

## Raport de evaluare externă de progres

**Instituția organizatoare de studii universitare de doctorat (IOSUD):** Academia de Studii Economice din București

**Școala / Școlile universitare de doctorat:** Școala Doctorală Marketing

### I. Introducere

În conformitate cu prevederile Ghidului pentru desfășurarea procesului de evaluare externă periodică a domeniilor de studii universitare de doctorat se parcurge etapa în care instituțiile de învățământ superior sunt supuse unei proceduri de evaluare intermediară.

Consiliul ARACIS a desemnat ca membri în comisia de evaluare intermediară pentru analiza raportului de progres al DSUD: Marketing de la Academia de Studii Economice din București pe:

1. prof. univ. dr. Adrian MICU
2. stud. Daniel Alexandru Octavian CHETROIU
3. expert din Direcția Asigurarea Calității, responsabil suport activitate a CPS – Științe Economice-1 – Sorin ALECSA.

### Școala Doctorală Marketing

Școala Doctorală Marketing (SDMK) este continuatoarea unei tradiții de mai bine de o jumătate de secol în organizarea și desfășurarea studiilor doctorale în domeniul marketingului. Începuturile sunt legate de anul 1968 și de numele profesorului Constantin Florescu, întemeietorul școlii românești de marketing, primul conducător de doctorat în domeniul marketingului din România.

SDMK își desfășoară activitatea în cadrul Academiei de Studii Economice din București, universitate de cercetare avansată și educație. Începând cu anul 1921, Academiei de Înalte Studii Comerciale și Industriale i s-a acordat dreptul de atribuire a titlului academic de „doctor în științe economice”. În anul 1997, ASE a fost acreditată ca Instituție Organizatoare de Doctorat (IOD), prin Ordin al Ministrului Educației Naționale, pentru opt programe de doctorat, iar în anul 2011 ASE a fost reacreditată ca Instituție Organizatoare de Studii Universitare de Doctorat - IOSUD pentru zece programe de doctorat, inclusiv Domeniul Marketing.

În prezent, SDMK își asumă viziunea de a rămâne cea mai puternică entitate din domeniul marketingului academic la nivel național și chiar Sud-Est European, precum și misiunea de a contribui la îmbogățirea teoriei și practicii marketingului prin rezultatele cercetării științifice, la formarea de noi cercetători la nivelul standardelor internaționale, precum și la implicarea în soluționarea unor probleme ale mediului economico-social și ale comunității locale și naționale. Puterea școlii doctorale este dată de numărul membrilor săi (cei 18 conducători de doctorat fac din SDMK cea mai numeroasă structură academică de acest fel din România și din această parte a Europei, în domeniul marketingului), dar și de calitatea profesională a acestora, care se reflectă în rezultatele obținute în plan științific și didactic.

Tabelul 1. Lista conducătorilor de doctorat din SDMKG

Nr.crt.	Nume conducător de doctorat	Grad didactic	Numarul Ordinului de Ministru prin care se acorda calitatea de conducator de doctorat/ atestatul de abilitare
1.	ANGHEL LAURENȚIU DAN	prof.univ.dr.	3292/26.02.2008
2.	BĂLAN CARMEN	prof.univ.dr.	3292/26.02.2008
3.	CĂESCU ȘTEFAN CLAUDIU	prof.univ.dr.	5203/28.09.2017
4.	CETINĂ IULIANA	prof.univ.dr.	3656/10.04.2009
5.	CONSTANTINESCU MIHAELA	conf.univ.dr.	6782/12.12.2023
6.	CRUCERU ANCA-FRANCISCA	prof.univ.dr.	5725/30.12.2019
7.	EDU TUDOR MIHAI	prof.univ.dr.	4658/30.07.2019
8.	FILIP ALINA	prof.univ.dr.	5204/28.09.2017
9.	GEORGESCU BOGDAN	conf.univ.dr.	4222/10.04.2024
10.	ORZAN GHEORGHE	prof.univ.dr.	3656/10.04.2009
11.	ORZAN MIHAI CRISTIAN	prof.univ.dr.	5811/27.12.2017
12.	PETRESCU EVA CRISTINA	prof.univ.dr.	5205/28.09.2017
13.	RĂDULESCU VIOLETA	prof.univ.dr.	3069/15.01.2019
14.	ROȘCA MIHAI IOAN	prof.univ.dr.	5831/27.12.2017
15.	STĂNCIOIU AURELIA FELICIA	prof.univ.dr.	6046/02.12.2009
16.	STANCU ALIN	prof.univ.dr.	3435/22.03.2018
17.	VRÂNCEANU DIANA-MARIA	prof.univ.dr.	3870/28.02.2024
18.	ZAHARIA RĂZVAN	prof.univ.dr.	3656/10.04.2009

Până de curând, SDMKG s-a bucurat de aportul unor distinși profesori de marketing, care au contribuit timp de decenii la dezvoltarea marketingului academic în România și care, în prezent, sunt membri de onoare ai SDMKG: prof.univ.dr. Ștefan Boboc, prof.univ.dr. Valerică Olteanu, prof.univ.dr.Dr.HC Nicolae Tiberiu Alexandru Pop, prof.univ.dr. Nicolae Teodorescu.

SDMKG dispune de o infrastructură de cercetare corespunzătoare, cele patru săli ale Laboratorului de cercetări de marketing „Constantin Florescu” (2404 și 2405A, 2405B și 2405C din clădirea Virgil Madgearu, etajul IV) dispunând de un sistem CATI, care poate fi utilizat pentru cercetări cantitative de marketing de genul sondajelor de opinie, de facilități pentru desfășurarea unor cercetări calitative de marketing de genul focus group-urilor (săli despărțite de o oglindă uni-direcțională, sisteme de înregistrare audio-video etc.), precum și de un eye tracker ce este folosit pentru cercetări de neuromarketing. Recent, a fost alocată SDMKG sala B701 din imobilul din Piața Romană nr. 7, care va juca un rol major în desfășurarea activităților de cercetare, a întâlnirilor cu invitați din țară și din străinătate, a cursurilor și a seminariilor științifice și pentru a facilita realizarea întâlnirilor de lucru ale doctoranzilor cu profesorii coordonatori și cu profesorii din comisiile de îndrumare.

La nivelul Școlii Doctorale Marketing, planul de pregătire doctorală avansată cuprinde patru discipline și anume: Etică și integritate academică, Aplicarea metodelor cantitative și calitative în cercetarea științifică, Probleme actuale ale științei marketingului, Direcții noi în cercetările de marketing.

În cadrul domeniului de studii universitare de doctorat Marketing, în acest moment sunt înmatriculați

un număr total de 59 studenți doctoranzi, dintre care 27 studenți doctoranzi beneficiază de finanțare de la bugetul de stat.

## Domeniul de studii universitare de doctorat MARKETING

În structura organizatorică a ASE, Școala Doctorală de Marketing se identifică cu reprezentarea Domeniului Marketing la nivel instituțional. De aceea, în mod firesc, aprecierile privind cele două componente se suprapun în cele mai multe cazuri.

Obiectivele strategice ale Domeniului Marketing derivă din misiunea asumată de Școala Doctorală de Marketing, precum și din programul managerial propus de directorul școlii doctorale cu ocazia alegerilor. Acestea sunt în deplină concordanță cu documentele programatice existente la nivelul universității și al facultății.

Calitatea studiilor doctorale în domeniul marketingului considerăm că poate fi demonstrată cel mai bine prin performanțele ulterioare ale celor care le-au absolvit. Doar câteva exemple: Andrew R. Thomas (Associate Professor la University of Akron, OH, SUA), doctor în marketing al SDMKG (conducător de doctorat: prof.univ.dr. Dr.HC. Nicolae Al. Pop) a obținut în 2011 „The **Berry-AMA Prize**” (AMA - Asociația Americană de Marketing fiind cea mai prestigioasă organizație de marketing din lume) pentru cea mai bună carte de marketing apărută în anul 2010 („The Distribution Trap”), Ana Maria Verzea (Iorga) a fost cotate în ianuarie 2019 de către GreenBook Research Industry Trends Report ca unul dintre cei mai promițători tineri specialiști în domeniul marketingului.

Mulți dintre doctorii în marketing ai SDMKG din ultimii ani sunt cadre didactice la universități de prestigiu din țară sau din străinătate: Georgiana Grigore (University of Leicester, Marea Britanie), Maria-Cristiana Munthiu (Institut Polytechnique UniLaSalle, Beauvais, Franța), Dorian Laurențiu Florea (Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Peru), Al-Dulaimi Zaid Yaseen Saud și Bhaya Zaki Muhammad Abbas (ambii la Al Iraqia University Bagdad, Irak), Lucian Florin Onișor, Andreea Orîndaru, Andreea Ionescu și David Ciocodeică (ASE București – Marketing), Vlad I. Roșca și Stere Stamule (ASE București – FABIZ), Ion Dănuț Lixandru (ASE București – CSIE), Emanuela Avram, Eleonora Baban, Mihail-Cristian Dițoiu și Sabin-Mihai Niculae (Universitatea din București), Andreea-Angela Vonțea (Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca) etc.

După cum s-a precizat anterior, în cadrul domeniului de studii universitare de doctorat Marketing, în acest moment sunt înmatriculați un număr total de 59 studenți doctoranzi, dintre care 27 studenți doctoranzi beneficiază de finanțare de la bugetul de stat.

Toți studenții-doctoranzi care și-au încheiat studiile doctorale în ultimii cinci ani în domeniul Marketing au participat la cel puțin o manifestare științifică internațională de prestigiu (desfășurată în țară sau străinătate), având în vedere faptul că acest lucru este stipulat în criteriile minime privind susținerea tezei de doctorat. Toate tezele de doctorat susținute au fost validate de către CNATDCU.

## II. Aprecieri asupra implementării recomandărilor formulate în cadrul REE

În perioada 2021-2025, la nivelul Școlii Doctorale Marketing, s-a îmbunătățit semnificativ conținutul planului de învățământ și al fișelor de disciplină, prin:

- discuții cu studenții-doctoranzi și analiza răspunsurilor la chestionarele administrate periodic;
- discuții cu reprezentanții mediului economico-social privind așteptările acestora de la absolvenții studiilor doctorale și recomandări privind cunoștințele și aptitudinile necesare;

- au fost eliminate unele teme considerate de un interes mai redus și au fost introduse teme de mare actualitate. Cu titlu de exemplu, menționăm următoarele teme introduse în fișele celor două discipline gestionate de SDMK: Cercetarea de piață și operaționalizarea legislației protecției datelor personale, Impactul Inteligenței Artificiale în cercetarea de piață, Tehnologizarea și digitalizarea în industria de cercetare de piață;
- au fost invitați să aibă intervenții substanțiale specialiști de renume din cercetarea de marketing din România, deținători ai titlului de doctor în marketing, și recunoscuți pe plan internațional.

De asemenea, în aceeași perioadă, a crescut gradul de internaționizare prin:

- invitarea în cadrul comisiilor de îndrumare a unor profesori afiliați unor instituții de învățământ superior din străinătate;
- invitarea unor profesori din străinătate în calitate de membri în comisiile de susținere publică a tezelor de doctorat;
- creșterea, la nivelul IOSUD-ASE a numărului de acorduri Erasmus încheiate cu universități din Uniunea Europeană sau din afara acesteia (Georgia, Israel etc.) și extinderea acordurilor existente pentru nivelul al treilea, studii doctorale;
- creșterea numărului doctoranzilor care au efectuat deplasări în străinătate pentru participarea la conferințe internaționale;

De asemenea, a crescut numărul tezelor de doctorat elaborate și susținute în limba engleză, precum și numărul tezelor aflate în lucru ce sunt redactate în limba engleză.

O modificare semnificativă inițiată la nivelul IOSUD-ASE, care vine în sprijinul doctoranzilor care publică articole în reviste indexate WoS (Clarivate Analytics) se referă la posibilitatea decontării taxelor de publicare a acestor articole și pentru doctoranzii în domeniul Marketing.

În plus, pentru a face față cerințelor internaționale ridicate în ceea ce privește publicarea rezultatelor cercetării științifice originale, există preocupări pentru introducerea în procedura de verificare antiplagiat la nivel de ASE a unor indicatori cu privire la detectarea utilizării inteligenței artificiale.

La nivelul IOSUD-ASE, au fost actualizate regulamentele, metodologiile și procedurile cu privire la doctorat, în conformitate cu *Legea învățământului superior nr. 199/2023* și cu *Ordinul 3020/2024* privind regulamentul cadru al studiilor universitare de doctorat.

De asemenea, pe baza feedbackului primit de la studenții doctoranzi, prin chestionare și discuții în cadrul unor întâlniri, a fost îmbunătățit site-ul școlii doctorale, gestionat de IOSUD-ASE, pentru o mai bună transmitere a informațiilor și au fost realizate mai multe cursuri și sesiuni de informare pe teme aplicative pentru studenți. S-a îmbunătățit modul de urmărire a progresului studenților doctoranzi prin completarea *Planului Individual de Doctorat* cu noi sarcini de cercetare ([Plan individual de doctorat \(RO\)](#)).

În planul posibilităților de documentare, a crescut numărul de resurse electronice puse la dispoziția studenților doctoranzi: <https://biblioteca.ase.ro/resurse-electronice/>

### III. Concluzii și recomandări

Nr. crt.	Indicator de performanță	Recomandare	Implementarea recomandărilor
1	A1.1.1. Indicator îndeplinit	Se recomandă ca toate hotărârile Consiliului Școlii Doctorale să fie afișate pe pagina web a școlii. Continuarea efortului de actualizare permanentă a paginii	Recomandare implementată. Activitate didactică, de cercetare, managerială și administrativ-financiară din cadrul ASE se desfășoară centralizat, cu respectarea legislației naționale în domeniu și

		<p>web a Școlii doctorale astfel încât atât conducătorii de doctorat, dar și studenții doctoranzi sau candidații la admitere să găsească toate informațiile necesare.</p>	<p>a reglementărilor interne aprobate de Senatul ASE (<a href="#">Regulamentului instituțional de organizare și desfășurare a studiilor universitare de doctorat</a>, <a href="#">Metodologiei privind organizarea și desfășurarea admiterii la studiile universitare de doctorat</a>)</p> <p>Conținutul paginii web a SDMK este actualizat permanent, iar toți stakeholderii sunt satisfăcuți de informațiile pe care le găsesc acolo.</p>
2	A1.1.2. Indicator îndeplinit	<p>Actualizarea permanentă a regulamentului școlii doctorale la nivelul legislației existente. Discutarea periodică a aspectelor cu privire la calitate cu consiliul școlii doctorale și cu membri școlii doctorale din domeniul științelor economice în vederea actualizării periodice a regulamentului de funcționare cu aspecte specifice.</p>	<p>Recomandare implementată.</p> <p>La nivelul SD Marketing, este aprobat regulamentul intern care include criterii, proceduri și standarde obligatorii referitoare la aspecte precum: modalitatea de acceptare de noi membri conducători de doctorat, modalitatea de retragere a calității de membru al școlii doctorale, mecanismele de luare a deciziilor privind oportunitatea, structura și conținutul programului de pregătire bazat pe studii universitare avansate, procedurile de schimbare a conducătorului de doctorat al unui anumit student-doctorand și procedurile de mediere a conflictelor, condițiile în care programul de doctorat poate fi întrerupt, modalitățile de prevenire a fraudei în cercetarea științifică, inclusiv a plagiatului, asigurarea accesului la resursele de cercetare, obligațiile de frecvență ale studenților-doctoranzi, etc. Recent, regulamentul a fost actualizat, în conformitate cu Legea învățământului superior nr. 199/2023, cu modificările și completările ulterioare.</p>
3	A1.2.1. Indicator îndeplinit	<p>Extragerea periodică a unor informații de performanță și calitate din acest sistem de gestiune a studenților și publicarea lor pe site- ul școlii doctorale aferente fiecărui domeniu din cadrul științelor socio-umane.</p>	<p>Recomandare implementată.</p> <p>IOSUD-ASE are un sistem informatic care facilitează colectarea, prelucrarea și analiza datelor și informațiilor relevante pentru evaluarea și asigurarea instituțională a calității. Gestionarea bazelor de date în ASE este realizată de către DTIC în a cărei componentă se află Serviciul Informatică și Serviciul Rețele.</p> <p>S-a îmbunătățit constant informatizarea proceselor care se desfășoară la nivelul IOSUD ASE: admiterea studenților, evidența studenților doctoranzi și a parcursului lor academic.</p>
4	A1.2.2. Indicator îndeplinit	<p>Realizarea unei evidențe stricte a utilizării acestei platforme</p>	<p>Recomandare implementată.</p> <p>La nivelul IOSUD ASE, se organizează</p>

		software, astfel încât rezultatele obținute să fie puse la dispoziția solicitanților cu ușurință.	<p>sesiuni de informare cu privire la procedura de verificare antiplagiat, în colaborare cu Directia Managementul Cercetării și Inovării (DMCI) ASE.</p> <p>Prin intermediul conducătorilor de doctorat, lucrările de cercetare sau tezele de doctorat aflate în stadiu final se pot verifica în mod gratuit de către DMCI.</p> <p>Procedura de verificare antiplagiat se aplică tuturor tezelor de doctorat, cărților și articolelor ce sunt susținute/publicate în ASE, în mod gratuit, rezultatele verificărilor antiplagiat fiind evidențiate în atestatele privind raportul de similitudine.</p> <p>În perioada 2021-2024, au fost susținute 40 de teze de doctorat, toate acestea îndeplinind condițiile cu privire la indicatorii antiplagiat.</p>
5	A1.3.1. Indicator îndeplinit	Continuarea actualizării listei granturilor de cercetare naționale și internaționale sau de dezvoltare instituțională /resurse umane. Se recomandă extinderea parteneriatelor publice – private cu firme orientate spre inovare din domeniul științelor economice.	<p>Recomandare implementată.</p> <p>La nivelul SD Marketing, au fost implementate două granturi de cercetare sau de dezvoltare instituțională/resurse umane. Din echipele de cercetare ale acestor proiecte, au făcut parte atât conducători de doctorat, cât și doctoranzi ai SD Marketing.</p> <p>Conducerea și membrii SD Marketing sunt extrem de deschiși și de proactivi în stabilirea unor parteneriate public-private cu firme de specialitate.</p>
6	A1.3.2. Indicator îndeplinit	Se recomandă realizarea unei evidențe mai riguroase a acestor tipuri de finanțări suplimentare. Atragerea mediului privat pentru acordarea de burse pentru minim șase luni pentru studenții doctoranzi. Recomandarea este cu atât mai importantă cu cât reprezentanții angajatorilor domeniului evaluat și-au exprimat disponibilitatea aceasta în cadrul întâlnirii avute cu comisia de evaluare.	<p>Recomandare implementată.</p> <p>La nivelul domeniului de studii universitare de doctorat Marketing, studenții doctoranzi au continuat să beneficieze și de alte surse de finanțare, de cel puțin 6 luni, pe perioada desfășurării studiilor. În cadrul proiectelor instituționale de cercetare este obligatorie includerea doctoranzilor în echipele de cercetare.</p>
7	<b>A.1.3.3.</b> Indicator parțial îndeplinit Cel puțin 10% din totalul sumelor aferente granturilor doctorale	Continuarea stimulării participării doctoranzilor din domeniul Marketing la conferințe, școli de vară, cursuri, stagii în străinătate, publicare de articole de specialitate sau alte forme specifice de diseminare cu finanțare din	<p>Recomandare implementată.</p> <p>La nivelul Școlii Doctorale Marketing, din cadrul domeniului de studii universitare de doctorat Marketing, s-a continuat procesul de decontare a cheltuielilor de participare a doctoranzilor la conferințe internaționale desfășurate în țară sau străinătate. De</p>

	<p>obținute de universitate prin contract instituțional și taxelor de școlarizare încasate de la studenții doctoranzi de la forma de învățământ cu taxă se utilizează pentru a deconta cheltuielile de formare profesională ale doctoranzilor (participarea la conferințe, școli de vară, cursuri, stagii în străinătate, publicare de articole de specialitate sau alte forme specifice de diseminare etc.).</p>	<p>granturile doctorale.</p> <p>Se remarcă necesitatea creșterii nivelului de finanțare a studenților pentru: participarea la conferințe, școli de vară, programe în străinătate, publicarea de articole.</p> <p>Managementul trebuie să identifice căi de sprijin și finanțare a studenților care să acopere minimum 10%. Fondurile adiționale pot fi obținute prin participarea la proiecte, spin offs, colaborarea cu firme din sectorul privat sau cu alte instituții de cercetare etc.</p>	<p>asemenea, s-a avut în vedere majorarea plafonului de cheltuieli admise spre decontare, precum și posibilitatea decontării taxelor de publicare a articolelor publicate de către doctoranzi în reviste indexate WoS/Scopus:</p> <p><a href="https://doctorat.ase.ro/conferinte/norme-csud/">https://doctorat.ase.ro/conferinte/norme-csud/</a></p> <p>La nivelul anului 2021, ponderea cheltuielilor în total venituri era de 0,675%. În ultimii trei ani, această pondere a crescut la 2,997%. Din păcate, indicatorul rămâne doar parțial îndeplinit, dar progresul înregistrat este unul semnificativ, cu o creștere de 4,44 ori a procentului.</p> <p>Explicația principală este legată de creșterea numărului de participări la conferințe internaționale. În perioada 2021-2024, doctoranzii au participat cu 185 de lucrări la conferințe științifice internaționale. Dintre acestea, 114 au fost prezentate la conferințe desfășurate în străinătate.</p> <p>Menționăm că IOSUD-ASE oferă doctoranzilor anual 8000 de lei pentru participarea la conferințe științifice interne (3000 lei) și internaționale (5000 lei). De asemenea, se decontează taxele de publicare a unui articol publicat în jurnale indexate Clarivate în fiecare an (taxă care poate ajunge la peste 10.000 lei), precum și cheltuielile aferente mobilităților internaționale, conform legii. Sumele aflate la dispoziția studenților-doctoranzi depășesc semnificativ 10% din totalul sumelor aferente granturilor doctorale.</p>
8	<p><b>A.2.1.1.</b> Indicator îndeplinit</p>	<p>Se recomandă continuarea investițiilor în dotarea materială, pachete soft pentru prelucrări de date, baze de date cu concentrare în special în jurul infrastructurii STRATEC.</p> <p>Existența unui mecanism de atragere de resurse / fonduri din mediul privat.</p>	<p>Recomandare implementată.</p> <p>IOSUD ASE deține spații și dotarea materială care permit realizarea activităților de cercetare, în acord cu misiunea și obiectivele asumate (calculatoare, software-uri specifice, aparatură, bibliotecă, acces la baze de date internaționale etc.).</p> <p>La nivelul IOSUD ASE, se organizează sesiuni de informare cu privire la resursele oferite de Biblioteca Centrală ASE, accesul la baze de date internaționale, precum și softurile disponibile.</p> <p>Laboratoarele de Marketing „C. Florescu”, aflate la dispoziția doctoranzilor, au fost recent dotate cu echipamente și softuri</p>

			specializate, iar procesul este în desfășurare.
9	<b>A.3.1.1.</b> Indicator îndeplinit	Identificarea continuă a capacității de abilitare pentru membri comunității academice și încurajarea acestor să facă demersurile necesare obținerii atestatului de abilitare. Identificarea unor posibili conducători de doctorat străini care să se poată afilia domeniului Marketing.	Recomandare implementată. În cadrul SD Marketing, toți conducătorii de doctorat îndeplinesc standardele minimale CNATDCU. În viitorul apropiat, cel puțin trei membri ai Departamentului de Marketing, profesori universitari, își vor finaliza teza de abilitare. De asemenea, mai mulți colegi conferențieri și lectori îndeplinesc actualele standarde minimale CNATDCU.
10	<b>A.3.1.2.</b> Indicator îndeplinit	Identificarea continuă a capacității de abilitare pentru membri comunității academice și încurajarea acestor să facă demersurile necesare obținerii atestatului de abilitare.	Recomandare implementată. În anul 2025, dintre cei 18 conducători de doctorat, 16 (88,9%) sunt titulari în cadrul IOSUD-ASE, unul este pensionar ASE și unul este titular la o altă universitate.
11	<b>A.3.1.3.</b> Indicator îndeplinit	Ținând cont de numărul mare de discipline de specialitate, se recomandă o monitorizare permanentă a faptului că aceste cursuri sunt susținute de personal corespunzător.	Recomandare implementată. La nivelul domeniului de doctorat Marketing, disciplinele din programul de pregătire bazat pe studii universitare avansate au continuat să fie predat de cadre didactice care au calitatea de conducător de doctorat/abilitat, profesor sau conferențiar, din cadrul IOSUD-ASE.
12	<b>A.3.1.4.</b> Indicator îndeplinit	Stabilirea unor măsuri astfel încât situația existentă în care un conducător de doctorat are mai mult de 8 studenți doctoranzi aflați în perioada studiilor universitare de doctorat să fie remediată. Monitorizarea continuă a numărului de studenți doctoranzi coordonați de fiecare conducător de doctorat pentru respectarea acestui criteriu.	Recomandare implementată. Ponderea conducătorilor de doctorat din cadrul domeniului de doctorat Marketing, care coordonează concomitent mai mult de 8 studenți doctoranzi, dar nu mai mult de 12, aflați în perioada studiilor universitare de doctorat, este 5,5% (unul singur din cei 18 membri).
13	<b>A.3.2.1.</b> Indicator îndeplinit	Identificarea continuă a realizărilor de performanță pentru conducătorii de doctorat, dar și pentru doctoranzi care au vizibilitate internațională.	Recomandare implementată. La nivelul domeniului Marketing, conducătorii de doctorat au continuat să fie preocupați de publicarea de articole indexate Web of Science (în ultimii 5 ani), precum și de alte realizări cu semnificație relevantă pentru domeniu. Astfel, conducătorii de doctorat afiliați SD Marketing, prin activitatea desfășurată, beneficiază de vizibilitate internațională, inclusiv în ultimii cinci ani, constând în cel puțin una dintre următoarele calități: membru în comitetele științifice ale

			publicațiilor și conferințelor internaționale; membru în board-urile asociațiilor profesionale internaționale; invitat în cadrul conferințelor sau grupurilor de experți desfășurate în străinătate, membru în comisii de susținere a tezei de doctorat la universități din străinătate, etc.
14	<b>A.3.2.2.</b> Indicator îndeplinit	Monitorizarea continuă a îndeplinirii standardelor minimale CNATDCU în vigoare pentru fiecare conducător de doctorat.	Recomandare implementată. Conducătorii de doctorat afiliați școlii și domeniului de studii doctorale Marketing au continuat să desfășoare o activitate de cercetare activă, obținând cel puțin 25% din punctajul solicitat prin standardele minimale CNATDCU, necesare și obligatorii pentru obținerea atestatului de abilitare, pe baza rezultatelor științifice din ultimii cinci ani.
15	<b>B.1.1.1.</b> Indicator îndeplinit	Continuarea politicii de atragere de absolvenți la nivel de masterat din alte instituții de învățământ superior, în special din străinătate.	Recomandare implementată. La concursurile de admitere la studiile universitare de doctorat organizate de SD Marketing au continuat să fie atrași și s-au înscris absolvenți ai unor programe de masterat ai altor instituții de învățământ superior din țară sau din străinătate.
16	<b>B.1.2.1.</b> Indicator îndeplinit	Publicarea continuă a informațiilor relevante pe pagina web a Școlii Doctorale de Științe Socio-Umane	Recomandare implementată. Admiterea la programele de studii de doctorat se face în baza unor criterii de selecție transparente, menționate în <a href="#">Metodologiei privind organizarea și desfășurarea admiterii la studiile universitare de doctorat</a>
17	<b>B.1.2.2.</b> Indicator îndeplinit	Monitorizarea continuă, împreună cu coordonatorii de doctorat, a evoluției doctoranzilor și identificarea soluțiilor specifice pentru evitarea eșecului în cercetare; Implicarea activă a comisiilor de îndrumare a doctoranzilor și a Centrului de Orientare și Consiliere în Carieră pentru evitarea eșecului în cercetare.	Recomandare implementată. La nivelul SD Marketing s-au făcut eforturi pentru reducerea abandonului de la studiile universitare de doctorat. Rata de renunțare / abandon a studenților doctoranzi la 2 ani de la admitere nu a depășit 30% în niciuna din ultimele cinci promoții.
18	<b>B.2.1.1.</b> Indicator îndeplinit	Adaptarea și actualizarea permanentă a conținutului acestor discipline relevante pentru pregătirea în cercetarea științifică a doctoranzilor în domeniul Marketing. Identificarea unui curs de prelucrare statistică a datelor oferit cu caracter opțional pentru studenții doctoranzi.	Recomandare implementată. La nivelul SD Marketing, programul de pregătire bazat pe studii universitare avansate cuprinde 4 discipline, din care 2 discipline sunt destinate studiului aprofundat al metodologiei cercetării științifice și al prelucrării statistice a datelor: „Aplicarea metodelor cantitative și calitative în cercetarea științifică” și „Direcții noi în cercetările de marketing”.

19	<b>B.2.1.2.</b> Indicator îndeplinit	Realizarea unor seminarii periodice/workshop-uri pe probleme de etică în cercetare.	Recomandare implementată. În planurile anuale de învățământ ale SD Marketing există o disciplină dedicată eticii în cercetarea științifică și proprietății intelectuale: „etică și integritate academică”.
20	<b>B.2.1.3.</b> Indicator parțial îndeplinit IOSUD are create mecanisme prin care se asigură că programul de pregătire bazat pe studii universitare avansate, aferent domeniului evaluat, vizează "rezultatele învățării", precizând competențele, deprinderile și aptitudinile pe care studenții doctoranzi ar trebui să le dobândească după parcurgerea fiecărei discipline sau prin activitățile de cercetare.	Menținerea acestor mecanisme prin care se asigură că programul de pregătire bazat pe studii universitare avansate, aferent domeniului evaluat, vizează rezultatele învățării, precizând cunoștințele, abilitățile și responsabilitatea și autonomia pe care studenții doctoranzi ar trebui să le dobândească după parcurgerea fiecărei discipline sau prin activitățile de cercetare. De revizuit conceptul de dezvoltare a programei cu includerea standardelor UE în ceea ce privește: alocarea creditelor transferabile pentru fiecare rezultat al învățării, stabilirea de criterii de măsurare și testare a modului în care aceste rezultate sunt atinse de către studenți. De specificat clar în cadrul programei obiectivele și rezultatele ce trebuie atinse de către studenți comunicarea lor către aceștia. De corelat nivelul rezultatelor învățării cu nivelul studiilor de doctorat (utilizarea taxonomiei lui Bloom). De explicat metodele de atingere a rezultatelor învățării și de stabilit criterii de măsurare a calității acestora. Se remarcă necesitatea stabilirii unei corelații dintre rezultatele învățării la nivelul fiecărui curs cu cele specifice programului de studii doctorale în domeniul Marketing. Această recomandare este necesară pentru asigurarea conformității mecanismelor de stabilire și verificare a rezultatelor învățării cu standardele UE.	Recomandare implementată. Au fost menținute mecanismele prin care se asigură că programul de pregătire bazat pe studii universitare avansate, vizează rezultatele învățării și conduce la atingerea unor cunoștințe și abilități specifice unui cercetător științific de cea mai înaltă valoare. Am continuat evaluarea anuală a satisfacției studenților-doctoranzi, pe baza unui chestionar administrat la încheierea cursurilor. În plus, am coroborat conținutul temelor abordate cu noutățile apărute în industria cercetărilor de marketing, prin intermediul unor discuții cu specialiști din cercetarea de marketing, având titlul științific de doctor. În cazul unor teme specifice, au fost invitați să aibă intervenții specialiști din cercetările de marketing, precum doamna dr. Alina Șerbănică, Senior Vice President, Ipsos, Membru Consiliu ESOMAR, Președinte SORMA. Ca urmare a acestor analize, fișa disciplinei „Probleme actuale ale științei marketingului” a fost îmbunătățită cu teme de actualitate, precum Poziționarea în marketing, Cercetarea de piață și operaționalizarea legislației protecției datelor personale, Impactul Inteligenței Artificiale în cercetarea de piață. De asemenea, în conținutul disciplinei „Direcții noi în cercetările de marketing” au fost introduse teme precum Tehnologizarea și digitalizarea în industria de cercetare de piață, Industria de cercetare de piață pe piața locală și la nivel global/internațional sau Regresia logică în cercetările de marketing. S-a decis și evaluarea participării studenților la cursuri prin intermediul elaborării unui eseu care să prezinte legătura dintre temele abordate și cercetarea doctorală a respectivului doctorand. Valoarea și eficiența programului de

			<p>pregătire bazat pe studii universitare avansate, precum și a întregului stagiul de pregătire doctorală, sunt cel mai bine dovedite de rezultatele cercetărilor doctorale efectuate. Din această perspectivă, pentru a putea primi mențiunile onorifice stabilite de lege, absolvenții școlilor doctorale din ASE trebuie să îndeplinească niște criterii sensibil superioare atât celor stabilite prin reglementările naționale, cât și celor solicitate de alte universități de prestigiu din România.</p>
21	<b>B.2.1.4.</b> Indicator îndeplinit	<p>Continuarea monitorizării acestor întâlniri și a rezultatelor colaborărilor dintre doctoranzi și comisia de îndrumare.</p>	<p>Recomandare implementată. Pe întreaga durată a stagiului de pregătire doctorală, studenții doctoranzi din domeniul Marketing beneficiază atât de coordonarea din partea conducătorului științific, cât și de consilierea din partea unor comisii de îndrumare și integritate academică funcționale. Aceste comisii sunt stabilite încă de la momentul înmatriculării. Implicarea comisiei în îndrumarea doctoranzilor se concretizează în feedback, întâlniri regulate, activități complementare celor oferite de către conducătorul științific de doctorat.</p>
22	<b>B.2.1.5.</b> Indicator îndeplinit	<p>Includerea în comisiile de îndrumare și a unor de experți / specialiști din alte centre universitare sau din străinătate, din domeniul marketingului care pot ajuta, prin consiliere științifică, la procesul de cercetare al doctoranzilor.</p>	<p>Recomandare implementată. La nivelul domeniului de studii universitare de doctorat Marketing, au fost atrași membri în comisiile de îndrumare, astfel încât să se mențină un raport echilibrat, conform criteriilor ARACIS. În anul universitar 2023-2024, în comisii de îndrumare au fost atrași opt profesori sau conferențieri universitari din străinătate (Canada, Marea Britanie, Africa de Sud, Irlanda, Elveția, Polonia). De asemenea, începând cu anul universitar 2024-2025, în comisiile de integritate academică, cel puțin un membru este din afara IOSUD ASE.</p>
23	<b>B.3.1.1.</b> Indicator îndeplinit	<p>Nu este cazul.</p>	<p>Pentru domeniul de studii universitare de doctorat Marketing, există minimum un articol sau o altă contribuție relevantă per student doctorand care a obținut titlul de doctor în ultimii 5 ani. În plus, la nivelul IOSUD ASE s-a avut în vedere creșterea numărului de articole indexate WoS, motiv pentru care a fost</p>

			implementată o procedură de decontare a taxelor aferente publicării articolelor în reviste indexate WoS/Scopus.
24	<b>B.3.1.2.</b> Indicator îndeplinit	Nu este cazul	Toți studenții-doctoranzi din cadrul domeniul de studii universitare de doctorat Marketing care și-au încheiat studiile doctorale în ultimii cinci ani au participat la cel puțin o manifestare științifică internațională de prestigiu (desfășurată în țară sau străinătate), având în vedere faptul că acest lucru este stipulat în criteriile minimale de privind susținerea tezei de doctorat.
25	<b>B.3.2.1.</b> Indicator îndeplinit	Nu este cazul	Pentru tezele de doctorat susținute în cadrul domeniului Marketing, au fost invitați referenți științifici externi, și din alte centre universitare în afară de București (Cluj-Napoca, Iași, Brașov, Sibiu, Timișoara, Galați etc.), membri ai institutelor Academiei Române, precum și cadre didactice afiliate unor universități din străinătate.
26	<b>B.3.2.2.</b> Indicator îndeplinit	Nu este cazul.	La nivelul domeniului de studii universitate de doctorat Marketing s-a menținut în limitele recomandate de ARACIS raportul dintre numărul tezelor de doctorat alocate unui anumit referent științific provenit de la o altă instituție de învățământ superior decât IOSUD-ASE și numărul tezelor de doctorat susținute.
27	<b>C.1.1.1.</b> Indicator îndeplinit	Se recomandă realizarea unei evidențe mai clare a aplicării Procedurii operaționale menționate anterior.	Recomandare implementată. IOSUD-ASE a dezvoltat și aplică periodic o procedură de evaluare și monitorizare internă a evoluției școlilor doctorale. Aceasta include activitatea științifică a conducătorilor de doctorat, infrastructura și logistica necesare desfășurării activității de cercetare, precum și procedurile și normele pe baza cărora se organizează studiile universitare de doctorat, activitatea științifică a studenților doctoranzi, precum și programul de pregătire bazat pe studii universitare avansate a doctoranzilor.
28	<b>C.1.1.2.</b> Indicator îndeplinit	Se recomandă o mai bună operaționalizare a prevederilor acestei proceduri și întocmirea unui plan de măsuri pentru îmbunătățirea continuă a proceselor academice și administrative.	Recomandare implementată. La nivelul domeniului de studii universitate de doctorat Marketing există și au continuat să fie implementate mecanisme de colectare a feedback-ului din partea doctoranzilor (chestionar de evaluare a gradului de satisfacție a doctoranzilor).
29	<b>C.2.1.1</b> Indicator îndeplinit	Actualizarea continuă a paginilor web ale IOSUD și Școlii Doctorale	Recomandare implementată. Toate metodologiile și reglementările

		de Științe Socio-umane.	privind organizarea și desfășurarea concursurilor de admitere au continuat să fie publice.
30	<b>C.2.2.1.</b> Indicator îndeplinit	Informarea periodică, în special pentru studenții noi admiși în cadrul studiilor doctorale cu privire la acces gratuit la platformele cu baze de date academice relevante pentru domeniul Marketing.	Recomandare implementată. IOSUD-ASE asigură în mod gratuit, prin intermediul bibliotecilor sale, atât în format clasic, cât și electronic, resursele de învățare (manuale, tratate, referințe bibliografice, antologii etc.).
31	<b>C.2.2.2.</b> Indicator îndeplinit	Facilitarea accesului studenților doctoranzi și pentru verificarea lucrărilor științifice realizate.	Recomandare implementată. Prin intermediul conducătorilor de doctorat, lucrările de cercetare sau tezele de doctorat aflate în stadiu final se pot verifica în mod gratuit de către DMCI.
32	<b>C.2.2.3.</b> Indicator îndeplinit	Prezentarea modului de acces la infrastructura de cercetare existentă către studenții nou admiși la studii de doctorat. Studenții și-au exprimat opinia cu privire la lipsa de comunicare între ei și au recomandat măsuri de îmbunătățire a acestui aspect - creșterea interacțiunii dintre ei, în principal în primul an de studii. Unii dintre studenți au declarat că nu sunt familiarizați cu unele domenii, cum ar fi statistica sau analiza datelor, de aceea comunicarea între ei i-ar ajuta să-și îmbunătățească competențele în aceste domenii sau să schimbe informații pe aceste teme. Se recomandă ca la nivelul domeniului de studiu procesul de comunicare să fi inițiat de către supervizori, prin stabilirea unui canal de comunicare/a unui grup de lucru care să faciliteze studenților întâlniri, schimbul de idei, participarea în echipă la diverse proiecte/acțiuni științifice. Aceasta este, de asemenea, o bună modalitate a îmbunătății comunicarea și experiența de învățare în contextul studiilor on-line datorate pandemiei Covid.	Recomandare implementată. Toți studenții doctoranzi din cadrul SD Marketing au acces permanent la sălile și laboratoarele Facultății de Marketing, precum și la Laboratoarele de cercetare științifică ale Departamentului de Marketing.
33	<b>C.3.1.1.</b> Indicator îndeplinit	Realizarea unei evidențe clare a mobilităților efectuate de fiecare student doctorand. Adoptarea unor măsuri clare și eficiente pentru încurajarea conducătorilor de	Recomandare implementată. La nivelul IOSUD-ASE există o strategie de internaționalizare prin care doctoranzii sunt susținuți și încurajați să participe la stagii de mobilitate internațională, fiind organizate

		<p>doctorat pentru încheierea acordurilor Erasmus+ sau a altor tipuri de acorduri sau granturi de mobilitate. Adoptarea unor măsuri clare și eficiente pentru încurajarea studenților doctoranzi pentru a efectua cel puțin o mobilitate în cadrul stagiului doctoral.</p> <p>Continuarea derulării mobilităților Erasmus+ și a cooperării la nivel internațional și identificarea unor tipuri de cooperare posibile în contextul pandemiei Covid (ca de exemplu, mobilități Erasmus + hibride). Contextul pandemic generează oportunități de colaborări online – proiecte de cercetare, cursuri comune – modalități ce necesită îmbunătățiri și dezvoltarea în vederea derulării lor și în viitor</p>	<p>periodic sesiuni de instruire de către Biroul Erasmus+. Numărul mobilităților internaționale, incluzând mobilitățile de scurtă durată, a crescut semnificativ în ultimii 3 ani.</p> <p>De asemenea, ca urmare a renunțării la restricțiile impuse de pandemia COVID-19, începând cu anul universitar 2021-2022, doctoranzii înmatriculați la SD Marketing au participat în format fizic la conferințe desfășurate în străinătate.</p> <p>În baza contactelor stabilite ca urmare a deplasărilor internaționale, studenții doctoranzi sunt încurajați să publice articole și să participe cu lucrări la conferințe în coautorat internațional.</p>
34	<b>C.3.1.2.</b> Indicator îndeplinit	<p>Încurajarea conducătorilor de doctorat pentru realizarea de teze de doctorat în cotutele internaționale.</p> <p>Invitarea unor experți internaționali pentru prezentări în domeniul Marketing.</p> <p>Menținerea bunelor practici în ceea ce privește participarea experților străini în susținerea unor cursuri și dezvoltarea proiectelor de mentorat la nivel internațional și de colaborare cu cadre didactice din mediul internațional în vederea creșterii calității programului de studii doctorale.</p>	<p>Recomandare implementată.</p> <p>Conducătorii de doctorat din domeniul Marketing sunt încurajați să coordoneze teze de doctorat în cotutele internaționale, și există demersuri în această direcție.</p> <p>Studenții doctoranzi sunt invitați să asiste la prezentările Keynote Speakerilor de la conferințele internaționale organizate de Facultatea de Marketing.</p>
35	<b>C.3.1.3.</b> Indicator îndeplinit	<p>Necesitatea adoptării unui plan de internaționalizare cu măsuri clare și specifice. Acestea ar trebui să fie parte din misiunea studiilor doctorale și nu lăsate la nivelul contactelor particulare ale conducătorilor de doctorat.</p> <p>Academia de Studii Economice din București susține internaționalizarea și își propune să realizeze mai multe în viitor în toate aspectele, în special în promovarea</p>	<p>Recomandare implementată.</p> <p>Internaționalizarea activităților din cadrul domeniului Marketing este susținută prin participarea la târguri educaționale pentru atragerea de studenți-doctoranzi internaționali și prin încheierea de parteneriate/colaborări cu universități de prestigiu.</p> <p>De asemenea, au fost invitați experți internaționali să susțină cursuri/prelegeri pentru studenții doctoranzi ai domeniului Marketing.</p>

	<p>domeniilor de studii doctorale, printre care și domeniul Marketing. Recomandarea este să se implice mai mult în promovarea domeniului de doctorat în domeniul Marketingului către universități și instituții străine. Modelele de cooperare trebuie să fie ajustate și la pandemia Covid-19, iar unele cursuri pot fi livrate în limba engleză online. Se recomandă: redactarea și publicarea în limba engleză a regulamentelor aferente domeniului</p> <p>Adoptarea unei infrastructuri generale (ce include partea de documente specifice, dar și aspecte administrativ) care să vină în sprijinul studenților de la nivelul internațional și a unor măsuri specifice de promovare - implicarea personalului academic, tutori, studenți, Alumni, rețele de socializare (LinkedIn, Instagram, Facebook), mass- media, site-uri web, ateliere, mese rotunde, expoziții, evenimente online. Tot în vederea promovării la nivel internațional se recomandă co mentorate între universități, conferințe cu participare internațională, târguri internaționale de promovare, activități comune de cercetare</p> <p>Redactarea programei în limba engleză, corelarea rezultatelor învățării cu standardele UE</p> <p>Existența unei liste a cursurilor disponibile și a titularilor de curs, în limba engleză cooperarea cu angajatorii doctoranzilor și asociația mai activă a absolvenților poate contribui, de asemenea, la promovarea la nivel implicarea mai activă a absolvenților poate contribui, de asemenea, la promovarea programului de studii de doctorat.</p>	<p>În plus, la nivelul IOSUD-ASE au fost semnate noi acorduri Erasmus+ sau au fost extinse acordurile anterioare pentru a include și nivelul 3, studiile doctorale, cu mai multe universități din UE sau din alte țări (Israel, Georgia).</p> <p>Fișele de disciplină sunt redactate atât în limba română, cât și în engleză.</p>
--	---	---



Componența comisiei de evaluare intermediară:

1. Prof. univ. dr. Adrian MICU
2. Stud. Daniel Alexandru Octavian CHETROIU
3. Expert din Direcția Asigurarea Calității, responsabil suport activitate a CPS – Științe Economice-1 – Sorin ALECSA