

CURRICULUM VITAE



Informatii personale

Nume/Prenume DOBRE COSTINEL

Adresa

Telefon (00-40.256.59 2.5 65

Fax (00-40)256.59 25. 00

E-mail costinel.dobre@e-uvt.ro

Cetatenia româna

Data nasterii 20 mai 1964

Sex Masculin

Locul de munca vizat / Aria ocupationala

Experienta profesionala

Perioda 2003-prezent

Functia sau postul ocupat Profesor univ. dr.

Principalele activitati si
responsabilitati - activități didactice la ciclurile de doctorat, masterat și licență. Disciplinele
predate: Marketing, Comportamentul consumatorului, Branding, Marketing
online, Consumatorul și comunicarea integrată de marketing.

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
activitate Institutie de învățământ superior

Perioda	2009
Functia sau postul ocupat	Conducător de doctorat în domeniul Marketing.
Principalele activitati si responsabilitati	-Coordonarea elaborării tezelor de doctorat în domeniul Marketing. - Coordonarea a 18 teze de doctorat, din care 12 teze au fost finalizate. Coordonarea a trei teze de doctorat în limba franceză ale studenților doctoranzi din Algeria, Tunisia. Membru în 19 comisii de susținere publică a tezelor de doctorat la Academia de Studii Economice din București, Universitatea Babeș Bolyai din Cluj-Napoca, Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași, Universitatea de Vest din Timișoara.
Numele si adresa angajatorului	Universitatea de Vest din Timișoara, Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor, Departamentul de Marketing și Relații Economice Internaționale.
Educatie si formare	
Perioda	2009-prezent-conducere de doctorat în Marketing 1990-1998
Calificarea / diploma obtinuta	Doctor în domeniul fundamental Economie (specializarea Economie Agrară)
Domenii principale studiate / competente dobindite	
Numele si tipul institutiei de invatamint / furnizorului de formare	Universitatea de Vest din Timișoara, Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor
Perioda	Ianuarie –Iunie,1994
Calificarea / diploma obtinuta	Stagiu de documentare
Domenii principale studiate / competente dobindite	Comportamentul consumatorului Cercetări de marketing Marketing
Numele si tipul institutiei de invatamint / furnizorului de formare	”Ecole Supérieure Universitaire de Tourisme et Hôtellerie”, Angers, Franța.
Perioda	Ianuarie-Iunie, 1996
Calificarea / diploma obtinuta	Stagiu de documentare
Domenii principale studiate / competente dobindite	Comportamentul consumatorului Comunicarea integrată de marketing Marketing
Numele si tipul institutiei de invatamint / furnizorului de formare	UNIVERSITE DES SCIENCES SOCIALES TOULOUSE I Ecole Supérieure Universitaire de Gestion, Franța.

Aptitudini si competente personale

Limba materna

Română

Limbi straine cunoscut

Autoevaluare

Nivel european ^(*)

<i>Comprehensiune</i>		Vorbit		Scris
Abilitati de ascultare	Abilitati de citire	Interactiune	Exprimare	
B1	B1	B1	B1	B1
C2	C2	C1	C1	C1

Engleză

Franceză

^(*) *Cadrului european de referință pentru limbi*

Competente si abilitati sociale

- Comunicare interumana excelenta
- Abilitati de lucru in echipa dezvoltate

Competente manageriale

- Capacitate de coordonare si organizare
- Respectarea termenelor limita (experienta in redactarea de rapoarte)

Competente si cunostinte de utilizare a calculatorului

- Competente avansate de utilizare a MicrosoftOffice (Word, Excel, Power Point)
- Windows 98/2000/Me/Xp
- Internet Explorer, limbaj HTML, Outlook Express
- SPSS

Permis de conducere

Nu

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

1. Petrescu, M., Kitchen, P., **Dobre, C.**, Ben Mrad, S., Milovan-Ciuta, A., Goldring, D. and Fiedler, A. (2022), "Innocent until proven guilty: suspicion of deception in online reviews", European Journal of Marketing, Vol. 56 No. 4, pp. 1184-1209. <https://doi.org/10.1108/EJM-10-2019-0776> (AIS=1,172);
2. Fine,. M., Gironda, J., Petrescu, M, **Dobre, C.**, ., The Oscars: friends and foes for millennials, Journal of Consumer Behaviour, 2022, Article DOI: 10.1002/cb.2103. (AIS=0,775)
3. Costinel Dobre *, Anca-Maria Milovan, Cristian Duțu, Gheorghe Preda and Amadea Agapie, The Common Values of Social Media Marketing and Luxury Brands. The Millennials and Generation Z Perspective, în J. Theor. Appl. Electron. Commer. Res. 2021, 16(7), 2532-2553; <https://doi.org/10.3390/jtaer16070139>. (AIS=0,640)
4. Dobre, C., Milovan, A.-M., Preda, G. and Naghi, R. (2023), "Post-purchase behaviour triggers in branded mobile shopping apps", Marketing Intelligence & Planning, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/MIP-08-2022-0357> (AIS=0,699).

5. Dobre, C., Preda, G., Milovan, A., Naghi, R.I. & Prada, S.I. (2021). The Perceived Value of Higher Education and University Competitiveness - The Rubik Cube Metaphor. Review of Innovation and Competitiveness, 7 (1), 33-59. <https://doi.org/10.32728/ric.2021.71/2> (ERIH+)
6. GHACHEM, LASSAAD; **DOBRE, COSTINEL**; ETEMAD-SAJADI, REZA; MILOVAN-CIUTA, ANCA (2019), THE IMPACT OF CULTURAL DIMENSIONS ON THE PERCEIVED RISK OF ONLINE SHOPPING, **Published by:** Studia Universitatis Babes-Bolyai. (ERIH+)
7. Maria Petrescu, **Costinel Dobre**, Anca-Maria Milovan-Ciuta (2018), [Social bonds and millennial consumers' activity in social networks](#), International Journal of Internet Marketing and Advertising, Volume 12, Issue 3. (ESCI)
- 8.. Petrescu M., Dobre C., Mrad S.B. (2017) Assessing Consumer Confidence from Online Sources: An Abstract. In: Rossi P. (eds) Marketing at the Confluence between Entertainment and Analytics. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham.
9. Dobre, C., Bezzaouia, M., Milovan-Ciuta, A., M., Joantă (Rusan), R., Cultural differences and motivations for the purchase and consumption of luxury brands, Romanian Journal of Marketing, nr. 1/2016.
10. Dobre, C., Milovan, A., M., Determinants of online store customer satisfaction, Romanian Journal of Marketing , Nr. 4, 2015.
11. Dobre, C., Milovan-Ciuta, A.M. (2014), Personality Influences On Online Stores Customers Behavior, Ecoforum Journal 4 (1), 9, ISSN: 2344 – 2174 (ERIH+).
12. Dobre, C., Dragomir A.C., Milovan, A., (2013), A marketing perspective on the influences of waiting time and servicescape on perceived value, Management & Marketing, 8(4).
13. 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
14. 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, Romanian Journal of Marketing, vol. 4, 2011, ISSN: 1842-2454; EISSN: 1844-6523.

Cărți și capitole în cărți

1. **DOBRE, C., MILOVAN, A.**, *Marketing online și social media. Călătorie în lumea virtuală a marketingului*, Editura C.H. BECK, 2019.
2. **DOBRE, C.**, (2007), *Marketing*, Editura Mirton, ISBN: 978-973-52-0246-0 (coautor).
3. **DOBRE, C.**, (2006), *Publicitatea și promovarea vânzărilor*, Editura Mirton, ISBN: (10) 973-661-882-X(13) 978-973-661-882-6.
4. **DOBRE, C.**, (2005), *Comportamentul consumatorului și practica de marketing*, Editura Mirton, ISBN: 973-661-596-0

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

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.

Capitole în cărți (edituri naționale)

1. **DOBRE, C.** (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.

Alte date

Membru al board-ului științific al Journal of Marketing Analytics, Palgrave Macmillan.

Recenzor al European Journal of Marketing, Emerald.

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

Recenzor al SAGE Open Journals.

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 în C.N.A.T.D.C.U. (Comisia Națională de Acordare a Titlurilor, Diplomelor și Certificatelor Universitare), 2010-2016.

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, 2012-2016, 2020- până în prezent. .

Prodecan al Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor, Universitatea de Vest din Timișoara, 2016-2017.

Responsabil al programului de master Publicitate și Promovarea Vânzărilor.

Timișoara, 10.10. 2023

Semnătura,