

Data 17 Mai 2026.

Concurs pentru ocuparea postului de Asistent universitar, poz. 79
Facultatea: Administrarea Afacerilor cu predare în Limbi Străine
Departamentul: Administrarea Afacerilor cu predare în Limbi Străine
Disciplinele: Cercetare Științifică folosind instrumente de învățare automată (Engleza); Transformarea digitală a afacerii (Engleza); Procese decizionale în afaceri cu instrumente de învățare automată (Engleza),
Domeniul: Administrarea Afacerilor
post publicat în Monitorul Oficial al României nr. 97 din 23.04.2026

LISTA DE LUCRĂRI

Candidat: MIHĂLCESCU D. Horia - **Dr.**/din 2022,
(NUME, inițială și prenume) (anul)

1. **Lista celor maximum 10 lucrări** considerate de candidat a fi cele mai relevante pentru realizările profesionale proprii, care sunt incluse în format electronic în dosar și care se pot regăsi și în celelalte categorii de lucrări din prezenta listă de lucrări:

1. **MIHĂLCESCU, HORIA**, România Digitală. O investigație asupra României digitale, Editura Paideia, București, 272 pg., 2023, ISBN 978-606-748-837-1
2. **MIHĂLCESCU, HORIA, CHIVU (POPA), R.G., CIOCODEICĂ, D.F., POPA, I.C., MUNTHIU, M.C.**, The impact of AI-powered personalisation on consumer purchase decisions in the textile sector, *Industria Textila*, 77(2), pp. 213-221, 2026, ISSN 1222-5347
3. **MIHĂLCESCU, HORIA**, Integration of knowledge from commercial marketing into AI-augmented political marketing: Analytical framework and literature synthesis, *International Journal of Social and Educational Innovation*, 12(24), 2025, ISSN 2393-0373
4. **CIOCODEICĂ, D.F., CHIVU (POPA), R.G., POPA, I.C., MIHĂLCESCU, HORIA, ORZAN, G., (DUMITRACHE) BĂJAN, A.M.**, The Degree of Adoption of Business Intelligence in Romanian Companies—The Case of Sentiment Analysis as a Marketing Analytical Tool, *Sustainability*, 14(12), 2022, ISSN 2071-1050, DOI 10.3390/su14127518, WOS:000816833900001
5. **BUCEA-MANEA-ȚONIȘ, R., CIOCODEICĂ, D.F., MIHĂLCESCU, HORIA, MINDRESCU, V.**, The Attitudes of K–12 Schools’ Teachers in Serbia towards the Potential of Artificial Intelligence, *Sustainability*, 14(14), 2022, ISSN 2071-1050, DOI 10.3390/su14148636, WOS:000831534800001
6. **MIHĂLCESCU, HORIA, DUMITRACHE (BĂJAN), A.M., ORZAN, G.**, Impact of Digitization and Big Data on Romanian Companies - a Qualitative Research, *Journal of Emerging Trends in Marketing and Management*, 1(1), pp. 126-132, 2022, ISSN 2537-5865
7. **MIHĂLCESCU, HORIA**, The Need and Future of Digitalization in Romania - a Delphi Method Research, *Journal of Emerging Trends in Marketing and Management*, 1(1), pp. 108-112, 2022, ISSN 2537-5865
8. **CIOCODEICĂ, DAVID-FLORIN, BARGHIER, IUSTINIAN, MIHĂLCESCU, HORIA, BOTEZATU, FLORINA**, The Role of Hedonic Motivation in Online Clothing Purchase Decisions, *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 19(1), pp. 1004-1012, 2025, eISSN 2558-9652, DOI 10.2478/picbe-2025-0079, WOS:001537765500019
9. **CIOCODEICĂ, D.F., MIHĂLCESCU, HORIA**, Modeling AI Adoption in SMEs for Sustainable Innovation, *Sustainability*, 17(15), 2025, ISSN 2071-1050, DOI 10.3390/su17156901, WOS:001549778700001
10. **CIOCODEICĂ, D.F., BARGHIER, I., MIHĂLCESCU, HORIA**, The Impact of Social Media on Hedonic and Impulsive Purchases in Online Clothing Shopping, *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 19(1), pp. 995-1003, 2025, eISSN 2558-9652, DOI 10.2478/picbe-2025-0078, WOS:001537765500012

2. Teza(-ele) de doctorat

T1. Mihălcescu, Horia, Impactul tehnologiilor inteligente bazate pe Big Data în activitatea de marketing a companiilor românești, Școala Doctorală de Marketing din ASE București, 2022

Brevete de invenție și alte titluri de proprietate intelectuală

N/A

3. Cărți/cursuri publicate în edituri recunoscute(Ca1, Ca2 etc.), îndrumare publicate(I1, I2 etc.), capitole publicate în volume colective, capitole teoretice redactate, (D1, D2 etc.), după caz, prin care se aduc contribuții a dezvoltarea activităților didactice/profesionale.

N/A

4. Cărți de specialitate publicate în edituri recunoscute(Cb1, Cb2 etc.), **articole/studii** publicate in extenso în reviste de specialitate de circulație internațională recunoscute (reviste cotate ISI sau indexate în baze de date internaționale specifice domeniului)(Ri1, Ri2etc.), **articole/studii in extenso** publicate în volumele unor manifestări științifice internaționale recunoscute din țară și din străinătate (cu ISSN/ ISBN)(Vi1,Vi2 etc.), precum și **alte lucrări similare**: articole/studii publicate in extenso în reviste de specialitate de circulație națională recunoscute CNCISIS (Rn1, Rn2 etc.), articole/studii publicate in extenso în volumele unor manifestări științifice naționale (cu ISSN/ISBN)(Vn1,Vn2 etc.), lucrări prezentate la diferite seminarii/expoziții, inovații etc.(E1, E2 etc.), după caz, prin care se aduc contribuții la dezvoltarea *domeniului*.

Cb1. **MIHĂLCESCU, HORIA**, România Digitală. O investigație asupra României digitale, Editura Paideia, București, 272 pg., 2023, ISBN 978-606-748-837-1

Ri1. **Mihălcescu, Horia**, Chivu (Popa), R.G., Ciocodeică, D.F., Popa, I.C., Munthiu, M.C., The impact of AI-powered personalisation on consumer purchase decisions in the textile sector, *Industria Textila*, 77(2), pp. 213-221, 2026, ISSN 1222-5347

Ri2. Ciocodeică, D.F., **Mihălcescu, Horia**, Modeling AI Adoption in SMEs for Sustainable Innovation, *Sustainability*, 17(15), 2025, ISSN 2071-1050

Ri3. **Mihălcescu, Horia**, Integration of knowledge from commercial marketing into AI-augmented political marketing: Analytical framework and literature synthesis, *International Journal of Social and Educational Innovation*, 12(24), 2025, ISSN 2393-0373

Ri4. Ciocodeică, D.F., Chivu (Popa), R.G., Popa, I.C., **Mihălcescu, Horia**, Orzan, G., (Dumitrache) Băjan, A.M., The Degree of Adoption of Business Intelligence in Romanian Companies—The Case of Sentiment Analysis as a Marketing Analytical Tool, *Sustainability*, 14(12), 2022, ISSN 2071-1050

Ri5. Bucea-Manea-Țoniș, R., Ciocodeică, D.F., **Mihălcescu, Horia**, Mindrescu, V., The Attitudes of K–12 Schools’ Teachers in Serbia towards the Potential of Artificial Intelligence, *Sustainability*, 14(14), 2022, ISSN 2071-1050

Rn1. **Mihălcescu, Horia**, Marketingul politic la frontiera războiului hibrid, *Sfera Politicii*, nr. 3-4 (205-206), pp. 62-65, 2020, ISSN 1221-6720

Vi1. Ciocodeică, D.F., Barghier, I., **Mihălcescu, Horia**, Botezatu, F., The Role of Hedonic Motivation in Online Clothing Purchase Decisions, *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 19(1), pp. 1004-1012, 2025, eISSN 2558-9652

Vi2. Ciocodeică, D.F., Barghier, I., **Mihălcescu, Horia**, The Impact of Social Media on Hedonic and Impulsive Purchases in Online Clothing Shopping, *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 19(1), pp. 995-1003, 2025, eISSN 2558-9652

Vi3. **Mihălcescu, Horia**, Dumitrache (Băjan), A.M., Orzan, G., Impact of Digitization and Big Data on Romanian Companies - a Qualitative Research, *Journal of Emerging Trends in Marketing and Management*, 1(1), pp. 126-132, 2022, ISSN 2537-5865

Vi4. **Mihălcescu, Horia**, The Need and Future of Digitalization in Romania - a Delphi Method Research, *Journal of Emerging Trends in Marketing and Management*, 1(1), pp. 108-112, 2022, ISSN 2537-5865

5. Citări ale lucrărilor publicate: referința bibliografică a lucrării citate(Ci1, Ci2) și referința / ele bibliografică / e a / ale lucrării care citează (Ci1.1, Ci1.2..., Ci2.1, Ci2.2, etc.)

Ci1. Ciocodeică, D.F., Chivu (Popa), R.G., Popa, I.C., Mihălcescu, Horia, Orzan, G., (Dumitrache) Băjan, A.M., The Degree of Adoption of Business Intelligence in Romanian Companies—The Case of Sentiment Analysis as a Marketing Analytical Tool, *Sustainability*, 14(12), 2022, ISSN 2071-1050

Ci1.1. Brancu, C., Turcu, O., Digital Disruption and Competitive Dynamics in Romania's Television Sector, *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 2025.

Ci2. Bucea-Manea-Țoniș, R., Ciocodeică, D.F., Mihălcescu, Horia, Mindrescu, V., The Attitudes of K–12 Schools’ Teachers in Serbia towards the Potential of Artificial Intelligence, *Sustainability*, 14(14), 2022, ISSN 2071-1050

Ci2.1. Fitzek, S., Ethical Considerations in the Implementation of AI in Serbian Education, 2024.

Ci3. Mihălcescu, Horia, Dumitrache (Băjan), A.M., Orzan, G., Impact of Digitization and Big Data on Romanian Companies - a Qualitative Research, *Journal of Emerging Trends in Marketing and Management*, 1(1), pp. 126-132, 2022, ISSN 2537-5865

Ci3.1. Orzan, G., Predicting User Behaviour Based on the Level of Interactivity Implemented in Blockchain Technologies in Websites and Used Devices, *Sustainability*, 14(4), 2022.

Ci3.2. Cai, G., Hong, Y., Xu, L., Gao, W., Wang, K., Exploring the Impact of Big Data on Smart City Development, 2023.

Notă

(1) Fiecare lucrare este prezentată, în limba în care a fost publicată/expusă, corespunzător structurii “ I, II, III, IV, V, VI, VII ”, unde: I este indicativul (T1, T2 etc.; Ca1, Ca2 etc.; ...), care se scrie “bold” la lucrările realizate după acordarea ultimului

titlu didactic/grad profesional(**Ca1, I1** etc., după caz); II - autorii în ordinea din publicație, cu scriere “bold” a **candidatului**; III – *titlul*, scris “italic”; IV - editura sau revista sau manifestarea și/sau alte elemente de localizare, după caz; V - intervalul de pagini din publicație, respectiv, pp ...-..., numărul total de pagini, respectiv, ... pg., sau alte date similare, după caz; VI - anul sau perioada de realizare, după caz.; VII – ISSN (pentru reviste) sau ISBN (pentru cărți, manuale, tratate, volumele unor manifestări științifice, etc).

- (2) În cadrul fiecărui grup de lucrări (Ca1, Ca2 etc.; I1, I2 etc. ; ...), lucrările sunt în ordine invers cronologică.

**Candidat,
Mihălcescu Horia**

.....