

Raport de evaluare externă de progres

Instituția organizatoare de studii universitare de doctorat (IOSUD): **Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca (UBB)**

Școala / Școlile universitare de doctorat:

- Școala Doctorală **Științe Economice și Gestiunea Afacerilor (SEGA)**,
- Școala Doctorală **Comunicare, Relații Publice și Publicitate (CRPP)**

I. Introducere¹

Prezentul raport a fost realizat cu prilejul evaluării externe periodice a domeniului de studii universitare de doctorat (DSUD) Marketing regăsit în cadrul Școlii Doctorale **Științe Economice și Gestiunea Afacerilor (SEGA)**, respectiv în cadrul Școlii Doctorale **Comunicare, Relații Publice și Publicitate (CRPP)**, din cadrul instituției organizatoare de studii universitare de doctorat (IOSUD) - **Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca (UBB)**.

Comisia de evaluare intermediară pentru analiza raportului de progres al DSUD Marketing de la **Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca** are următoarea componență:

- Prof. dr. Adriana MANOLICĂ – Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași;
- Stud. Ștefanuț-Iulian BUHUȘ - Academia de Studii Economice din București;
- Expert din Direcția Asigurarea Calității, responsabil suport activitate a CPS – Științe Economice-1 – Sorin ALECSA.

Școala doctorală Științe Economice și Gestiunea Afacerilor este componenta furnizoare de educație de cel mai înalt nivel a Facultății de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor – UBB Cluj-Napoca. Școala doctorală organizează studii în șapte domenii de doctorat. Conducătorii de doctorat și studenții doctoranzi au la dispoziție o bază materială de înalt nivel materializată prin săli dotate echipamente performante care asigură eficientizarea procesului de studiu, transferul de informații și învățarea colaborativă. Aceste echipamente includ calculatoare conectate la urse de internet și software-uri specializate licențiate pentru fiecare laborator cu scopul de a crea un mediu favorabil dezvoltării abilităților de documentare, elaborare și valorificare a lucrărilor științifice.

Domeniul Marketing a fost stabilit ca domeniu în care pot fi organizate studii universitare de doctorat prin OMEN nr. 4969 din 31.7.2008, pentru ca ulterior prin OMEN nr. 5842/4.11.2008 să fie confirmați ca și coordonatori de doctorat ai domeniului domnii prof.univ.dr. Ioan Plăiaș, Gheorghe-Alexandru Catană și Marius Dorel Pop (Anexa 1 a OMEC nr. 5842 din 2008).

Domeniul Marketing este organizat și funcționează în cadrul Școlii Doctorale Științe Economice și Gestiunea Afacerilor (SEGA), respectiv în cadrul Școlii Doctorale Comunicare, Relații Publice și Publicitate (CRPP). Obiectivul fundamental al domeniului de doctorat Marketing se circumscrie celui al UBB, acela de a promova cercetări fundamentale și aplicative de înaltă calitate, vizibile pe plan internațional.

În anul universitar 2024-2025, în cadrul domeniului de doctorat Marketing își desfășoară activitatea 5

¹ De fiecare dată când este aplicabil, informațiile vor fi prezentate și în funcție de gen.

(cinci) conducători de doctorat, toți fiind titulari pe domeniul marketing (4 în ȘD SEGA și unul în ȘD CRPP). Aceștia coordonează 17 doctoranzi (11 în stagiu):

- conf.univ.dr. Anetta-Monika Alt, ȘD SEGA, abilitată prin OMEN 3798/12.5.2022 (3 doctoranzi în stagiu);
- prof.univ.dr. Smaranda Adina Cosma, ȘD CRPP, abilitată prin OM 623/6.11.2014 (1 doctorand în prelungire/gratie, 4 doctori confirmați CNATDCU + 1 în curs);
- prof.univ.dr. Dan-Cristian Dabija, ȘD SEGA, abilitat prin OM 5928/4.12.2015 (6 doctoranzi, din care 5 în stagiu; 4 doctori confirmați CNATDCU + 1 în curs);
- prof.univ.dr. Ovidiu Ioan Moisescu, ȘD SEGA, abilitat prin OMEN 3400/16.3.2022 (2 doctoranzi în stagiu);
- prof.univ.dr. Ciprian-Marcel Pop, ȘD SEGA, abilitat prin OM 5927/4.12.2015 (5 doctoranzi, din care 1 în stagiu; 1 doctor confirmat CNATDCU + 1 în curs).

În cadrul domeniului de doctorat Marketing în cadrul ȘD SEGA au activat de-a lungul timpului și următorii conducători de doctorat:

- prof.univ.dr. Marius Dorel Pop (retras din UBB în anul universitar 2013-2014);
- prof.univ.dr. Alexandru Catană (decedat în decembrie 2016);
- prof.univ.dr. Ioan Plăiaș, pensionat în 2016, un doctorand în gratie.

Toate cadrele didactice titulare ale domeniului de doctorat Marketing îndeplinesc standardele minimale CNATDCU (OMECTS 6129 din 2016, Anexa 27 Științe Economice și Administrarea Afacerilor) aflate în vigoare la momentul realizării evaluării, necesare și obligatorii pentru obținerea atestatului de abilitare, reprezentând 100,00% dintre conducătorii de doctorat ai domeniului. Fiecare conducător de doctorat are în echipa de cercetare câte o comisie de îndrumare formată din conducătorul de doctorat și trei cadre didactice de specialitate în aria de cercetare a tezei de doctorat.

II. Aprecieri asupra implementării recomandărilor formulate în cadrul REE

Nr. crt.	Indicator ARACIS	Mod de implementare a recomandărilor și măsuri concrete întreprinse
A.1.1.1.	<i>Se recomandă ca pe pagina web a școlii doctorale să se publice toate hotărârile Consiliului Școlii Doctorale. Se recomandă continuarea actualizării permanente a paginii web a Școlii doctorale astfel încât atât conducătorii de doctorat, studenții doctoranzi și candidații la admitere să găsească toate informațiile necesare pe site. Se recomandă ca activitatea reprezentantului studentului doctorand să fie diseminată cât mai mult în rândul studenților, astfel încât să crească transparența privind deciziile ce implică în mod direct studenții.</i>	<p>Pagina web a ȘD SEGA este actualizată periodic:</p> <p>https://econ.ubbcluj.ro/n2.php?id_c=106&id_m=3, respectiv există o pagină web distinctă dedicată admiterii la doctorat: https://econ.ubbcluj.ro/n2.php?id_c=24&id_m=4</p> <p>Diseminarea activității reprezentantului studentului doctorand se face prin adresa instituțională de email către aceștia, respectiv prin consultare periodică cu aceștia. De asemenea, și pagina de web a SDCRPP este actualizată periodic www.sdcrpp.ro</p> <p>Pagina web a ȘD conține informații diverse și actualizate privind aspectele legate de activitatea doctoranzilor și a ȘD. Astfel, informațiile existente se referă la: Reglementari, Proceduri aplicabile în cadrul ȘD, Profilul</p>

- A.1.1.2.** *Se recomandă actualizarea permanentă a regulamentului școlii doctorale în concordanță cu legislația existentă; Se recomandă gestionarea aspectelor referitoare la calitate în cadrul consiliului școlii doctorale cu participarea membrilor școlii doctorale din domeniul științelor economice în vederea actualizării periodice a regulamentului de funcționare*
- A.1.2.1.** *Publicarea pe site-ul școlii doctorale aferente fiecărui domeniu din cadrul științelor socio-umane a unor informații de performanță și calitate din sistemul de gestiune a studenților*
- A.1.2.2.** *Realizarea unei evidențe stricte a utilizării acestei platforme software, astfel încât rezultatele obținute să poată fi accesate cu ușurință de către solicitanți. Să se aibă în vedere versiunile îmbunătățite ale acestui soft cu scopul de a extinde baza de date pentru a crește nivelul de originalitate.*
- A.1.3.1** *Se recomandă actualizarea permanentă a listei granturilor de cercetare naționale și internaționale sau de dezvoltare instituțională / resurse umane precum și extinderea listei. Se recomandă extinderea parteneriatelor publice-private*
- A.1.3.2** *Se recomandă o mai bună susținere a doctoranzilor în vederea obținerii unor finanțări suplimentare. Se recomandă o evidență mai riguroasă a tipurilor de finanțări obținute de studenții doctoranzi. Se recomandă implicarea mediului privat în acordarea de burse pentru studenții doctoranzi, ținând cont de faptul că reprezentanții angajatorilor și-au exprimat disponibilitatea în cadrul întâlnirii avute cu comisia de evaluare.*
- științific al conducătorilor de doctorat, Lista conducătorilor de doctorat, Curricula ȘD, aspecte legate de Admitere, Studenți doctoranzi, Orar școala doctorală, Programe analitice, Calendar susțineri publice, Accesare grant doctoral, Conducere ȘD, Secretariat ȘD etc.
- Regulamentul ȘD SEGA este actualizat permanent în funcție de modificările legislative: https://econ.ubbcluj.ro/n3.php?id_s=322&id_c=106&id_m=3.
- Regulamentul ȘD CRPP este actualizat permanent în funcție de modificările legislative: <https://sdcrpp.ro/regulamente/>
- În cadrul ȘD SEGA informațiile privind diferitele proceduri sunt publicate și actualizate periodic: https://econ.ubbcluj.ro/n2.php?id_c=106&id_m=3
- În cadrul ȘD CRPP informațiile privind diferitele proceduri sunt publicate și actualizate periodic: <https://sdcrpp.ro/regulamente/>
- Aceste actualizări sunt realizate de către CSUD UBB, respectiv ele există la nivelul ȘD SEGA și ȘD CRPP.
- La nivelul UBB informațiile privind granturile de cercetare sunt incluse în aplicația Managementul Cercetării Științifice. Există parteneriate publice-private, unele dintre ele duc la acordarea unor burse către doctoranzi.
- În perioada 2022-2024 doctoranzii domeniului Marketing au obținut finanțări suplimentare astfel:
- 2022 (mai-iulie): Drd. Edina Bodor (coord. DC Dabija): asistent cercetare pe proiectul PNIII-RU-TE-2021-0795 <https://sites.google.com/view/rescovret> ;
 - 2022 (mai) – 2024 (mai): Drd. Rebeka A. Pop (coord. DC Dabija): asistent cercetare pe proiectul PNIII-RU-TE-2021-0795 <https://sites.google.com/view/rescovret> ;

- 2022 (ianuarie-martie): Drd. Horațiu Vasile Borza (coord. SA Cosma): bursă individuală de cercetare pe proiectul POCU 123793, Cercetător, viitor antreprenor- Noua Generație https://cercetator_antreprenor.granturi.ubbcluj.ro;
- 2022 (septembrie) – 2023 (iulie): Drd. Anghel Cozma (coord. SA Cosma): bursa pe parcursul ultimului an de doctorat <https://sites.euro.ubbcluj.ro/steam>;
- 2022 (septembrie) – 2023 (septembrie): Drd. Oana I. Enășel (coord. DC Dabija) bursa pe parcursul ultimului an de doctorat <https://sites.euro.ubbcluj.ro/steam>;
- 2023 (septembrie-decembrie), 2024 (septembrie-decembrie): Drd. Silvana Prodan (coordonator DC Dabija), bursa de doctorat France Excellence, acordată de Guvernul Francez <https://institutfrancais.ro/bucuresti/fr/bourses-du-gouvernement-francais-france-excellence/#/>
- 2024-2028: Drd. Foro Kinga bursă privată acordată de Grupul Iulius Mall.

A.1.3.3. *Se recomandă punerea la dispoziția fiecărei școli doctorale a unui buget în raport cu numărul de studenți doctoranzi și cu necesitățile de dezvoltare ale acestora. Introducerea și dezvoltarea antreprenoriatului universitar prin formarea de spin-offuri și demararea de start-upuri la nivelul universității pentru a crește sursele de finanțare*

Conform procedurilor doctorale la nivel UBB, fiecare doctorand are la dispoziție un buget anual pe care îl poate folosi pentru activitățile de cercetare științifică. A se vedea hotărârea BCA UBB 2938/21.3.2022 (<https://shorturl.at/UytWU>); BCA UBB 1456/6.2.2023 (<https://shorturl.at/ZpMPd>) privind modul de defalcare a grantului doctoral pe diferite categorii de activități. Conform hotărârii BCA UBB 1456/6.02.2023 privind distribuția grantului doctoral pe categorii de cheltuieli începând cu anul universitar 2022-2023, fiecărui doctorand din domeniul Marketing îi sunt alocați 9000 lei fonduri anuale pentru cercetarea științifică.

Există o procedură stabilită pentru decontarea cheltuielilor doctoranzilor pentru formare profesională și pentru diseminarea rezultatelor cercetării. Documentele care stau la baza obținerii finanțării/decontării cheltuielilor sunt făcute publice la adresa https://econ.ubbcluj.ro/n3.php?id_s=313&id_c=106&id_m=3. Acestea includ: Declarația de

plecare din țară, Memoriul justificativ, Cerere pentru dispoziția rectorului, Referat de necesitate materiale, Referat necesitate - deplasări interne. De exemplu, Memoriul justificativ privind utilizarea fondurilor pentru cercetare din granturi doctorale, cuprinde solicitarea adresată, tema de cercetare în cadrul studiilor doctorale, necesitatea utilizării fondurilor aferente granturilor doctorale pentru solicitarea adresată fiind semnat de către doctorand și de conducătorul științific de doctorat.

Situația cheltuielilor din anii de referință este:

2022-2023

grant = 7.500 lei/drd * 5 = 37500

5 drd in stagi (anul1,2,3 buget cu bursa+ buget)

14.050 lei cheltuiti, ceea ce reprezinta **37,46%**

2023-2024

grant = 9.000 lei/drd * 7 drd = 63,000 RON

7 drd in stagi (anul1,2,3 buget cu bursa+ buget)

11.162 lei cheltuiti, ceea ce reprezinta **17,71%**

2024-2025

grant = 9.000 lei /drd * 9 = 81000

9 drd in stagi (anul1,2,3 buget cu bursa+ buget)

27.791 lei cheltuiti (pana in 06.05.2025) ceea ce reprezinta **34,30%**

Astfel se poate constata că cel puțin 10% din totalul sumelor aferente granturilor doctorale obținute de universitate prin contract instituțional și prin taxe 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.).

Doctoranzii ȘD SEGA au acces la laboratoare FSEGA moderne, dotate cu pachete software dedicate prelucrării de baze de date precum: IBM SPSS Statistics, Stata și Eviews, prin prisma contractelor încheiate între FSEGA și furnizori.

În perioada 2022-2024 pe domeniul Marketing

A.2.1.1. *Se recomandă continuarea investițiilor pentru dotări și în special pentru noi soft-uri prelucrări de baze de date. Se recomandă punerea la punct a unui mecanism de atragere de resurse / fonduri din mediul privat.*

A.3.1.1 *Se recomandă susținerea abilitării și pentru*

alți membri ai comunității academice. Se recomandă identificarea unor posibili conducători de doctorat străini care să se poată afilia domeniului Marketing.

s-au abilitat și afiliat pe domeniul de doctorat Marketing doi colegi și anume:

- Prof.univ.dr. Ovidiu Ioan Moiescu (Ordin MEN 3400/16.03.2022) <https://doctorat.ubbcluj.ro/wp-content/uploads/2022/03/OMPrimeD eUBB2998-22.03.2022.pdf>;
- Conf.univ.dr. Anetta-Monika Alt (Ordin MEN 3798/12.5.2022) <https://doctorat.ubbcluj.ro/wp-content/uploads/2022/06/OMPrimeD eUBB5389-13.05.2022.pdf>.

A.3.1.2. *Identificarea continuă a capacității de abilitare pentru membrii comunității academice.*

Din perspectiva îndeplinirii criteriilor naționale de abilitare există posibilitatea ca în perioada următoare și alți membri ai comunității academice să obțină această calificare. În cadrul ȘD SEGA se susțin cursuri de metodologia cercetării științifice, scriere academică și etică (obligatoriu), statistică pentru afaceri, econometrie, respectiv cursuri de specialitate. Aceste cursuri sunt predate de conducători de doctorat. Planurile de învățământ sunt disponibile pe siteul ȘD SEGA: https://econ.ubbcluj.ro/n3.php?id_s=178&id_c=106&id_m=3.

A.3.1.3. *Se recomandă o monitorizare permanentă a cursurilor și a personalului care le susține.*

Disciplinele din programul de pregătire bazat pe studii universitare avansate aferente domeniului sunt susținute de cadre didactice din țară și din străinătate (de exemplu, prof. dr. Marko Sarstedt). Între disciplinele oferite și susținute în perioada de la ultima evaluare există și o disciplină intitulată Modelarea întreprinderii și a proceselor de afaceri, care include în programa analitică aspecte legate de știința datelor. [https://econ.ubbcluj.ro/documente2023/Orar%20scoala%20doctorala%20anul%20universitar%202023-2024%20\(1\).pdf](https://econ.ubbcluj.ro/documente2023/Orar%20scoala%20doctorala%20anul%20universitar%202023-2024%20(1).pdf) [https://econ.ubbcluj.ro/documente2024/Orar%20scoala%20doctorala%20anul%20universitar%202024-2025%20\(1\).pdf](https://econ.ubbcluj.ro/documente2024/Orar%20scoala%20doctorala%20anul%20universitar%202024-2025%20(1).pdf)

A.3.1.4. *Monitorizarea continuă a numărului de studenți doctoranzi coordonați de fiecare conducător de doctorat.*

La 11.10.2024 sunt înscriși în cadrul domeniului de doctorat Marketing **19** doctoranzi, și anume:

- Conf.univ.dr.habil. Monika Anetta ALT: 4 doctoranzi, toți în stagiu;
- Prof.univ.dr.habil. Smaranda Adina COSMA: 2 doctoranzi, din care 0 în stagiu;
- Prof.univ.dr.habil. Dan-Cristian DABIJA: 6 doctoranzi, din care 5 în stagiu;

A.3.2.1. *Se recomandă monitorizarea performanțelor conducătorilor de doctorat și a doctoranzilor cu vizibilitate internațională.*

- Prof.univ.dr.habil. Ovidiu I. MOISESCU: 2 doctoranzi, toți în stagi;
- Prof.univ.dr.habil. Ciprian-Marcel POP: 5 doctoranzi, din care 1 în stagi.

Conducătorii de doctorat ai domeniului Marketing au o performanță relevantă la nivel internațional, care constă în:

- Articole științifice în reviste Core Economics Q1/Q2: Technological Forecasting and Social Change; Journal of Knowledge Management; Journal of Retailing and Consumer Services; Journal of Business Research, International Journal of Consumer Studies, Journal of Consumer Behaviour, Journal of Family Business Strategy, Journal of Product and Brand Management, Tourism Economics.
- Premii internaționale pentru publicații în reviste de specialitate:
 - 2020: Emerald Literati Outstanding Paper Award (Worldwide Hospitality and Tourism Themes, **O.I. Moiescu**);
 - 2024: Emerald Literati Outstanding Paper Award (Journal of Knowledge Management, **DC Dabija**)
- Premii internaționale pentru lucrări prezentate în cadrul unor conferințe relevante:
 - 2022: Outstanding Research Award - Tourism & Management Studies (TMS) International Conference (7th edition), Olhão, Portugalia (**O.I. Moiescu**, joint work with O.A. Gică)
 - 2023: William R. Darden Best Research Methodology Paper Award, Academy of Marketing Science Annual Conference (**O.I. Moiescu**, joint work with M. Sarsdtedt & E. Rigdon)
- Top 2% best cited researchers worldwide conform clasificării Scopus și Stanford University:
 - **DC Dabija** 2023: locul 51745 mondial;

- **DC Dabija** 2024: locul 28497 mondial.
- Coordonare proiecte internaționale:
Dabija DC Proiect de Cooperare Erasmus+ Business Negotiation Competencies in Online World 2022-1-RO01-KA220-HED-000087365
<https://sites.google.com/view/bncow/home>
- Director partener proiecte internaționale: **Cosma SA** Proiect de Cooperare Erasmus+ *Innovating Business Education for Responsible Global Minds (IBE-ReGloMi)*, 2022-1-NL01-KA220-MED-000088494
<https://ibe-reglomi.eu/>
- Highly Cited Papers in Web of Science:
 1. Sarstedt, M., Ringle, C. M., Cheah, J. H., Ting, H., **Moisescu, O. I.**, & Radomir, L. (2020). Structural model robustness checks in PLS-SEM. *Tourism Economics*, 26(4), 531-554.
 2. Hair, J. F., Astrachan, C. B., **Moisescu, O. I.**, Radomir, L., Sarstedt, M., Vaithilingam, S., & Ringle, C. M. (2021). Executing and interpreting applications of PLS-SEM: Updates for family business researchers. *Journal of Family Business Strategy*, 12(3), 100392.
 3. Pelau, C., **Dabija, D. C.**, & Ene, I. (2021). What makes an AI device human-like? The role of interaction quality, empathy and perceived psychological anthropomorphic characteristics in the acceptance of artificial intelligence in the service industry. *Computers in Human Behavior*, 122, 106855.
 4. Pop, R. A., Săplăcan, Z., **Dabija, D. C.**, & **Alt, M. A.** (2022). The impact of social media influencers on travel decisions: The role of trust in consumer decision journey.

Current Issues in Tourism,
25(5), 823-843.

5. Vătămănescu, E. M., Bratianu, C., **Dabija, D. C.**, & Popa, S. (2023). Capitalizing online knowledge networks: from individual knowledge acquisition towards organizational achievements. *Journal of Knowledge Management*, 27(5), 1366-1389.

A.3.2.2. *Monitorizarea continuă a îndeplinirii standardelor minime CNATDCU în vigoare pentru fiecare conducător de doctorat.*

Conducătorii de doctorat ai domeniului Marketing îndeplinesc standardele CNATDCU în vigoare, fiecare publicând în ultimii 5 ani cel puțin cinci articole Web of Science în reviste reprezentative.

B.1.1.1. *Continuarea atragerii de absolvenți din alte instituții de învățământ superior, în special din străinătate.*

În perioada 2022-2024 au fost admiși la doctorat absolvenți provenind din următoarele universități:

- UBB Cluj-Napoca (DC Dabija 3 în 2022 și 2 în 2024; MA Alt 2 în 2023 și 1 în 2024; OI Moiescu 2 în 2022);
- Universitatea din Oradea (CM Pop 1 în 2023).

În cadrul stagiilor Erasmus, respectiv în cadrul conferințelor internaționale la care au participat cu lucrări științifice, coordonatorii de doctorat ai domeniului Marketing au promovat doctoratul la ȘD SEGA

B.1.2.1. *Publicarea continuă a informațiilor relevante pe pagina web a Școlii Doctorale.*

Regulamentul de admitere pe domeniul de doctorat Marketing, inclusiv criteriile de selecție pentru perioada 2022-2024 la ȘD SEGA sunt disponibile pe pagina web:

<https://econ.ubbcluj.ro/documente2024/Criterii%20admitere%20doctorat%202024.pdf>

<https://econ.ubbcluj.ro/documente2023/Criterii%20de%20admitere%20pentru%20examenul%20de%20admitere%20la%20doctorat.pdf>;

<https://econ.ubbcluj.ro/documente2022/CRITERII%20DE%20ADMITERE%202022-2023.pdf>

Regulamentul de admitere la doctorat în ȘD CRPP sunt disponibile aici:

<https://sdcrrp.ro/admitere/>

<https://svsdcrrp.fspac.online/regulamentadmiteresdcrrp.docx>

Comisiile de admitere au elaborat și comunicat candidaților la concursul de admitere pentru ocuparea locurilor scoase la concurs baremurile de evaluare pentru ambele probe prevăzute în regulamentul de admitere, existând un barem realizat pentru examenul

- B.1.2.2.** *Monitorizarea evoluției doctoranzilor și identificarea soluțiilor pentru rezolvarea unor probleme care pot să încetinească sau să stopeze cercetarea acestora. Implicarea activă a comisiilor de îndrumare a doctoranzilor și a Centrului de Orientare și Consiliere în Carieră în scopul prevenirii și evitării eșecului în cercetare.*
- B.2.1.1.** *Actualizarea permanentă a conținutului disciplinelor relevante pentru pregătirea în cercetarea științifică a doctoranzilor în domeniul Marketing.*
- B.2.1.2.** *Realizarea unor întâlniri/workshop-uri cu doctoranzii pe probleme de etică în cercetare.*
- scris, precum și pentru interviu, la acesta fiind evaluate competențele de cunoaștere a limbii engleze și calitatea prezentării proiectului de cercetare.
- Conducătorii de doctorat ai domeniului Marketing au depus eforturi pentru implicarea doctoranzilor în cercetarea științifică, respectiv pentru susținerea finalizării cercetărilor doctorale ale acestora. Totodată, comisiile de îndrumare (și integritate academică) stabilite pentru fiecare doctorand s-au întâlnit periodic cu doctoranzii și au oferit acestora suport științific și îndrumare.
- Titularii cursurilor din cadrul ȘD SEGA, respectiv CRPP s-au preocupat pentru actualizarea permanentă a disciplinelor incluse în cadrul programului de pregătire în cercetarea științifică. În programul de pregătire bazat pe studii universitare avansate există o disciplină obligatorie intitulată: Metodologia cercetării și integritate academică (Research methodologies and academic integrity). Conform programei analitice <https://econ.ubbcluj.ro/documente2024/Research%20methodology%20and%20academic%20Integrity-Prof.dr.%20Silaghi%20Gheorghe,%20Prof.dr.%20Szasz%20Levente.pdf> sunt abordate, printre altele, teme precum: Ethical and academic integrity issues in economic sciences; Identifying the research topic and planning the research; Identifying the state of the art. Critical reading of the research literature; Formulating the research question, establishing the conceptual framework for research, formalizing, modeling; Models validation. Designing studies and experiments; Qualitative and quantitative research methods in economic sciences
- În perioada relevantă au fost realizate următoarele workshop-uri:
- 2022: Moderator effects in casual Models, Prof. Dr. Irma Agardi, Corvinus University Budapest
 - 2023: Academic Workshop - The future of marketing science is open! (with Marko Sarstedt) <https://www.econ.ubbcluj.ro/eveniment.php?id=1149>
- Totodată, doctoranzii domeniului Marketing au posibilitatea participării la workshop-urile

- B.2.1.3.** *Menținerea și îmbunătățirea acestor mecanisme prin care se asigură că programul de pregătire bazat pe studii universitare avansate, aferent domeniului Marketing, vizează rezultatele învățării. Monitorizarea fișei disciplinei pentru toate disciplinele din planul de învățământ al școlii doctorale.*
- B.2.1.4.** *Monitorizarea în continuare a acestor întâlniri și a rezultatelor colaborărilor dintre doctoranzi și membrii comisiilor de îndrumare.*
- B.2.1.5.** *Necesitatea unei evidențe electronice a componenței comisiilor de îndrumare la nivelul Școlii Doctorale. Includerea în comisiile de îndrumare și a unor specialiști din alte centre universitare sau din străinătate.*
- B.3.1.1.** *Se recomandă creșterea numărului de lucrări publicate de doctoranzi care să aducă contribuții semnificative în domeniul Marketing.*
- CEEBS care sunt anunțate periodic pe pagina web a FSEGA. CEEBS, inițiat și coordonat de către prof.univ.dr. Cristian Litan, reprezintă un forum pentru dezbaterile și difuzarea rezultatelor cercetărilor științifice. Seria de seminare contribuie în mod semnificativ și distinctiv la creșterea valorii adăugate științifice, având un impact relevant asupra cunoștințelor, educației și practicilor din domeniul economiei și al afacerilor.
<https://econ.ubbcluj.ro/eveniment.php?id=1216>
- Pentru toate disciplinele oferite în cadrul ȘD SEGA există Fișe de disciplină și Programe analitice care sunt actualizate periodic
https://econ.ubbcluj.ro/n3.php?id_s=198&id_c=106&id_m=3
- Pentru toate disciplinele oferite în cadrul ȘD CRPP există Fișe de disciplină și Programe analitice care sunt actualizate periodic:
<https://sdcrpp.ro/cursuri/>
- Cel puțin o dată pe an există o întâlnire între doctoranzi, conducătorul de doctorat și comisia de îndrumare științifică și integritate academică.
- Fiecare conducător de doctorat transmite Consiliul ȘD SEGA componența comisiei de îndrumare și integritate academică. În perioada 2022-2024, printre membrii acestor comisii se numără și următorii specialiști din alte centre universitare:
- Prof. Dr. Barbara Kreis-Engelhardt, University of Applied Sciences, Nürtingen-Geislingen, Germany;
 - Prof.univ.dr. Diana Dumitraș, USAMV Cluj-Napoca;
 - Prof.univ.dr. Cristina B. Pocol, USAMV Cluj-Napoca;
 - Prof.univ.dr. Corina M. Pelău, ASE București;
 - Conf.univ.dr. Irma Agárdi, Universitatea Corvinus, Budapesta, Ungaria;
 - Conf.univ.dr. Ștefan Cârstea, UTCN Cluj-Napoca;
- În perioada 2022-2024 doctoranzii domeniului de doctorat Marketing au publicat următoarele lucrări științifice:
- 2022**
- **Buzgău, H.O., & Cosma, S. (2022).** Agribusiness Branding: A Systematic Literature Review Framework. *USV Annals of Economics and Public*

- Administration*, 22(1(35)), ISSN 2285-3332 (Print)/ 2344-3847 (Online), pp.78–91.
- Dabija, D.C., Câmpian, V., **Pop, R.A.**, Băbuț, R. 2022. Generating Loyalty towards Fast Fashion Stores: A Cross-Generational Approach based on Store Attributes and Socio-Environmental Responsibility. *Oeconomia Copernicana*, 13(3), pp.891-934. p-ISSN 2083-1277. e-ISSN 2353-1827, <https://doi.org/10.24136/oc.2022.026>. WOS: 000869485000009
 - Moiescu O.I., **Dan, I.** & Gică, O.A. (2022). An examination of personality traits as predictors of electronic word-of-mouth diffusion in social networking sites. *Journal of Consumer Behaviour*, 21(3), 450-467. <https://doi.org/10.1002/cb.1970>, WOS: 000670301000001
 - Moiescu, O.I., Gică, O.A., **Herle, F.A.** (2022). Boosting eWOM through Social Media Brand Page Engagement: The Mediating Role of Self-Brand Connection. *Behavioral Sciences*, 12(11), 411 <https://doi.org/10.3390/bs12110411>, WOS: 000880910900001
 - Nemțeanu, M.S., **Pop, R.A.**, Dinu, V., Dabija, D.C. 2022. Predicting job satisfaction and work engagement behavior in the COVID-19 pandemic: A Conservation of Resources Theory approach. *Ekonomie a Management (E&M) / Economics and Management*, 25(2), pp.23-40. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2022-2-002>. ISSN 1212-3609, e-ISSN 2336-5604. WOS: 000810555600002
 - **Pop, R.A.**, Dabija, D.C., Pelau, C., Dinu, V. 2022. Usage Intentions, Attitudes, and Behaviours towards Energy-Efficient Applications during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Business Economics and Management*, 23(3), pp.668-689. <https://doi.org/10.3846/jbem.2022.16959>. ISSN 1611-1699 / eISSN: 2029-4433. WOS: 000809969800001

- **Pop, R.A.**, Săplăcan, Z., Dabija, D.C., Alt, A.M. 2022. The Impact of Social Media Influencers on Travel Decisions: the Role of Trust in Consumer Decision Journey. *Current Issues in Tourism*, 25(5), pp.823-843.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1895729>. ISSN 1368-3500; e-ISSN 1747-7603. WOS: 000628036700001
- **Cozma, A.T.**, Cosma, S.A., Văleanu, M. (2022). Workplace influence on purchase behavior of pet food products in the pandemic period. *Studia Universitatis Babeș-Bolyai, Negotia*, 67(2), pp. 71-90.
DOI:10.24193/subbnegotia.2022.2.04
- **Cozma, A.T.**, Cosma, S.A., Văleanu, M. (2022). Analysis of online versus offline buying behavior of pet owners during the COVID-19 pandemic. *Ecoforum Journal*, Vol. 11, Issue 3(29). Retrieved from <http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/view/1407/834>

2023

- **Buzgău, H. O.**, & Cosma, S. A. (2023). Systematic Review of the Agribusiness Branding Literature: Gathering the relevant Guideliness. *Elevating Europe*, pp.51-74. <https://doi.org/10.47743/eu-pair.2023-1-5>.
- **Cozma, A.T.**, Cosma, S.A. (2023). B2C market segmentation: A systematic literature review. *The USV Annals of Economics and Public Administration*, Vol 23, No 1(37)
- **Pop, M.R.**, Pop, C.M. (2023). Exploring the Influence of Religious Service Characteristic on Parishioners' Overall Satisfaction in Protestant Church, *European Journal of Science and Theology*, 19 (5), ISSN: 1841-0464, WOS:001190923300009
- **Pop, M.R.**, Pop, C.M. (2023). Religious Marketing Systematic Review and Research Agenda, *European Journal of Science and Theology*, 19 (2), ISSN: 1841-0464, WOS:001032509000006
- **Pop, R.A.**, Hledik, E., Dabija, D.C. 2023. Predicting consumers' purchase

intention through fast fashion mobile apps: the mediating role of attitude and the moderating role of COVID-19. *Technological Forecasting and Social Change*, 186(Part A), 122111. ISSN 0040-1625.

<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122111>. WOS: 000916005700001

- **Tiutiu, M.** (2023). Foresight in the Globalization era on retail. *Journal of Public Administration, Finance and Law*. 30/2023 Special Issue, pp.234-242.
- **Tiutiu, M.** (2023). Technologies that facilitate direct interactions with customers. *Revista Economică*, 75(3). <https://doi.org/10.56043/reveco-2023-0030>.
- **Dumitru, I.M., Cosma, S.A.** (2023). A Measurement of Rural Tourism Destinations' Competitiveness. *Studia UBB Negotia*, LXVIII(1), pp.81-97, <https://doi.org/10.24193/subbnegotia.2023.1.05>.

2024

- **Buzgău, H. O., & Cosma, S.** (2024). Systematic Reviews and Meta-Analysis of brand value, brand equity, brand trust, and brand loyalty in agribusiness. *Springer Proceedings in Business and Economics*, pp.267–286. https://doi.org/10.1007/978-3-031-48288-5_15.
- **Nagy, I.D., Dabija, D.C., Cramarenco, E.R., Burca-Voicu, I.M.** 2024. The use of digital channels in omni-channel retail – an empirical study. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 19(2), pp.797-817. <https://doi.org/10.3390/jtaer19020042>. WOS: 001255940200001
- **Pop, M.R., Pop, C.M.** (2024) Antecedents and Perceived Benefits of Religious Conversion-An Exploratory Study within a Protestant Congregation, *Religions*, 15 (2), eISSN: 2077-1444, DOI: 10.3390/rel15020156, WOS: 001172184500001

- B.3.1.2.** Se recomandă realizarea unei platforme de colectare a tuturor rezultatelor studenților doctoranzi de-a lungul stagiului lor doctoral, precum și accesul la aceste informații pe site-ul Școlii Doctorale.
- B.3.2.1.** Monitorizarea permanentă la nivelul Școlii Doctorale a comisiilor de susținere publică a tezelor de doctorat pentru respectarea acestui criteriu.
- **Pop, R.A., Dabija, D.C., Pocol, C.B.** 2024. Food Retail Resilience pre-, during and post-COVID-19: A Bibliometric Analysis and Research Agenda. *Foods*, **13**(2), 257. <https://doi.org/10.3390/foods13020257>. WOS: 001149040900001
 - **Prodan, S., Konhausner, P., Dabija, D.C., Marincean, L., Lazaroiu, G.**, 2024. The rise in popularity of central bank digital currencies. A systematic review. *Heliyon*, **10**(4), e30561. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e30561>. ISSN 2405-8440. WOS: 001240314400003
 - **Tia, T.C., Cosma, S.A., Borza, H.V.** (2024). Elderhood and the Sacrament of Communion: An Orthodox Theological Exploration of Gracefully Aging. *Religions* **15**, 304. <https://doi.org/10.3390/rel15030304>.
- În cadrul UBB Cluj-Napoca, toți doctoranzii completează informațiile privind activitatea lor științifică în aplicația Managementul Cercetării: <https://infocercetare.ubbcluj.ro/>
- În perioada 2022-2024 în cadrul domeniului de doctorat Marketing, niciun referent din comisia de susținere publică a tezei de doctorat nu a participat la mai mult de două susțineri la același conducător de doctorat pe an universitar. Astfel, în perioada de raportare (2022-2024) pe domeniul de doctorat Marketing s-au susținut 10 teze de doctorat:
- 2022-2023: Prof.univ.dr. SA Cosma: 2 x A Manolică UAIC Iași; 2 x I Popa ASE București; 2 x C Vasiliu ASE București; 2 x G Țigu ASE București; 2 x A Micu UDJ Galați.
 - 2023-2024: Prof.univ.dr. SA Cosma: 1 x CM Pelău ASE București; 1 x C Vasiliu ASE București;
 - 2023-2024: Prof.univ.dr. DC Dabija: 2 x Adrian Tanțău ASE București; 2 x C Vasiliu ASE București; 1 x CM Pelău ASE București; 1 x J Olah Univ Debrecen, Ungaria; 1 x J Popp, Academia Maghiara de Științe, Budapesta; 1 x A Micu UDJ Galați.

- B.3.2.2.** *Monitorizarea permanentă la nivelul Școlii Doctorale a comisiilor de susținere publică a tezelor de doctorat pentru respectarea acestui criteriu. Se recomandă o diversificare mai mare a referenților invitați să participe în comisiile de susținere a tezelor de doctorat*
- C.1.1.1.** *Se recomandă realizarea unei evidențe mai clare a aplicării Procedurii operaționale menționate.*
- C.1.1.2.** *Se recomandă o mai bună operaționalizare a prevederilor acestei proceduri și întocmirea unui plan de măsuri pentru îmbunătățirea continuă a proceselor academice și administrative.*
- C.2.1.1** *Actualizarea continuă a paginilor web ale IOSUD și ale Școlii Doctorale.*
- C.2.2.1.** *Informarea permanentă a studenților doctoranzii cu privire la accesul gratuit la platformele cu baze de date academice relevante pentru domeniul Marketing.*
- C.2.2.2.** *Se recomandă susținerea studenților doctoranzi și pentru verificarea lucrărilor științifice realizate.*
- C.2.2.3.** *Susținerea noilor studenți doctoranzi admiși la doctorat astfel încât aceștia să aibă acces la infrastructura de cercetare existentă.*
- 2023-2024: Prof.univ.dr. CM Pop: 1 x A Manolică UAIC Iași; 1 x C Dobre UV Timișoara;
- În perioada 2022-2024 în cadrul domeniului de doctorat Marketing au fost invitați și au participat referenți științifici din următoarele universități:
- Universitatea Debrecen, Ungaria;
 - Academia Maghiară de Științe, Budapesta, Ungaria;
 - ASE București;
 - Universitatea Alexandru Ioan Cuza Iași;
 - Universitatea Dunărea de Jos Galați;
 - Universitatea de Vest Timișoara.
- Aceste aspecte sunt implementate de către IOSUD UBB.
- Aceste aspecte sunt implementate de către IOSUD UBB.
- Paginile web ale IOSUD UBB, respectiv ale celor două ȘD în care este reprezentant domeniul de doctorat Marketing sunt actualizate periodic:
- <https://doctorat.ubbcluj.ro/>
https://econ.ubbcluj.ro/n2.php?id_c=106&id_m=3
<https://sdcrrp.ro/>
- Doctoranzii domeniului Marketing pot accesa prin adresa instituțională de email resursele BCU și baza de date EBSCO, dar și bazele internaționale de date care sunt disponibile prin www.enformation.ro, la care e abonată UBB
- Verificarea gradului de similitudine al manuscriselor și/sau textelor științifice realizate de doctoranzi se realizează cu ajutorul contului instituțional la care are acces fiecare conducător de doctorat în softul Turnitin.
- Conducătorul de doctorat încarcă aici textul doctorandului/ manuscrisul/ raportul de cercetare, softul indicând gradul de similitudine existent.
- Pentru domeniul Marketing, la fel ca și pentru restul domeniilor de doctorat ale SEGA, se asigură, pe baza legitimației de student doctorand, acces gratuit la bazele de date abonate
- În cadrul SEGA, accesul studenților doctoranzi la laboratoarele de cercetare și a bazelor de

- date financiare abonate disponibile în incinta Bibliotecii FSEGA se realizează conform Regulilor de Ordine Interioară la nivel de Facultate, în condițiile unei programări prealabile și a unor reguli de respectat pentru acces și utilizare. Doctoranzii domeniului Marketing au acces la bazele de date Euromonitor și Statista printr-un abonament disponibil la nivelul facultății:
<https://econ.ubbcluj.ro/stire.php?id=658>.
Totodată există acces din clădirea facultății și la baza de date Refinitiv
<https://econ.ubbcluj.ro/stire.php?id=315>.
Suplimentar, doctoranzii au acces la un laborator (sala 411) unde există licențe pentru diferitele programe informatice (PLS; SPSS; Stata etc.)
- C.3.1.1.** *Stimularea prin măsuri clare și eficiente a conducătorilor de doctorat în scopul încheierii acordurilor Erasmus+ sau a altor tipuri de acorduri sau granturi de mobilitate. Stimularea prin măsuri clare și eficiente a studenților doctoranzi pentru a efectua cel puțin o mobilitate în cadrul stagiului doctoral.*
- C.3.1.2.** *Încurajarea conducătorilor de doctorat și a doctoranzilor pentru realizarea de teze de doctorat în cotatele internaționale. Invitarea unor experți internaționali pentru prezentări în domeniul Marketing.*
- C.3.1.3.** *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 conducătorilor de doctorat.*
- Studenții doctoranzi ai domeniului de doctorat Marketing au posibilitatea de a beneficia de mobilități de studiu în cadrul programelor europene Erasmus, CEEPUS pentru ciclul de studii doctorale. În cadrul domeniului Marketing doctoranzii au beneficiat în perioada evaluată de mobilități pentru participarea la conferințe științifice din străinătate.
- În perioada 2022-2024 în cadrul domeniului de doctorat Marketing sunt active următoarele doctorate în cotutelă:
- 2021-2026: Drd. Cerasel Ovidiu Cuteanu, conducator CM Pop; Conducator in cotutela Prof.univ.dr. Helene Tessier, Saint Paul University, Ottawa, Canada;
 - 2023-2026: Drd. Silvana Prodan, conducător DC Dabija; Conducător în cotutelă Prof.univ.dr. L. Gautier, Universitatea Bourgogne Franche-Comte, Franța;
- La nivelul IOSUD UBB se implementează o strategie privind doctoratul european (<https://shorturl.at/B5lxu>): [Hotărârea CSUD nr. 4336/19.04.2022](https://shorturl.at/B5lxu). Decision No. 19/15.02.2021 adopting the amendment of the implementation criteria for the European Doctorate at Babeș-Bolyai University

III. Concluzii și recomandări

Nr. crt.	Tip indicator (*,IPC)	Indicator de performanță	Calificativ obținut în 2021	Recomandări	Implementarea recomandărilor
1.		A.1.1.1.	Indeplinit	<p>Se recomandă ca pe pagina web a școlii doctorale să se publice toate hotărârile Consiliului Școlii Doctorale.</p> <p>Se recomandă continuarea actualizării permanente a paginii web a Școlii doctorale astfel încât atât conducătorii de doctorat, studenții doctoranzi și candidații la admitere să găsească toate informațiile necesare pe site.</p> <p>Se recomandă ca activitatea reprezentantului studentului doctorand să fie diseminată cât mai mult în rândul studenților, astfel încât să crească transparența privind deciziile ce implică în mod direct studenții.</p>	Implementată
2.		A.1.1.2.	Indeplinit	<p>Se recomandă actualizarea permanentă a regulamentului școlii doctorale în concordanță cu legislația existentă;</p> <p>Se recomandă gestionarea aspectelor referitoare la calitate în cadrul consiliului școlii doctorale cu participarea membrilor școlii doctorale din domeniul științelor economice în vederea actualizării periodice a regulamentului de funcționare.</p>	Implementată
3.		A.1.2.1.	Indeplinit	<p>Publicarea pe site-ul școlii doctorale aferente fiecărui domeniu din cadrul științelor socio-umane a unor informații de performanță și calitate din sistemul de gestiune a studenților.</p>	Implementată
4.		A.1.2.2.	Indeplinit	<p>Realizarea unei evidențe stricte a utilizării acestei platforme software, astfel încât rezultatele obținute să poată fi accesate cu ușurință de către solicitanți.</p> <p>Să se aibă în vedere versiunile</p>	Implementată

				<i>îmbunătățite ale acestui soft cu scopul de a extinde baza de date pentru a crește nivelul de originalitate.</i>	
5.		A.1.3.1.	Îndeplinit	<i>Se recomandă actualizarea permanentă a listei granturilor de cercetare naționale și internaționale sau de dezvoltare instituțională / resurse umane precum și extinderea listei. Se recomandă extinderea parteneriatelor publice – private.</i>	Implementată
6.	*	A.1.3.2	Îndeplinit	<i>Se recomandă o mai bună susținere a doctoranzilor în vederea obținerii unor finanțări suplimentare. Se recomandă o evidență mai riguroasă a tipurilor de finanțări obținute de studenții doctoranzi. Se recomandă implicarea mediului privat în acordarea de burse pentru studenții doctoranzi, ținând cont de faptul că reprezentanții angajatorilor și-au exprimat disponibilitatea în cadrul întâlnirii avute cu comisia de evaluare.</i>	Implementată
7.	*	A.1.3.3.	Parțial Îndeplinit	<i>Se recomandă punerea la dispoziția fiecărei școli doctorale a unui buget în raport cu numărul de studenți doctoranzi și cu necesitățile de dezvoltare ale acestora. Introducerea și dezvoltarea antreprenoriatului universitar prin formarea de spin-offuri și demararea de start-upuri la nivelul universității pentru a crește sursele de finanțare.</i>	Implementată
8.	IPC	A.2.1.1.	Îndeplinit	<i>Se recomandă continuarea investițiilor pentru dotări și în special pentru noi soft-uri de prelucrări de baze de date. Se recomandă punerea la punct a unui mecanism de atragere de resurse / fonduri din mediul privat.</i>	Implementată
9.	IPC	A.3.1.1.	Îndeplinit	<i>Se recomandă susținerea abilitării și pentru alți membri ai comunității academice. Se recomandă identificarea</i>	Implementată

				<i>unor posibili conducători de doctorat străini care să se poată afilia domeniului Marketing.</i>	
10.	*	A.3.1.2.	Indeplinit	<i>Identificarea continuă a capacității de abilitare pentru membrii comunității academice.</i>	<i>Implementată</i>
11.		A.3.1.3.	Indeplinit	<i>Se recomandă o monitorizare permanentă a cursurilor și a personalului care le susține.</i>	<i>Implementată</i>
12.	*	A.3.1.4.	Indeplinit	<i>Monitorizarea continuă a numărului de studenți doctoranzi coordonați de fiecare conducător de doctorat.</i>	<i>Implementată</i>
13.	IPC	A.3.2.1.	Indeplinit	<i>Se recomandă monitorizarea performanțelor conducătorilor de doctorat și a doctoranzilor cu vizibilitate internațională.</i>	<i>Implementată</i>
14.	*	A.3.2.2.	Indeplinit	<i>Monitorizarea continuă a îndeplinirii standardelor minimale CNATDCU în vigoare pentru fiecare conducător de doctorat.</i>	<i>Implementată</i>
15.	*	B.1.1.1.	Indeplinit	<i>Continuarea atragerii de absolvenți din alte instituții de învățământ superior, în special din străinătate.</i>	<i>Implementată</i>
16.	*	B.1.2.1.	Indeplinit	<i>Publicarea continuă a informațiilor relevante pe pagina web a Școlii Doctorale.</i>	<i>Implementată</i>
17.		B.1.2.2.	Indeplinit	<i>Monitorizarea evoluției doctoranzilor și identificarea soluțiilor pentru rezolvarea unor probleme care pot să încetinească sau să stopeze cercetarea acestora. Implicarea activă a comisiilor de îndrumare a doctoranzilor și a Centrului de Orientare și Consiliere în Carieră în scopul prevenirii și evitării eșecului în cercetare.</i>	<i>Implementată</i>
18.		B.2.1.1.	Indeplinit	<i>Actualizarea permanentă a conținutului disciplinelor relevante pentru pregătirea în cercetarea științifică a doctoranzilor în domeniul Marketing.</i>	<i>Implementată</i>
19.		B.2.1.2.	Indeplinit	<i>Realizarea unor întâlniri/workshop-uri cu</i>	<i>Implementată</i>

				<p>doctoranzii pe probleme de etică în cercetare.</p> <p>Introducerea unei discipline destinată exclusiv eticii în cercetarea științifică.</p>	
20.		B.2.1.3	Îndeplinit	<p>Menținerea și îmbunătățirea acestor mecanisme prin care se asigură că programul de pregătire bazat pe studii universitare avansate, aferent domeniului Marketing, vizează rezultatele învățării.</p> <p>Monitorizarea fișei disciplinei pentru toate disciplinele din planul de învățământ al școlii doctorale.</p>	Implementată
21.		B.2.1.4.	Îndeplinit	<p>Monitorizarea în continuare a acestor întâlniri și a rezultatelor colaborărilor dintre doctoranzi și membrii comisiilor de îndrumare.</p>	Implementată
22.	IPC	B.2.1.5.	Îndeplinit	<p>Necesitatea unei evidențe electronice a componenței comisiilor de îndrumare la nivelul Școlii Doctorale.</p> <p>Includerea în comisiile de îndrumare și a unor specialiști din alte centre universitare sau din străinătate.</p>	Implementată
23.	IPC	B.3.1.1.	Îndeplinit	<p>Se recomandă creșterea numărului de lucrări publicate de doctoranzi care să aducă contribuții semnificative în domeniul Marketing.</p>	Implementată
24.	*	B.3.1.2.	Îndeplinit	<p>Se recomandă realizarea unei platforme de colectare a tuturor rezultatelor studenților doctoranzi de-a lungul stagiului lor doctoral, precum și accesul la aceste informații pe site-ul Școlii Doctorale.</p>	Implementată
25.	*	B.3.2.1.	Îndeplinit	<p>Monitorizarea permanentă la nivelul Școlii Doctorale a comisiilor de susținere publică a tezelor de doctorat pentru respectarea acestui criteriu.</p>	Implementată
26.	*	B.3.2.2.	Îndeplinit	<p>Monitorizarea permanentă la nivelul Școlii Doctorale a comisiilor de susținere publică a tezelor de doctorat pentru respectarea acestui criteriu. Se</p>	Implementată

				<i>recomanda o diversificare mai mare a referenților invitați să participe în comisile de susținere a tezelor de doctorat</i>	
27.		C.1.1.1.	<i>Indeplinit</i>	<i>Se recomandă realizarea unei evidențe mai clare a aplicării Procedurii operaționale menționate.</i>	<i>Implementată</i>
28.	*	C.1.1.2.	<i>Indeplinit</i>	<i>Se recomandă o mai bună operaționalizare a prevederilor acestei proceduri și întocmirea unui plan de măsuri pentru îmbunătățirea continuă a proceselor academice și administrative. Se recomandă întocmirea și distribuirea către studenți a unui chestionar de feedback, cu privire la nivelul de satisfacție al acestora față de față de programul de studii universitare de doctorat, în vederea îmbunătățirii continue a proceselor academice și administrative.</i>	<i>Implementată</i>
29.	IPC	C.2.1.1	<i>Indeplinit</i>	<i>Actualizarea continuă a paginilor web ale IOSUD și ale Școlii Doctorale.</i>	<i>Implementată</i>
30.		C.2.2.1.	<i>Indeplinit</i>	<i>Informarea permanentă a studenților doctoranzii cu privire la accesul gratuit la platformele cu baze de date academice relevante pentru domeniul Marketing..</i>	<i>Implementată</i>
31.		C.2.2.2.	<i>Indeplinit</i>	<i>Se recomandă susținerea studenților doctoranzi și pentru verificarea lucrărilor științifice realizate.</i>	<i>Implementată</i>
32.		C.2.2.3.	<i>Indeplinit</i>	<i>Susținerea noilor studenți doctoranzi admiși la doctorat astfel încât aceștia să aibă acces la infrastructura de cercetare existentă.</i>	<i>Implementată</i>
33.	*	C.3.1.1.	<i>Indeplinit</i>	<i>Stimularea prin măsuri clare și eficiente a conducătorilor de doctorat în scopul încheierii acordurilor Erasmus+ sau a altor tipuri de acorduri sau granturi de mobilitate. Stimularea prin măsuri clare și eficiente a studenților doctoranzi</i>	<i>Implementată</i>

				<i>pentru a efectua cel puțin o mobilitate în cadrul stagiului doctoral.</i>	
34.		C.3.1.2.	<i>Îndeplinit</i>	<i>Încurajarea conducătorilor de doctorat și a doctoranzilor pentru realizarea de teze de doctorat în cotutele internaționale. Invitarea unor experți internaționali pentru prezentări în domeniul Marketing.</i>	<i>Implementată</i>
35.		C.3.1.3.	<i>Îndeplinit</i>	<i>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 conducătorilor de doctorat.</i>	<i>Implementată</i>

Echipe de evaluare intermediară:

Prof. dr. Adriana MANOLICĂ – Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași

Stud. Ștefănuț-Iulian BUHUȘ – Academia de Studii Economice din București

Expert din Direcția Asigurarea Calității, responsabil suport activitate a CPS – Științe Economice-1 – Sorin ALECSA