., Lu, Y., Vogel-Heuser, B., & Wang, L. (2021). Industry 4.0 and Industry 5.0—Inception, conception and perception. *Journal of Manufacturing Systems*, 61, 530–535. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jmsy.2021.10.006>
- [421] Yalowitz, K., Lee, D., Collins, K., Gorski, S., Johnson, P., & Torres, B. (2022) Consumer behavior in the metaverse. [Resursă online] Preluată la data de 29 Iulie 2024 de pe Website-ul Accenture: <https://www.accenture.com/us-en/insights/software-platforms/metaverse-that-matters>
- [422] Yoo, Y., Henfridsson, O., & Lyytinen, K. (2010). Research Commentary: The New Organizing Logic of Digital Innovation: An Agenda for Information Systems Research. *Information Systems Research*, 21(4), 724–735. doi: <http://www.jstor.org/stable/23015640>
- [423] Yin, D., Mitra, S., & Zhang, H. (2016). Research Note—When Do Consumers Value Positive vs. Negative Reviews? An Empirical Investigation of Confirmation Bias in Online Word of Mouth. *Information Systems Research*, 27(1), 131–144. doi: <https://doi.org/10.1287/isre.2015.0617>
- [424] Yu, W., Sun, Z., Xu, T., & Ma, Q. (2018). Things Become Appealing When I Win: Neural Evidence of the Influence of Competition Outcomes on Brand Preference. *Frontiers in Neuroscience*, 12. doi: <https://doi.org/10.3389/fnins.2018.00779>
- [425] Zahoor, S. Z., & Shah, A. M. (2024). Impact of Social Media on Users' Complex Buying Behaviour: Analysing the Mediating Effect of Perception and Moderating

- Effect of Extended Social Media Usage. *Management and Labour Studies*, 49(1), 119-148. doi: <https://doi.org/10.1177/0258042X231167315>
- [426] Zhang, D., Hu, M., & Ji, Q. (2020). Financial markets under the global pandemic of COVID-19. *Finance Research Letters*, 36, 101528. doi: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101528>
- [427] Zhang, G., Cao, J., & Liu, D. (2023a). Examining the influence of information overload on consumers' purchase in live streaming: A heuristic-systematic model perspective. *PLoS ONE*, 18(8), e0284466. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0284466>
- [120] Zhang, Y., Zhang, X., & Liu, M. (2023b). *A Study on the Factors Influencing Household Consumption from a Money Demand Perspective*: Evidence from Chinese Urban Residents. *Sustainability*, 16(1), 322. doi: <https://doi.org/10.3390/su16010322>
- [428] Zhang, R., Yu, Z., & Yao, W. (2024). Navigating the complexities of online opinion formation: An insight into consumer cognitive heuristics. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 81, 103966. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103966>
- [429] Zhao, S., Peng, D., Wen, H., & Wu, Y. (2022). Nonlinear and spatial spillover effects of the digital economy on green total factor energy efficiency: evidence from 281 cities in China. *Environmental Science and Pollution Research International*, 30(34), 81896–81916. doi: <https://doi.org/10.1007/s11356-022-22694-6>
- [430] Zickfeld, K., & Herrington, T. (2015). The time lag between a carbon dioxide emission and maximum warming increases with the size of the emission. *Environmental Research Letters*, 10(3), 031001. doi: <https://doi.org/10.1088/1748-9326/10/3/031001>
- [431] Zouboulakis, M. (2005). On the social nature of rationality in Adam Smith and John Stuart Mill. *Cahiers d'économie Politique*, 49, 51-63. doi: <https://doi.org/10.3917/cep.049.0051>
- [432] Zuboff, S. (2019) *The Age of Surveillance Capitalism. The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs, New York



**ROMANIAN ACADEMY**  
**School of Advanced Studies of the Romanian Academy**  
**Doctoral School of Economic Sciences**  
**The National Institute of Economic Research "Costin C. Kirileanu"**

## **PH. D. THESIS SUMMARY**

### **MODELING OF CONSUMER BEHAVIOUR UNDER DIGITALIZATION CONDITIONS**

**Ph.D. SUPERVISOR:**  
Assoc. Prof. Ph.D. (habil) Ivona RĂPAN, CSII

**Ph.D. STUDENT:**  
Cornelia-Rodica JUDE

**2024**

## TABLE OF CONTENTS

List of Abbreviations .....	Error! Bookmark not defined.
List of Figures.....	Error! Bookmark not defined.
List of Tables .....	Error! Bookmark not defined.
List of Annexes.....	Error! Bookmark not defined.
INTRODUCTION .....	Error! Bookmark not defined.
<b>CHAPTER 1. A FUTURE PERSPECTIVE. FROM HOMO OECONOMICUS TO HOMO DIGITALIS .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1. Man and the Household. The Foundations of Economic Thought	Error! Bookmark not defined.
1.2. Mercantilism and the Enrichment of Merchants .....	Error! Bookmark not defined.
1.3. The 'Economic Man' in Adam Smith's Vision.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. <i>Homo Oeconomicus</i> in Classical and Neoclassical Thought	Error! Bookmark not defined.
1.5. Logical Omniscience, Rationality, and Market Equality. Paradoxical Concepts Associated with the <i>Homo Oeconomicus</i> Construct.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.1. Bounded Rationality.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.2. The Omniscience Pitfall .....	Error! Bookmark not defined.
1.5.3. The Free Market Paradox .....	Error! Bookmark not defined.
1.6. Back to the Future. From <i>Homo Oeconomicus</i> to <i>Homo Digitalis</i>	Error! Bookmark not defined.
<b>CHAPTER 2. CONSUMER BEHAVIOUR. FUNDAMENTAL CONCEPTS AND STUDY MODELS .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1. Introduction to the Study of Consumer Behaviour...	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. The Etymology and the Explanation of Terms..	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Defining Consumer Behaviour.....	Error! Bookmark not defined.
2.2. The Main Study Models for the Comprehensive Understanding of Consumer Behaviour.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1. Fundamental Models of Consumer Behaviour..	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.1. The Marshallian Model .....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.2. The Veblenian Model .....	Error! Bookmark not defined.

- 2.2.1.3. The Pavlovian Model..... **Error! Bookmark not defined.**
- 2.2.1.4. The Freudian Model ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 2.2.1.5. Maslow's Model..... **Error! Bookmark not defined.**
- 2.2.2. Behavioural Economics..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 2.2.2.1. The Foundations of Behavioural Economics**Error! Bookmark not defined.**
  - 2.2.2.2. The Nicosia Theory of Consumer Behaviour**Error! Bookmark not defined.**
  - 2.2.2.3. The Engel-Kollat-Blackwell (EKB) Model **Error! Bookmark not defined.**
  - 2.2.2.4. Information Processing Theory of Consumer Choice**Error! Bookmark not defined.**
  - 2.2.2.5. The Theory of Consumption Values ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 2.3. The Contemporary Approach to Consumer Behaviour**Error! Bookmark not defined.**
  - 2.3.1. The Psychological Core of the Consumer ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - 2.3.1.1. Consumer Motives and Motivation ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - 2.3.1.2. Human Cognitive Processes: Attention, Perception, Learning and Memory ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 2.3.2. The Consumer Decision-Making Process ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 2.3.3. The Consumer Culture..... **Error! Bookmark not defined.**
    - 2.3.3.1. Reference Groups ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - 2.3.3.2. The Influence of Reference Groups..... **Error! Bookmark not defined.**
    - 2.3.3.3. Consumer Segmentation..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 2.3.4. Outcomes and Repercussions of Consumer Behaviour**Error! Bookmark not defined.**

## **CHAPTER 3. CONSUMER BEHAVIOUR UNDER DIGITAL TRANSFORMATION CONDITIONS..... **Error! Bookmark not defined.****

- 3.1. The Next Frontier for the Digitalization of the Consumer Society**Error! Bookmark not defined.**
  - 3.1.1. Digitisation, Digitalization and Digital Transformation**Error! Bookmark not defined.**
    - 3.1.1.1. Main Challenges to Digital Transformation**Error! Bookmark not defined.**
    - 3.1.1.2. Objectives of Digital Transformation..... **Error! Bookmark not defined.**

- 3.1.1.3. Promises of Digital Transformation ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.2. Technological and Marketing Influences during the Transitional Period between Industry 4.0 and 5.0 ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 3.1.2.1. Big Data Analytics..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 3.1.2.2. Artificial Intelligence and Generative Artificial Intelligence..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 3.1.2.3. The Metaverse World ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 3.1.2.4. The Desire of Sustainability ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2. The *Homo Digitalis* Consumer. Behavioural Approaches.**Error! Bookmark not defined.**
  - 3.2.1. The Self-Concept and Identity of *Homo Digitalis***Error! Bookmark not defined.**
    - 3.2.1.1. Virtual Representations, the Collaborative Construction of the Self and the Distributed Memory ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - 3.2.1.2. Dematerialisation of Products and Services**Error! Bookmark not defined.**
    - 3.2.1.3. Collaborative Consumption..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 3.2.2. *Homo Digitalis*, Social Networks and the Impact of Parasocial Relationships on Consumer Behaviour ..... **Error! Bookmark not defined.**
    - 3.2.2.1. Social Networks and 'Parasocial Interactions'**Error! Bookmark not defined.**
    - 3.2.2.2. Influence of Social Networks on Consumer Behaviour**Error! Bookmark not defined.**
- 3.3. Consumer Neuroscience. Neuromarketing and Neuroeconomics**Error! Bookmark not defined.**

## **CHAPTER 4. THE CONSUMER IN THE DIGITAL ERA. AT THE INTERSECTION BETWEEN "SOVEREIGNTY" AND RISK..... **Error! Bookmark not defined.****

- 4.1. Consumer Sovereignty in the Conditions of Digitalization. The Institutional and Legislative Framework ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 4.1.1. The Protection of the Romanian Consumer in the Digital Ecosystem..... **Error! Bookmark not defined.**
    - 4.1.1.1. Romanian Institutions with Competence in Consumer Protection..... **Error! Bookmark not defined.**

4.1.1.2. The National Legislative Framework and Consumer Rights in the Digital Ecosystem.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1.3. General Legislation for Consumer Protection	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1.4. Distance Contracts and Electronic Commerce	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1.5. Personal Data Protection .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2. Consumer Vulnerability: a Different Perspective on 'Sovereignty'.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2. Consumer Risks and Challenges in the Context of Digitalisation	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1. Risks and Challenges Specific to Digital Technology	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1.1. Choice Architecture and Malicious Design of Digital Platforms.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1.2. The Sale of Counterfeit or Illegal Products	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1.3. Terrorism and Other Forms of Cybercrime	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2. Risks and Challenges Specific to Human Cognition	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2.1. Information Overload .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2.2. Mental heuristics and the associated biases	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2.3. The Prospect Theory.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

<b>CHAPTER 5. MODELLING THE RESULTS OF CONSUMER BEHAVIOUR RESEARCH .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>RESEARCH METHODOLOGY .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1. The Rationale of the Research, Purpose, Objectives and Research Hypotheses .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1.1. Purpose of the Research .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1.2. Research Objectives and Hypotheses .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2. Data Source and the Research Variables.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3. The Panel Data Econometric Model.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3.1. The Pooled OLS Regression Model .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

5.3.2. The Fixed Effects Regression Model .....	Error! Bookmark not defined.
5.3.3. The Random Effects Regression Model.....	Error! Bookmark not defined.
5.4. Analysis of Household Final Consumption for 26 of the European Union Member States from 2005 to 2021 based on Panel Data Models ..	Error! Bookmark not defined.
5.4.1. Preliminary Analyses.....	Error! Bookmark not defined.
5.4.1.1. Descriptive Analysis of Variables .....	Error! Bookmark not defined.
5.4.1.2. Multicollinearity Analysis of Explanatory Variables	Error! Bookmark not defined.
5.4.1.3. The Tests for Stationarity in Time Series...	Error! Bookmark not defined.
5.4.2. The Panel Data Regression Model .....	Error! Bookmark not defined.
5.4.2.1. Estimation of the Pooled OLS model .....	Error! Bookmark not defined.
5.4.2.2. Estimation of the Fixed Effects Panel Data Regression Model .....	Error! Bookmark not defined.
5.4.2.3. Estimation of the Random Effects Panel Data Regression Model .....	Error! Bookmark not defined.
5.4.2.4. Preliminary Conclusions .....	Error! Bookmark not defined.
THEORETICAL-METHODOLOGICAL AND PRACTICAL-APPLICATIVE CONCLUSIONS .....	Error! Bookmark not defined.
Annexes .....	Error! Bookmark not defined.
Bibliography .....	12

## **PH. D. THESIS SUMMARY**

Over time, consumer behaviour and the way in which societal changes model it has been the central object of investigation for multiple fields of knowledge. The realities of contemporary society, are characterised by a transition from a world of *volatility, uncertainty, complexity, and ambiguity*, to one increasingly characterized by *fragility, anxiety, non-linearity and incomprehensibility*. This observation, when considered alongside the integration of new technologies into the majority of daily activities, has highlighted the necessity for further knowledge advancement in order to gain a deeper understanding of how human behaviour manifests itself within the market of goods and services..

The doctoral thesis, titled "*Modelling Consumer Behaviour under Digitalization Conditions*" has as its central object of investigation *the study of consumer behaviour under the conditions of digitalization* and the large-scale adoption of new advanced digital technologies. *The motivation for choosing the research topic* was based on a series of considerations identified *prior* to the formulation of the research methodology and which, in light of the Fifth Industrial Revolution – Industry 5.0 – and the transition towards the new paradigm of economic thinking, represent elements of novelty.

*The importance of the chosen research topic* resides, first of all, in the inseparability of the human being from economic activity, particularly in relation to its participation in actions that have consumption as an ultimate goal. Regardless of the role assumed (whether that be the collection of information, influencing or making consumption decisions, the purchase of goods and services, or the actual utilization), in the context of digital transformation, the modern economic man is exposed to multiple technological and marketing influences. On the one hand, these provide him with increased accessibility to information about the goods and services available on the market, yet, on the other hand, they generate new risks for his decision-making autonomy.

In the context of the unprecedented growth of electronic commerce and the development of advanced IT solutions that allow the in-depth analysis of the behaviour of e-commerce users, it becomes essential to advance the field's knowledge by presenting under a unified framework all the specific notions connected to human conduct which have a role in determining consumer behaviour, as well as the influencing factors, theories, and models formulated across time in order to describe and illustrate the consumer decision-making process and advance the understanding of consumer behaviour.

Simultaneously, *the importance of the chosen research topic* is emphasised by the practical-applicative nature of the conclusions drawn regarding consumer behaviour – conclusions that can represent a solid foundation for developing high-performing strategies for the promotion of goods and services, and for strengthening the existing legislative acquis on consumer protection. Along with these, the development and implementation of a rigorous methodology that ensures the reproducibility of the research and its potential development at a later date, guarantees the robustness of the research findings.

## THE STRUCTURE OF THE DOCTORAL THESIS

The doctoral thesis is organised into *five main chapters*, with each chapter addressing a distinct matter of relevance to the central research topic and structured accordingly. The first four chapters include a critical analysis of the literature and aim to delimit the current state of knowledge in the field of consumer behaviour. The final chapter includes the rationale for the research approach, the explanation of the purpose, objectives, and hypotheses of the research, the description of the methodology used, the analysis of findings, and the preliminary conclusions. During the course of the research, a total of 28 tables, 23 figures and 25 annexes were created to summarize the information presented.

*The first chapter of the doctoral thesis*, titled "*A Future Perspective. From Homo Oeconomicus to Homo Digitalis*", revisits the pre-scientific period of economic thought in order to illustrate how the archetype of *Homo Oeconomicus* was constructed across history. The time incursion begins in the period of the Ancient Greece, when prominent thinkers such as Xenophon, Plato and Aristotle debated the pragmatic aspects of human behaviour within "the economy". Originating from the theorization of household management within the Socratic writings elaborated by Xenophon, the concept and the portrait of *Homo Oeconomicus* has been defined over several millennia.

Some of the characteristic features attributed to the construct of *Homo Oeconomicus* have been theorized in the writings of authors such as Thomas Aquinas (the two forms of reason) and Thomas Hobbes (the natural law). However, one of the most important contributions to the definition of the phrase is attributed to Adam Smith. Smith's writings are grounded in the assumption of *perfect competition* and on the *rationality, selfishness, freedom of action, and sociability* attributed to the representative economic agent. Jeremy Bentham, John S. Mill, William S. Jevons, Carl Menger, Alfred Marshall, and Ludwig von Mises advance the idea of the "economic man", establishing the foundations of utilitarianism and arguing, in essence, that the consumer is sovereign within the market.

Being a hypothetical model of a perfectly rational and egocentric economic agent, which aims to maximize the utility obtained as a result of its consumption decisions, the archetype of *Homo Oeconomicus* represented one of the central hypotheses of the economic theories formulated regarding consumption and consumers. However, the most recent literature has been able to discredit some of the defining hypotheses associated with the *Homo Oeconomicus* archetype. Over time, the boundaries of human rationality, the function of cognitive and emotional assessments, the existence of informational asymmetries and imperfect information, the inequality of free markets and the forms of imperfect competition have been revealed.

Following the start of the Digital Revolution, the academic literature has coined the syntagm *Homo Digitalis* to refer to the many changes that have occurred in human nature as a result of the integration of modern technologies into the daily life and economic activities. Described as "inhabitant, par excellence, of the information society", *Homo Digitalis* is the result of evolutionary adaptations that manifest as manual and cognitive skills – comprised under "digital intelligence" - necessary for the effective use of new digital tools and technologies (López Yépes, 1998; Vacas, 2011).

Numerous arguments can be presented in favour of such an evolution of the human nature. In the contemporary context, the most visible arguments are related to the wide range of information and communication technology (ICT) applications, the penetration of digital technologies in professional and personal spheres, the maturing of digital natives, and the lasting effects of digital technology use even after active use has ceased (Matt et al., 2019). The identified study framework for understanding *Homo Digitalis* allows for the existence of three perspectives: the behavioural perspective (related to human conduct), the design perspective (in regard to the design and content of digital applications and platforms,) and the consequences perspective (which evaluates the results of ICT exposure).

**The second chapter**, titled "*Consumer Behaviour. Fundamental Notions and Models of Study*" is the most extensive theoretical chapter of the doctoral thesis and it is dedicated to the conceptual clarification of consumer behaviour, as well as of the related notions and theories required for its understanding. Starting with the etymology and comprehension of the terms, several of the most reoccurring definitions are presented in order to clarify the concept of "consumer behaviour", along with their novel key concepts introduced.

The subchapter "*The Main Study Models for the Comprehensive Understanding of Consumer Behaviour*" aims to provide a detailed chronological overview of the models and theories dedicated to explaining consumption decisions and the consumer decision-making

processes. Drawing from the fundamental models of consumer behaviour (the Marshallian, Veblenian, Pavlovian, Freudian and Maslow's models), we highlight the contributions of each of them: *the law of diminishing marginal utility*, the theorization of *conspicuous consumption*, *behavioural conditioning*, the *motivational research of consumer behaviour* and the *hierarchy of needs*.

With the establishment of psychology as a distinct scientific discipline, the foundations of behavioural economics are laid. Therefore, we turn our attention towards the models and theories that aim to explain consumer behaviour through economic and general stimuli, mediating variables, promotional messages and marketing, the consumer's individual information processing capacity and the five values of consumption (George Katona's theory, Francesco M. Nicosia's theory, the Engel-Kollat-Blackwell consumer behaviour model, the information processing theory of consumer choice proposed by James R. Bettman and the theory of consumption values developed by Jagdish N. Sheth, Bruce I. Newman and Barbara L. Gross).

At the conclusion of the second chapter, we align to the previous contemporary efforts to approach consumer behaviour as "the totality of consumers' decisions with respect to the acquisition, consumption, and disposition of goods, services, activities, experiences, people, and ideas by (human) decision-making units over time" (Jacoby, 1976, p. 332; Hoyer, MacInnis, & Pieters, 2023, p.25). Accordingly, we present the specific elements of consumer psychology (*motives and motivation*, *human cognitive processes* and the *decision-making*), as well as the role of consumer culture (*reference groups* and *consumer segmentation*) in determining consumer decisions.

***The third chapter***, titled "*Consumer Behaviour under Digital Transformation Conditions*" brings *digitalization* and *digital transformation* back to the centre of our investigations. Initially, we outline the conceptual boundaries of the terms of "digitization", "digitalization" and "digital transformation", while highlighting the primary objectives, promises and challenges associated with the latter. The chapter discusses several emerging technologies (Big Data Analytics, artificial intelligence and generative artificial intelligence and the Metaverse) and marketing influences (the desire of sustainability), relevant in the current context of the dynamic relationships between consumers and retailers, as well as for redefining the consumer experience within websites and e-commerce platforms.

Considering the omnipresence of digital technology and the expansive nature of virtual environments, *the third chapter* proposes a behavioural approach for defining the *Homo Digitalis* consumer. We theorize the concept of the *extended self of digital nature*, the

*multiple virtual identities*, dependent on the technological environment in which the consumer "navigates", consumer's identification with the virtual representation (*the avatar*), the enactment of social norms through comments and reactions within digital platforms (*the collaborative construction of the self*) and the creation of a collective memory through the many digital traces and interactions (*distributed memory*).

We also discuss emerging trends in consumer behaviour: the substitution of traditional goods and services with digital alternatives accessible from the comfort of one's own house (*dematerialisation of goods and services*) and the shift from a preference for private ownership to consumption practices that promote the shared use of goods and services (*collaborative consumption*). Additionally, we discuss parasocial interactions and the role of social networks and electronic-word-of-mouth (eWOM) in determining purchase intention and consumer behaviour.

In the final section of *the third chapter*, we address two new field of study, both aimed at investigating consumer behaviour, which are ethically and morally controversial, but which allow the objective interpretation of consumers' responses to the environmental and marketing stimuli to which consumers are exposed. *Neuromarketing* and *neuroeconomics* are two interdisciplinary fields of study, at the intersection of neuroscience, psychology and economics, focusing on the analysis of the neural activity of the subjects in cause in order to validate hypotheses of neoclassical and behavioural economics.

**The fourth and final chapter** dedicated to the review of specialized literature, titled "*The Consumer in the Digital Era: At the Intersection of 'Sovereignty' and Risk*," is based on the observation that the dissemination of a large volume of mixed information within modern digital media contributes to blurring the boundaries between activities specific to consumption (identification of need, search for alternatives and information about them, actual acquisition) and other activities related to economic, social or political life. Accordingly, the aim of this chapter is to achieve two theoretical objectives.

On one hand, we outline the institutional and legislative framework concerning consumer protection in general, with a particular focus on the regulation of distance contracts and electronic commerce, while also referencing the protection of personal data. Simultaneously, we argue the apparent dichotomy between the assumption of consumer sovereignty and their vulnerability on the market by illustrating the shortcomings of the current definition of the concept of "vulnerable consumer".

On the other hand, we elaborate on several of the many risk factors to which the modern consumer is exposed within the digital market of goods and services. Starting from

the choice architecture, we argue that in the case of e-commerce, some economic operators purposefully design the digital platforms and the organization of content in a manner that directs human attention towards their desired outcome. As a result, a scenario emerges in which the consumer will engage in an action within the platform or make a consumption decision, often without being aware of it (at the time).

We use the term "malicious platform design" to refer to those strategies aimed at undermining consumer's decision-making ability, including: *emotional manipulation*, *content masking*, *inaccurate information presentation*, *biased framing*, *use of default settings*, or *creating information asymmetry through the integration of smart technology*.

In the category of risks specific to digital technology, we must also mention the sale of *counterfeit* or *illegal products*. In the context of digitalization, this longstanding dilemma is exacerbated by the diversification of the means by which transactions and exchanges can take place between consumers and economic operators, as well as between consumers and other consumers, and has adverse consequences for their health, safety and security, as well as for the prejudiced industry and the environment. Along with these, *cyberterrorism* and *cybercrime* represent specific risks associated with an online presence and the procurement of goods and services through electronic means.

*The fourth chapter* concludes with an examination of the specific risks and challenges related to human cognition, that restrict consumers' ability to make optimal consumption decisions. *Information overload* can result in suboptimal consumption decisions or the adoption of such decisions based on external influences. *Mental heuristics* and *specific biases* affect consumers' decision-making based on isolated elements, perceived as representative (*representativeness heuristic*), easily accessible information (*accessibility heuristic*) or deeply rooted personal beliefs, even when erroneous (*confirmation bias*). Finally, the chapter discusses the *theory of prospects*, which explains the human natural tendency of consumers to avoid risk in the context of prospective gains and to pursue risk in the context of prospective losses.

*The fifth chapter*, titled "*Modelling the Results of Consumer Behaviour Research*" begins with a rationale for the research approach, which considers the link between the net disposable income, the unemployment rate and the household final consumption expenditure (private consumption), as identified in the reviewed literature. Given the relatively limited body of literature addressing the impact of digital transformation on private consumption dynamics, the inclusion of three variables meant to illustrate the current state of digital

transformation within European Union, alongside the healthy life expectancy at birth, are novel elements aimed at progressing the knowledge in the field of consumer behaviour.

*The primary objective of the quantitative research* is to evaluate the impact of digital transformation on the real per capita household final consumption expenditure (final consumption), utilizing panel data regression models. In this regard, six distinct hypotheses have been proposed. The first three hypotheses assume that (H1) *the development of digital infrastructure*, (H2) *the increase in the penetration of mobile cellular technology* and (H3) *the intensification of Internet use positively and significantly influence final consumption*. Regarding the other explanatory variables, the research hypotheses are: (H4) *an increase in net disposable income per capita will lead to an increase in final consumption*, (H5) *an increase in the unemployment rate among the working-age population will lead to a decrease in final consumption*, and (H6) *an increase in healthy life expectancy at birth will lead to an increase in final consumption*.

The data required for the quantitative analysis were obtained in accordance with the established hypotheses from official international databases, including Eurostat, the ILOSDG database of the International Labour Organization (ILO), and the DataHub portal of the International Telecommunication Union (ITU). The analysis focused on *the period from 2005 to 2021* and on *26 member states of the European Union*. The only country excluded was Malta, due to the unavailability of historical data concerning net disposable income per capita. The only modification to the data was to apply a logarithmic transformation to the series.

To construct the econometric model, a rigorous methodology was employed, which involved conducting comprehensive preliminary analyses of the selected variables and adhering to the necessary steps for estimating a panel data regression model. During the preliminary analyses, we have considered the *descriptive analysis of all the variables considered* within the analysis, the *evaluation of the multicollinearity* between the *explanatory variables*, both by means of *the correlation matrix* and the *calculated values of variance inflation factors* and *testing the stationarity in the time series* (the Levin, Lin & Chu t\*, Im, Pesaran & Shin W-stat, ADF - Fisher Chi-square & PP - Fisher Chi-square tests).

In the estimated regression models, the non-stationary series I(1) were included at first difference, while the stationary series I(0) were included at level. Initially, a Pooled OLS regression model was estimated, followed by the estimation of the fixed effects and random effects regression models, both cross-sectionally and over time (for each country and each year under analysis). To determine the appropriate model for interpretation,

*the redundant fixed-effects test* and *the Hausman test* were applied and *a comparison of the estimated coefficients* was conducted between the time fixed effects model and the time random effects model.

Based on the results of previous tests, a time random effects model was selected. To correct heteroscedasticity, the model was also estimated using *the consistent estimator proposed by White*. A detailed interpretation of the estimation results can be found in the subchapter dedicated to preliminary conclusions in the fifth chapter of the doctoral thesis. The results indicate the acceptance of two of the *a priori* assumptions (H4 and H5) and the rejection of the remaining four assumptions (H1, H2, H3, and H6). In other words, the coefficients calculated for net disposable income per capita and the unemployment rate are statistically significant and follow the expected signs, whereas the coefficient calculated for healthy life expectancy at birth is not statistically significant. On the other hand, the share of Internet users in the total population is the only digital transformation variable for which the coefficient is statistically significant at the 10% level, although the sign of the calculated coefficient differs from the anticipated one.

## **GENERAL CONCLUSIONS AND PERSONAL CONTRIBUTIONS**

By corroborating the results of the critical analysis of the reviewed literature with those of the quantitative research, this ample research approach provides numerous theoretical-methodological and practical-applicative contributions that are highly relevant. One of the key innovative contributions is the use of an interdisciplinary approach that facilitates the theorization of consumer behaviour as an integral part of human conduct, which is subject to adaptation following repeated exposure to digital technology.

Additionally, the inclusion of a substantial number of recent publications has enabled the mapping of the current state of knowledge in the field and has shown that the understanding of consumer behaviour in the context of digitalization and digital transformation is still in its early stages. This is attributed to both the lack of long-term official data series on aspects related to the digital transformation process (impediment to conducting quantitative research) and to the rapid development of digital technologies, which require qualitative research to be oriented towards investigating previously unexplored areas. Among these, the doctoral thesis makes a concise overview of consumer's *virtual representations, marketing and promotion within virtual worlds*, as well as the new perspectives introduced by the integration of *artificial intelligence*.

*The main theoretical and practical-applicative implications* derived from this research approach and addressed to *economic operators and marketing and promotion specialists* are as follows:

- ◆ It is necessary to expand the activity of economic operators and especially small and medium-sized enterprises (SMEs) in the digital environment, thus ensuring the exposure of consumers to their offers.
- ◆ Promotional campaigns should consider segmenting the target audience according to the geographical, demographic, sociological, psychographic and behavioural characteristics of the targeted consumers.
- ◆ Efforts directed towards product innovation should align with the new consumer preferences for accessing services and goods in digital format over conventional ones (*dematerialisation*) and for the shared use of goods and services (*collaborative consumption*).
- ◆ The integration of advanced IT solutions (Big Data Analytics, artificial intelligence, and interactive virtual reality) can be viable strategies to appeal consumers' attention and increase their satisfaction.
- ◆ The implementation of intelligent chatbots within e-commerce platforms to replace activities specific to the five stages of the customer journey can lead to more effective communication, reduce the risk of abandonment of products in the cart and develop loyal relationships with the brand.
- ◆ The ethical application of concepts such as the choice architecture, the framing of offers (*the theory of prospects*), the use of default settings and the accessibility of information can lead to attracting a greater number of consumers.

*With regard to the elaboration of social policies and legislative regulations* on consumer protection, the following points are highlighted:

- ◆ The need to strengthen the legislative and institutional framework so that it is suitable for commercial transactions conducted through electronic means.
- ◆ The need to include provisions governing the design of e-commerce platforms and the content displayed, with the specific objective of preventing any use of malicious design elements.

- ◆ Defining the framework, purpose and activities for which economic operators are permitted to use emerging technologies that facilitate smart display through advanced analytics and anticipation of future e-commerce users' behaviours.
- ◆ The need to establish mechanisms for the control and monitoring of economic operators engaged in digital markets for the sale and resale of goods and services (including social networks, and the various novel platforms that facilitate consumer-to-consumer transactions, etc.).
- ◆ Redefining the concept of vulnerable consumer, so that its understanding includes those particular situations in which an average consumer may find himself in a vulnerable position, regardless of criteria related to the income level, the presence of deficiencies or his age and credulity.
- ◆ Ensuring the digital literacy of the average consumer through information and education campaigns and programs aimed at increasing the safe browsing capacity of e-commerce platforms.
- ◆ Improving the regulation of promotional campaigns carried out through personalities that have gone viral in the digital environment.

*From a methodological viewpoint*, the quantitative research conducted following the methodology of panel data regression models has the advantage of analysing a large population ( $N = 26$  states) over a long period of time ( $T = 17$  years). The findings of the analysis performed for the period between 2005 and 2021 can be interpreted to assess the following at a 10% significance level, holding all other variables constant:

- ◆ The 1% year-on-year increase in net disposable income per capita will result in a 0.572% increase in year-on-year real household final consumption expenditure per capita.
- ◆ A 1% increase in the annual unemployment rate among the working-age population will result in a 0.066% reduction in real household final consumption expenditure per capita.
- ◆ A 1% increase in healthy life expectancy at birth will result in a reduction of 0.036 p. p. in the annual rate of real household final consumption expenditure.
- ◆ A 1% increase in the proportion of Internet users will result in a reduction of 0.016 p.p. in the annual rate of real household final consumption expenditure.

Our findings are consistent with previous academic literature that has found a positive and statistically significant relationship between private consumption and income (Ianolă & Druică, 2015; Alp & Seven, 2019), and with those that confirm the hypothesis of a negative relationship between the unemployment rate and household final consumption (Fagereng et al., 2024). In addition, although the sign of the calculated coefficient is different from the anticipated one, the existence of a significant, but negative relationship between Internet use and final consumption is confirmed (Gallo, 2019; Benvenuto et al., 2020).

*The main limitations of the research* refer to the configuration of the panel and the nature of the variables used as vectors of digital transformation, which do not allow for qualitative discriminations. We expect that applying the analysis to different populations and time periods will lead to different results. Ultimately, the model endogeneity should be addressed, which is why future research should consider the use of econometric models that allow for the significant reduction of endogeneity (*e.g.* the ARDL model).

In conclusion, we propose *several directions for future research and strategies*, among which: the study of the differences between the consumption behaviour of digital natives and that of previous generations; the comparative analysis of the motives, motivations and perceptions of heterogeneous consumer groups; and the development of novel theoretical conceptual models to illustrate the decision-making processes of consumers in modern e-commerce websites and applications, with subsequent validation in practice through experimentation.

## BIBLIOGRAPHY

- [1] Aaker, J. L., Rudd, M., & Mogilner, C. (2011). If money does not make you happy, consider time. *Journal of Consumer Psychology*, 21(2), 126–130. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.01.004>
- [2] Academia Regală Spaniolă [RAE]. (2012). *José B. Terceiro*. [Blog post]. Preluat la data de 11 Iunie 2024 de pe Academia Regală Spaniolă ( RAE ). Disponibil online la: <https://www.rae.es/academico/jose-b-terceiro>
- [3] Academia Română (2009). *Emoție*. În Coteanu, I. & Mareș, L. (Coord) Dicționarul explicativ al limbii române (ediția a II-a revăzută și adăugită). Institutul de Lingvistică al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”, Editura Univers Enciclopedic.
- [4] Academia Română. (2010a). *Achiziție*. În Coteanu, I. (Coord) Micul dicționar academic (ediția a II-a). Institutul de Lingvistică al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”, Editura Univers Enciclopedic.
- [5] Academia Română. (2010b). *Comportament*. În Coteanu, I. (Coord) Micul dicționar academic (ediția a II-a). Institutul de Lingvistică al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”, Editura Univers Enciclopedic.
- [6] Academia Română. (2010c). *Consumator*. În Coteanu, I. (Coord) Micul dicționar academic (ediția a II-a). Institutul de Lingvistică al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”, Editura Univers Enciclopedic.
- [7] Academia Română. (2010d). *Engramă*. În Coteanu, I. (Coord) Micul dicționar academic (ediția a II-a). Institutul de Lingvistică al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”, Editura Univers Enciclopedic.
- [8] Adel, A. (2022). Future of Industry 5.0 in society: human-centric solutions, challenges, and prospective research areas. *Journal of Cloud Computing*, 11, 40 doi: <https://doi.org/10.1186/s13677-022-00314-5>
- [9] Adhikari, R., & Tesfachew, T. (2024, Martie 27). *The Least Developed Countries are falling behind on digital transformation — here's what to do*. Preluat la data de 25 Mai 2024 de pe eTrade for All <https://etradeforall.org/news/the-least-developed-countries-are-falling-behind-on-digital-transformation-heres-what-to-do/>
- [10] Adjerid, I., Acquisti, A., & Loewenstein, G. (2018). Choice Architecture, Framing, and Cascaded Privacy Choices. *Management Science*, 65(5), doi: <https://doi.org/10.1287/mnsc.2018.3028>
- [11] Akerlof, G. A. (1970). The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488–500. doi: <https://doi.org/10.2307/1879431>

- [12] Alexander, P. A., Schallert, D. L., & Reynolds, R. E. (2009). What Is Learning Anyway? A Topographical Perspective Considered. *Educational Psychologist*, 44(3), 176–192. doi: <https://doi.org/10.1080/00461520903029006>
- [13] Alvino, L., Pavone, L., Abhishta, A., & Robben, H. (2020). Picking Your Brains: Where and How Neuroscience Tools Can Enhance Marketing Research. *Frontiers in Neuroscience*, 14. doi: <https://doi.org/10.3389/fnins.2020.577666>
- [14] Alp, E., & Seven, Ü. (2019). The dynamics of household final consumption: The role of wealth channel. *Central Bank Review*, 19(1), 21–32. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cbrev.2019.03.002>
- [15] Am, J. B., Doshi, V., Noble, S., & Malik, A. (2023, Februarie). Consumers care about sustainability—and back it up with their wallets. Preluat la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul McKinsey & Company: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/consumers-care-about-sustainability-and-back-it-up-with-their-wallets>
- [16] American Psychological Association [APA]. (2018a). *Covert behavior*. În APA Dictionary of Psychology. Preluat la data de 11 Iunie 2024 de pe Website-ul APA Dictionary of Psychology: <https://dictionary.apa.org/covert-behavior>
- [17] American Psychological Association [APA]. (2018b). *Perception*. În APA Dictionary of Psychology. Preluat la data de 20 Iulie 2024 de pe Website-ul APA Dictionary of Psychology: <https://dictionary.apa.org/perception>
- [18] Anderson, N. H. (1965). Primacy effects in personality impression formation using a generalized order effect paradigm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2(1), 1–9. doi: <https://doi.org/10.1037/h0021966>
- [19] Anghelache, C., Gheorghe, M. & Nuță, O. (2012) Using the GDP Deflator in the Process of Transition to Market Economy. *Revista Română de Statistică*
- [20] Anghelache, C., Anghel, M.-G., Marinescu, I., Samson, T., & Dumbravă, Ş.-G. (2018) Principalele aspecte teoretice privind deflatarea indicatorilor macroeconomici. *Revista Română de Statistică*, 4
- [21] Anghelache, G.-V., Anghelache, C. & Răduț, C.-M. (2020). Conturile naționale în sistemul informațional. *Revista Română de Statistică*, 11.
- [22] Antonescu, D. (2020). Supporting Small and Medium Size Enterprises through the Covid-19 Crisis in Romania. *Central European Journal of Geography and Sustainable Development*, 2(1), 38–57. doi: <https://doi.org/10.47246/cejgsd.2020.2.1.4>
- [23] Aperghis, G. G. (2004). PS.-Aristotle's Oikonomika, Book 2. În *The Seleukid Royal Economy: The Finances and Financial Administration of the Seleukid Empire* (pp. 117–136). Cambridge: Cambridge University Press. doi: <https://doi.org/10.1017/cbo9780511482694.009>

- [24] Ariffin, S. K., Mohan, T., & Goh, Y.-N (2018). Influence of Consumers' Perceived Risk on Consumers' Online Purchase Intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(3), 309–327. doi: <https://doi.org/10.1108/jrim-11-2017-0100>
- [25] Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868–882. doi: <https://doi.org/10.1086/426626>
- [26] Asli, D.-K., Klapper, L., Singer, D. & Ansar. S. (2022). *The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19*. Washington, DC: World Bank. doi: <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1897-4>. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO
- [27] Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. *The Academy of Management Review*, 14(1), 20–39. doi: <https://doi.org/10.2307/258189>
- [28] Aspers, P. (1999). The Economic Sociology of Alfred Marshall: An Overview. *The American Journal of Economics and Sociology*, 58(4), 651–667. Preluat la data de 11 Iunie 2024 de pe <https://www.jstor.org/stable/3488001>
- [29] Asteriou, D. & Hall, S.-G. (2021) *Applied Econometrics*. (a patra ediție) Macmillan International.
- [30] Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor [ANPC]. (2023). *Istoric*. Preluat la data de 28 Iunie 2024 de pe Website-ul ANPC <https://anpc.ro/istoric/>
- [31] Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor [ANPC]. (2024). *ANPC a amendat cu 5 milioane de lei cele peste 230 de magazine Mega Image controlate*. Preluat la data de 28 Iunie 2024 de pe Website-ul ANPC <https://anpc.ro/anpc-a-amendat-cu-5-milioane-de-lei-cele-peste-230-de-magazine-mega-image-controlate/>
- [32] Autoritatea Națională de Reglementare în domeniul Energiei [ANRE] (2024, Iunie). *Cum devin prosumator*. Preluat la data de 11 Iulie 2024 de pe Website-ul ANRE. <https://anre.ro/consumatori/energie-electrica/cum-devin-prosumator/>
- [33] Autoritatea Națională pentru Administrare și Reglementare în Comunicații [ANCOM]. (2022 Septembrie) *Regulament de Organizare și Funcționare. Aprobat prin Decizia președintelui ANCOM nr. 662/20.06.2019, modificat prin Decizia nr. 762/26.07.2019, Decizia nr. 981/02.10.2019, Decizia nr. 1361/11.12.2019, Decizia nr. 1419/20.12.2019, Decizia nr. 160/26.02.2020, Decizia nr. 552/29.05.2020 și Decizia nr. 924/24.09.2020*. Preluat la data de 27 Iulie 2024 de pe ANCOM: [https://www.ancom.ro/uploads/articles/file/ANCOM/ROF\\_septembrie\\_2020.pdf](https://www.ancom.ro/uploads/articles/file/ANCOM/ROF_septembrie_2020.pdf)
- [34] Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor [ANSVSA] (2023). *Plan Național Unic De Control Integrat Pentru România*. Preluat la data de 25 Iulie 2024 de pe Website-ul ANSVSA: [https://www.ansvs.ro/download/pncui/pncui-plan\\_anual/2023-2027-Planul-National-Multianual-Unic-De-Control-Integrat-Pentru-Romania.pdf](https://www.ansvs.ro/download/pncui/pncui-plan_anual/2023-2027-Planul-National-Multianual-Unic-De-Control-Integrat-Pentru-Romania.pdf)

- [35] Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor [ANSVSA] (2024a). *Lista produselor rechemate în anul 2024. Rechemare/Retragere produse alimentare*. Preluat la data de 25 Iulie 2024 de pe Website-ul ANSVSA: <https://www.anvs.sa.ro/informatii-pentru-public/produse-rechemateretrase/>
- [36] Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor [ANSVSA] (2024b). *Unități de vânzare cu amanuntul cu activitatea interzisă*. Preluat la data de 25 Iulie 2024 de pe Website-ul ANSVSA: <https://www.anvs.sa.ro/industrie-si-affaceri/unitati-de-vanzare-cu-amanuntul-cu-activitatea-interzisa/>
- [37] Atkinson, R. C., & Shiffrin, R. M. (1968). Human Memory: A Proposed System and its Control Processes. *Psychology of Learning and Motivation*, 89–195. doi: [https://doi.org/10.1016/s0079-7421\(08\)60422-3](https://doi.org/10.1016/s0079-7421(08)60422-3)
- [38] Atkinson, R. C., & Shiffrin, R. M. (1971). The control of short-term memory. *Scientific American*, 225(2), 82–90. doi: <https://doi.org/10.1038/scientificamerican0871-82>
- [39] Backhaus, K., Awan, A. (2019). The Paradigm Shift in Customer Analysis: Marketing or IT-Driven?. In: Bergener, K., Räckers, M., Stein, A. (eds) *The Art of Structuring* (pp 337- 349). Springer, Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-06234-7\\_32](https://doi.org/10.1007/978-3-030-06234-7_32)
- [40] Bagadiya, J. (2024a, Mai). *38 Facebook Statistics and Facts for Every Marketer in 2024*. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul SocialPilot. <https://www.socialpilot.co/facebook-marketing/facebook-statistics>
- [41] Bagadiya, J. (2024b, Februarie). *75+ Instagram Statistics Marketers Need to Know in 2024*. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul SocialPilot. <https://www.socialpilot.co/instagram-marketing/instagram-stats>
- [42] Balaure, V., Adăscăliței, V., Boboc, Ș., & Bălan, C. (2002). Marketing (ediția a II-a). Editura Uranus, București
- [43] Baltagi, H.-B. (2021) *Econometric Analysis of Panel Data*. Springer, Cham.
- [44] Bandura, A. (1971) *Social Learning Theory*. General Learning Press, New York. Preluată la data de 22.07.2024 de pe Website-ul ASE: [https://www.asecib.ase.ro/mps/Bandura\\_SocialLearningTheory.pdf](https://www.asecib.ase.ro/mps/Bandura_SocialLearningTheory.pdf)
- [45] Banks, J., & Bowman, N. D. (2021). Some Assembly Required: Player Mental Models of Videogame Avatars. *Frontiers in Psychology*, 12. doi: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.701965>
- [46] Bădileanu, M., Ionel, I.-P., Aurelian, J., Cristian, D.-A., **JUDE, C.-R.**, Georgescu, L.-I., și Răpan., I. (2023). Perception and Deception in Nurses' Clinical and Work-Related Professional Autonomy: Case Study for a Hospital in Romania. *Sustainability*, 15(1):355., doi: <https://doi.org/10.3390/su15010355>
- [47] Bearden, W. O., & Etzel, M. J. (1982). Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decisions. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 183–194. <http://www.jstor.org/stable/2489127>

- [48] Bee, M., & Desmarais-Tremblay, M. (2023). The Birth of Homo Oeconomicus: the Methodological Debate on the Economic Agent from J. S. Mill to V. Pareto. *Journal of the History of Economic Thought*, 45(1), 1–26. doi: <https://doi.org/10.1017/S1053837221000535>
- [49] Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139. doi: <https://doi.org/10.1086/209154>
- [50] Belk, R. W. (2013). Extended Self in a Digital World: Table 1. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477–500. doi:10.1086/671052
- [51] Belk, R. W. (2016). Extended self and the digital world. *Current Opinion in Psychology*, 10, 50–54. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.11.003>
- [52] Bennett, N., & Lemoine, G. J. (2014). What a Difference a Word Makes: Understanding Threats to Performance in a VUCA World. *Business Horizons*, 57(3), 311–317. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.01.001>
- [53] Bennett, P. D. (1995). *Consumer Behavior*. În AMA Dictionary of Marketing Terms (2nd ed., p. 59). McGraw-Hill.
- [54] Benkler, Y. (2006). Individual Freedom: Autonomy, Information, and Law. În *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom* (pp. 133–175). Yale University Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt1njknw.10>
- [55] Bentham, J. (1843). *A Manual Of Political Economy*. History of Economic Thought Books.
- [56] Bercea, L. (2018) Standardul „consumatorului mediu” și consumămantul pentru prelucrarea datelor cu caracter personal. *Revista romana de drept privat nr. 1/2018*.
- [57] Bettman, J. R. (1979). An Information Processing Theory of Consumer Choice. Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
- [58] BEUC (2022). BEUC Comments on the EDPB Guidelines on Dark Patterns in Social Media Platform Interfaces. BEUC-X-2022-04
- [59] Bică, G. (2020). *Evoluția criminalității informatice și prevederi normative pentru combaterea acesteia* [Resursă Online]. Denumire Proiect: iNFOLEX Program: POCA/491/126354 Beneficiar: Asociația Societatea Națională Spiru Haret Pentru Educație, Știință și Cultură, Romania. iNFOLEX. Preluată la data de 24 Februarie 2024 de la: [https://infolex.snsrh.ro/wp-content/uploads/2020/12/202010\\_Bica\\_Gheorghe\\_Livrabile.pdf](https://infolex.snsrh.ro/wp-content/uploads/2020/12/202010_Bica_Gheorghe_Livrabile.pdf)
- [60] Biroului Națiunilor Unite pentru Droguri și Criminalitate [UNODC]. *Module 14: Hacktivism, Terrorism, Espionage, Disinformation Campaigns and Warfare in Cyberspace*. [Resursă Online]. Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul UNODC: <https://www.unodc.org/e4j/en/cybercrime/module-14/key-issues/cyberterrorism.html>

- [61] Bloomberg, J. (2022, Aprilie). *Digitization, Digitalization, And Digital Transformation: Confuse Them At Your Peril* [Blog Post]. Preluat la data de 10 Iunie 2024 de pe Webiste-ul Forbes: <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/>
- [62] Borsatto, J. M. L. S., Marcolin, C. B., Abdalla, E. C., & Amaral, F. D. (2024). Aligning community outreach initiatives with SDGs in a higher education institution with artificial intelligence. *Cleaner and Responsible Consumption*, 12, 100160. doi: <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100160>
- [63] Bonilla, F. Q. (2005). De la cultura a la Cibercultura. *Hallazgos*, 2(4). doi: <https://doi.org/10.15332/s1794-3841.2005.0004.14>
- [64] Boyd, R. (2020). The Early Modern Origins of Behavioral Economics. *Social Philosophy and Policy*, 37(1), 30–54. doi: <https://doi.org/10.1017/S0265052520000035>
- [65] Brandstätter, V., Hennecke, M. (2018). Goals. În: Heckhausen, J., Heckhausen, H. (eds) *Motivation and Action*. (pp 453–484) Springer, Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-65094-4\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-319-65094-4_11)
- [66] Breuer, R., Fanderl, H., Hedwig, M., & Meuer, M. (2020, Aprilie). Service industries can fuel growth by making digital customer experiences a priority. [Resursă Online]. Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul McKinsey & Company: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/service-industries-can-fuel-growth-by-making-digital-customer-experiences-a-priority>
- [67] Brown, S., Gray, D., & Roberts, J. (2015). The relative income hypothesis: A comparison of methods. *Economics Letters*, 130, 47–50. doi: <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2015.02.031>
- [68] Bruni, L., & Sugden, R. (2007). The road not taken: how psychology was removed from economics, and how it might be brought back. *The Economic Journal*, 117(516), 146–173. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2007.02005.x>
- [69] Bryan, M. A., & Hill, A. E. (2024). Worldwide Illicit and Counterfeit Alcoholic Spirits: Problem, Detection, and Prevention. *Journal of the American Society of Brewing Chemists*, 82(3), 187–203. doi: <https://doi.org/10.1080/03610470.2024.2319934>
- [70] Camarinha-Matos, L. M., Fornasiero, R., Ramezani, J., & Ferrada, F. (2019). Collaborative Networks: A Pillar of Digital Transformation. *Applied Sciences*, 9(24), 5431. doi: <https://doi.org/10.3390/app9245431>
- [71] Caamaño-Alegre, M. (2021). On glasses half full or half empty : understanding framing effects in terms of default implicatures. *Synthese*, 199(3–4), 11133–11159. doi: <https://doi.org/10.1007/s11229-021-03282-6>

- [72] Cao, P., & Liu, S. (2023). The Impact of Artificial Intelligence Technology Stimuli on Sustainable Consumption Behavior: Evidence from Ant Forest Users in China. *Behavioral Sciences*, 13(7), 604. doi: <https://doi.org/10.3390/bs13070604>
- [73] Campbell, C. (2021). Consumption and the Rhetorics of Need and Want. În *Consumption and Consumer Society. Consumption and Public Life* (pp 99–120) Palgrave Macmillan, Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-83681-8\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-030-83681-8_7)
- [74] Camerer, C. (1999). Behavioral economics: Reunifying psychology and economics. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 96(19), 10575–10577. doi: <https://doi.org/10.1073/pnas.96.19.10575>
- [75] Camerer, C. F., Loewenstein, G., & Rabin, M. (Eds.). (2004). *Advances in Behavioral Economics*. Princeton University Press. doi: <https://doi.org/10.2307/j.ctvcm4j8j>
- [76] Camerer, C. F. (2007). Neuroeconomics: Using Neuroscience to Make Economic Predictions. *The Economic Journal*, 117(519), C26–C42. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2007.02033.x>
- [77] Cardenas, J. C., & Carpenter, J. (2008). Behavioural Development Economics: Lessons from Field Labs in the Developing World. *The Journal of Development Studies*, 44(3), 311–338. doi: <https://doi.org/10.1080/00220380701848327>
- [78] Carrillo-Rodríguez, J. (2010) Tecnología y Acción Pública: Una Visión Determinista (Technology and Public Action: A Deterministic Vision) *Opera*, 10, p. 7, Disponibil online la: <https://ssrn.com/abstract=2056454>
- [79] Cascio, J. (2020, Aprilie). *Facing the Age of Chaos*. [Blog Post] Preluat la data de 11 Iunie 2024 de pe Webiste-ul Medium <https://medium.com/@cascio/facing-the-age-of-chaos-b00687b1f51d>
- [80] Cassidy, C. (2022, Mai). *Shrinkflation bites: popular food brands quietly downsize while charging same price or more*. [Resursă online] Preluat la data de 21 Iulie 2024 de pe Website-ul The Guardian. <https://www.theguardian.com/business/2022/may/19/shrinkflation-bites-popular-food-brands-quietly-downsize-while-charging-same-price-or-more>
- [81] Castillo, M. (2024, Iulie). *Election deepfakes could undermine institutional credibility, Moody's warns*. [Resursă online] Preluat la data de 25 Iulie 2024 de pe Website-ul CNBC: <https://www.cnbc.com/2024/07/10/election-deepfakes-undermine-institutional-credibility-moodys.html>
- [82] Catapano, R., Shennib, F., & Levav, J. (2022). Preference Reversals Between Digital and Physical Goods. *Journal of Marketing Research*, 59(2), 353–373. <https://doi.org/10.1177/00222437211065020>
- [83] Cătoiu, I., & Teodorescu, N. (2004). Comportamentul consumatorului (II). Editura Uranus.

- [84] Chan, E. Y. (2024) Consumer Behavior in Practice. Strategic Insights for the Modern Marketer. Palgrave MacMillan. doi: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-50947-6>
- [85] Chang, Y., & Durante, K. M. (2022). Why consumers have everything but happiness: An evolutionary mismatch perspective. *Current Opinion in Psychology*, 46, 101347. doi: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101347>
- [86] Chatzidakis, A., & Lee, M. S. W. (2012). Anti-Consumption as the Study of Reasons against. *Journal of Macromarketing*, 33(3), 190–203. doi: <https://doi.org/10.1177/0276146712462892>
- [87] Chen, H. (Allan), Marmorstein, H., Tsilos, M., & Rao, A. R. (2012). When more is Less: The Impact of Base Value Neglect on Consumer Preferences for Bonus Packs over Price Discounts. *Journal of Marketing*, 76(4), 64–77. doi: <https://doi.org/10.1509/jm.10.0443>
- [88] Chen, H., Ning, X., Wang, L., & Yang, J. (2018). Acquiring New Factual Information: Effect of Prior Knowledge. *Frontiers in Psychology*, 9. doi: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01734>
- [89] Chen, J. (2024, Iulie). Theory of Liquidity Preference. [Resursă online] Preluată la data de 08 August 2024 de pe Website-ul Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/l/liquiditypreference.asp>
- [90] Cheung, M.L., Leung, W.K.S., Yang, M.X., Koay, K.Y. and Chang, M.K. (2022), Exploring the nexus of social media influencers and consumer brand engagement, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(10), 2370-2385. doi: <https://doi.org/10.1108/APJML-07-2021-0522>
- [91] Chiesa-Estomba, C. M., Lechien, J. R., Vaira, L. A., Brunet, A., Cammaroto, G., Mayo-Yanez, M., Sanchez-Barrueco, A., & Saga-Gutierrez, C. (2024). Exploring the potential of Chat-GPT as a supportive tool for sialendoscopy clinical decision making and patient information support. *European Archives of Oto-Rhino-Laryngology*. doi: <https://doi.org/10.1007/s00405-023-08104-8>
- [1] Chirat, A. (2024). Consumer Sovereignty in the Digital Society. In *Research in the history of economic thought and methodology* (pp. 35–54). <https://doi.org/10.1108/s0743-41542024000041c003>
- [2] Centrul European al Consumatorilor din România [ECC România] (2024 Aprilie) *125.000 euro recuperati de Centrul European al Consumatorilor pentru consumatori, în primul trimestru al anului 2024*. [Resursă online] Preluat la data de 25 Iulie 2024 de pe Website-ul ECC România: <https://eccromania.ro/125000-euro-recuperati-centrul-european-consumatorilor-primul-trimestru-2024/>

- [3] Ceravolo, M. G., Fabri, M., Fattobene, L., Polonara, G., & Raggetti, G. (2019). Cash, Card or Smartphone: The Neural Correlates of Payment Methods. *Frontiers in Neuroscience*, 13. doi: <https://doi.org/10.3389/fnins.2019.01188>
- [4] Chen, Y., Shang, R., & Kao, C. (2009). The effects of information overload on consumers' subjective state towards buying decision in the internet shopping environment. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(1), 48–58. doi: <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2008.09.001>
- [5] Chen, B., & Madni, G. R. (2023). Achievement of sustainable environment through effectiveness of social media in Z generation of China. *PLoS ONE*, 18(11), e0292403. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0292403>
- [6] Chopdar, P. Kr., Korfiatis, N., Sivakumar, V. J, & Lytras, M. D. (2018). Mobile shopping apps adoption and perceived risks: A cross-country perspective utilizing the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Computers in Human Behavior*, 86, 109–128. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.017>
- [7] Cialdini, R. (1984). Influence. The Psychology of Persuasion. New York, NY: William Morrow e Company.
- [8] Cismaru, D.-M., Gazzola, P., Ciochina, R.S. și Leovaridis, C. (2018). The rise of digital intelligence: challenges for public relations education and practices,. *Kybernetes*. 47(10), 1924-1940. doi: <https://doi.org/10.1108/K-03-2018-0145>
- [9] Clark, E. (2023, Noiembrie). *How Retailers Are Using AI To Manipulate Consumer Shopping*. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul Forbes: <https://www.forbes.com/sites/elijahclark/2023/11/28/how-retailers-are-using-ai-to-manipulate-consumer-shopping/>
- [10] Clark, S. (2021, Iulie) [Resursă online] *Lessons from Sweden. Health Action Research Group*. Preluată la data de 6 August 2024 de pe <https://www.healthactionresearch.org.uk/tackling-obesity/lessons-from-sweden/>
- [11] Clayton, R. B., Leshner, G., & Almond, A. (2015). The Extended iSelf: The Impact of iPhone Separation on Cognition, Emotion, and Physiology. *Journal of Computer-mediated Communication*, 20(2), 119–135. doi: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12109>
- [12] Collins, A. M., & Loftus, E. F. (1975). A spreading-activation theory of semantic processing. *Psychological Review*, 82(6), 407–428. doi: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.82.6.407>
- [13] Comisia Europeană, Centrul Comun de Cercetare, Samoilă, S., López Cobo, M., Delipetrev, B. (2021). *AI watch, defining artificial intelligence 2.0: towards an operational definition and taxonomy for the AI landscape*, Oficiul pentru Publicații al Uniunii Europene. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul: <https://data.europa.eu/doi/10.2760/019901>

- [14] Consiliul Concurenței (2023). *Regulament din 28 noiembrie 2023 de organizare și funcționare a Consiliului Concurenței*. Monitorul Oficial al României nr. 1090 din 4 decembrie 2023. Disponibil la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/276939> Accesat la data de 26.07.2024.
- [15] Constantin, H. (2013). Homo Oeconomicus: Conceptual Aspects Between Dilemmas And Paradoxes. În *1st Annual International Interdisciplinary Conference* (AIIC), 24-26 Aprilie 2013, Azores, Portugalia. Preluat la data de 14 Iunie 2024 de la: <https://eujournal.org/index.php/esj/article/download/1413/1422>
- [16] Craik, F. & Jacoby, L. (2023) From Stores to Processes. În *Memory* (prima ediție). The MIT Press Essential Knowledge Series. The MIT Press. doi: <https://doi.org/10.7551/mitpress/14435.003.0005>
- [17] Crăciuneanu, V. (2013). Teorii și doctrine economice de la Aristotel la Samuelson. Editura Universitară, București.
- [18] Cristescu, A. & Tîlvăr G. (2019). The main factors of economic growth in the European Union. *Theoretical and Applied Economics*, 26(620), 5-20, Preluat la data de 6 august 2024 de la <https://store.ectap.ro/articole/1399.pdf>
- [19] CrowdStrike. (2024, Aprilie). *10 Types of Social Engineering Attacks - CrowdStrike*. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul crowdstrike.com: <https://www.crowdstrike.com/cybersecurity-101/types-of-social-engineering-attacks/>
- [20] Curtin, R. (2016). George Katona: A Founder of Behavioral Economics. În Frantz, R., Chen, S.-H., Dopfer, K., Heukelom, F., & Mousavi, S. (Eds.) *Routledge Handbook of Behavioral Economics*. (prima ediție) Routledge. doi: <https://doi.org/10.4324/9781315743479>
- [21] Dalmia, N. (2024, Iunie). *Few AI deepfakes identified in EU elections, Microsoft president says*. Preluat la data de 15 Iunie 2024 de pe Website-ul The Economic Times: <https://economictimes.indiatimes.com/tech/technology/few-ai-deepfakes-identified-in-eu-elections-microsoft-president-says/articleshow/110665893.cms?from=mdr>
- [22] Davidson, B. I., & Joinson, A. N. (2021). Shape Shifting Across Social Media. *Social Media + Society*, 7(1), 205630512199063. doi: <https://doi.org/10.1177/2056305121990632>
- [23] Dawkins, E., André, K., Axelsson, K., Benoit, L., Swartling, Å. G., & Persson, Å. (2019). Advancing sustainable consumption at the local government level: A literature review. *Journal of Cleaner Production*, 231, 1450–1462. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.176>

- [24] Dăncică, E.-D. (2017) *Probleme metodologice și aplicative privind utilizarea corelației și a regresiei în analiza legăturilor dintre variabilele socio-economice*. Editura Sitech, Craiova
- [25] De Houwer, J., Barnes-Holmes, D. & Moors, A. (2013) What is learning? On the nature and merits of a functional definition of learning. *Psychonomic Bulletin & Review*, 20, 631–642. doi: <https://doi.org/10.3758/s13423-013-0386-3>
- [26] De Martino, B., Camerer, C. F., & Adolphs, R. (2010). Amygdala damage eliminates monetary loss aversion. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107(8), 3788–3792. doi: <https://doi.org/10.1073/pnas.0910230107>
- [27] Demyen, S. (2022). From Fragility to Resilience - How Prepared Was the Romanian Business Environment to Face the COVID-19 Crisis? *Journal of Risk and Financial Management*, 15(2), 59. doi: <https://doi.org/10.3390/jrfm15020059>
- [28] Dencheva, V. (2023, Decembrie). Social media advertising and marketing worldwide - statistics & facts. [Resursă online] Preluată la data de 27 Iulie 2024 de pe Website-ul Statista. <https://www.statista.com/topics/1538/social-media-marketing/>
- [29] delveAI (2023) *Uncover Consumer Insights with Big Five Personality Traits*. Marketing Segmentation. [Resursă online] Preluată la data de 29.07.2024 de pe Website-ul delve.ai: <https://www.delve.ai/blog/consumer-personality-traits>
- [30] Deng, Z., & Liu, S. (2017). Understanding consumer health information-seeking behavior from the perspective of the risk perception attitude framework and social support in mobile social media websites. *International Journal of Medical Informatics*, 105, 98–109. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2017.05.014>
- [31] Di Nicola, A. (2022) Towards digital organized crime and digital sociology of organized crime. *Trends in Organized Crime*. doi: <https://doi.org/10.1007/s12117-022-09457-y>
- [32] Directiva 2005/29/CE (2005). *Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului*. Jurnalul Oficial al Uniunii Europene. Disponibilă la <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX:32005L0029>  
Accesată la data de 26.07.2024.
- [33] Dixon, W., & Wilson, D. (2012). *A History of Homo Economicus. The Nature of the Moral in Economic Theory* (prima ediție). Routledge.

- [34] Dong, J. Q., & Wu, W. (2015). Business value of social media technologies: Evidence from online user innovation communities. *Journal of Strategic Information Systems*, 24(2), 113–127. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2015.04.003>
- [35] Dormehl, L. (2015, Iulie). *iPhone Users Have A ‘Blind Loyalty’ To The Apple Brand* [Resursă online]. Preluat la data de 24 Iulie 2024 de pe Website-ul Cult of Mac. [https://www.cultofmac.com/266366/iphone-users-blind-loyalty-apple-brand-report/?utm\\_content=cmp-true](https://www.cultofmac.com/266366/iphone-users-blind-loyalty-apple-brand-report/?utm_content=cmp-true)
- [36] Douglass, S. (2022, Septembrie) *System 1 and System 2: How Consumers Make Decisions*. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/system-1-2-how-consumers-make-decisions-stephanie-douglass/>
- [37] Drăgulănescu, N. (2022, August). Trei Decenii de Protecție Legală a Consumatorilor în România, Partea I. Preluat la data de 15 Iunie 2024 de pe Website-ul InfoCons: <https://infocons.ro/trei-decenii-de-protectie-legala-a-consumatorilor-in-romania>
- [38] Droga, D. & Shah, B. (2022, Septembrie). Keeping Up with Customers’ Increasingly Dynamic Needs. Preluat la data de 15 Iunie 2024 de pe Website-ul Harvard Business Review: <https://hbr.org/2022/09/keeping-up-with-customers-increasingly-dynamic-needs>
- [39] Dubovik, M. (2020). 8. From “Homo Economicus” to “Homo Digital”: Challenges and Prospects. În E. Popkova & M. Alpidovskaya (Ed.), *Human and Technological Progress Towards the Socio-Economic Paradigm of the Future* (pp. 71-78). Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg. doi: <https://doi.org/10.1515/9783110636147-008>
- [40] Duca, I.-A., Kenny, G. & Reuter, A. (2018) *Inflation expectations, consumption and the lower bound: micro evidence from a large euro area survey*. ECB Working Paper Series, No. 2196. European Central Bank.
- [41] Dumbravă, Ș.-G., Petre, A., Olteanu, C. & Samson, T. (2019) Compararea internațională a performanței macroeconomice. *Revista Română de Statistică*, 4.
- [42] Dunn, W.-E. (1999) *Unemployment Risk, Precautionary Saving, and Durable Goods Purchase Decisions*. Finance and Economics Discussion Series (FEDS).
- [43] Dynan, K. E., Krane, S. D., & Carroll, C. (1999). Unemployment Risk and Precautionary Wealth: Evidence from Households’ Balance Sheets. *Finance and Economics Discussion Series*, 15, 1–57. <https://doi.org/10.17016/feds.1999.15>
- [44] Dwayne Ball, A., & Tasaki, L. H. (1992). The Role and Measurement of Attachment in Consumer Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 1(2), 155–172. doi: [https://doi.org/10.1016/s1057-7408\(08\)80055-1](https://doi.org/10.1016/s1057-7408(08)80055-1)
- [45] Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., Dennehy, D., Metri, B., Buhalis, D., Cheung, C. M., Conboy, K.,

- Doyle, R., Dubey, R., Dutot, V., Felix, R., Goyal, D., Gustafsson, A., Hinsch, C., Jebabli, I., . . . Wamba, S. F. (2022a). Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 66, 102542. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102542>
- [46] Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Wang, Y., Alalwan, A., Ahn, S., Balakrishnan, J., Barta, S., Belk, R., Buhalis, D., Dutot, V., Felix, R., Filieri, R., Flavián, C., Gustafsson, A., Hinsch, C., Hollensen, S., Jain, V., Kim, J., Krishen, A., . . . Wirtz, J. (2022b). Metaverse marketing: How the metaverse will shape the future of consumer research and practice. *Psychology and Marketing*, 40(4), 750–776. doi: <https://doi.org/10.1002/mar.21767>
- [47] Eagly, A.H. and Chaiken, S. (1993) *The Psychology of Attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich, Fort Worth, TX.
- [48] Efeoğlu, E., & Çalışkan, Y. (2018). A Brief History of Homo Economicus From The Economics Discipline Perspectiv. Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University Journal of Social Science, 2(1), 28–36.
- [49] Einav, G. (2022). Media Reimagined: The Impact of COVID-19 on Digital Media Transformation. In: Einav, G. (eds) *Transitioning Media in a Post COVID World. The Economics of Information, Communication, and Entertainment*. Springer, Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-95330-0\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-030-95330-0_2)
- [50] Elkington, R. (2018). Leadership Decision-Making Leveraging Big Data in Vuca Contexts. *Journal of Leadership Studies*, 12(3), 66–70. doi: <https://doi.org/10.1002/jls.21599>
- [51] eMag (2024). Genius. Abonamentul tău la livrare gratuită și oferte exclusive. [Resursă online]. Preluată la data de 23 Iulie 2024 de la: <https://www.emag.ro/genius>
- [52] Enea, C. (2018). *Dreptul Protecției Consumatorului*. Suport Curs ID. Universitatea „Constantin Brâncuși” din Târgu Jiu. Preluat la data de 28 Iunie 2023 de la: <https://edu.utgjiu.ro/wp-content/uploads/2018/12/Enea-C.-Dreptul-protectiei-consumatorului.doc.pdf>
- [53] Engel, J.F., Kollat, D.T., Blackwell, R.D. (1968) *Consumer Behavior*. Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- [54] Esteban O.-O. (2019) *The rise of social media*. [Resursă online] Preluată de pe Website-ul: OurWorldInData.org: <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>
- [55] Ețco, C., Fornea, I., Davidescu, E., Tintiuc, T., Daniliuc, N., Cărăruș, M. (2007) *Psihologia Generală*. Suport de curs. Catedra Economie, Management și Psihopedagogie. Centrul Editorial-Poligrafic „Medicina. Preluat la data de 4 Iulie 2024 de la: <https://library.usmf.md/sites/default/files/2018-10/54.pdf>

- [56] Eurofound (2024). *Employment impact of digitalisation*. [Resursă online] Preluată la data de 08 august 2024 de pe Website-ul Eurofound: <https://www.eurofound.europa.eu/en/employment-impact-digitalisation>
- [92] Euronews. (2022, March 16). Czech unemployment is the lowest in Europe. That may not be a good thing. [Resursă online] Preluată la data de 08 august 2024 de pe Website-ul Euronews: <https://www.euronews.com/my-europe/2022/03/16/czech-unemployment-is-the-lowest-in-europe-that-may-not-be-a-good-thing>
- [57] European Commission, Directorate-General for Justice and Consumers, (2017). *Study for the Fitness Check of EU consumer and marketing law : final report. Part 1, main report*, Publications Office. Preluat la data de 27 Iulie 2024 de la: <https://op.europa.eu/s/zOnK>
- [58] European Commision (2024, Iunie). *Commission assesses countries' progress towards adopting the euro*. [Resursă online] Preluată la data de 08 august 2024 de la [https://commission.europa.eu/news/commission-assesses-countries-progress-towards-adopting-euro-2024-06-26\\_en](https://commission.europa.eu/news/commission-assesses-countries-progress-towards-adopting-euro-2024-06-26_en)
- [59] European Data Protection Board [EDPB]. (2022) Guidelines 3/2022 on Dark patterns in social media platform interfaces: How to recognise and avoid them. Adopted on 14 March 2022.
- [93] Eurostat (2022, Iunie). *Check out how expensive your country is*. [Resursă online] Preluată la data de 6 august 2024 de pe Website-ul Eurostat: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/wdn-20220623-1>
- [94] Eurostat (2024, Februarie). *Income of households by NUTS 2 regions*. [nama\_10r\_2hhinc] doi: [https://doi.org/10.2908/NAMA\\_10R\\_2HHINC](https://doi.org/10.2908/NAMA_10R_2HHINC)
- [95] Eurostat (2024, Iulie). *Purchasing power parities (PPPs), price level indices and real expenditures for ESA 2010 aggregates* [prc\_ppp\_ind]. doi: [https://doi.org/10.2908/PRC\\_PPP\\_IND](https://doi.org/10.2908/PRC_PPP_IND)
- [96] Eurostat (2024, Iulie). *HICP - annual data (average index and rate of change)* [prc\_hicp\_aind]. doi: [https://doi.org/10.2908/PRC\\_HICP\\_AIND](https://doi.org/10.2908/PRC_HICP_AIND)
- [60] Evans, J. St. B. T., & Stanovich K. E. (2013) Dual-Process Theories of Higher Cognition: Advancing the Debate. *Perspectives on Psychological Science*, 8(3), 223–241, doi: <https://doi.org/10.1177/17456916124606>
- [61] Evseeva, S., Evseeva, O., Rawat, P. (2022). Employee Development and Digitalization in BANI World. In Rodionov, D., Kudryavtseva, T., Skhvediani, A., Berawi, M.A. (eds) *Innovations in Digital Economy* (pp. 253–264). SPBPU IDE 2021. Communications in Computer and Information Science, vol 1619. Springer, Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-031-14985-6\\_18](https://doi.org/10.1007/978-3-031-14985-6_18)

- [62] Fagerstrøm, A., Richartz, P., Arntzen, E., & Sigurdsson, V. (2021). An Explorative Study on Heuristic Effects of Healthy Food Labels in an Online Shopping Situation. *Procedia Computer Science*, 181, 709–715. doi: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.01.222>
- [63] Fairlie, M. (2024, Iunie). User-Generated Content: More Than Customer Reviews. Preluat la data de 19 Iulie 2024 de pe Website-ul business.com. <https://www.business.com/articles/user-generated-content/>
- [97] Fang, W., Cao, Y., Chen, Y., Zhang, H., Ni, R., Hu, W., & Pan, G. (2023). Associations of family income and healthy lifestyle with all-cause mortality. *Journal of global health*, 13, 04150. <https://doi.org/10.7189/jogh.13.04150>
- [64] Faull, J. (2013, Aprilie). *Are you a Ranter, a Peacock or a Lurker? New research finds there are 12 social media personalities.* [Resursă online] Preluată la data de 4 august 2024 de pe Website-ul The Drum. [https://www.thedrum.com/news/2013/04/14/are-you-ranter-peacock-or-lurker-new-research-finds-there-are-12-social-media?utm\\_source=Interspire&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=The+Drum+Daily+Newsletter+-+15th+April+2013](https://www.thedrum.com/news/2013/04/14/are-you-ranter-peacock-or-lurker-new-research-finds-there-are-12-social-media?utm_source=Interspire&utm_medium=email&utm_campaign=The+Drum+Daily+Newsletter+-+15th+April+2013)
- [65] Feber, D., Granskog, A., Lingqvist, O., & Nordigården, D. (2020, Octombrie). Sustainability in packaging: Inside the minds of US consumers. *McKinsey & Company*. Preluată la data de 28 Iulie 2024 de la: <https://www.mckinsey.com/industries/packaging-and-paper/our-insights/sustainability-in-packaging-inside-the-minds-of-us-consumers>
- [66] Fishbein, M. (1979). A theory of reasoned action: Some applications and implications. *Nebraska Symposium on Motivation*, 27, 65–116.
- [67] Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2014). Embracing digital technology: A new strategic imperative. *MIT Sloan Management Review*, 55(2), 1.
- [68] Fjelland, R. (2020). Why general artificial intelligence will not be realized. *Humanities & Social Sciences Communications*, 7(10). doi: <https://doi.org/10.1057/s41599-020-0494-4>
- [69] Florack, A., Egger, M., & Hübner, R. (2020). When products compete for consumers attention: How selective attention affects preferences. *Journal of Business Research*, 111, 117–127. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.05.009>
- [70] Freud, S. (1923). The Ego and the Id. În Strachey, J. (ed.) *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud: Vol. XIX (1923-1925): The Ego and the Id and Other Works.* University of Pennsylvania. [https://www.sas.upenn.edu/~cavitch/pdf-library/Freud\\_SE\\_Ego\\_Id\\_complete.pdf](https://www.sas.upenn.edu/~cavitch/pdf-library/Freud_SE_Ego_Id_complete.pdf)
- [71] Freedman, M. (2023, Octombrie). *How Businesses Are Collecting Data (And What They're Doing With It).* [Resursă online]. Preluat la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul Business News Daily: <https://www.businessnewsdaily.com/10625-businesses-collecting-data.html>

- [72] Friedman, V. J., Wright, C. J. C., Molenaar, A., McCaffrey, T., Brennan, L., & Lim, M. S. C. (2022). The Use of Social Media as a Persuasive Platform to Facilitate Nutrition and Health Behavior Change in Young Adults: Web-Based Conversation Study. *Journal of Medical Internet Research*, 24(5), e28063. doi: <https://doi.org/10.2196/28063>
- [73] Folkvord, F., Bergmans, N., & Pabian, S. (2021). The effect of the NutriScore label on consumer's attitudes, taste perception and purchase intention: An experimental pilot study. *Food Quality and Preference*, 94, 104303. doi: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104303>
- [74] Fortinet (2023a) *DoS Attack vs. DDoS Attack. Learn how DoS attacks and DDoS attacks differ and how to protect against them.* [Resursă online]. Preluat la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul Fortinet: <https://www.fortinet.com/resources/cyberglossary/dos-vs-ddos>
- [75] Fortinet (2023b) *Man-in-the-Middle Attack: Types and Examples. Discover how MITM attacks work, get examples, and how to protect against them..* [Resursă online]. Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul Fortinet: <https://www.fortinet.com/resources/cyberglossary/man-in-the-middle-attack>
- [98] Foster, E. (2020). Use of Healthy Life Expectancy to Estimate Future Provision of Household and Personal Use Services. *Journal of Forensic Economics*, 29(1), 101–112. <https://www.jstor.org/stable/27216698>
- [1] Gagea, M. (2004) *Identificarea transformărilor necesare staționarizării unei serii de timp.* Analele Științifice ale Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași.
- [2] Gallo, M. (2019) *The Effect of the Online Experience on Household Consumption Expenditure in the European Union.* Pforzheimer Honors College.
- [76] Gao, S., Liu, Y., Kang, Y., Zhang, F. (2021). User-Generated Content: A Promising Data Source for Urban Informatics. În: Shi, W., Goodchild, M.F., Batty, M., Kwan, M.P., Zhang, A. (eds) *Urban Informatics. The Urban Book Series.* Springer, Singapore. doi: [https://doi.org/10.1007/978-981-15-8983-6\\_28](https://doi.org/10.1007/978-981-15-8983-6_28)
- [77] Gerardin, G. (2022, Iulie). Sustainability: 90% of Europeans and 91% of the French consider sustainability to be a priority purchase criterion in 2022 - Oney (Page 1). [Resursă online]. Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul Oney: <https://www.oney.com/en/sustainability-90-of-europeans-and-91-of-the-french-consider-sustainability-to-be-a-priority-purchase-criterion-in-2022/>
- [78] Gherghina, Ş. C., Armeanu, D. Ş., & Joldeş, C. C. (2021). COVID-19 Pandemic and Romanian Stock Market Volatility: A GARCH Approach. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(8), 341. doi: <https://doi.org/10.3390/jrfm14080341>

- [79] Gheorghiu, A. (2024, Iulie). *Condiționarea operantă*. [Resursă online]. Preluat la data de 22 Iulie 2024 de pe Website-ul personal al psihologului Alex Gheorghiu: <https://alexgheorghiu.ro/conditionarea-operanta/>
- [99] Ghizdeanu, I. (2017) *Sistemul de prețuri din conturile naționale*. RFPC nr. 9/2017. Preluat la data de 6 August 2024 de la: [https://mfinante.gov.ro/documents/35673/250949/articol\\_nr9\\_septembrie\\_ion-ghizdeanu.pdf](https://mfinante.gov.ro/documents/35673/250949/articol_nr9_septembrie_ion-ghizdeanu.pdf)
- [80] Ghobakhloo, M., Iranmanesh, M., Mubarak, M. F., Mubarik, M., Rejeb, A., & Nilashi, M. (2022). Identifying industry 5.0 contributions to sustainable development: A strategy roadmap for delivering sustainability values. *Sustainable Production and Consumption*, 33, 716–737. doi: <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.08.003>
- [81] Gilson, A., Safranek, C. W., Huang, T., Socrates, V., Chi, L., Taylor, R. A., & Chartash, D. (2023). How Does ChatGPT Perform on the United States Medical Licensing Examination? The Implications of Large Language Models for Medical Education and Knowledge Assessment. *JMIR Medical Education*, 9, e45312. doi: <https://doi.org/10.2196/45312>
- [82] Girke, F. (2011). ‘[...] who we are, what we want, and how we go about getting what we believe we need [...]’ [Comentariul lui Girke adus în cadrul Graeber, D. (2011). Consumption. *Current Anthropology*, 52(4), 489–511. <https://doi.org/10.1086/660166>]
- [100] Gitter, R.-J., Scheuer, M. (1998) Low unemployment in the Czech Republic: ‘miracle’ or ‘mirage’?. *Monthly Labor Review*. 31-37.
- [83] Glisky, E. L. (2011). Memory. În Kreutzer, J.S., DeLuca, J., Caplan, B. (eds) *Encyclopedia of Clinical Neuropsychology*. Springer, New York, NY. doi: [https://doi.org/10.1007/978-0-387-79948-3\\_1134](https://doi.org/10.1007/978-0-387-79948-3_1134)
- [84] Goldstein, N. J., & Cialdini, R. B. (2009). Normative influences on consumption and conservation behaviors. În M. Wänke (Ed.), *Social psychology of consumer behavior* (pp. 273–296). Psychology Press.
- [85] Gonzalez, A. (2024, Martie). *Market volatility tops concerns for SMEs: Novuna Leasing Life* [Blog Post]. Preluat la data de 10 Iunie 2024 de pe Webiste-ul LeasingLife: <https://www.leasinglife.com/news/market-volatility-tops-concerns-for-smes-novuna/?cf-view>
- [86] Gopinath, G. (2020, Aprilie). *The Great Lockdown: Worst Economic Downturn Since the Great Depression* [Blog Post]. Preluat la data de 17 Iunie 2024 de pe Webiste-ul Fondului Monetar Internațional (FMI). <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2020/04/14/blog-weo-the-great-lockdown-worst-economic-downturn-since-the-great-depression>
- [87] Gottesman, A. (2013). Oikonomos. În: Bagnall, R. S., Brodersen, K., Champion, C. B., Erskine, A. & Huebner, S. R. (Eds.), *The Encyclopedia of Ancient History* (prima

- ediție, pp. 4872–4873). Blackwell Publishing Ltd. doi: <https://doi.org/10.1002/9781444338386.wbeah06232>
- [88] Graeber, D. (2011). Consumption. *Current Anthropology*, 52(4), 489–511. doi: <https://doi.org/10.1086/660166>
- [89] Granero, R., Fernández-Aranda, F., Mestre-Bach, G., Steward, T., Baño, M., Del Pino-Gutiérrez, A., Moragas, L., Mallorquí-Bagué, N., Aymamí, N., Gómez-Peña, M., Tárrega, S., Menchón, J. M., & Jiménez-Murcia, S. (2016). Compulsive Buying Behavior: Clinical Comparison with Other Behavioral Addictions. *Frontiers in Psychology*, 7. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00914>
- [90] Greco, A. (2011). “Having One’s Own” and Distributive Justice in Plato’s ‘Republic.’ *History of Political Thought*, 32(2), 185–214. <https://www.jstor.org/stable/26225709>
- [91] Grijs, I. (2024, Martie). *Revamping Stimulus-Response Models: A Transition to Stimulus-Organism-Response Frameworks*. [Resursă online]. Preluat la data de 22 Iulie 2024 de pe Website-ul Medium. <https://medium.com/@ingvargrijs/revamping-stimulus-response-models-a-transition-to-stimulus-organism-response-frameworks-599ce8dd1833>
- [92] Griskevicius, V., & Kenrick, D. T. (2013). Fundamental motives: How evolutionary needs influence consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 23(3), 372–386. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2013.03.003>
- [93] Grosu, V. (2009). Segmentarea pieței internaționale: premisă pentru adoptarea deciziilor de marketing. *Revista Journal Economica*, 5(69)
- [94] Gruzd, A., & Haythornthwaite, C. (2013). Enabling community through social media. *Journal of medical Internet research*, 15(10), e248. doi: <https://doi.org/10.2196/jmir.2796>
- [95] Guenette, J. D., Kenworthy, P. G., & Wheeler, C. M. (2022). *Implications of the War in Ukraine for the Global Economy*. EFI Policy Note;3. © Washington, DC: World Bank. <http://hdl.handle.net/10986/37372> License: CC BY 3.0 IGO.
- [96] González, E. M., Esteva, E., Roggeveen, A. L., & Grewal, D. (2016). Amount off versus percentage off - when does it matter? *Journal of Business Research*, 69(3), 1022–1027. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.08.014>
- [97] Haddok, G. & Maio, G. R. (2008) Attitudes: content, structure and functions. In Hewstone, M., Stroebe, W., & Jonas, K. (Eds.). *Introduction to social psychology: a European perspective* (a patra ediție, pp. 112-133). Blackwell Publishing.
- [101] Hair, JF, Hult, GTM, Ringle, CM și Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3 ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

- [98] Haleem, A., Javaid, M., Qadri, M. A., & Suman, R. (2022). Understanding the role of digital technologies in education: A review. *Sustainable Operations and Computers*, 3, 275–285. doi: <https://doi.org/10.1016/j.susoc.2022.05.004>
- [99] Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2015). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047–2059. doi: <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
- [100] Hansen, K. B., & Presskorn-Thygesen, T. (2022). On some antecedents of behavioural economics. *History of the Human Sciences*, 35(3-4), 58-83. doi: <https://doi.org/10.1177/09526951211000950>
- [101] Har, L. L., Rashid, U. K., Chuan, L. T., Sen, S. C., & Xia, L. Y. (2022). Revolution of Retail Industry: From Perspective of Retail 1.0 to 4.0. *Procedia Computer Science*, 200, 1615–1625. doi: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.01.362>
- [102] Harris, N., Ciorciari, N., & Gountas, N. (2019). *Consumer Neuroscience and Digital/Social Media Health/Social Cause Advertisement Effectiveness. Behavioral Sciences*, 9(4), 42. doi: <https://doi.org/10.3390/bs9040042>
- [103] Haskamp, T., Dremel, C., Marx, C. & Uebenickel, F. (2021) Understanding Inertia in Digital Transformation: A Literature Review and Multilevel Research Framework. *ICIS 2021 Proceedings*, 5. Preluat la data de 17 Iulie 2024 de pe AIS eLibrary: [https://aisel.aisnet.org/icis2021/dig\\_innov/dig\\_innov/5](https://aisel.aisnet.org/icis2021/dig_innov/dig_innov/5)
- [104] Hauke-Lopes, A., Ratajczak-Mrozek, M. & Wieczerzycki, M. (2023), Value co-creation and co-destruction in the digital transformation of highly traditional companies. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 38(6), 1316-1331. doi: <https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2021-0474>
- [105] Hayes, A. (2024a, Mai). *YouTube Stats: Everything You Need to Know In 2024!* [Resursă online] Preluată la data de 3 august 2024 de pe Website-ul Wyzowl: <https://www.wyzowl.com/youtube-stats/>
- [106] Hayes, A. (2024b, Mai). What Is the Life-Cycle Hypothesis in Economics? Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/l/life-cycle-hypothesis.asp>
- [107] Heckhausen, J., Heckhausen, H. (2018). Motivation and Action: Introduction and Overview. În: Heckhausen, J., Heckhausen, H. (eds) *Motivation and Action*. (ediția a III-a) Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-65094-4\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-65094-4_1)
- [108] Henrich, J., Heine, S. J., & Norenzayan, A. (2010). The weirdest people in the world? *The Behavioral and brain sciences*, 33(2-3), 61–135. doi: <https://doi.org/10.1017/S0140525X0999152X>
- [102] Hentschel, J., & Lanjouw, P. (2000). Household welfare measurement and the pricing of basic services. Wiley Online Library. doi: [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1328\(200001\)12:1](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1328(200001)12:1)

- [109] Herre, B., Samborska, V., Ritchie, H., Hasell, J., & Roser, M. (2023). Terrorism. [Resursă online] Preluat la data de 03.07.2024 de pe Website-ul OurWorldInData.org.: <https://ourworldindata.org/terrorism>
- [110] HG 700/2012 (2012/2023). *Hotărârea nr. 700 din 11 Iulie 2012 privind Organizarea și Funcționarea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor* (forma consolidată). Monitorul Oficial al României nr. 491 din 18 Iulie 2012. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/139751>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [111] HG 864/2023 (2023). *Hotărârea nr. 864 din 14 Septembrie 2023 privind Organizarea și Funcționarea Ministerului Economiei, Antreprenoriatului și Turismului*. Monitorul Oficial al României, nr. 842 din 19 septembrie 2023. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/274561>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [112] Hidaka, B. H. (2012). Depression as a disease of modernity: Explanations for increasing prevalence. *Journal of Affective Disorders*, 140(3), 205–214. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jad.2011.12.036>
- [113] Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American Psychologist*, 52(12), 1280–1300. doi: <https://doi.org/10.1037/0003-066X.52.12.1280>
- [114] Hirschfeld, M. L. (2018). *Aquinas and the market: Toward a Humane Economy*. Harvard University Press.
- [115] Hoffman, S. & Akbar, P. (2023) *Consumer Behavior. Understanding Consumer-Designing Marketing Activities*. (prima ediție în limba Engleză) Springer Nature.
- [116] Hornsey, M. J., & Jetten, J. (2004). The Individual Within the Group: Balancing the Need to Belong with the Need to Be Different. *Personality and Social Psychology Review*, 8(3), 248–264. doi: [https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0803\\_2](https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0803_2)
- [117] Hotărârea 42/2021 (2021). *Hotărâre nr. 42 din 25 noiembrie 2021 pentru acordarea încrederii Guvernului*. Monitorul Oficial al României nr. 1122 din 25 noiembrie 2021. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/248707>. Accesată la data de 27.07.2024.
- [118] Hotărârea 22/2023 (2023). *Hotărâre nr. 22 din 15 iunie 2023 pentru acordarea încrederii Guvernului*. Monitorul Oficial al României nr. 533 din 15 iunie 2023. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/271278>. Accesată la data de 27.07.2024.
- [119] Hoyer, W. D., MacInnis, J. M., & Pieters, R. (2023). *Consumer Behavior* (ediția a VIII-a). Cengage.
- [120] Hubert, M. (2010). Does neuroeconomics give new impetus to economic and consumer research? *Journal of Economic Psychology*, 31(5), 812–817. doi: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2010.03.009>

- [121] Hyman, H. H. (1942). *The psychology of status*. Archives of Psychology (Columbia University), 269, 94.
- [122] Iftikhar, S. (2024). Cyberterrorism as a global threat: a review on repercussions and countermeasures. *PeerJ Computer Science*, 10, e1772. doi: <https://doi.org/10.7717/peerj-cs.1772>
- [123] Influencity (2024) *KOLs vs Influencers: What They Are & What Differentiates Them*. [Resursă Online] Preluat la data de 28.08.2024 de pe Website-ul Influencity: <https://influencity.com/resources/guide/what-are-kols-and-what-sets-them-apart-from-influencers>
- [124] INKI (2024) Echipamente de birou as a service. [Resursă Online] Preluat la data de 28.08.2024 de pe Website-ul INKI: <https://shop.inki.tech/?language=ro>
- [125] Institutul European din România (2005). Politica Privind Protecția Consumatorilor. Seria Micromonografii - Politici Europene. [Resursă Online] Preluat la data de 15.06.2024 de pe Website-ul Institutului European din România [http://ier.gov.ro/wp-content/uploads/publicatii/Protectia\\_consumatorilor.pdf](http://ier.gov.ro/wp-content/uploads/publicatii/Protectia_consumatorilor.pdf)
- [103] International Labour Organization [ILO] (2024). *SDG indicator 8.5.2 - Unemployment rate (%)* SDG Labour Market Indicators (ILOSDG). Preluat la data de 7 August 2024 de la: <https://ilostat.ilo.org/topics/sdg/>
- [1] International Telecommunication Union [ITU] (2024a). *Fixed-broadband subscriptions* ITU DataHub. Preluat la data de 7 August 2024 de la: <https://datahub.itu.int/data/?c=701&i=19303>
- [104] International Telecommunication Union [ITU] (2024b). *Individuals using the Internet*. ITU DataHub. Preluat la data de 7 August 2024 de la: <https://datahub.itu.int/data/?i=11624&e=TCD&c=>
- [105] International Telecommunication Union [ITU] (2024c). *Mobile-cellular subscriptions*. ITU DataHub. Preluat la data de 7 August 2024 de la: <https://datahub.itu.int/data/?i=178>
- [126] IT Governance (2024) *Global Data Breaches and Cyber Attacks in 2024* [Resursă online]. Preluat la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul IT Governance UK Blog.: <https://www.itgovernance.co.uk/blog/global-data-breaches-and-cyber-attacks-in-2024>
- [127] Izard C. E. (2009). Emotion theory and research: highlights, unanswered questions, and emerging issues. *Annual review of psychology*, 60, 1–25. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.60.110707.163539>
- [128] Jacoby, J. (1976). *Consumer Psychology: An Octennium*. În Mussen, P. & Rosenzweig, M. (Eds.), *Annual Review of Psychology*, 27(331–358), Palo Alto, Calif Annual Reviews. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.27.020176.001555>

- [129] Jager, W., Janssen, M. A., De Vries, H. J. M., De Greef, J., & Vlek, C. A. J. (2000). Behaviour in commons dilemmas: Homo economicus and Homo psychologicus in an ecological-economic model. *Ecological Economics*, 35(3), 357–379. doi: [https://doi.org/10.1016/s0921-8009\(00\)00220-2](https://doi.org/10.1016/s0921-8009(00)00220-2)
- [130] Jain, V.K., Gupta, A. & Verma, H. (2023) Goodbye materialism: exploring antecedents of minimalism and its impact on millennials well-being. *Environment, Development and Sustainability*. doi: <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03437-0>
- [131] Jackson, T. (2014). Sustainable consumption. În Atkinson, G., Dietz, S., Neumayer, E. & Agarwala, M. (Eds.) *Handbook of Sustainable Development* (a două ediție, pp. 279-290). Edward Elgar Publishing.
- [132] James, W. (1890). *The principles of psychology*, Vol. 1. Henry Holt and Co. doi: <https://doi.org/10.1037/10538-000>
- [133] James, J. (2000). Do Consumers in Developing Countries Gain or Lose from Globalization? În *Consumption, Globalization and Development* (pp. 85–102). Palgrave Macmillan, London. doi: [https://doi.org/10.1057/9780230510951\\_5](https://doi.org/10.1057/9780230510951_5)
- [134] Järvi, H., Kähkönen, A.-K. and Torvinen, H. (2018), When value co-creation fails: reasons that lead to value co-destruction, *Scandinavian Journal of Management*, 34(1), 63-77. doi: <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2018.01.002>
- [135] Javornik, A., Marder, B., Barhorst, J. B., McLean, G., Rogers, Y., Marshall, P., & Warlop, L. (2022). ‘What lies behind the filter?’ Uncovering the motivations for using augmented reality (AR) face filters on social media and their effect on well-being. *Computers in Human Behavior*, 128, 107126. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107126>
- [136] Jenkins, J. P. (2024, Iunie). *Terrorism* [Resursă online]. În *Encyclopedia Britannica*. Preluat la data de 01.07.2024 de pe Website-ul Encyclopedia Britannica: <https://www.britannica.com/topic/terrorism>
- [137] Jevons, W. S. (1866) Brief Account of a General Mathematical Theory of Political Economy. *Journal of the Statistical Society of London*. 29(2), p. 282–287
- [138] Jin, B. E., & Shin, D. C. (2020). Changing the game to compete: Innovations in the fashion retail industry from the disruptive business model. *Business Horizons*, 63(3), 301–311. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.01.004>
- [139] Johansen, B. (2009). Leaders Make the Future: Ten New Leadership Skills for an Uncertain World. Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- [140] Johnson, E. J., Hershey, J., Meszaros, J., & Kunreuther, H. (1993). Framing, probability distortions, and insurance decisions. *Journal of Risk and Uncertainty*, 7(1), 35–51. doi: <https://doi.org/10.1007/bf01065313>

- [141] Johnson, A. R., & Stewart, D. W. (2005). A Reappraisal of the Role of Emotion in Consumer Behavior. *Review of Marketing Research*, 3–34. doi: [https://doi.org/10.1108/s1548-6435\(2004\)0000001005](https://doi.org/10.1108/s1548-6435(2004)0000001005)
- [142] Josan, A., & Voicu (Covaci), C. (2013). Ortodoxia economică neoclasică și necesitatea unei noi paradigmăe economice postcriză. *Economie Teoretică și Aplicată*, 20(5), 585. Preluat la data de 01.07.2024 de pe [https://store.ectap.ro/articole/891\\_ro.pdf](https://store.ectap.ro/articole/891_ro.pdf)
- [143] J.P.Morgan Institute (2019) Chapter 6 - How do consumers respond to real income shocks? În Haughwout, A. și Mandel, B. (eds) *Handbook of US Consumer Economics*. doi: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-813524-2.00006-8>
- [144] J.P. Morgan Institute (2022) Opportunities in the metaverse. How businesses can explore the metaverse and navigate the hype vs. reality. Onyx by J.P. Morgan. [Resursă online] Preluată la data de 28.07.2024 de pe Website-ul J.P. Morgan: <https://www.jpmorgan.com/content/dam/jpm/treasury-services/documents/opportunities-in-the-metaverse.pdf>
- [145] Jude, C.-R., Ulmet, L.-A., Răpan, I. (2021). Sustainable Economic Considerations on the Large-Scale Implementation of AgriMaps and other Satellite Mapping Technology in Agriculture. În *Crisis after the Crisis: Economic Development in the New Normal 2021 International Conference of Economic Scientific Research - Theoretical, Empirical and Practical Approaches (ESPERA)*, 9-10 Decembrie 2021, București, România
- [146] Jude, C.-R., (2024). The Road Towards Sustainability: Transforming Consumption Patterns with Artificial Intelligence. *International Journal of Academic Research in Economics and Management and Sciences*, 13(2), 466–486. doi: <https://doi.org/10.6007/IJAREMS/v13-i2/21805>
- [147] Jude, C-R. & Răpan, I., (2024). How do (AI) Chatbots Shape Consumer Behavior Throughout the Entire Customer Journey? A Systematic Literature Review. În: Pamfilie, R., Dinu, V., Vasiliu, C., Pleșea, D., Tăchiciu, L. (eds.) Proceedings of the 10th BASIQ International Conference on New Trends in Sustainable Business and Consumption. Almeria, Spania, 6-8 Iunie 2024. Editura ASE, București. pp. 573-578
- [148] Jula, D. (2015) Metode și tehnici performante de testare a ipotezelor în economie. În *Cercetarea – Protocole și Creativitate în Cunoaștere*. Secțiunea economică.
- [149] Jula, D. (2021) *Econometria Datelor de Tip Panel*. [Suport de Curs]
- [106] Kagan, J. (2024, Iulie). *Permanent Income Hypothesis: Definition, How It Works, and Impact*. Investopedia. [Resursă online] Preluată la data de 6 august 2024 de pe <https://www.investopedia.com/terms/p/permanent-income-hypothesis.asp>
- [150] Kalyvaki, M., McIntosh, H., & Nash, K. (2023). Virtual selfhood and consumer behavior: Exploring avatar attachment and consumption patterns in Second Life's

- metaverse. *Computers in Human Behavior Artificial Humans*, 1(2), 100016. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chbah.2023.100016>
- [151] Khade, A. A. (2016). Performing Customer Behavior Analysis using Big Data Analytics. *Procedia Computer Science*, 79, 986–992. doi: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.03.125>
- [152] Kahneman, D. (1973). *Attention and effort*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- [153] Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. *Econometrica*. 47(2): 263–291. doi: <https://doi.org/10.2307/1914185>.
- [154] Kahneman, D., Slovic. P. & Tversky, A. (1982) *Judgement under uncertainty: Herustics and biases*. Cambridge University Press
- [155] Kahneman, D. (2003) A Perspective on Judgment and Choice. Mapping Bounded Rationality. *American Psychologist*, 58(9). doi: <https://doi.org/10.1037/0003-066X.58.9.697>
- [156] Kahneman, D. (2015). *Gândire rapidă, gândire lentă*. Editura Publica.
- [157] Kaplan, A.M. and Haenlein, M. (2010) Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- [158] Karande, K., & Gopinath, M. (2019). Protecting brands from product failure using extended warranties. *Journal of Product & Brand Management*, 28(7), 787-799 doi: <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2018-2019>
- [159] Katona, G. (1950). *Psychological Analysis of Economic Behavior*. McGraw-Hill Book Company, Inc.
- [160] Katona, G. (1960). *The Powerful Consumer. Psychological Studies of the American Economy*. McGraw-Hill Book Company, Inc.
- [161] Kaur, J., Mogaji, E., Paliwal, M., Jha, S., Agarwal, S., & Mogaji, S. A. (2023). Consumer behavior in the metaverse. *Journal of Consumer Behaviour*. doi: <https://doi.org/10.1002/cb.2298>
- [162] Kemp, S. (2024a, Aprilie). *Digital 2024 April Global Statshot Report* [Resursă online]. Preluat la data de 01.07.2024 de pe Website-ul DataReportal – Global Digital Insights: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-april-global-statshot>
- [163] Kemp, S. (2024b, Iulie). *Global Social Media Statistics* [Resursă online]. Preluat la data de 01.08.2024 de pe Website-ul DataReportal – Global Social Media Statistics: <https://datareportal.com/social-media-users>
- [164] Kennedy, J.F, (1962) *Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest*. [Resursă online] Peters, G. & Woolley, J.T. (eds) Preluat la data de 15.07.2024 de pe Website-ul The American Presidency Project:

<https://www.presidency.ucsb.edu/documents/special-message-the-congress-protecting-the-consumer-interest>

- [165] Keynes, J. M. (2018/1936). *The General Theory of Employment, Interest, and Money*. Palgrave Macmillan Cham. doi: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-70344-2>
- [166] Khan, M. (2006) *Consumer Behaviour and Advertising Management*. New Age International Publishers.
- [167] Khan, M. N., Fifield, S. G. M., & Power, D. M. (2024). The impact of the COVID 19 pandemic on stock market volatility: evidence from a selection of developed and emerging stock markets. *SN Business & Economics*, 4(6). doi: <https://doi.org/10.1007/s43546-024-00659-w>
- [168] Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- [169] Kim, J., Kim, J. H., Kim, C., & Park, J. (2023). Decisions with ChatGPT: Reexamining choice overload in ChatGPT recommendations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103494. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103494>
- [170] Kirti, N., & Kumar, V. (2021). Understanding Institutions and Revisiting the Theories of Institutional Change. In Faghih, N., Samadi, A.H. (eds) *Dynamics of Institutional Change in Emerging Market Economies. Contributions to Economics*. (pp. 133–142). doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-61342-6\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-030-61342-6_5)
- [171] Klerck, D., & Sweeney, J. C. (2007). The effect of knowledge types on consumer-perceived risk and adoption of genetically modified foods. *Psychology & Marketing*, 24(2), 171–193. doi: <https://doi.org/10.1002/mar.20157>
- [172] Kowalewicz, R. (2022, Aprilie). *How Social Media Impacts Consumer Buying*. [Resursă online] Preluată la data de 4 august 2024 de pe Website-ul Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2022/04/28/how-social-media-impacts-consumer-buying/>
- [173] Komlos, J. (2019). Principiile economiei într-o lume postcriză. Editura Centrului de Informare și Documentare Economică.
- [174] Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wang, V. (1999/1996). *Principles of Marketing*: Second European Edition (ediția a II-a). Prentice Hall Europe.
- [175] Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo. *International Journal of Information Management*, 63, 102466. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102466>
- [107] Kraatz, S. (2015) *Youth Unemployment in Greece: Situation before the Government Change*. Economy and Scientific Policy, European Parliament [Resursă online]

Preluată la data de 6 august 2024 de pe  
[https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL\\_BRI\(2015\)542220](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_BRI(2015)542220)

- [176] Krishna, A. (2013) Customer Sense. How the 5 Senses Influence Buying Behavior. (prima ediție). Palgrave Macmillan New York. doi: <https://doi.org/10.1057/9781137346056>
- [177] Kwass, M. (2022). *The Consumer Revolution, 1650–1800*. Cambridge University Press. doi: <https://doi.org/10.1017/9780511979255>
- [178] Kye, B., Han, N., Kim, E., Park, Y., & Jo, S. (2021). Educational applications of metaverse: possibilities and limitations. *Journal of Educational Evaluation for Health Professions*, 18, 32. doi: <https://doi.org/10.3352/jeehp.2021.18.32>
- [108] Laborda, J., & Suárez, C. (2024). Heterogeneity in household consumption behavior: The role of inequality and financial instability. *Journal of Evolutionary Economics*. <https://doi.org/10.1007/s00191-024-00853-x>
- [179] Langi, K. (2013). The Influence of Brand Recognition, Brand Recall, and Top of Mind to Consumer Buying Decision. *Jurnal EMBA* 1(4), 1591 – 1597
- [180] Lavoie, M. (2024) Post Keynesian consumer theory: Potential synergies with consumer research and economic psychology. *Journal of Economic Psychology*, 25, 639-649. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jeop.2003.02.001>
- [181] Lăcrița, N. G. (2022). Laissez-faire. *Revista Univers Strategic*, 13(50), 99–101.
- [182] Lawrence, K. (2013). Developing Leaders in a VUCA Environment. [Resursă online] Preluată la data de 01.07.2024 de pe Website-ul UNC Executive Development al UNC Kenan-Flagler Business School: <https://go.kenan-flagler.unc.edu/VUCA-White-Paper>
- [183] Leach, M., MacGregor, H., Scoones, I., & Wilkinson, A. (2021). Post-pandemic transformations: How and why COVID-19 requires us to rethink development. *World Development*, 138, doi. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.105233>
- [184] Lee, K., Choi, J., & Li, Y. J. (2014). Regulatory focus as a predictor of attitudes toward partitioned and combined pricing. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 355–362. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2014.01.001>
- [185] Lee, M.S.W., Fernandez, K.V., Hyman, M.R. (2009) Anti-consumption: An overview and research agenda. *Journal of Business Research*, 62(2). doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.01.021>
- [186] Lee, M. S. (2022). Anti-consumption research: A foundational and contemporary overview. *Current Opinion in Psychology*, 45. doi: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101319>

- [187] Legea 21/1996 (1996/2016). *Legea nr. 21 din 10 aprilie 1996* (forma consolidată, republicată). Monitorul oficial al României nr. 153 din 29 februarie 2016. Disponibilă la <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/267867> Accesată la data de 28.07.2024
- [188] Legea 365/2002 (2002/2006). *Legea nr. 265 din 7 Iunie 2002 privind comerțul electronic* (forma consolidată, republicată). Monitorul Oficial al României nr. 959 din 29 noiembrie 2006. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/37075>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [189] Legea 449/2003 (2003/2008). *Legea nr. 449 din 12 Noiembrie 2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora.* (forma consolidată, republicată). Monitorul Oficial al României nr. 347 din 6 mai 2008. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/209226>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [190] Legea 102/2005 (2005/2018). *Legea nr. 102 din 3 mai 2005 privind înființarea, organizarea și funcționarea Autorității Naționale de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal.* Monitorul Oficial al României nr. 947 din 9 noiembrie 2018. Disponibilă la <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/61409> Accesată la data de 28.07.2024.
- [191] Legea 258/2017 (2017). *Legea nr. 258/2017 privind comparabilitatea comisioanelor aferente conturilor de plăți, schimbarea conturilor de plăți și accesul la conturile de plăți cu servicii de bază.* Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 1032 din 28 decembrie 2017. Disponibilă la <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/196233>. Accesată la data de 27 Iulie 2024.
- [192] Legea 363/2018 (2019) *Legea nr. 363 din 28 Decembrie 2018 privind protecția persoanelor fizice referitor la prelucrarea datelor cu caracter personal de către autoritățile competente în scopul prevenirii, descoperirii, cercetării, urmăririi penale și combaterii infracțiunilor sau al executării pedepselor, măsurilor educative și de siguranță, precum și privind libera circulație a acestor date.* Monitorul Oficial al României nr. 13 din 7 Ianuarie 2019. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/209627>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [193] Leng, J., Sha, W., Wang, B., Zheng, P., Zhuang, C., Liu, Q., Wuest, T., Mourtzis, D., & Wang, L. (2022). Industry 5.0: Prospect and retrospect. *Journal of Manufacturing Systems*, 65, 279–295. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jmsy.2022.09.017>
- [194] Levy, S. J. (1959). Symbols for Sales. *Harvard Business Review*, 37(4), 117-124.
- [195] Lewin, K. (1936). Principles of topological psychology. (Trans.. Heider F. & Heider, G. M.). McGraw-Hill. doi: <https://doi.org/10.1037/10019-000>

- [196] Li, C. (2016). Why do online consumers experience information overload? An extension of communication theory. *Journal of Information Science*, 43(6), 835–851. doi: <https://doi.org/10.1177/0165551516670096>
- [197] Li, F., Nucciarelli, A., Roden, S., & Graham, G. (2016). How smart cities transform operations models: a new research agenda for operations management in the digital economy. *Production Planning & Control*, 27(6), 514–528. <https://doi.org/10.1080/09537287.2016.1147096>
- [198] Liere-Netheler, K., Packmohr, S., and Vogelsang, K. (2018). Drivers of digital transformation in manufacturing, *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 3926 – 3935)
- [199] Linardatos, P., Papastefanopoulos, V., & Kotsiantis, S. (2020). Explainable AI: A Review of Machine Learning Interpretability Methods. *Entropy*, 23(1), 18. <https://doi.org/10.3390/e23010018>
- [200] Lopes, A. I., Dens, N., De Pelsmacker, P., & Malthouse, E. C. (2023). Managerial response strategies to eWOM: A framework and research agenda for webcare. *Tourism Management*, 98, 104739. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104739>
- [201] López Yepes, J. (1998). Hombre y documento: del homo sapiens al homo documentator. *Sciré: Representación Y Organización Del Conocimiento*, 4(2), 11–22. doi : <https://doi.org/10.54886/scire.v4i2.1094>
- [202] Lounder, H. (2021) You're Not as Sustainable as You Think: How Corporations Use Sustainability to Promote Consumption and Create the Illusion of Climate Action. BIOL 411 Global Change Biology - Winter 2021.
- [203] Lozada, M. (2001). Política en red y democracia virtual: la cuestión de lo público tituto. *Estudios Latinoamericanos Sobre Cultura Y Transformaciones Sociales En Tiempos De Globalización*, 2. Preluat la data de 01.07.2024 de la: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20100914034214/10lozada.pdf>
- [204] Lubomirsky, J. (2024, Mai). *Creating an Inclusive Shopping Experience: E-Commerce Accessibility for the Visually Impaired*. Preluat la data de 01.07.2024 de pe Website-ul Orcam: <https://www.orcam.com/en-us/blog/inclusive-shopping-experience-for-visually-impaired>
- [205] Luoma, J., & Martela, F. (2021). A dual-processing view of three cognitive strategies in strategic decision making: Intuition, analytic reasoning, and reframing. *Long Range Planning*, 54(3), 102065. doi: <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2020.102065>
- [206] Lutkevich, B. (2024, June 21). 19 of the best large language models in 2024. [Resursă online] Preluată la data de 22 Iulie 2024 de pe Website-ul TechTarget: <https://www.techtarget.com/whatis/feature/12-of-the-best-large-language-models>

- [207] MacInnis, D. J., & Folkes, V. S. (2010). The Disciplinary Status of Consumer Behavior: A Sociology of Science Perspective on Key Controversies. *Journal of Consumer Research*, 36(6), 899–914. doi: <https://doi.org/10.1086/644610>
- [208] MacKay, J. (2018, Octombrie). *Why you're not “addicted” to technology (and it's dangerous to say so): An interview with behavioral designer Nir Eyal*. [Resursă online] Preluat la data de 01.07.2024 de pe Website-ul RescueTime Blog. <https://blog.rescuetime.com/nir-eyal-digital-distraction/>
- [209] Maddikunta, P. K. R., Pham, Q., B, P., Deepa, N., Dev, K., Gadekallu, T. R., Ruby, R., & Liyanage, M. (2022). Industry 5.0: A survey on enabling technologies and potential applications. *Journal of Industrial Information Integration*, 26, 100257. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jii.2021.100257>
- [109] Madudova, E., & Corejova, T. (2023). *The Issue of Measuring Household Consumption Expenditure*. *Economies*, 12(1), 9. <https://doi.org/10.3390/economies12010009>
- [210] Mak, Y. (2023, Iulie). *What is cognition?* [Resursă online] Preluată la data de 22 Iulie 2024 de pe Website-ul Cambridge Cognition: <https://cambridgecognition.com/what-is-cognition/>
- [211] Makri, K., Schlegelmilch, B. B., Mai, R., & Dinhof, K. (2020). What we know about anticonsumption: An attempt to nail jelly to the wall. *Psychology and Marketing*, 37(2), 177–215. <https://doi.org/10.1002/mar.21319>
- [212] Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. doi: <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- [213] Marshall, A. (1885). *The Present Position of Economics*. London: Macmillan and Co.
- [214] Marshall, A. (2013/1890). *Principles of Economics*. Palgrave Macmillan London.
- [215] Martin, R. (2023, Septembrie) *parasocial interaction*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/science/parasocial-interaction>
- [216] Maslowska, E., Segijn, C. M., Vakeel, K. A., & Viswanathan, V. (2019). How consumers attend to online reviews: an eye-tracking and network analysis approach. *International Journal of Advertising*, 39(2), 282–306. doi:<https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1617651>
- [217] Matarazzo, M., Penco, L., Profumo, G., & Quaglia, R. (2021). Digital transformation and customer value creation in Made in Italy SMEs: A dynamic capabilities perspective. *Journal of Business Research*, 123, 642–656. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.033>
- [218] Matt, C., Hess, T., & Benlian, A. (2015). Digital Transformation Strategies. *Business & Information Systems Engineering*, 57(5), 339–343. doi: <https://doi.org/10.1007/s12599-015-0401-5>

- [219] Matt, C., Trenz, M., Cheung, C.M.K. & Turel, O. (2019) The digitization of the individual: conceptual foundations and opportunities for research. *Electron Markets* 29, 315–322. doi: <https://doi.org/10.1007/s12525-019-00348-9>
- [220] Matz, S. C., & Netzer, O. (2017). Using Big Data as a window into consumers' psychology. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 18, 7–12. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2017.05.009>
- [221] Maurer, R. (2023, Decembrie). *Human Error Cited as Top Cause of Data Breaches*. [Resursă online] Preluată la data de 22 Iulie 2024 de pe Website-ul SHRM. <https://www.shrm.org/topics-tools/news/risk-management/human-error-cited-top-cause-data-breaches>
- [222] Mayer-Schönberger, V. (2009). *Delete: The virtue of forgetting in the digital age*. Princeton University Press.
- [223] McClelland, D. C., Koestner, R., & Weinberger, J. (1989). How do self-attributed and implicit motives differ? *Psychological Review*, 96(4), 690–702. doi: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.96.4.690>
- [224] McEvoy, O. (2024, Iulie). Real GDP growth rates in Europe 2023. [Resursă online] Preluată la data de 01.07.2024 de pe Website-ul Statista: <https://www.statista.com/statistics/686147/gdp-growth-europe/>
- [225] McFadden, Daniel L. (2013) *The New Science of Pleasure*. NBER Working Papers 18687, National Bureau of Economic Research, Inc.
- [226] Mehreen, K., Faisal, Q., & Muhammad, S. (2018) The Role of Brand Recall, Brand Recognition and Price Consciousness in Understanding Actual Purchase. *Journal of Research in Social Sciences*, 6(2), 219 – 241. ISSN 2306-112X.
- [227] Meppelink, C. S., Smit, E. G., Fransen, M. L., & Diviani, N. (2019). “I was Right about Vaccination”: Confirmation Bias and Health Literacy in Online Health Information Seeking. *Journal of Health Communication*, 24(2), 129–140. doi: <https://doi.org/10.1080/10810730.2019.1583701>
- [228] Meshalkina, D. A., Kizlyk, M. N., Kysil, E. V., Collier, A. D., Echevarria, D. J., Abreu, M. S., Barcellos, L. J., Song, C., & Kalueff, A. V. (2017). Understanding zebrafish cognition. *Behavioural Processes*, 141, 229–241. doi: <https://doi.org/10.1016/j.beproc.2016.11.020>
- [229] Microsoft Security (2023). Ce este malware-ul? [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de la: <https://www.microsoft.com/ro-ro/security/business/security-101/what-is-malware>
- [110] Mihăilescu, N., Sgărdea, F.-M., Căpățână, C. (2020) Dinamica cheltuielilor guvernamentale pe un locuitor în funcție de dinamica produsului intern brut pe un locuitor (III). Analize comparative la nivelul a 7 state din Estul UE și pentru 27 de state. *Revista Română de Statistică*, 7.

- [1] Mikou, M., Vallet, A., & Guivarch, C. (2024). *Harmonized disposable income dataset for Europe at subnational level*. *Scientific Data*, 11(1). <https://doi.org/10.1038/s41597-024-03138-x>
- [230] Ministerul Sănătății. (2024, Februarie). *Atac cibernetic masiv de tip ransomware asupra serverelor de producție pe care rulează sistemul informatic HIS*. [Resursă online] Preluată la data de 24 Februarie 2024 de la: <https://ms.ro/ro/centrul-de-presa/atac-cibernetic-masiv-de-tip-ransomware-asupra-serverelor-de-produc%C8%9Bie-pe-care-ruleaz%C4%83-sistemul-informatic-his/>
- [231] Ministerul Justiției (2024). Rezultate căutare pentru „Textul contine ‘consumator vulnerabil’”. Preluat la data de 25 Iulie 2024 de pe Website-ul Portal Legislativ: <https://legislatie.just.ro/Public/RezultateCautare?text1=consumator%20vulnerabil>
- [232] Milana, M., Hodge, S., Holford, J., Waller, R., & Webb, S. (2021). A year of COVID-19 pandemic: exposing the fragility of education and digital in/equalities. *International Journal of Lifelong Education*, 40(2), 111–114. doi: <https://doi.org/10.1080/02601370.2021.1912946>
- [233] Mill, J. S. (1836) On the Definition of Political Economy, În: *J. M. Robson (Ed) Collected Works of John Stuart Mill: Essays on Economics and Society*. University of Toronto Press.
- [234] Mill, J. S. (2001/1859). *On Liberty*. Batoche Books Limited. Preluat la data de 01.07.2024 de la <https://socialsciences.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/mill/liberty.pdf>
- [235] Milić, J., Zeković, J., Stankić, D., Henčić, B., Jančić, J., & Samardžić, J. (2021). Chapter 33 - Cognition-enhancing drugs and applications to aging În Martin, C. R, & Victor, R. (Eds.) Assessments, Treatments and Modeling in Aging and Neurological Disease The Neuroscience of Aging (pp. 367–378). doi: <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-818000-6.00033-0>
- [236] Mitchell, V. (1995). Organizational Risk Perception and Reduction: A Literature Review. *British Journal of Management*, 6(2), 115–133. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.1995.tb00089.x>
- [237] Mitchell, V., Petrovici, D., Schlegelmilch, B. B., & Szőcs, I. (2015). The influence of parents versus peers on Generation Y Internet ethical attitudes. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(2), 95–103. doi: <https://doi.org/10.1016/j.elrap.2014.12.003>
- [238] Mondschein C. F. & Monda, C. (2018 Aprilie) The EU's General Data Protection Regulation (GDPR) in a Research Context. În Kubben P, Dumontier M, Dekker A, (Eds.). *Fundamentals of Clinical Data Science*. Springer Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-99713-1\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-319-99713-1_5)
- [239] Montag, C., & Diefenbach, S. (2018). Towards Homo Digitalis: Important research issues for psychology and the Neurosciences at the dawn of the Internet of Things

and the Digital Society. *Sustainability*, 10(2), 415. doi: <https://doi.org/10.3390/su10020415>

- [240] Morgan, M. S. (2006). Economic man as model man: ideal types, idealization and caricatures. *Journal of the History of Economic Thought*, 28(1), 1–27. doi: <https://doi.org/10.1080/10427710500509763>
- [241] Moroianu, C., Ciurdea, I., & Academia Română, Institutul de Lingvistică al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”. (2024a). *Comporta*. În Dicționarul Etimologic al Limbii Române (DELR). Preluat la data de 13.06.2024 de la: <https://delr.lingv.ro/?searchTerm=Comporta&includeVariants=true>
- [242] Moroianu, C., Ciurdea, I., & Academia Română, Institutul de Lingvistică al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”. (2024b). *Consuma*. În Dicționarul Etimologic Al Limbii Române (DELR). Preluat la data de 13.06.2024 de la: <https://delr.lingv.ro/?searchTerm=Consuma&includeVariants=true>
- [243] Moroianu, C., Ciurdea, I., & Academia Română, Institutul de Lingvistica al Academiei Române „Iorgu Iordan - Al. Rosetti”. (2024c). *Avatar*. În Dicționarul Etimologic Al Limbii Române (DELR). Preluat la data de 29.07..2024 de la: <https://delr.lingv.ro/?searchTerm=avatar&includeVariants=true>
- [111] Mukaka, M. (2012, Septembrie). A guide to appropriate use of Correlation coefficient in medical research. *PubMed Central (PMC)*. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3576830/>
- [112] Mura, P. O., & Donath, L. E. (2023). Digitalisation and Economic Growth in the European Union. *Electronics*, 12(7), 1718. doi: <https://doi.org/10.3390/electronics12071718>
- [244] Moss, L. S. (2010). Hobbes and the Early Uses of Economic Method. *The American Journal of Economics and Sociology*, 69(1), 499–523. <http://www.jstor.org/stable/40607765>
- [245] Nadkarni, S., Prügl, R. Digital transformation: a review, synthesis and opportunities for future research. (2020) *Management Review Quarterly*, 71, 233–341. doi: <https://doi.org/10.1007/s11301-020-00185-7>
- [246] Naz, H., & Kashif, M. (2024). Artificial intelligence and predictive marketing: an ethical framework from managers’ perspective. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*. <https://doi.org/10.1108/sjme-06-2023-0154>
- [247] Newrkirk, A. (2014) *The Interactions of Heuristics and Biases in the Making of Decisions*. The Harvard College Writing Program. Preluat de pe Website-ul Exposé Magazine la data de 24 Iulie 2024: <https://projects.iq.harvard.edu/expose/book/expos%C3%A9-2014>

- [248] Nickerson, C. (2023, Octombrie). *Theory of Reasoned Action (Fishbein and Ajzen, 1975)*. [Resursă online] Preluată la data de 25 Iulie 2024 de pe Website-ul Simply Psychology. <https://www.simplypsychology.org/theory-of-reasoned-action.html>
- [249] Nie, S., Wang, M., Li, J., Luo, H., & Zhang, H. (2023). The neural dynamics of loss aversion. *Imaging Neuroscience*, 1, 1–13. doi: [https://doi.org/10.1162/imag\\_a\\_00047](https://doi.org/10.1162/imag_a_00047)
- [250] Nilsson, N. J. (1998). Introduction. În Morgan Kaufmann Publishers, Inc. (Ed.), *Artificial intelligence: A new synthesis* (pp. 1–17). doi: <https://doi.org/10.1016/b978-0-08-049945-1.50005-8>
- [251] Ng, I. C. L., & Tseng, L.-M. (2008). Learning to Be Sociable the Evolution of Homo Economicus. *The American Journal of Economics and Sociology*, 67(2), 265–286. <http://www.jstor.org/stable/27739704>
- [252] Nicolescu, O., Corcodel, S.-F., Cezar, P. S., Nicolescu, C., Uritu, D., & Cristof, C. (2020). Carta alba a IMM-urilor din Romania 2020 (ediția a XVIII-a). Editura Pro Universitaria.
- [253] Niosi, A. (2021, Iunie). Social Influences. În *Introduction to Consumer Behaviour* BCcampus. <https://opentextbc.ca/introconsumerbehaviour/>
- [254] Nicosia, F. M. (1966) *Consumer Decision Processes: Marketing and Advertising Implications*. Prentice-Hall.
- [255] Noah, S., & Mangun, G. R. (2020). Recent evidence that attention is necessary, but not sufficient, for conscious perception. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1464(1), 52–63. doi: <https://doi.org/10.1111/nyas.14030>
- [256] Nosek, B. A., Hawkins, C. B., & Frazier, R. S. (2011). Implicit social cognition: from measures to mechanisms. *Trends in Cognitive Sciences*, 15(4), 152–159. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tics.2011.01.005>
- [257] Nutriscore Europe (2023, Noiembrie). *Advocacy of the EU Scientists and Public Health Professionals: Advocacy for the Immediate and Mandatory Implementation in Europe of the Front-Of-Pack Nutrition Label NutriScore, A Science-Based Public Health Tool*. [Blog Post] Preluat la data de 11 Iunie 2024 de pe Website of the European Scientists and Health Professionals Supporting NutriScore. Disponibil online la: <https://nutriscore-europe.com/advocacy-nutri-score-europe/>
- [113] OECD (2013). *Household consumption*. În: National Accounts at a Glance 2013, OECD Publishing, Paris. doi: [https://doi.org/10.1787/na\\_glance-2013-12-en](https://doi.org/10.1787/na_glance-2013-12-en)
- [258] OECD/EUIPO (2022). *Dangerous Fakes: Trade in Counterfeit Goods that Pose Health, Safety and Environmental Risks*. Illicit Trade, OECD Publishing, Paris, doi: <https://doi.org/10.1787/117e352b-en>.

- [259] OECD/EUIPO (2023). *Economic impact of counterfeiting in the clothing, cosmetics, and toy sectors in the EU*. European Union Intellectual Property Office. doi: <https://doi.org/10.2814/053613>
- [260] OECD/EUIPO (2024). *Illicit Trade in Fakes under the COVID-19*. Illicit Trade. OECD Publishing, Paris. doi: <https://doi.org/10.1787/0c475a23-en>.
- [261] Ofir, C., Raghbir, P., Brosh, G., Monroe, K., & Heiman, A. (2008). Memory-Based Store Price Judgments: The Role of Knowledge and Shopping Experience. *Journal of Retailing*, 84(4), 414–423. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2008.08.001>
- [262] OG 21/1992 (1992). *Ordonanța nr. 21 din 21 August 1992 privind protecția consumatorului* (forma de bază). Monitorul Oficial al României nr. 212 din 28 august 1992. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/2175?isFormaDeBaza=True> Accesată la data de 28.06.2024.
- [263] OG 21/1992 (1992/2023). *Ordonanța nr. 21 din 21 August 1992 privind protecția consumatorului* (forma consolidată, republicată). Monitorul Oficial al României nr. 208 din 28 martie 2007. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/2175>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [264] OG 130/2000 (2000). *Ordonanța nr. 130 din 31 August 2000 privind Regimul Juridic al Contractelor la Distanță*. (forma consolidată). Monitorul Oficial al României nr. 431 din 2 Septembrie 2000. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/24091>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [265] OG 27/2013 (2013). *Ordonanța nr. 27 din 27 August 2013 pentru modificarea și completarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 70/2011 privind măsurile de protecție socială în perioada sezonului rece*. Monitorul Oficial al României nr. 548 din 29 august 2013. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/151068> Accesată la data de 25.07.2024.
- [266] Olson, J. M., Vernon, P. A., Harris, J. A., & Jang, K. L. (2001). The heritability of attitudes: A study of twins. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80(6), 845–860. doi:10.1037/0022-3514.80.6.845
- [267] Ormazabal, K. M. (1995). The Law of Diminishing Marginal Utility in Alfred Marshall's Principles of Economics. *The European Journal of the History of Economic Thought*, 2(1), 91–126. doi: <https://doi.org/10.1080/10427719500000096>
- [268] Ortiz-Ospina, E., & Roser, M. (2024, Marite). *The rise of social media*. [Resursă online] Preluată la data de 11 Iunie 2024 de pe Website Our World in Data: <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>

- [269] OUG 70/2011 (2011). *Ordonanță nr. 70 din 31 august 2011 privind măsurile de protecție socială în perioada sezonului rece*. Monitorul Oficial al României nr. 629 din 2 septembrie 2011. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/131200>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [270] OUG 34/2014 (2014). *Ordonanță nr. 34 din 4 Iunie 2014 privind Drepturile Consumatorilor în Cadrul Contractelor Încheiate cu Profesioniștii, precum și pentru Modificarea și Completarea unor Acte Normative (forma consolidată)*. Monitorul Oficial al României nr. 427 din 11 Iunie 2014. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/158913>. Accesată la data de 28.06.2024.
- [271] OUG 143/2021 (2021). *Ordonanță De Urgență nr. 143 din 28 decembrie 2021 pentru modificarea și completarea Legii energiei electrice și a gazelor naturale nr. 123/2012, precum și pentru modificarea unor acte normative*. Monitorul Oficial al României nr. 1259 din 31 decembrie 2021. Disponibilă la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/250107> Accesată la data de 26.07.2024
- [272] Oxford English Dictionary [OED]. (2023). *Avatar*. În Oxford English Dictionary. doi: <https://doi.org/10.1093/OED/1119055073>.
- [273] Oxford English Dictionary [OED]. (2024). *Fine-line*. În Oxford English Dictionary. doi: <https://doi.org/10.1093/OED/9734048651>.
- [274] Oxford English Dictionary [OED]. (n.d.). *Black box*. În Oxford English Dictionary. doi: <https://doi.org/10.1093/OED/1091899133>.
- [275] Ozimek, P., Lainas, S., Bierhoff, H., & Rohmann, E. (2023). How photo editing in social media shapes self-perceived attractiveness and self-esteem via self-objectification and physical appearance comparisons. *BMC Psychology*, 11(1). doi: <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01143-0>
- [276] Palalic R., Ramadani V., Gilan S. M., Rashiti S. G., & Dana L. P. (2021). Social media and consumer buying behavior decision: What entrepreneurs should know? *Management Decision*, 59(6), 1249–1270.
- [277] Pan, X., & Wu, W. (2021). Housing returns, precautionary savings and consumption: Micro evidence from China. *Journal of Empirical Finance*, 60, 39–55. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jempfin.2020.10.006>
- [278] Paravati, E., Gabriel, S., Valenti, J., Valent, K., & Buffone, A. (2022). Social comparison, parasocial relationships, and attachment style: how and when do celebrities improve selfliking? *The Journal of Social Psychology*, 1–12. doi: <https://doi.org/10.1080/00224545.2022.2149385>
- [279] Park, S., Song, S., & Lee, S. (2020). The Issue of Endogeneity and Possible Solutions in Panel Data Analysis in The Hospitality Literature. *Journal of Hospitality &*

Tourism Research, 109634802091999. doi:  
<https://doi.org/10.1177/1096348020919993>

- [280] Pavlov, P. I. (1972/2010). Conditioned reflexes: An investigation of the physiological activity of the cerebral cortex. *Annals of neurosciences*, 17(3), 136–141. doi: <https://doi.org/10.5214/ans.0972-7531.1017309>
- [281] Peng, M., Xu, Z., & Huang, H. (2021). How Does Information Overload Affect Consumers' Online Decision Process? An Event-Related Potentials Study. *Frontiers in neuroscience*, 15, 695852. doi: <https://doi.org/10.3389/fnins.2021.695852>
- [114] Penz, G. P. (1987). *Consumer Sovereignty and Human Interests*. London: Cambridge University Press.
- [115] Persky, J. (1993). Retrospectives: consumer sovereignty. *Journal of Economic Perspectives*, 7(1), 183-191.
- [116] Piekut, M., & Piekut, K. (2022). Changes in Patterns of Consumer Spending in European Households. *Sustainability*, 14(19), 12794. doi: <https://doi.org/10.3390/su141912794>
- [282] Pieters, R., Warlop, L., & Wedel, M. (2002). Breaking through the clutter: Benefits of advertisement originality and familiarity for brand attention and memory. *Management Science*, 48(6), 765–781. doi: <https://doi.org/10.1287/mnsc.48.6.765.192>
- [283] Pieters, L., Lobaugh, K., Waelter, A., Rogers, S. (2023, Noiembrie) *An evolving world of digital goods and services*. Deloitte Insights. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul Deloitte: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/retail-distribution/consumer-behavior-trends-state-of-the-consumer-tracker/consumer-digital-spending-trends.html#>
- [284] Ratneshwar, S., Warlop, L., Mick, D. G., & Seeger, G. (1997). Benefit salience and consumers' selective attention to product features. *International Journal of Research in Marketing*, 14(3), 245–259. doi:10.1016/s0167-8116(97)00007-4
- [285] Reagan, J. R., & Singh, M. (2020). *Management 4.0: Cases and Methods for the 4th Industrial Revolution*. Springer Nature Singapore.
- [286] Reina Paz, M. D., & Rodríguez Vargas, J. C. (2023). Main theoretical consumer behavioural models. A review from 1935 to 2021. *Heliyon*, 9(3), e13895. doi: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13895>
- [287] Reuter C., & Spielhofer T. (2017). Towards social resilience: A quantitative and qualitative survey on citizens' perception of social media in emergencies in Europe. *Technological Forecasting and Social Change*, 121, 168–180.

- [288] Russell, J. A. (2003). Core affect and the psychological construction of emotion. *Psychological Review*, 110(1), 145–172. doi: <https://doi.org/10.1037/0033-295x.110.1.145>
- [289] Pagani, M., & Pardo, C. (2017). The impact of digital technology on relationships in a business network. *Industrial Marketing Management*, 67, 185–192. doi: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.08.009>
- [290] Peng, J., Li, H., Miao, D., Feng, X., & Xiao, W. (2013). Five different types of framing effects in medical situation: a preliminary exploration. *Iranian Red Crescent medical journal*, 15(2), 161–165. doi: <https://doi.org/10.5812/ircmj.8469>
- [291] Peters, S., & Verhagen, H. (2024). Publication bias and Nutri-Score: A complete literature review of the substantiation of the effectiveness of the front-of-pack logo Nutri-Score. *PharmaNutrition*, 27, doi: <https://doi.org/10.1016/j.phanu.2024.100380>
- [292] Petrescu, I., Dinu, V., Ștefănescu, C. & Dobrescu, E. (2010) Implicarea Factorului Uman în Managementul Protecției Consumatorilor. *Amfiteatru Economic*, 10(28), 267-285. Disponibil la: [https://www.amfiteatrueconomic.ro/temp/Articol\\_964.pdf](https://www.amfiteatrueconomic.ro/temp/Articol_964.pdf). Accesat la data de 27.06.2023
- [293] Pierpaolo, D. (2021a). Being human (or what?) in the digital matrix land. The construction of the humanted. În Carrigan, M., & Porpora, D.V. (eds) *Post-Human Futures. Human Enhancement, Artificial Intelligence and Social Theory*. (prima ediție.). Taylor and Francis. Preluat la data de 14 Iunie 2024 de la: <https://www.perlego.com/book/2270984/posthuman-futures-human-enhancement-artificial-intelligence-and-social-theory-pdf>
- [294] Pierpaolo, D. (2021b). *How the Digital Technological Matrix Redefines Human Identities and Relations*. Preluat la data de 14 Iunie 2024 de pe Website-ul The Pontifical Academy of Social Sciences: [https://www.pass.va/en/publications/studia-selecta/studia\\_selecta\\_07\\_pass/donati.html](https://www.pass.va/en/publications/studia-selecta/studia_selecta_07_pass/donati.html) Accesat la data de 11.07.2024
- [295] Pechmann, C., Zhao, G., Goldberg, M. E., & Reibling, E. T. (2003). What to Convey in Antismoking Advertisements for Adolescents: The use of Protection Motivation Theory to Identify Effective Message Themes. *Journal of Marketing*, 67(2), 1-18. doi: <https://doi.org/10.1509/jmkg.67.2.1.18607>
- [296] Petrosyan, A. (2024, Mai). *Number of internet and social media users worldwide as of April 2024: Worldwide Digital Population 2024*. Preluat la data de 14 Iunie 2024 de pe Website-ul Statista: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
- [297] Plassmann, H., & Karmarkar, U. R. (2015). Consumer Neuroscience: Revealing Meaningful Relationships between Brain and Consumer Behavior. În M. I. Norton, D. D. Rucker, & C. Lamberton (Eds.), *The Cambridge Handbook of Consumer Psychology* (pp. 152–179). chapter, Cambridge: Cambridge University Press.

- [298] PL-x nr. 794/2023 (2023). *Proiect de Lege pentru modificarea și completarea unor acte normative din domeniul prevenirii și combaterii traficului și consumului ilicit de droguri și alte substanțe susceptibile de a avea efecte psihooactive*. Camera Deputaților 794/18.12.2023. Disponibilă la [https://www.cdep.ro/pls/proiecte/upl\\_pck2015.proiect?idp=21415](https://www.cdep.ro/pls/proiecte/upl_pck2015.proiect?idp=21415). Accesată la data de 25.07.2024
- [299] Pomeroy, S. B. (1996). *Oeconomicus: A Social and Historical Commentary* (reprint). Oxford University Press.
- [300] Popa, F. (2010). Modele de decizie rațională: criterii formale și norme. *Revista De Cercetare Științifică Pluridisciplinară Cogito*, 2(1).
- [301] Popescu, G. (2004). Evoluția gândirii economice (ediția a III-a revăzută, adăugită și actualizată). Editura Academiei Române, Editura Cartimpex.
- [302] Pereira, H. G., de Fátima Salgueiro, M., & Mateus, I. (2014). Say yes to Facebook and get your customers involved! Relationships in a world of social networks. *Business Horizons*, 57(6), 695-702.
- [303] Profit.Ro. (2024, Ianuarie). ANPC anunță că are discuții cu operatorii economici pentru interzicerea etichetării Nutriscore în România. Preluat la data de 18 Iunie 2024 de pe Website-ul Profit.ro. <https://www.profit.ro/povesti-cu-profit/retail/anpc-anunta-ca-are-discutii-cu-operatorii-economici-pentru-interzicerea-etichetarii-nutriscore-in-romania-21473081>
- [304] Puiu, C. (2008) Considerations about group influences on consumer behaviour. *Analele Universității din Oradea. Științe Economice. Tom XVII. Vol. IV*. Preluat la data de 24 Iulie 2024 de la: <https://anale.steconomiceoradea.ro/volume/2008/v4-management-marketing/v4-management-and-marketing.pdf>
- [305] Pop, N.-Al., Dabija, D.-C. & Iorga, A.-M. (2014) Responsabilitatea etică a companiilor de neuromarketing în valorificarea cercetărilor de piață – o abordare exploratorie la nivel global. *Amfiteatru Economic*, 16(35).
- [306] Rafferty, J. P. (2023, Aprilie). *Thorndike's law of effect* [Resursă online] Preluat la data de 22.07.2024 de pe Website-ul Britannica. <https://www.britannica.com/science/Thorndikes-law-of-effect>
- [307] Ramos R. G., Olden K. (2008) Gene-Environment Interactions in the Development of Complex Disease Phenotypes. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 5(1):4-11. doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph5010004>
- [308] Ran, T., Yue, C., & Rihn, A. (2016). Does Nutrition Information Contribute to Grocery Shoppers' Willingness to Pay? *Journal of Food Products Marketing*, 23(5), 591–608. doi: <https://doi.org/10.1080/10454446.2015.1048027>
- [309] Randhawa, P., Calantone, R. J., & Voorhees, C. M. (2015). The pursuit of counterfeited luxury: An examination of the negative side effects of close consumer-

- brand connections. *Journal of Business Research*, 68(11), 2395–2403. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.02.022>
- [310] Razorfish (2022). The Metaverse. What gaming today teaches us about the metaverse tomorrow. [Resursă online] Preluat la data de 22.07.2024 de pe Website-ul: [http://assets.rzrfs.com/pdf/2022/VICE\\_x\\_Razorfish\\_Gen\\_Z\\_Metaverse\\_Report.pdf](http://assets.rzrfs.com/pdf/2022/VICE_x_Razorfish_Gen_Z_Metaverse_Report.pdf)
- [311] Răpan (Stoica), I., Zăman, G., Suciu, M.-C., Purcărea, V.-L., JUDE, C.-R., Radu, A.-V., Catană, A., și Radu, A.-C. (2022). A Better Integration of Industrial Robots in Romanian Enterprises and the Labour Market. *Applied Sciences*, 12(12), doi: <https://doi.org/10.3390/app12126014>
- [312] Regulament (UE) 679/2016. (2016) *Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE (Regulamentul general privind protecția datelor) (Text cu relevanță pentru SEE)*. EUR-Lex. Disponibil la: <http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>. Accesat la data de 28.06.2024.
- [313] Rent the Runway (2024) *Designer Clothing Rental Subscription Service* [Resursă Online] Preluat la data de 28.08.2024 de pe Website-ul Rent the Runway <https://www.renttherunway.com/>
- [314] Rezoluția (UE) 2272/2011. (2011) *Rezoluția Parlamentului European din 22 mai 2012 referitoare la o strategie de consolidare a drepturilor consumatorilor vulnerabili (2011/2272(INI))*. Jurnalul Oficial al Uniunii Europene CE 264/11. Disponibil la: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/ALL/?uri=CELEX:52012IP0209>. Accesat la data de 26.07.2024
- [315] Rheingold, H. (2000) *The virtual community : homesteading on the electronic frontier*. Cambridge, Mass. : MIT Press
- [316] Rhodes, G., Watson, T. L., Jeffery, L., & Clifford, C. W. (2010). Perceptual adaptation helps us identify faces. *Vision Research*, 50(10), 963–968. doi: <https://doi.org/10.1016/j.visres.2010.03.003>
- [317] Ribeiro, M. T., Singh, S., & Guestrin, C. (2016). “Why Should I Trust You?”: Explaining the Predictions of Any Classifier. În *Proceedings of the 22nd ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining* (ediția a 22-a). ACM Digital LIBRARY. doi: <https://doi.org/10.1145/2939672.2939778>
- [318] Rick, S. (2011). Loses, Gains, and Brains: Neuroeconomics Can Help to Answer Open Questions About Loss Aversion. *Journal of Consumer Psychology*. 21(4): 453–463. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2010.04.004>

- [319] Riddell, R., Ahmed, N., Maitland, A., Lawson, M., & Taneja, A. (2024). Inequality Inc. [Raport] Preluat la data de 18 Iunie 2024 de pe Website-ul Oxfam International. <https://www.oxfam.org/en/research/inequality-inc>
- [320] Riley, J. C. (2001/1999). A Widening Market in Consumer Goods. În E. Cameron (Ed.), *Early Modern Europe. An Oxford History*. (pp. 257–260). Oxford University Press Inc.
- [321] Roetzel, P.G. (2019). Information overload in the information age: a review of the literature from business administration, business psychology, and related disciplines with a bibliometric approach and framework development. *Business Research*, 12. 479-522. doi: <https://doi.org/10.1007/s40685-018-0069-z>
- [322] Rogers, E.M. (1962) *Diffusion of Innovations*, The Free Press of Glencoe, New York.
- [323] Rolls, E. T. (2000). Memory Systems in the Brain. *Annual Review of Psychology*, 51(1), 599–630. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.51.1.599>
- [324] Rønnow, H. N. (2020). The Effect of Front-of-Pack Nutritional Labels and Back-of-Pack Tables on Dietary Quality. *Nutrients*, 12(6), 1704, doi: <https://doi.org/10.3390/nu12061704>
- [325] Rothschild, M., & Stiglitz, J. (1976). Equilibrium in Competitive Insurance Markets: An Essay on the Economics of Imperfect Information. *The Quarterly Journal of Economics*, 90(4), 629. doi: <https://doi.org/10.2307/1885326>
- [326] Roser, M. (2021). *Extreme poverty: How far have we come, and how far do we still have to go?* Preluat la data de 10 Iulie 2024 de pe Website-ul OurWorldInData: <https://ourworldindata.org/extreme-poverty-in-brief>
- [327] Sabău, G. (2002). Teoria Economică. O Știință Morală. *Revista Română De Sociologie* (serie nouă), 5–6, 591–604, București.
- [328] Šajn, N. (2021). *Vulnerable Consumers*. European Parliamentary Research Service.
- [329] Samson, A., & Voyer, B. G. (2012). Two minds, three ways: dual system and dual process models in consumer psychology. *AMS Review*, 2(2–4), 48–71. doi: <https://doi.org/10.1007/s13162-012-0030-9>
- [330] Sartor, G. (2020) *New aspects and challenges in consumer protection, Study for the committee on the Internal Market and Consumer Protection*. Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, European Parliament, Luxembourg. Preluată la data de 28 Iulie 2024 de la <http://www.europarl.europa.eu/supporting-analyses>
- [331] Savage, B. M. (2021, Ianuarie). *Spotify wants to suggest songs based on your emotions*. Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe website-ul BBC> <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-55839655>
- [332] Saylor Academy (2012). PPP and Cross-Country Comparisons. În International Finance: Theory and Policy v. 1.0. [Resursă online]. Preluată la data de 6 august 2024

- de la: [https://saylordotorg.github.io/text\\_international-finance-theory-and-policy/s09-07-ppp-and-cross-country-comparis.html](https://saylordotorg.github.io/text_international-finance-theory-and-policy/s09-07-ppp-and-cross-country-comparis.html)
- [333] Schaller, M., Kenrick, D. T., Neel, R., & Neuberg, S. L. (2017). Evolution and human motivation: A fundamental motives framework. *Social and Personality Psychology Compass*, 11(6), e12319. doi: <https://doi.org/10.1111/spc3.12319>
- [334] Schenker, M. (2024, Iulie). *How to Use Cialdini's 7 Principles of Persuasion to Boost Conversions*. [Resursă online] Preluată la data de 4 august 2024 de pe Website-ul CXL. <https://cxl.com/blog/cialdinis-principles-persuasion/>
- [335] Shepherd, J. (2024) *23 Essential Twitter (X) Statistics You Need to Know in 2024*. [Resursă online] Preluată la data de 3 august 2024 de pe Website-ul Social Shepherd: <https://thesocialshepherd.com/blog/twitter-statistics>
- [117] Schmidheiny, K. (2023) Panel Data: Fixed and Random Effects. Short Guide to Microeconomics. University of Basel.
- [336] Scholkmann, A.B. (2021). Resistance to (Digital) Change. În: Ifenthaler, D., Hofhues, S., Egloffstein, M., Helbig, C. (eds) *Digital Transformation of Learning Organizations* (pp 219–236). Springer, Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-55878-9\\_13](https://doi.org/10.1007/978-3-030-55878-9_13)
- [337] Schneier, B. (2017, Ianuarie). The Internet of Things' Dangerous Future: Bruce Schneier. Preluat la data de 14 Iulie 2024 de pe Website-ul Intelligencer: <https://nymag.com/intelligencer/2017/01/the-internet-of-things-dangerous-future-bruce-schneier.html>
- [338] Schwab, N. (2014). Social influence constrained by the heritability of attitudes. *Personality and Individual Differences*, 66, 54–57. doi: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.03.011>
- [118] Schober, P., Boer, C., & Schwarte, L. A. (2018). Correlation Coefficients: Appropriate Use and Interpretation. *Anesthesia & Analgesia*, 126(5), 1763–1768. <https://doi.org/10.1213/ane.0000000000002864>
- [339] Sebastian, V. (2014). New Directions in Understanding the Decision-making Process: Neuroeconomics and Neuromarketing. *Procedia: Social & Behavioral Sciences*, 127, 758–762. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.03.350>
- [340] Sevillano García, M. L. (2007). Nuevas Tecnologías, Nuevos Medios Y Didáctica Buscan Convergencias Formativas. *Bordón: Revista De Pedagogía*, 59(2), 451–474. Preluat la data de 10 Iunie 2024 de la <https://recyt.fecyt.es/index.php/BORDON/article/view/36674>
- [341] Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159–170. doi: [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(91\)90050-8](https://doi.org/10.1016/0148-2963(91)90050-8)

- [342] Siegel, A. E., & Siegel, S. (1957). Reference groups, membership groups, and attitude change. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 55(3), 360–364. doi: <https://doi.org/10.1037/h0041502>
- [343] Schallmo, D. R. A., & Williams, C. A. (2018). History of Digital Transformation. In *Digital Transformation Now!* (pp. 3–8). SpringerBriefs in Business. Springer, Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-72844-5\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-72844-5_2)
- [344] Schaps, D. M. (2012). Oikonomika (treatise). *The Encyclopedia of Ancient History*. Blackwell Publishing Ltd. doi: <https://doi.org/10.1002/9781444338386.wbeah06230>
- [345] Schoemaker, P. J. H., Heaton, S., & Teece, D. (2018). Innovation, Dynamic Capabilities, and Leadership. *California Management Review*, 61(1), 15–42. doi: <https://doi.org/10.1177/0008125618790246>
- [346] Schott, F. (2012). Subject of Learning. In: Seel, N.M. (eds) *Encyclopedia of the Sciences of Learning*. Springer, Boston, MA. doi: [https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1428-6\\_1711](https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1428-6_1711)
- [347] Shah, B., Barton, R. & Björnsjö, A. (2022) The Human Paradox. From customer centricity to life centricity. [Resursă online]. Preluat la data de 11 Iunie 2024 de pe Website-ul Accenture: <https://www.accenture.com/us-en/insights/song/human-paradox>
- [348] Shin, E., Kim, S., & Koh, A. (2022). Satisfaction Through Clothing Utilization and Environmental Sustainability Based on Fashion AI Curation Service. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 16(9), 2867-2881, doi: <https://doi.org/10.3837/tiis.2022.09.002>.
- [349] Sfetcu, N. (2022, August). *Platon, Republica: Aspecte generale*. [Resursă online] Preluată la data de 10 Iulie 2024 de pe LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/platon-republica-aspecte-generale-nicolae-sfetcu/>
- [350] Simon, H. (1955). A Behavioral Model of Rational Choice. *Quarterly Journal of Economics*, 69(1): 99–118. doi: <https://doi.org/10.2307/1884852>
- [351] Simon, H. A. (1967). Motivational and emotional controls of cognition. *Psychological Review*, 74(1), 29–39. doi: <https://doi.org/10.1037/h0024127>
- [352] Simons, D. J., & Chabris, C. F. (1999). Gorillas in Our Midst: Sustained Inattentional Blindness for Dynamic Events. *Perception*, 28(9), 1059-1074. doi: <https://doi.org/10.1080/p281059>
- [353] Sirgy, J. M. (1982) Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical Review. *Journal of Consumer Research* 9(3), 287-300. <http://www.jstor.org/stable/2488624>
- [354] Smith, A. (1759/1790). *The Theory of Moral Sentiments*. MetaLibri, São Paulo.

- [355] Solomon, M.R. & Russell, C.A. (2023) Consumer Behavior. Buying, Having and Being. (a paisprezeceea ediție). Pearson.
- [356] Spunt, R. (2015). Dual-Process theories in social Cognitive Neuroscience. În *Reference Module in Neuroscience and Biobehavioral Psychology Brain Mapping An Encyclopedic Reference* (volumul 3, pp. 211–215). doi: <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-397025-1.00181-0>
- [357] Stanciu, M., Mihăilescu, A., Preotesi, M., & Tudor, C. (2005). Protecția consumatorilor din România. *Calitatea Vieții*, 16(1-2), 137–153.
- [358] Stanton, M. (2023, Noiembrie). *Predicting Profits with Neuroeconomics and AI* [Resursă online] Preluată la data de 3 August 2024 de pe Website-ul Medium. <https://marshallstanton.com/predicting-profits-with-neuroeconomics-and-ai-e9cd21c8a48f>
- [359] Stark, W. (2005). Bentham's Psyghology and its Relevance for Economic Analysis. În *Jeremy Bentham's Economic Writings. Critical edition based on his pritned works and unprinted manuscripts*. (Vol. III, p. 32 – 36) Routledge.
- [119] Stănilă, L., Andreica, M., Cristescu, A. (2013) Ocuparea în țările UE: analiză de tip panel. *Econometrie teoretică și aplicată*, 10(1), 48-63
- [360] Stiglitz, J. E. (1975). The Theory of “Screening,” Education, and the Distribution of Income. *The American Economic Review*, 65(3), 283–300. <http://www.jstor.org/stable/1804834>
- [361] Stiglitz, J. E. (2002). *Globalization and its discontents*. W. W. Norton & Company.
- [362] Streeck, W. (2012). Citizens as consumers: Considerations on the new politics of consumption. *New Left Review*, 76, 27–47.
- [363] Stroud, N. J., Van Duyn, E., & Peacock, C. (2016, Martie). Survey of Commenters and Comment Readers. *Center for Media Engagement*. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe Website-ul Center for Media Engagement: <https://mediaengagement.org/research/survey-of-commenters-and-comment-readers/>
- [364] Stuart, E. W., Shimp, T. A., & Engle, R. W. (1987). Classical Conditioning of Consumer Attitudes: Four Experiments in an Advertising Context. *Journal of Consumer Research*, 14(3), 334. doi: <https://doi.org/10.1086/209117>
- [365] Stucker, K. (2021, August). *Plato, Adam Smith, and The Good Life*. Preluată la data de 10 Iunie 2024 de pe Website-ul Adam Smith Works. <https://www.adamsmithworks.org/speakings/plato-adam-smith-and-the-good-life>
- [366] Storbacka, K., & Moser, T. (2020). The changing role of marketing: transformed propositions, processes and partnerships. *AMS Review*, 10(3–4), 299–310. doi: <https://doi.org/10.1007/s13162-020-00179-4>

- [367] Sunstein, C. R. (2015) Nudging and Choice Architecture: Ethical Considerations. The Harvard John M. Olin Discussion Paper Series. Discussion Paper No. 809, Jan. 2015, Yale Journal on Regulation.
- [368] Sunstein, C. R. (2017). Nudges that fail. *Behavioural Public Policy*, 1(1), 4–25. doi: <https://doi.org/10.1017/bpp.2016.3>
- [369] Sverdlik, S. (2011). The Nature of Motives, În *Motive and Rightness*. Oxford Academic. doi: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199594948.003.0002>.
- [370] Sztumski, W. (2018) Can Sustainable Human Manage to Prevent Imbalances in the Natural and Social Environment? *Problemy Ekologii i Przyrody*, 13(2), 45–55.
- [371] Tan, A. (2023, Septembrie). *Thriving In A BANI World: An Exploration Of Resilience Amid Chaos*. Preluată la data de 10 Iunie 2024 de pe Website-ul Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2023/09/07/thriving-in-a-bani-world-an-exploration-of-resilience-amid-chaos/>
- [372] Tan, B. (2002). Understanding consumer ethical decision making with respect to purchase of pirated software. *Journal of Consumer Marketing*, 19(2), 96–111. doi: <https://doi.org/10.1108/07363760210420531>
- [373] Tarhan, B. (2018). What can we learn from the Facebook—Cambridge Analytica Scandal? *Significance*, 15(3), 4–5. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1740-9713.2018.01139.x>
- [374] Taylor, A., Hook, M., Carlyle, T., & Carlson, J. (2024). Creating a metaverse - me: Exploring the consumer avatar creation process. *Journal of Consumer Behaviour*. doi: <https://doi.org/10.1002/cb.2378>
- [375] Terceiro, J. B. (1996). Sociedad Digital:: del homo sapiens al homo digitalis (prima ediție). Alianza Editorial. Preluată la data de 10 Iunie 2024 de pe Website-ul Instituto de Formación Docente Continua de El Bolsón [http://www.ifdcelbolson.edu.ar/mat\\_biblio/tecnologia/curso1/u1/10.pdf](http://www.ifdcelbolson.edu.ar/mat_biblio/tecnologia/curso1/u1/10.pdf)
- [376] Thaler, R. H. (2000). From Homo Economicus to Homo Sapiens. *Journal of Economic Perspectives*, 14(1), 133–141. doi: <https://doi.org/10.1257/jep.14.1.133>
- [377] Thaler, R. H., & Sunstein, C. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Haven, CT: Yale University Press.
- [378] Tobă, D. (2018). Economie : elemente de microeconomie și macroeconomie (prima ediție). Editura Universitară.
- [379] Toelch, U., & Dolan, R. J. (2015). Informational and Normative Influences in Conformity from a Neurocomputational Perspective. *Trends in Cognitive Sciences*, 19(10), 579–589. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tics.2015.07.007>

- [380] Tom, S. M., Fox, C. R., Trepel, C., & Poldrack, R. A. (2007). The neural basis of loss aversion in decision-making under risk. *Science* (New York, N.Y.), 315(5811), 515–518. doi:<https://doi.org/10.1126/science.1134239>
- [381] Torrent-Sellens, J. (2019). Collaborative behaviour and the sharing economy: pan-European evidence for a new economic approach. In: B. Orlando, (ed.) *Strategy and behaviors in the digital economy*. London: IntechOpen,
- [382] Torrent-Sellens, J. (2024). Homo digitalis: narrative for a new political economy of digital transformation and transition. *New Political Economy*, 29(1), 125–143. doi: <https://doi.org/10.1080/13563467.2023.2227577>
- [383] Toulas, B. (2023, Mai). Luxottica confirms 2021 data breach after info of 70M leaks online. [Resursă online] Preluată la data de 28.07.2024 de pe website-ul BleepingComputer: <https://www.bleepingcomputer.com/news/security/luxottica-confirms-2021-data-breach-after-info-of-70m-leaks-online/>
- [384] Tremau. (2024, Iulie). *Are Our E-Commerce Platforms Safe and Sustainable?* [Resursă online] Preluată la data de 28.07.2024 de pe website-ul Tremau. <https://tremau.com/are-our-e-commerce-platforms-safe-and-sustainable>
- [385] Trentmann, F. (2016). *Empire of Things: How We Became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-First*. Penguin UK.
- [386] Tronvoll, B., Sklyar, A., Sörhammar, D., & Kowalkowski, C. (2020). Transformational shifts through digital servitization. *Industrial Marketing Management*, 89, 293–305. doi: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.02.005>
- [387] Tversky, A. & Kahneman, D. (1974) Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. Biases in judgments reveal some heuristics of thinking under uncertainty. *Science, New Series*, 185(4157), 1124-1131.
- [388] Tyng, C. M., Amin, H. U., Saad, M. N. M., & Malik, A. S. (2017). The Influences of Emotion on Learning and Memory. *Frontiers in psychology*, 8, 1454. doi: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01454>
- [389] Udrîște, A. (2022, Iulie). Unde începe și unde se termină răspunderea unui influencer când promovează un produs? Exemplu din practică: Plush Bio. [Resursă online] Preluată la data de 24 Iulie 2024 de pe Website-ul Avocatoo: <https://www.avocatoo.ro/blog/unde-incepe-si-unde-se-terminala-raspunderea-unui-influencer-cand-promoveaza-un-produs-exemplu-din-practica-plush-bio>
- [390] Ulmet L.-A., Răpan, I., JUDE, C.-R., și Văduva, L.-L. (2021). The Economic Impact of Terrorism. In *Proceedings of the International Scientific Conference “Strategies XXI”* (pp. 126 - 131), 18, 28-30 Iulie 2021, București, România, doi: 10.53477/2971-8813-22-15
- [391] Uspenskyi, S. (2024, Aprilie). *Large Language Model Statistics And Numbers* [Resursă online] Preluată la data de 24 Iulie 2024 de pe Website-ul SpringsApps:

<https://springsapps.com/knowledge/large-language-model-statistics-and-numbers-2024>

- [392] Immigration and Customs Enforcement Homeland Security Investigations [ICE HSI] (2023) *Counterfeit Goods: A danger to public safety*. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe website-ul ICE HSI: <https://www.ice.gov/features/dangers-counterfeit-items>
- [393] Vacas, F. S. (2011). Nativos digitales, inteligencia digital. *¿Homo digitalis? Telos: Cuadernos De Comunicación E Innovación*, 86, 6–8. <http://oa.upm.es/23261/>
- [394] Van Apeldoorn, L. (2017). “The Nutrition of a Commonwealth:” on Hobbes’s Economic Thought. In Bek-Thomsen, J. Christiansen, C., Gaarsmand Jacobsen, S, & Thorup, M. (Eds.), *History of Economic Rationalities. Ethical Economy*. vol. 54 (prima ediție, pp. 21–30). Springer Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-52815-1\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-319-52815-1_3)
- [395] Van Gelder, K. (2023, Decembrie). *Share of social media users who made impulse purchases in 2022, by social medium*. [Resursă online] Preluată la data de 4 august 2024 de pe Website-ul Statista: <https://www.statista.com/statistics/1430246/leading-social-media-platforms-for-impulse-purchases-usa/>
- [396] Van Laar, E., Van Deursen, A. J., Van Dijk, J. A., & De Haan, J. (2020). Measuring the levels of 21st-century digital skills among professionals working within the creative industries: A performance-based approach. *Poetics*, 81, 101434. doi: <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2020.101434>
- [397] Vargo, L. (2022, November 8). How The Metaverse Is Shaping Consumer Behavior. [Resursă online] Preluată la data de 28 Iulie 2024 de pe website-ul Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinessdevelopmentcouncil/2022/07/05/how-the-metaverse-is-shaping-consumer-behavior/>
- [398] Veblen, T. (1898). Why is Economics not an Evolutionary Science? *The Quarterly Journal of Economics*, 12(4), 373–397. doi: <https://doi.org/10.2307/1882952>
- [399] Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class* (prima ediție). Preluată la data de 10 Iunie 2024 de pe Website-ul <https://moglen.law.columbia.edu/LCS/theoryleisureclass.pdf>
- [400] Vendrell-Herrero, F., Bustinza, O. F., Parry, G., & Georgantzis, N. (2017). Servitization, digitization and supply chain interdependency. *Industrial Marketing Management*, 60, 69–81. doi: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2016.06.013>
- [401] Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>

- [402] Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>

[403] Vlăsceanu, S. (2014) New Directions in Understanding the Decision-making Process: Neuroeconomics and Neuromarketing. *Procedia: Social & Behavioral Sciences*, 127, 758–762. doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.03.350>

[404] Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (2004). Understanding self-regulation: An introduction. In Baumeister, R. F. & Vohs, K. D. (Eds.) *Handbook of self-regulation: Research, Theory, and Applications* (pp. 1-9). New York, NY: The Guilford Press

[405] Von Mises, L. (1998/1949) Human Action: A Treatise on Economics. The Ludwig von Mises Institut, Auburn, Alabama.

[406] Vroom, V. (1964) *Work and Motivation*. Wiley and Sons, New York.

[407] Wagner, L., Gürbüz, M. Ç., & Parlar, M. (2019). Is it fake? Using potentially low quality suppliers as back-up when genuine suppliers are unavailable. *International Journal of Production Economics*, 213, 185–200. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.03.016>

[408] Walters, C. G., & Paul, G. W. (1970). Consumer Behavior: An Integrated Framework (prima ediție). Richard D. Irwin, Inc.

[409] Wang, Y., Su, Z., Zhang, N., Xing, R., Liu, D., Luan, T., H., Shen, X. (2023). A Survey on Metaverse: Fundamentals, Security, and Privacy. *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 25(1), 319-352, doi: <https://doi.org/10.1109/COMST.2022.3202047>

[410] Washburn, D. A., Latzman, R. D., Schwartz, N. B., & Bramlett, J. (2015). Attention as a Cause and an Effect of Perception. In R. R. Hoffman, P. A. Hancock, M. W. Scerbo, R. Parasuraman, & J. L. Szalma (Eds.), *The Cambridge Handbook of Applied Perception Research* (pp. 126–147). chapter, Cambridge: Cambridge University Press.

[411] Webster, F. E., & Wind, J. a. Y. (1972). A General Model for Understanding Organizational Buying Behavior. *Journal of Marketing*, 36(2), 12–19. doi: <https://doi.org/10.2307/1250972>

[412] Westerman, G., Calméjane, C., Bonnet, D., Ferraris, P., & McAfee, A. (2011). *Digital transformation: A roadmap for billion-dollar organizations*. (Report). Capgemini Consulting & MIT Center for Digital Business.

[413] Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). The Nine Elements of Digital Transformation. *MIT Sloan Management Review*, 55(3), 1-6.

[414] Whiteman, W. E. (1998). Training and Educating Army officers for the 21st Century: Implications for the United States Military Academy. U.S. Army War College, Carlisle Barracks

- [415] Wilson, D. F. (2000). Why divide consumer and organizational buyer behaviour? *European Journal of Marketing*, 34(7), 780–796. doi: <https://doi.org/10.1108/03090560010331207>
- [416] Wittmann, M., Paulus, M.P. (2016). How the Experience of Time Shapes Decision-Making. In Reuter, M., Montag, C. (eds) *Neuroeconomics. Studies in Neuroscience, Psychology and Behavioral Economics*. Springer, Berlin, Heidelberg. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-642-35923-1\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-642-35923-1_8)
- [417] World Bank Group (2023). *Chapter 1. The economic impacts of the COVID-19 crisis*. Preluat la data de 12 Iunie 2024 de pe Website-ul WorldBank. <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2022/brief/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis>
- [418] World Health Organization [WHO]. (2022, Martie). *COVID-19 pandemic triggers 25% increase in prevalence of anxiety and depression worldwide: Wake-up call to all countries to step up mental health services and support*. Preluat la data de 12 Iunie 2024 de pe Website-ul World Health Organization: <https://www.who.int/news/item/02-03-2022-covid-19-pandemic-triggers-25-increase-in-prevalence-of-anxiety-and-depression-worldwide>
- [419] Wedel, M., & Kamakura, W. A. (2000). Market Segmentation. International Series in Quantitative Marketing. doi: <https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4651-1>
- [420] Xu, X., Lu, Y., Vogel-Heuser, B., & Wang, L. (2021). Industry 4.0 and Industry 5.0—Inception, conception and perception. *Journal of Manufacturing Systems*, 61, 530–535. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jmsy.2021.10.006>
- [421] Yalowitz, K., Lee, D., Collins, K., Gorski, S., Johnson, P., & Torres, B. (2022) Consumer behavior in the metaverse. [Resursă online] Preluată la data de 29 Iulie 2024 de pe Website-ul Accenture: <https://www.accenture.com/us-en/insights/software-platforms/metaverse-that-matters>
- [422] Yoo, Y., Henfridsson, O., & Lyytinen, K. (2010). Research Commentary: The New Organizing Logic of Digital Innovation: An Agenda for Information Systems Research. *Information Systems Research*, 21(4), 724–735. doi: <http://www.jstor.org/stable/23015640>
- [423] Yin, D., Mitra, S., & Zhang, H. (2016). Research Note—When Do Consumers Value Positive vs. Negative Reviews? An Empirical Investigation of Confirmation Bias in Online Word of Mouth. *Information Systems Research*, 27(1), 131–144. doi: <https://doi.org/10.1287/isre.2015.0617>
- [424] Yu, W., Sun, Z., Xu, T., & Ma, Q. (2018). Things Become Appealing When I Win: Neural Evidence of the Influence of Competition Outcomes on Brand Preference. *Frontiers in Neuroscience*, 12. doi: <https://doi.org/10.3389/fnins.2018.00779>
- [425] Zahoor, S. Z., & Shah, A. M. (2024). Impact of Social Media on Users' Complex Buying Behaviour: Analysing the Mediating Effect of Perception and Moderating

- Effect of Extended Social Media Usage. *Management and Labour Studies*, 49(1), 119-148. doi: <https://doi.org/10.1177/0258042X231167315>
- [426] Zhang, D., Hu, M., & Ji, Q. (2020). Financial markets under the global pandemic of COVID-19. *Finance Research Letters*, 36, 101528. doi: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101528>
- [427] Zhang, G., Cao, J., & Liu, D. (2023a). Examining the influence of information overload on consumers' purchase in live streaming: A heuristic-systematic model perspective. *PLoS ONE*, 18(8), e0284466. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0284466>
- [120] Zhang, Y., Zhang, X., & Liu, M. (2023b). *A Study on the Factors Influencing Household Consumption from a Money Demand Perspective*: Evidence from Chinese Urban Residents. *Sustainability*, 16(1), 322. doi: <https://doi.org/10.3390/su16010322>
- [428] Zhang, R., Yu, Z., & Yao, W. (2024). Navigating the complexities of online opinion formation: An insight into consumer cognitive heuristics. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 81, 103966. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103966>
- [429] Zhao, S., Peng, D., Wen, H., & Wu, Y. (2022). Nonlinear and spatial spillover effects of the digital economy on green total factor energy efficiency: evidence from 281 cities in China. *Environmental Science and Pollution Research International*, 30(34), 81896–81916. doi: <https://doi.org/10.1007/s11356-022-22694-6>
- [430] Zickfeld, K., & Herrington, T. (2015). The time lag between a carbon dioxide emission and maximum warming increases with the size of the emission. *Environmental Research Letters*, 10(3), 031001. doi: <https://doi.org/10.1088/1748-9326/10/3/031001>
- [431] Zouboulakis, M. (2005). On the social nature of rationality in Adam Smith and John Stuart Mill. *Cahiers d'économie Politique*, 49, 51-63. doi: <https://doi.org/10.3917/cep.049.0051>
- [432] Zuboff, S. (2019) *The Age of Surveillance Capitalism. The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs, New York



## Cornelia-Rodica Jude

**Cetățenie:** română **Data nașterii:** 22/06/1997 **Gen:** Feminin

**Număr de telefon:** (+40) 0756500627 **E-mail:** [judecornelia22@gmail.com](mailto:judecornelia22@gmail.com)

**LinkedIn:** <https://www.linkedin.com/in/cornelia-jude/>

**Muncă:** Strada Dreptății, 060891 București (Sectorul 6) (România)

## EXPERIENȚA PROFESIONALĂ

### Email Marketing Specialist

**VEEAM Software S.R.L.** [ 04/2021 – 01/2024 ]

Localitatea: București | Țara: România

- Reprezentarea companiei și a produselor prin intermediul comunicărilor prin e-mail, utilizând baza de date de clienți existenți, potențiali și parteneri.
- Planificarea și executarea activităților de comunicare prin e-mail la nivelul EMEA, asigurând coordonarea și alinierea acestora cu campaniile globale.
- Colaborare activă cu echipe multifuncționale, inclusiv departamentele Creative, Editorial și Field and Product Marketing, pentru a concepe și implementa componente ale campaniilor de marketing.
- Monitorizarea și menținerea metricilor de performanță și evaluarea impactului acestora asupra rezultatelor de afaceri.
- Alinierea activităților cu liniile directoare corporative, obiectivele de afaceri și cele mai bune practici.
- Dezvoltarea și programarea campaniilor de e-mail marketing segmentate vizând audiențe specifice.
- Realizarea testelor A/B și cu variabile multiple pentru a îmbunătăți rata de conversie a campaniilor desfășurate.
- Formarea noilor angajați în vederea utilizării instrumentelor specifice și a înțelegerii proceselor recurente.

### Junior Marketing Automation Specialist

**FWEI GROUP S.R.L** [ 06/2020 – 04/2021 ]

Localitatea: București | Țara: România

- Gestionarea și segmentarea bazei de date de clienți, potențiali clienți și parteneri.
- Reprezentarea companiei și a produselor prin intermediul comunicărilor prin e-mail.
- Planificarea și implementarea automatizărilor de e-mail marketing.
- Crearea și actualizarea paginilor web dedicate promovării activităților companiei.
- Integrarea mesageriei de tip chatbot pe paginile web și menținerea formularelor asociate.
- Alinierea activităților de e-mail marketing la obiectivele organizaționale.

### Junior Account Executive

**MARSH BROKER DE ASIGURARE REASIGURARE S.R.L.** [ 06/2017 – 08/2018 ]

Localitatea: Timișoara | Țara: România

- Administrarea portofoliului de clienți și întreprinderea acțiunilor zilnice / periodice necesare bunei desfășurări a contractelor de asigurare existente.
- Rezolvarea promptă a solicitărilor clientilor privind noile polițe de asigurare, reînnoirile de polițe și consultanță.
- Oferirea de soluții personalizate bazate pe analiza cerințelor clientilor.
- Colaborarea cu rețea internațională pentru administrarea programelor globale, în funcție de necesități.
- Identificarea oportunităților de extindere ale portofoliului și modalitățile prin care aceasta se poate realiza.

## EDUCAȚIE ȘI FORMARE PROFESIONALĂ

### Student doctorand, domeniul Economie

**SCOSAAR, Institutul Național de Cercetări Economice "Costin C. Kirilescu"** [ 01/2021 – În curs ]

Localitatea: București | Țara: România | Nivelul CEC: Nivelul 8 CEC

### Master în Informatică Economică

**Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor, Universitatea de Vest** [ 09/2018 – 07/2020 ]

Localitatea: Timișoara | Țara: România | Domeniul (domenile) de studiu: Informatică Economică | Nivelul CEC: Nivelul 7 CEC | Lucrarea de diplomă: Abordări Business Intelligence. Studiu de Caz.

Business Intelligence, Tehnologii web, Raportari avansate pentru afaceri, Dezvoltarea avansată a sistemelor informaționale pentru afaceri, Auditul sistemelor informaționale

### **Licențiat în Științe Economice**

**Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor, Universitatea de Vest** [ 09/2015 – 07/2018 ]

Localitatea: Timișoara | Țara: România | Domeniul (domeniile) de studiu: Finanțe și Bănci | Nivelul CEC: Nivelul 6 CEC | Lucrarea de diplomă: Studiu privind sistemul de asigurări de sănătate. Cazul României.

Baze de date, Finanțe corporative, Gestiune bancară, Finanțele instituțiilor publice, Marketing bancar

### **Diplomă de Bacalaureat**

**Colegiul Național Decebal, Deva** [ 09/2011 – 07/2015 ]

Localitatea: Deva | Țara: România | Domeniul (domeniile) de studiu: Matematică-Informatică, bilingv Engleză | Nivelul CEC: Nivelul 4 CEC

## **COMPETENȚE LINGVISTICE**

---

**Limbă(i) maternă(e):** română

**Altă limbă (Alte limbi):**

engleză

franceză

**COMPREHENSIUNE ORALĂ C2 CITIT C2 SCRIS C2**

**COMPREHENSIUNE ORALĂ B1 CITIT B1 SCRIS A1**

**EXPRIMARE SCRISĂ C2 CONVERSАȚIЕ C2**

**EXPRIMARE SCRISĂ A1 CONVERSАȚIЕ A1**

Niveluri: A1 și A2 Utilizator de bază B1 și B2 Utilizator independent C1 și C2 Utilizator experimentat

## **CERTIFICĂRI**

---

[ 05/2024 ]

**Certificat de absolvire pentru ocupația "Programator Ajutor"**

Certificat de Absolvire eliberat de Ministerul Muncii și Solidarității Sociale și de Ministerul Educației și Cercetării

[ 11/2021 ]

**Certified Hubspot CMS Developer, Hubspot Academy**

[ 06/2020 ]

**Microsoft Office Specialist: Excel Associate (Excel and Excel 2019), Microsoft**

[ 05/2019 ]

**Design-Led Approach for the Intelligent Enterprise, SAP**

[ 07/2015 ]

**Database Design and Programming with SQL, Oracle Academy**

[ 07/2014 ]

**Cambridge Certificate in Advanced English**

## **COMPETENȚE DE COMUNICARE ȘI INTERPERSONALE**

---

**Ascultare activă**

**Excelente abilități de comunicare orală și scrisă**

**Abilități de lucru în echipe multidisciplinare și interculturale**

## **COMPETENȚE ORGANIZATORICE**

---

**Gândire creativă și analitică**

**Bune abilități de gestionare a timpului**

## Capacitatea de multitasking

### CONFERINȚE ȘI SEMINARE

---

[ 09/12/2021 – 10/12/2021 ] București

**International Conference of Economic Scientific Research - Theoretical, Empirical and Practical Approaches (ESPERA 2021)**

[ 28/07/2021 – 30/07/2021 ] București

**International Scientific Conference "Strategies XXI"**

[ 06/06/2024 – 08/06/2024 ] Almeria, Spania

**The 10th BASIQ International Conference on New Trends in Sustainable Business and Consumption**

### PUBLICAȚII

---

#### Articole și studii publicate în reviste de specialitate cu factor de impact Web of Science și indexate în BDI

- Muntean M., Dănilăță D., Hurbean L., **JUDE, C.-R.** (2021). A Business Intelligence & Analytics Framework for Clean and Affordable Energy Data Analysis. *Sustainability*, 13(2), 638, ISSN 2071-1050, doi: <https://doi.org/10.3390/su13020638>
- Răpan (Stoica), I., Zăman, G., Suciu, M.-C., Purcărea, V.-L., **JUDE, C.-R.**, Radu, A.-V., Catană, A., și Radu, A.-C. (2022). A Better Integration of Industrial Robots in Romanian Enterprises and the Labour Market. *Applied Sciences*, 12(12), ISSN: 2076-3417, indexat ISI Web of Science, DOAJ, EBSCO, Elsevier Databases, Scopus, J-Gate, ProQuest doi: 10.3390/app12126014
- Bădileanu, M., Ionel, I.-P., Aurelian, J., Cristian, D.-A., **JUDE, C.-R.**, Georgescu, L.-I., și Răpan., I. (2023). Perception and Deception in Nurses' Clinical and Work-Related Professional Autonomy: Case Study for a Hospital in Romania. *Sustainability*, 15(1):355., ISSN: 2071-1050, Scopus, SCIE and SSCI, ISI Web of Science, GEOBASE, GeoRef, Inspec, AGRIS, RePEc, CAPlus / SciFinder, and other databases. doi: 10.3390/su15010355
- **JUDE, C.-R.**, (2024). The Road Towards Sustainability: Transforming Consumption Patterns with Artificial Intelligence. *International Journal of Academic Research in Economics and Management and Sciences*, 13(2), 466–486, indexat în Ulrich's Web, Index Copernicus, Excellence for Research in Australia (ERA) - ERA Journal ID - 200661 in ERA Submitted Journal List, Open J. Gate, DOI: 10.6007/IJAREMS/v13-i2/21805

#### Articole prezentate la conferințe științifice internaționale

- **JUDE, C.-R.**, Ulmet, L.-A., Răpan, I. (2021). Sustainable Economic Considerations on the Large-Scale Implementation of AgriMaps and other Satellite Mapping Technology in Agriculture. În *Crisis after the Crisis: Economic Development in the New Normal 2021 International Conference of Economic Scientific Research - Theoretical, Empirical and Practical Approaches (ESPERA)*, 9-10 Decembrie 2021, București, România, doi: 10.2478/9788366675889-074
- Ulmet L.-A., Răpan, I., **JUDE, C.-R.**, și Văduva, L.-L. (2021). The Economic Impact of Terrorism. În *Proceedings of the International Scientific Conference "Strategies XXI"* (pp.126 - 131), 18, 28-30 Iulie 2021, București, România, doi: 10.53477/2971-8813-22-15
- **JUDE, C.-R.** și Răpan, I., (2024). How do (AI) Chatbots Shape Consumer Behavior Throughout the Entire Customer Journey? A Systematic Literature Review. În: *Pamfilie, R., Dinu, V., Vasiliu, C., Pleșea, D., Tăchiciu, L. (eds.) Proceedings of the 10th BASIQ International Conference on New Trends in Sustainable Business and Consumption*. Almeria, Spania, 6-8 Iunie 2024. Editura ASE, București. pp. 579-591. ISSN: 2457-483X doi: 10.24818/BASIQ/2024/10/087

## Curriculum Vitae



### Informații personale

Nume / Prenume	<b>Luminița Chivu</b>
Adresa	Calea 13 Septembrie nr. 13, Sector 5, București, România
Telefon	0213188106
E-mail	chivu@ince.ro
Cetățenia	Română
Sex	Feminin
Naționalitatea	Română

### Experiență profesională

Perioada	<b>mai 2011-prezent</b>
Funcția sau postul ocupat	<b>Director general/Președinte al Consiliului Științific</b>
Principalele activități și responsabilități	Conducerea activității institutului, coordonarea și monitorizarea programelor de cercetare, anuale și de perspectivă ale I.N.C.E; alte atribuții ce revin din reglementări legale în vigoare și regulamentele interne INCE Cercetări în domeniul pieței muncii, creștere economică, integrare europeană; restructurare economică, studii comparative macroeconomie.
Numele și adresa angajatorului	Institutul Național de Cercetări Economice 'Costin C. Kirilescu' al Academiei Române, Casa Academiei Române, Calea 13 Septembrie nr 13, Sector 5, București
Tipul activității sau sectorul de activitate	Cercetare economică academică, fundamentală și avansată și aplicativă
Perioada	<b>ianuarie 2006 – mai 2011</b>
Funcția sau postul ocupat	<b>Secretar științific</b>
Principalele activități și responsabilități	Membru în echipa de conducere a institutului, coordonarea și monitorizarea programelor de cercetare, anuale și de perspectivă ale I.N.C.E; alte atribuții ce revin din reglementări legale în vigoare și regulamentele interne INCE Cercetări în domeniul pieței muncii, creștere economică, integrare europeană; restructurare economică, studii comparative macroeconomie.
Numele și adresa angajatorului	Institutul Național de Cercetări Economice 'Costin C. Kirilescu' al Academiei Române, Casa Academiei Române, Calea 13 Septembrie nr 13, Sector 5, București
Tipul activității sau sectorul de activitate	Cercetare economică academică, fundamentală și avansată și aplicativă
Perioada	<b>iulie 2005 – aprilie 2013</b>
Funcția sau postul ocupat	<b>Cercetător științific gradul II și I</b>
Principalele activități și responsabilități	Cercetări în domeniul pieței muncii, creștere economică, integrare europeană; restructurare economică, relațiile industriale și condițiile de muncă; evaluarea ex ante și ex post a diferitelor tipuri de ajutoare de stat;



Numele și adresa angajatorului	Institutul de Economie Națională, Academia Română, Calea 13 Septembrie nr 13, Sector 5, București
Tipul activității sau sectorul de activitate	Cercetare economică fundamentală și avansată; coordonator de proiecte de cercetare aplicativă la nivel macro și microeconomic
<b>Perioada</b>	<b>ianuarie 2005 - octombrie 2005</b>
<b>Funcția sau postul ocupat</b>	<b>Inspector de concurență superior</b>
Principalele activități și responsabilități	Studii și rapoarte în domeniul concurenței și ajutoarelor de stat; studii de piață, analiză programe de restructurare și analize piețe relevante de produs și piețe geografice relevante, etc.
Numele și adresa angajatorului	Direcția Cercetare-Sinteze, Consiliul Concurenței, Piața Presei Libere, nr. 1, București
Tipul activității sau sectorul de activitate	Cercetare economică aplicată
<b>Perioada</b>	<b>octombrie 1995 – iunie 2013</b>
<b>Funcția sau postul ocupat</b>	<b>Cadru didactic asociat: asistent, șef de lucrări, conferențiar universitar, profesor universitar</b>
Principalele activități și responsabilități	Disciplinele: Macroeconomie, Microeconomie, Analiză economico-financiară
Numele și adresa angajatorului	Universitatea Petrol Gaze Ploiești
Tipul activității sau sectorul de activitate	Învățământ superior
<b>Perioada</b>	<b>decembrie 2000 - ianuarie 2005</b>
<b>Funcția sau postul ocupat</b>	<b>Cercetător științific gradul III și II</b>
Principalele activități și responsabilități	Piața muncii; studii de fezabilitate; analize cost –beneficiu; studii de piață etc.
Numele și adresa angajatorului	Institutul de Economie Națională, Academia Română, Calea 13 Septembrie nr 13, Sector 5, București
Tipul activității sau sectorul de activitate	Cercetare economică fundamentală și avansată
<b>Perioada</b>	<b>octombrie 1998 - decembrie 2000</b>
<b>Funcția sau postul ocupat</b>	<b>Ofițer de credit</b>
Principalele activități și responsabilități	Elaborarea de rapoarte și analize periodice privind activitatea de creditare
Numele și adresa angajatorului	Banca Comercială Ion Tăriac, Direcția de creditare
Tipul activității sau sectorul de activitate	Intermediari financiare
<b>Perioada</b>	<b>1991 - octombrie 1998</b>
<b>Funcția sau postul ocupat</b>	<b>Asistent de cercetare, cercetător științific, cercetător științific gradul III</b>
Principalele activități și responsabilități	Studii și cercetări în următoarele domenii: piața muncii; migrația internă și internațională a forței de muncă; studii comparative macroeconomice; studii de fezabilitate; învățământ și formarea profesională a forței de muncă etc.
Numele și adresa angajatorului	Institutul de Economie Națională, Academia Română, Calea 13 Septembrie nr 13, Sector 5, București
Tipul activității sau sectorul de activitate	Cercetare economică fundamentală și avansată
<b>Funcția sau postul ocupat</b>	<b>Conducător de doctorat, Ordin al Ministrului Învățământului (2009)</b>
Principalele activități și responsabilități	Îndrumare doctoranzi

*[Signature]*

<b>Competențe și aptitudini organizatorice</b>	Abilități pentru munca în echipă: experiență în coordonarea și colaborarea în cazul a mai mult de 15 proiecte internaționale și 20 proiecte naționale; Conducător de doctorat, Academia Română – SCOSAAR (din anul 2009); Director general/secretar științific - Institutul Național de Cercetări Economice 'Costin C. Kirilescu' (din anul 2006), coordonarea activității institutelor, centrelor de cercetare și activității editoriale, activitatea de doctorat; coordonator programe de cercetare naționale și internaționale în faza realizării propunerilor, obținerii de resurse finaciere, implementare, evaluării periodice și finale; Coordonator lucrări de licență și masterat, Universitatea Petrol-Gaze Ploiești;
<b>Competențe și aptitudini tehnice</b>	Evaluator de proiecte și programe de cercetare: UEFISCDI, FP 6, DG Research, European Commission; RELANSIN, Universitatea Politehnica București, Ministerul Educației și Cercetării, POSDRU și POCU;
<b>Competențe și cunoștințe de utilizare a calculatorului</b>	Competențe pentru utilizarea Microsoft Office, Internet Explorer, PowerPoint etc.
<b>Alte competențe și aptitudini</b>	
<b>Membră în colective editoriale jurnale indexate în baze de date internaționale:</b>	<p>2011 – prezent, membră Editorial Board, Romanian Journal of Economic Forecasting, indexată ISI Thomson, indexată în <a href="http://ideas.repec.org/s/rjr/romjef.html">http://ideas.repec.org/s/rjr/romjef.html</a>; <a href="http://erdic.repec.org/data/ipacaro.html">http://erdic.repec.org/data/ipacaro.html</a>, <a href="http://econpapers.repec.org/article/rjrromjef/">http://econpapers.repec.org/article/rjrromjef/</a>;</p> <p>2019 – prezent, Associate Editor, International Journal of Sustainable Economies Management (IJSEM), publicat de IGI Global, USA, Indexat BDI, ISSN: 2160-9659, EISSN: 2160-9667, <a href="http://www.igi-global.com/journal/international-journal-sustainable-economies-management/52609">http://www.igi-global.com/journal/international-journal-sustainable-economies-management/52609</a>;</p> <p>2019- prezent, membră în Editorial Board, Western Balkan Journal of the Agricultural Economics and Rural Development (WBAERD), editată de Institute of Agricultural Economics, Belgrade, RS Serbia, Indexat BDI <a href="https://www.iep.bg.ac.rs/sr/wbjaerd2">https://www.iep.bg.ac.rs/sr/wbjaerd2</a>;</p> <p>2020-prezent, membră International Editorial Board, International Journal of Strategic Management and Decision Support Systems in Strategic Management, ISSN 1821-3448; ISSN 2334-6191 (Online), publicat de University of Novi Sad, Faculty of Economics in Subotica, indexat ESCI - Web of Science, <a href="http://www.ef.uns.ac.rs/sm/editorial-board.php">http://www.ef.uns.ac.rs/sm/editorial-board.php</a>,</p> <p>2011 – prezent, membră Scientific Board, Working papers of NIER, indexată în RePeC, EBSCO, EconPapers, Urlichweb, EconStor, (<a href="http://www.workingpapers.ro/">http://www.workingpapers.ro/</a>);</p> <p>2004 - prezent, membră Editorial Board, Economic Sciences Series, Buletinul Universității Petrol-Gaze Ploiești, revistă cotată CNCSIS B+, cod CNCSIS 36, revistă indexată EBSCO, EconLit și DOAJ, nr. crt. reviste BDI 1224-6832, <a href="http://www.bulletin.upg-ploiesti.ro/">http://www.bulletin.upg-ploiesti.ro/</a>;</p> <p>2009 – prezent, Analele Universității din Oradea – Științe Economice, Editura Universității din Oradea, <a href="http://steconomice.uoradea.ro">http://steconomice.uoradea.ro</a> (Indexari în Baze de Date Internaționale: RePEc și DOAJ);</p> <p>2014 – prezent, membră Scientific Board, Journal of Financial and Monetary Economics (indexată RePeC, EconPapers);</p> <p>2019 – prezent, membră Editorial Board, Global Economic Observer (indexată DOAJ, RePEc, Cabell's Directory, etc.);</p>



**Membră în comitete științifice organizații, conferințe științifice internaționale (cele mai recente):** 2020 – prezent, membră Scientific Consultative Board, Research Network on Resources Economics and Bioeconomy Association (RebResNet), asociație internațională, având drept obiectiv derularea de cercetări și încheierea de parteneriate științifice în domeniul valorificării resurselor economice și bioeconomie, reunind 15 institute și facultăți/universități din 10 țări;

- Co-Chair conferință științifică internațională "Economic Scientific Research - Theoretical, Empirical and Practical Approaches" / "Cercetarea științifică economică – abordări teoretice, empirice și practice" – ESPERA, edițiile 2013, 2014 (co-editor volume conferință, publicate de Elsevier Economics and Finance, indexate ISI Proceedings), edițiile 2015, 2016, 2018, 2019 (co-editor volume conferințe, apărute la editura Peter Lang Academic Publisher și indexate ISI Proceedings); 2020 (co-editor volume, SCIENDO); 2021 (co-editor volume, Springer și SCIENDO);
- Honorary board member, International Conference Sustainable Agriculture And Rural Development in Terms of the Republic of Serbia Strategic Goals Realization within the Danube Region - Science and Practice in the Service of Agriculture, Institute of Agricultural Economics, Belgrade, RS Serbia, December 2019, <https://www.iep.bg.ac.rs/images/stories/izdanja/Tematski%20Zbornici/Tematski%20zbornik%202020.pdf>
- Honorary board member, International Scientific Conference Sustainable Agriculture And Rural Development, Institute of Agricultural Economics, Belgrade, RS Serbia, December 2020, <https://www.iep.bg.ac.rs/images/stories/izdanja/Tematski%20Zbornici/Tematski%20zbornik%202021.pdf>
- Scientific board member, The 3rd International Conference on Resources Economics and Bioeconomy in Competitive Societies (RebCos'20) under the title Environmental Challenges, Innovative Technologies and Rural Areas in Digital Era, in Belgrade, RS Serbia, 19-20 November 2020, [https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2021/06/shsconf\\_rebcos2020\\_01001.pdf](https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2021/06/shsconf_rebcos2020_01001.pdf)
- membră a Comitetului Științific al Conferinței științifice internaționale a Academiei de Studii Economice a Republicii Moldova (ASEM), "Competitivitate și inovare în economia cunoașterii", anual;
- membră a Comitetului Științific al Conferinței Internaționale Științifico-Practică "Cresterea economică în condițiile globalizării", organizată de Institutul Național de Cercetări Economice, Moldova, anual;



**Premii****Informații suplimentare**

- 2022, Premiul „Nicolas Georgescu Roegen” pentru The Romanian Economy. A Century of Transformation (1918-2018), Peter Lang Academic Publishing Group, 2019, editori: Luminița Chivu, Valeriu Ioan-Franc, George Georgescu, Jean-Vasile Andrei;
- 2022, Outstanding Scientist Award by the decision of IKSAD Institute (The Institute of Economic Development and Social Research) Award Commission for outstanding scientific performance.
- 2018, Premiul Academiei Române "Virgil Madgearu" pentru lucrarea "Descompunerea și recomponerea structurilor industriale din România. Repere strategice", Centrul de Informare și Documentare Economică, 2016, autori Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, George Georgescu;
- 2018, Premiul Asociației Facultăților Economice din România 2018 pentru cea mai bună carte în domeniul economic în anul universitar 2017/2018, pentru lucrarea "Deindustrialization and Reindustrialization in Romania. Economic Strategy Challenges", Editura Palgrave Macmillan, 2017, autori Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, George Georgescu;
- 2018, "ERMBE Best Paper Award in Management and Business Economics, de către European Academy of Management and Business Economics, pentru lucrarea "Typology and density of social services in Romania. Territorial Analysis", prezentată la Congresul XXVII AEDEM, București, 4-5 septembrie 2018;
- Luminița Chivu, Andrei Jean-Vasile et al. , premierea rezultatelor cercetării UEFISCDI, competiția PRECISI\_2020, pentru articolul, " The Impact of Agricultural Performance on Foreign Trade Concentration and Competitiveness: Empirical Evidence From Romanian Agriculture" Journal of Business Economics and Management, Vol. 21/2020, tip premiere: 1. Science Citation Index Expanded si Social Sciences Citation Index; criteriul de incadrare: Factor de impact; domeniu științific: 10. Științe sociale si economice; zona incadrare a revistei, conform pachetului de informații : Zona Galbenă;
- Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, Andrei Jean Vasile Premiul Competiție PRECISI2017- Premierea rezultatelor cercetării – articole UEFISCDI, pentru articolul: "Land grabbing: A review of extent and possible consequences in Romania, data publicarii articolului in revista: 01/03/2017; denumirea revistei: LAND USE POLICY; ISSN: 0264-8377; tip premiere: 1. Science Citation Index Expanded si Social Sciences Citation Index; criteriul de incadrare: Factor de impact; domeniu științific: 10. Științe sociale si economice; zona incadrare a revistei, conform pachetului de informații : Zona Rosie;
- Trofeul și Diploma de Excelență „Personalitatea Anului pentru o Românie Europeană”, Eurolink- Casa Europei, pentru a recompensa activitatea științifică și ca manager al celui mai important institut de cercetări economice din România, precum și pentru capacitatea de a replasa în centrul atenției importanța conectării dintre rezultatele reflectării economice cu regândirea strategică asupra depășirii crizei financiar-economice, mai cu seamă prin implicarea în proiecte de cooperare europeană și internațională a institutelor membre din cadrul Academiei Române, cu ocazia celei de a 10 ediții a evenimentului anual Ziua Europeană a Concurenței și Competitivității în România (2014);
- Membră în Consiliul de Coordonare a Cercetării Științifice în Academia Română, organism consultativ al Prezidiului Academiei Române (2022-prezent);
- Membră în Comisia permanentă 3 – Științe sociale, Colegiul Consultativ pentru Cercetare Dezvoltare, Inovare (CCCDI) – Ordin al ministrului cercetării, inovației și digitalizării nr. 498/07.09.2021 – în prezent;
- Membră a Consiliului Statistic Național (2014-2016);
- Membră în Grupul tehnic de lucru pentru elaborarea strategiei pentru bioeconomie - Ordinul ministrului agriculturii și dezvoltării rurale nr. 191/13.08.2021 – în prezent;
- Membră în Comitetul Director al Asociației Facultăților Economice din România (2018 – în prezent);
- Membră în structura partenerială a Programului Operațional Tranzitie Justă 2021-2027, expert - reprezentant al Academiei Române (2020-în prezent);

**Membră în foruri științifice și colegii**

- Membră în Comitetul de Monitorizare al Programului Operațional de Tranzitie Justă (POTJ), reprezentant al Academiei Române (2023-);
- Membru supleant în Comitetul de Monitorizare al Programului Operațional Dezvoltare Durabilă (2023-);
- Membră în Consiliul Științific aferent Evaluării POCU – Ocupare Asistență tehnică pentru susținerea capacitatei de evaluare”, Ministerul Dezvoltării Regionale, Administrației Publice și Fondurilor Europene, Programul Operațional Asistență Tehnică 2014-2020 (2019-2021);
- Membră a Comitetului de Monitorizare a Programului Operațional Capacitate Administrativă (2014-2015);
- Membră a Comisiei Naționale de fundamentare a Planului național de aderare a României la zona euro (2018);
- Membră în comisia de jurizare a concursului „Costin Murgescu” , organizat de Fondul de Garantare a Depozitelor Bancare (2020-2022);
- Membră în Comitetul Director al Asociației Comitetului Național Român – Consiliul Mondial al Energiei, din 2019; titlu de membru onorific pentru experiența și cunoștințele dovedite prin care și-a câștigat un prestigiu și recunoaștere în domeniul energiei (2014);
- Membră în Consiliul Științific al entității de inovare și transfer tehnologic Prahova cu Hidrogen - Centrul de Excelență PH2 – CE, rezultat al asocierii între Consiliul Județean Prahova, Institutul Național de Cercetări Economice "Costin C. Kirilescu" (INCE), Institutul Național pentru Tehnologii Criogenice și Izotopice (ICSI) și Universitatea de Petrol și Gaze Ploiești (UPG) (2022-prezent);
- Nominalizată în prima ediție a Enciclopediei personalităților din România Whos Who, 2006; - Nominalizată în Dicționarul personalităților din România, 2013 – 2020.

#### Anexă

Lista lucrărilor publicate

Chivu Luminița



## LISTA PUBLICAȚIILOR ȘTIINȚIFICE

### 1) Teza de doctorat

Teza/Instituția/Anul: FACTORI AI COMPETITIVITĂȚII MUNCII ÎN AGRICULTURA ROMÂNEI, Institutul Național de Cercetări Economice, Academia Română, 2001, publicată:

Luminița Chivu, COMPETITIVITATEA ÎN AGRICULTURĂ – ANALIZE ȘI COMPARAȚII EUROPENE, Centrul de Economie Comparată și Consens, Academia Română, Editura Expert, București, 2002 (272 pag.), ISBN 973-8177-06-5;

### 2) Cărți și capitole în cărți

#### 2a) Cărți și capitole în cărți publicate în edituri din străinătate (cu ISBN)

1. Luminița Chivu, Marius Constantin, Donatella Privitera, Jean Vasile Andrei, capitolul LAND GRABBING, LAND USE, AND FOOD EXPORT COMPETITIVENESS: BIBLIOMETRIC STUDY OF A PARADIGM SHIFT (143-164), în cartea "Shifting Patterns of Agricultural Trade", editori Erokhin V., Tianming G., Andrei J.V., Springer, 2021, 552 p., ISBN: 978-981-16-3262-4;

2. Jean Vasile Andrei, Luminița Chivu, Marius Constantin, Jonel Subić, capitolul ECONOMIC ASPECTS OF INTERNATIONAL AGRICULTURAL TRADE AND POSSIBLE THREATS TO FOOD SECURITY IN THE EU-27: A SYSTEMATIC STATISTICAL APPROACH (229-261), în cartea "Shifting Patterns of Agricultural Trade", editori Erokhin V., Tianming G., Andrei J.V., Springer, 2021, 552 p., ISBN: 978-981-16-3262-4;

3. Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, George Georgescu, DEINDUSTRIALIZATION AND INDUSTRIALIZATION IN ROMANIA , Palgrave Macmillan, ISBN: 978-3-319-65753-0, 2017, <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-65753-0>

4. Luminița Chivu, Marius Constantin, Donatella Privitera, Jean Vasile Andrei (2021).LAND GRABBING, LAND USE, AND FOOD EXPORT COMPETITIVENESS: BIBLIOMETRIC STUDY OF A PARADIGM SHIFT. In: Erokhin V., Tianming G., Andrei J.V. (eds) Shifting Patterns of Agricultural Trade. Springer, Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-16-3260-0\\_6](https://doi.org/10.1007/978-981-16-3260-0_6)

5. Jean Vasile Andrei, Luminița Chivu, Marius Constantin, Jonel Subić (2021).ECONOMIC ASPECTS OF INTERNATIONAL AGRICULTURAL TRADE AND POSSIBLE THREATS TO FOOD SECURITY IN THE EU-27: A SYSTEMATIC STATISTICAL APPROACH. In: Erokhin V., Tianming G., Andrei J.V. (eds) Shifting Patterns of Agricultural Trade. Springer, Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-16-3260-0\\_10](https://doi.org/10.1007/978-981-16-3260-0_10)

6. Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, Raluca Dimitriu, Tiberiu Țiclea THE IMPACT OF LEGISLATIVE REFORMS ON INDUSTRIAL RELATIONS IN ROMANIA, International Labour Office, Industrial and Employment Relations Department ; ILO DWT and Country Office for Central and Eastern Europe, 2013, ISBN 978-92-2-127598-5 și ISBN 978-92-2-127599-2 (web pdf) ([http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/europe/-/ro-geneva/-/sro-budapest/documents/publication/wcms\\_219711.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/europe/-/ro-geneva/-/sro-budapest/documents/publication/wcms_219711.pdf));

7. Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, Raluca Dimitriu, Tiberiu Țiclea IMPACTUL REFORMELOR LEGISLATIVE ASUPRA RELAȚIILOR INDUSTRIALE DIN ROMÂNIA, International Labour Office, Industrial and Employment Relations Department ; ILO DWT and Country Office for Central and Eastern Europe, 2013, ISBN 978-92-2-827598-8 și ISBN 978-92-2-827599-5 (web pdf) (<http://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/2013/482716.pdf>);

8. Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, ANTICIPATING AND MANAGING RESTRUCTURING – NATIONAL BACKGROUND PAPER ROMANIA, 27 National Seminar on Restructuring , International Training Center-International Labour Office, European Comission/DG Employment, Social Affairs and Equal opportunities, 2010, (84 pag.);

7. Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, ANTICIPAREA ȘI MANAGEMENTUL RESTRUCTURĂRII – RAPORT NAȚIONAL ROMÂNIA, 27 Seminarii naționale privind restructurarea , International Training Center-International Labour Office, Comisia Europeană, DG Ocuparea forței de muncă, afaceri sociale și egalitatea de şanse, 2010, (84 pag.);

9. Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, QUALITY OF WORK AND EMPLOYMENT IN ROMANIA, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, Ireland, Dublin, 2007, (92 pag.), <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2007/romania/working-conditions/quality-of-work-and-employment-in-romania>;



**10. Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, CALITATEA MUNCII ȘI A OCUPĂRII ÎN ROMÂNIA**, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, Ireland, Dublin, 2007, (91 pag.), <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2007/romania/working-conditions/quality-of-work-and-employment-in-romania>;

**11. Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, Diana Preda, INDUSTRIAL RELATIONS IN AGRICULTURE**, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, Ireland, Dublin, 2005, (55 pag.) <http://www.eurofound.europa.eu/observatories/eurwork/comparative-information/industrial-relations-in-agriculture>;

**12. Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, Diana Preda, RELAȚIILE INDUSTRIALE ÎN AGRICULTURĂ**, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, Ireland, Dublin, 2005, (55 pag.) <http://www.eurofound.europa.eu/observatories/eurwork/comparative-information/industrial-relations-in-agriculture>;

**13. Luminița Chivu** (membru în colectivul de autori), **INDUSTRIAL RELATIONS DEVELOPMENTS IN EUROPE 2003**, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, European Commission, Directorate General for Employment and Social Affairs, Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities, Bruxelles, 2004, (101 pag.) ISBN-10: 9289702591, ISBN-13: 978-9289702591;

## 2b) Cărți și capitole în cărți publicate în edituri naționale (cu ISBN)

### Cărți publicate în edituri naționale

**1. Jean-Vasile Andrei, Luminița Chivu, Valeriu Ioan-Franc, Violeta Sima, PRACTICI ȘI EXIGENȚE ÎN SCREREA LUCRĂRILOR ȘTIINȚIFICE**, Editura Expert, București, 2020;

**2. Mădălina Racovițan, Luminița Chivu** (coord.) Claudia Stan, Elena Vizireanu, George Georgescu, Sorin Dinu, Sorin Cace, Irina Băncescu, **PIATA MUNCII ÎN ROMÂNIA. REPERE CANTITATIVE ȘI CALITATIVE PRIVIND DEFICITELE DE FORTĂ DE MUNCĂ**, Centrul de Informare și Documentare Economică, București, 2019 (477 pages);

**3. Luminița Chivu, Simona Poladian, Valeriu Ioan Franc, Napoleon Pop, CONVERGENȚA ECONOMICĂ ȘI MONETARĂ A ROMÂNIEI CU UNIUNEA EUROPEANĂ. UN DEMERS NECESSAR. ETAPA I 2018**, Centrul de Informare și Documentare Economică, București, 2019 (542 pagini);

**4. Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, George Georgescu, DESCOPUNEREA ȘI RECOMPUNEREA STRUCTURILOR INDUSTRIALE. REPERE DE STRATEGIE**, Centrul de Informare și Documentare Economică, ISBN 978-973-159-195-7, București, noiembrie 2016 (217 pag.);

**5. Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, CALITATEA MUNCII ȘI A OCUPĂRII ÎN ROMÂNIA**, Editura Expert, București, 2008 (88 pag.), ISBN 978 - 973 - 618 - 142 - 9;

**6. Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, QUALITY OF WORK AND EMPLOYMENT IN ROMANIA**, Editura Expert, București, 2008 (85 pag. ), ISBN 978-973-618-143-6;

**7. Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, EVALUĂRI ȘI ANALIZE ECONOMICE ALE AJUTOARELOR DE STAT. DEFINIRE. POLITICI. REZULTATE**, Editura Expert, București, 2006, (142 pag.), ISBN 973-618-087-5;

**8. Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, Valeriu Ioan Franc, AGRICULTURA ÎNTRE RESTRIȚIILE COMERCIALE GLOBALE ȘI POLITICILE COMUNITARE**, Centrul de Economie Comparată și Consens, Academia Română, Editura Expert, București, 2003 (116 pag.), ISBN 973-618-013-1;

**9. Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, MODELE DE AGRICULTURĂ ȘI POLITICI AGRICOLE**, Centrul de Informare și Documentare Economică, București, 2003 (34 pag.), ISBN 973-85953-5-7;

**10. Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, COMPETITIVITATEA AGRICULTURII ȘI INTEGRAREA ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ**, Centrul de Informare și Documentare Economică, București, 2003 (97 pag.), grant al Comunității Europene B7-030-ZZO 24.03.08.15;

**11. Luminița Chivu, COMPETITIVITATEA ÎN AGRICULTURĂ – ANALIZE ȘI COMPARAȚII EUROPENE**, Centrul de Economie Comparată și Consens, Academia Română, Editura Expert, București, 2002 (272 pag.), ISBN 973-8177-06-5;



**12. Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, Victor Platon, THE IMPACT OF TRANSPOSING EU ENVIRONMENT PROTECTION STANDARDS ON INDUSTRIAL POLLUTION TO ROMANIA – IMPACTUL IMPLEMENTĂRII ÎN ROMÂNIA A STANDARDELOR UE PENTRU PROTECȚIA MEDIULUI ÎNCONJURĂTOR CU PRIVIRE LA POLUAREA INDUSTRIALĂ, PRE-ACCESSION IMPACT STUDIES**, Proiect RO 9907-02-01, Institutul European din România, București, 2002 (35 pg.), Ediție bilingvă (română/engleză).

#### **Capitole în cărți publicate în edituri naționale**

- 1. Luminița Chivu**, George Georgescu. VULNERABILITĂȚI ALE PIEȚEI MUNCII ȘI OCUPĂRII ÎN CONTEXTEL PANDEMIEI COVID-19. POSIBILE SOLUȚII, în vol. "Pandemia – Constraineri și oportunități economice", acad. Bogdan C. Simionescu (coord.), Editura Academiei Române, București, 2021;
- 2. Luminița Chivu**, Vasile Preda (coord.), MODELAREA MATEMATICĂ A SISTEMELOR DINAMICE COMPLEXE. APLICAȚII PRACTICE ÎN CONTEXTEL PANDEMIEI COVID-19, în vol. "Pandemia – Constraineri și oportunități economice", acad. Bogdan C. Simionescu (coord.), Editura Academiei Române, București, 2021;
- 3. Luminița Chivu**, PUNCTELE TARI ȘI PUNCTELE SLABE ALE ROMÂNIEI ÎN PRIVINȚA STĂRII ECONOMICE ȘI SOCIALE – REPERE COMPARATIVE CU STATE MEMBRE ALE UE, în volumul "Modelul economic românesc în Uniunea Europeană. România-orizont 2040", Editura Economică, București, 2021;
- 4. Luminița Chivu**, ARHITECTURA ÎNTREPRENDERILOR INDUSTRIALE ÎN ROMÂNIA 1918-2018, în: ECONOMIA ROMÂNIEI DUPĂ MAREA UNIRE, VOL. II - ECONOMIA SECTORIALĂ, Editura Academiei Române, București, 2018 (34 pag.);
- 5. Luminița Chivu, Valeriu Ioan-Franc**, CERCETAREA ȘTIINȚIFICĂ ECONOMICĂ ACADEMICĂ ÎN ROMÂNIA 1918-2018, în: ECONOMIA ROMÂNIEI DUPĂ MAREA UNIRE, VOL. II - ECONOMIA SECTORIALĂ, Editura Academiei Române, București, 2018 (60 pag.);
- 6. Chivu Luminita**, (membru în colectivul de autori) PROIECT 3 SECURITATE ȘI EFICIENTĂ ENERGETICĂ (coordonator prof. dr. Filip Cârlea), în cadrul volumului STRATEGIA DE DEZVOLTARE A ROMÂNIEI ÎN URMĂTORII 20 DE ANI- Sumar Executiv, Coord. Acad. Ionel Valentin Vlad, <http://www.acad.ro/bdar/strategiaAR/doc14/Strategia-SumarExecutiv.pdf>, ISBN 978-973-27-2768-3, Editura Academiei Române, 2017 (pg. 17-33);
- 7. Chivu Luminita**, (membru în colectivul de autori) PROIECT 3 SECURITATE ȘI EFICIENTĂ ENERGETICĂ (coordonator prof. dr. Filip Cârlea), în cadrul volumului STRATEGIA DE DEZVOLTARE A ROMÂNIEI ÎN URMĂTORII 20 DE ANI- Sinteză, Coord. Acad. Ionel Valentin Vlad, <http://www.acad.ro/bdar/strategiaAR/doc14/Strategia-Sinteză.pdf>, ISBN 978-973-27-2756-0, Editura Academiei Române, 2017 (pg. 107-152);
- 8. Chivu Luminita**, (membru în colectivul de autori) PROIECT 3 SECURITATE ȘI EFICIENTĂ ENERGETICĂ – Indicatori strategici și scenarii de evoluție a sectorului energetic (coordonator prof. dr. Filip Cârlea), în cadrul volumului STRATEGIA DE DEZVOLTARE A ROMÂNIEI ÎN URMĂTORII 20 DE ANI- Volumul III-2, Coord. Acad. Ionel Valentin Vlad, [http://www.acad.ro/bdar/strategiaAR/doc13/StrategialIII\\_2.pdf](http://www.acad.ro/bdar/strategiaAR/doc13/StrategialIII_2.pdf), ISBN 978-973-27-2737-9, Editura Academiei Române, 2016 (pg. 161-200);
- 9. Chivu Luminita**, (membru în colectivul de autori) PROIECT 3 SECURITATE ȘI EFICIENTĂ ENERGETICĂ (coordonator prof. dr. Filip Cârlea), în cadrul volumului STRATEGIA DE DEZVOLTARE A ROMÂNIEI ÎN URMĂTORII 20 DE ANI- Volumul III-1, Coord. Acad. Ionel Valentin Vlad, <http://www.acad.ro/bdar/strategiaAR/doc13/StrategialIII.pdf>, ISBN 978-973-27-2706-5, Editura Academiei Române, 2016 (pg. 143-198);
- 10. Chivu Luminita**, (membru în colectivul de autori) PROIECT 3 SECURITATE ȘI EFICIENTĂ ENERGETICĂ (coordonator prof. dr. Filip Cârlea), în cadrul volumului STRATEGIA DE DEZVOLTARE A ROMÂNIEI ÎN URMĂTORII 20 DE ANI- Volumul II, Coord. Acad. Ionel Valentin Vlad, <http://www.acad.ro/bdar/strategiaAR/doc12/StrategialII.pdf>, ISBN 978-973-27-2615-0, Editura Academiei Române, 2016 (pg. 95-120);
- 11. Chivu Luminita**, (membru în colectivul de autori) PROIECT 3 SECURITATE ȘI EFICIENTĂ ENERGETICĂ (coordonator prof. dr. Filip Cârlea), în cadrul volumului STRATEGIA DE DEZVOLTARE A ROMÂNIEI ÎN URMĂTORII 20 DE ANI - Volumul I, Coord. Acad. Ionel Valentin Vlad, <http://www.acad.ro/bdar/strategiaAR/doc11/Strategia.pdf>, ISBN 978-973-27-2556-6, Editura Academiei Române, 2015 (pg. 113-146);



- 12.** Constantin Ciutacu, **Luminița Chivu** AGRICULTURA ROMÂNIEI ÎN CONTEXT EUROPEAN, în vol. "Agricultura, domeniu strategic pentru securitatea și siguranța alimentară", coord. Acad. Cristian Hera, Editura Academiei Române, București, 2013;
- 13.** **Luminița Chivu**, capitol în lucrarea CAPITALUL UMAN ȘI PERFORMANCE ECONOMICĂ, coord. Florin Marius Pavelescu, Editura Expert, Bucuresti, ISBN, 978-973-7885-91-3, (124 pag), 2007.
- 14.** **Luminița Chivu**, capitol în lucrarea EVALUĂRI ALE GRADULUI DE PREGĂTIRE AL FIRMELOR ROMÂNEȘTI ÎN VEDEREA INTEGRĂRII ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ, coord. Florin Marius Pavelescu, Editura Expert, ISBN, 978-973-159-000-4, (191 pag), 2007.
- 15.** **Luminița Chivu** (membru în colectivul de autori), capitolul EVOLUȚIA PREȚURILOR INTERNE ȘI INTERNATIONALE PENTRU UNELE MATERII PRIME ȘI PRODUSE DE BAZĂ,(66 pag.), în INFLAȚIA ÎN ROMÂNIA, Editura Expert, București, 2005 (250 pag.), ISBN 973-618-074-3;
- 16.** **Luminița Chivu** (membru în colectivul de autori), capitolul ANALIZA RETROSPECTIVĂ ETAPIZATĂ A FACTORILOR DETERMINANȚI AI INFLAȚIEI,(16 pag.), în INFLAȚIA ÎN ROMÂNIA, Editura Expert, București, 2005 (250 pag.), ISBN 973-618-074-3;
- 17.** **Luminița Chivu** (membru în colectivul de autori), ROMÂNIA ȘI REPUBLICA MOLDOVA. POTENȚIALUL COMPETITIV AL ECONOMIILOR NAȚIONALE. POSIBILITĂȚI DE VALORIZARE PE PIAȚA INTERNĂ, EUROPEANĂ ȘI MONDIALĂ, Centrul de Informare și Documentare Economică și Expert, București, 2004, ISBN 973-618-028-x;
- 18.** **Luminița Chivu** (membru în colectivul de autori), capitolul ROMÂNIA ÎN FAȚA UNEI MARI DILEME – SOCIETATEA INFORMAȚIONALĂ VERSUS SUPRAPOPULAȚIA AGRICOLĂ, în Societatea informațională – societatea cunoașterii, Editura Expert, București, 2001 (541 pag.), ISBN 973-8177-42-1;
- 19.** **Luminița Chivu**, capitolul BLOCAJE ALE EDUCAȚIEI ȘI FORMĂRII PROFESIONALE INITIALE ȘI CONTINUE, în BLOCAJE ÎN ECONOMIA DE TRANZIȚIE A ROMÂNIEI, Editura Tehnică, București, 1997 (321 pag.), ISBN 973-31-1032-0;
- 20.** **Luminița Chivu**, ASPECTE RECENTE PRIVIND POLITICA DE PREȚURI ÎN AGRICULTURA COMUNITARĂ, în PROCESE FINANCIAR-MONETARE ALE TRANZIȚIEI: PROCESE ȘI DILEME, Institutul de Cercetări Financiare și Monetare Victor Slăvescu, Editura Alpha, Buzău, 1996;
- 21.** **Luminița Chivu**, capitolul FORMAREA PROFESIONALĂ – MECANISM AL FLEXIBILIZĂRII PIEȚEI MUNCII, în PIAȚA MUNCII. OCUPARE. FLEXIBILITATE. DEZVOLTARE UMANĂ, Institutul de Economie Națională, București, 1994 (265 pag.);
- 22.** **Luminița Chivu**, capitolul NIVELUL MEDIU DE INSTRUCȚIE – INDICATOR SINTETIC ,AL CALITĂȚII RESURSELOR UMANE, în COORDONATE STRATEGICE ALE DEZVOLTĂRII PIEȚEI MUNCII IN ROMÂNIA, Institutul de Economie Națională, București, 1994 (300 pag.);
- 23.** **Luminița Chivu**, capitolul SALARIUL MINIM, în PIAȚA MUNCII ÎN ROMÂNIA. MECANISME SI POLITICI DE OCUPARE SI COMBATERE A ȘOMAJULUI ÎN PERIOADA DE TRANZIȚIE, Institutul de Economie Națională, București, 1992 (350 pag.);
- 24.** **Luminița Chivu** (membru în colectivul de autori), IERARHIZAREA PRIORITĂȚILOR DE DEZVOLTARE AGRICOLĂ ȘI RURALĂ ÎN ROMÂNIA. INFLUENȚELE NOII REFORME A POLITICII AGRICOLE COMUNITARE; SETTING THE DEVELOPMENT PRIORITIES FOR ROMANIAN AGRICULTURE AND RURAL SECTOR: THE IMPACT OF THE NEW COMMON AGRICULTURAL POLICY REFORM, Studii de impact II, Ediție bilingvă (română/engleză), Institutul European din România, București, 2004 (287 pag, din care 146 română, 141 pag. engleză), ISBN 973-7736-13-3;
- 25.** **Luminița Chivu** (membru în colectivul de autori), DIRECȚII DE CONSTRUCȚIE A POLITICILOR AGRICOLE ROMÂNEȘTI ȘI A CELOR COMUNITARE, Centrul de Informare și Documentare Economică, Probleme economice nr. 119/2004, București, ISBN 973-7940-62-8;
- 26.** **Luminița Chivu** (membru în colectivul de autori), OCUPAREA ȘI ȘOMAJUL ÎN ROMÂNIA, Centrul de Informare și Documentare Economică, București, 2002 (102 pag.), ISBN 973-8544-3-4;

**27. Luminița Chivu** (membru în colectivul de autori), ROMÂNIA ȘI MODELUL EUROPEAN DE AGRICULTURĂ ȘI DEZVOLTARE RURALĂ, Centrul de Informare și Documentare Economică, București, 2002 (25 pag.), ISBN 973-85844-4-2;

**28. Luminița Chivu** (membru în colectivul de autori) COSTURI ȘI BENEFICIILE ADOPTĂRII DE CĂTRE ROMÂNIA A LEGISLAȚIEI EUROPENE DE PROTECȚIA MEDIULUI, Centrul de Informare și Documentare Economică, București, 2002 (50 pag.), ISBN 973-85934-4-1;

**29. Luminița Chivu** (membru în colectivul de autori), FONDUL DE MEDIU ÎN ROMÂNIA (THE ENVIRONMENTAL FUND IN ROMANIA), Romanian Academic Society. Romanian Center for Public Policy, București, 2001;

**30. Luminița Chivu**, SALARIUL MINIM, Revista Raporturi de Muncă, București, 1998;

**31. Luminița Chivu**, INSTITUȚIILE PIEȚEI MUNCII, Probleme economice nr. 35-36, CIDE, București, 1997;

**32. Luminița Chivu** (membru în colectivul de autori) EVALUAREA CAPITALULUI UMAN ÎN ROMÂNIA, Editura SOREC, București, 1997 (290 pag.), ISBN 973-0-00368-8;

**33. Luminița Chivu** (membru în colectivul de autori) AGENȚIA NAȚIONALĂ PENTRU OCUPARE ȘI FORMARE PROFESIONALĂ – INSTITUȚIE PUBLICĂ TRIPARTITĂ DE GESTIUNE A CAPITALULUI UMAN, Editura Tehnică, București, 1996 (209 pag.).

**34. Luminița Chivu**, DEZVOLTAREA CAPITALULUI UMAN – SUPORT AL PROMOVĂRII CONCERTATE A INTERESELOR NAȚIONALE ȘI INDIVIDUALE, Economistul, nr. 648, București, 1995;

**35. Luminița Chivu**, ASPECTE ALE FORMĂRII PROFESIONALE A ADULȚILOR, Revista Muncă și Progres Social, nr. 3, Institutul de Cercetări în Domeniul Muncii și Protecției Sociale, București, 1994;

**36. Luminița Chivu**, EVALUĂRI CALITATIVE ALE SERVICIULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT, Revista Muncă și Progres Social, nr. 4, Institutul de Cercetări în Domeniul Muncii și Protecției Sociale, București, 1993;

**37. Luminița Chivu**, SISTEMUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT. POSIBILE REFLECȚII ÎN CONTEXTUL TRANZIȚIEI, Revista Română de Economie, nr.1, București, 1993;

**38. Luminița Chivu**, FORMAREA PROFESIONALĂ ȘI FLEXIBILITATEA PIETEI MUNCII. ABORDĂRI TEORETICE, Revista de Economie, nr. 2, Iași, 1993.

## 2c) Cărți litografiate și în format electronic

**1. Luminița Chivu**, Constantin Ciutacu, George Georgescu DEINDUSTRIALIZATION AND INDUSTRIALIZATION IN ROMANIA, Palgrave Macmillan, 2017, ISBN: 978-3-319-65753-0, <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-65753-0>

**2. Jean-Vasile Andrei, Luminița Chivu**, Valeriu Ioan-Franc, Violeta Sima, PRACTICI ȘI EXIGENȚE ÎN SCREREA LUCRĂRILOR ȘTIINȚIFICE, Editura Expert, București, 2020, [https://www.researchgate.net/publication/343336664\\_PRACTICI\\_SI\\_EXIGENTE\\_IN\\_SCREREA\\_LUCRARILOR\\_STIINTIFICE](https://www.researchgate.net/publication/343336664_PRACTICI_SI_EXIGENTE_IN_SCREREA_LUCRARILOR_STIINTIFICE);

**3. Mădălina Racovițan, Luminița Chivu (coord.)** Claudia Stan, Elena Vizireanu, George Georgescu, Sorin Dinu, Sorin Cace, Irina Băncescu, PIATA MUNCII ÎN ROMÂNIA. REPERE CANTITATIVE ȘI CALITATIVE PRIVIND DEFICITELE DE FORȚĂ DE MUNCĂ, Centrul de Informare și Documentare Economică, București, 2019 (477 pages), <http://www.cide.ro/Piata%20muncii%20din%20Romania.pdf>.

**4. Luminița Chivu**, Constantin Ciutacu, George Georgescu, DESCOPUNEREA ȘI RECOMPUNEREA STRUCTURILOR INDUSTRIALE. REPERE DE STRATEGIE, Centrul de Informare și Documentare Economică, ISBN 978-973-159-195-7, București, noiembrie 2016 (217 pag.), <http://www.cide.ro/Chivu+Ciutacu+Georgescu%20-%20Descopunerea.pdf>;

**5. Luminița Chivu**, Constantin Ciutacu, Raluca Dimitriu, Tiberiu Ticlea, THE IMPACT OF LEGISLATIVE REFORMS ON INDUSTRIAL RELATIONS IN ROMANIA, International Labour Office, Industrial and Employment Relations Department ; ILO DWT and Country Office for Central and Eastern Europe, 2013, ISBN 978-92-2-127598-5 și ISBN 978-92-2-127599-2 (web pdf) ([http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms\\_219711.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms_219711.pdf));



**6.** Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, Raluca Dimitriu, Tiberiu Ticlea, IMPACTUL REFORMELOR LEGISLATIVE ASUPRA RELAȚIILOR INDUSTRIALE DIN ROMÂNIA, International Labour Office, Industrial and Employment Relations Department ; ILO DWT and Country Office for Central and Eastern Europe, 2013, ISBN 978-92-2-827598-8 și ISBN 978-92-2-827599-5 (web pdf) (<http://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/2013/482716.pdf>);

**7.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, ANTICIPATING AND MANAGING RESTRUCTURING – NATIONAL BACKGROUND PAPER ROMANIA, 27 National Seminar on Restructuring , International Training Center-International Labour Office, European Commission/DG Employment, Social Affairs and Equal opportunities, 2010, (84 pag.), [ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=5748&langId=en](http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=5748&langId=en);

**8.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, ANTICIPAREA ȘI MANAGEMENTUL RESTRUCTURĂRII – RAPORT NAȚIONAL ROMÂNIA, 27 Seminarii naționale privind restructurarea , International Training Center-International Labour Office, Comisia Europeană, DG Ocuparea forței de muncă, afaceri sociale și egalitatea de şanse, 2010, (84 pag.), [ec.europa.eu/social/ajax/BlobServlet?docId=5748&langId=ro](http://ec.europa.eu/social/ajax/BlobServlet?docId=5748&langId=ro);

**9.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, QUALITY OF WORK AND EMPLOYMENT IN ROMANIA, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, Ireland, Dublin, 2007, (92 pag.), [http://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef\\_files/pubdocs/2007/37/en/1/ef0737en.pdf](http://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_files/pubdocs/2007/37/en/1/ef0737en.pdf);

**10.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, CALITATEA MUNCII ȘI A OCUPĂRII ÎN ROMÂNIA, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, Ireland, Dublin, 2007, (91 pag.), [http://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef\\_files/pubdocs/2007/37/ro/1/ef0737ro.pdf](http://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_files/pubdocs/2007/37/ro/1/ef0737ro.pdf);

**11.** Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, Diana Preda, INDUSTRIAL RELATIONS IN AGRICULTURE , European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, Ireland, Dublin, 2005, (55 pag.) <http://www.eurofound.europa.eu/observatories/eurwork/comparative-information/industrial-relations-in-agriculture>;

**12.** Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, Diana Preda, RELAȚIILE INDUSTRIALE ÎN AGRICULTURĂ , European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, Ireland, Dublin, 2005, (55 pag.) <http://www.eurofound.europa.eu/observatories/eurwork/comparative-information/industrial-relations-in-agriculture>;

### 3) Articole/studii in extenso publicate în reviste cotate ISI cu factor de impact;

**1.** Andrei Jean-Vasile, Chivu Luminița, Sima Violeta, Gheorghe Ileana Georgiana, Nancu Dumitru, Duică Mircea (2022), INVESTIGATING THE DIGITAL CONVERGENCE IN EUROPEAN UNION: AN ECONOMETRIC ANALYSIS OF PITFALLS AND PIVOTS OF DIGITAL ECONOMIC TRANSFORMATION, Economic Research-Ekonomska Istraživanja, Routledge, doi: 10.1080/1331677X.2022.2142814;

**2.** Rădulescu Juliana Denisa, Andrei Jean – Vasile, Chivu Luminita, Erokhin Vasilii, Gao Tianming, Nancu Dumitru (2022), A SHORT REVIEW ON EUROPEAN DEVELOPMENTS IN AGRICULTURAL OUTPUT PRICE INDICES DURING 2008-2017: ARE THERE SIGNIFICANT CHANGES?, Ekonomika Poljoprivreda-Economics of Agriculture, Volume 69, Issue 1, pag. 107-117, doi: 10.5937/ekoPolj2201107R;

**3.** Erokhin Vasilii, Gao Tianming, Chivu Luminița, Andrei Jean Vasile (2022), FOOD SECURITY IN A FOOD SELF-SUFFICIENT ECONOMY: A REVIEW OF CHINA'S ONGOING TRANSITION TO ZERO HUNGER STATE, Agricultural Economics, Czech Academy of Agricultural Sciences;

**4.** Jean Vasile Andrei, Luminița Chivu et al. (2021). BUSINESS DEMOGRAPHY AND ECONOMIC GROWTH: SIMILARITIES AND DISPARITIES IN 10 EUROPEAN UNION COUNTRIES, Journal of Business Economics and Management, 22(5), 1160-1188. <https://doi.org/10.3846/jbem.2021.15067>, WOS:000622686400001;

**5.** Andrei Jean Vasile, Bălăcescu Aniela, Chivu Luminita, Gogonea Rodica Manuela, Patrascu Aurelia, Zaharia Marian (2021), WATER PRODUCTIVITY, EXPLOITATION AND FOOTPRINT: OBSOLETE CONCEPTS OR REPRESENTATIVE TOOLS IN UNDERSTANDING EUROPEAN ENVIRONMENTAL POLICY?, Applied Ecology and Environmental Research 19(3):2541-2564, [http://aloki.hu/indvol19\\_3.htm](http://aloki.hu/indvol19_3.htm), WOS:000656752900006

**6.** Andrei Jean Vasile, Popescu H. Gheorghe, Nica Elvira, & Chivu Luminița. (2020). THE IMPACT OF AGRICULTURAL PERFORMANCE ON FOREIGN TRADE CONCENTRATION AND COMPETITIVENESS: EMPIRICAL EVIDENCE FROM ROMANIAN AGRICULTURE. Journal of Business Economics and Management, 21(2), 317-343. ISSN:1611-1699; eISSN:2029-4433,WOS:000526073500002 <https://doi.org/10.3846/jbem.2020.11988>;



**7.** Chivu, Luminița, Andrei, J.V., Zaharia, M., Gogonea, R.-M.(2020), A REGIONAL AGRICULTURAL EFFICIENCY CONVERGENCE ASSESSMENT IN ROMANIA – APPRAISING DIFFERENCES AND UNDERSTANDING POTENTIALS, Land Use Policy, 99, 104838, Factor de impact: 3,682, <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2020.104838>;

**8.** Irina Băncescu, Luminița Chivu, Vasile Preda, Miguel Puente-Ajovín, Arturo Ramos (2019), COMPARISONS OF LOG-NORMAL MIXTURE AND PARETO TAILS, GB2 OR LOG-NORMAL BODY OF ROMANIA'S ALL CITIES SIZE DISTRIBUTION, Physica A: Statistical Mechanics and its Applications, Volume 526, 15 July 2019, 121017;

**9.** Luminița Chivu, LOCAL ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL SERVICES IN ROMANIA. TERRITORIAL ANALYSIS (2019) , European Research on Management and Business Economics, Volume 25, Issue 2, May–August 2019, Pages 79-86, <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.04.001>.

**10.** Andrei Jean, Ion Raluca Andreea, Chivu Luminita, Pop Ruxandra Eugenia, Marin Ancuta. (2019). INVESTIGATIONS ON FARMERS' WILLINGNESS TO ASSOCIATE AND JOIN IN ENVIRONMENTAL RESPONSIBLE SHORT SUPPLY CHAIN IN ROMANIA, Applied Ecology and Environmental Research, 17(2), 1617-1639. ISSN: 1589-1623, eISSN: 1785-0037, 2019WOS:000462830400011, [http://www.aloki.hu/pdf/1702\\_16171639.pdf](http://www.aloki.hu/pdf/1702_16171639.pdf)

**11.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, Andrei Jean Vasile (2017), LAND GRABBING: A REVIEW OF EXTENT AND POSSIBLE CONSEQUENCES IN ROMANIA, Elsevier - Land Use Policy (Volume 62, Pages 143–150);

**12.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, Andrei Jean Vasile (2015), SIMILARITIES AND DISSIMILARITIES BETWEEN THE EU AGRICULTURAL AND RURAL DEVELOPMENT MODEL AND ROMANIAN AGRICULTURE. CHALLENGES AND PERSPECTIVES, Elsevier - Land Use Policy, (Volume 44, Pages 169-176);

**13.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, Raluca Iorgulescu (2009), THE GLOBAL FINANCIAL CRISIS: MANAGEMENT OF DEFICITS AND DEBTS, Amfiteatru Economic Journal, nr. 3/2009, ISSN 1582 – 9146;

#### **4) Articole/studii in extenso, publicate în reviste sau conferințe indexate ISI (fără factor de impact);**

**1.** Chivu Luminita, Georgescu George (2022), 30 YEARS OF INSPIRING ACADEMIC ECONOMIC RESEARCH. FROM THE TRANSITION TO A MARKET ECONOMY TO THE INTERLINKED CRISES OF 21ST CENTURY – FOREWORD, Sciendo De Gruyter, 22 aprilie, 2022 doi: <https://doi.org/10.2478/9788366675261-001>;

**2.** Jean Vasile Andrei, Luminița Chivu, Ileana Georgiana Gheorghe, Aleksandar Grubor, Teodor Sedlarski, Violeta Sima, Jonel Subic, Mile Vasic, SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES, BUSINESS DEMOGRAPHY AND EUROPEAN SOCIO-ECONOMIC MODEL: DOES THE PARADIGM REALLY CONVERGE?, Journal of Risk and Financial Management, Volume 14 (2021), Issue 2, nr. 64, WOS:000622686400001; ISSN 1911-8066; eISSN 1911-8074, <https://www.mdpi.com/1911-8074/14/2/64>;

**3.** Marius Constantin, Iuliana Rădulescu, Jean Vasile Andrei, Luminița Chivu, Vasili Erokhin, Tianming Gao, A PERSPECTIVE ON AGRICULTURAL LABOR PRODUCTIVITY AND GREENHOUSE GAS EMISSIONS IN CONTEXT OF THE COMMON AGRICULTURAL POLICY EXIGENCIES, Ekonomika Poljoprivreda-Economics of Agriculture, Volume 68, Issue 1, pag. 53-67, 2021, WOS:000646911400004, ISSN 0352-3462 (Printed); ISSN 2334-8453 (Online), <http://www.ea.bg.ac.rs/index.php/EA/article/view/1889>;

**4.** Andrei Jean Vasile, Chivu Luminita, Gheorghe Ileana Georgiana; et al., SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES, BUSINESS DEMOGRAPHY AND EUROPEAN SOCIO-ECONOMIC MODEL: DOES THE PARADIGM REALLY CONVERGE?, Journal of Risk and Financial Management, Vol 14 (2), 2021, <https://www.mdpi.com/1911-8074/14/2/64>;

**5.** Chivu, Luminita, Ioan-Franc, Valeriu, A CENTURY OF ECONOMIC ACADEMIC RESEARCH IN ROMANIA: FROM 1918 TO 2018, 5th International Conference on Economic Scientific Research - Theoretical, Empirical and Practical Approaches - ESPERA, ROMANIAN ECONOMY. A CENTURY OF TRANSFORMATION (1918-2018): PROCEEDINGS OF ESPERA 2018, 11-55, 2019, <https://www.peterlang.com/view/title/71848?tab=toc>;

**6.** Avram Sorin, Chivu Luminita, Gheorghe Carmen Adriana et al., The Influence of Timisoara Urban Pole on Economic Growth and Socio-Demographic Dynamics, 5th International Conference on Economic Scientific Research -



Theoretical, Empirical and Practical Approaches - ESPERA, ROMANIAN ECONOMY. A CENTURY OF TRANSFORMATION (1918-2018): PROCEEDINGS OF ESPERA 2018, 963-973, 2019,  
<https://www.peterlang.com/view/title/71848?tab=toc>;

**7. Luminița Chivu**, Constantin Ciutacu, ROMANIA AND THE FOUR ECONOMIC FREEDOMS: FROM THEORY TO PRACTICE, în Economic Dynamics and Sustainable Development – Resources, Factors, Structures and Policies (Proceedings ESPERA 2015, Part 1), ISBN: 9783631696644, Peter Lang Academic Publishing Group, Frankfurt, 2016;

**8.** Constantin Ciutacu, **Luminița Chivu**, ROMANIA'S DEINDUSTRIALISATION. FROM THE "GOLDEN AGE" TO THE "IRON SCRAP AGE", Procedia Economics and Finance, vol. 22/2015,  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115002646>;

**9** Constantin Ciutacu, **Luminița Chivu**, NON-COMPETITIVE EVOLUTIONS OF THE FOREIGN TRADE IN ROMANIA, Procedia Economics and Finance, vol. 22/2015,  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115002658>;

**10. Luminita Chivu**, Constantin Ciutacu, Laurentiu Georgescu, HOUSEHOLD INCOME IN ROMANIA. A CHALLENGE TO ECONOMIC AND SOCIAL COHESION, Procedia Economics and Finance, vol. 22/2015,  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S221256711500310X>;

**11. Luminita Chivu**, Constantin Ciutacu, Laurentiu Georgescu, CONSEQUENCES OF WAGE GAPS IN THE EUROPEAN UNION, Procedia Economics and Finance, vol. 22/2015, ;

**12. Chivu Luminița**, Ciutacu Constantin, Ioan-Franc Valeriu, ECONOMIC SCIENTIFIC RESEARCH – THEORETICAL, EMPIRICAL AND PRACTICAL APPROACHES – A STEP BEYOND (ESPERA 2014), Elsevier, Procedia Economics and Finance, vol. 22/2015,  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115002208>;

**13. Luminița, Chivu**, Constantin, Ciutacu, Valeriu, Ioan-Franc, EDITORIAL – ESPERA 2013 THE FIRST INTERNATIONAL CONFERENCE ECONOMIC SCIENTIFIC RESEARCH - THEORETICAL, EMPIRICAL AND PRACTICAL APPROACHE – ACHIEVEMENTS AND FUTURE THOUGHTS, Elsevier, Procedia Economics and Finance, Vol. 8, 2014, <https://www.sciencedirect.com/journal/procedia-economics-and-finance/vol/8/suppl/C>;

**14. Luminița Chivu**, Constantin Ciutacu, ABOUT INDUSTRIAL STRUCTURES DECOMPOSITION AND RECOMPOSITION, Elsevier, Procedia Economics and Finance, vol. 8/2014,  
<https://pdf.sciencedirectassets.com/282136/1-s2.0-S2212567115X00050/1-s2.0-S2212567115002440/>;

**15. Constantin Ciutacu, Luminița Chivu**, ABOUT AGRARIAN STRUCTURES AND ECONOMIC ADVANTAGES, Elsevier, Procedia Economics and Finance, vol. 8/2014,  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567114000793>;

##### **5) Articole/studii in extenso, publicate în reviste indexate în alte BDI;**

**1. Chivu Luminița**, PANDEMIE ȘI ECONOMIE. O ABORDARE MULTIPARADIGMATICĂ" / "PANDEMIC AND ECONOMY. A MULTI-PARADIGM APPROACH, „Revista Română de Sociologie”, serie nouă, anul XXXIII, nr. 1–2, p. 155–159, București, 2022;

**2. Luminița Chivu**, SOCIAL POLICIES IN ROMANIA AFTER 30 YEARS, BETWEEN EXPECTATIONS AND FACTS, Revista Calității Vieții, Vol. 32, nr. 1/2021, pag. 83-86, <https://doi.org/10.46841/RCV.2021.01.04.>;

**3. Luminita Chivu**, George Georgescu, EMPLOYMENT AND LABOUR MARKET VULNERABILITIES DURING COVID-19. THE CASE OF ROMANIA, NIER Working Papers, 2021;

**4. Luminița Chivu**, George Georgescu, LABOR MARKET VULNERABILITIES UNDER THE COVID-19 IMPACT IN ROMANIA, MPRA, June 2020;

**5. Luminița Chivu**, George Georgescu, UNDER PRESSURE: ROMANIA'S LABOUR MARKET REVIEW. THE LABOUR SUPPLY AND DEMAND, NIER Working Papers, 2020;



**6.** Luminița Chivu, George Georgescu, Alina Bratiloveanu, Irina Băcescu, UNDER PRESSURE: ROMANIA'S LABOUR MARKET REVIEW. LANDMARKS OF LABOUR SHORTAGES, NIER Working Papers, 2020;

**7.** Luminița Chivu, THE PUZZLE OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN ROMANIA OVER A CENTURY: 1918-2017, NIER Working Papers, 2019;

**8.** Ioan Done, Luminița Chivu, Andrei Jean Vasile, Mirela Matei, USING LABOR FORCE AND GREEN INVESTMENTS IN VALUING THE ROMANIAN AGRICULTURE POTENTIAL, Journal of Food, Agriculture & Environment Vol.10 (3&4 ): 737 – 741, 2012;

**9.** Raluca Dimitriu, Tiberiu Țiclea, Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, STUDIU DE IMPACT PRIVIND REFORMELE LEGISLATIEI MUNCII ÎN ROMÂNIA, Studii Economice 130823/2013, National Institute of Economic Research;

**10.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, NEW SYSTEM TO FOLLOW UP THE UNEMPLOYED IN BELGIUM – ROMANIAN PERSPECTIVE, Romanian Journal of Economics, ISSN 1220-5567, vol. 28, issue 1(37), pag.102-112;

**11.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, ABOUT DEFICIT MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF MARKET INTEGRATION AND GLOBALIZATION, University of Oradea, Annals of Faculty of Economics, 2009, vol. 1, issues 1, pag. 21-32;

**12.** Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, Ioan Gâf Deac, CULTURAL PROCESS-LIKE FORCES REQUIRED IN ORDER TO MOVE FROM THE CURRENT ECONOMY TO THE NEW ECONOMY RELYING UPON INTANGIBLE RESOURCES, Mining Revue, 2015, Vol. 21, p 7-13;

**13.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, John Hurley, WORK-LIFE BALANCE IN ROMANIA. A COMPARATIVE APPROACH, Romanian Journal of Economics, ISSN 1220-5567, vol. 26, issue 1(35), pag.64-77;

**6.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, Lazăr Cornel, Ioan Done, Mihai Dumitru, Andreea Gagea, THE IMPACT OF SOCIAL DIALOGUE ON EMPLOYMENT QUALITY AND COMPANIES' ECONOMIC PERFORMANCES, Buletinul Universității Petrol-Gaze Ploiești, Seria Științe Economice, nr. 4/2008;

**14.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, John Hurley, INCOMES – COMPONENT OF QUALITY OF WORK AND EMPLOYMENT IN ROMANIA/ VENITURILE – COMPONENTA A CALITATII MUNCII SI A OCUPARII ÎN ROMANIA, Nr. 1/2008, Economic Insights - Trends and Challenges;

**15.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, Mark Carley, ÉTUDE COMPARATIVE DANS LE SECTEUR DE L'AGRICULTURE DE L'UNION EUROPÉENNE, Romanian Journal of Economics, nr. 2 (36)/2008;

**16.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, John Hurley, EMPLOYMENT AND SOCIAL TRENDS, Romanian Journal of Economics, 2007 (XVII), vol. 24, issue 1(33), pag. 32-46;

**17.** Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, John Hurley, INCOMES AND WORKING TIME – SUPPORT FOR QUALITY OF WORK AND EMPLOYMENT IN ROMANIA, Romanian Journal of Economics, 2007 (XVII), vol. 25, issue 2(34), pag. 47-59;

**18.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, RECENT DEVELOPMENTS IN THE AGRICULTURE OF EUROPEAN UNION MEMBER AND CANDIDATE COUNTRIES, nr. 1/2006, Economic Insights - Trends and Challenges;

**19.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, Diana Preda, COMPANY'S SOCIAL RESPONSIBILITY – A CHALLENGE FOR CONTEMPORARY WORLD, Romanian Journal of Economics, vol. 20/2005, issue 1 (29), pag. 79-94;

**20.** Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, Raluca Neguț, Petru Mazilescu, EVOLUȚIA PREȚURILOR INTERNE ȘI INTERNATIONALE PENTRU UNELE MATERII PRIME ȘI PRODUSE DE BAZĂ, vol 16/2003, Revista Română de Economie/Romanian Journal of Economics;

**21.** Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, ANALIZA RETROSPECTIVĂ ETAPIZATĂ A FACTORILOR DETERMINANTI AI INFLAȚIEI IN ROMÂNIA, vol 16/2003, Revista Română de Economie/Romanian Journal of Economics;

**22.** Diana Roșu, Luminița Chivu, NIVELUL MEDIU DE INSTRUCȚIE - INDICATOR SINTETIC AL CALITĂȚII RESURSELOR DE MUNCĂ, Volume 6/1996, Revista Română de Economie/Romanian Journal of Economics;

**23.** Luminița Chivu, VALENȚE ACTUALE ALE FORMARII PROFESIONALE A ADULTILOR, vol 4/1994, Revista Română de Economie/Romanian Journal of Economics;



**24. Luminița Chivu, ÎNVĂȚĂMÂNTUL ROMÂNESC. POSIBILE REFLECTII PENTRU TRANZIȚIE, vol. 3/1993,**  
Revista Română de Economie/Romanian Journal of Economics;

**6) Alte lucrări și contribuții științifice (peste 150, selectiv)**

**1. Luminita Chivu, ROMANIA: COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON WORKING CONDITIONS OF YOUNG ENTRANTS TO THE LABOUR MARKET**, European Working Conditions Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, January 2014,  
<https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2014/romania-working-conditions-of-young-entrants-to-the-labour-market>;

**2. Luminita Chivu, ROMANIA: REPRESENTATIVENESS OF THE EUROPEAN SOCIAL PARTNER ORGANISATIONS IN THE CROSS-INDUSTRY SOCIAL DIALOGUE**, European Industrial Relations Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, April 2014,  
<https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2014/romania-representativeness-of-the-european-social-partner-organisations-in-the-cross-industry-social>;

**3. Luminita Chivu, ROMANIA: REPRESENTATIVENESS OF THE EUROPEAN SOCIAL PARTNER ORGANISATIONS IN THE ELECTRICITY SECTOR**, European Industrial Relations Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, January 2014,  
<https://www.eurofound.europa.eu/ga/publications/report/2014/romania-representativeness-of-the-european-social-partner-organisations-in-the-electricity-sector>;

**4. Luminita Chivu, ROMANIA: COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON YOUNG PEOPLE AND TEMPORARY EMPLOYMENT IN EUROPE**, European Restructuring Monitor, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, December 2013,  
<https://www.eurofound.europa.eu/observatories/emcc/comparative-information/national-contributions/romania/romania-young-people-and-temporary-employment-in-europe>;

**5. Luminita Chivu, ROMANIA: ERM COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON 'PUBLIC POLICY AND SUPPORT FOR RESTRUCTURING IN SMES'**, European Restructuring Monitor, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, May 2013,  
<https://www.eurofound.europa.eu/observatories/emcc/comparative-information/national-contributions/romania/romania-erm-comparative-analytical-report-on-public-policy-and-support-for-restructuring-in-smes>;

**6. Luminita Chivu, ROMANIA - COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON SOCIAL PARTNERS INVOLVEMENT IN THE REFORMS OF PENSION SYSTEMS**, European Industrial Relations Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, October 2013,  
<https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2013/romania-social-partners-involvement-in-the-reforms-of-pension-systems>;

**7. Luminita Chivu, ROMANIA: COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON IMPACT OF THE CRISIS ON INDUSTRIAL RELATIONS**, European Industrial Relations Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, June 2013, <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2013/romania-impact-of-the-crisis-on-industrial-relations>;

**9. Luminita Chivu, ROMANIA: COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON THE ROLE OF GOVERNMENTS AND SOCIAL PARTNERS IN KEEPING OLDER WORKERS IN THE LABOUR MARKET**, European Industrial Relations Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, June 2013,  
<https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2013/romania-the-role-of-governments-and-social-partners-in-keeping-older-workers-in-the-labour-market>;

**10. Luminița Chivu, LOW LEVELS OF PARTICIPATION IN VOCATIONAL TRAINING**, European Working Conditions Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, December 2013, <https://www.eurofound.europa.eu/publications/article/2013/low-levels-of-participation-in-vocational-training>;

**11. Luminita Chivu, ROMANIA: COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON WORKING CONDITIONS IN CENTRAL PUBLIC ADMINISTRATION**, European Working Conditions Observatory, European Foundation for the



Improvement of Living and Working Conditions, August 2013,  
<https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2013/romania-working-conditions-in-central-public-administration>;

**12. Luminita Chivu, EWCO COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON IMPACT OF THE CRISIS ON WORKING CONDITIONS: ROMANIA**, European Working Conditions Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, July 2013,  
<https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2013/ewco-car-on-impact-of-the-crisis-on-working-conditions-romania>;

**13. Luminita Chivu, ROMANIA: COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON EVOLUTION OF WAGES DURING THE CRISIS**, European Working Conditions Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, July 2012, <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2012/romania-evolution-of-wages-during-the-crisis>;

**14. Luminita Chivu, ROMANIA: EWCO COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON RECENT DEVELOPMENTS IN WORK ORGANISATION IN THE EU 27 MEMBER STATES AND NORWAY**, European Working Conditions Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, June 2012,  
<https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2010/romania-ewco-comparative-analytical-report-on-work-related-stress>;

**15. Luminita Chivu, SUPPORT FOR DISABLED PERSONS IN THE WORKPLACE**, European Working Conditions Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, May 2012;

**16. Luminita Chivu, Laurentiu Georgescu, ROMANIA: ERM COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON RECENT POLICY DEVELOPMENTS RELATED TO THOSE NOT IN EMPLOYMENT, EDUCATION AND TRAINING (NEET)**, European Restructuring Monitor, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, February 2012, <https://www.eurofound.europa.eu/observatories/emcc/comparative-information/national-contributions/romania/romania-erm-comparative-analytical-report-on-recent-policy-developments-related-to-those-not-in>;

**17. Luminita Chivu, ROMANIA: EIRO COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON 'SMEs IN THE CRISIS: EMPLOYMENT, INDUSTRIAL RELATIONS AND LOCAL PARTNERSHIP'**, European Industrial Relations Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, June 2011;

**18. Luminita Chivu, ROMANIA: EIRO COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON 'THE EFFECT OF THE INFORMATION AND CONSULTATION DIRECTIVE ON INDUSTRIAL RELATIONS IN THE EU MEMBER STATES FIVE YEARS AFTER ITS TRANSPOSITION'**, European Industrial Relations Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, January 2011;

**19. Luminita Chivu, ROMANIA: EUROPEAN INDUSTRIAL RELATIONS ANNUAL REVIEW - 2009**, European Industrial Relations Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, January 2011;

**20. Laurentiu Georgescu, Luminița Chivu, SURVEY PROBES SATISFACTION IN THE WORKPLACE**, European Working Conditions Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, November 2011, <https://www.eurofound.europa.eu/sr/publications/article/2011/survey-probes-satisfaction-in-the-workplace>;

**21. Luminita Chivu, ROMANIA: ERM COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON EMERGING FORMS OF ENTREPRENEURSHIP**, European Restructuring Monitor, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, March 2011;

**22. Luminita Chivu, COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON ADDRESSING THE GENDER PAY GAP: GOVERNMENT AND SOCIAL PARTNER ACTIONS – ROMANIA**, European Industrial Relations Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, April 2010,  
<https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2010/addressing-the-gender-pay-gap-government-and-social-partner-actions-romania>;

**23. Luminita Chivu, ROMANIA: EUROPEAN INDUSTRIAL ANNUAL REVIEW - 2008**, European Industrial Relations Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, February 2010;



**24. Luminita Chivu, ROMANIA: EWCO COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON WORK-RELATED STRESS**, European Working Conditions Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, November 2010, <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2010/romania-ewco-comparative-analytical-report-on-work-related-stress>;

**25. Luminita Chivu, ROMANIA: COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON FLEXICURITY AND INDUSTRIAL RELATIONS**, European Industrial Relations Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, September 2009;

**26. Luminita Chivu, ROMANIA: COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON MULTINATIONAL COMPANIES AND COLLECTIVE BARGAINING**, European Industrial Relations Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, July 2009;

**27. Luminita Chivu, ROMANIA: COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON WAGE FLEXIBILITY AND COLLECTIVE BARGAINING**, European Industrial Relations Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, April 2009;

**28 Luminita Chivu, WORKING TIME IN THE EUROPEAN UNION: ROMANIA**, European Working Conditions Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, November 2009, <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2009/working-time-in-the-european-union-romania>;

**29. Luminita Chivu, ROMANIA: COMPARATIVE ANALYTICAL REPORT ON QUALITY OF WORK AND EMPLOYMENT OF LOW-QUALIFIED WORKERS**, European Working Conditions Observatory, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, November, <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2009/romania-quality-of-work-and-employment-of-low-qualified-workers>;

## **7) Lista lucrărilor premiate**

- 2018, Premiul Academiei Române "Virgil Madgearu" pentru lucrarea "DESCOMPUNEREA ȘI RECOMPUNEREA STRUCTURILOR INDUSTRIALE DIN ROMÂNIA. REPERE STRATEGICE", Centrul de Informare și Documentare Economică, 2016, autori Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, George Georgescu;

- 2018, Premiul Asociației Facultăților Economice din România 2018 pentru cea mai bună carte în domeniul economic în anul universitar 2017/2018, pentru lucrarea "DEINDUSTRIALIZATION AND REINDUSTRIALIZATION IN ROMANIA. ECONOMIC STRATEGY CHALLENGES", Editura Palgrave Macmillan, 2017, autori Luminița Chivu, Constantin Ciutacu, George Georgescu;

- 2018, "ERMBE Best Paper Award in Management and Business Economics, de către European Academy of Management and Business Economics (EAMBE), pentru lucrarea "TYPOLOGY AND DENSITY OF SOCIAL SERVICES IN ROMANIA. TERRITORIAL ANALYSIS", autor Luminița Chivu, prezentată la Congresul XXVII EAMBE, 4-5 septembrie 2018;

- Luminița Chivu, Andrei Jean-Vasile et al., premiera rezultatelor cercetării UEFISCDI, competiția PRECISI\_2020, pentru articolul, "The Impact of Agricultural Performance on Foreign Trade Concentration and Competitiveness: Empirical Evidence From Romanian Agriculture" Journal of Business Economics and Management, Vol. 21/2020;

- Constantin Ciutacu, Luminița Chivu, Andrei Jean Vasile Premiul Competiție PRECISI2017- Premiera rezultatelor cercetării – articole UEFISCDI, pentru articolul: "Land grabbing: A review of extent and possible consequences in Romania, data publicarii articolului în revista: 01/03/2017; denumirea revistei: LAND USE POLICY; ISSN: 0264-8377; tip premiere: 1. Science Citation Index Expanded și Social Sciences Citation Index; criteriu de incadrare: Factor de impact; domeniu științific: 10. Științe sociale și economice; zona incadrare a revistei, conform pachetului de informații : Zona Rosie.

CS | Dr. Chivu Luminița



# Europass curriculum vitae



## Informații personale

Prenume / Nume

Adresa

Telefon

E-mail

Naționalitatea

## Ivona RĂPAN

București

0733503338

rapan.ivona@gmail.com

Română

## Experiență didactică- profesională

### Perioada

Funcția sau postul ocupat

Descrierea activității

Numele și adresa angajatorului

Februarie 2020 - prezent

### Cercetător Științific gradul II

Activitate de cercetare științifică

Academia Română, Casa Academiei Române, Calea 13 Septembrie, nr. 13, Sector 5, București

Februarie 2019 – Februarie 2020

### Cercetător Științific gradul III

Activitate de cercetare științifică

Academia Română, Casa Academiei Române, Calea 13 Septembrie, nr. 13, Sector 5, București

2018 - prezent

### Conducător de doctorat afiliat SCOSAAR – ACADEMIA ROMÂNĂ – domeniul Economie (8 doctoranți și 1 doctor confirmat ianuarie 2024)

Îndrumare doctoranzi, predare cursuri opționale în cadrul stagiuului doctoral, membru în comisia de îndrumare și comisiile examenelor obligatorii, președinte de comisie la examenele pentru cursurile opționale, membru în comisiile de îndrumare și de susținere publică – Academia de Studii Economice idn București.

Academia Română, Calea 13 Septembrie, nr. 13, București, România

Educație

2023-prezent

### Conducător de doctorat asociat aprobat în Senatul Școlii Doctorale a Universității Naționale de Apărare "Carol I" – domeniul Științe Militare

Îndrumare doctoranzi metodologia cercetării științifice, curs *Instrumente de cercetare*.

*Proiectarea chestionarului online* – Școala de vară UNAp 14-16 iunie 2024

Universitatea Națională de Apărare "Carol I", Șos. Panduri nr. 68-72, sector 5, 050662, București, România

Educație

Iunie 2020 – Martie 2021

### Director de Programe Universitare Internaționale

Activitate de internaționalizare, stabilire de conchuni cu mediul universitar din SUA, UK, pregătire pe AMBA și AACSB Business Accreditation Standards, creare de MBA și alte programe universitare de licență și master în limba engleză

Universitatea Creștină "Dimitrie Cantemir" din București, Splaiul Unirii, nr. 176, Sector 4, București, România.

Numele și adresa angajatorului

Domeniul de activitate

### Perioada

Funcția sau postul ocupat

Descrierea activității

Numele și adresa angajatorului

Domeniul de activitate

### Perioada

Funcția sau postul ocupat

Descrierea activității

Numele și adresa angajatorului

<b>Perioada</b>	2011 - 2019
Funcția sau postul ocupat	<b>Cadru didactic asociat</b>
Discipline	<i>Marketing turistic engleză, Marketing online, Cercetări de marketing, Cercetări de Marketing în Turism, Sisteme informaticе în cercetările de marketing, Proiectarea cercetărilor de marketing. Cercetări exploratorii, Logistică engleză, Analiza datelor de marketing utilizând SPSS</i>
Programe de Licență și Master	Activități de predare la <b>programele de masterat</b> Marketing și Comunicare în Afaceri, Marketing Online, Management și Marketing în Turism, Managementul Proiectelor de Dezvoltare Rurală și Regională, Cercetări Fundamentale de Marketing și la programele de licență în limba română și engleză
Numele și adresa angajatorului	<b>Academia de Studii Economice, Facultatea de Marketing, Piața Romană 6, București, România</b>
Domeniul de activitate	Educație – Învățământ
<b>Perioada</b>	2013
Funcția sau postul ocupat	<b>Cadru didactic asociat</b>
Discipline	<i>Marketing – Activități de predare curs și seminar</i>
Numele și adresa angajatorului	<b>Universitatea „Creștină Dimitrie Cantemir”, Splaiul Unirii nr. 176, sector 4, București, România</b>
Domeniul de activitate	Educație – Învățământ
<b>Perioada</b>	2011 - 2013
Funcția sau postul ocupat	<b>Asist. univ. dr.</b>
Discipline	<i>Bazele marketingului, Politici și strategii de marketing, Cercetări de marketing</i>
Numele și adresa angajatorului	<b>Universitatea Româno – Americană, Facultatea de Management-Marketing, Bd. Expoziției, 1B, București, România</b>
Domeniul de activitate	Educație – Învățământ
<b>Perioada</b>	2008 - 2011
Funcția sau postul ocupat	<b>Prep. univ. drd.</b>
Discipline	<i>Tehnici promoționale, Marketing internațional, Bazele marketingului, Politici și strategii de marketing, Tehnici de studiere a pieței</i>
Numele și adresa angajatorului	<b>Universitatea Româno – Americană, Facultatea de Management-Marketing, Bd. Expoziției, 1B, București, România</b>
Domeniul de activitate	Educație – Învățământ
<b>Perioada</b>	2008-2009
Ocupația sau postul deținut	<b>Economist</b>
Numele și adresa angajatorului	<b>Universitatea Româno – Americană, Bd. Expoziției, 1B, București, România</b>
Domeniul de activitate	Educație – Învățământ
Locul de muncă	Departamentul de Management al Calității
<b>Perioada</b>	2007 – 2008
Ocupația sau postul deținut	<b>Economist</b>
Numele și adresa angajatorului	<b>Academia de Studii Economice, Piața Romană 6, București, România</b>
Domeniul de activitate	Educație – Învățământ
Locul de muncă	Departamentul de Management al Calității
<b>Perioada</b>	2006 – 2007
Ocupația sau postul deținut	<b>Economist</b>
Numele și adresa angajatorului	<b>Lowe &amp; Partners, Str. Radu-Vodă 17, Sector 4, București, România</b>
Domeniul de activitate al firmei	Media, PR și Publicitate



# Experiență de cercetare

<b>Perioada</b>	27 Octombrie 2022 – 14 februarie 2023
<b>Descrierea activității</b>	Expert – Proiect SILVANUS Horizon 2020 Program și număr grant: SILVANUS a primit finanțare din programul de cercetare și inovare HORIZON 2020 al Uniunii Europene în baza acordului de grant nr. 101037247. Asociația Forestierilor din România, Șos. Pipera nr. 46F Securitatea țării – prevenirea incendiilor – dezastrelor naturale sau provocate , silvic
<b>Numele și adresa angajatorului</b>	
<b>Domeniu</b>	
<b>Perioada</b>	27 Octombrie 2022 – 14 februarie 2023
<b>Descrierea activității</b>	Expert – Proiect TREEADS Horizon 2020 Titlul proiectului: “ Ecosistem Holistic de Managementul Incendiilor pentru Prevenirea, Detectarea și Restaurarea Dezastrelor de Mediu ” / A Holistic Fire Management Ecosystem for Prevention, Detection and Restoration of Environmental Disasters Partener TREEADS: ASFOR – România Program și număr grant: TREEADS a primit finanțare din programul de cercetare și inovare HORIZON 2020 al Uniunii Europene în baza acordului de grant nr. 101036926. Asociația Forestierilor din România Securitatea țării – prevenirea incendiilor – dezastrelor naturale sau provocate , silvic
<b>Numele și adresa angajatorului</b>	
<b>Domeniu</b>	
<b>Perioada</b>	Februarie 2021 – februarie 2023
<b>Descrierea activității</b>	Formator pe probleme de accesare și absorție Fonduri Europene, planificare și cercetare pe diverse programe cu finanțare nerambursabilă pentru instituții publice din România Consiliul Europei, Strasbourg, Franța
<b>Numele și adresa angajatorului</b>	
<b>Perioada</b>	Decembrie 2020 - prezent
<b>Ocupația sau postul deținut</b>	<b>Expert Orientare Marketing</b>
<b>Denumire Proiect</b>	Proiectul „START - Sistem inovativ integrat pentru tranziția studenților către piața muncii”, Cod de proiect 130437
<b>Numele și adresa angajatorului</b>	Universitatea Națională de Apărare ”Carol I”, Șos. Panduri, nr. 68-72, Sector 5, București
<b>Perioada</b>	2019 – Ianuarie
<b>Funcția sau postul ocupat</b>	<b>Expert Antreprenoriat</b>
<b>Descrierea activității</b>	Predarea de cursuri privind oportunitățile de dezvoltare a abilităților și competențelor antreprenoriale – Județul Argeș ADR
<b>Numele și adresa angajatorului</b>	
<b>Perioada</b>	2019 – Februarie
<b>Funcția sau postul ocupat</b>	<b>Expert promovare a stațiunii montane Râșnov</b>
<b>Descrierea activității</b>	Realizarea unei prezentări privind oportunitățile de promovare ale stațiunii montane Râșnov ADR Turism
<b>Numele și adresa angajatorului</b>	
<b>Domeniu de activitate</b>	
<b>Perioada</b>	2017-prezent
<b>Ocupația sau postul deținut</b>	<b>Expert evaluator proiecte UEFISCDI - Brainmap</b>
<b>Website</b>	<a href="http://www.Brainmap.ro">www.Brainmap.ro</a>
<b>Perioada</b>	2018
<b>Ocupația sau postul deținut</b>	<b>Expert Grup Tintă</b>
<b>Denumire Proiect</b>	„Creșterea ocupării în regiunea Sud Muntenia prin dezvoltarea formării antreprenoriale, sprijinirea implementării de noi afaceri și a angajării pe cont propriu, în spiritul dezvoltării durabile și inovării sociale – BizPro” POCU/105308
<b>Nr. Contract</b>	S.C. MANAGEMENT BUSINESS EXPERT S.R.L.
<b>Numele și adresa angajatorului</b>	



<b>Perioada</b>	2015 - 2016
Ocupația sau postul deținut	<b>Expert Relator Workshop</b>
Denumire Proiect	„Dezvoltarea spiritului antreprenorial și a competențelor manageriale ale studentilor și tinerilor întreprinzatori pentru a genera un număr crescut de afaceri (BizStart)” POSDRU/176/3.1/S/150298
Nr. Contract	PROIS-NV
Numele și adresa angajatorului	
<b>Perioada</b>	2015 - 2016
Ocupația sau postul deținut	<b>Expert Studiu Final</b>
Denumire Proiect	„Promovarea competențelor și inițiatiivelor antreprenoriale pentru inițierea de afaceri sustenabile și competitive pe piața europeană” – Smart Start Cod contract: POSDRU/176/3.1/S/150689
Nr. Contract	Academia de Studii Economice din București
Numele și adresa angajatorului	
<b>Perioada</b>	2010-2013
Ocupația sau postul deținut	<b>Expert pe termen lung – Asistent Marketing și Departament Formare</b>
Program	Program Operational Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013 finanțat de Ministerul Muncii, Familiei și Protecției Sociale, Direcției Generale Autoritatea de Management - AMPOSDRU POSDRU/81/3.2./S/55648
Nr. Contract	“Formare profesională pentru implementarea noilor tehnologii în sistemul de sănătate”
Denumire Proiect	Asociația Medicală Română prin Societatea Română de Reumatologie
Numele și adresa angajatorului	
<b>Perioada</b>	2008-2011
Ocupația sau postul deținut	<b>Expert</b>
Program	Contract CNMP din Planul Național de Cercetare Dezvoltare și Inovare – PNCDI 2, Programe de cercetare exploratorie, Grant CNMP, Program 4 Parteneriate, (contract câștigat prin competiție) Cod CNMP 3306, contract 92102
Nr. Contract	“Cercetări privind realizarea unui sistem integrat complex de diseminare a rezultatelor cercetării științifice la nivel național pentru promovarea și susținerea educației privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală”
Denumire Proiect	Academia de Studii Economice, Piața Romană 6, București, România
Numele și adresa angajatorului	Educație – Învățământ
Domeniul de activitate	
<b>Perioada</b>	2008-2011
Ocupația sau postul deținut	<b>Expert</b>
Program	Contract CNMP din Planul Național de Cercetare Dezvoltare și Inovare – PNCDI 2, Programe de cercetare exploratorie, Grant CNMP, Program 4 Parteneriate (contract câștigat prin competiție) Cod CNMP 3306, contract 92103
Nr. Contract	“Cercetarea și dezvoltarea unei platforme interactive, multidisciplinare și complexe pentru îmbunătățirea sistemului educațional de marketing prin interconectarea mediului universitar cu piața muncii din România, în contextul dezvoltării durabile”
Denumire Proiect	Academia de Studii Economice, Piața Romană 6, București, România
Numele și adresa angajatorului	Educație – Învățământ
Domeniul de activitate	
<b>Perioada</b>	2008-2011
Ocupația sau postul deținut	<b>Expert voluntar</b>
Program	Fonduri Structurale, Fondul Social European – Uniunea Europeană, Program Operațional Sectorial – Dezvoltarea resurselor umane (POSDRU) 2007-2013, Domeniul „Fii întreprinzător” (contract câștigat prin competiție) Contract 3852/01.10.2008 1 noiembrie 2008 – 31 septembrie 2011
Nr. Contract	“Centrul Pilot Integrat pentru inițierea și sprijinirea afacerilor, în scopul creșterii competitivității economiei românești în condițiile aderării la Uniunea Europeană și a dezvoltării durabile”
Denumire Proiect	Academia de Studii Economice, Piața Romană 6, București, România
Numele și adresa angajatorului	Educație – Învățământ
Domeniul de activitate	



<b>Perioada</b>	2008-2011
<b>Funcția</b>	<b>Director de proiect</b>
<b>Titlul proiectului</b>	<b>Proiectului Doctorat și doctoranzi în triunghiul educație – cercetare – inovare (DOC-ECI), finanțat prin Programul Operațional Sectorial – Dezvoltarea Resurselor Umane (POS-DRU)</b>
<b>Numele și tipul instituției educaționale</b>	Academia de Studii Economice, Piața Romană, 6, sector 1, București, - cod 010374, România
<b>Realizări profesionale</b>	Prin programul POSDRU/6/1.5/S/11, grant de cercetare obținut prin competiție și derulat
<b>Numele și tipul instituției educaționale</b>	Academia de Studii Economice, Facultatea de Marketing, Bld. Dacia nr.41, sector 1, București - cod 010404, România
<b>Educație</b>	
<b>Perioada</b>	Julie 2014-Septembrie 2015
<b>Domeniul principal</b>	<b>Postdoctorat – Economie</b>
<b>Numele instituției educaționale</b>	<b>ACADEMIA ROMÂNĂ – SCOSAAR (Bursier – grant 60000 ron / 12000euro)</b>
<b>Titlul Proiectului</b>	Grant câștigat prin competiție pe <b>proiectul RUTE DE EXCELENȚĂ ACADEMICĂ ÎN CERCETAREA DOCTORALĂ ȘI POSTDOCTORALĂ (READ)</b> , proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial – Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013 (POS-DRU) - Investește în oameni! Contract nr. POSDRU/159/1.5/S/137926
<b>Perioada</b>	Octombrie 2008 – Septembrie 2011
<b>Ordinul Ministrului Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului</b>	Nr. 6468 din 07.12.2011
<b>Titlul didactic</b>	<b>Doctor în Științe Economice - Marketing</b>
<b>Numele și adresa angajatorului</b>	Academia de Studii Economice, Piața Romană 6, București, România
<b>Domeniul de activitate</b>	Educație – Învățământ
<b>Perioada</b>	12-15 Mai 2008
<b>Atestat</b>	Diplomă de Broker – atestat Agenti pentru Servicii de Investiții Financiare Comisia Națională a Valorilor Mobiliare, București, România
<b>Numele și tipul instituției care a eliberat diploma</b>	Asociația Brokerilor
<b>Instituția organizatoare</b>	
<b>Anul absolvirii</b>	2009
<b>Domeniul principal</b>	Diplomă în urma absolvirii studiilor din cadrul <b>Masteratului de “Marketing online”</b>
<b>Numele și tipul instituției educaționale</b>	Academia de Studii Economice, Facultatea de Marketing, București, România
<b>Anul absolvirii</b>	2009
<b>Domeniul principal</b>	Diplomă în urma absolvirii studiilor din cadrul <b>Masteratului de “Marketing și comunicare în afaceri”</b>
<b>Numele și tipul instituției educaționale</b>	Academia de Studii Economice, Facultatea de Marketing, București, România
<b>Anul absolvirii</b>	2008
<b>Domeniul principal</b>	<b>Pedagogia, Psihologia educației și metodica predării</b>
<b>Denumirea cursului</b>	<i>Curs postuniversitar de pregătire psihopedagogică și metodică</i>
<b>Departamentul</b>	Departamentul de Pregătire a Personalului Didactic
<b>Numele și tipul instituției educaționale</b>	<b>Academia de Studii Economice, București, România</b>
<b>Anul absolvirii</b>	2007
<b>Licențiat</b>	<b>Diplomă de licență - Economist în Marketing</b>
<b>Specializare</b>	Cercetări de marketing
<b>Numele și tipul instituției educaționale</b>	Academia de Studii Economice, Facultatea de Marketing, București, România



## Burse de cercetare câștigate prin competiție

### Perioada

#### Domeniul principal

Numele și tipul instituției educaționale (Beneficiar)

Realizări profesionale

Iulie 2014-Septembrie 2015

**Bursă Postdoctorat READ – Științe Economice – Marketing (12.000 euro)**

**ACADEMIA ROMÂNĂ - SCOSAAR**

*Bursă câștigată prin concurs, în baza Proiectului RUTE DE EXCELENȚĂ ACADEMICĂ ÎN CERCETAREA DOCTORALĂ ȘI POSTDOCTORALĂ (READ), proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operational Sectorial – Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013 (POS-DRU) - Investește în oameni!*

2008-2011

**Doctorat – Științe Economice - Marketing**

**Academia de Studii Economice, Facultatea de Marketing, București, România**

**Adeverință de Director de Proiect**

*Bursă câștigată prin concurs, în cuantum de 14.000 euro, în Proiectul RUTE DE EXCELENȚĂ ACADEMICĂ ÎN CERCETAREA DOCTORALĂ ȘI POSTDOCTORALĂ (READ), proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operational Sectorial – Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013 (POS-DRU) - Investește în oameni!*

*Mobilitate câștigată prin concurs, în baza Proiectului Doctorat și doctoranzi în triunghiul Educație – Cercetare – Inovare (DOC-ECI), finanțat prin Programul Operational Sectorial – Dezvoltarea Resurselor Umane (POS-DRU) la Université Paris-Dauphine, Paris, France – 2011*

## Diplome și certificări

### Perioada

#### Certificare

Numele și adresa instituției educaționale

### Perioada

#### Denumirea cursului

#### Certificare

Numele și adresa instituției

### Anul absolvirii

#### Domeniul principal

#### Denumirea cursului

Numele și tipul instituției educaționale

**Diplomă de certificare competențe privind asigurarea calității în învățământul superior eliberată de ARACIS**

2017

**Diplomă de certificare IELTS – Academic – Nivel B2 - 6**

**British Council, Calea Dorobanților, nr. 14, 010572, București**

Mai, 2013

**Curs de instruire profesională a administratorilor de arhive electronice din cadrul eArchiving Academy**

Certificat de absolvire

**Star Storage – Information Management Outsourcing Cloud, Bd. Prof. Dimitrie Pompei nr. 8, Cladirea Feper, etaj 1, sector 2, Bucuresti, 020337, Romania**

2012

Metode de predare în învățământul superior

**Diplomă de absolvire program "British Education System Theory and Practice"**

**The Training Partnership Limited – Torbay Innovation Centres Devon, Anglia**

Cursuri de asigurarea calității "Membri ai comisiilor de asigurare a calității la nivel de universitate/facultate" (ID 48), din cadrul proiectului „Dezvoltarea și consolidarea culturii calității la nivelul sistemului de învățământ superior românesc - QUALITAS”, Contract POSDRU/155/1.2/S/141894, coordonat de Agenția Română de Asigurare a Calității în Învățământul Superior (ARACIS) - Martie 2015

**Certificat de formare Competențe Antreprenoriale – 2015**

**Certificat de formare Manager Resurse Umane – 2015**

**Certificate de absolvire eliberat de Autoritatea Națională pentru Calificări (ANC)**



## Apartenență la organizații profesionale

1. Membru activ Publons – Clarivate, din 2020-prezent
2. Membru CopyRo Societatea de Gestire colectivă a drepturilor de autor (din 2012-2016)
3. AROMAR – Asociația Română de Marketing (din 2010 - 2019)
4. CRD Comitetul Român al Distribuției (din 2011-2019)
5. AMA (American Marketing Association) din 2012-2016
6. SSMAR – Societatea Științifică de Management din România (din 2012-2019)
7. AEA – American Economic Association , din 2014-prezent
8. Membru și recenzor în colectivul de program al conferinței IBIMA, indexată în *The Thomson Reuters ISI Index to Scientific and Technical Proceedings® (ISTP®)*, *The Thomson Reuters ISI Index to Scientific and Technical Proceedings (ISTP/ISI Proceedings)*, *The Thomson Reuters ISI Index to Social Sciences & Humanities Proceedings® (ISSHP®)*, *The Thomson Reuters ISI Index to Social Sciences & Humanities Proceedings (ISSHP/ISI Proceedings)*, Scopus, Australian Research Council (ARC), din 2013 -2021
9. Membru în comitetul organizator al Conferinței Internaționale GCKE, "Dimitrie Cantemir" Christian University, The Faculty of Tourism and Commercial Management in collaboration with International University of Moldova "Globalization and Competitiveness in Knowledge-Based Economy" 4<sup>th</sup> Edition, May, 8<sup>th</sup> -10<sup>th</sup> 2014, Bucharest, Romania
10. Membru și recenzor în Jurnalul EcoForum, indexat DOAJ și RePec, din 2013-prezent
11. Membru Jurie – *Târgul Internațional al Firmelor de Exercițiu* – Palatul Parlamentului, ediția a XIII-a, București, 2016 – Diplomă de membru Jurie
12. Recenzor la Jurnalul Sustainability, Elveția (din decembrie 2019 – 2021)
13. Membru în Comitetul Științific Internațional și în Comitetul de Organizare al Conferinței STRATEGIES XXI edițiile 2021, 2024
14. Moderator la Conferința STRATEGIES XXI, Panelul 1 – Challenges within the new national and Euro-Atlantic resilience context, 28 martie, 2024
15. Revista de Marketing Online – <http://www.editurauranus.ro/marketing-online/> Revista de Marketing Online (RMkO) este o publicație oficială a Academiei de Studii Economice, editată de către Facultatea de Marketing în colaborare cu Editura Uranus.(din ianuarie 2014-februarie 2019)
  1. Participare la cursuri în cadrul Academiei Române, *Eficiență economică în contextul actual și de perspectivă al dezvoltării inteligente, durabile și inclusive*
  2. Participare la Forumul PIATA FINANCIARA DIN ROMANIA: REGLEMENTARE, DEZVOLTARE SI FINANTARE EFICIENTA A ECONOMIEI, 6 octombrie 2014, Aula Magna a Academiei de studii Economice din București, sub patronatul Autoritatea de Supraveghere Financiară cu sprijinul BNR

## Activitate editorială

Participare la evenimente deosebite din punct de vedere al prestigiului profesional cu participare națională și internațională

## Limba maternă

Nivel european (Autoevaluare)

Franceză

Engleză

Portugheză

Spaniolă

## Abilități și competențe în lucrul computerizat

## Română

ÎNTELEGERE						
ASCULTARE		VORBIRE			SCRIERE	
C1	Utilizare excelentă	C1	Utilizare excelentă	C1	Utilizare excelentă	C1
C1	Utilizare excelentă	C1	Utilizare excelentă	C1	Utilizare excelentă	C1
C1	Utilizare excelentă	C1	Utilizare excelentă	B1	Utilizare independentă	B1
C1	Utilizare excelentă	C1	Utilizare excelentă	B1	Utilizare independentă	B1

Utilizarea sistemelor operare: Windows 10, 8.1, Windows 7, Vista Ultimate, 2000;

Aplicații de birou: Microsoft Office 2019, 2013, 2010, 2007, 2003; Adobe Acrobat; ABBYY FineReader; PDFill Editor;

Editoare Grafice și Vectoriale: Adobe Photoshop, Corel Draw, Illustrator

Programare: Visual Fox Pro, C++, Access

Programe de specialitate: SPSS 20.0, 19.0, 16.0, 15.0, 8.0, Business Planner, MarkStrat

Premiul Best Speaker Presentation, acordat în Austria la Viena în cadrul conferinței internaționale ISI Proceedings – SGEM 2019, Palatul Niederösterreich;

Acest CV nu poate fi editat, reprobus, republicat sau trimis mai departe către o oricare altă terță parte fără o înștiințare prealabilă © Ivona Răpan, 2024

## Premii și Diploma de excelență

**Certificate de participare  
cursuri pentru utilizarea  
platformei CLARIVATE –  
ISI WEB OF SCIENCE –  
ENFORMATION – WEBEX  
ONLINE CLARIVATE  
ANALYTICS**

Competențe și abilități sociale

Competențe și aptitudini  
organizatorice

- 15 Noiembrie, 2017 – "Descoperiți cercetări noi și emergente prin Emerging Sources Citation Index"  
28 noiembrie, 2017 – "Cum să descoperiți cercetări emergente și de top folosind Research Fronts și Indicatorii Highly Cited"  
29 Noiembrie, 2017 – "Noi funcții în Web of Science"  
7 Decembrie, 2017 – Web of Science Core Collection pentru începători"  
11 Decembrie, 2017 – "Aflați cum Clarivate creează milioane de noi linkuri către articolele Open Access pentru a sprijini revoluția Open Source"  
13 Decembrie, 2017 – "Importanța și beneficiile utilizării unui Author ID (ResearcherID &ORCID)"

Abilități de comunicare, adaptabilitate, spirit inovativ și competitiv.  
Coordonare, cooperare, concentrare, organizare, desfășurarea de activități de muncă în echipă în condiții optime

**Conf. univ. dr., CSII Ivona RĂPAN, (habil.)**



**ACADEMIA ROMÂNĂ**  
**INSTITUTUL NAȚIONAL DE CERCETĂRI ECONOMICE**  
**„COSTIN C.KIRIȚESCU”**



**INSTITUTUL DE ECONOMIE NAȚIONALĂ**  
050711, București, Casa Academiei Române  
Calea 13 Septembrie nr.13, sector 5  
cod fiscal 4266545

Tel/Fax: 3182467, E-mail: inst.ec.nat@gmail.com

---

**LISTA PUBLICAȚIILOR ȘTIINȚIFICE**

Conf. univ. dr. (habil) Ivona RĂPAN, CSII

**1) Lista celor mai relevante lucrări (in extenso) publicate în reviste indexate Web of Science, Scopus, Google Scholar, cu factor de impact**

1. Mustață, A.-M., Răpan, Ivona, Dumitrescu, L., Dobreva, H., Dimov, P., Andrzej, L., Révayová, E., Marineanu, V., Buluc, R., Olariu, C., Lucinescu, L., Buța, C., 2023, *Assessing the truthfulness of security and defence news in Central and Eastern Europe: The role of cognitive style and the promise of epistemic sophistication*, Jurnalul Applied Cognitive Psychology, Editura John Wiley & Sons Ltd, numărul de pagini: 1-13, ISSN revistă: 0888-4080 1099-0720, WOS: DOI: 10.1002/acp.4130, Link articol: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/acp.4130>, <https://doi.org/10.1002/acp.4130>, domeniu : PSYCHOLOGY, EXPERIMENTAL – SSCI – Q3, Impact Factor: 2,4-2022: (AIS=0, 797 în 2023);
2. Țap, M.D., Radu, A.-C., Stanciu (Neculau), C., Răducu, R., **Răpan, Ivona**, 2023, The Impact of the COVID-19 Pandemic on the Reputation Management of High-Tech Dentistry in Romania, Sustainability 2023, 15, 768, pp. 1-12, ISSN revistă: 2071-1050, WOS: <https://doi.org/10.3390/su15010768>, Link articol: <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/1/768>, (AIS=0.843 în 2022) GREEN & SUSTAINABLE SCIENCE & TECHNOLOGY – SCIE – Q4, Q3
3. Bădileanu M, Ionel IP, Aurelian J, Cristian DA, Jude C, Georgescu L-I, **Răpan Ivona**, 2023, Perception and Deception in Nurses' Clinical and Work-Related Professional Autonomy: Case Study for a Hospital in Romania, Sustainability 2023, 15, 355, pp. 1-19, ISSN revistă: 2071-1050, WOS: <https://doi.org/10.3390/su15010768>, Link articol: <https://doi.org/10.3390/su15010355>, Q3 & (Q4) (AIS=0.843) GREEN & SUSTAINABLE SCIENCE & TECHNOLOGY – SCIE – Q4, Q3
4. Radu A.-C., **Răpan Ivona**, Catană A., Radu A.-V., Dan M.-L., 2021, European Funds in Tourism Sustainability—A Case Study of Beneficiaries' Satisfaction Regarding the Process of Accessing, Sustainability, Volume: 13 Issue: 16, pag. 13 (pp. 1-13), ISSN revistă: 2071-1050, WOS: 000689753300001, Link articol: <https://doi.org/10.3390/su13169109>, <https://doi.org/10.3390/su13169109>, Domeniu: ENVIRONMENTAL SCIENCES, GREEN & SUSTAINABLE SCIENCE & TECHNOLOGY (Q2), jurnal indexat ISI Web of Science, Factor de Impact=3,251, (AIS=0.843 în 2022);
5. **Răpan Ivona**, Zaman, G.+, Suciu, M.-C., Purcărea, V.-L., Jude, C.R., Radu A.-V., Catană, A., Radu, A.-C., 2022, A Better Integration of Industrial Robots in Romanian Enterprises and the Labour Market, Journal of Applied Sciences, pp. 1-27, ISSN revistă: 2076-3417, WOS: <https://doi.org/10.3390/app12126014>, Link articol: <https://www.mdpi.com/2076-3417/12/12/6014>, MULTIDISCIPLINARY in SCIE edition (Q3), ENGINEERING, MULTIDISCIPLINARY in SCIE edition (Q2), MATERIALS SCIENCE, MULTIDISCIPLINARY in SCIE edition (Q3), PHYSICS, APPLIED in SCIE edition (Q2), Impact Factor: 2.7 (2022), AIS 2022 = 0,910
6. Zaman, Gh., Radu, A., **RĂPAN, Ivona**, Berghea, F., *New Wave of Disruptive Technologies in the Healthcare System*, Journal of Economic Computation and Economic Cybernetics, ISSN 1842-3264, pp. 117-133, AIS = (AIS=0.843 în 2022) (Article Infleunce Score) și Factor de Impact=0.743

- pentru anul 2021, **cuartila Q4**, jurnal indexat ISI Web of Science, DOI: 10.24818/18423264/55.1.21.08,  
[http://www.ecocyb.ase.ro/nr2021\\_1/8.%20Zaman%20Gheorghe,%20Ivona%20Rapan%20\(T\).pdf](http://www.ecocyb.ase.ro/nr2021_1/8.%20Zaman%20Gheorghe,%20Ivona%20Rapan%20(T).pdf)
7. Neicu A.-I., Radu A.-C., Zaman Gh., **STOICA Ivona**, Răpan F., *Cloud Computing Usage in SMEs. An Empirical Study Based on SMEs Employees Perceptions*, *Jurnalul Sustainability*, Vol. 12, Issue 12, Iunie 2020, **Factor de Impact=3,251, AIS=** (AIS=0.843 în 2022), **Cuartila Q2**, jurnal indexat ISI Web of Science, ISSN - 2071-1050, 4960; <https://doi.org/10.3390/su12124960>, <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/12/4960>,
8. Andra-Victoria, Radu, A.-V., Tașcu, Stoica, Ivona, A.-C., Radu, Purcărea Victor *Online instruments used in pharmaceutical marketing*, *Jurnalul Farmacia*, Volum nr. 2, 2017, indexat ISI Web of Science, **AIS 2022 = 0.129, Factor de Impact=1.433 pentru anul 2021, quartila Q4**, ISSN: 0014-8237, <http://www.revistafarmacia.ro/201702/issue22017art25.html>, jurnal indexat ISI Web of Science, Scopus, Elsevier;
9. A.-V., Tașcu Andra-Victoria, Radu, Stoica, Ivona, A.-I. Dobrescu, *Online decision purchase process of medicines*, *Jurnalul Farmacia*, Volum nr. 1, 2017, indexat ISI Web of Science, **AIS 2022 = 0.129, Factor de Impact=1.433 pentru anul 2021, quartila Q4**, ISSN: 0014-8237, <http://www.revistafarmacia.ro/201701/issue12017art4.html>, jurnal indexat ISI Web of Science,, Scopus, Elsevier;
10. A.-C., Radu, Orzan, M., Ceptureanu, S., **Stoica Ivona**, *User Satisfaction Regarding Healthcare Education Services Conducted within EU Funded Projects*, *Journal of Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research*, Volume 51, Issue 1/2017, pp. 89-102, **AIS 2022 = 0.146, Factor de impact=0.885** pentru anul 2021, **cuartila Q4**, ISSN 1842–3264, <http://www.ecocyb.ase.ro/nr20151/CONTENTS20151.pdf>, <http://www.ecocyb.ase.ro/nr20151/08%20-%20Orzan%20Gheorghe,%20%20Ivona%20Stoica%20%28T%29.pdf>, jurnal indexat ISI Web of Science, : Science Citation Index Expanded, Social Sciences Citation Index®, Social SciSearch®, Journal Citation Reports/Social Sciences Edition;
11. **Stoica, Ivona**, Popescu M., Orzan, M., *Consumer's preferences for organic food. A case study of neuromarketing methods and tools*, *Jurnalul Environmental Protection and Ecology*, vol. 16/Nr. 3/2015/, ISSN 1311-5065, **AIS 2021=0.05, Factor de impact=0.577, quartila Q4**, ISSN 1311-5065, <http://www.jepe-journal.info/journal-content/vol-16-no3>, <https://docs.google.com/a/jepe-journal.info/viewer?a=v&pid=sites&srcid=amVwZS1qb3VybmFsLmluZm98amVwZS1qb3VybmFsfGd4OjUwNTM0M2NiYzAwOTRiMDM>, jurnal indexat ISI Web of Science: Science Citation Index Expanded, Social Sciences Citation Index®, Social SciSearch®, Journal Citation Reports/Social Sciences Edition;
- 12.Orzan, Gh., Ioanăș, E., Radu, A. – C., **Stoica, Ivona**, Popescu, M., *Conceptual model regarding security and protection consumers' rights in the online environment*, *Journal of Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research*, Volume 49, Number 1/2015, pp. 129-146, **AIS 2022 = 0.146, Factor de Impact=0.885** pentru anul 2021, **cuartila Q4**, ISSN 1842–3264, <http://www.ecocyb.ase.ro/nr20151/CONTENTS20151.pdf>, <http://www.ecocyb.ase.ro/nr20151/08%20-%20Orzan%20Gheorghe,%20%20Ivona%20Stoica%20%28T%29.pdf>, jurnal indexat ISI Web of Science: Science Citation Index Expanded, Social Sciences Citation Index®, Social SciSearch®, Journal Citation Reports/Social Sciences Edition.
- 13.Purcarea, TV (Purcarea, Theodor Valentin); Orzan, G (Orzan, Gheorghe); Orzan, M (Orzan, Mihai); **Stoica, I (Stoica, Ivona)**, 2013, Romanian Consumer Behavior Regarding Traditional Foods: Contributing to the Rebuilding of a Healthier Food Culture, **JOURNAL OF FOOD PRODUCTS MARKETING**, Editura Taylor & Francis, Volume: 19, Issue: 2, Special Issue: SI, Numărul de pagini: 39 pag., pp.119-137, ISSN revistă: 1045-4446, WOS: CCC:000318875600005, Link articol <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10454446.2013.766074>, Domeniu: BUSINESS COLLECTION, **AIS&FI=0**



## **2) Teza de doctorat.**

**Stoica Ivona**, *Cercetări de marketing online în contextul globalizării și al societății informaționale - Ordinul MECTS Nr. 6468 din 07.12.2011* domeniul MARKETING, 285 pagini, Academia de Studii Economice din București, Facultatea de Marketing;

### **Teza de postdoctorat**

**Stoica Ivona**, *Metode și Instrumente Moderne de Investigare a Comportamentului Consumatorului*, Academia Română, 2014 - 2015, domeniul Economie.

## **3) Cărți și capitole în cărți**

### **3a) Cărți și capitole în cărți publicate în edituri din străinătate (cu ISBN)**

### **3b) Cărți și capitole în cărți publicate în edituri naționale (cu ISBN)**

1. **Răpan Ivona**, Purcărea, I.-M., *China și SUA într-un război rece digital?*, capitol în carte *"China o nouă putere mondială în secolul al XXI-lea"*, 2021, Editura Militară, ISBN 976-973-32-1239-3.
2. Zaharia, V., Balaceanu, C., Boajă, D., Mușetescu, A., **Stoica, Ivona**, Chira, R., Ciobotă, G., Constantinescu, M., Dogaru, M., Țăpligă, P., Turkeș, M., *Teste-grilă pentru examenul de licență la specializarea Marketing, pentru studenții anului III zi*, Editura ProUniversitară, București, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, ISBN 978-606-26-0744-9, 145 pg., Editură recunoscută CNCSIS.
3. Ciobotă Gh., **Stoica Ivona**, *Comportamentul consumatorului. Abordare practică*, Editura Pro Universitară, București, 2015, ISBN: 978-606-26-0456-1, 146 pg., Editură recunoscută CNCSIS.
4. **Stoica, Ivona**, *Inițiere în cercetările de marketing online*, Editura Uranus (Editură recunoscută CNCSIS), București 2014, ISBN 978-606-699-002-8, 166 pg. ;
5. **Stoica, Ivona**, *Ghid practic pentru realizarea sondajelor online*, Editura Uranus (Editură recunoscută CNCSIS), București 2014, ISBN 978-606-699-003-5, 124 pg.

### **3c) Cărți litografiate și în format electronic**

### **4) Articole/studii in extenso publicate în reviste cotate ISI cu factor de impact și AIS nenul / nul;**

1. Mustață, A.-M., Răpan, Ivona, Dumitrescu, L., Dobreva, H., Dimov, P., Andrzej, L., Révayová, E., Marineanu, V., Buluc, R., Olariu, C., Lucinescu, L., Buța, C., 2023, *Assessing the truthfulness of security and defence news in Central and Eastern Europe: The role of cognitive style and the promise of epistemic sophistication*, Jurnalul Applied Cognitive Psychology, Editura John Wiley & Sons Ltd, numărul de pagini: 1-13, ISSN revistă: 0888-4080 1099-0720, WOS: DOI: 10.1002/acp.4130, Link articol: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/acp.4130>, <https://doi.org/10.1002/acp.4130>, domeniu : PSYCHOLOGY, EXPERIMENTAL – SSCI – Q3, Impact Factor: 2,4-2022: (AIS=0, 797 în 2023);
2. Țap, M.D., Radu, A.-C., Stanciu (Neculau), C., Răducu, R., **Răpan, Ivona**, 2023, *The Impact of the COVID-19 Pandemic on the Reputation Management of High-Tech Dentistry in Romania*, Sustainability 2023, 15, 768, pp. 1-12, ISSN revistă: 2071-1050, WOS: <https://doi.org/10.3390/su15010768>, Link articol: <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/1/768>, (AIS=0,843 în 2022) GREEN & SUSTAINABLE SCIENCE & TECHNOLOGY – SCIE – Q4, Q3

3. Bădileanu M, Ionel IP, Aurelian J, Cristian DA, Jude C, Georgescu L-I, **Răpan Ivona**, 2023, Perception and Deception in Nurses' Clinical and Work-Related Professional Autonomy: Case Study for a Hospital in Romania, *Sustainability* 2023, 15, 355, pp. 1-19, ISSN revistă: 2071-1050, WOS: <https://doi.org/10.3390/su15010768>, Link articol: <https://doi.org/10.3390/su15010355>, Q3 & (Q4) (AIS=0.843) GREEN & SUSTAINABLE SCIENCE & TECHNOLOGY – SCIE – Q4, Q3
4. Radu A.-C., **Răpan Ivona**, Catană A., Radu A.-V., Dan M.-L., 2021, European Funds in Tourism Sustainability—A Case Study of Beneficiaries' Satisfaction Regarding the Process of Accessing, *Sustainability*, Volume: 13 Issue: 16, pag. 13 (pp. 1-13), ISSN revistă: 2071-1050, WOS: 000689753300001, Link articol: <https://doi.org/10.3390/su13169109>, <https://doi.org/10.3390/su13169109>, Domeniu: ENVIRONMENTAL SCIENCES, GREEN & SUSTAINABLE SCIENCE & TECHNOLOGY (Q2), jurnal indexat ISI Web of Science, Factor de Impact=3,251, (AIS=0.843 în 2022);
5. **Răpan Ivona**, Zaman, G.+, Suciu, M.-C., Purcărea, V.-L., Jude, C.R., Radu A.-V., Catană, A., Radu, A.-C., 2022, A Better Integration of Industrial Robots in Romanian Enterprises and the Labour Market, *Journal of Applied Sciences*, pp. 1-27, ISSN revistă: 2076-3417, WOS: <https://doi.org/10.3390/app12126014>, Link articol: <https://www.mdpi.com/2076-3417/12/12/6014>, MULTIDISCIPLINARY in SCIE edition (Q3), ENGINEERING, MULTIDISCIPLINARY in SCIE edition (Q2), MATERIALS SCIENCE, MULTIDISCIPLINARY in SCIE edition (Q3), PHYSICS, APPLIED in SCIE edition (Q2), Impact Factor: 2.7 (2022), AIS 2022 = 0,910
6. Radu A.-C., Stoica (Răpan) Ivona, Catană A., Radu A.-V., Dan M.-L., 2021, European Funds in Tourism Sustainability—A Case Study of Beneficiaries' Satisfaction Regarding the Process of Accessing, *Jurnalul Sustainability*, Volume: 13 Issue: 16, pag. 13 (pp. 1-13), ISSN revistă: 2071-1050, WOS: 000689753300001, Link articol: <https://doi.org/10.3390/su13169109>, <https://doi.org/10.3390/su13169109>, Domeniu: ENVIRONMENTAL SCIENCES, GREEN & SUSTAINABLE SCIENCE & TECHNOLOGY (Q2), jurnal indexat ISI Web of Science, Factor de Impact=3,251, AIS= 0,462;
7. Zaman, Gh., Radu, A., **RĂPAN, Ivona**, Berghea, F., *New Wave of Disruptive Technologies in the Healthcare System, Journal of Economic Computation and Economic Cybernetics*, ISSN 1842-3264, pp. 117-133, AIS = 0.143 (Article Infleunce Score) și Factor de Impact=0.743 pentru anul 2021, quartila Q4, jurnal indexat ISI Web of Science, DOI: 10.24818/18423264/55.1.21.08, [http://www.ecocyb.ase.ro/nr2021\\_1/8.%20Zaman%20Gheorghe,%20Ivona%20Rapan%20\(T\).pdf](http://www.ecocyb.ase.ro/nr2021_1/8.%20Zaman%20Gheorghe,%20Ivona%20Rapan%20(T).pdf)
8. Neicu A.-I., Radu A.-C., Zaman Gh., **STOICA Ivona**, Răpan F., *Cloud Computing Usage in SMEs. An Empirical Study Based on SMEs Employees Perceptions*, *Jurnalul Sustainability*, Vol. 12, Issue 12, Iunie 2020, Factor de Impact=3,251, AIS= 0,462, Cuartila Q2, jurnal indexat ISI Web of Science, ISSN - 2071-1050, 4960; <https://doi.org/10.3390/su12124960>, <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/12/4960>,
9. Andra-Victoria, Radu, A.-V., Tașcu, **Stoica, Ivona**, A.-C., Radu, Purcărea Victor *Online instruments used in pharmaceutical marketing*, *Jurnalul Farmacia*, Volum nr. 2, 2017, indexat ISI Web of Science, AIS 2021 = 0.112, Factor de Impact=1.433 pentru anul 2021, quartila Q4, ISSN: 0014-8237, <http://www.revistafarmacia.ro/201702/issue22017art25.html>, jurnal indexat ISI Web of Science, Scopus, Elsevier;
10. A.-V., Tașcu Andra-Victoria, Radu, **Stoica, Ivona**, A.-I. Dobrescu, *Online decision purchase process of medicines*, *Jurnalul Farmacia*, Volum nr. 1, 2017, indexat ISI Web of Science, AIS 2021 = 0.112, Factor de Impact=1.433 pentru anul 2021, quartila Q4, ISSN: 0014-8237, <http://www.revistafarmacia.ro/201701/issue12017art4.html>, jurnal indexat ISI Web of Science, Scopus, Elsevier;
11. A.-C., Radu, Orzan, M., Ceptureanu, S., **Stoica Ivona**, *User Satisfaction Regarding Healthcare Education Services Conducted within EU Funded Projects*, *Journal of Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research*, Volume 51, Issue 1/2017, pp. 89-102, AIS 2021 = 0.143, Factor de impact=0.885 pentru anul 2021, quartila Q4, ISSN 1842-3264, <http://www.ecocyb.ase.ro/nr20151/CONTENTS20151.pdf>, <http://www.ecocyb.ase.ro/nr20151/08%20-%20Orzan%20Gheorghe,%20%20Ivona%20Stoica%20%28T%29.pdf>, jurnal indexat ISI Web of



**Science**, : Science Citation Index Expanded, Social Sciences Citation Index®, Social Scisearch®, Journal Citation Reports/Social Sciences Edition;

12. **Stoica, Ivona**, Popescu M., Orzan, M., *Consumer's preferences for organic food. A case study of neuromarketing methods and tools*, **Jurnalul Environmental Protection and Ecology**, vol. 16/Nr. 3/2015, ISSN 1311-5065, AIS 2021=0.05, Factor de impact=0.577, quartila Q4, ISSN 1311-5065, <http://www.jepe-journal.info/journal-content/vol-16-no3>, <https://docs.google.com/a/jepe-journal.info/viewer?a=v&pid=sites&srcid=amVwZS1qb3VybmFsLmluZm98amVwZS1qb3VybmFsfGd4OjUwNTM0M2NiYzAwOTRiMDM>, jurnal indexat ISI Web of Science: Science Citation Index Expanded, Social Sciences Citation Index®, Social Scisearch®, Journal Citation Reports/Social Sciences Edition;
13. Orzan, Gh., Ioanăș, E., Radu, A. – C., **Stoica, Ivona**, Popescu, M., *Conceptual model regarding security and protection consumers' rights in the online environment*, **Journal of Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research**, Volume 49, Number 1/2015, pp. 129-146, AIS 2021= 0.143, Factor de Impact=0.885 pentru anul 2021, quartila Q4, ISSN 1842-3264, <http://www.ecocyb.ase.ro/nr20151/CONTENTS20151.pdf>, <http://www.ecocyb.ase.ro/nr20151/08%20-%20Orzan%20Gheorghe,%20%20Ivona%20Stoica%20%28T%29.pdf>, jurnal indexat ISI Web of Science: Science Citation Index Expanded, Social Sciences Citation Index®, Social Scisearch®, Journal Citation Reports/Social Sciences Edition.
14. Purcarea, TV (Purcarea, Theodor Valentin); Orzan, G (Orzan, Gheorghe); Orzan, M (Orzan, Mihai); **Stoica, I (Stoica, Ivona)**, 2013, Romanian Consumer Behavior Regarding Traditional Foods: Contributing to the Rebuilding of a Healthier Food Culture, **JOURNAL OF FOOD PRODUCTS MARKETING**, Editura Taylor & Francis, Volume: 19, Issue: 2, Special Issue: SI, Numărul de pagini: 39 pag., pp.119-137, ISSN revistă: 1045-4446, WOS: CCC:000318875600005, Link articol <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10454446.2013.766074>, Domeniu: BUSINESS COLLECTION, AIS&FI=0

## 5) Articole/studii in extenso, publicate în reviste sau conferințe indexate ISI (fără factor de impact);

1. Neicu A.-I., Radu Anamaria-Cătălina, Zaman Gheorghe, **Stoica Ivona**, Răpan F., *Cloud Computing Usage in SMEs. An Empirical Study Based on SMEs Employees Perceptions*, **Jurnalul Sustainability**, Vol. 12, Issue 12, Iunie 2020, Factor de Impact=2.576, AIS= 0.62, Cuartila Q2, ISSN - 2071-1050, 4960; <https://doi.org/10.3390/su12124960>, [vezi ANEXA raport ISI WEB of Science](https://www.mdpi.com/2071-1050/12/12/4960);
2. Andra-Victoria, Radu, A.-V., Tașcu, **Stoica, Ivona**, A.-C., Radu, Purcărea Victor *Online instruments used in pharmaceutical marketing*, **Jurnalul Farmacia**, Volum nr. 2, 2017, indexat ISI Web of Science, AIS 2019 = 0.119, IF=0467, ISSN: 0014-8237, <http://www.revistafarmacia.ro/201702/issue22017art25.html>, ISI Web of Science, Scopus, Elsevier, [vezi ANEXA raport ISI WEB of Science](#);
3. A.-V., Tașcu Andra-Victoria, Radu, **Stoica, Ivona**, A.-I. Dobrescu, *Online decision purchase process of medicines*, **Jurnalul Farmacia**, Volum nr. 1, 2017, indexat ISI Web of Science, AIS 2019 = 0.119, IF=0467, ISSN: 0014-8237, <http://www.revistafarmacia.ro/201701/issue12017art4.html>, ISI Web of Science, Scopus, Elsevier, [vezi ANEXA raport ISI WEB of Science](#);
4. A.-C., Radu, Orzan, M., Ceptureanu, S., **Stoica Ivona**, *User Satisfaction Regarding Healthcare Education Services Conducted within EU Funded Projects*, **Journal of Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research**, Volume 51, Issue 1/2017, pp. 89-102, AIS 2019 = 0.162, Factor de Impact=0.334, ISSN 1842-3264, <http://www.ecocyb.ase.ro/nr20151/CONTENTS20151.pdf>, <http://www.ecocyb.ase.ro/nr20151/08%20-%20Orzan%20Gheorghe,%20%20Ivona%20Stoica%20%28T%29.pdf>, ISI Thomson Reuters Services : Science Citation Index Expanded, Social Sciences Citation Index®, Social Scisearch®, Journal Citation Reports/Social Sciences Edition, [vezi ANEXA raport ISI WEB of Science](#);

4. A.-C., Radu, Orzan, M., Ceptureanu, S., **Stoica Ivona**, *User Satisfaction Regarding Healthcare Education Services Conducted within EU Funded Projects*, **Journal of Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research**, Volume 51, Issue 1/2017, pp. 89-102, AIS 2019 = 0.162, Factor de Impact=0.334, ISSN 1842-3264, <http://www.ecocyb.ase.ro/nr20151/CONTENTS20151.pdf>, <http://www.ecocyb.ase.ro/nr20151/08%20-%20Orzan%20Gheorghe.%20%20Ivona%20Stoica%20%28T%29.pdf>, ISI Thomson Reuters Services : Science Citation Index Expanded, Social Sciences Citation Index®, Social SciSearch®, Journal Citation Reports/Social Sciences Edition, **vezi ANEXA raport ISI WEB of Science**;
5. **Stoica, Ivona**, Popescu M., Orzan, M., *Consumer's preferences for organic food. A case study of neuromarketing methods and tools*, **Jurnalul Environmental Protection and Ecology**, vol. 16/Nr. 3/2015, ISSN 1142-1148, AIS 2019=0.08, IF=0.161, ISSN 1311-5065, <http://www.jepe-journal.info/journal-content/vol-16-no3>, ISI Thomson Reuters Services : Science Citation Index Expanded, Social Sciences Citation Index®, Social SciSearch®, Journal Citation Reports/Social Sciences Edition, **vezi ANEXA raport ISI WEB of Science**;
6. Orzan, Gh., Ioanăș, E., Radu, A. – C., **Stoica, Ivona**, Popescu, M., *Conceptual model regarding security and protection consumers' rights in the online environment*, **Journal of Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research**, Volume 49, Number 1/2015, pp. 129-146, AIS 2019= 0.162, Factor de Impact=0.334, ISSN 1842-3264, <http://www.ecocyb.ase.ro/nr20151/CONTENTS20151.pdf>, <http://www.ecocyb.ase.ro/nr20151/08%20-%20Orzan%20Gheorghe.%20%20Ivona%20Stoica%20%28T%29.pdf>, ISI Thomson Reuters Services : Science Citation Index Expanded, Social Sciences Citation Index®, Social SciSearch®, Journal Citation Reports/Social Sciences Edition, **vezi ANEXA raport ISI WEB of Science**;
7. Chivu, RG, **Stoica, I**, Orzan, G., Radu, AV, *Discounts or happy money for efficient inventory management? A new trend on Romanian markets in changing the consumer behaviour*, 7th World Conference on Business, Economics and Management (BEM, Ephesus, TURKEY, APR 28-30, 2018, Volume: 5 Issue: 2 Pages: 82-88, DOI: 10.18844/prosoc.v5i2.3657, publicat în 2018, **ISI Proceedings, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science**;
8. Chivu, RG, **Stoica, I**, Orzan, MC, Radu, AV, *New trends in marketing mix strategies for digital consumer behaviour*, 7th World Conference on Business, Economics and Management (BEM, Ephesus, TURKEY, APR 28-30, 2018, Volume: 5 Issue: 2, Pages: 89-95, DOI: 10.18844/prosoc.v5i2.3658, publicat în 2018, **ISI Proceedings, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science**;
9. Turlacu, L, Chivu, RG, **Stoica, Ivona**, Orzan, G, Herrezeel, T, *Digital (R) Evolution: From 2.0 to 4.0. Perspective and Challenges for Romanian Market*, 32nd Conference of the International-Business-Information-Management-Association (IBIMA), Seville, SPAIN, NOV 15-16, 2018, Pages: 6684-6693, Published: 2018, **ISI Proceedings, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science**;
10. Chivu, R.-G., Orzan, M.C., **Stoica Ivona**, and Stoica D.A., *Designing Eye Tracking Experiments to Measure Stimuli User's Emotional Reactions on Websites*, A 31-a Conferință Internațională IBIMA, 25-26 Aprilie 2018, Milan, Italy, ISBN: 978-0-9998551-0-2, indexată ISI Web of Science, Scopus, Cabell's Directory , DOAJ, EBSCO, ERA, J-Gate, ProQuest, **Conferință ISI Proceedings, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science**.
11. Turlacu (Lazar) L.M., Chivu, R.-G., **Stoica Ivona** and Orzan, G., *A Study of Next Generation of Customers. The Speed of Adoption and CRM Transformation*, A 31-a Conferință Internațională IBIMA, 25-26 Aprilie 2018, Milan, Italy, ISBN: 978-0-9998551-0-2, indexată ISI Web of Science, Scopus, Cabell's Directory , DOAJ, EBSCO, ERA, J-Gate, ProQuest, **Conferință ISI Proceedings, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science**.
12. Chivu, R.-G., **Stoica, Ivona**, Radu, A.V., Stoica, D.A., *Efficiency to improve the eLearning platform's interface using Eye-Tracking experiments*, **EDULEARN18 Proceedings, Pages: 7001-7006, ISBN: 978-84-09-02709-5, ISSN: 2340-1117, doi: 10.21125/edulearn.2018.1656**, 10th International Conference on Education and New Learning Technologies, 2-4 July, 2018, Palma,



Spain, 2018 Proceedings, **Conferință ISI Proceedings**, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;

13. Boboc A.-L., Orzan G., **Stoica Ivona**, Niculescu-Ciocan C., *Gamification and game-based learning - a solution for romanian education system?*, Volumul 1, DOI: [10.12753/2066-026X-18-033](https://doi.org/10.12753/2066-026X-18-033), Pages: 242-248, <http://proceedings.elseconference.eu/index.php?r=site/index&year=2018&index=papers&vol=27&paper=2bd9abc9194707c845f942adab49d1ee>. The 14th eLearning and Software for Education Conference - eLSE 2018-organized by the Romanian Advanced Distributed Learning Association, Bucharest, April 19 th -20th, 2018, Proceedings of The 14th eLearning and Software for Education Conference eLearning challenges and new horizons, ISSN 10.12753/2066-026X-18-000, indexată ISI Web of Science, C.E.E.O.L., EBSCO, ProQuest, **Conferință ISI Proceedings**, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;
14. Chivu, R.-G., Turlacu, L.M., **Stoica, Ivona**, Radu, A.V., *Identifying the effectiveness of e-learning platforms among students using Eye-Tracking technology*, 4th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'18) June 20 – 22, 2018, Valencia (Spain) Proceedings, **Conferință ISI Proceedings**, <http://www.headconf.org/wp-content/uploads/pdfs/8046.pdf>, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;
15. Boboc, A.-L., Orzan, Gh., **Stoica, Ivona**, Radu, A.-C., *Neuromarketing based online marketing research: critical review and future practice*, A 28-a Conferință Internațională IBIMA, 9-10 Noiembrie 2016, Sevilia, Spania, The 28th IBIMA conference on Vision 2020: Innovation Management, Development Sustainability, and Competitive Economic Growth, ISBN: 978-0-9860419-4-5, 28th IBIMA Conference Proceedings updated (Size 157 MB).pdf, pp. 3917-3923, indexată ISI Web of Science, Scopus, Cabell's Directory , DOAJ, EBSCO, ERA, J-Gate, ProQuest, **Conferință ISI Proceedings**, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;
16. Ioanăs, E., Smedescu, D.-A., **Stoica Ivona**, Orzan, M.-C., Does 'country of origin' effect apply to online shopping? – An exploratory research, A 28-a Conferință Internațională IBIMA, 9-10 Noiembrie 2016, Sevilia, Spania, The 28th IBIMA conference on Vision 2020: Innovation Management, Development Sustainability, and Competitive Economic Growth, ISBN: 978-0-9860419-4-5, 28th IBIMA Conference Proceedings updated (Size 157 MB).pdf, pp. 3932-3940, indexată ISI Web of Science, Scopus, Cabell's Directory , DOAJ, EBSCO, ERA, J-Gate, ProQuest, **Conferință ISI Proceedings**, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;
17. Caranica, C., **Stoica, Ivona**, *A micro analysis by adoption of steps to continuous audit missions for financial implementation of EU funded projects in Romania*, A 27-a Conferință Internațională IBIMA, 4-5 Mai 2016, Milano, Italia, The 27th IBIMA conference on Vision 2020: Innovation Management, Development Sustainability, and Competitive Economic Growth, ISBN: 978-0-9860419-4-5, <https://drive.google.com/open?id=0BwdUaUgzxN9ndzl5REIzb1NYaEk>, pp. 2760-2770, indexată ISI Web of Science, Scopus, Cabell's Directory , DOAJ, EBSCO, ERA, J-Gate, ProQuest, **Conferință ISI Proceedings**, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;
18. Tașcu, A.-V., Popescu, M., **Stoica, Ivona**, *The Role of European Funds in Romania for the Development of Tourist Accommodation Infrastructure*, A 27-a Conferință Internațională IBIMA, 4-5 Mai 2016, Milano, Italia, Innovation Management and Education Excellence Vision 2020: from Regional Development Sustainability to Global Economic Growth, Proceedings of The 27th International Business Information Management Association Conference/2015/ ISBN: 978-0-9860419-4-5, ISI Proceedings indexat in ISI Web of Science, Scopus, Cabell's Directory, DOAJ, EBSCO, ERA, J-Gate, ProQuest, WorldCat, <https://drive.google.com/open?id=0BwdUaUgzxN9ndzl5REIzb1NYaEk>, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;
19. Dobrescu A-I., Radu A-C., **Stoica, Ivona**, Orzan, M., *Quantitative Research regarding Internet Usage and its Influence on Young People Behavior. A Case Study of Romanian Students*; A 25-a Conferință Internațională IBIMA, 7-8 May 2015, Amsterdam, Olanda, Innovation Vision 2020: from Regional Development Sustainability to Global Economic Growth Proceedings of The 25th International Business Information Management Association Conference/2015/ ISBN: 978-0-9860419-4-5,



<http://www.ibima.org/NL2015/papers.html>, indexată ISI Web of Science, Scopus, Cabell's Directory , DOAJ, EBSCO, ERA, J-Gate, ProQuest, **Conferință ISI Proceedings, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;**

20. Stoica, Ivona, Vegheș, C., Orzan, M., *Statistical exploratory marketing research on romanian consumer's behavior regarding smartphones*, EMERGING MARKETS QUERIES IN FINANCE AND BUSINESS 2014, EMQFB 2014 Book Series: Procedia Economics and Finance, Volume: 32 Pages: 923-931 DOI: 10.1016/S2212-5671(15)01549-X Published: 2015 , Times Cited in Web of Science Core Collection: 1, WOS:000381988900123, Conference Title: International Conference on Emerging Markets Queries in Finance and Business (EMQFB), OCT 24-25, 2014, Bucharest, ROMANIA, ISSN: 2212-5671, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S221256711501549X>, ISI Proceedings, Science Direct, Elsevier, **vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;**
21. Radu A-C., Dobrescu A-I., Orzan, Gh., Stoica, Ivona, *Ways to Improve the Activity Carried Out to Access Tourism European Funds*, A 25-a Conferință Internațională IBIMA, 7-8 May 2015, Amsterdam, Olanda, Innovation Vision 2020: from Regional Development Sustainability to Global Economic Growth, Proceedings of <http://www.ibima.org/NL2015/papers.html>, The 25th International Business Information Management Association Conference/2015/ ISBN: 978-0-9860419-4-5, indexată ISI Web of Science, Scopus, Cabell's Directory , DOAJ, EBSCO, ERA, J-Gate, ProQuest, **Conferință ISI Proceedings, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;**
22. Stoica, Ivona, Tașcu A.-V., *Advantages and Disadvantages between Neuromarketing Type Research and Quantitative Marketing Research*, A 25-a Conferință Internațională IBIMA, 7-8 May 2015, Amsterdam, Olanda, Innovation Vision 2020: from Regional Development Sustainability to Global Economic Growth, Proceedings of The 25th International Business Information Management Association Conference/2015/ ISBN: 978-0-9860419-4-5, <http://www.ibima.org/NL2015/papers.htm>, indexată ISI Web of Science, Scopus, Cabell's Directory , DOAJ, EBSCO, ERA, J-Gate, ProQuest, **Conferință ISI Proceedings, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;**
23. Dobrescu A-I., Radu A-C., Stoica, Ivona, Orzan, M. *Quantitative research regarding Facebook influence over the behavior of students*, The 11th eLearning and Software for Education Conference - eLSE 2015-organized by the Romanian Advanced Distributed Learning Association, Bucharest, April 23 th -24th, 2015, Proceedings of The 11th eLearning and Software for Education Conference Rethinking Education by leveraging the eLearning pillar of the Digital Agenda for Europe/2015/ ISSN 2360-2198/ISSN-L 2360-2198, <http://proceedings.elseconference.eu/index.php?r=site/index&year=2015&index=papers&vol=18&paper=585e0c0728555e126e7af85e08b8391f>, ISI Web of ScienceC.E.E.O.L., EBSCO, ProQuest, **Conferință ISI Proceedings, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;**
24. Stoica, I (Stoica, Ivona); Orzan, G., Dobrescu, A., Radu, AC, *Online Marketing Communication Using Websites. A Case Study of Website Utility in Accessing European Funds in the Tourism Field Regarding Northeastern Romania*, 2ND GLOBAL CONFERENCE ON BUSINESS, ECONOMICS, MANAGEMENT AND TOURISM (BEMTUR), Book Series: Procedia Economics and Finance, Volume: 23 Pages: 926-935 DOI: 10.1016/S2212-5671(15)00436-0 Published: 2015, Times Cited in Web of Science Core Collection: 2, WOS:000360103600142, OCT 29-31, 2014, Prague, CZECH REPUBLIC, **vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;**
25. Orzan, Gh. Radu, A.-C. Dobrescu, A. Stoica, Ivona, *Identifying factors which influence user satisfaction in using services of entrepreneurship and professional training, developed by the European Union funded projects*, The 10th eLearning and Software for Education Conference - eLSE 2014-organized by the Romanian Advanced Distributed



- Learning Association, Bucharest, April 23 th -24th, 2015, Proceedings of The 10th eLearning and Software for Education Conference Rethinking Education by leveraging the eLearning pillar of the Digital Agenda for Europe/2015/ ISSN 2360-2198/ISSN-L 2360-2198/ pp. 496-503, <http://search.proquest.com/openview/dbaf3607ac3fc7092cefb08cd9d8d02f/1?pq-origsite=gscholar>, indexată ISI Web of ScienceC.E.E.O.L., EBSCO, ProQuest, **Conferință ISI Proceedings, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;**
26. Orzan, M., Dobrescu, A., Radu, A.-C., **Stoica, Ivona**, *Student perception regarding the deployment of online courses in higher education institutions*, The 10th eLearning and Software for Education Conference - eLSE 2014-organized by the Romanian Advanced Distributed Learning Association, Bucharest, April 23 th -24th, 2015, Proceedings of The 10th eLearning and Software for Education Conference Rethinking Education by leveraging the eLearning pillar of the Digital Agenda for Europe/2015/ ISSN 2360-2198/ISSN-L 2360-2198/ pp. 496-503, <http://search.proquest.com/openview/15b3ed6a25c1257a5a67c39141a94222/1?pq-origsite=gscholar>, indexată ISI Web of Science C.E.E.O.L., EBSCO, ProQuest, **Conferință ISI Proceedings, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;**
27. **Stoica, Ivona**, Vâlceanu, G.-L., *The Impact of E-Learning Platforms in Higher Education*, the 9th eLearning and Software for Education Conference - eLSE 2013, 25-26 aprilie 2013, indexată în ISI Web of Knowledge, ISSN 2066-026X, pp. 258-263, <http://proceedings.elseconference.com/index.php?r=site/index&year=2013&index=papers&vol=3&paper=6b47a39fb111edfade08e8a40b433c85>, **Conferință ISI Proceedings, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;**
28. **Stoica, Ivona**, Vâlceanu, G.-L., *Scientific Research Regarding Utility of Elearning Platforms in Romanian Business Environment*, the 9th eLearning and Software for Education Conference - eLSE 2013, 25-26 aprilie 2013, indexată în ISI Web of Knowledge, 25-26 aprilie 2013, ISSN 2066-026X, pp.35-40, <http://proceedings.elseconference.com/index.php?r=site/index&year=2013&index=papers&vol=4&paper=9aa751c181cd0e4077a8c3feb222fcf1>, **Conferință ISI Proceedings, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;**
29. Purcarea, TV (Purcarea, Theodor Valentin); Orzan, G (Orzan, Gheorghe); Orzan, M (Orzan, Mihai); **Stoica, I (Stoica, Ivona)**, 2013, Romanian Consumer Behavior Regarding Traditional Foods: Contributing to the Rebuilding of a Healthier Food Culture, JOURNAL OF FOOD PRODUCTS MARKETING, Volume: 19, Issue: 2, Special Issue: SI, 39 pag., pp.119-137, ISSN 1045-4446, CCC:000318875600005, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10454446.2013.766074>, Business Collection, indexata în Taylor & Francis Online, Business ASAP; CAB Abstracts; EBSCO host Online Research Databases; FoodScience, and Technology Abstracts (FSTA); FoodlineWeb; Gale Cengage; H.W.Wilson Biography Index (BiographyInd); JournalSeek; OCLC; SwetsWise All Titles and Wilson Business Abstracts;
30. Macovei, O. I., **Stoica, I.**, *Forecasting Conceptual Model Regarding the Growth Rate of Online Businesses among Romanian Companies*, The Eleventh International Conference on Informatics in Economy, Education, Research & Business Technologies, ISI Proceedings, Academia de Studii Economice din Bucureşti, Facultatea de Informatică Economică, 10-11 May, Bucharest, 2012, indexată în ISI Web of Knowledge, ISSN 2284-7472, ISSN-L 2247-1480, <http://docsslide.us/documents/ie2012-conference-program.html>, **Conferință ISI Proceedings, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;**
31. **Stoica, Ivona**, Negricea, C.-I., Edu T., *Using blogs as elearning tools by the professional community in Romania*, The 8th eLearning and Software for Education Conference - eLSE 2012, April 26th - 27th 2012, indexată în ISI Web of Knowledge, Bucureşti, ISSN



- 2066-026X, pp. 541-548, **Conferință ISI Proceedings**, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;
32. Stoica, Ivona, Negricea, Iliuță-Costel, Edu Tudor, Munthiu Maria-Cristiana, Velicu Bogdan-Călin, *Blog's effect as online marketing instrument on consumer behavior*, a 7-a ediție a International Conference on Business Excellence 2012, publicată în Business Excellence Challenges during the economic crisis, vol. 2, 12-13 oct. 2012, Universitatea Transilvania, Brașov, ISBN: 978-606-19-0104-3, indexată în ISI Web of Knowledge, **Conferință ISI Proceedings**, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;
33. Munthiu, Maria-Cristiana, Velicu, Bogdan, Draghici, Mircea, Stoica, Ivona, *Online consumer behavior tendencies triggered by extensive usage of social networks*, a 7-a ediție a International Conference on Business Excellence 2012, publicată în Business Excellence Challenges during the economic crisis, vol. 2, 12-13 oct. 2012, Universitatea Transilvania, Brașov, ISBN: 978-606-19-0104-3, indexată în ISI Web of Knowledge, **Conferință ISI Proceedings**, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;
34. Orzan, Gheorghe, Stoica, Ivona, *Online Methods Used in Marketing Research*, CRISES AFTER THE CRISIS: INQUIRIES FROM A NATIONAL, EUROPEAN AND GLOBAL PERSPECTIVE, VOL III, Pages: 310-315 Published: 2011, Accession Number: WOS:000396640100047, 18th International Economic Conference on Crisis After the Crisis - Inquiries from a National European and Global Perspective, MAY 19-20, 2011, Sibiu, ROMANIA, indexat ISI Proceedings (acest articol a apărut și în Revista Economică, revista B+ (cod CNCSIS 478), vol. 57, nr. 4, pp. 299 – 305, ISSN: 1582-6260, indexată în RePEc, Ulrich's, DOAJ, EBSCO, mai 2011), vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;
35. Stoica, Ivona *Specific tools in Online Marketing Research*, CRISES AFTER THE CRISIS: INQUIRIES FROM A NATIONAL, EUROPEAN AND GLOBAL PERSPECTIVE, VOL III, Pages: 302-309, publicat în 2011, indexat ISI Proceedings, 18th International Economic Conference on Crisis After the Crisis - Inquiries from a National European and Global Perspective, Sibiu, ROMANIA, MAY 19-20, 2011 (articolul a apărut și în Revista Economică, cod NURC 478, cotată de CNCSIS la categoria B +, ISSN: 1582-6260, mai 2011, Sibiu, indexată BDI: RePEc, Ulrich's Periodicals Directory, DOAJ - Directory of Open Access Journals, pp. 305-311, <http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/RE%204-57-2011.pdf>), vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;
36. Balaure, Virgil, Neagoe, C., Stoica, Ivona *The role of integrated marketing communication in building and maintaining the capital of a global brand*, prezentat la ediția a 16-a International Economic Conference – IECS 2009, Sibiu, 7-8 Mai 2009, ISBN 978-973-739-775-1, indexată în ISI Web of Knowledge, **Conferință ISI Proceedings**, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;
37. Orzan, G., Stoica Ivona, Neagoe C., Orzan, M., *Online marketing research in the global information society*, prezentat la ediția a 16-a International Economic Conference – IECS 2009, Sibiu, 7-8 Mai 2009, ISBN 978-973-739-775-1, indexată în ISI Web of Knowledge, **Conferință ISI Proceedings**, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science;
38. Cătoiu, Iacob, Negricea, Iliuță-Costel, Stoica, Ivona, Niculescu-Ciocan, Cristina, Orzan, Mihai, *Using e-learning platforms for employees who consider career reorientation under the context of financial crisis*, International Conference Business Excellence 2009 – Universitatea Transilvania, Brașov, 16 octombrie 2009, ISBN 978-973-1747-10-1, pp. 75-78, ISI Web of Knowledge, Brașov, **Conferință ISI Proceedings**, vezi ANEXA raport ISI WEB of Science.



## 6) Articole/studii in extenso, publicate în reviste indexate în alte BDI

1. **Anamaria-Cătălina RADU, Ivona STOICA (RAPAN)**, Andra-Luisa PREDA, AnaMaria NEDELCU, *Quantitative Study on the Usefulness of Mobile Learning Platforms in Organisations*, International Journal of Academic Research in progressive education and development, Vol. 9, Nr.2, 2020, pp.588-596, ISSN: 2226-6348, DOI:10.6007/IJARPED/v9-i2/7712, indexed in RePEc (IDEAS, EconPapers), Germany [<http://econpapers.repec.org/article/hurijarpe/>], UlrichWeb (Global Serial Directory), USA, Excellence for Research in Australia (ERA) - ERA Journal ID - 200663 in ERA 2015 Submitted Journal List (Verify), IndexCopernicus, Poland (2014);
2. Radu, A.-C., Stoica, Ivona, Nedelcu, A.M., Preda, A.-L., *Empirical Research of European Funds Growth Share Absorption in the Field of Tourism Industry*, Martie 2021, publicat în **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, <https://hrmars.com/papers/detail/IJARBSS/8921>, <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v11-i3/8921>
3. Purcărea, I.M. Radu, Andra-Victoria, **STOICA (RĂPAN), Ivona**, Gurău, M.I., Disruptive Technologies in Higher Education in the Context of Covid-19 Pandemic, 8-9 Martie 2021, INTED 2021 Proceedings, ISI Web of Science, Track: Digital Transformation of Education, Session: Digital technologies and resources for learning under lockdown, DOI: 10.21125/inted.2021, [https://iated.org/concrete3/view\\_abstract.php?paper\\_id=87755](https://iated.org/concrete3/view_abstract.php?paper_id=87755)
4. Răpan, F., **Răpan, Ivona**, Robots – A strategic solution from recovery to resilience, 2021, Proceedings of the 20th International RAIS Conference on Social Sciences and Humanities, Princeton, NJ. SUA, 2021, pp.91-97, ISSN 2578-8574 ISBN: 978-1-945298-332, <http://scientiamoralitas.education/wp-content/uploads/2020/12/002FR.pdf>, indexată ERIH PLUS;
5. Răpan, F., **Răpan, Ivona**, Exploratory Research of 4IR Impact in Different Areas of Activity, Proceedings of the 19th International RAIS Conference on Social Sciences and Humanities, Princeton, NJ. SUA, 2020, pp.91-97, ISSN 2578-8574 ISBN: 978-1-945298-332, <http://scientiamoralitas.education/wp-content/uploads/2020/12/002FR.pdf>, indexată ERIH PLUS;
6. Răpan, F., **Răpan, Ivona**, Robots Impact on the Labor Market-Robots versus Humans and COVID-19, Scientia Moralitas Conference Proceedings, First Edition, Princeton, NJ. SUA, 2020, pp. 9-15, ISBN 978-1-945298-28-8, <http://rais.education/wp-content/uploads/2020/11/013RF.pdf>, ERIH PLUS
7. Răpan, F., Răpan, D., **Stoica, Ivona**, Security perspectives in the Arctic Region: From competition to cooperation or confrontation?, The 26th International Conference KNOWLEDGE-BASED ORGANIZATION, Academia Forțelor Terestre, Vol. XXVI, 11-13 Iunie, 2020, indexată Baidu Scholar, CNKI Scholar (China National Knowledge Infrastructure), CNPIEC – cnPLINKer, Dimensions, **EBSCO** (relevant databases), EBSCO Discovery Service, Google Scholar, J-Gate, JournalTOCs, KESLI-NDSL (Korean National Discovery for Science Leaders), MyScienceWork, Naviga (Softweco), Primo Central (ExLibris), ProQuest (relevant databases), Publons, QOAM (Quality Open Access Market), ReadCube, Semantic Scholar, Summon (Serials Solutions/ProQuest), TDNet, Ulrich's Periodicals Directory/ulrichsweb, WanFang Data, Web of Science - Conference Proceedings Citation Index, WorldCat (OCLC), Sciendo, <https://www.armyacademy.ro/conference.php>
8. Chivu, R.-G., **Stoica, Ivona**, Dinu D.-M., *Online advertising impact in the of BIO products decision purchase process.*, acceptat spre publicare în **Academic Journal of Economic Studies**, Vol. 4, No. 3, September 2018, pp. 47–52 ISSN 2393-4913, ISSN On-line 2457-5836, jurnalul este indexat **BDI** în RePeC, EBSCO Host, DOAJ, CEEOL, Index Copernicus, J-Gate,



- Gale Cengage, Sherpa / ROMEO, [http://www.ajes.ro/wp-content/uploads/AJES\\_article\\_1\\_184.pdf](http://www.ajes.ro/wp-content/uploads/AJES_article_1_184.pdf)
9. Răileanu (Mihalache) M.-M., Orzan, G., Pricop, Alexandra, **Stoica, Ivona**, *Analysis: The impact of the banking crisis on the Romanian consumer behavior*, prezentat la International Conference on Economics, Business and Economic Thought (EBET), 20-21 aprilie, 2018, publicat în Theoretical and Applied Economics Volumul XXV, Special Issue / 2018,  
[http://store.ectap.ro/suplimente/International\\_Conference\\_on\\_Economics\\_Business\\_and\\_Economic Thought\\_EBET\\_Summer\\_2018.pdf](http://store.ectap.ro/suplimente/International_Conference_on_Economics_Business_and_Economic Thought_EBET_Summer_2018.pdf)
  10. Radu, A.-C., Radu, A.-V., **Stoica, Ivona**, ORZAN, M.-C., *Internet Users and Usage. Implications and Risks.*, apărut în Jurnalul Quality – Access to success, Vol. 17, S3, **Iulie 2016**, pp. 197-203, jurnalul este publicat de Societatea Română de Asigurarea Calității, recunoscut CNCSIS – categoria B+, indexat **BDI** în SCOPUS, EBSCO Publishing, CABELL'S Directories și PROQUEST, ISSN 1582-2559,[http://www.srac.ro/calitatea/arhiva/supliment/2016/Q-asContents\\_Vol.17\\_S3\\_July-2016.pdf](http://www.srac.ro/calitatea/arhiva/supliment/2016/Q-asContents_Vol.17_S3_July-2016.pdf);
  11. DINU, D., **Stoica, Ivona**, RADU, A.-V., *Studying the Consumer Behavior through Big Data*, apărut în Jurnalul Quality – Access to success, Vol. 17, S3, **Iulie 2016**, pp. 246-254, jurnalul este publicat de Societatea Română de Asigurarea Calității, recunoscut CNCSIS – categoria B+, indexat **BDI** în SCOPUS, EBSCO Publishing, CABELL'S Directories și PROQUEST, ISSN 1582-2559,[http://www.srac.ro/calitatea/arhiva/supliment/2016/Q-asContents\\_Vol.17\\_S3\\_July-2016.pdf](http://www.srac.ro/calitatea/arhiva/supliment/2016/Q-asContents_Vol.17_S3_July-2016.pdf);
  12. Popescu, M., **Stoica, Ivona**, *EQ – The key to success in the context of knowledge economy and business environment*, Calitatea – Acces la succes, Vol. 16/ iulie 2015, ISSN 1582-2559, [http://www.srac.ro/calitatea/arhiva/supliment/2015/Q-asContents\\_Vol.16\\_S3\\_July-2015.pdf](http://www.srac.ro/calitatea/arhiva/supliment/2015/Q-asContents_Vol.16_S3_July-2015.pdf), SCOPUS,EBSCO,CABELL'S,PROQUEST;
  13. Popescu, M., **Stoica, Ivona**, *Considerations regarding the psychosomatics importance in achieving business success*, Calitatea – Acces la succes, Vol. 16/ iulie 2015 ISSN 1582-2559, [http://www.srac.ro/calitatea/arhiva/supliment/2015/Q-asContents\\_Vol.16\\_S3\\_July-2015.pdf](http://www.srac.ro/calitatea/arhiva/supliment/2015/Q-asContents_Vol.16_S3_July-2015.pdf), SCOPUS,EBSCO,CABELL'S,PROQUEST;
  14. **Stoica, Ivona**, *Consumer behaviour regarding the transition of social activities from fixed to mobile*, Calitatea – Acces la succes, Vol. 16/ iulie 2015, ISSN 1582-2559, [http://www.srac.ro/calitatea/arhiva/supliment/2015/Q-asContents\\_Vol.16\\_S3\\_July-2015.pdf](http://www.srac.ro/calitatea/arhiva/supliment/2015/Q-asContents_Vol.16_S3_July-2015.pdf), SCOPUS,EBSCO,CABELL'S,PROQUEST;
  15. **Stoica, Ivona**, *Consumer behavior between rational and emotional*, Calitatea – Acces la succes, Vol. 16/ iulie 2015, ISSN 1582-2559, [http://www.srac.ro/calitatea/arhiva/supliment/2015/Q-asContents\\_Vol.16\\_S3\\_July-2015.pdf](http://www.srac.ro/calitatea/arhiva/supliment/2015/Q-asContents_Vol.16_S3_July-2015.pdf), SCOPUS,EBSCO,CABELL'S,PROQUEST;
  16. **Stoica, Ivona**, *The regional consumption credit. Trends, structures and territorial relevance*, Romanian Journal of Economics, Vol. 41/2015/ issue 2(50), 282-296, ONLINE ISSN 2344-45657, ISSN-L 1220-5567, <http://revecon.ro/articles/2015-2/2015-2-19.pdf>, RePEc, EBSCO, DOAJ, WorldCat, Citefactor, Database Rosetti;
  17. **Stoica, Ivona**, *Regional Patterns of Consumption Credit in Foreign Currency: A Quantitative Analysis of Consumer Behaviour in Romania*, ECONOMICA, Vol. no. 1/2015 Online ISSN 2286-0266, Print ISSN 1223-0685, <http://oeconomica.org.ro/abstract/418/Regional-Patterns-of-Consumption-Credit-in-Foreign-Currency-A-Quantitative.html>, EBSCO, EconLit, RePec, Ulrich's Periodicals Directory, Index Copernicus, Rosetti International;
  18. **Stoica, Ivona**, Orzan, Gh., Dobrescu, A-I, Radu, A.-C., *Online Marketing Communication Using Websites. A Case Study of Website Utility in Accessing European Funds in the Tourism Field Regarding Northeastern Romania*, Procedia Economics and Finance, Vol. 23/2015, ISSN: 2212-5671, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115004360>, ISI Proceedings, Science Direct, Elsevier;



19. Ioanăș, E., **Stoica, Ivona**, Zaharia, V., *The Impact of Facebook over the Consumer Habits*, Calitatea – Acces la succes, Vol. 15/ S2 iulie 2015 / pp. 292-295, ISSN 1582-2559, <http://search.proquest.com/openview/b75214cd01d2102de0c7dfac53b9059f/1?pq-origsite=gscholar>, Scopus, EBSCO, Cabell's, PROQUEST;
20. Zaharia, V., **Stoica, Ivona**, Velea, A., *Monitoring quality in the management of food enterprises*, Knowledge Horizons-Economics, Vol. 6, Nr. 3/2014, P-ISSN: 2069-0932, E-ISSN: 2066-1061/ pp. 13-16, [http://orizonturi.ucdc.ro/arhiva/2014\\_khe\\_6\\_pdf3/zaharia.pdf](http://orizonturi.ucdc.ro/arhiva/2014_khe_6_pdf3/zaharia.pdf), EBSCO, Host, ProQuest, RePEC, Ulrich's Periodicals Directory, Open J-Gate, IndexCopernicus, Global Impact Factor;
21. Ioanăș, E., **Stoica, Ivona**, *Social media and its impact on consumers behavior*, International Journal of Economic Practices and Theories, Vol. 4/Nr. 2/2014/ pp. 295-303, ISSN 2247 – 7225, [http://www.ijepc.org/index.php/ijepc/article/view/Social\\_Media\\_and\\_its\\_Impact\\_on\\_Consumers\\_Behavior](http://www.ijepc.org/index.php/ijepc/article/view/Social_Media_and_its_Impact_on_Consumers_Behavior), Index Copernicus, Open J-Gate, DOAJ (pending), WorldCat, RePEC, EconPapers, Journal TOCs, New Jour, IDEAS, Cabells's, Google Scholar, Open Archives, Science Central, OCLC, BASE, PDF Cast, Scribd, Iseek, Microsoft Academic Search, Academic Index, PKP Open Archives Harvester;
22. **Stoica, Ivona**, Orzan, O.-A., Dobrescu, A., Constantin, D., *User Satisfaction Of Medical Educational Services*, Annales Universitatis Apulensis: Series Oeconomica Vol. 16/Nr.1/2014/ pp. 221-228, ISSN 1454-9409, <http://www.oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1620141/20.pdf>, Research Papers in Economics (RePEC), ProQuest, EconLit, EBSCO, IndexCopernicus, Directory of Open Access Journals (DOAJ), Cabell's Directory of Publishing Opportunities, Ulrich's, Genamics JournalSeek, Open J-Gate;
23. **Stoica, Ivona**, Radu, A.-C., Dobrescu, A., Orzan, O.-A., *Modeling User Satisfaction Of Medical Educational Services*, Annales Universitatis Apulensis: Series Oeconomica, Vol. 16/Nr.1/2014/ pp. 229-238, ISSN 1454-9409, <http://www.oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1620141/21.pdf>, Research Papers in Economics (RePEC), ProQuest, EconLit, EBSCO, IndexCopernicus, Directory of Open Access Journals (DOAJ), Cabell's Directory of Publishing Opportunities, Ulrich's, Genamics JournalSeek, Open J-Gate;
24. **Stoica, Ivona**, Orzan, Gh., Dobrescu, A., Radu, A.-C., Popescu, M., *Websites comparison analysis of projects funded from regional operational program destinated to the regions of development in Romania West Central*, Annales Universitatis Apulensis: Series Oeconomica, Vol. 16/Nr.2/2014/ pp. 318-323, ISSN 1454-9409, <http://www.oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1620142/30.pdf>, Research Papers in Economics (RePEC), ProQuest, EconLit, EBSCO, IndexCopernicus, Directory of Open Access Journals (DOAJ), Cabell's Directory of Publishing Opportunities, Ulrich's, Genamics JournalSeek, Open J-Gate;
25. Rădulescu V., Voșloban, R.-I., Stoica, Ivona, *Leading Employees Through Change – The Role Of Internal Marketing*, Revista Economică, Journal of Economic-Financial theory and practice, Sibiu, 2013, indexată BDI – RePeC, DOAJ, EBSCO, UlrichWeb, ISSN: 1582-6260, pp. 94-103, <http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/65309radulescu&vosloban&stocica.pdf>;
26. **Stoica, Ivona**, *Identifying the need in developing and promoting elearning solutions in Romania using advanced technologies. exploratory analysis*, JadLet - Journal of Advanced Distributed Learning Technology, Volumul I, nr. 4, pp. 23-39, București, 2013, ISSN 2285-1070, <http://www.jadlet.com/index.php/jadlet/article/download/26/36>;
27. **Stoica, Ivona**, Dumitru N.-R., Munthiu M.-C., *Implications and opportunities of online advertising for increasing the romanian marketing work market. Case study: online advertising regarding job marketing promotion*, 19th International Economic



- Conference - IECS 2012, **Revista Economică**, Code NURC 478, cotată de CNCSIS la categoria B +, Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu, 15 Iunie, Sibiu, 2012, volum 3, **2012**, indexată BDI: RePEc, Ulrich's Periodicals Directory, DOAJ - Directory of Open Access Journals, ISSN: 1582-6260, <http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/suplimente/Volume3-2012.pdf>;
28. Stoica, I., Orzan, G. și Orzan, Mihai, *Marketing Expert Systems*, International Journal of Arts & Sciences, No.4(22), lucrare prezentată la Proud Home Of Harvard University, p.233-240, decembrie **2009**, ISSN: 1944-6934, revistă indexată BDI: ERA, ProQuest, WorldCat, Genamics, Ulrich's, Cabell's și Google Scholar (cf. <http://internationaljournal.org/>), vezi **ANEXA 1** – Articol publicat.
29. Iconaru Claudia, Macovei Octav-Ionuț, **Ivona Stoica**, *Căștigarea unui avantaj competitiv prin poziționarea în motoarele de căutare: O analiză a tehniciilor de optimizare în motoarele de căutare utilizate de comercianții online*, Journal of Online Marketing, vol. 5, Nr. 4, pp. 3-20, 2011, ISSN 1843-0678, indexed in international databases: REPEC, DOAJ, <http://www.editurauranus.ro/marketing-online/54/pdf/1.pdf>
30. Constantinescu, M., Stoica, Ivona, Marinescu, Gh., *Innovative marketing research methods for targeting consumers*, Analele Facultății De Marketing, Vol. 4/Issue 1/2017, pp. 5-11, susținut la Conferința Națională cu Participare Internațională "Interference between marketing science and digital economy", **10 mai 2017**, ISSN 2360-3380, ISSN - L 2360 – 3380, <http://marketing.ucdc.ro/program-sesiune-cadre-10mai2017.pdf>;
31. **Stoica, Ivona**, *Analysis Regarding Government Finance Indicators and Their Influence over the Economic Performance of Romania*, International Conference Financial Perspectives and Challenges – FiPeC 2016 <http://www.icfm.ro/>, ProgramFiPeC2016.pdf, indexată RePeC
32. Boajă, D-M, **Stoica, Ivona**, *Conceptual Analysis And Major Aspects Of Labor And Employment Market*, Analele Facultății De Marketing, Vol. 1/Issue 1/2014 ISSN 2360-3380, ISSN - L 2360 – 3380, <http://marketing.ucdc.ro/analele-facultatii.pdf>;
33. Edu, T., Negricea, Costel, **Stoica, Ivona**, *The uncertainty avoidance cultural dimension in the Olt county*, apărut în cadrul proiectului COMOR, SSMAR, **2013**;
34. **Stoica, Ivona**, *Online instruments in quantitative research*, revista "Holistic Marketing Management", Facultatea de Management-Marketing, Universitatea Româno-Americană București, Volume 1, Issue 2, **2011**, indexată BDI – Ideas și RePeC, ISSN 2247-1189, <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/rau/homkmg/SU11/HOMKMG-SU11-A10.pdf>;
35. Dumitru N.-R., **STOICA Ivona**, Negricea, C.-I., *Customer Relationship Management – a major element of the business company's strategy*, revista "Holistic Marketing Management", Facultatea de Management-Marketing, Universitatea Româno-Americană București, Volume 3, Issue 3, **2011**, indexată BDI – Ideas și RePeC, ISSN 2247-1189, <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/rau/homkmg/AU11/HOMKMG-AU11-A2.pdf>;;
36. Dumitru N.-R., **STOICA Ivona**, *Foreign trade in the context of globalization*, revista "Holistic Marketing Management", Facultatea de Management-Marketing, Universitatea Româno-Americană București, Volume 4, Issue 4, **2011**, indexată BDI – Ideas și RePeC, ISSN 2247-1189, <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/hmm/v1i1/4/8.pdf>;
37. Orzan, G., **STOICA I.**, și Orzan, M., *"Online marketing strategies using organizational blogs"*, revista "Holistic Marketing Management", Facultatea de Management-Marketing, Universitatea Româno-Americană București, Volume 1, Issue 1, **2011**, indexată BDI – Ideas și RePeC, ISSN 2247-1189, <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/hmm/v1i1/1/9.pdf>;
38. Orzan, G, Cetină, I., Bălan, D. și **Stoica, Ivona**, *"Oferta academică din domeniul marketing din România, țările Uniunii Europene și Statele Unite: O abordare comparativă."*, apărut în volumul sesiunii științifice naționale „Marketingul



- întreprinderilor românești în procesul integrării europene” organizată de Facultatea de Marketing și A.S.E. – D.C.E., **29-30 mai 2009**, București, ISBN: 978-606-505-272-7;
39. Cătoiu, Iacob, **Stoica, Ivona**, "Mobile Marketing – Instrument strategic în mediul online", Conferința Catedrei Facultății de Marketing din cadrul Academiei de Studii Economice din București, **29 mai 2009** ISBN 978-606-505-272-7;
  40. Cătoiu, Iacob, **Stoica, Ivona**, "Social network advertising – a modern means of online marketing in the context of world financial crisis", susținut la Conferința Națională organizată de A.S.E. - Jurnalul cercetării doctorale în Științe Economice, [www.jdre.ase.ro](http://www.jdre.ase.ro), **14 mai 2009**, ISSN 2066-611X.;
  41. Șerban, C., **Stoica, Ivona**, Particularități privind modelarea comportamentului consumatorului în marketingul social online: modelul integrat (i-change model), susținut la Conferința Națională organizată de A.S.E. - Jurnalul cercetării doctorale în Științe Economice, [www.jdre.ase.ro](http://www.jdre.ase.ro), **14 mai 2010**, ISSN 2066-611X, Conferința anuală a doctoranzilor în științe economice, ediția a II-a, "Evoluții și performanțe în managementul organizațiilor în context european", 13-14 Mai 2010, [http://www.doccdi2008.ase.ro/doc/WP\\_septembrie2010.pdf](http://www.doccdi2008.ase.ro/doc/WP_septembrie2010.pdf);
  42. **Stoica, Ivona**, Cătoiu, Iacob, Implicațiile cercetărilor de marketing online asupra managementului portalurilor online destinate pieței muncii, Colecția de Working Papers în Științe Economice - Secțiunea 4, Academia de Studii Economice din București, Școala Doctorală, **2009**, Conferința anuală a doctoranzilor în științe economice, "Schimbari de logica dominantă la nivel european în condițiile crizei economice mondiale", 14-15 Mai 2009, <http://docplayer.net/32790167-Coleclia-de-working-papers-in-stiinle-economice.html>;
  43. Balaure, Virgil, Vegheș, Călin, **Stoica, Ivona**, „Marca – vector al dezvoltării imaginii și competitivității în turism” – articol prezentat la Conferința cu participare internațională – Inovare, Competitivitate și Etică în Afaceri din **10 octombrie 2008**, organizată de Universitatea Română-Americană, apărut în volumul *Inovare, Competitivitate și Etică în Afaceri*, ISBN 978-973-749-459-7, Ed. Universitară, București 2008;

#### **7) Publicații in extenso, apărute în lucrări/volume ale conferințelor internaționale de specialitate**

1. Stafi, L.-M., **Stoica, Ivona**, Financial-Accounting Risk Management Regarding the Emergency Public Hospitals in Romania, lucrare premiată și selectată in extenso pentru publicarea în Awarded Papers in SWS Scientific eJournal of Social Sciences and Art (SSA), indexed in DOAJ, BASE, CAB Abstracts, CNKI, EBSCO Host, RSCI (Russian Scientific Citation Index, part of Web of Science), J-Gate, Mendeley, OpenCitations, ProQuest, ReadCube Ulrichsweb™, Unpaywall, WanFang Data, **2019**

#### **8) Publicații in extenso, apărute în lucrări/volume ale conferințelor naționale de specialitate**

1. Radu, A.C., Ofițeru, Larisa-Gabriela, **Stoica (Răpan), Ivona**, Nedelcu, A.M., *The Perception of Teachers in Romania Regarding the Advantages and Disadvantages Offered by E-Learning and Mobile Learning Applications during the Covid-19 Pandemic*, 8-9 Martie 2021, INTED 2021 Proceedings, **ISI Web of Science**, Track: Digital & Distance Learning, Session: distance education in Covid-19 times DOI: 10.21125/inted.2021, [https://iated.org/concrete3/view\\_abstract.php?paper\\_id=87694](https://iated.org/concrete3/view_abstract.php?paper_id=87694),



- [https://iated.org/concrete3/author\\_index.php?event\\_id=39#NomP](https://iated.org/concrete3/author_index.php?event_id=39#NomP), ISBN 978-84-09-27666-0, ISSN 2340-1079, publicat de IATED Academy.
2. RADU, Anamaria-Cătălina, Dobrescu (Neicu) A.-I., Ofițeru L.-G., **STOICA (RĂPAN) Ivona**, Perceptions of IT Employees Regarding the Use of Disruptive Technologies in the Organisations in which they Work, the 36 th IBIMA International Conference, Granada, Spain has been accepted for publication and presentation at the conference. The paper will be included in the conference proceedings (ISBN: 978-0-9998551-5-7), 15 Noiembrie, 2020.
  3. Radu Anamaria-Cătălina, Dobrescu A.-I., **Stoica Ivona**, Radu A.- V., *Study on the Romanian employees' opinion regarding the cloud services they use in the company*, IBIMA, Sevilia, Spania, 1-2 Aprilie 2020, ISBN: 978-0-9998551-4-0, volum în curs de indexare ISSI Proceedings.
  4. Dobrescu A.-I., **Radu Anamaria-Catalina, Stoica Ivona, David Getuța**, *Quantitative study regarding advantages and disadvantages perceived by the employees from Romania concerning Cloud services*, IBIMA, Sevilia, Spania, 1-2 Aprilie, 2020, ISBN: 978-0-9998551-4-0, volum în curs de indexare ISI Proceedings.
  5. Ianovici Gh.- C., Radu A.-V., Purcărea, V.-L., **Stoica Ivona**, *Digital trends in the marketing healthcare system*, IBIMA, Sevilia, Spania, 1-2 Aprilie, 2020, ISBN: 978-0-9998551-4-0, volum în curs de indexare ISI Proceedings.
  6. Radu A.-V., **Stoica, Ivona**, Niculescu-Ciocan, C., Marketing Communication Tools and Technologies in The Digital Economy, International Multidisciplinary Scientific Conferences on Social Sciences and Arts in Bulgaria, 23.08-02.09 2019, ISI Proceedings
  7. Niculescu-Ciocan, C., **Stoica, Ivona**, Radu A.-V., Brand Positioning and Self-branding. the Way to a Successful Business and a Growing Digital Economy, International Multidisciplinary Scientific Conferences on Social Sciences and Arts in Bulgaria, 23.08-02.09 2019, ISI Proceedings
  8. Stafi, L.-M., **Stoica, Ivona**, New trends in financial-accounting risk management regarding the Romanian emergency public hospitals, INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY SCIENTIFIC CONFERENCES ON SOCIAL SCIENCES AND ARTS in Vienna, 11-13 April 2019, vol. 2, pp. 324-329, ISI Proceedings, Austria, Premiu pentru Best Speaker Presentation.
  9. Zaman, Gheorghe, **Stoica Ivona**, *Robotization – Trends and Impact in the Framework of 4IR*, The 6th International Conference Economic Scientific Research - Theoretical, Empirical and Practical Approaches - **ESPERA 2019**, 10-11 octombrie, 2019, publicat în 2020 în Peter Lang International Academic Publishing Group In A Volume Proceedings Of The International Conference Espera 2019, București, Romania
  10. Mone Firicel, Vișan Maria, **Stoica Ivona**, Collaborative systems and platforms in the framework of new technologies, The 6th International Conference Economic Scientific Research - Theoretical, Empirical and Practical Approaches - **ESPERA 2019**, 10-11 octombrie, 2019, publicat în 2020 în Peter Lang International Academic Publishing Group In A Volume Proceedings Of The International Conference Espera 2019, București, Romania
  11. Orzan, M., **Stoica, Ivona**, Boboc, A.-L., Bucur (Manea), L.-E., Caranica, C., *New trends in e-learning using online marketing tools*, The 13th eLearning and Software for Education Conference - eELSE 2017-organized by the Romanian Advanced Distributed Learning Association, Bucharest, April 27 th -28th, 2017, Proceedings of The 13th eLearning and Software for Education Conference **Could technology support learning efficiency?** ISSN 2360 - 2198 / ISSN-L 2360 - 2198, <http://proceedings.eelseconference.eu/index.php?r=site/index&year=2017&index=papers&vol=24&paper=f8f1c5d363d31cfce542fbf72db6f50b>, ISI Web of Science, C.E.E.O.L., EBSCO, ProQuest;
  12. **Stoica, Ivona**, Tașcu, A.-V., Mitrică (Pădure), C., *Marketing promotion impact of eco-friendly products over the consumers' buying behavior. a quantitative research*, Proceedings of the International U.A.B. – B.EN.A. Conference, Environmental



Engineering and Sustainable Development, Alba Iulia, 25- 27 Mai, **2017**, ISSN – 2457-2829;

- 13.Tașcu A. V.,**Stoica, Ivona**, *Exploratory Research Regarding Environmental Measures in Romania through European Funds*, Proceedings of the International U.A.B. – **B.EN.A.** Conference, Environmental Engineering and Sustainable Development, Alba Iulia, 28- 30 Mai, **2015**, pp.12-18, ISSN – 2457-2829, [http://benaweb.gr/2015-conferences/may-UAB\\_BENA%20CONFERENCE%20\(1\).pdf](http://benaweb.gr/2015-conferences/may-UAB_BENA%20CONFERENCE%20(1).pdf);
- 14.Dobrescu, A.-I., **Stoica, Ivona**, *Radian consumer attitude and behavior regarding organic food*, Proceedings of the International U.A.B. – **B.EN.A.** Conference, Environmental Engineering and Sustainable Development, Alba Iulia, 28- 30 Mai, **2015**, pp.19-25, ISSN – 2457-2829, [http://benaweb.gr/2015-conferences/may-UAB\\_BENA%20CONFERENCE%20\(1\).pdf](http://benaweb.gr/2015-conferences/may-UAB_BENA%20CONFERENCE%20(1).pdf);
15. Jeleriu, D - C., **Stoica, I.**, “*Clusters development in Romania*”, The International Scientific Session, CKS **2009** – Challenges of the Knowledge Society, June 4-5th, **2009** – 3rd Edition, Ed. ProUniversitaria Bucureşti, ISBN 978-973-129-447-6, CKS – eBook indexată **BDI** - EBSCO International Databases și DOAJ International Database, <http://connection.ebscohost.com/c/articles/47388920/clusters-development-romanian>;
16. Orzan, Gh., **Stoica, Ivona**, Jeleriu, D.-C. și Orzan, M., *Online advertising – Strategic tool for the business environment*, prezentat la Conferința Internațională organizată de Facultatea de Științe Economice, Universitatea din Oradea, 29-30 mai **2009**, articol apărut în Analele Universității din Oradea, Seria: Științe Economice, Vol.18(4), Editura Universității din Oradea, p.773-777, **2009**, ISSN: 1582-5450, revistă indexată **BDI**: RePEc, DOAJ, EBSCO, SCIPION, Cabell's și SCOPUS (cf. <http://anale.steconomiceoradea.ro>), disponibil online la adresa: <http://steconomice.oradea.ro/anale/volume/2009/v4-management-and-marketing.pdf>;
17. Matei N.-C., Tole M., **Stoica I.**, “*Flexible budgets – a challenge for romanian companies in the field of transportation and distribution of thermal energy*”, prezentat la Conferința Internațională organizată de Facultatea de Științe Economice, Universitatea din Oradea, 29-30 mai **2009**, Analele Universității din Oradea, seria Științe Economice, TOM XVIII, 2009, Vol. IV, Management, Marketing and Informatics, **Conferință ISI Proceedings**, JEL classification: M31, ISSN 1582-5450;

#### **9) Alte lucrări și contribuții științifice**

#### **10) Lista lucrărilor premiate**

1. Stafi, L.-M., Stoica, Ivona, New trends in financial-accounting risk management regarding the Romanian emergency public hospitals, INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY SCIENTIFIC CONFERENCES ON SOCIAL SCIENCES AND ARTS in Vienna, 11-13 April 2019, vol. 2, pp. 324-329, ISI Proceedings, Austria, Premiu pentru Best Speaker Presentation.

#### **11) Brevete de invenție**

--

Conf.univ. dr. **Ivona RĂPAN**, CSII (habil.)

**Institutul de Economie Națională**

**Academia Română**



17

**INFORMATII PERSONALE****Sebastian-Ion CEPTUREANU**

📍 Bucuresti, Romania

✉ sebastian.ceptureanu@man.ase.ro / ceptureanu@yahoo.com

---

**EXPERIENTA PROFESIONALA**

2019-prezent

**Profesor universitar doctor, Facultatea de Management**

Academia de Studii Economice din Bucuresti, Piata Romana nr. 6, Bucuresti, Romania

*Activități de curs si seminar la disciplinele Metodologii manageriale, Management comparat internațional, Startup si antreprenoriat.*

Tipul activității sau sectorul de activitate: Educational

2018-prezent

**Conducător doctorat, atestat abilitare**

Academia de Studii Economice din Bucuresti, Piata Romana nr. 6, Bucuresti, Romania

*Coordonare doctoranzi in domeniul Management, Scoala doctorala Management*

Tipul activității sau sectorul de activitate: Educational

2017-2019

**Conferentiar universitar doctor, Facultatea de Management**

Academia de Studii Economice din Bucuresti, Piata Romana nr. 6, Bucuresti, Romania

*Activități de curs si seminar la disciplinele Metodologii manageriale, Management comparat internațional, Startup si antreprenoriat.*

Tipul activității sau sectorul de activitate: Educational

2012-2017

**Lector universitar doctor, Facultatea de Management**

Academia de Studii Economice din Bucuresti, Piata Romana nr. 6, Bucuresti, Romania

*Activități de curs si seminar la disciplinele Metodologii manageriale, Management comparat internațional, Managementul IMM.*

Tipul activității sau sectorul de activitate: Educational

2006-2012

**Asistent universitar doctorand, Facultatea de**

Academia de Studii Economice din Bucuresti, Piata Romana nr. 6, Bucuresti, Romania

*Activități de seminar la disciplinele Management antreprenorial, Fundamentele managementului organizației, Metodologii manageriale, Management comparat internațional, Practica de specialitate.*

Tipul activității sau sectorul de activitate: Educational

2004-2006

**Preparator universitar doctorand, Facultatea de Management**

Academia de Studii Economice din Bucuresti, Piata Romana nr. 6, Bucuresti, Romania

*Activități de seminar la disciplinele Management antreprenorial, Fundamentele managementului organizației, Metodologii manageriale, Management comparat internațional, Strategii intrepreroriale, Planificare strategica.*

Tipul activității sau sectorul de activitate: Educational



**EDUCATIE SI FORMARE**

- 2020           **Stagiu mobilitate cercetare**  
Universita degli Studi del Sannio Benevento, Italia  
*Specializare Program in Social and Economic Statistics*
- 2019           **Stagiu mobilitate cercetare**  
Sapienza University of Rome, Italia  
*Specializare Structural Equation Modeling and Factor Analysis*
- 2018           **Stagiu mobilitate cercetare**  
Sapienza University of Rome, Italia  
*Specializare Matlab for Applications to Economics, Finance and Social Sciences*
- 2015           **Certificat evaluare competene lingvistice, limba engleza**  
Prosper ASE Language Center  
*Certificare nivel avansate limba engleza*
- 2015           **Cercetător postdoctoral in domeniul antreprenoriat**  
Anglia Ruskin University, Marea Britanie/Academia de Studii Economice Bucureşti  
*Cercetare postdoctorala in domeniul antreprenoriat*
- 2010           **Certificat absolvire**  
Academia de Studii Economice Bucureşti  
*Managementul educatiei la distanta*
- 2009           **Certificat absolvire**  
Academia de Studii Economice Bucureşti  
*Departamentul pentru pregatirea personalului didactic, nivel 2*
- 2004-2011     **Studii doctorale, Facultatea de Management**  
Academia de Studii Economice Bucureşti  
*Doctorat*
- 2003-2004     **Studii Aprofundate**  
Academia de Studii Economice Bucureşti  
*Specializarea Strategii concurențiale de firmă*
- 1999-2003     **Studii de licență, Facultatea de Management**  
Academia de Studii Economice Bucureşti  
*Specializarea Managementul firmei*



**APTITUDINI SI  
COMPETENTE  
PERSONALE**

**Limba materna** Limba romana

Alte limbi	INTELEGERE		VORBIRE		SCRIERE
	Listening	Reading	Spoken interaction	Spoken production	
Engleza	C1	C1	C1	C1	C1
Franceza	B1	B1	B1	B1	B1

**Abilitati de comunicare** Bun comunicator.

**Abilitati organizatorice / manageriale** Prodecan al Facultății de Management în perioada 2011-2012. Secretar al Comisiei de admitere la programele de masterat ale Facultății de Management, 2010-2014.

**Abilitati computer** Microsoft Office, STATA, SPSS, SmartPLS

**Permis de conducere** Categoria B

**Data** 17.12.2020

**INFORMATII  
SUPLIMENTARE****Publicatii**

- Autor sau co-autor a 26 articole in reviste indexate Clarivate cu factor de impact si a peste 50 de articole de specialitate
- Autor sau co-autor a 6 carti de specialitate
- Recenzor pentru: Physica A (Elsevier), Reliability Engineering & System Safety (Elsevier), Journal of Environmental Management (Elsevier), Eurasian Business Review (Springer), Annals of Operations Research (Springer), Environment and Planning A (SAGE), Entropy (MDPI), Sustainability (MDPI), International Journal of Environmental Research and Public Health (MDPI), Heliyon (Elsevier), Journal of Business Research (Elsevier), Behaviour & Information Technology (Taylor and Francis), Fibres & Textiles in Eastern Europe (Institute of Biopolymers and Chemical Fibres), Energy, Ecology and Environment (Springer), Local Environment (Taylor & Francis), Technology in Society (Elsevier), Sage Open (Sage), International Review of Economics (Springer), Journal of Contemporary European Studies (Taylor & Francis), Journal of Cleaner Production (Elsevier).
- Ceptureanu, E.G., Ceptureanu, S.I. The impact of adoptive management innovations on medium sized enterprises from a dynamic capability perspective. TECHNOLOGY ANALYSIS & STRATEGIC MANAGEMENT 2019, 31(10), 1137-1151.
- Radu, A.M., Orzan, M., Ceptureanu, S.I., Stoica, I. User Satisfaction regarding Healthcare Education Services financed through the European Social Fund. ECONOMIC COMPUTATION AND ECONOMIC CYBERNETICS STUDIES AND RESEARCH 2017, 51(1), 89-102.
- Ceptureanu, S.I., Ceptureanu, E.G., Murswieck, R.G.D. Perceptions of Circular Business Models in SMEs. An empirical study using ReSOLVE Framework. AMFITEATRU ECONOMIC 2018, 20(48), 310-324.
- Ceptureanu, E.G., Ceptureanu, S.I., Luchian, C.E., Luchian, I. Quality management in project management consulting. A case study in an international consulting company. AMFITEATRU ECONOMIC 2017, 19(44), 215-230.
- Ceptureanu, E.G., Ceptureanu, S.I., Herteliu, C. Evidence regarding external financing in manufacturing MSEs using Partial Least Squares regression. ANNALS OF OPERATIONS RESEARCH
- Ceptureanu, E.G., Ceptureanu, S.I., Herteliu, C., Cerqueti, R. Sustainable consumption behaviours in P2P accommodation platforms: an exploratory study. SOFT COMPUTING 2020, 24(18), 13863-13870.
- Xiao, L., Dhesi, G., Ceptureanu, E.G., Lin, K., Herteliu, C., Syed, B., Ceptureanu, S.I. Liquidity Transmission and the Subprime Mortgage Crisis: A Multivariate GARCH Approach. SOFT COMPUTING 2020, 24(18), 13871-13878.
- Herteliu, C., Jianu, I., Jianu, I., Bobb, V.C., Dhesi, G., Ceptureanu, S.I., Ceptureanu, E.G., Ausloos, M. Money's importance from the religious perspective. ANNALS OF OPERATIONS RESEARCH
- Popescu, D., Alexandru, A., Ceptureanu, S.I., Ceptureanu, E.G. Analysis of Nonaka-Takeuchi model in ITC MSEs from Bucharest- Ilfov Region. STUDIES IN INFORMATICS AND CONTROL 2018, 27(1), 107-116.
- Popescu, D., Ceptureanu S.I., Alexandru, A., Ceptureanu, E.G. Relationship between knowledge absorptive capacity and innovation performance in Romanian SMEs. STUDIES IN INFORMATICS AND CONTROL 2019, 28(4), 463-475.
- Ceptureanu, S.I., Ceptureanu, E.G. Community-based healthcare programs sustainability influence on the sustainability of host organizations. A structural equation modeling analysis. INTERNATIONAL JOURNAL OF ENVIRONMENTAL RESEARCH AND PUBLIC HEALTH 2019, 16(20), 4035.
- Ceptureanu, S.I., Ceptureanu, E.G., Marin, I. Assessing the Role of Strategic Choice on Organizational Performance by Jacquemin-Berry Entropy Index. ENTROPY 2017, 19(9), 448.
- Ceptureanu, S.I., Ceptureanu, E.G., Cristescu, M.P., Dhesi, G. Analysis of social media impact on opportunity recognition. A social networks – entrepreneurial alertness mixed approach. ENTROPY 2020, 22(3), 343.



**Proiecte cercetare**

- Approaches to public health management in the context of the COVID-19 pandemic, PN-III-P2-2.1-SOL-2020-2-0351
- Intelegerea si modelarea structurilor spatio-temporale ale inegalitatilor si polarizarii in relatie cu caracteristicile psihologice, PN-III-P4-ID-PCCF-2016-0084
- Dezvoltarea de sisteme si instrumente de management al cunasterii in antreprenoriatul tinerilor din UE, modalitate de amplificare a competitivitatii sectorului IMM, POSDRU/159/1.5/S/1
- CUSECOR - Cultura de securitate si cooperarea regionala in Balcani, CEEX M III 148-CEEX-M3
- Generarea sinergiilor pozitive in intreprinderile industriale in armonizarea binomului cultura organizationala - strategia firmei, in vederea obtinerii unui trend evolutiv spre competitivitate si excelenta, CEEX M I 640-CEEX-M1
- Promovarea parteneriatului eCEL pentru dezvoltarea programelor de invatare continua in viziunea economiei bazate pe cunoastere, CEEX M III 778-CEEX-M3
- Model strategic pentru serviciile de sanatate din Romania in contextul managementului cunoștințelor, PNCDI II IDEI 264 IDEI - PCE - 807
- Elaborarea unei metodologii de proiectare si implementare a strategiilor inovative in IMM-urile romanesti din industrie, PNCDI II 91-046
- Model cultural specific IMM-urile romanesti in contextul managementului cunoasterii, PNCDI II 91-043
- Managementul cunoștințelor in sectorul IMM-urilor, CNCSIS A, 1162\_CNCSIS\_A
- Eficienta micro si macrosistemica in activitatea de invatamant superior din Romania, CNCSIS AT, 115\_CNCSIS\_AT
- Dezvoltarea responsabilitatii sociale corporative in IMM-urile din Romania, in perspectiva integrarrii in uniunea europeana, CNCSIS A, 1218\_CNCSIS\_A
- Optiuni strategice privind dezvoltarea sectorului de IMM-uri din Romania in perspectiva integrarrii in UE, CNCSIS A, 1124\_CNCSIS\_A
- Dezvoltarea IMM-urilor in comunitatile rurale, PNCDI I CERES, 3PP1/ PNCDI-I
- Cresterea capacitatii IMM-urilor din sectoarele industriei prelucratoare romanesti de producere a valorii adaugate. Cai de actiune si masuri necesare, PNCDI II 91-044
- Eficienta economico sociala in sfera serviciilor de sanatate publica, in procesul racionarii la normele si standardele spatiului comunitar european, PNCDI II IDEI, 1839/ IDEI II
- Elaborarea si implementarea unei metodologii inovative de analiza si evaluare a caracteristicilor si performantelor managementului intreprerorial din Romania, PNCDI II 92- 124
- Instrumente specifice managementului bazat pe cunoastere pentru IMM-urile din Romania, PNCDI II 92- 123
- Modele de schimbare organizationala prin reengineering in IMM-urile din Romania in contextul managementului cunoștințelor, PNCDI II IDEI, 1470/ IDEI II
- Directii strategice de crestere a valorii adaugate in IMM- urile din Romania in contextul managementului cunoștințelor, PNCDI II IDEI, 1469/ IDEI II



**Activități derulate în  
cadrul proiectelor  
europene****Curriculum Vitae****Director proiect:**

- Practica managerială de excelenta pentru o cariera managerială de succes – PRACTIMAX, POSDRU/189/2.1/G/155857;
- Practica economică și managerială în organizații românești – PRACTOR, POSDRU/161/2.1/G/141010.

**Membru în echipele de proiect:**

- Dezvoltarea spiritului antreprenorial și a competențelor manageriale pentru a genera un număr crescut de afaceri (NewBiz), POSDRU/165/3.1/S/150300 – expert monitorizare și raportare schema de minimis;
- Dezvoltarea spiritului antreprenorial și a competențelor manageriale ale tinerilor întreprinzători pentru a genera un număr crescut de afaceri (BizStart), POSDRU/165/3.1/S/150298 – lector curs;
- Masteranzi practicieni – investiție în viitorii manageri (MASPRACT), POSDRU/161/2.1/G/141032 – expert educational practica;
- ANTREMAN – Înființarea Școlii de Studii Antreprenoriale și Manageriale, POSDRU/92/3.1/S/60896 – expert termen lung;
- Șanse egale pentru cariere de succes, POSDRU/97/6.3/S/64237 – coordonator formare, expert pe termen lung;
- Practică economică pentru studenți – vector determinant al inserției pe piața forței de muncă (MANPRACT), POSDRU/109/2.1/G/81432 expert educational;
- Formarea continuă a profesorilor de științe tehnologice în societatea cunoașterii, POSDRU/ 87/ 1.3/ S/ 62647 – expert termen lung;
- Dezvoltarea abilităților antreprenoriale și inovative în zona IMM-urilor inovative din România pentru formarea și promovarea parteneriatelor naționale și transnaționale, POSDRU/92/3.1/S/63922 – expert educație antreprenorială;
- Academia de antreprenoriat bazat pe cunoaștere, POSDRU/92/3.1/S/56330 – expert termen scurt;
- Promovarea culturii antreprenoriale, sprijinirea inițierii de afaceri și dezvoltarea abilităților de întreprinzător în rândul întreprinderilor și a persoanelor care vor să lanseze afaceri pe cont propriu PROMIN, POSDRU/92/3.1/S/60154 – expert termen scurt;
- Crearea de rețele de IMM-uri – modalitate inovativă de creștere a competitivității și adaptabilității IMM-urilor din România, POSDRU/9/3.1/S/4 NETIMM – expert educație antreprenorială;
- Cresterea ocupării în regiunea Sud Muntenia prin dezvoltarea formării antreprenoriale, sprijinirea implementării de noi afaceri și a angajării pe cont propriu, în spiritul dezvoltării durabile și inovației sociale — BizPro, POCU/82/3/7/ 105308 – formator;
- Sprijin pentru adaptarea managerilor antreprenorilor și lucratelor din Regiunea Centru la schimbarile din mediul social și economic, în spiritul principiilor dezvoltării durabile și inovației sociale (BusinessPro), POCU/227/3/8/117946 – formator competente antreprenoriale
- Stagiile de practică pentru studenți în economie și administrație publică (ECOPRAC), POCU/90/6/19/19/107884 – expert educational regional
- Demofin SE, POCU/98/3/8/105545 - formator
- START UP 4 DIASPORA, POCU/89/3/7/107522, specialist Comerț
- START UP 4 DIASPORA, POCU/89/3/7/107522 - formator competențe antreprenoriale



## Lista lucrări

CEPTUREANU I. SEBASTIAN - ION

Funcția actuală: Profesor universitar doctor

Instituția: ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE BUCUREȘTI

### **1. Cărți/cursuri publicate în edituri recunoscute**

- 1) Ceptureanu S.I., Ceptureanu E.G. (2018) *Managerial Methodologies*, Editura Universitară, ISBN 978-606-28-0852-5;
- 2) Ceptureanu E.G., Ceptureanu S.I. (2018) *International Comparative Management*, Editura Universitară, ISBN 978-606-28-0853-2;
- 3) Ceptureanu S.I., Ceptureanu E.G., Toader D. (2017) *Entrepreneurship*, Editura ASE, București, ISBN 978-606-340-148-0;
- 4) Ceptureanu S.I. (2016) *Knowledge and knowledge management*, Editura ASE, București, ISBN 978-606-34-0094-0;
- 5) Ceptureanu S.I. (2015) *Intreprenoriatul tinerilor în contextul managementului bazat pe cunoștințe*, Editura ASE, București, ISBN 978-606-505-970-2;
- 6) Verboncu I. (coord.), Nicolescu O., Popa I., Ceptureanu E.G., Ceptureanu S.I. (2011) *Schimbarea organizatională prin reengineering*, Editura ASE, ISBN 978-605-505-513-1;
- 7) Nicolescu O. (coord.) (2011) *Dictionar de Management*, Editura ProUniversitaria, ISBN 978-973-129-882-5;
- 8) Nicolescu O. (coord.), Verboncu I., Popa I., Nicolescu C., Ceptureanu S., Ceptureanu E. (2011) *Valoarea adăugată în IMM-urile din România*, Editura ASE, ISBN 978-605-505-516-2;
- 9) Nicolescu O. (coord.) (2011) *Minidictionar de management, vol. V - Managementul bazat pe cunoștințe*, Editura ProUniversitaria, ISBN 973-129-887-0;
- 10) Nicolescu O. (coord.), Verboncu I., Popa I., Ceptureanu S., Ceptureanu E., Cojohari N. (2009) *Studii de caz din managementul autohton și international*, Editura Universitară, ISBN 978-973-749-547-1;
- 11) Nicolescu, O. (coord.) (2007) *Strategia universității – Metodologie și studii de caz*, Editura Economică, ISBN 978-709-356-1.

### **2. Capitole publicate în volume colective, capitole teoretice redactate**

- 1) Nicolescu O., Lloyd-Reason L. (2015) *Challenges, Performances and Tendencies in Organisation Management* (Ceptureanu S., Ceptureanu E. Analysis of Multinational Companies in Romania), World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., ISBN 978-9-8146-5601-6;
- 2) Nicolescu O., Plesoianu G., Cirstea A.C. (2017) *New Approaches and Tendencies in Entrepreneurial Management* (Ceptureanu S., Ceptureanu E. Change Management and Family Business Development in Romanian SMEs), Cambridge Scholars Publishing, ISBN 978-1-4438-8641-3;
- 3) Borza A., Richter C., Bordean O. (2011) *Entrepreneurship in the Global Economy: Economics, Innovation, Competition and Social Change* (Popa I., Dobrin C., Ceptureanu S., Ceptureanu E. Innovation and Implementation of Information Technology in Romanian SMEs, pp. 65-78), INFER, Royal Docks Business School University of East London, London, United Kingdom, ISBN 978-3-9814-328-0-0;
- 4) Cojanu V., (coord.), Ceptureanu S., Draghici A. (2007) *Integrare și competitivitate : modele de dezvoltare economică în Europa de Sud-Est* (cap. 10), Editura ASE, ISBN 9789-735-9-4901-3.

### **3. Articole care prezintă contribuții științifice originale, în extenso, publicat într-o revistă cotată ISI cu scor absolut de influență (AIS) nenul**

- 1) Ceptureanu, E.G., Ceptureanu, S.I. The impact of adoptive management innovations on medium sized enterprises from a dynamic capability perspective. *TECHNOLOGY ANALYSIS & STRATEGIC MANAGEMENT* 2019, 31(10), 1137-1151, ISSN 0953-7325, DOI 10.1080/09537325.2019.158716;
- 2) Radu, A.M., Orzan, M., Ceptureanu, S.I., Stoica, I. User Satisfaction regarding Healthcare Education Services financed through the European Social Fund. *ECONOMIC COMPUTATION AND ECONOMIC CYBERNETICS STUDIES AND RESEARCH* 2017, 51(1), 89-102, ISSN 0424-267X;
- 3) Ceptureanu, S.I., Ceptureanu, E.G., Murswieck, R.G.D. Perceptions of Circular Business Models in SMEs. An empirical study using ReSOLVE Framework. *AMFITEATRU ECONOMIC* 2018, 20(48), 310-324, ISSN 1582-9146, DOI 10.24818/EA/2018/48/310;

- 4) Ceptureanu, E.G., Ceptureanu, S.I., Luchian, C.E., Luchian, I. Quality management in project management consulting. A case study in an international consulting company. *AMFITEATRU ECONOMIC* 2017, 19(44), 215-230, ISSN 1582-9146;
- 5) Ceptureanu, E.G., Ceptureanu, S.I., Herteliu, C. Evidence regarding external financing in manufacturing MSEs using Partial Least Squares regression. *ANNALS OF OPERATIONS RESEARCH*, ISSN 0254-5330, DOI 10.1007/s10479-019-03291-2;
- 6) Ceptureanu, E.G., Ceptureanu, S.I., Herteliu, C., Cerqueti, R. Sustainable consumption behaviours in P2P accommodation platforms: an exploratory study. *SOFT COMPUTING* 2020, 24(18), 13863-13870, ISSN 1432-7643, DOI 10.1007/s00500-020-04681-6;
- 7) Xiao, L., Dhesi, G., Ceptureanu, E.G., Lin, K., Herteliu, C., Syed, B., Ceptureanu, S.I. Liquidity Transmission and the Subprime Mortgage Crisis: A Multivariate GARCH Approach. *SOFT COMPUTING* 2020, 24(18), 13871-13878, ISSN 1432-7643, DOI 10.1007/s00500-020-04772-4;
- 8) Herteliu, C., Jianu, I., Jianu, I., Bobb, V.C., Dhesi, G., Ceptureanu, S.I., Ceptureanu, E.G., Ausloos, M. Money's importance from the religious perspective. *ANNALS OF OPERATIONS RESEARCH*, ISSN 0254-5330, DOI 10.1007/s10479-019-03488-5;
- 9) Popescu, D., Alexandru, A., Ceptureanu, S.I., Ceptureanu, E.G. Analysis of Nonaka-Takeuchi model in ITC MSEs from Bucharest- Ilfov Region. *STUDIES IN INFORMATICS AND CONTROL* 2018, 27(1), 107-116, ISSN 1220-176, DOI 10.24846/v27i1y201811;
- 10) Popescu, D., Ceptureanu S.I., Alexandru, A., Ceptureanu, E.G. Relationships between Knowledge Absorptive Capacity, Innovation Performance and Information Technology. Case study: the Romanian Creative Industries SMEs. *STUDIES IN INFORMATICS AND CONTROL* 2019, 28(4), 463-475, ISSN 1220-1766, DOI 10.24846/v28i4y201910;
- 11) Ceptureanu, S.I., Ceptureanu, E.G. Community-based healthcare programs sustainability influence on the sustainability of host organizations. A structural equation modeling analysis. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ENVIRONMENTAL RESEARCH AND PUBLIC HEALTH* 2019, 16(20), 4035, ISSN 1660-4601, DOI 10.3390/ijerph16204035;
- 12) Ceptureanu, E.G., Ceptureanu, S.I., Popescu, D. Relationship between entropy, corporate entrepreneurship and organizational capabilities in Romanian medium sized enterprises. *ENTROPY* 2017, 19(8), 412, ISSN 1099-4300, DOI 10.3390/e19080412;
- 13) Ceptureanu, S.I., Ceptureanu, E.G., Marin, I. Assessing the Role of Strategic Choice on Organizational Performance by Jacquemin-Berry Entropy Index. *ENTROPY* 2017, 19(9), 448, ISSN 1099-4300, DOI 10.3390/e19090448;
- 14) Ceptureanu, S.I., Ceptureanu, E.G., Cristescu, M.P., Dhesi, G. Analysis of social media impact on opportunity recognition. A social networks – entrepreneurial alertness mixed approach. *ENTROPY* 2020, 22(3), 343, ISSN 1099-4300, DOI 10.3390/e22030343;
- 15) Ceptureanu, E.G., Ceptureanu, S.I., Popescu, D., Bogdan, V.L. Two stage analysis of successful change implementation of knowledge management strategies in energy companies from Romania. *ENERGIES* 2017, 10(12), 1965, ISSN 1996-1073, DOI 10.3390/en10121965 ;
- 16) Ceptureanu, E.G., Ceptureanu, S.I., Olaru, M., Bogdan, V.L. An exploratory study on coopetitive behavior in oil and gas distribution. *ENERGIES* 2018, 11(8), 1977, ISSN 1996-1073, DOI 10.3390/en11081977;
- 17) Ceptureanu, S.I., Ceptureanu, E.G., Popescu, D., Olaru, M. An exploratory study on knowledge management process barriers in oil industry. *ENERGIES* 2018, 11(8), 1977, ISSN 1996-1073, DOI 10.3390/en11081977;
- 18) Ceptureanu, E.G., Ceptureanu, S. I., Radulescu, V., Ionescu, S. What makes coopetition successful? An inter-organizational side analysis on Critical Success Factors in oil and gas distribution networks. *ENERGIES* 2018, 11(12), 3447, ISSN 1996-1073, DOI 10.3390/en11123447;
- 19) Florescu M., Ceptureanu E.G., Cruceru A. F., Ceptureanu S. I. Sustainable Supply Chain Management strategy influence on Sustainable Supply Chain Management functions in the oil and gas distribution industry. *ENERGIES* 2019, 12(9), 1632, ISSN 1996-1073, DOI 10.3390/en12091632;
- 20) Ceptureanu, S.I., Ceptureanu, E.G., Bogdan, V.L., Radulescu, V. Sustainability perceptions in non-profit organizations: an empirical study using Success Factor Analysis. *SUSTAINABILITY* 2018, 10(2), 294, ISSN 2071-1050, DOI 10.3390/su10020294;
- 21) Ceptureanu S.I., Ceptureanu E.G., Luchian C.E., Luchian I. Community based programs sustainability. A multidimensional approach. *SUSTAINABILITY* 2018, 10(3), 870, ISSN 2071-1050, DOI 10.3390/su10030870;



- 22) Ceptureanu, E.G., Ceptureanu, S.I., Bologa, R., Bologa, R. Impact of competitive capabilities sustainable manufacturing applications in Romanian SMEs from textile industry. *SUSTAINABILITY* 2018, 10(4), 942, ISSN 2071-1050, DOI 10.3390/su10040942;
- 23) Ceptureanu S.I., Ceptureanu E.G., Orzan M.C., Marin I. Toward a Romanian NPOs Sustainability Model: determinants of sustainability. *SUSTAINABILITY* 2017, 9(6), 966, ISSN 2071-1050, DOI 10.3390/su9060966;
- 24) Ceptureanu, E.G., Ceptureanu, S.I., Orzan, M., Bordean, O., Radulescu, V. Empirical study Sustainable Opportunities Recognition. A Polyvinyl Chloride (PVC) Joinery Industry Analysis using Augmented Sustainable Development Process Model. *SUSTAINABILITY* 2017, 9(10), 1779, ISSN 2071-1050, DOI 10.3390/su9101779;
- 25) Bordean, O. N., Rácz, D. S., Ceptureanu, S. I., Ceptureanu, E. G., Pop, Z. C. Gender Diversity and the Choice of Conflict Management Styles in Small and Medium-Sized Enterprises. *SUSTAINABILITY* 2020, 12(17), 7136, ISSN 2071-1050, DOI 10.3390/su12177136;
- 26) Ceptureanu, S. I., Ceptureanu, E. G., Popescu, D., Orzan, O. A. Eco-innovation Capability and Sustainability Driven Innovation Practices in Romanian SMEs. *SUSTAINABILITY* 2020, 12(17), 7106, ISSN 2071-1050, DOI 10.3390/su12177106.

# Curriculum vitae Europass



## Informații personale

Nume / Prenume IOAN-FRANC VALERIU

Adresă(e) Calea 13 Septembrie nr. 13, 050711 București

Telefon(oane) 021-3182438

E-mail(uri) [cide90@gmail.com](mailto:cide90@gmail.com)

Naționalitate(-tăți) română

Data nașterii 21 mai 1949

Sex M

## Locul de muncă actual

- Director general adjunct al Institutului Național de Cercetări Economice „Costin C. Kirilescu” (INCE) – Academia Română;
- Director al Centrului de Informare și Documentare Economică
- Redactor șef al publicațiilor INCE

## Experiența profesională

Perioada 01.12.2001 – prezent:

Funcția sau postul ocupat director general adjunct

## Activități și responsabilități principale

- cercetător științific II-I, Coordonarea generală a programului de cercetare al INCE – Academia Română;
- coordonarea editorială și secretariat științific pentru programul prioritar ESEN (1 și 2); coordonarea științifică a programului Economie și cultură; a proiectului Nicholas Georgescu-Roegen. Opere complete; a Strategiei naționale de dezvoltare durabilă a României (2003-2008); a Raportului anual al dezvoltării umane (PNUD, edițiile 2000-2002);
- redactor-șef al publicațiilor INCE; director al Centrului de Informare și Documentare Economică din 1991;
- coordonator de obiectiv în cadrul Programului Național de Cercetare CERES;
- conducător de doctorat din anul 2003, domeniul economie;
- director de proiect cercetare de excelență „Dezvoltarea durabilă a României în context european și mondial” 2005-2008;
- expert – wg 4, Proiectul de realizare a Strategiei naționale de dezvoltare a cercetării științifice în România 2007-2013;
- Membru al Consiliului director al Fundației Naționale pentru Știință și Artă (din 2000) a Academiei Române;
- Membru în Comisia Consultativă CNATDCU, domeniul economic (din 2004);
- Membru al Consiliului Director al Fundației Patrimoniu a Academiei Române (2005-2010);
- Director al Centrului de Informare și Documentare România-OECD (din 2005).

## Numele și adresa angajatorului

Institutul Național de Cercetări Economice „Costin C. Kirilescu”, București

Perioada 01.01.1990 – 01.12.2000:

	Funcția sau postul ocupat	cercetător științific III
Activități și responsabilități principale		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordonator de proiecte în domeniul valorificării gândirii economice naționale și mondiale; participant ca autor și coautor la proiectele fundamentale și prioritare ale INCE – Academia Română; Schița trecerii la economia de piață în România; Strategia națională de pregătire a aderării României la UE; Strategia Națională de dezvoltare a României pe termen mediu;</li> <li>- Membru fondator al Centrului Pierre Werner de Studii și Documentare România-Luxemburg;</li> <li>- Asistent național program ACE-PHARE.</li> </ul>
Numele și adresa angajatorului		Institutul Național de Cercetări Economice „Costin C. Kirilescu”, București
Perioada		04.12.1979 – 01.06.1989:
Funcția sau postul ocupat		cercetător științific
Activități și responsabilități principale		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordonator de lucrări pentru sisteme informatiche și informaționale în comerțul interior; realizarea sistemului integrat de informare și documentare al ramurii comerț interior, coordonator al părții române în Sistemul Internațional de Informare Științifică și Tehnică pentru Comerț Interior; realizarea primului sistem de descriptori specializat multilingv și a sistemului informatic de exploatare industrială a sa; coordonator al Oficiului de Informare și Documentare pentru Comerț Interior al MCI.</li> </ul>
Numele și adresa angajatorului		Institutul de Economia Comerțului Interior și a Turismului, București
Perioada		04.09.1976 – 01.11.1977:
Funcția sau postul ocupat		economist
Activități și responsabilități principale		Economist, specializarea informatică de gestiune; realizarea de analize de sistem și implementarea de soluții informaticе pentru IBM 360/20 în gestiunea mărfurilor în comerțul interior.
Numele și adresa angajatorului		Institutul de Cercetări Comerciale, București
<b>Experiența în implementarea proiectelor cu finanțare europeană</b>		
Perioada		Aprilie 2014 – octombrie 2015 :
Funcția sau postul ocupat		Manager proiect “Cultura română și modele culturale europene: cercetare, sincronizare, durabilitate”, Contract POSDRU/159/1.5/S/136077, beneficiar Academia Română
Tipul activității sau sectorul de activitate		Coordonarea și monitorizarea activităților proiectului
Funcția sau postul ocupat		Expert, proiectul „Promovarea interesului național prin excelență, competitivitate și responsabilitate în cercetarea științifică”, contract POSDRU - ID 140106, beneficiar Institutul de Economie Mondială
Tipul activității sau sectorul de activitate		Expert pe termen lung
Numele și adresa angajatorului		Academia Română
Perioada		Iulie 2010 – mai 2013:
Funcția sau postul ocupat		Manager proiect, proiectul Școala postdoctorală „Valorificarea identităților culturale în procesele globale” – ID 59758
Numele și adresa angajatorului		Academia Română
Tipul activității sau sectorul de activitate		Coordonarea și monitorizarea activităților proiectului
Perioada		Martie 2010 – februarie 2013:
Funcția sau postul ocupat		Expert, proiectul Școala postdoctorală „Studii postdoctorale în economie: Program de formare continuă a cercetătorilor de elită – SPODE” – ID 61755
Numele și adresa angajatorului		Academia Română

	Perioada	Aprilie 2010 – martie 2013:
Funcția sau postul ocupat		Expert, proiectul Școala postdoctorală „Cercetarea științifică economică, suport al bunăstării și dezvoltării umane în context european - CERBUN” – ID 62988
Numele și adresa angajatorului		Academia Română
<b>Educație și formare</b>		
	Perioada	07.09.2004 – prezent:
Funcția sau postul ocupat		Conducător doctorat, domeniul Economie
	Perioada	01.11.1996 – 23.06.2000:
Calificarea / diploma obținută		Doctorat în economie,
Disciplinele principale studiate / competențe profesionale dobândite		Economie
Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare		Academia Română – Institutul Național de Cercetări Economice „Costin C. Kirilescu”, București
Nivelul în clasificarea națională sau internațională		Doctor în științe economice, domeniul Economie
	Perioada	octombrie 1971 – septembrie 1975:
Calificarea / diploma obținută		Licențiat în științe economice
Disciplinele principale studiate / competențe profesionale dobândite		Comerț interior, marketing
Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare		Academia de Studii Economice București, Facultatea de Comerț Interior
Nivelul în clasificarea națională sau internațională		Învățământ superior
	Perioada	15.09.1967 – 16.06.1969:
Calificarea / diploma obținută		Contabilitate comercială
Disciplinele principale studiate / competențe profesionale dobândite		Contabilitate de gestiune, informatică, organizare comercială
Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare		Grupul Școlar Comercial Postliceal „N. Krejulescu” București
Nivelul în clasificarea națională sau internațională		Contabil, contabilitate de gestiune, planificare
<b>Activitate didactică</b>		
		Profesor asociat la Universitatea „Spiru Haret” Brașov, din 2004 (licență), din 2009 (master)
		Profesor asociat la Școala doctorală, Universitatea „Lucian Blaga” Sibiu (din 2000)
		Visiting Profesor la Universitatea din Trier, Germania (2005)
		Profesor asociat, examinator extern la CODECS ( din 2002)
		Profesor asociat studii doctorale la Universitatea Oradea (din 1996)
<b>Aptitudini și competențe personale</b>		
Limba(i) maternă(e)		română
Limba(i) străină(e) cunoscută(e)		franceză, engleză

**Competențe și aptitudini organizatorice**

- Membru în Colegiul Noii Enciclopedii a României, Academia Română – INCE;
- Membru al Comitetului științific al Enciclopediei panhispanice de științe economice și financiare a Academiei Regale de Științe Economice și Financiare a Spaniei, Barcelona (2012);
- Copreședinte al Celui de al XXVII-lea Congres al Academiei Europene de Management și Gestionarea Afacerilor, București, septembrie 2018;
- Manager Proiect POSDRU Școala postdoctorală „Valorificarea identităților culturale în procesele globale” (2010-2013);
- Manager Proiect „Cultura română și modele culturale europene: cercetare, sincronizare, durabilitate”, Contract POSDRU/159/1.5/S/136077, beneficiar Academia Română;
- Stagiile de pregătire externă la: CFCE Paris; Statec Luxemburg; Ministerul Culturii Luxemburg; Ringier - Rentrop și Stratton Elveția; MC Germania; Academia de Științe a Rusiei, Institutul de Economie Națională Moscova; Academia de Științe a Ucrainei, Kiev; Academia de Științe Economice Chișinău, Republica Moldova; Institutul de Modelare Matematică – Leningrad; Academia Regală Spaniolă de Științe Economice și Financiare, Barcelona; 15th World Congres of the International Economic Association, Istanbul, 2008;
- septembrie 1994, Director al celui de-al III-lea Congres al Academiei Europene pentru Conducerea Întreprinderilor Mici și Mijlocii - AEDEM (cu sediul la Vigo, Spania);
- septembrie 1996 – prezent, Coordonator Proiect, Cooperarea științifică a României cu Republica Moldova;
- septembrie 1999 – octombrie 2004, membru al Consiliului științific al Institutului european din România; Consilier științific consultativ, IER, Studii de impact ale aderării României la UE – proiect PHARE – MIE;
- iunie 2003 – noiembrie 2004, Coordonator național din partea INCE, coautor, Strategia Națională de dezvoltare durabilă a României, Orizont 2025;
- 2016-2018 – Membru în Consiliul interguvernamental pentru upgradarea Strategiei Naționale de Dezvoltare Durabilă a României 2030
- februarie 2000 – mai 2000, Director editorial, Strategia Națională de dezvoltare economică a României pe termen mediu, 2001-2004;
- ianuarie 2001– mai 2002, Coordonator științific și editorial, coautor, Probleme ale integrării României în UE. Cerințe și evaluări. GRANT UE B7-030-ZZ00 24.03.08.15;
- septembrie 1999 – octombrie 2000; ianuarie – septembrie 2001, Coordonator științific și editorial, coautor, ESEN, 1-2 (Evaluarea Stării Economiei Naționale), program fundamental al Academiei Române;
- martie 1995 – iunie 1995, Coordonator științific și editorial din partea INCE, coautor, Strategia Națională de pregătire a aderării României la UE;
- aprilie 1994 – decembrie 1998, Asistent al coordonatorului național pentru programul de training și fellow, Programul ACE – PHARE;
- Membru al Consiliului consultativ pentru cercetare-dezvoltare-inovare (din 2014) al ANCS MEN, președinte al Comisiei pentru Identitate și Economie;
- Managementul cercetării științifice, management editorial, managementul IMM; managementul culturii, înclinații culturale și creative;
- Documentare științifică și tehnică retro și prospectivă.

**Competențe și aptitudini de utilizare a calculatorului**

MS DOS, WINDOWS, P.P.

**Competențe și aptitudini artistice**

Literatură, poezie, traduceri beletристice din limba franceză

**Permis(e) de conducere**

Da, categoria B

## **Distinctiile naționale și internaționale, afiliere profesionale și științifice**

- Membru corespondent al Academiei Române (noiembrie 2018)
- Membru corespondent al Academiei Regale Spaniole de Științe Economice și Financiare – Institutul Spaniei, Barcelona (2021)
- Cavaler al Ordinului Național „Serviciul credincios” al României (01.04.2004)
- Ofițer al Ordinului Național „Pentru merit” al Marelui Ducat de Luxemburg (2006)
- Premiul Academiei Române “P.S. Aurelian” pentru lucrarea “Marketing și cultură”, 1999;
- Membru de Onoare al Academiei Europene de Management și Gestionarea Afacerilor, Madrid-Vigo (2017);
- Membru al Barcelona Economic Network – Academia Regală Spaniolă de Științe Economice și Financiare (2018);
- Membru al consiliului Academic al AFER (din februarie 2018);
- Doctor Honoris Causa al Universității „Lucian Blaga” Sibiu (martie 2012);
- Distincția „Meritul academic” a Academiei Române pentru contribuția remarcabilă la desfășurarea activității științifice a Academiei Române (mai 2013);
- Premiul „Victor Slăvescu” al Academiei Române pentru lucrarea „Despre criză, cu discernământ și fără mânie” (decembrie 2012).
- Distincția „Meritul academic” a AEDEM (2018);
- Distincția „Editorul Anului 2018” acordată de AGER pentru inițiativa de a disponibiliza online lucrările de cercetare economică ale ultimelor decenii, cea mai amplă bibliotecă a tranzitiei la economia de piață în România;
- Premiul Salonului Național de Carte Cluj-Napoca pentru cea mai bună carte economică a anului, respectiv lucrarea “Marketing și cultură”, 1997;
- Medalia comemorativă “Pierre Werner” Luxemburg, 1996;
- Diploma de excelență și Medalia de argint a BNR și Academiei Române pentru Programul “Laureații Nobel în economie și limbajul economic național”, București, 2001;
- Diploma de excelență și Medalia „Personalitatea europeană a anului 2000” pentru contribuția la integrarea României în Uniunea Europeană, conferită de Eurolink - House of Europe, Federation International des Maisons de L'Europe, iunie 2001;
- Distincția culturală a Academiei Române pentru prezență în viața intelectuală românească și atașament față de opera Academiei Române, 2002;
- Diploma Extraordinară „pro egregia Vestra industria ad ampliandum humanam cognitionem”, a Universității Internaționale a Mării Negre, 2002;
- Doctor Honoris Causa al Academiei de Studii Economice a Republicii Moldova (septembrie 2004);
- Președinte executiv al Asociației Române de Marketing – AROMAR (din 2000);
- Secretar general al Comitetului Național Român al Distribuției (CRD), afiliat la AIDA – Bruxelles (din 2000); Vicepreședinte din anul 2019;
- Membru în colegele editoriale a peste 20 de reviste științifice din țară (cotate B+ CNCSIS, indexate în baze de date internaționale) și din străinătate, printre care: Amfiteatrul Economic (ISI); Romanian Journal of Economic Forecasting (ISI), Romanian Economic Review, Calitatea Vieții, Review of General Management;
- Director al revistei Marketing-Management – studii, cercetări, consulting (din 1990);
- Redactor-șef al revistelor: Romanian Journal of Economics (B+), Romanian Economic Review (Academia Română); Caiete Critice (din 2000);
- Președinte executiv al Comisiei de Studii Perspective a Academiei Române (septembrie 2009 – octombrie 2010);
- Diploma de excelență a Asociației Generale a Economiștilor din România pentru promovarea operelor de aur ale cercetării economice românești – Colectia Nicholas Georgescu-Roegen – Opere complete (2010).



**LISTA LUCRĂRILOR ȘTIINȚIFICE PUBLICATE (SELECTIV)**

**A. Cărți și capitole în cărți**

- 1991 – Economia României Secolul XX – noua tranziție la economia de piață: premise istorice și perspective, editor și secretar științific, sub coordonarea acad. Tudorel Postolache, Editura Academiei Române, 896 p.
- 1994 – L’Economie de la Roumanie, XX-ème Siècle, editor și secretar științific, sub coordonarea acad. Tudorel Postolache, Editura Expert, 618 p.
- 1995 – Dicționarul economic și social, A. Gélédan, J. Brémond – versiunea în limba română (coordonare științifică și secretariat editorial, Editura Hatier Paris/Expert București), 424 p.
- 1996 – Nicholas Georgescu-Roegen – opere complete (editor), vol I. – Omul și opera (1996); vol II. – Economia României (1997); vol. III\* – Metoda statistică (1998); vol. III\*\* – Statistică și matematică (1998); vol. IV\* – Economia analitică. Teme și probleme (2000); vol. IV\*\* – Economia analitică. Articole, studii, scrisori (2000); vol. V – Legea entropiei și procesul economic (1996); vol. VI\* – Energia, resursele naturale și teoria economică, Cartea I (2006); vol. VI\*\* – Energia, resursele naturale și teoria economică, Cartea II (2008); vol. VII\* – Epistemologia roegeniană, Cartea I (2009); vol. VII\*\* – Epistemologia roegeniană, Cartea II (în curs de apariție), Colecția Biblioteca Băncii Naționale, București, România.
- 1997 – Marketing și cultură (coautor), Premiul „P.S. Aurelian“ al Academiei Române (1999) și Premiul O. Goga al Salonului Național de carte Cluj-Napoca, 1997, Editura Expert, 218 p.
- 1999 – Tehnologie comercială. Producție, distribuție, consum (coautor), Editura Expert, 319 p.
- 1999 – Un proiect deschis: Evaluarea Stării Economiei Naționale – Raport 1999, septembrie, Grupul de reflecție Evaluarea Stării Economiei Naționale al Academiei Române;
- 2000 – Raportul Național al dezvoltării umane, România 2000 (coautor și coordonare editorială), PNUD, Editura Expert, 154 p.
- 2000 – Un proiect deschis: Evaluarea Stării Economiei Naționale. Documente, Academia Română, Centrul Român de Economie Comparată și Consens, București, 150 p.
- 2000 – Managementul culturii. Universul rural (coautor și coordonator), editura Expert, 248 p.
- 2000 – Marketing – Evoluții, experiențe, dezvoltări conceptuale (coautor), Editura Expert, 230 p.
- 2000 – Laureații Nobel pentru economie, 1990-1999, în Probleme economice, nr. 9-10/2000, CIDE, 96 p.
- 2000 – Laureații Nobel pentru economie, 1980-1989, în Probleme economice, nr. 17-18/2000, CIDE, 102 p.
- 2000 – Laureații Nobel pentru economie, 1969-1979, în Probleme economice, 21-22/2000, CIDE, 86 p.
- 2000 – Prezentare de ansamblu a contribuțiilor științifice ale INCE, 1990 – mai 2000, în Caietele Grupului ESEN, Academia Română, București, 2000, 486 p.
- 2001 – Laureații Nobel în economie, Discursuri de recepție, coord. T. Postolache și M. Isărescu, Academia Română, Centrul Român de Economie Comparată și Consens, București, vol. 1, 350 p.; vol. 2, 364 p., 2006; vol. 3, 228 p., 2007; vol. 4, 198p., 2009.
- 2001 – Marketing. Crestomație de termeni și concepte (coautor), Editura Expert, ediția a II-a, revăzută (2002) 320 p., ediția a treia, completată, 346 p. (2004).



- 2002 – Hommage à Pierre Werner, CEDROMLUX, Bucureşti-Luxemburg, 96 p. O cronică a lansării volumului a fost consemnată de Luxembourger Wort, 26.09.2002, cu referințe și la Conferința cu tema Pierre Werner dans la vie academique de Roumanie, susținută în 27.09.2002 la Biblioteca Națională din Luxemburg.
- 2002 – Societatea Informațională – Societatea Cunoașterii. Strategii și soluții pentru România (coautor), sub coordonarea Acad. F. Filip, Editura Expert, București. Studiu realizat (coautor), pp. 285-301 - "România în fața unei mari dileme: Societatea Informațională – Societatea Cunoașterii vs. suprapopulația agricolă și economia de subzistență.
- 2002 – Marketing. Premise și provocări ale economiei înalt competitive (coautor), Editura Expert, București, 550 p. (o ediție adăugată și completată în 2010)
- 2002 – București – Capitală de anvergură europeană. Studiu prospectiv de strategie, Partea I, 300 p., Colecția Biblioteca Oamenilor de Afaceri, Nr. 61, Camera de Comerț și Industrie a României și a Municipiului București
- 2002 – Competitivitatea agriculturii și integrarea în UE, în ESEN – 2, grant al Delegației UE în România, INCE, Academia Română, vol. 24, iunie 2002, 98 p.
- 2003 – Acțiunea și sistemul lumii, Thierry de Montbrial (editor), Editura Expert, București, 438 p.
- 2003 – Nicolae Bălcescu – rațiune și trăire eroică a înnoirii (coautor), Editura Expert, București, 224 p.
- 2003 – Agricultura între restricțiile comerciale globale și politicile comunitare (coautor), Editura Expert, CRECC, 130 p.
- 2003 – Modele de agricultură și politici agricole, în Probleme economice, nr. 47/2003, CIDE, 34 p.
- 2004 – Cincisprezece ani care au zguduit lumea – de la Berlin la Bagdad (editor), Thierry de Montbrial, Editura Expert, București, 448 p.
- 2004 – Antologie de literatură luxemburgheză de limba franceză, Editura Expert, București, 290 p.
- 2004 – Cultură, culte, cinematografie și protecția dreptului de autor, Maria Moldoveanu, Delia Mucică, Valeriu Ioan-Franc, Constantin Ciutacu, Probleme economice nr. 132-133, Editura CIDE, 88 pag.
- 2004 – România și Republica Moldova. Potențialul competitiv al economiilor naționale (editor și coautor), Editura Expert, vol. I și II, 1284 p.
- 2004 – Strategia Națională de dezvoltare durabilă a României – Orizont 2025 (2003-2004), Comisia Națională Permanentă de Elaborare a Strategiei de Dezvoltare Durabilă a României „Orizont 2025”, București;
- 2004 – Strategia Națională de dezvoltare durabilă a României – Orizont 2025 (2003-2004) - Anexe, Comisia Națională Permanentă de Elaborare a Strategiei de Dezvoltare Durabilă a României „Orizont 2025”, București;
- 2004 – Contribuții la Strategia Națională de dezvoltare durabilă a României – Orizont 2025. Viziune și gândire strategică în domeniul dezvoltării durabile, Ghid-sinteză, Administrația Prezidențială, PNUD, București;
- 2005 – Economia distribuției (coautor), Editura Expert, București, 286 p.
- 2005 – Cultură, culte, industrie culturală – principii, obiective strategice, direcții de acțiune 2007-2013, Probleme economice nr. 168-169-170, Editura CIDE, 146 p.
- 2005 – Migrația forței de muncă și dezvoltarea durabilă a României (coautor), Editura Expert, 226 p.
- 2005 – Analiza comparativă a strategiilor actuale europene ale CDI (coautor), Raport intermediar.

- 2006 – Transferul tehnologic și investițiile – priorități ale dezvoltării durabile (coautor), Editura CIDE, 120 p.
- 2006 – Dezvoltarea durabilă și responsabilitatea instituțională (coordonator și coautor), Editura CIDE, 100 p.
- 2006 – Turism și cultură, în Proiecte inovative performante pentru turismul durabil, Editura Universității „Petru Maior” Tg. Mureș, pp. 14-39.
- 2006 – Cadrul metodologic și aplicațional pentru elaborarea Strategiei Naționale CDI pe baza rezultatelor exercițiului național de Foresight (coautor)
- 2008 – Operaționalizarea transferului de cunoaștere și competitivitatea sectorului distribuției bunurilor de larg consum, în Probleme economice nr. 307-308, Editura CIDE, pp. 1-50
- 2008 – Economy and consensus. Between James Buchanan's academicism and Pierre Werner's pragmatism, în Messenger of the International Nobel Economic Forum, Dnepropetrovsk, pp. 378-382.
- 2009 – Faith and Economy, în Mélange en hommage à Jean-Claude Deschamps, Editura Bibliotheca, pp. 279-302
- 2009 – Metodică în cercetarea științifică (coautor), Editura Expert, București, 228 pagini
- 2009 – The Strathegy for the Sustainable Development of Șercaia – Brașov County – România (coautor), ISBN 978-973-739-800-0 (ed. electronică), 226 p., Editura CRFCAPL Sibiu
- 2009 – The Strathegy for the Sustainable Development of Mândra – Brașov County – România (coautor), ISBN 978-973-739-803-1 (ed. electronică), 224 p., Editura CRFCAPL Sibiu
- 2009 – The Strathegy for the Sustainable Development of Șinca Nouă – Brașov County – România (coautor), ISBN 978-973-739-802-4 (ed. electronică), 210 p., Editura CRFCAPL Sibiu
- 2009 – The Strathegy for the Sustainable Development of Comăna – Brașov County – România (coautor), ISBN 978-973-739-804-8 (ed. electronică), 196 p., Editura CRFCAPL Sibiu
- 2009 – The Strathegy for the Sustainable Development of Pârău – Brașov County – România (coautor), ISBN 978-973-739-805-5 (ed. electronică), 282 p., Editura CRFCAPL Sibiu
- 2009 – The Strathegy for the Sustainable Development of Șinca – Brașov County – România (coautor), ISBN 978-973-739-801-7 (ed. electronică), 196 p., Editura CRFCAPL Sibiu
- 2009 – Strategia de dezvoltare durabilă a Comunei Voila, județul Brașov (coautor), ISBN 978-973-739-799-7 (ed. electronică), 216 p., Editura CRFCAPL Sibiu
- 2009 – Strategia de dezvoltare durabilă a Comunei Recea, județul Brașov (coautor), ISBN 978-973-739-796-6 (ed. electronică), 226 p., Editura CRFCAPL Sibiu
- 2009 – Strategia de dezvoltare durabilă a Comunei Lisa, județul Brașov (coautor), ISBN 978-973-739-797-3 (ed. electronică), 218 p., Editura CRFCAPL Sibiu
- 2009 – Credință și economie, ISBN 978-973-618-205-1, 228 p., Editura Expert, București
- 2009 – Relațiile economice UE-Rusia, ISBN 978-973-159-075-2, 104 p., CIDE-INCE, Academia Română, București
- 2010 – Despre criză, fără mânie și cu discernământ, ISBN 973-618-222-3, 276 pagini, Editura Expert, București
- 2010 – Marketing strategic, ISBN 978-973-618-241-9, 216 pagini, Editura Expert, București

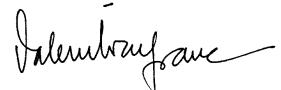
- 2011 – The impact of the economic crises on culture in Romania (coautor), în Nonlinear views on the economic crisis, editor Mircea Malița, ISBN 978-973-618-288-4, 19 pagini, Editura Expert, București
- 2012 – Credință și economie, ediția a II-a, cu un Cuvânt înainte de Radu George Serafim, ISBN 978-973-618-295-2, 234 pagini, Editura Expert, București
- 2013 – Spre o monedă globală, volumul I, Preliminarii, ISBN 978-973-618-306-5, Editura Expert, București
- 2014 – Spre o monedă globală, volumul II, Calea posibilă, ISBN 978-973-618-387-4, Editura Expert, București
- 2014 – Laureații Nobel în Economie. Bibliografii semnificative, CIDE, Academia Română, ISBN 978-973-159-176-6
- 2015 – La reconfiguration de la vision stratégique de l'Union Européenne dans le contexte mondial, în: Ciencia y realidades económicos: reto del mundo postcrisis a la actividad investigadora. Editura RACEF, Barcelona, Spania, ISBN 978-84-608-4241-5, pp. 35-56
- 2015 – Spre o monedă globală, volumul III, Realități și constrângeri, cu un Cuvânt înainte de acad. Mugur Isărescu, ISBN 978-973-618-306-5, Editura Expert, București
- 2015 – Institutul Național de Cercetări Economice 1990-2010, colecția Tezaur, vol. B1, CIDE, ISBN 978-973-159-179-7
- 2016 – Economie urbană și regională. Noi provocări, noi practici, Editura Bibliotheca, Târgoviște, ISBN 978-606-772-017-4
- 2016 – Les conjonctures de la mondialisation, în: El comportamiento de los actores económicos ante el reto del futuro, Editura RACEF, Barcelona, Spania, ISBN 978-84-617-8226-0, pp. 69-94
- 2017- Bibliografie economică românească, 1918-1947 (coordonator), 1885 p., Editura Centrul de Informare și Documentare Economică Economică – Institutul Național de Cercetări Economice „Costin C. Kirițescu”, Academia Română, ISBN 918-973-159-225-1
- 2017 – Publicistica economică românească, 1918-1947 (coordonator), 1146 p., Editura Centrul de Informare și Documentare Economică Economică – Institutul Național de Cercetări Economice „Costin C. Kirițescu”, Academia Română, ISBN 918-973-159-224-4
- 2018 – România și adoptarea euro, 304 p., Editura Centrul de Informare și Documentare Economică – Institutul Național de Cercetări Economice „Costin C. Kirițescu”, Academia Română, ISBN 978-973-159-222-0
- 2018 – România în globalizare, 462 p., Editura Centrul de Informare și Documentare Economică – Institutul Național de Cercetări Economice „Costin C. Kirițescu”, Academia Română, ISBN 978-973-159-222-0
- 2018 – Valoriser les identités nationales dans les processus globaux, în: El reto de la prosperidad compartido. Papel de las tres culturas ante el siglo XXI, Editura RACEF, Sevilla, Spania, ISBN 978-84-09-02894-8, pp. 109-118
- 2018 – Gouvernance globale et Intégration Européenne vs Inégalité globale et Polarisation économique, în: Las nuevas áreas del poder económico mundial, Editura RACEF, Barcelona, Spania, ISBN 978-84-09-01156-8, pp. 229-261
- 2018 – Comerțul interior, în: Economia României după Marea Unire, vol. II, Economia sectorială, Editura Academiei Române, ISBN 978-973-27-2917-5, pp. 415-436

- 2018 – Cercetarea economică în România, Economia sectorială, Editura Academiei Române, ISBN 978-973-27-2917-5, pp. 408-464
- 2019 – Economiști membri ai Academiei Române, Centrul de Informare și Documentare Economică, Academia Română
- 2019 – Une seule Europe, unie pour les prochaines générations d'Européens. Quelques questions qui nous inquiètent, în: Complejidad Económica: Una Peninsula Iberica mas unida para una Europa mas forte, RACEF, Barcelona, Spania, ISBN 978-84-09-12599-9, pp. 201-240
- 2020 – Resetarea ordinii economice mondiale. Pandemia, noua față întunecată a globalizării, Faza I – aprilie/mai 2020 - Abordări de geoeconomie: România postpandemie – viziunea 2040 – și destinul viitoarei Uniuni Europene, 90 p., Academia Română
- 2020 – Practici și exigențe în scrierea lucrărilor științifice, 204 p., Editura Expert, ISBN 978-973-618-432-1
- 2020 – Les âgées entre le droit aux loisir et la marginalisation sociale, în: La Vejez: conocimiento, vivencia y experiencia, Editura RACEF, Barcelona, Spania
- 2020 – Treating business ethics as an intangible asset, în: Harnessing Tangible and Intangible Assets in the context of European Integration and Globalization: Challenges ahead, ESPERA 2019, Editura Peter Lang Academic Publishing Group, Germania
- 2020 – Reconfiguration of Globalization. Relevant Issues in Romania, Harnessing Tangible and Intangible Assets in the context of European Integration and Globalization: Challenges ahead, ESPERA 2019, Editura Peter Lang Academic Publishing Group, Germania
- 2021 – La crise d'après les crises. La crise de l'Humanité?, în: La nueva economía después del SARS-COV-2. Realidades y revolución tecnológica, Editura RACEF, Barcelona, Spania
- 2021 – Reconfiguration of Globalisation: Relevant Issues for Romania, în: Harnessing Tangible and Intangible Assets in the Context of European Integration and Globalisation. Challenges Ahead, ESPERA 2019, vol. I, Editura Peter Lang Academic Publishing Group, Germania
- 2021 – Pandemia, o altă față întunecată a globalizării, în: Pandemia – constrângeri și oportunități economice, Editura Academiei Române
- 2021 – Pandemia - lecții „deocamdată” învățate, în: Pandemia – constrângeri și oportunități economice, Editura Academiei Române
- 2022 – Ne jouons plus au Dieu!, în: Economic and technological solutions to the degradation of the planet's ecosystem, Editura RACEF, Barcelona, Spania
- 2022 – Motivation „after work”: the right to retire versus the right „not to retire”, în: ESPERA 2021, Editura Springer Verlag Nature, Elveția



## **B. Articole și studii publicate în reviste cu recunoaștere națională și internațională (selectiv)**

- 1999 – Parteneriat consommateur – Entreprise Productrice, în Romanian Economic Review, Revue Roumaine des Sciences Economiques, nr. 1-2/1999, Editura Academiei Române
- 2003 – The Evaluation of the Economic Research Works. A Relevance Indicator, Romanian Journal of Economic Forecasting (ISI) nr. 3/2003, Editura Expert, București.
- 2004 – Globalizare și identitate culturală (I+II), Caiete critice, FNSA, nr. 4(198)/2004, pp. 91-94 și nr. 5 (199)/2004), pp. 62-70
- 2004 – 6 octombrie 2004, Caiete critice, FNSA, nr. 8(202)/2004, pp. 1-2
- 2004 – Cultura și dezvoltarea durabilă, Caiete critice, FNSA, nr. 9(203)/2004, pp. 1-2
- 2004 – Centenarul Joseph M. Juran, Caiete critice, FNSA, nr. 10(204)/2004, pp. 56-62
- 2004 – Evaluarea activității de cercetare: între virtuți și slăbiciuni, Caiete critice, FNSA, nr. 12(206)/2004, pp. 65-70
- 2005 – Luceafărul, o altă lectură, Caiete critice, FNSA, nr. 6(212)/2005, pp. 44-49
- 2005 – Mutations in the Distribution Structure at the International Level, Amphiteatru economic, ASE, 7(17), pp. 9-20 (REPEC)
- 2007 – Cultural tourism and Sustainable Development, în Romanian Journal of Economic Forecasting (ISI) nr. 1/2007, pp. 89-96
- 2007 – Another Rhetoric Concerning Europe: Integration Versus Accesion, în: Romanian Economic Review nr. 51-52/2007, pp. 91-104
- 2007 – Succesul managerial. O aplicație în domeniul silvic, în Marketing-Management nr. 1-2, pp. 142-147
- 2007 – Politica europeană de concurență, în: Marketing-Management nr. 1-2, pp. 153-156
- 2007 – Reengineering-ul în întreprinderea de telecomunicații, în: Marketing-Management nr. 3, pp. 234-240
- 2007 – Contribuții la dezvoltarea teoriei și practicii managementului performanței la cooperativele de credit, în: Marketing-Management nr. 4, pp. 314-320
- 2007 – Managementul cunoașterii în economia conversației, în: Marketing-Management nr. 5-6, pp. 328-343
- 2007 – Strategii de dezvoltare și integrare a serviciilor educaționale din România, în contextul pieței globalizate a forței de muncă, în: Marketing-Management nr. 5-6, pp. 451-457
- 2007 – Creștinism și dezvoltare economică (I), în Caiete critice, nr. 1-2, pp. 101-116.
- 2007 – Creștinism și dezvoltare economică (II) – Economicul biblic, în Caiete critice, nr. 8-9, pp. 104-118.
- 2007 – Creștinism și dezvoltare economică (III). Creștinismul și performanța economică, în: Caiete Critice nr. 11-12, pp. 117-123
- 2007 – Integrare versus aderare. O retorică Tânără asupra Europei, în Integrariada necenzurat. Factori psihologici ai mondializării, Editura Expert, pp. 9-37.
- 2008 – Economic and social challenges in a global environment. Labour market changes in Romania. Factors, causes, adjustment mechanisms (coautor) în: Revista Română de Economie (REPEC), nr. 1/2008, pp. 87-90
- 2008 – Societatea informațională și organizarea logisticii mărfurilor, Marketing-Management nr. 1-2, pp. 38-51



- 2008 – Impactul marketingului ecologic asupra întreprinderilor românești, Marketing-Management nr. 1-2, pp. 158-160
- 2008 – Employment and Welfare, în Romanian Journal of Economics (REPEC), nr. 2, pp. 19-39
- 2008 – Mecanismul de adaptare și strategii de ajustare a politicilor sociale în România, în Analele Academiei de Studii Economice din Moldova, vol. IV, Chișinău, pp. 15-41
- 2008 – Creștinism și dezvoltare economică (IV) – Virtuile – resurse ale performanței, în Caiete critice, nr. 3-4-5, pp. 144-157.
- 2008 – Creștinism și dezvoltare economică (V) – Progresul în credință confirmă progresul economic, în Caiete critice, nr. 6-7, pp. 97-106.
- 2008 – Integrarea sistemului vamal al României în sistemul vamal al UE. Strategii vamale postaderare, în Marketing-Management – studii, cercetări, consulting nr. 3-4, pp. 305-311.
- 2008 – Dezvoltarea turismului rural din perspectiva formării și perfecționării profesionale a resurselor umane, în Marketing-Management – studii, cercetări, consulting nr. 3-4, pp. 312-320.
- 2008 – Cursul de schimb și perspectiva aderării la euro, în Marketing-Management – studii, cercetări, consulting nr. 5-6, pp. 472-475.
- 2008 – Marketingul serviciilor finanțier-bancare, în Marketing-Management – studii, cercetări, consulting nr. nr. 5-6, pp. 476-480.
- 2009 – Responsiveness of Health Systems; a Barometer of the Quality of Health services, în Amfiteatru economic (ISI, Econlet, RePec, IBSS), ISSN 1582-9146, nr. 26, pp. 277-287
- 2009 – Knowledge Management in Conversation Economy, în Romanian Economic Review, Academia Română, nr. 1-2, Tom 58, pp. 33-50
- 2009 – Societatea informațională și organizarea logisticii mărfurilor, în Marketing-Management – studii, cercetări, consulting nr. 1-2(103-104), pp. 38-50
- 2009 – Politica monetară europeană din perspectiva integrării României în Uniunea Europeană, în Marketing-Management – studii, cercetări, consulting nr. 1-2(103-104), pp. 153-157
- 2009 – Integrarea marketingului ecologic asupra întreprinderilor românești, în Marketing-Management – studii, cercetări, consulting nr. 1-2(103-104), pp. 158-160
- 2009 – Repères de la planification stratégique soutenable en Roumanie, în Romanian Journal of Economics nr. 1(37), pp. 195-200, ISI, B+, RePEC, EBSCO, DOAJ, COPERNICUS
- 2009 – The quality of commercial services – a barometer of the competitive advantage of the Distribution channel members, în: Analele Universității Oradea, Seria IV, Marketing, ISSN 1582-5450, Tom XVIII, pp. 840-845 (B+, REPEC)
- 2009 – Ajutoarele de stat, instrument de stimulare a inovării în UE, în Revista Română a Inovării, nr. 5, ISSN 1844-8356 (ISI, REPEC)
- 2009 – Provocări pentru managementul marketingului în timp de criză. La ora judecărilor înțelepte bazate pe valoare și logică, în Marketing-Management – studii, cercetări, consulting nr. 3-4 (111-112), pp. 169-184, ISSN 1222-9105 (REPEC)
- 2009 – Contribuții la dezvoltarea teoriei și practicii în managementul inovațional, în Marketing-Management – studii, cercetări, consulting nr. 3-4 (111-112), pp. 309-313, ISSN 1222-9105 (REPEC)
- 2009 – Dezvoltarea durabilă a unei organizații industriale, în Marketing-Management – studii, cercetări, consulting nr. 3-4 (111-112), pp. 314-320, ISSN 1222-9105 (REPEC)

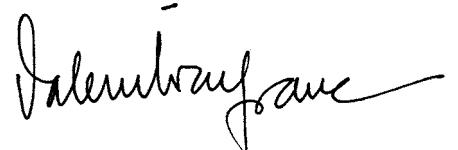
- 2009 – Motivația opțiunii pentru studiul interdisciplinar al sistemului cultural (coautor), în Marketing-Management – studii, cercetări, consulting nr. 5-6 (113-114), pp. 347-353, ISSN 1222-9105 (REPEC)
- 2010 – Some Opinions on the Relation between Security Economy and Economic Security (coautor), în Romanian Journal of Economics nr. 2(40), pp. 129-159, ISI, B+, RePEC, EBSCO, DOAJ, COPERNICUS
- 2011 – Management benchmarks of cultural policies (coautor), în Romanian Journal of Economics nr. 2(42), pp. 75-89, ISI, B+, RePEC, EBSCO, DOAJ, COPERNICUS
- 2011 – The Impact of Economic Crisis on Culture (coautor), în Review of General Management nr. 14(2), pp. 15-35, B+, RePEC, CEEOL, COPERNICUS, Cabell Publishing, Ulrich's PD, EBSCO
- 2011 – Quelques notes sur l'évaluations économiques des programmes culturels, în Caiete Critice, Academia Română, nr. 11, pp. 63-67
- 2012 – New investment strategy of transnational corporations (coautor), în Review of General Management nr. 15(1), pp. 68-84, B+, RePEC, CEEOL, COPERNICUS, Cabell Publishing, Ulrich's PD, EBSCO.
- 2012 – Organizational Behaviour in the Knowledge – Based Economy. A Romanian Context Approach (coautor), în Romanian Journal of Economics, nr. 2(43), 18 p., ISSN 1220-5567.
- 2012 – The Republic of Moldova on the Path of Transformation: Socio-Umanistic Aspects, în Romanian Journal of Economics, nr. 1(43), pp. 248-252, ISSN 1220-5567.
- 2012 – Crisis, Globalisation and Economic Security (coautor), în curs de apariție în Review of General Management, nr. 16(2), 15 p.
- 2012 – Evoluții geoconomice și geoștiințifice în Europa postcriză (coautor), în curs de apariție în Romanian Journal of Economics, nr. 2(44), 26 p., ISSN 1220-5567.
- 2013 – Cultură cu economie, Caiete critice nr. 10(300)/2012, p. 7-8, ISSN 1220-6350(paper); 2285-5041 (online), apărut ianuarie 2013.
- 2013 – Se impune o nouă ordine economică internațională (I) - Considerente istorice și filosofice (coautor), Caiete critice nr. 11(301)/2012, p. 71-76, 1220-6350(paper); 2285-5041 (online), apărut februarie 2013.
- 2013 – Se impune o nouă ordine economică internațională (II)- 30 noiembrie 2011 (coautor), Caiete critice nr. 12(302)/2012, p. 52-57, ISSN 1220-6350 (paper); 2285-5041 (online), apărut martie 2013.
- 2013 – „Experimental” EURO (coautor), Caiete critice nr. 1(303)/2013, p. 66-75, ISSN 1220-6350 (paper); 2285-5041 (online).
- 2013 – Guvernanța euro și paradigma postcriză (coautor ), Caiete critice nr. 2(304)/2013, p. 62-80, ISSN 1220-6350 (paper); 2285-5041 (online).
- 2013 – Valențele preocupante ale crizei EURO (coautor), Caiete critice nr. 3(305)/2013, p. 71-80, ISSN 1220-6350 (paper); 2285-5041 (online).
- 2013 – Politica monetară și criza datorilor suverane din perspectivă geopolitică (coautor), Caiete critice Nr. 7(309), 2013, p. 71-80, ISSN 1220-6350(paper); 2285-5041 (online).
- 2013 – A new international economic order. Challenges for future theoretical and practical debates (coautor), Revista Română de Economie, anul XXII, vol. 35, Nr. 2 (44)/2012, apărut ianuarie 2013, ISSN 1220-5567.
- 2013 – Central Banks and the Crisis (coautor), Revista Română de Economie, anul XXIII, vol. 36, Nr. 1 (45)/2013, p. 85-92, ISSN 1220-5567.



- 2013 – Enseigner à l'europeenne, în Caiete critice, 10(312), 2013, pag. 56-61, ISSN 1220-6350 (paper); 2285-5041 (online).
- 2014 – The First International Conference “Economic Scientific Research – Theoretical, Empirical and Practical Approaches 2013”, în: Procedia Economics and Finance (ISI), ISSN 2212 – 5671, vol. 8, pp.1-10.
- 2014 – Globalizarea – o realitate a timpului nostru, în Caiete Critice Nr.1, FNSA, ISSN 1220 – 6350, pp.70-76.
- 2014 – Repozitionări ale actorilor economici, în Caiete Critice Nr.12, FNSA, 1220 – 6350, pp.66-72.
- 2014 – A Model of Assessment of Internal Disparities in the Development of Healthcare Services in Romania, în Review of General Management Nr.1, pp. 29-42, B+, RePEC, CEEOL, COPERNICUS, Cabell Publishing, Ulrich s PD, EBSCO
- 2015 – The Second International Conference “Economic Scientific Research – Theoretical, Empirical and Practical Approaches 2014”, în: Procedia Economics and Finance (ISI), ISSN 2212 – 5671, vol. 22, pp. 1-10.
- 2015 – Crisis, Globalisation, Global Currency, în Procedia Economics and Finance (ISI), ISSN 2212 – 5671, vol. 22, pp. 479-485.
- 2015 – Integrated Urban Governance: A New Paradigm of Urban Economy, în Procedia Economics and Finance (ISI), ISSN 2212 – 5671, vol. 22, pp. 699-705.
- 2015 – Oui, il y a deux Europes, în Caiete Critice Nr. 2, FNSA, ISSN 1220 – 6350, pp. 70-80.
- 2015 – Resetarea viziunii strategice a UE în actualul context global și european, în Caiete Critice Nr. 4, FNSA, ISSN 1220 – 6350, pp. 69-80.
- 2016 – L’Européanisation de la Roumanie – un acte de recherché académique, în La Science est-elle une dimension de l’identité européenne?, Penser l’Europe, 2015, ISBN 978-606-555-1381.
- 2017 – România și adoptarea euro. Oportunitățile momentului, în Caiete Critice, nr. 12, FNSA, ISSN 1220 – 6350, pp. 24-35.
- 2017 – Dezbaterea publică: liant și aliat al adoptării euro, în Caiete Critice, nr. 11, FNSA, ISSN 1220 – 6350, pp. 23-39.
- 2017 – Momentul european al României, în Economistul, nr. 11(285), pp. 66-70.
- 2017 – România și adoptarea euro. Opinii provocante sau preocupante?, în Caiete Critice, nr. 10, FNSA, ISSN 1220 – 6350, pp. 14-19.
- 2017 – Un deceniu de la aderarea României la Uniunea Europeană, în Caiete Critice, nr. 3, FNSA, ISSN 1220 – 6350, pp. 11-22.
- 2018 – Consolidarea convergenței economice și monetare a României cu Uniunea Europeană – un demers necesar, în Academica, Editura Academiei Române, nr. 333-334, ISSN 1220 – 5737, pp. 38-61.
- 2019 – Ordinea economiei mondiale. Exerciții de resuscitare (II), în Caiete Critice, 9, pp. 72-80.
- 2019 – Ordinea economiei mondiale. Exerciții de resuscitare (I), în Caiete Critice, 5, pp. 24-33.
- 2019 – Zona Euro. Consecințele pasului bătut pe loc (I), în Economistul, 9 (307), pp. 46-50.
- 2019 – România și Uniunea Europeană. Euro după 20 de ani: între teorie și pragmatism (I), în Academica, nr. 348-349 (10-11), pp. 94-98.
- 2019 – Zona Euro. Consecințele pasului bătut pe loc (II), în Economistul, 10 (308), pp. 38-42.

- 2019 – România și Uniunea Europeană. Euro după 20 de ani: între teorie și pragmatism (II), în Academica, nr. 350 (12), pp. 80-84.
- 2020 – România și Uniunea Europeană. Euro după 20 de ani: între teorie și pragmatism (III), în Academica, nr. 351-352 (13-14), pp. 71-84.
- 2020 – Threatening business ethics as an intangible asset, Proceeding Conferința internațională ESPERA 2019, pp. 1-8.
- 2020 – Reconfiguration of Globalization. Relevant Issues in Romania, Proceeding Conferința internațională ESPERA 2019, pp. 1-21.
- 2020 – Informarea și documentarea economică. Bază a construcției unui program național de creștere a competitivității companiilor românești, Proceeding Conferința internațională ESPERA 2019, pp. 1-14.
- 2021 – The Profound Nature of Linkage Between the Impact of the Use of Artificial Intelligence in Retail on Buying and Consumer Behavior and Consumers' Perceptions of Artificial Intelligence on the Path to the Next Normal, în Amfiteatru Economic, Editura ASE, nr. 56, pp. 9-32.
- 2021 – The Crisis After the Crisis – Resilience or Reset?, în Amfiteatru Economic, Editura ASE, nr. 58, pp. 864-874.
- 2021 – Încotro gândirea economică?, în: Caiete Critice, FNSA, Academia Română, nr. 3-4.
- 2022 – Major Shifts in Sustainable Consumer Behaviour in Romania and Retailers in Agilely Adapting to it, în: Sustainability nr. 14.
- 2022 – A prolonged divorce between economists and politicians, în: Working Papers, Institutul Național de Cercetări Economice „Costin C. Kirilescu”, ISSN: 2285 – 7036 NIER – CEID, pp. 3-17.

Prof. Dr. Dr. H.C. Valeriu IOAN-FRANC





# Curriculum vitae Europass

## Informații personale

Nume / Prenume

Adresă

Telefon

E-mail

**MUSTAȚĂ J. MARINEL-ADI**

0756160877

mustata\_a@yahoo.com

Cetățenie

Română

Stare civilă

Căsătorit

Data nașterii

26.01.1982, Craiova

## Experiență profesională

Perioada

01.07.2022-prezent

Funcția sau postul ocupat

Directorul Școlii Doctorale Interdisciplinare

Activități și responsabilități principale

Gestionarea fluxurilor administrative specifice studiilor doctorale

Numele și adresa angajatorului

Universitatea Națională de Apărare „Carol I”

Tipul activității sau sectorul de activitate

Învățământ superior

Perioada

15.06.2020-30.06.2022

Funcția sau postul ocupat

Prodecan pentru cercetare științifică al Facultății de Securitate și Apărare

Activități și responsabilități principale

Activități de gestionare a cercetării științifice

Numele și adresa angajatorului

Universitatea Națională de Apărare „Carol I”

Tipul activității sau sectorul de activitate

Învățământ superior

Perioada

01.10.2021-prezent

Funcția sau postul ocupat

Profesor universitar, conducător de doctorat

Activități și responsabilități principale

Activități didactice în învățământul superior ( Metodologia cercetării științifice, Managementul cunoașterii, Managementul proiectelor și programelor, Etică și integritate academică)

Numele și adresa angajatorului

Universitatea Națională de Apărare „Carol I”

Tipul activității sau sectorul de activitate

Învățământ superior

Perioada

01.10.2017-30.09.2021

Funcția sau postul ocupat

Conferențiar universitar și șef comisie didactică

Activități și responsabilități principale

Activități didactice în învățământul superior ( Metodologia cercetării științifice, Managementul cunoștințelor, Managementul proiectelor și programelor)

Numele și adresa angajatorului

Universitatea Națională de Apărare „Carol I”

Tipul activității sau sectorul de activitate

Învățământ superior

Perioada

2013-2017

Funcția sau postul ocupat

Activități didactice în învățământul superior ( Metodologia cercetării științifice, Managementul cunoștințelor, Managementul proiectelor și programelor)

Numele și adresa angajatorului

Universitatea Națională de Apărare „Carol I”

Tipul activității sau sectorul de activitate

Învățământ superior

Perioada

2012-2013

	Funcția sau postul ocupat	Instructor superior
	Activități și responsabilități principale	Activități didactice în învățământul superior (Managementul proiectelor și programelor & Pregătirea economiei și teritoriului pentru apărare)
	Numele și adresa angajatorului	Universitatea Națională de Apărare „Carol I”
Tipul activității sau sectorul de activitate		Învățământ superior
	Perioada	2009-2012
	Funcția sau postul ocupat	Ofițer 2 în cadrul Biroului pentru Programe Comunitare Cercetare și Științifică Universitară
	Activități și responsabilități principale	Gestionarea activității de cercetare-dezvoltare
	Numele și adresa angajatorului	Universitatea Națională de Apărare „Carol I”
Tipul activității sau sectorul de activitate	Cercetare științifică și programe comunitare	
	Perioada	2007-2009
	Funcția sau postul ocupat	Asistent de cercetare și Comandant Pluton Studenți
	Activități și responsabilități principale	Cercetare Științifică
	Numele și adresa angajatorului	Gestionarea activității de cercetare-dezvoltare
Tipul activității sau sectorul de activitate	Coordonarea unui pluton de studenți din anul III de studii	
		Academia Forțelor Terestre „Nicolae Bălcescu”
	Perioada	Cercetare științifică
	Funcția sau postul ocupat	2006-2007
	Activități și responsabilități principale	Ofițer 5 Planificare Logistică în cadrul S4
	Numele și adresa angajatorului	Asigurare logistică
Tipul activității sau sectorul de activitate	B 811 I Dej	
		Logistică

<b>Educație și formare</b>	
	Perioada
	Calificarea / diploma obținută
	Disciplinele principale studiate / competențe profesionale dobândite
Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare	Managementul programelor și proiectelor
	2011 - 2013
	Master
	Managementul programelor și proiectelor
	Universitatea Națională de Apărare „Carol I”
	Perioada
	Calificarea / diploma obținută
	Disciplinele principale studiate / competențe profesionale dobândite
Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare	Domeniul Științe Militare și Informații
	2007 - 2011
	Doctor
	Domeniul Științe Militare și Informații
	Universitatea Națională de Apărare „Carol I”
	Perioada
	Calificarea / diploma obținută
	Disciplinele principale studiate / competențe profesionale dobândite
Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare	Promovarea Securității prin Relații Internaționale
	2005 - 2007
	Master
	Promovarea Securității prin Relații Internaționale
	Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
	Perioada
	Calificarea / diploma obținută
	Disciplinele principale studiate / competențe profesionale dobândite
Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare	Managementul Organizației Militare
	2001 - 2005
	Licențiat
	Managementul Organizației Militare
	Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
	Perioada
	Calificarea / diploma obținută
	Disciplinele principale studiate / competențe profesionale dobândite
Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare	Academia Forțelor Terestre „Nicolae Bălcescu”, Sibiu
	Aptitudini și competențe personale

Limba(i) străină(e) cunoscută(e)

Autoevaluare

Nivel european (\*)

**Limba Engleză (STANAG 3,3,3,3)**

**Limba Franceză**

Înțelegere		Vorbire		Scriere
Așcultație	Citire	Participare la conversație	Discurs oral	Exprimare scrisă
C2	C2	C2	C2	C2
B2	B2	B2	B2	B2

(\*) Nivelul Cadrului European Comun de Referință Pentru Limbi Străine

Competențe și abilități sociale

În funcție de situație pot fi lider sau „om de echipă”.

Competențe și aptitudini organizatorice

Bun organizator  
Experiență în coordonarea unor echipe de cercetare

Competențe și aptitudini de utilizare a calculatorului

Windows, Pachetul Office (Word, Excel, Power Point – Foarte bine), SPSS, Microsoft Project

Permis(e) de conducere

B, C, E.

Premii obținute

Premiul Mareșal Constantin Prezan al Academiei Oamenilor de Știință din România (2012)

Premiul General Alexandru Budiș oferit de fundația Synergetica (2016)

Premiul General Valentin Arsenie al Academiei Oamenilor de Știință din România (2017)



# **Prof.univ.dr. Marinel-Adi MUSTAȚĂ**

## **LISTA COMPLETĂ DE LUCRĂRI**

### **I. Teza de doctorat**

1. **Mustata Marinel-Adi**, *Competența epistemică a decidenților militari. Aspecte teoretice și metodologice*, Editura Universității Naționale de Apărare „Carol I”, București, 2011, 271 p., Cota D.2970/ Biblioteca Universității Naționale de Apărare „Carol ”.

### **II. Cărți (autor unic)**

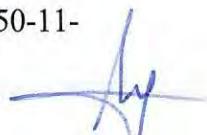
1. **Mustață Marinel-Adi**, *Conducerea empirică și conducerea scientizată. O abordare comparativă*, Editura Universității Naționale de Apărare “Carol I”, București, 2015, ISBN 978-606-660-233-4.
2. **Mustață Marinel-Adi**, *Competența epistemică a decidenților militari. Preliminarii teoretice*, Centrul Tehnic Editorial al Armatei, București, 2020, ISBN 978-606-524-250-0.
3. **Mustață Marinel-Adi**, *Repere metodologice de gestionare a competenței epistemicice. Ghidul autoinstruirii militarului*, Editura Universității Naționale de Apărare “Carol I”, București, 2020, ISBN 978-606-660-412-3.

### **III. Cărți (coautor)**

1. **Mustață Marinel-Adi**, Bogzeanu Cristina, *Programul euristicilor și biasurilor. Aplicații și implicații în domeniul militar*, Editura Universității Naționale de Apărare “Carol I”, București, 2017, ISBN 978-606-660-304-1.
2. **Popescu Maria-Magdalena, Roceanu Ion, Mustață Marinel-Adi**, *Manual de scriere academică*, Editura Universității Naționale de Apărare “Carol I”, București, 2023, ISBN 978-606-660-471-0.

### **IV. Cărți (editor)**

1. Frunzeti Teodor, **Mustață Marinel-Adi**, *Science in the Mirror: Towards a New Method of Paradigm Comparison*, Editions du Tricorne, Geneva, 2012, ISBN 978-2940450-11-



4. Lucrarea este disponibilă în cataloagele unor universități de presigiu la nivel internațional e.g. Harvard, Oxford University, West Point etc. ([https://www.worldcat.org/title/science-in-the-mirror-towards-a-new-method-of-paradigm-comparison/oclc/819936785&referer=brief\\_results](https://www.worldcat.org/title/science-in-the-mirror-towards-a-new-method-of-paradigm-comparison/oclc/819936785&referer=brief_results)).
2. GHIBA, D., POPESCU, L., OLARIU, C., & MUSTATA, A. (2021). *Proceedings of the 17th International Scientific Conference "Strategies XXI"-Strategic Changes in Security and International Relations*. STRATEGIES XXI-Security and Defense Faculty, 17(1).

#### V. Cărți (membru în colectivul de autori)

1. Barbu Victor, Roman Nicolae, Chiriță Mihai (coordonatori), *Profesia militară în context social contemporan*, Editura Academiei Forțelor Terestre, Sibiu, 2007, ISBN-978-973-153-020-8.
2. Neag Mihai (coordonator), *Arhitecturi de securitate umană în spațiul euroatlantic*, Editura Academiei Forțelor Terestre, Sibiu, 2009, ISBN 978-606-8030-55-5.

#### VI. Capitole în cărți

1. Mustață Marinel-Adi, Mustață Aurelia, Gabor George-Daniel, *Criza alimentară – o analiză cantitativă și calitativă în Mihai Maricel Neag (coordonator), Implicațiile economice, politice și militare asupra securității umane în etapa post-conflict*, Editura Academiei Forțelor Terestre „Nicolae Bălcescu“, Sibiu 2011, pp.157-168, ISBN 978-973-153-110-6.
2. Culda Lucian, Mustață Marinel-Adi, *The Processual – Organic Concept of Existence* în Frunzeti Teodor, Mustață Marinel-Adi, *Science in the Mirror: Towards a New Method of Paradigm Comparison*, Editions du Tricorne, Elveția, 2012, ISBN 978-2940450-11-4, pp. 347-358.
3. Mustață Marinel-Adi, Hanganu Marius, *Systems vs Processesualities: Towards a Comparative Analysis* în Frunzeti Teodor, Mustață Marinel-Adi, *Science in the Mirror: Towards a New Method of Paradigm Comparison*, Editions du Tricorne, Elveția, 2012, ISBN 978-2940450-11-4, pp. 525-543.

#### VII. Articole publicate în reviste de specialitate cu factor de impact Web of Science:

1. Mustață, M.-A., Răpan, I., Dumitrescu, L., Dobreva, H., Dimov, P., Lis, A., Révayová, E., Marineanu, V., Buluc, R., Olariu, C., Lucinescu, A., & Buță, C. (2023). Assessing the truthfulness of security and defence news in Central and Eastern Europe: The role of cognitive style and the promise of epistemic sophistication. *Applied Cognitive Psychology*, 37(6), 1384–1396. <https://doi.org/10.1002/acp.4130> (FI = 2,4; Q2 - PSYCHOLOGY, EXPERIMENTAL in SSCI edition).



### **VIII. Articole/studii publicate în reviste de specialitate indexate în BDI:**

1. **Mustăță Marinel-Adi**, *About the Epistemic Competency of a Commander*, Romanian Military Thinking (English Edition) no.1, ianuarie-martie, pp. 110-114, București, 2006, ISSN – 1841-4451.
2. **Mustăță Marinel-Adi**, *Towards a Paradigmatic Approach to Security in International Relations*, Romanian Military Thinking (English Edition) no.2, aprilie-iunie, pp.114-119, București, 2006, ISSN – 1841-4451.
3. **Mustăță Marinel-Adi**, *Causal Type Processings. Possibilities of Exerting Management within the Causal Interpretation Horizon*, Buletinul Științific al Academiei Forțelor Terestre, „Nicolae Bălcescu”, an XII nr.1(23)/2007, pp 198-203, ISSN-1224-5178
4. **Mustăță Marinel-Adi**, *Adaptarea învățământului militar la provocările de ordin cultural impuse de teatrele de operații și noile tipuri de misiuni*, Revista Academiei Forțelor Terestre, an XII nr.4(48)/2007, pp 35-41, ISSN-1582-6384.
5. **Mustăță Marinel-Adi**, Pricopi Marius, *Către o competență interculturală a militarului*, Revista Gândirea Militară Românească nr.2 martie-aprilie, pp.81-87, București, 2008, ISSN - 1842-8231.
6. **Mustăță Marinel-Adi**, *Posibilități explicative ale procesărilor de tip interacționist*, Buletinul Științific al Universității Naționale de Apărare „Carol I” , anul XIX, nr. 4 octombrie-decembrie, pp 363-367, ISSN 2065-8281;
7. **Mustăță Marinel-Adi**, *Interpretarea procesual-organică a procesualității interpretative-deschideri către practica decizională din organizația militară*, Buletinul Științific al Universității Naționale de Apărare „Carol I” , anul XIX, nr. 4 octombrie-decembrie, 2009, pp 368-372, ISSN 2065-8281;
8. **Mustăță Marinel Adi**, *Securitatea umană - de la concept la acțiune*, Revista Infosfera, anul II, nr. 3/2010, pp. 40-46, ISSN I.S.S.N. 2065-3395.
9. **Mustăță Marinel-Adi**, *Critica procesărilor de tip filosofic*, Buletinul Științific al Universității Naționale de Apărare „Carol I” , anul XX, nr. 1 ianuarie-martie, 2010, pp 442-447, ISSN 2065-8281;
10. **Mustăță Marinel-Adi**, *O interpretare paradigmatică a procesărilor de tip ideologic*, Buletinul Științific al Universității Naționale de Apărare „Carol I” , anul XX, nr. 1 ianuarie-martie, 2010, pp 448-454, ISSN 2065-8281;
11. Neag, Mihai Marcel, **Mustăță Marinel-Adi**, *Theoretical and Methodological Advances towards an Epistemic Competency of Decision-Makers*, Science & Military 2/2010 (Slovakia), ISSN 1336-8885, pp. 17-22.
12. **Mustăță Marinel-Adi**, *Ameliorarea distanței teorie practică în organizații – un mod intelligent de promovare a interesului național*, Impactul transformărilor socio-economice și



tehnologice la nivel național, european și mondial, Nr.1/2015 (Vol.1), Martie 2015, Institutul de Economie Mondială, București.

13. **Mustață Marinel-Adi**, *Utilizarea reperelor din științele sociale în conducerea organizațiilor*, Impactul transformărilor socio-economice și tehnologice la nivel național, european și mondial, Nr.7/2015, Septembrie, 2015, Institutul de Economie Mondială, București.

## **IX. Lucrări prezentate la conferințe științifice internaționale indexate BDI**

1. **Mustață Marinel-Adi**, *The Empirical Thinking. The possibilities of Exerting Management in the Empirical Horizon*, The 12-th International Conference “The Knowledge Based Organization”, iunie 2007, pp.157-162, Sibiu, 2007, ISBN-978-973-7809-71-1.
2. **Mustață Marinel-Adi**, *Epistemic Guidelines For Sub-Unit Commanders*, Education and Academic Research Structures of the Knowledge-Based Society (the Annual International Scientific Conference of Pedagogic Staff and Scientific Researchers, Universitatea Alma Mater in Sibiu), pp. 326-330, ISSN 1844-5381, 2008.
3. Teodor Frunzeti, Marius Hanganu, Mihai Neag, Alexandra Sarchinschi, **Mustață Marinel-Adi**, *The Human Need for Sustainable Security*, WSEAS - Proceedings of the 5th International Conference on Energy, Ecosystems and Environment, Sustainable Development (EEESD '09) and the 2nd International Conference on Landscape Architecture (la '09) Atena, 2009 , pp. 340-344, ISSN-978-960-474-125-0, 1790-5095, indexed in Web of Science.
4. **Mustață Marinel-Adi**, *Posibilitii procesărilor de tip mitico-mistic*, Proceedings of the 34-th Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences, 2010, pp. 365-368, Editura Ecole Polytechnique de Montreal, ISBN 978-2-553-01547-2.
5. **Mustață Marinel-Adi**, *Competența epistemica a decidenților*, Sesiunea anuală de comunicări științifice cu participare internațională „Strategii XXI- Securitate și apărare europeană în contextul crizei economico-financiare”, Universitatea Națională de Apărare „Carol I”, București, 2010, pp. 253-260, ISBN 978-973-663-824-4.
6. **Mustață Marinel-Adi**, *Posibilități explicative ale procesării de tip cauzal. Implicații asupra gestionării organizațiilor*, Sesiunea anuală de comunicări științifice cu participare internațională „Strategii XXI- Securitate și apărare europeană în contextul crizei economico-financiare”, Universitatea Națională de Apărare „Carol I”, București, 2010, pp. 309-313, ISBN 978-973-663-824-4.
7. Pripoae-Şerbănescu Ciprian, **Mustață Marinel-Adi**, Aurelia Mustață, From Meta-Cognition to Epistemic Competency, Proceedings of the 17 th International Conference „The Knowledge-Based Organization”, Sibiu, “Nicolae Bălcescu”- Land Force Academy, November, 2011, ISSN 1843 – 6722, pp 544-549, indexed in Web of Science.



8. Stefanescu, Ramona Olivia, **Mustăță Marinel-Adi**, *Psychology, Advertising and Lifelong Learning In the Knowledge Society*, „International Scientific Conference - ELSE - eLearning and Software Education, Bucharest, Aprilie 28-29, ISSN 2066-026X 2011, pp: 160-166, **indexed in Web of Science**.
9. **Mustăță Marinel-Adi**, Mustăță Aurelia, *Towards a Scientific Critique of Ideologies*, International Conference on Knowledge, Culture and Society (ICKCS 2012), June 29-30, 2012, Jeju Island, South Korea, ISSN 2010-4626, pp. 61-65.
10. Grigoraș Răzvan, **Mustăță Marinel-Adi**, Teodorescu Cristian, *Predicting the State of Security Using Neural Networks*, Proceedings of the 9th International Scientific Conference eLearning and software for Education, Bucharest, April 25-26, 2013, 10.12753/2066-026X-13-167, pp.362-367, **indexed in Web of Science**.
11. **Mustăță Marinel-Adi**, Andronie Maria, Barbălată Ștefan, *Exploring Alternatives of Teaching Metacognitive and Epistemic Skills*, Proceedings of the 10th International Scientific Conference eLearning and software for Education (Volume 1), Bucharest, April, 24-25, 2014, 10.12753/2066-026X-14-051, pp.350-355, **indexed in Web of Science**.
12. Grigoraș Răzvan, **Mustăță Marinel-Adi**, *Reshaping the Kantian Peace through Neural Networks and Copenhagen Security Model*, Proceedings of the 10th International Scientific Conference eLearning and software for Education (Volume 3), Bucharest, April, 24-25, 2014, 10.12753/2066-026X-14-085, pp.208-216, **indexed in Web of Science**.
13. Anton Mihail, **Mustăță Marinel-Adi**, *Sociological Evaluation of a Serious Game Designed for Building Epistemic the Epistemic Competency of Military Students*, The XVIII-th ISA World Congress of Sociology, Yokohama, Japan, July, 13-19, 2014, p.35 (Book of abstracts).
14. Bogzeanu Cristina, **Mustăță Marinel-Adi**, *Fast and Frugal Heuristics: What Next?*, Proceedings of the 11th International Scientific Conference Strategies XXI (Volume 3), Bucharest, April, 2-3, 2015, ISSN 2285-8318, ISSN-L 2285-8318, pp. 306-313.
15. **Mustăță Marinel-Adi**, *Critical Thinking and Decision Making in the Military*, 3rd International Sociological Association Forum of Sociology, 10-14 July, 2016, Vienna, Austria, Book of abstracts, p. 497.
16. Mardar, Sorina Mihaela; Risnoveanu, Adriana; **Mustata, Marinel-Adi**, *Using online instruments to identify student interests, abilities and values - relevant results for professional counseling and lessons learned*, Proceedings of the 12th International Scientific Conference on eLearning and Software for Education (eLSE), Bucharest, Romania, Apr 21-22, 2016, pp. 405-409, DOI: 10.12753/2066-026X-16-147, **indexed in Web of Science**.
17. **Mustăță Marinel-Adi**, *Debiasing Judgements and Decisions in the Military*, Proceedings of the 13th International Scientific Conference Strategies XXI (Volume 3), Bucharest, April, 6-7, 2017, ISSN 2285-8318, ISSN-L 2285-8318, pp. 264-268.



18. **Mustăță Marinel-Adi**, Ionașcu Alina, *The Story of Behavioral Economics - In a Nutshell*, Proceedings of the 14th International Scientific Conference Strategies XXI (Volume 3), Bucharest, April, 26-27, 2018, ISSN 2285-8318, ISSN-L 2285-8318, pp. 204-212.
19. **Mustăță Marinel-Adi**, Obrejan Alexandru, *Anchoring and Vulnerability to Misinformation*, Proceedings of the 15th International Scientific Conference Strategies XXI, Bucharest, (Volume 3), April, 11-12, 2019, ISSN 2285-8318, ISSN-L 2285-8318, pp. 196-201.
20. **Mustăță Marinel-Adi**, *Intuitive Decision-Making in the Military*, Proceedings of the 16th International Scientific Conference Strategies XXI (Volume 3), Bucharest, April, 09-10, 2020, ISSN 2668-1994, pp. 89-94.
21. **Mustăță Marinel-Adi**, Cătălin-Gabriel Predescu, Constantin-Laurențiu Anghel, Ionuț-Alexandru Radu, Diana Nicoară *Towards an Evidence-Based Program of Mentoring in the Romanian Military*, Proceedings of the 17th International Scientific Conference Strategies XXI, Bucharest, April, 15-16, 2021, ISSN 2668-1994, pp. 326-332.

#### **X. Coordonator / Membru în echipele unor proiecte de cercetare cu finanțare națională și internațională**

1. Contract de cercetare CNCSIS nr. 91008/2007, *Dimensiuni calitative ale managementului carierei ofițerilor din armata României; optimizarea procesului de recrutare, instrumente suport pentru corelarea proceselor de selecție, formare și perfecționare cu cerințele pieței muncii*” (membru în echipa de cercetare).
2. Contract de cercetare CNCSIS nr. 1204/2009, *Cunoașterea și contracararea factorilor de risc și a vulnerabilităților la adresa securității umane* (membru în echipa de cercetare).
3. Grant FP 7 finanțat de Comisia Europeană (rețea de excelență), *GaLA – Game and Learning Alliance (01.10.2010 – 30.09.2014)*, Grant Agreement 258169 (cercetător - coordonator de subtask și responsabil administrativ);
4. Grant UEFISCDI (PCE) nr. 1/27.10.2011 (27.10.2011 – 27.10.2016), cod PN-II-ID-PCE-2011-3-0849, *Competența epistemică a decidenților militari. Dezvoltări teoretice și experimentale către autoinstruire și învățare pe tot parcursul vieții* (cercetător postdoctoral – coordonator al unui volum publicat la o editură internațională – Editions du Tricorne, Elveția).
5. Grant AOSR (decizia Președintelui) nr. 47 / 15.05.2017, *Creșterea rezilienței la amenințările hibride prin bună guvernare* (membru în echipa de cercetare).
6. Grant AOSR (contract de cesiune) nr. 28 / 02.05.2018, *Cultură de securitate și reziliență națională la amenințările hibride* (membru în echipa de cercetare).
7. Grant AOSR (contract de cesiune) nr. 43 / 02.05.2019, *Raționalitate și intuiție în decizia militară* (coordonatorul lucrării).
8. Grant EDA finanțat de Comisia Europeană (Preparatory Action on Defence Research), SOLOMON - Strategy-Oriented anaLysis Of the Market fOrces in EU defeNce (01.07.2019 – 31.05.2021), Grant Agreement 831739 (cercetător - coordonator de subtask).



9. Grant AOSR (contract de cesiune), 2022-2023, *Utilizarea Inteligenței Artificiale pentru obținerea superiorității cognitive în acțiunea militară* (coordonatorul lucrării).

## XI. Manuale universitare, suporturi de curs

1. **Mustata Marinel-Adi**, *Metodologia cercetării științifice - Manual universitar (manual multimedia)*, Editura Universității Naționale de Apărare „Carol I”, București, 2017, ISBN 978-606-660-308-9.
2. **Mustață Marinel-Adi**, *Managementul cunoașterii – Manual universitar*, Editura Universității Naționale de Apărare “Carol I”, București, 2019, ISBN 978-606-660-384-3.
3. **Mustață Marinel-Adi**, Frunzeti Teodor, *Managementul proiectelor de cercetare științifică. O abordare practică – Curs universitar*, Editura Universității Naționale de Apărare “Carol I”, București, 2018, ISBN 978-606-660-362-1.
4. **Mustață Marinel-Adi**, Deac Ioan Petru, Buluc Ruxandra, *Managementul proiectelor europene. O abordare practică – Curs universitar*, Editura Universității Naționale de Apărare “Carol I”, București, 2018, ISBN 978-606-660-363-8.

## XII. Studii de specialitate, scenarii, exerciții și aplicații

1. **MUSTATA Marinel-Adi**, *Aspecte teoretice și metodologice privind managementul calității în proiectele de cercetare finanțate prin Programul Cadru 7 al Uniunii Europene*, . Bucuresti, Editura Universitatii Nationale de Aparare 'Carol I', 2013, 62 pagini, Cota MAS / NS 1157.
2. **MUSTATA Marinel-Adi**, *Scenariu strategic. Starea de mobilizare*. Bucuresti, Editura Universitatii Nationale de Aparare 'Carol I', 2016. 86 file + 2 harti [40 planse], Cota DA 227/NS; Literatura militara-aplicatii-MFN: 10073.
3. TEODORESCU Cristian, **MUSTATA Marinel-Adi**, POPESCU Lucian-Dragoș, PUȘCAȘU Mirela, COSTEA Luiza-Maria, Exercițiu tactice de comandament Alexandru Ioan Cuza – 2016. Implementarea sistemului de control intern / managerial la unități militare tip batalion sin subordinea Statului Major al Forțelor Terestre, Bucuresti, Editura Universitatii Nationale de Aparare 'Carol I', 2016; 146 pagini., Cota APL 195.
4. PUȘCAȘU Mirela, **MUSTATA Marinel-Adi**, *Managementul activităților de mobilizare a economiei și teritoriului pentru apărare. Aplicație* Bucuresti, Editura Universitatii Nationale de Aparare 'Carol I', 2017; 134 pagini., Cota APL 211.
5. **MUSTAȚĂ Marinel-Adi**, *Sfârșitul ideologiilor. Începutul relațiilor constructive dintre state*. Bucuresti, Editura Universitatii Nationale de Aparare 'Carol I', 2017; 32 pagini, Cota CNAp 217.
6. PUȘCAȘU Mirela, **MUSTATA Marinel-Adi**, POPESCU Lucian-Dragoș, COSTEA Luiza-Maria, TOMA Anelusa, ILIE Corina, STOIAN Mioara, *Exercițiu tactic de comandament CIM – 2019. Acțiunile brigăzii mecanizate subordonate diviziei în vederea implementării sistemului*



*de control managerial*, Bucuresti, Editura Universitatii Nationale de Aparare 'Carol I', 2019; 135 file., Cota APL 224.

7. **MUSTATA Marinel-Adi**, PUȘCAȘU Mirela, Exercițiu practic aplicativ de comandament SCS 01 – 2020. Formularea răspunsurilor naționale privind acceptarea și implementarea unor proiecte de standarde militare NATO, Bucuresti, Editura Universitatii Nationale de Aparare 'Carol I', 2020; 113 file., Cota APL 225.

### **XIII Premii**

1. Premiul Mareșal Constantin Prezan al Academiei Oamenilor de Știință din România (2012).
2. Premiul General Alexandru Budis decernat de Fundația Synergetica (2016).
3. Premiul General Valentin Arsenie al Academiei Oamenilor de Știință din România (2017).

