

## CURRICULUM VITAE



### Informatii personale

Nume/Prenume DOBRE COSTINEL

I

Locul de munca vizat /  
Aria ocupationala

### Experienta profesionala

|   |  |
|---|--|
| Perioda   | 2003-prezent   |
| Functia sau postul ocupat                       | Profesor univ. dr.   |
| Principalele activitati si<br>responsabilitati  | - activități didactice la ciclurile de doctorat, masterat și licență. Disciplinele predate: Marketing, Comportamentul consumatorului, Publicitate și promovarea vânzărilor, Consumatorul și comunicarea de marketing în mediul offline și în mediul online.  |
| Numele si adresa angajatorului                  | Universitatea de Vest din Timișoara, Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor, Departamentul de Marketing și Relații Economice Internaționale  |
| Tipul activitatii sau sectorul de<br>activitate | Institutie de învățământ superior  |
| Perioda   | 2009   |
| Functia sau postul ocupat                       | Conducător de doctorat în domeniul Marketing.  |
| Principalele activitati si<br>responsabilitati  | Temele de doctorat ale tezelor coordonate: <ul style="list-style-type: none"><li>• Comportamentele și experiențele clienților în mediul online;</li><li>• Relațiile consumatorilor cu brandurile de produse;</li><li>• Influențele Internetului asupra performanțelor de marketing ale organizațiilor;</li><li>• Identitatea și imaginea brandurilor organizaționale;</li><li>• Corelații între comportamentele consumatorilor și variabilele de</li></ul> |

marketing (designul și estetica produselor, prețurile de vânzare, publicitate, designul și estetica magazinelor, efectul placebo al variabilelor de marketing, relația dintre identitatea de sine a consumatorului și personalitatea brandurilor);

- Comunicarea integrată de marketing și valoarea (capitalul) brandurilor;
- Comportamentele consumatorilor pe piețele de lux;
- Influențele designului site-urilor web asupra reacțiilor consumatorilor;
- Difuzia și adoptarea produselor, serviciilor și ideilor noi de către consumatori

Numele și adresa angajatorului

Universitatea de Vest din Timișoara, Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor, Departamentul de Marketing și Relații Economice Internaționale.

**Educație și formare**

|   |   |
|---|---|
| Perioada  | 1990-1998   |
| Calificarea / diploma obtinuta                                      | Doctor în domeniul fundamental "Științe Economice"  |
| Domenii principale studiate / competente dobindite                  |   |
| Numele și tipul institutiei de invatamint / furnizorului de formare | Universitatea de Vest din Timișoara, Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor       |
| Perioada  | Ianuarie –Iunie, 1994   |
| Calificarea / diploma obtinuta                                      | Stagiu de documentare   |
| Domenii principale studiate / competente dobindite                  | Comportamentul consumatorului<br>Cercetări de marketing<br>Marketing                              |
| Numele și tipul institutiei de invatamint / furnizorului de formare | "Ecole Supérieure Universitaire de Tourisme et Hôtellerie", Angers, Franța.                       |
| Perioada  | Ianuarie-Iunie, 1996  |
| Calificarea / diploma obtinuta                                      | Stagiu de documentare   |
| Domenii principale studiate / competente dobindite                  | Comportamentul consumatorului<br>Comunicarea integrată de marketing<br>Marketing                  |
| Numele și tipul institutiei de invatamint / furnizorului de formare | UNIVERSITE DES SCIENCES SOCIALES TOULOUSE I<br>Ecole Supérieure Universitaire de Gestion, Franța. |

**Aptitudini și competente**

personale

Limba materna

Română

Limbi străine cunoscut

Autoevaluare

Nivel european (\*)

| Comprehensiune |              | Vorbit       |           | Scris |
|----------------|--------------|--------------|-----------|-------|
| Abilitati de   | Abilitati de | Interactiune | Exprimare |       |
|                |              |              |           |       |

|          |           |        |    |    |    |
|----------|-----------|--------|----|----|----|
|          | ascultare | citire |    |    |    |
| Engleză  | B1        | B1     | B1 | B1 | B1 |
| Franceză | C2        | C2     | C1 | C1 | C1 |

<sup>(\*)</sup> Cadrului european de referință pentru limbi

|  |   |
|--|---|
| Competențe și abilități sociale                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Comunicare interumană excelentă</li> <li>➤ Abilități de lucru în echipă dezvoltate</li> </ul>  |
| Competențe manageriale                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Capacitate de coordonare și organizare</li> <li>➤ Respectarea termenelor limită (experiență în redactarea de rapoarte)</li> </ul>  |
| Competențe și cunoștințe de utilizare a calculatorului | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Competențe avansate de utilizare a Microsoft Office ( Word, Excel, Power Point)</li> <li>➤ Windows 98/2000/Me/Xp</li> <li>➤ Internet Explorer, limbaj HTML, Outlook Express</li> <li>➤ SPSS</li> </ul> |
| Permis de conducere                                    | Nu  |

#### Lista de proiecte de cercetare

1. Proiectul nr.3289, Responsabil din partea UVT al proiectului, Programul 4,Parteneriate în domeniile prioritare-Centrul Național de Management Programme, Direcția decercetare -9; Cercetări privind realizarea unui sistem integrat complex de diseminare a rezultatelor cercetării științifice la nivel național pentru promovarea și susținerea educației privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală;
2. Proiectul nr.: 91-066 - parteneriate in domeniile prioritare,directia de cercetare: 9 – CNMP; Membru al echipei de proiect Cercetări privind dezvoltarea unui sistem integrat, complex și interactiv de informații pentru asistarea deciziilor de marketing ale organizațiilor românești în vederea creșterii competitivității”;
3. Contract GRANT 32944/22.06.2004 CNCSIS Tema 8 cod 934 – Membru al echipei de proiect, Universitatea de Vest Timișoara, Metodologie de implementare a unui model de marketing antreprenorial. Aplicație pe piața sistemelor ERP colaborative (Enterprise Resource Planning);
4. Contract GRANT 2003 CNCSIS Tema 3 cod 452 – Membru al echipei de proiect, Universitatea de Vest Timișoara, Metodologie de implementare a modelului desfășurării funcției calității (QFD) în managementul strategic al portofoliului de produse. Aplicație în sectorul produselor software;
5. Contract CNCSIS, Tema nr. 4 din Anexa 1a, cod CNCSIS 277/ 2002, Metodologie de implementare a modelului desfășurării funcției calității (QFD) în procesul dezvoltării și lansării pe piață a unui nou produs. Aplicații în industria textilă.

#### Capitole în cărți publicate la edituri internaționale

1. Dobre C., Calonfirescu, L., Cristea, B. (2013), Perspectives of Marketing Theory and Practice upon Corporate Brand Image Education, Cambridge Scholars Publishing, Newcastle, United Kingdom.

#### Articole publicate în reviste recunoscute de CNCSIS sau altele de prestigiu din țară și/sau străinătate (cele mai relevante):

1. Dobre, C., Bezzaouia M., Miľovan, A., M., Rusan (Joantă), R., Cultural differences and motivations for the purchase and consumption of the luxury brands, *Romanian Journal of Marketing*, Nr. 1, 2016, January- March, ISSN (printed) : 1824-2454.

2. Dobre, C., Milovan, A., M., Determinants of online store customer satisfaction. *Revista Română de Marketing*. Nr. 4. 2015.
3. Dobre, C., Milovan-Ciuta, A.M. (2014), Personality Influences On Online Stores Customers Behavior, *Ecoforum Journal* 4 (1), 9, ISSN: 2344 – 2174, International Scientific Indexing - Impact Factor = 0.425.
4. Dobre, C., Dragomir A.C. , Milovan, A., (2013), A marketing perspective on the influences of waiting time and servicescape on perceived value, *Management & Marketing*, Editura Economică.
5. Dobre, C., Constantin, A., Bogdan, C., (2011): *Perception And Consumer Attitude Towards Advertising*, *Proceedings European Marketing Academy, 2nd Regional Conference*, ISBN: 978-973-640-681-2
6. Dobre, C., Dragomir, A., Isac, F. L., (2011), Duality, asymmetry and the placebo effect of the sale price. The relationship between the perceived prices and perceived value of products in the marketing literature, *Revista Română de Marketing*, vol. 4, 2011, ISSN: 1842-2454; EISSN: 1844-6523.
7. Dobre, C., Constantin, A., (2010), The Experiences of the Online Buyers”, in vol. *Selected Topics in Economy & Management Transformation, II*, 5thWSEAS International Conference on Economy and Management Transformation (EMT’10), Timisoara, Romania, 24-26 October.,WSEAS Press, pp. 824-830.
8. Muresan, L., Dobre, C. (2014), The Influence Of Country Of Origin On The Consumer And The Placebo Effect In *Marketing Annals-Economy Series*.
9. DOBRE, C. (2010) Thoughts on the Chameleon Consumer and the Chaotic Marketing, *Timișoara Journal of Economics*, ISSN: 1842-7340, p. 73-79.
10. DOBRE, C., (2009), Consumer Innovativeness: A Marketing Approach, *Revista de Management și Marketing*, nr.2, ISSN 1842-0206, pp.19-34
11. DOBRE, C., Ciprian MAN (2003), Opinions on the Use of Cultural and Social values in Romanian Advertising, *Strategijski menadzment. Casopis za Strategijski menadzment i sisteme podrške strategijskom menadzmentu*, Subotica, Republica Serbia, ISSN: 0354-1.
12. Costinel DOBRE, C. Adam (2004), Considerations on Persuasion Mechanisms Used in Advertising, *International Conference on Marketing, Marketing- Contemporary Significance and Perspectives*, Universitatea Babeș Bolyai, Cluj-Napoca, 2004, ISBN: 973-656-851-2, p.171-181
13. Dobre, C., (2004), Considerations on Brand/Store Image and Consumer Behaviour Relationship, *Marketing- International Conference Contemporary Significance and Perspectives*, Universitatea Babeș Bolyai, Cluj-Napoca, ISBN: 973-656-851-2, p.161-171.

**Citări (cele mai importante):**

1. Kyung Hee Kima\*, Hang Eun Leeb, Ki-Byung Chaea, Lori Andersona & Christopher Laurencea, pages 357-371, *Creativity and Confucianism Among American and Korean Educators*, 2013 5-Year Impact Factor: 1.605 (© 2014 Thomson Reuters).
2. S Ashourizadeh, ZH Chavoushi, T Schött, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2014 - Inderscience People's confidence in innovation: a component of the entrepreneurial mindset, embedded in gender and culture, affecting entrepreneurial intention, Inderscience Publishers, ISSN 1476-1297 (Print), 1741-8054 (Online), Issue Volume 23, Number 1 - 2 / January 2014.
3. R. Barrena-Figueroa, T. Garcia-Lopez-de-Meneses, The effect of consumer innovativeness in the acceptance of a new food product. An application for the coffee market in Spain, *Spanish Journal of Agricultural Research*, IMPACT FACTOR AND H INDEX: 2013 JCR (Thomson Reuters Web of Science): within the subject category

"Agriculture/Multidisciplinary", which includes 56 journals, the Spanish Journal of Agricultural Research occupies position 38 (3rd quartile). Impact factor is 0.514; 5-yr IF is 0.784.

4. Raul Moretti, The Effects of Technology Readiness and Consumer Innovativeness on Usage and Satisfaction of Korean Smartphone Consumers, The Journal Of Korea Research Society for Customs, Volmue 13, No 1, 2012.
5. Lokesh Jasrai, Measuring Mobile Telecom Service Innovativeness Among Youth An Application of Domain-Specific Innovativeness Scale, Paradigm, June 2014 vol. 18 no. 1 103-116, eISSN: 2394-6083 ISSN: 0971-8907.

#### Cărți și capitole în cărți

##### Ca unic autor

---

1. Costinel DOBRE (2006), Publicitatea și promovarea vânzărilor, Editura Mirton, ISBN: (10) 973-661-882-X(13) 978-973-661-882-6
  2. Costinel DOBRE (2005), Comportamentul consumatorului și practica de marketing, Editura Mirton, ISBN: 973-661-596-0
  3. Costinel DOBRE (2005), Publicitatea. Teorie și practică, Editura Mirton, ISBN: 973-661-596-0
  4. Costinel DOBRE (2003), Comportamentul consumatorului și strategia de comunicare a firmei, Editura Solness, Timișoara, ISBN 973-8145-89-9, 2003
  5. Costinel DOBRE (2000), Comportamentul consumatorului, Editura Orizonturi Universitare, Timișoara, ISBN 973-9400-90-6, 2000.
- 

#### Cărți – în calitate de de co-autor

##### Prim autor

---

6. Costinel DOBRE (1997), Marketing. Politici. Strategii. Tactici. Editura Intergraf, Reșița .S.B.N. 973-97258-15, 1997.
7. Costinel DOBRE (1995), Marketing, Editura Amphora, Timișoara, ISBN 973 956 94-6-3, 1995.

#### Cărți în calitate de co- autor

---

8. Costinel DOBRE (2007), Marketing, Editura Mirton, ISBN: 978-973-52-0246-0.
9. Costinel DOBRE (2008), Marketing. Manual pentru învățământ la distanță. Editura Universității de Vest, ISBN: 978-973-125-040-3.

#### Capitole în cărți

1. Costinel DOBRE (2002), Managementul organizațiilor publice . Capitolul „Comunicarea de marketing”. Editată cu sprijinul Comisiei Europene prin Programul Tempus Phare JEP I4302/1999, 362 pagini, din care contribuția proprie 15 pagini, Editura CECMA PARTNER, ISBN 973-9345-60-3.

#### Lucrări comunicate la conferințe internaționale (cele mai relevante) :

1. Petrescu M., Dobre, C., Selima Ben Mrad (2016), Assessing Consumer Confidence from Online Sources, 19<sup>th</sup> World Marketing Congress, Academy of Marketing Science, „Marketing at the Confluence between Entertainment And Analytics, Paris, France.
2. Dobre, C., Constantin, A., Cristea, B.(2011), Perception And Consumer Attitude Towards Advertising, 2nd Regional Conference of European Marketing Academy, Iasi, Romania.

#### Alte date

Recenzor al European Marketing Academy, Annual Conference, Valencia, Spain, 2014.

Membru în comitetul științific al revistei „Revista Română de Marketing”.

Membru în comitetul științific al revistei Timișoara Journal of Economics .

Membru în comitetul științific a trei conferințe internaționale (Avignon, Franța-2008, Cluj –Napoca-2005 și Timișoara -2008).

Referent al revistei ”Revista de Management-Marketing”.

Referent al revistei Logistique Management, editată de Business School Bordeaux.

Referent al Scientific Annals of the "Alexandru Ioan Cuza" University of Iasi. Economic Sciences.

Moderator a trei conferințe internaționale și a trei conferințe naționale.

Membru al comitetului științific al unei conferințe naționale și referent științific al volumului unei conferințe internaționale.

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

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

Director al Departamentului de Marketing și Relații Economice Internaționale, Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor, Universitatea de Vest din Timișoara.

Responsabil al programului de master Publicitate și Promovarea Vânzărilor.

Timișoara,

12.08.2016

