



Hotărârea nr. 267/17.12.2025

cu privire la aprobarea

**rapoartelor de activitate ale școlilor de vară organizate de către
Academia de Studii Economice din București în anul 2025**

În temeiul Hotărârii Consiliului de Administrație nr. 906/10.12.2025 cu privire la înaintarea către Senatul ASE a propunerii de aprobare a Rapoartelor de activitate ale Școlilor de vară organizate de ASE în anul 2025,

În conformitate cu prevederile art. 137 alin. (2) lit. q) din Legea învățământului superior nr. 199/2023, cu modificările și completările ulterioare, ale art. 39 alin. (39) din Carta Academiei de Studii Economice din București, ale art. 1 alin. (7), ale art. 3 alin. (39) și ale art. 14 alin. (1) lit. d) din Regulamentul de organizare și funcționare a Senatului ASE,

Senatul Academiei de Studii Economice din București

Hotărăște

Art. 1. Aprobarea rapoartelor de activitate ale școlilor de vară organizate de către Academia de Studii Economice din București în anul 2025, conform anexei care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Art. 2. Consiliul de Administrație duce la îndeplinire prevederile prezentei hotărâri.

Președinte Senat,

Prof. univ. dr. Gheorghe HURDUZEU

Cancelar Senat,

Conf. univ. dr. Răzvan-Andrei CORBOȘ

Avizat pentru legalitate,

Director Direcția Juridică și Contencios Administrativ

Consilier juridic Georgica DĂNILĂ

BUCHAREST SUMMER UNIVERSITY

10-24 AUGUST 2025
WWW.BSU.ASE.RO

19TH EDITION
MARKETING
IN THE AI ERA

INSIGHTS ENGAGEMENT INNOVATION



f BSU2K25
i BUCHAREST_SUMMER_UNIVERSITY
t BSU.ASE
e APPLICATION@BSU.ASE.RO



THE BUCHAREST UNIVERSITY OF ECONOMIC STUDIES
OFFICIAL SUMMER PROGRAMME

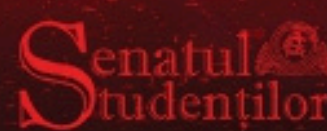


THE FACULTY OF MARKETING



Uniunea
Studentilor
Academiei de Studii Economice
din Bucuresti

BUCHAREST UNIVERSITY OF
ECONOMIC STUDIES
STUDENTS' UNION



BUCHAREST UNIVERSITY OF
ECONOMIC STUDIES
STUDENTS' SENATE



ASSOCIATION OF FACULTIES
OF ECONOMICS
IN ROMANIA



THE BUCHAREST UNIVERSITY
OF ECONOMIC STUDIES
FOUNDATION



ALUMNI ASE

Cuprins:

- **Consiliul administrativ**
- **Formatorii**
- **Participanți**
- **Identitate vizuala**
- **Campanii de promovare**
- **Program activități**
- **Colecție în imagini**

• Consiliul Administrativ



Nicolae ISTUDOR
Rector
Academia de Studii
Economice din București



Dorel Mihai PARASCHIV
Prorector
Relația cu mediul economico-social și viața
studentească



Constantin Marius
PROFIROIU
Prorector
Relatii Internationale



Ioana Cecilia POPESCU
Decan
Facultatea de Marketing



Ștefan Claudiu CĂESCU
Prodecan
Facultatea de Marketing



Mihai Cristian ORZAN
Prodecan
Facultatea de Marketing



Mihai Ioan ROȘCA
Prodecan
Facultatea de Marketing



Ioan-Radu PETRARIU
Director executiv
Asociația Facultăților de Economie
din România (AFER)



Cristian TEODOR
Președinte
Fundația Academiei de Studii
Economice din București



Andra-Nicoleta MECU
Director
Direcția relații cu
mediul de afaceri

• Formatori

În cadrul celor 2 săptămâni a evenimentului, studenții au participat la cursuri specifice tematicii abordate, unde au avut ca și formatori atât cadre didactice de la Facultatea de Marketing, cât și cadre didactice din străinătate, precum:

- Dana Harrison;
- Mihaela Constantinescu;
- Carmen Acatrinei;
- Maria Petrescu;
- Mihai Orzan;
- Cristiana Munthiu;





• Participanți

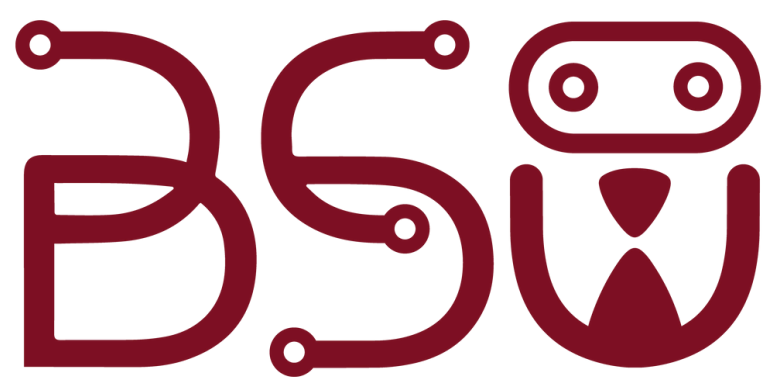
Participant	Țara	Universitate
XU Hongying	China	Paris Nanterre University
Caio Nunes dos Santos	Brazilia	UniCEUB, Brazilia
Kuwano Kaho	Japonia	Akita International University, Japonia
Jiao Mingliang	China	University of Malaya, Malaezia
Alisha Belle DeVore	Statele Unite ale Americii	Claremont Graduate University, Claremont
Xinlu Liu	China	Nanchang University, China
Javier Antonio Piedra Cordero	Austria	Claremont Graduate University
David Avetisyan	Armenia	Yerevan State University, Armenia
Makaryan Victoria	Armenia	American University of Armenia
Rodrigo Ernesto Polo Mendoza	Columbia	Charles University, Prague
Elen Baghiyan	Armenia	Armenian state University of Economics
Claudia Geraldine Rios Zavala	Peru	Universidad Nacional Mayor de San Marcos,
Burçak Bayraktar	Turcia	Doğuş University, Turcia
Margaret Adeline Wevell	Africa de Sud	Stellenbosch University, Africa de Sud
Lorrany Araujo Nascentes	Brazilia	University Center of Patos de Minas, Brazilia
Melisanur Aydoğdu	Turcia	Ankara Yildirim Beyazit University, Turcia
Luo Jing	China	Wuhan University, China
Teera Anonsiriporn	Tailanda	Nuova Accademia di Belle Arti, Italia
Laman Isgandarli	Azerbaidjian	Azerbaijan State University of Economics
Catherine Dunn	Africa de Sud	University of Cape Town, Africa de Sud
Mariia Abbasova	Ucraina	Taras Shevchenko National University of Kyiv
Faki Bora Karakuş	Turica	Izmir Univeristy, Turcia
Witczak Oliwia	Polonia	University of Wroclaw
Natia Jaliashvili	Georgia	Tbilisi State University, Georgia
Taissia Ignatova	Estonia	Vienna University of Economics and Business
Pamela Diaz Achachao	Peru	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
Davit Harutyunyan	Armenia	National Polytechnic University of Armenia
Min Jiani	China	California State Technical University
Yeva Pylypiuk	Ucraina	Aras Shevchenko National University of Kyiv
Nicholas XIE	China	Shangqiu Normal University



Participant	Țara	Universitate
Miu Claudia-Maria	România	Academia de Studii Economice din București, România
Belehuzi Marta-Ioana	România	Academia de Studii Economice din București, România
Iordan Ioana-Maria	România	Academia de Studii Economice din București, România
Găinușă Albert	România	Academia de Studii Economice din București, România
Ștefan Diana	România	Academia de Studii Economice din București, România
Lazăr Cristina-Maria	România	Academia de Studii Economice din București, România
Mohorea Tudor	România	Academia de Studii Economice din București, România
Oprea Tudor-Costin	România	Academia de Studii Economice din București, România
Ursea Daria-Maria	România	Academia de Studii Economice din București, România
Stancu Diana	România	Academia de Studii Economice din București, România
Trușe Eczo	România	Academia de Studii Economice din București, România
Hordoan Florin	România	Academia de Studii Economice din București, România
Matei Teodor-Gabriel	România	Academia de Studii Economice din București, România
Mihai Daniel Alexandru	România	Academia de Studii Economice din București, România
Stanomir Ruxandra	România	Academia de Studii Economice din București, România
Mecu Andra-Nicoleta	România	Academia de Studii Economice din București, România
Dincă Laurențiu Gabriel	România	Academia de Studii Economice din București, România
Costache Andrei	România	Academia de Studii Economice din București, România
Mina Anca	România	Academia de Studii Economice din București, România
Toader Cătălina	România	Academia de Studii Economice din București, România
Constantin Vlăduț	România	Academia de Studii Economice din București, România

• Identitate vizuală

- Tema din acest an, Marketing in the AI era, a inspirat o identitate vizuală modernă, dinamică și orientată spre tehnologie. Designul combină elemente care transmit inovație și conectivitate, reflectând impactul inteligenței artificiale asupra strategiilor de marketing.
- Elementele de identitate vizuală care urmează a fi prezentate au fost încărcate cu precădere în mediul online, și cu bună știință imprimare și publicate grupului-țintă. Culoarea principală utilizată pentru promovarea temei de anul acesta este bordo, în cod #801423. Nuanța bordo este recunoscută în marketing ca un simbol al eleganței și rafinamentului. Ea este utilizată frecvent pentru a conferi brandurilor o imagine premium, asociată cu luxul și exclusivitatea. Spre deosebire de roșul intens, bordo transmite putere și autoritate într-o manieră sofisticată, ceea ce îi conferă un caracter matur și credibil.
- În practică, nuanța bordo este utilizată în special pentru promovarea produselor premium, a brandurilor din industria modei, a vinurilor și a serviciilor financiare. Alegerea acestei culori în identitatea vizuală indică dorința de a crea o percepție de exclusivitate și profesionalism, consolidând poziționarea brandului într-un segment superior al pieței.



19th Edition
10-24 August 2025

19th Theme Marketing in the AI Era: Insights, Engagement, Innovation

Official Logo - 19th Edition Variant

19th Edition
10-24 August 2025

Official Logo - Base Template

15th Edition
August 11-25 2019

Color Palette

Burgundy #801423
Imperial Red #ee2031
Fire Engine #ca2628
Liver Red #f0252a
Chocolate Kisses #4b1b1d

#1 Neural Networks
Neural networks in marketing use machine learning to analyze data, predict customer behavior, and optimize strategies for personalized experiences and targeted advertising.

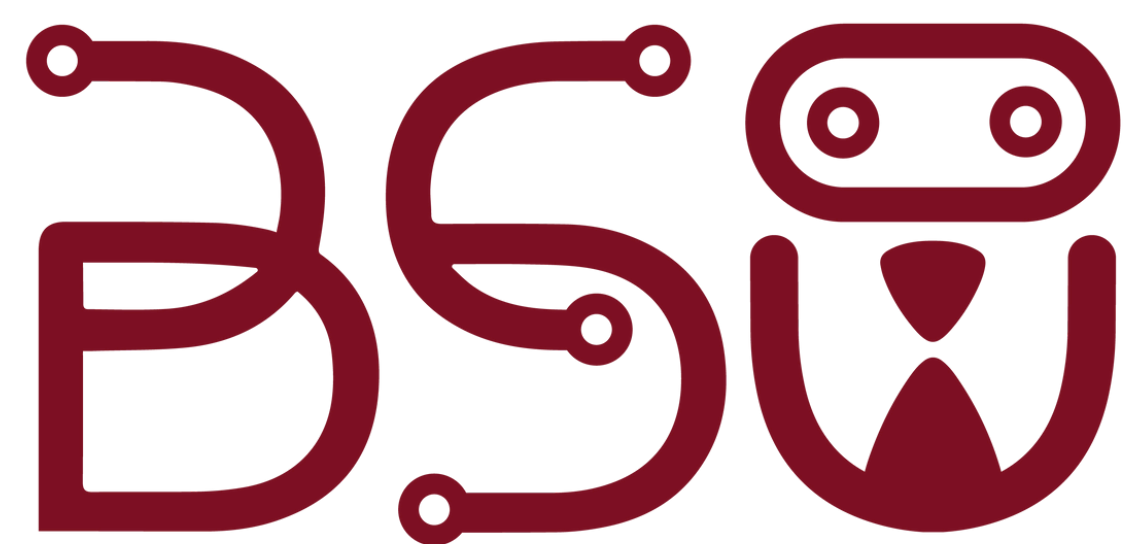
#2 Artificial Intelligence / Algorithms / Robotics
Artificial intelligence in marketing leverages data and algorithms to automate tasks, personalize customer experiences, predict trends, and optimize campaigns, improving efficiency and decision-making.

#3 Time / Human Resource / Modern & Future Society
Effective time management helps streamline processes, while human resources ensure skilled teams drive innovation. As society evolves, marketers must stay agile, embracing technology and consumer trends to create relevant, impactful strategies.

Alternative Logo - 19th Edition Variant

19th Edition
10-24 August 2025

Bucharest Summer University - 19th Edition / 10 - 24 August 2025 - Brand Showcase



19th Edition
10-24 August 2025



- Coperta promoțională pentru Bucharest Summer University aferentă spațiilor de pe rețelele de socializare, care cuprinde elementele tematice pentru ediția curentă și date de contact către mediile de comunicare cu echipa proiectului.



- Elemente vizuale sub formă de postări media integrate pe paginile de socializare privind promovarea proiectului. Acestea pun în practică vizibilitatea a câtorva dintre activitățile prezente în cadrul BSU, cu scopul de a parcurge grupul-țintă către o previzualizare a programului din cadrul școlii de vară.



Postări social media





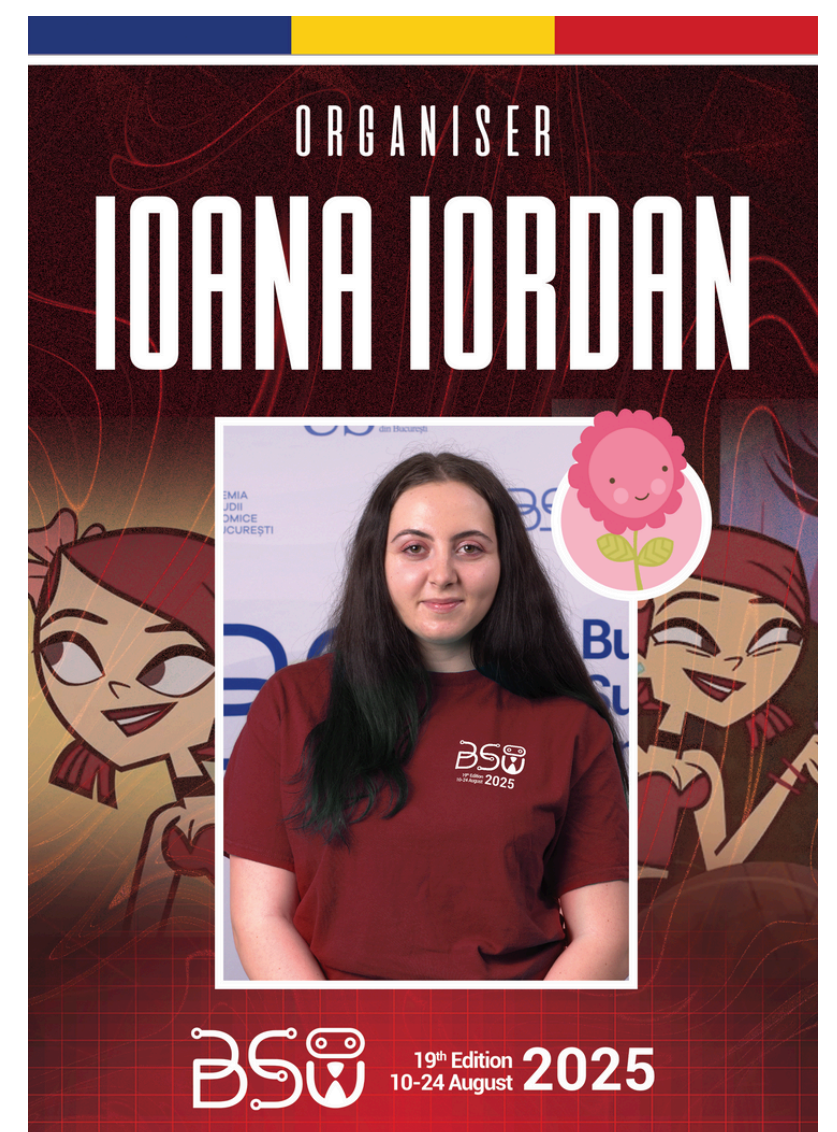
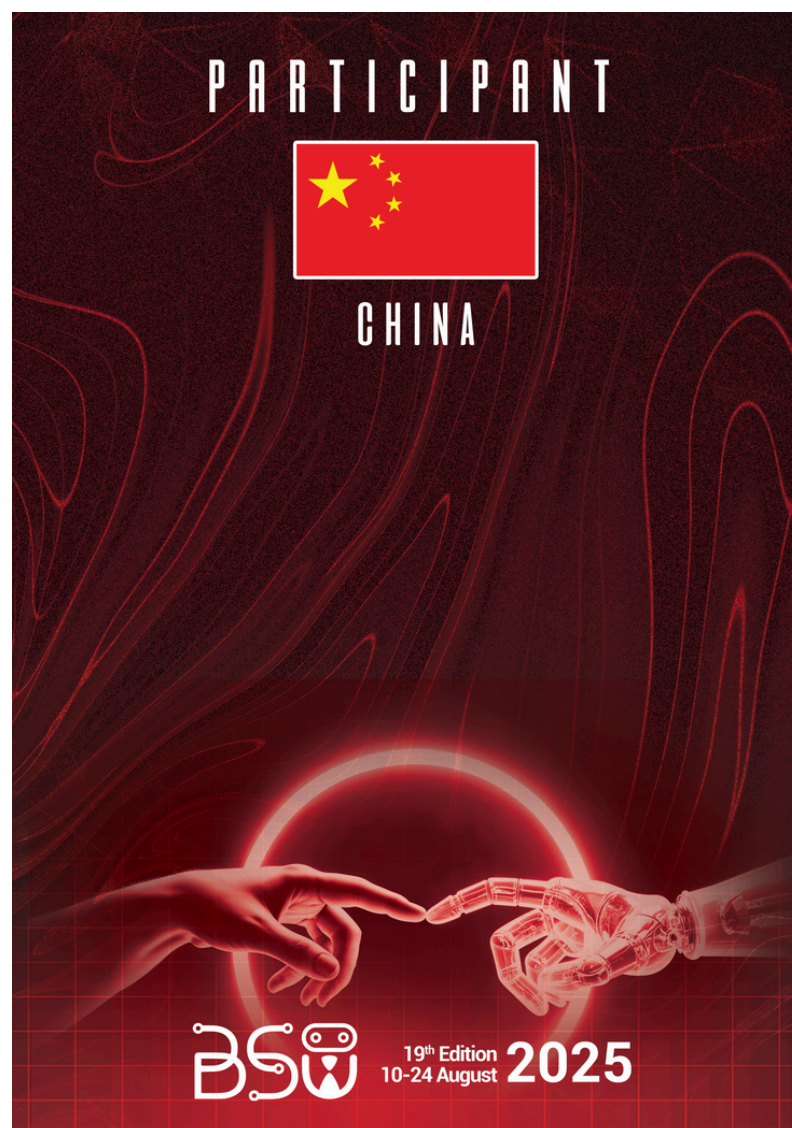
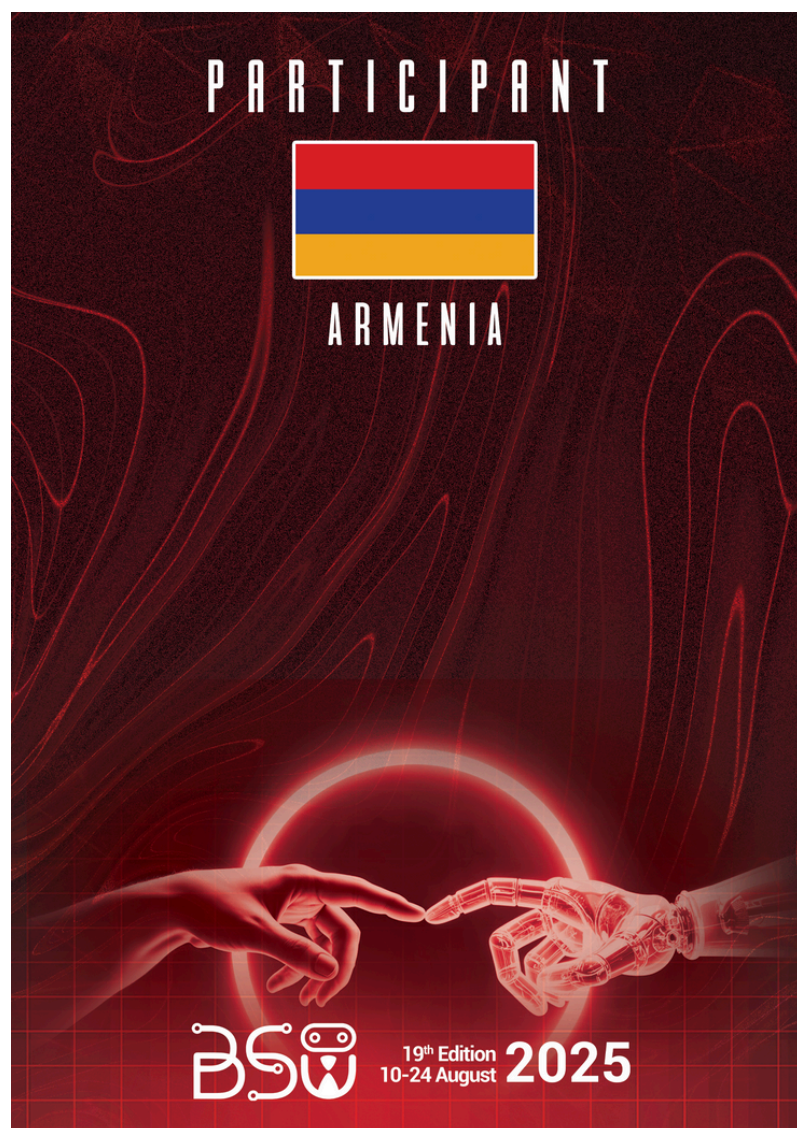
Elemente vizuale sub formă de postări media integrate pe paginile de socializare privind promovarea proiectului. Acestea pun în practică vizibilitatea a câtorva dintre activitățile prezente în cadrul BSU, cu scopul de a parcurge grupul-țintă către o previzualizare a programului din cadrul școlii de vară.



Afișul oficial pentru Bucharest Summer University, ediția 19, abordează o tematica axată pe raportarea de impactul inteligenței artificiale în domeniile de renume mondial, și, preponderent, în cel al marketing-ului, aceasta nu reprezintă o activitate pasivă, sugerând gestionarea eficientă a AI în mediului și societatea actuală. n raport cu apartenența la dinamismul evoluției tehnologiilor utilizate în marketing.

Identitatea vizuală a Bucharest Summer University transmite energie, claritate și coerență. Folosește roșul ca element central, ceea ce oferă ritm și unitate tuturor materialelor. Linie grafică este inspirată de tehnologie și conexiune umană, în ton cu tema ediției. Badge-urile includ elemente simbolice simple, precum steagurile, titlurile și un fundal cu linii fluide, care creează un stil unitar. Posterul extinde aceeași idee prin contrastul dintre mâna umană și mâna robotică, semnalizând focusul pe AI și inovație. Vizualul arată că experiența BSU combină educația economică modernă cu o comunitate internațională.

Elemente vizuale specifice



Fiecare dintre participanți a primit sub forma unui ecuson, un model de comunicare vizuală pentru a se face mai facilă identificarea și activitățile de socializare în timpul parcurgerii școlii de vară. Principalele elemente tipografice au fost reprezentate de datele proiectului, numele participantului și țara de proveniență.

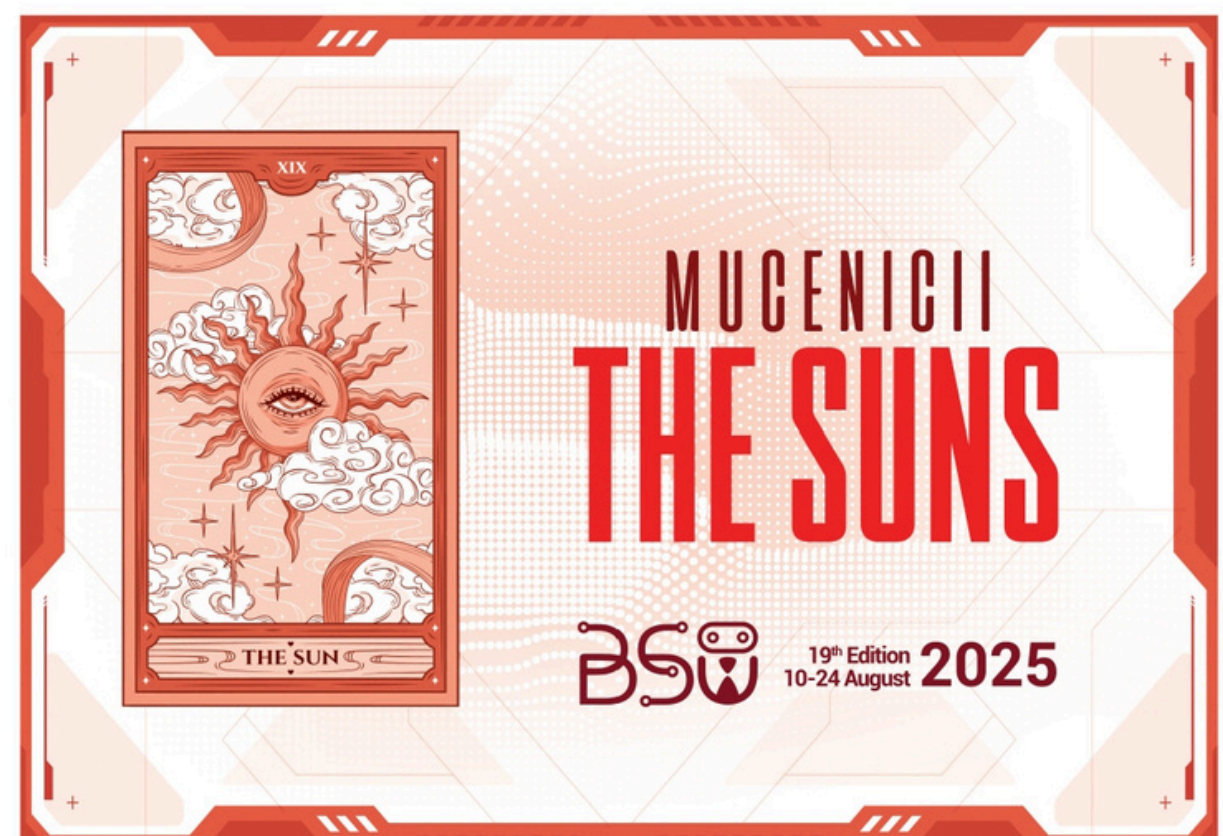
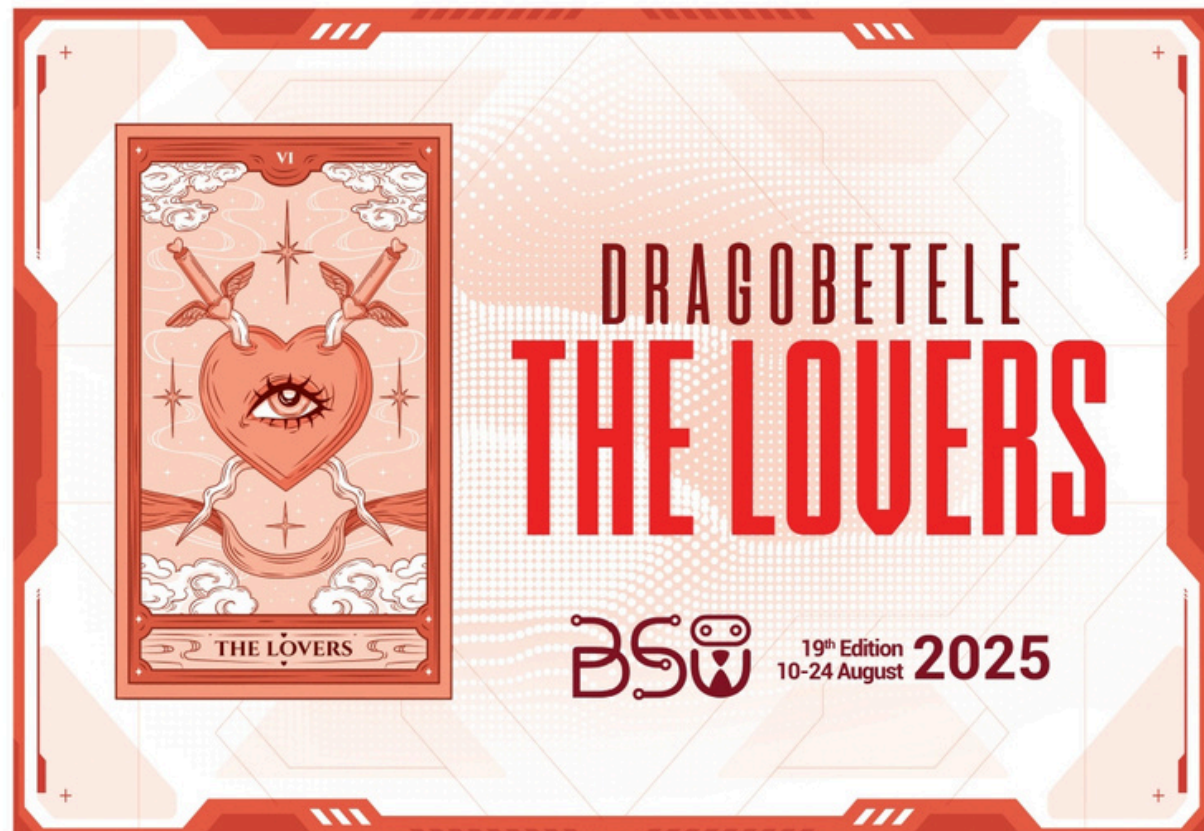
Diplome



Au fost realizate articole de îmbrăcăminte aferente mărcii proiectului, pentru a întruni colectivul participant și de a oferi sentimentul de solidaritate în activitățile care au urmat pe toată perioada școlii de vară.



Steagurile echipelor

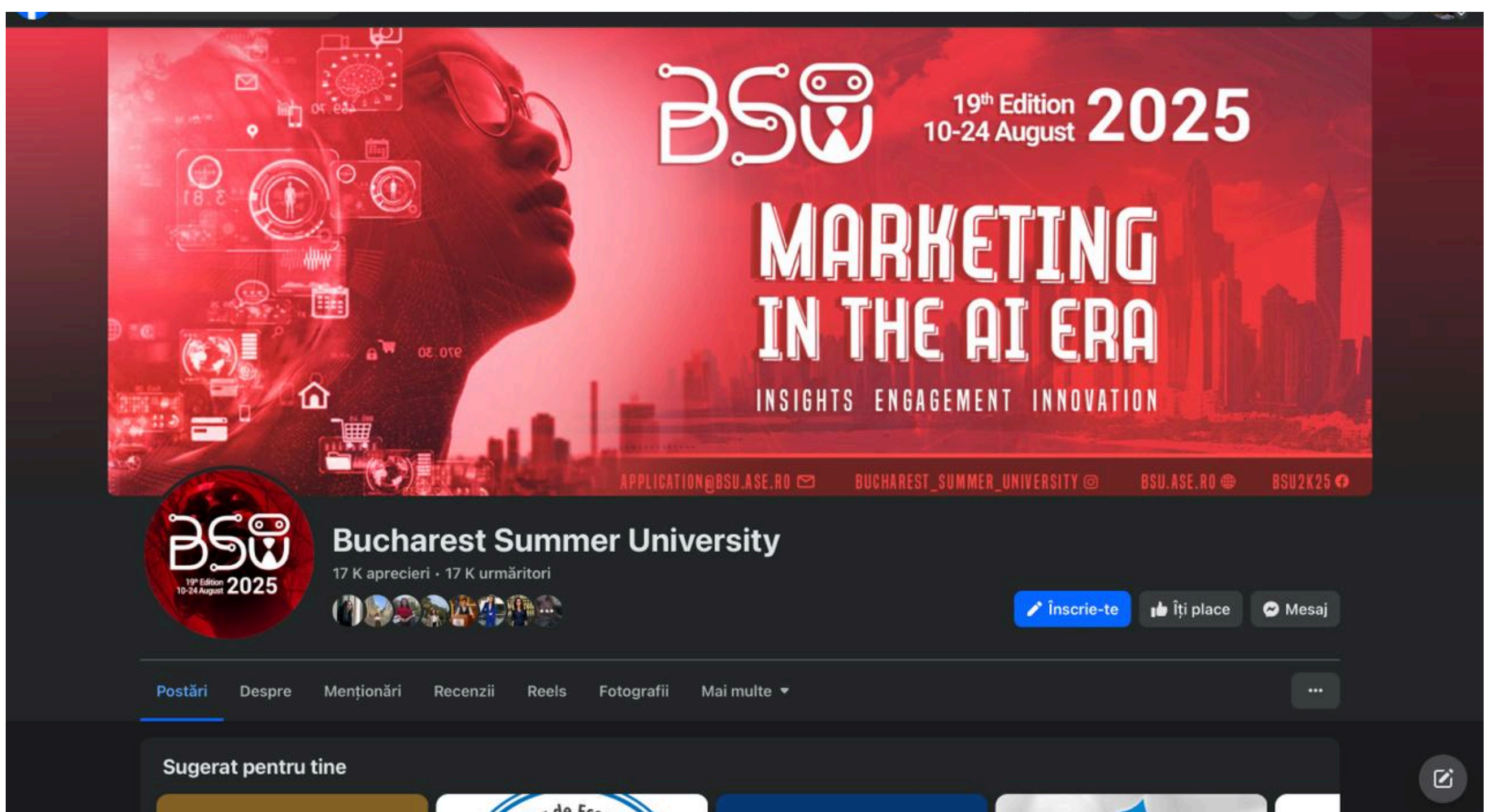


În această ediție, echipele au fost denumite după cum urmează: Dragobetele, Rusaliile, Sânziennele, Mucenicii și Mărțișorul.

Numele sunt inspirate din folclorul românesc și legendele istorisite de-a lungul timpului. Astfel, participanții din mediul internațional au aflat câteva informații specifice din mediul românesc care a reușit să influențeze mai departe diferite forme culturale și de divertisment în întreaga lume în mediul profesional, prin elemente care își parcurg originile din mediul înconjurător.

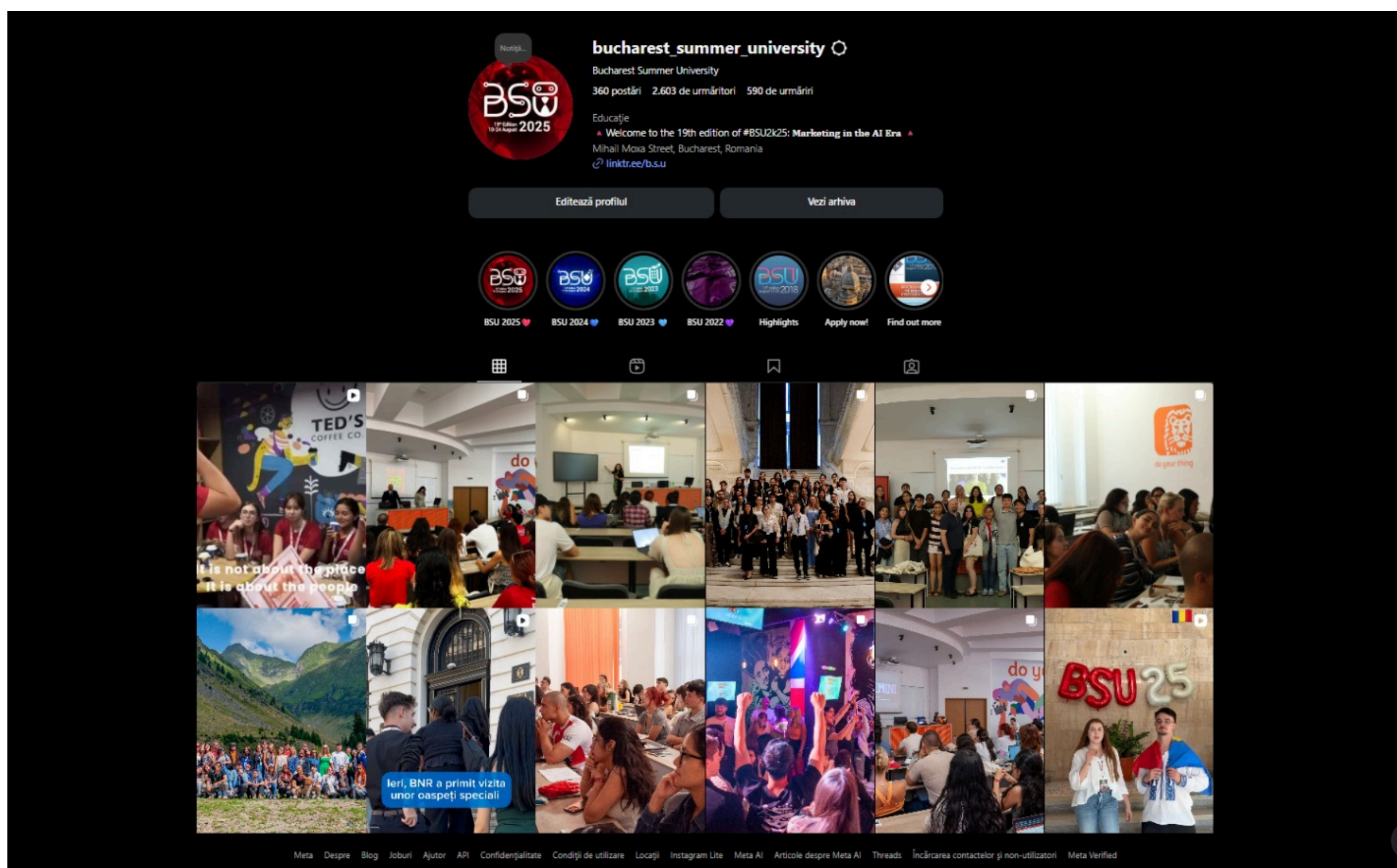
• Campanii de promovare

- Segmentul țintă luat în considerare pentru acest proiect este reprezentat de către studenții aflați la ciclul licență, masterat sau doctorat din întreaga lume, pentru a cărui targetare s-au folosit o serie de canale de comunicare adecvate cu scopul asigurării promovării prin intermediul unei campanii de informare în perioada premergătoare evenimentului, în timpul evenimentului dar și în perioada imediat următoare.
- Această campanie s-a desfășurat atât în mediul offline cât și în mediul online pentru a beneficia de poziționarea dorită în mintea potențialilor participanți. Am încheiat în acest sens parteneriate media cu colaboratori din mediul televiziunilor naționale, a posturilor de radio naționale, din cadrul ziarelor și revistelor tipărite, a agențiilor de presă, a asociațiilor naționale studențești, cât și a colaboratorilor din mediul online sau outdoor. Totodată am urmărit să ne îndeplinim obiectivul, acela de a ajunge la cât mai multe persoane și prin intermediul demersurilor individuale de promovare – obiectiv reprezentat prin elementele de comunicare vizuală și de datele statistice aferente în mediul online.



Promovare în mediul online – rețele de socializare

- rețele de socializare proprii: pagina de Facebook oficială, contul oficial de Facebook (cu sute de grupuri din întreaga lume);
- rețele de socializare ale Academiei de Studii Economice din București, Facultății de Marketing; Asociației Absolvenților Academiei de Studii Economice din București - Alumni ASE, Asociației Facultăților de Economie din România – AFER, Uniunii Studenților Academiei de Studii Economice din București;
- rețele de socializare ale partenerilor;
- rețele de socializare ale organizatorilor



Alte tipuri de promovare:

1. Promovare în mediul offline:

- promovarea prin participarea la conferințe și alte evenimente educaționale;
- utilizarea de materiale promoționale personalizate (genți, tricouri, pixuri, broșuri, notepad-uri, roll-up-uri, brățări șamd.).

2. Promovare după eveniment:

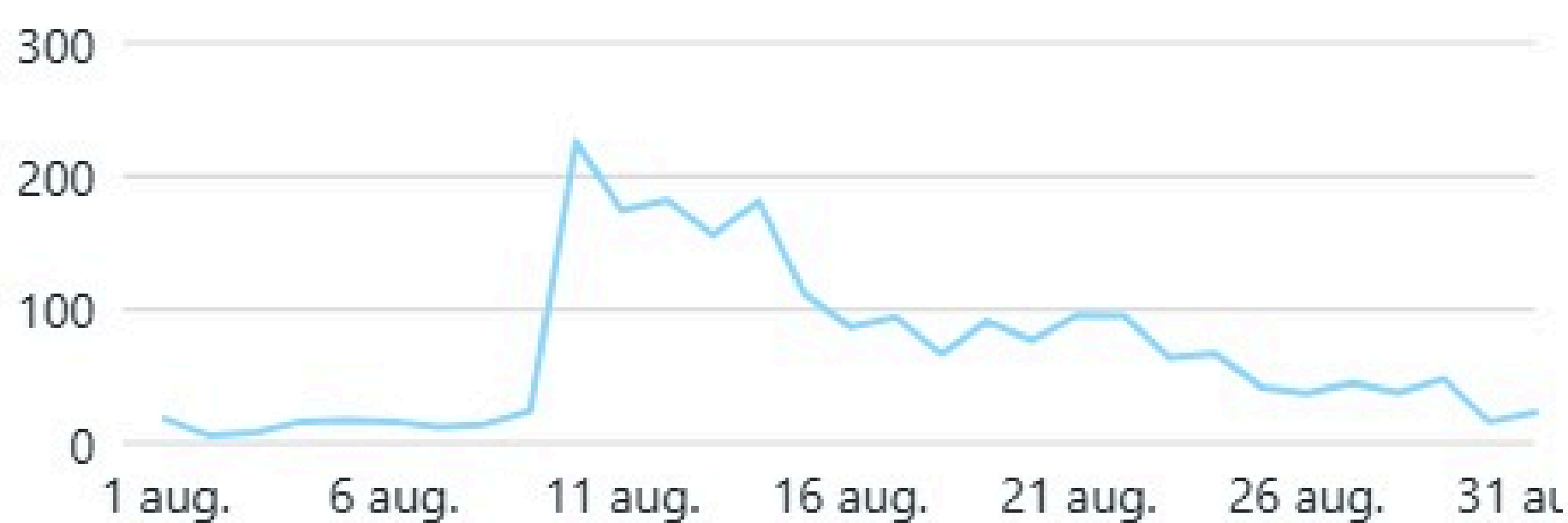
- realizată pe platformele oficiale ale evenimentului;
- realizată de organizatori pe platformele proprii;
- realizată de participanți pe platformele proprii.

Analiza datelor privind impactul din social media

1. Instagram

Vizite ⓘ

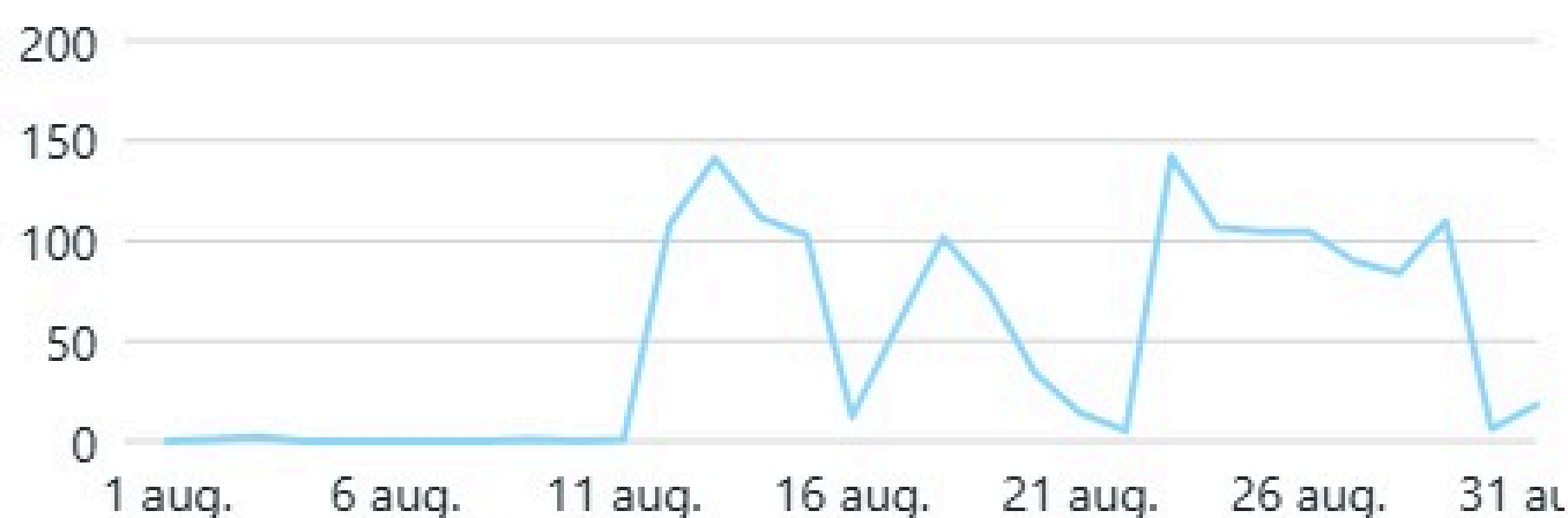
2.148 ↑ 443,8%



— Vizite în profilul de Instagram

Interacțiuni cu conținutul ⓘ

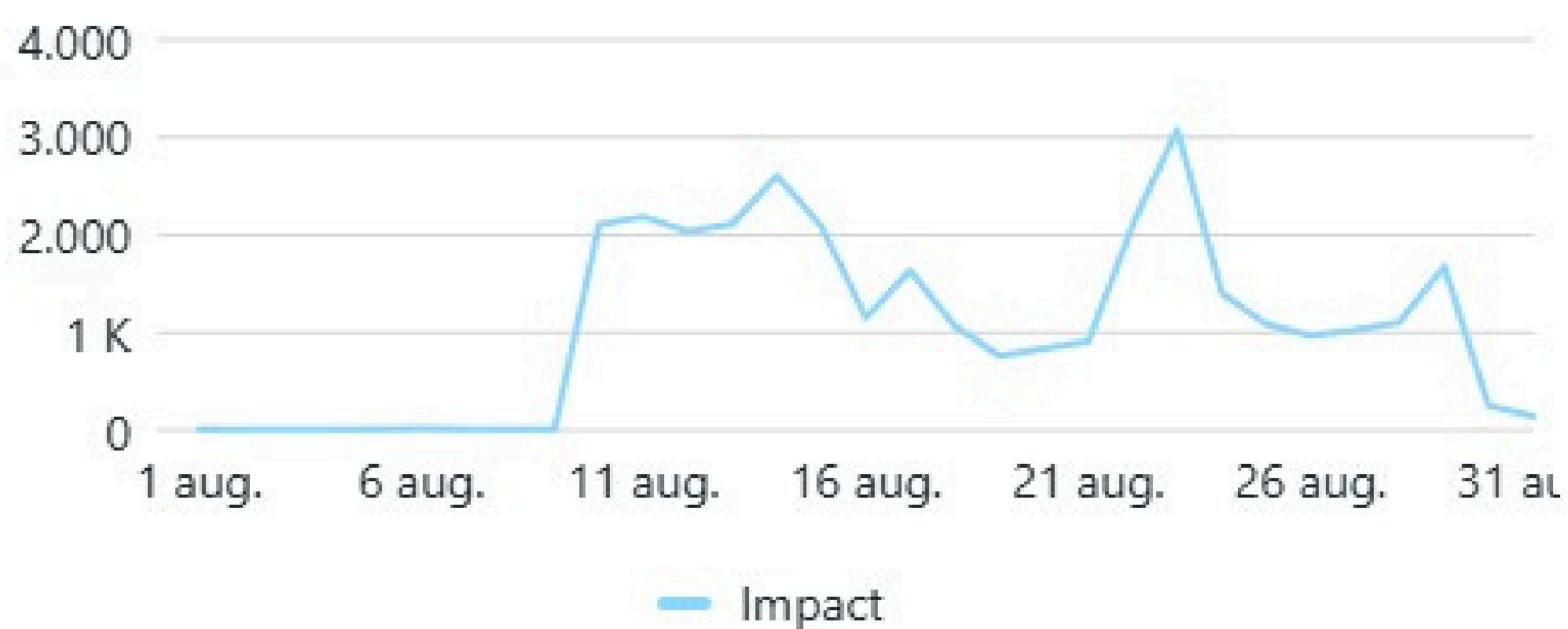
1.666 ↑ 83,2 K%



— Interacțiuni cu conținutul

Impact ⓘ

9.925 ↑ 1.081,5%



Vizualizări ⓘ

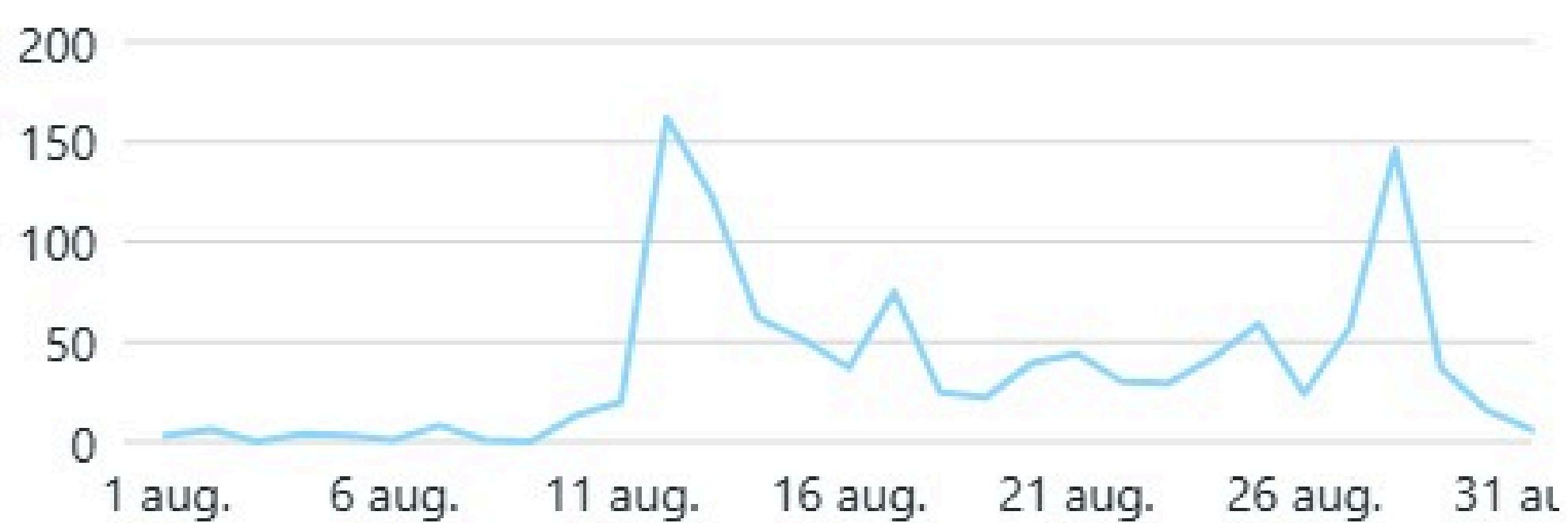
137,9 K ↑ 1.511,4%



2. Facebook

Vizite ⓘ

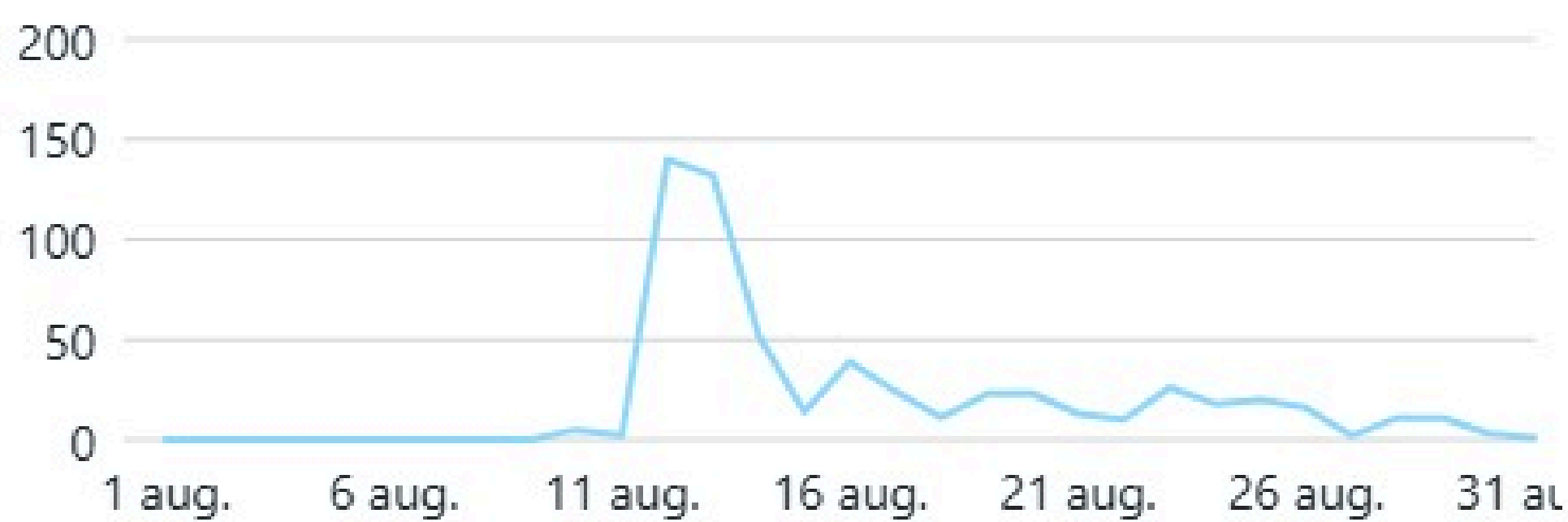
1.144 ↑ 472%



— Vizite pe Facebook

Interacțiuni cu conținutul ⓘ

596 ↑ 2.738,1%



— Interacțiuni cu conținutul

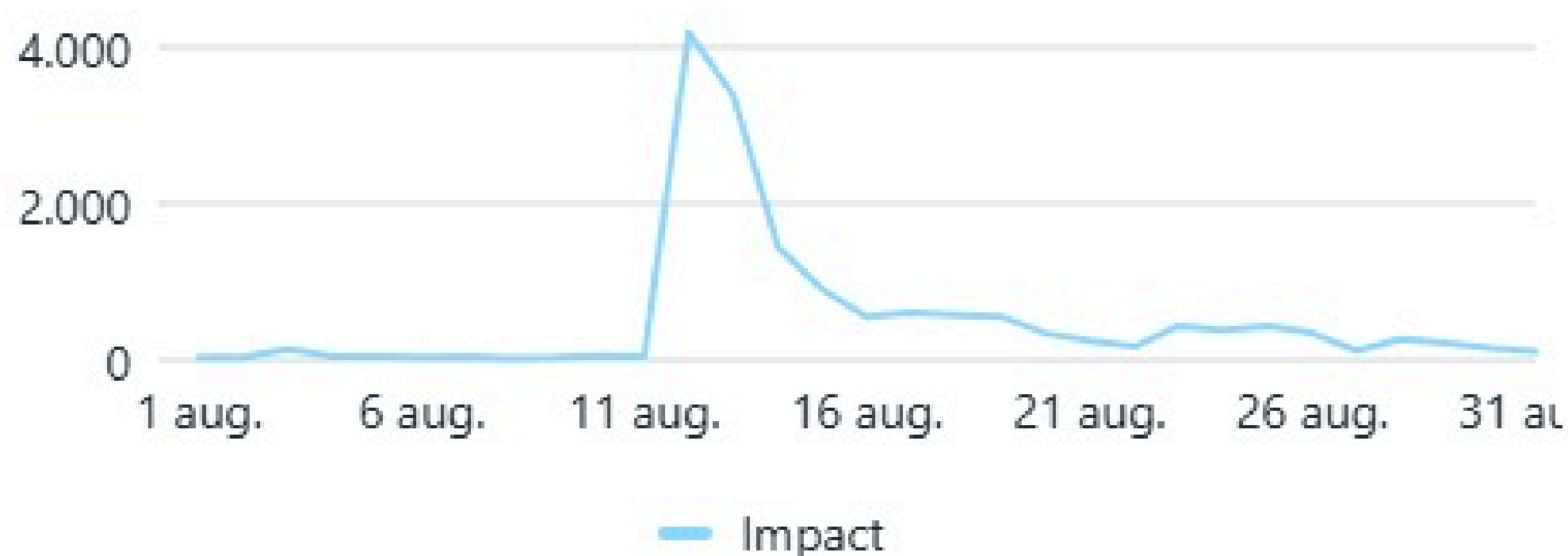
Vizualizări ⓘ

32,4 K ↑ 716,1%



Impact ⓘ

10.930 ↑ 574,3%



Promovare în mediul online - site-uri :

- site-ul Academiei de Studii Economice din București, pe site-ul Facultății de Marketing, pe site-ul Asociației Absolvenților Academiei de Studii Economice din București - Alumni ASE, pe site-ul Asociației Facultăților de Economie din România – AFER, pe site-ul Uniunii Studenților Academiei de Studii Economice din București;
- colaborare cu asociațiile studențești pentru promovare în mediul online (trimiterea de newsletter către propriile baze de date, site, forum, blog);
- colaborarea cu site-uri educaționale și de profil care promovează școli de vară la nivel internațional. Promovare prin realizarea unui site oficial pentru Bucharest Summer University și urmărirea datelor statistice privind accesibilitatea și vizitele utilizatorilor de internet. www.bsu.ase.ro



Connect. Engage. Exchange. Bucharest Summer University 19th Edition – [Apply Now!](#)



19th Edition
10-24 August 2025

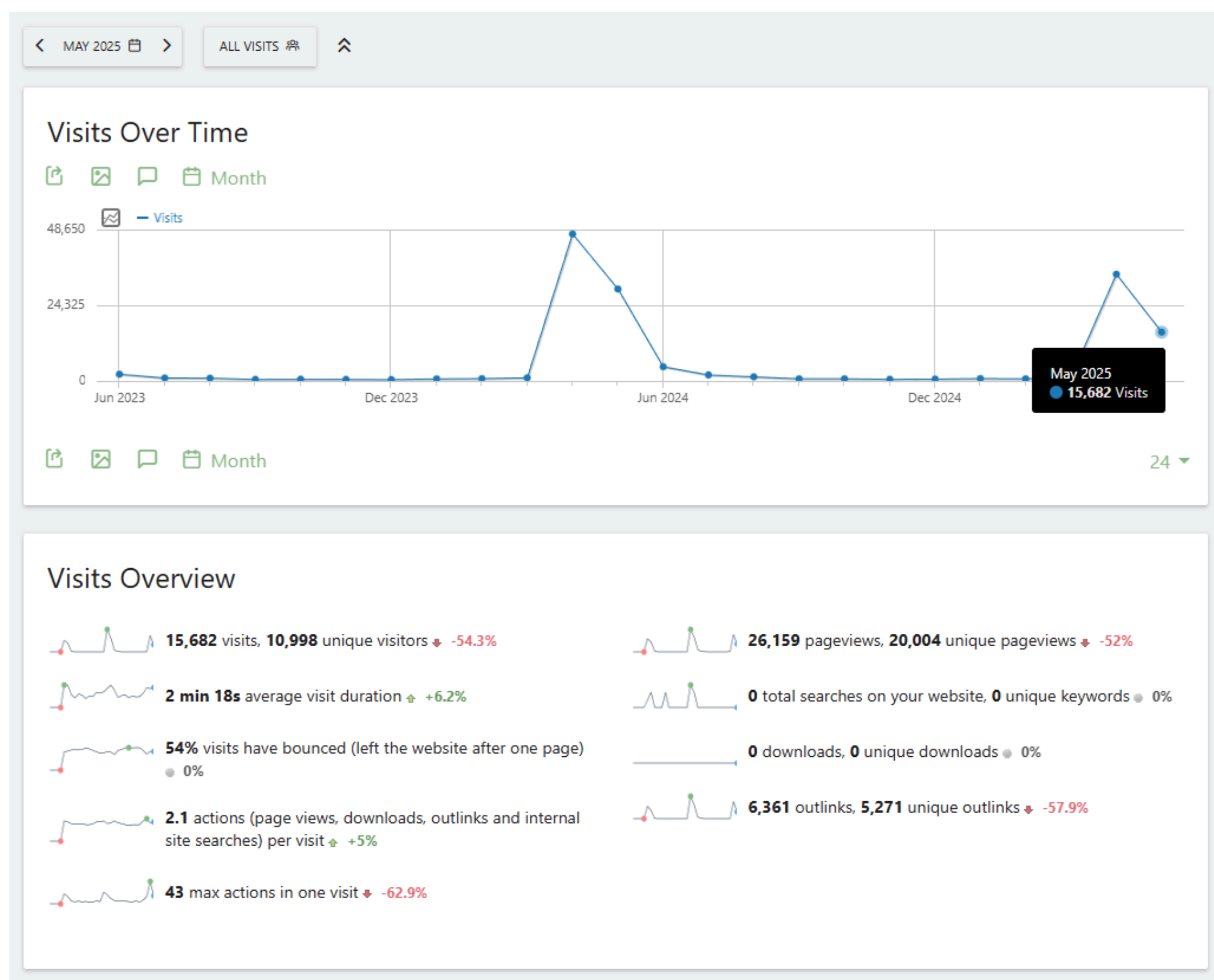
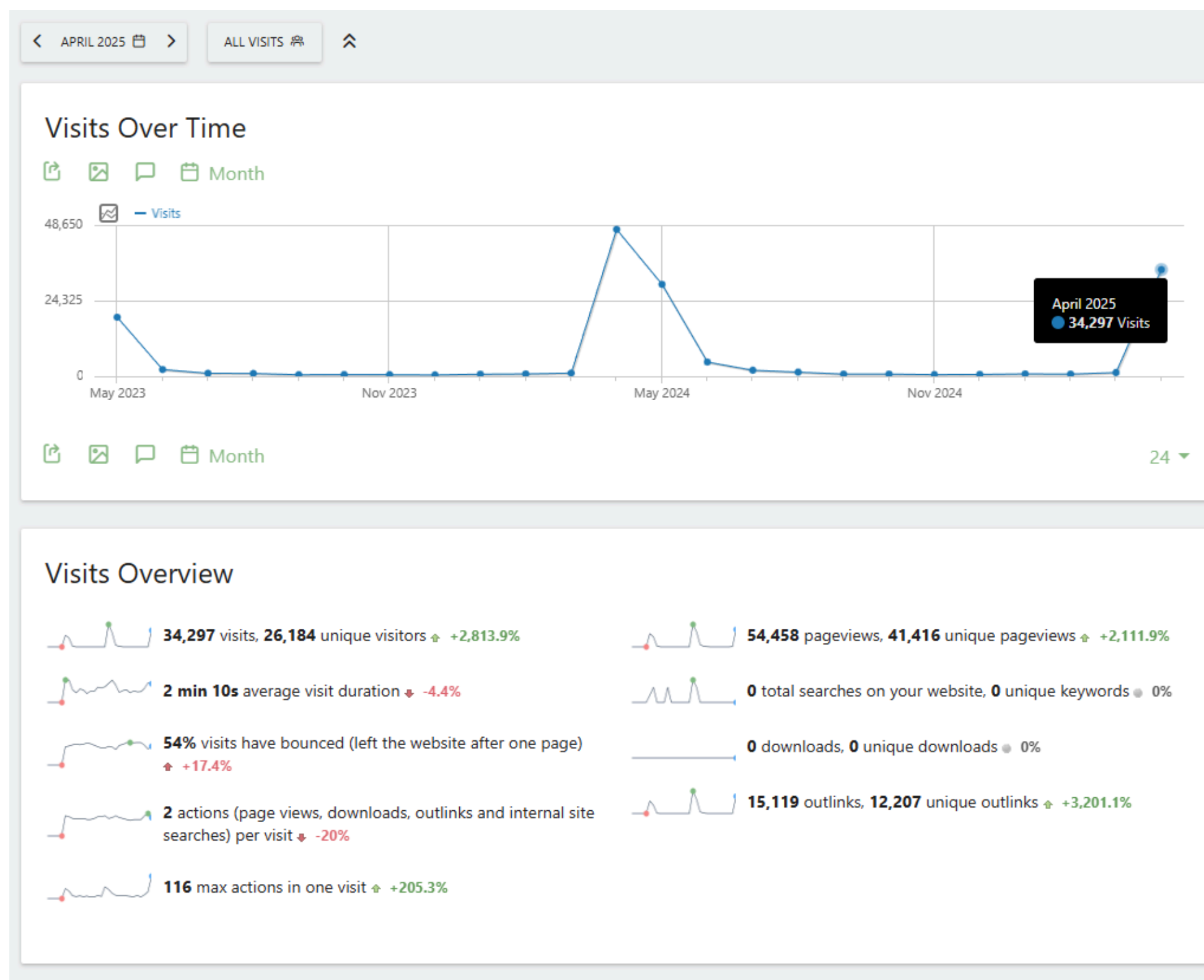
[HOME](#) [APPLY](#) [ABOUT](#) [TEAM](#) [CONTACT US](#)

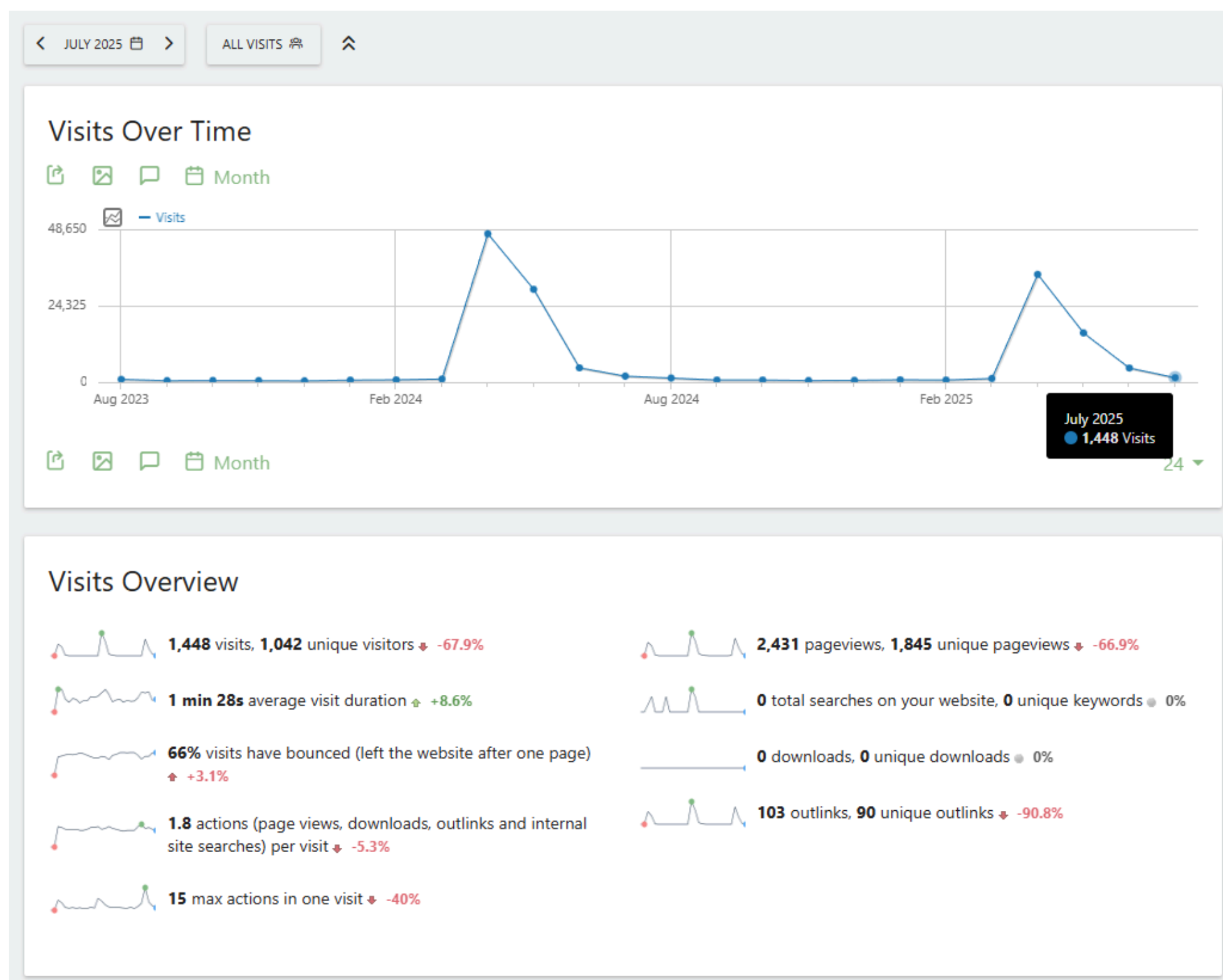
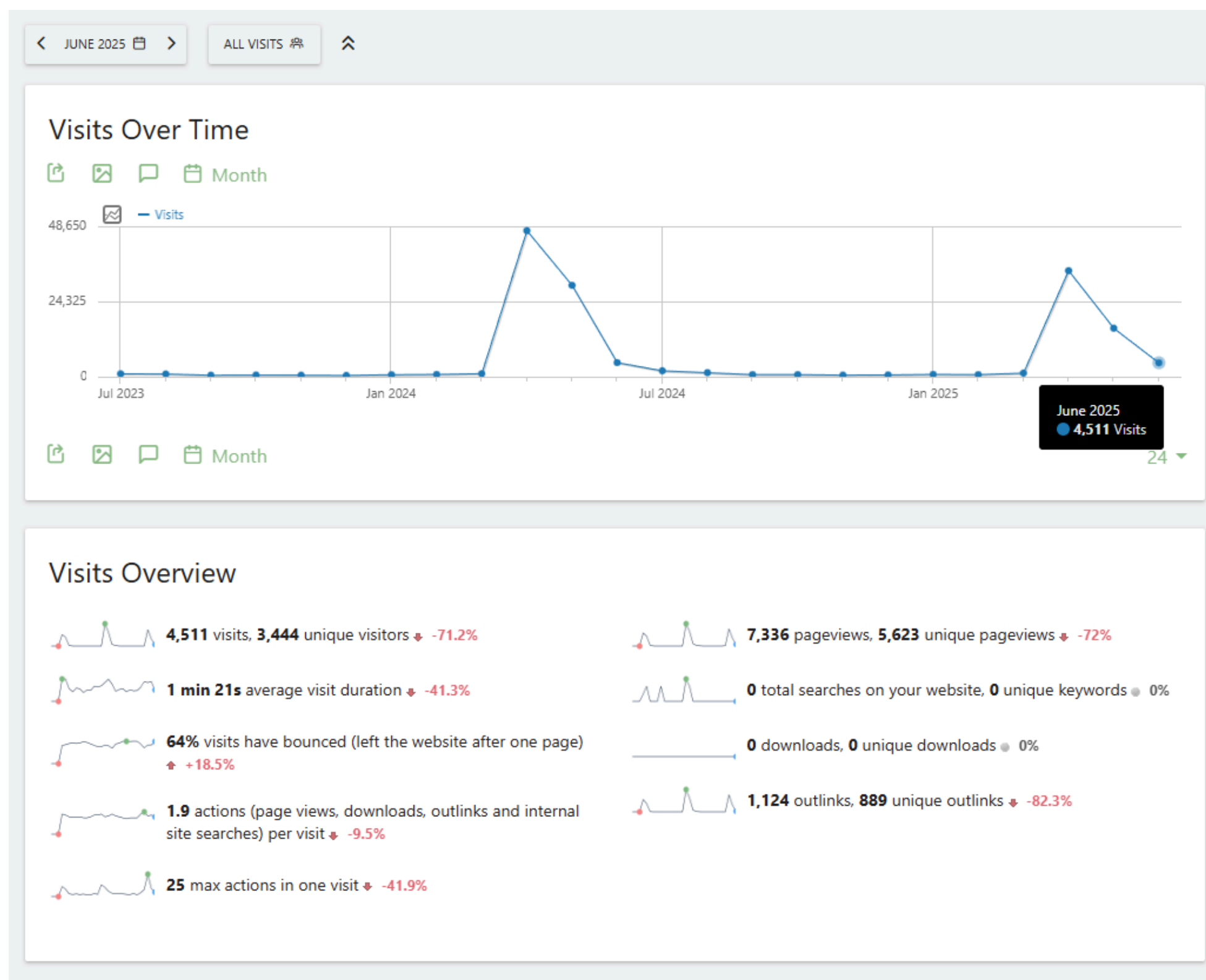
19TH EDITION
**MARKETING
IN THE AI ERA**
INSIGHTS ENGAGEMENT INNOVATION

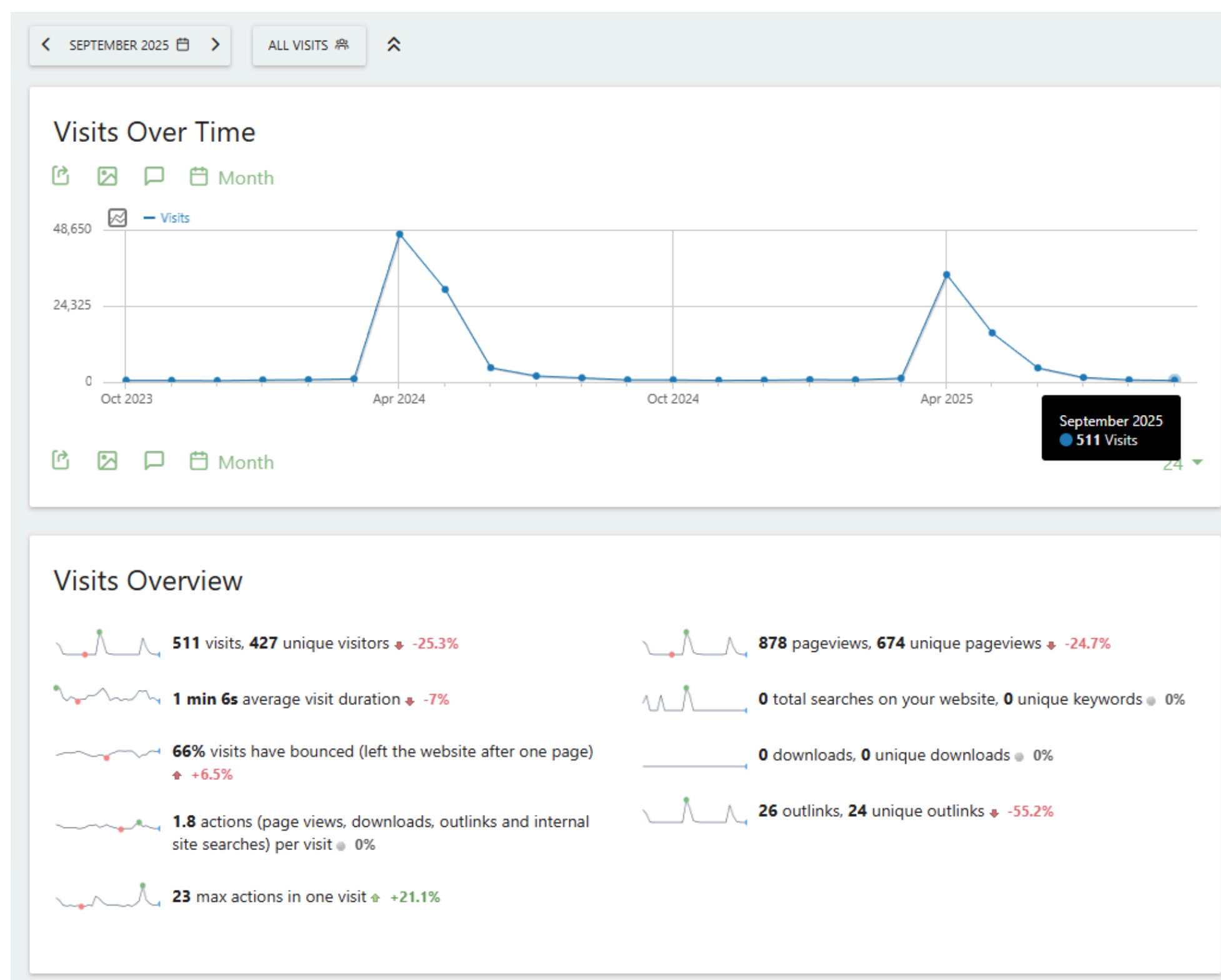
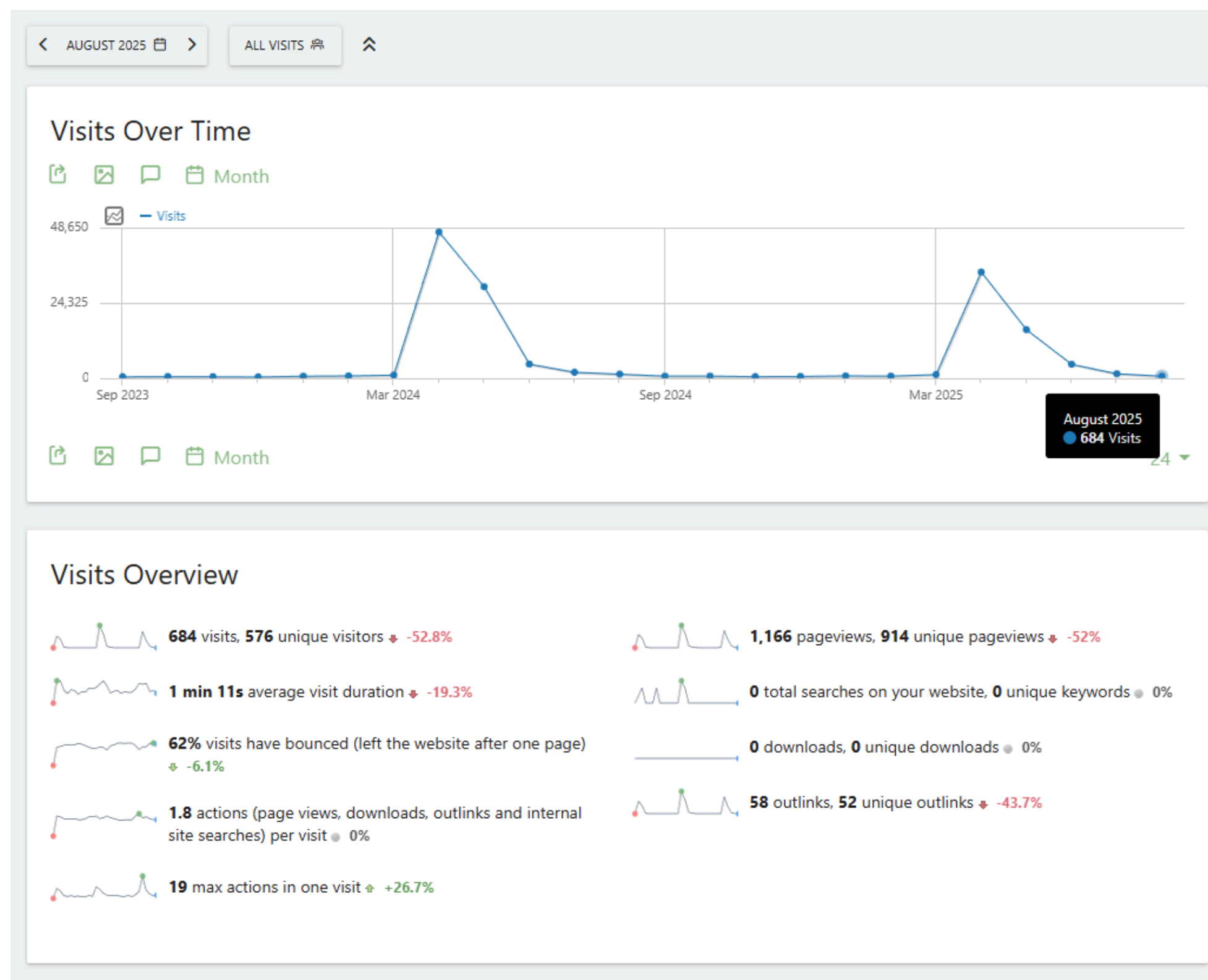
**Join Your Best
Summer
Experience**

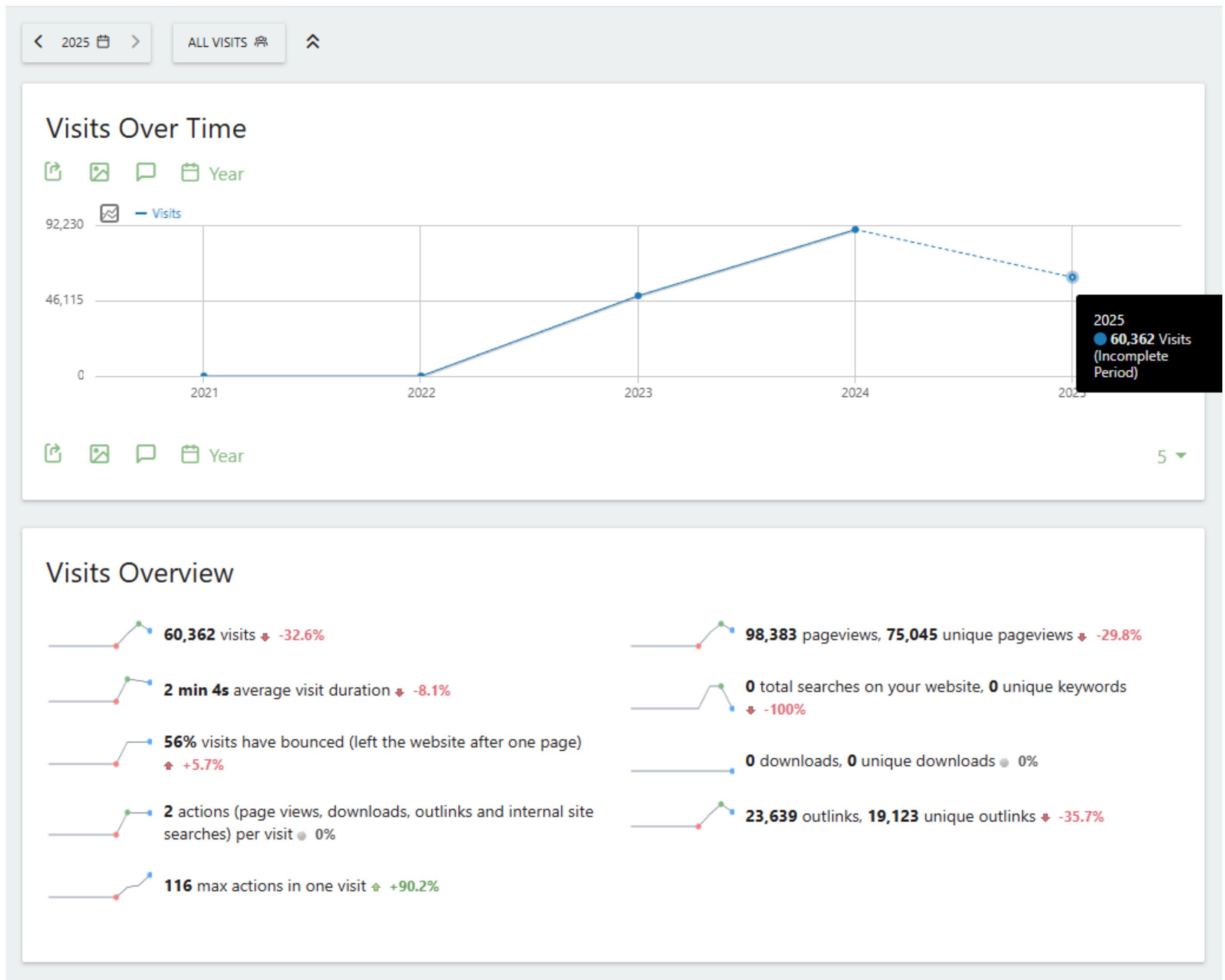
The Bucharest Summer University is an international cultural and academic event, which will take place between 10th and 24th of August 2025, that brings together students from around the world to explore economic topics and related fields, while also fostering meaningful connections through engaging social and cultural experiences.

[KNOW MORE](#)









• **Program activității eveniment:**

Sunday, 10.08

08:00	
09:00	Participants' arrival
10:00	
11:00	
12:00	
13:00	
14:00	
15:00	
16:00	
17:00	
18:00	
19:00	Get to know each other L: Moxa Campus
20:00	
21:00	
22:00	Dinner L: Reper by ESS
23:00	

Monday, 11.08

08:00	Morning call
09:00	Breakfast L: Moxa Students Canteen
10:00	
11:00	Opening ceremony L: Aula Magna, "Ion N. Angelescu" Building, Căderea Bastiliei 2-10
12:00	
13:00	
14:00	Lunch L: Moxa Students Canteen
15:00	
16:00	Lecture 1 - Dana Harrison L: 3M2, Moxa Building, Mihail Moxa 5-7
17:00	
18:00	
19:00	Teambuilding games L: Moxa Campus
20:00	
21:00	
22:00	Dinner L: Reper by ESS
23:00	

Tuesday, 12.08

08:00	Morning call
09:00	Breakfast L: Moxa Students Canteen
10:00	
11:00	Lecture 2 - Mihaela Constantinescu L: 3M2, Moxa Building, Mihail Moxa 5-7
12:00	
13:00	
14:00	Lunch L: Moxa Students Canteen
15:00	
16:00	Visit at Cotroceni Palace
17:00	
18:00	
19:00	Extracurricular activity L: Moxa Campus
20:00	
21:00	
22:00	Dinner L: Reper by ESS
23:00	

Wednesday, 13.08

08:00	Morning call
09:00	Breakfast L: Moxa Students Canteen
10:00	
11:00	Lecture 3 - Carmen Acatrinei L: 3M2, Moxa Building, Mihail Moxa 5-7
12:00	
13:00	
14:00	Lunch L: Moxa Students Canteen
15:00	
16:00	Lecture 4 - Maria Petrescu L: 3M2, Moxa Building, Mihail Moxa 5-7
17:00	
18:00	
19:00	Extracurricular activity L: Moxa Campus
20:00	
21:00	Dinner L: Reper by ESS
22:00	
23:00	Karaoke Party L: Mojo

Thursday, 14.08

08:00	
09:00	Breakfast
10:00	L: Moxa Students Canteen
11:00	
12:00	
13:00	
14:00	Lunch
15:00	L: Moxa Students Canteen
16:00	Global Village
17:00	
18:00	
19:00	
20:00	
21:00	
22:00	Dinner
23:00	L: Reper by ESS

Friday, 15.08

08:00	Morning call
09:00	Departure from Bucharest - Vidraru Dam
10:00	
11:00	
12:00	Vidraru Dam Visit
13:00	Vidraru Dam - Capra Restaurant
14:00	Lunch
15:00	L: Capra Restaurant
16:00	Capra Restaurant - Balea Lake
17:00	
18:00	Balea Lake visit
19:00	Balea Lake - Predeal
20:00	Accomodation at "Ion Gh. Roșca" Predeal
21:00	
22:00	Dinner
23:00	L: "Ion Gh. Roșca" Predeal

Saturday, 16.08

08:00	Morning call
09:00	Breakfast L: "Ion Gh. Roșca" Predeal
10:00	Predeal - Peles Castle
11:00	Peles Castle visit
12:00	
13:00	Peles Castle - Taverna Lupilor Restaurant
14:00	
15:00	Lunch
16:00	L: Taverna Lupilor
17:00	Taverna Lupilor - Bran Castle
18:00	Bran Castle visit
19:00	
20:00	Bran - Predeal
21:00	
22:00	Dinner
23:00	L: "Ion Gh. Roșca" Predeal

Sunday, 17.08

08:00	Morning call
09:00	Breakfast
10:00	L: "Ion Gh. Roșca" Predeal
11:00	Predeal - Brașov
12:00	Brașov visit
13:00	
14:00	Lunch
15:00	L: Prato Restaurant
16:00	Brașov visit
17:00	
18:00	Brașov - Bucharest
19:00	
20:00	
21:00	
22:00	Dinner
23:00	L: Reper by ESS

Monday, 18.08

08:00	
09:00	Breakfast
10:00	L: Moxa Students Canteen
11:00	
12:00	
13:00	
14:00	Lunch
15:00	L: Moxa Students Canteen
16:00	Lecture 5 - Maria Petrescu
17:00	L: 3M2, Moxa Building, Mihail Moxa 5-7
18:00	City Hunt
19:00	
20:00	
21:00	
22:00	Dinner
23:00	L: Reper by ESS

Tuesday, 19.08

08:00	Morning call
09:00	Breakfast
10:00	L: Moxa Students Canteen
11:00	Lecture 6 - Mihai Orzan
12:00	L: 3M2, Moxa Building, Mihail Moxa 5-7
13:00	
14:00	Lunch
15:00	L: Moxa Students Canteen
16:00	Village Museum visit
17:00	
18:00	
19:00	Triumphal Arc visit
20:00	
21:00	
22:00	Dinner
23:00	L: Reper by ESS

Wednesday, 20.08

08:00	Morning call
09:00	Breakfast
10:00	L: Moxa Students Canteen
11:00	Parliament Palace visit
12:00	
13:00	
14:00	Lunch
15:00	L: Moxa Students Canteen
16:00	Lecture 7 - BNR
17:00	L: National Bank of Romania
18:00	
19:00	BNR visit
20:00	
21:00	
22:00	Dinner
23:00	L: BNR Arena

Thursday, 21.08

08:00	Morning call
09:00	Breakfast
10:00	L: "Ion Gh. Roșca" Predeal
11:00	Lecture 8 - Cristiana Munthiu
12:00	L: 3M2, Moxa Building, Mihail Moxa 5-7
13:00	
14:00	Lunch
15:00	L: Prato Restaurant
16:00	Therme day
17:00	
18:00	
19:00	
20:00	
21:00	
22:00	Dinner
23:00	L: Moxa Campus

Friday, 22.08

08:00	Morning call
09:00	Breakfast
10:00	L: Moxa Students Canteen
11:00	Closing ceremony
12:00	L: Aula Magna, "Ion N. Angelescu" Building, Căderea Bastiliei 2-10
13:00	
14:00	Lunch
15:00	L: Moxa Students Canteen
16:00	
17:00	Museum visit
18:00	
19:00	
20:00	
21:00	
22:00	Dinner
23:00	L: Reper by ESS

Saturday, 23.08

08:00	
09:00	Breakfast
10:00	L: Moxa Students Canteen
11:00	
12:00	
13:00	
14:00	Lunch
15:00	L: Moxa Students Canteen
16:00	
17:00	
18:00	
19:00	
20:00	
21:00	
22:00	Dinner
23:00	L: Reper by ESS

- Sumar cursuri BSU 2025:**



- Session 1: **Smarter Marketing: The AI Revolution** (online)
 - **Dr. Dana E. Harrison**
 - Chair, Department of Marketing
 - Associate Professor of Marketing
 - College of Business & Technology
 - East Texas State University
- Session 2: **AI Tools Used in Neuromarketing and Behavioral Economics** (on campus)
 - **Dr. Mihaela Constantinescu**
 - Department of Marketing
 - Associate Professor of Marketing Research
 - College of Marketing
 - Bucharest University of Economic Studies
- Session 3: **Technology & AI trends in Marketing Analytics** (online)
 - **Dr. Maria Petrescu**
 - Associate Professor of Marketing
 - College of Business
 - Embry-Riddle Aeronautical University

- **Session 4: Professional Branding in an Influencer-Dominated Media (online)**
- **Dr. David Gligor**
- Alico Chair, Department of Information Systems, Analytics, and Supply Chain
- Professor of Operations Management
- Lutgert College of Business
- Florida Gulf Coast University

- **Session 5: AI in Action: Understanding Large Language Models and Building Your Professional Presence (on campus)**
- **Dr. Carmen Acatrinei**
- Department of Marketing
- Associate Professor of Social Media Marketing
- College of Marketing
- Bucharest University of Economic Studies

- **Session 6: Synthetic Sampling and AI-Generated Advertising (on campus)**
- **Dr. Mihai Orzan**
- Department of Marketing
- Professor of Online Marketing
- Associate Dean of Marketing College
- Bucharest University of Economic Studies

- **Session 7: The Dark Side of AI: Ethical Issues of AI in Marketing (on campus)**
- **Dr. Cristiana Munthiu**
- Associate Professor of Marketing
- Laboratoire d'Economie, Finance, Management & Innovation
- Université de Picardie Jules Verne

- **Activități:**



Get to know each other

Locație: **Campus Moxa**

Data: **10.08.2025**

- Cele 5 echipe au fost formate din câte 9 participanți, plus un teamleader ales dintre organizatori. Rusaliile, Sânzienele, Dragobetele, Mărțișorul și Mucenicii au avut de trecut de proba aruncării mingiei care le dădea șansa să se prezinte, a micilor discuții față în față despre un anumit subiect în funcție de ora indicată de formator, dar și de proba scrisorilor.



Teambuilding

Locație: **Campus Moxa**

Data: **11.08.2025**

- Această sesiune intensivă de team-building a oferit participanților ocazia ideală de a-și demonstra spiritul competitiv și, mai ales, capacitatea de lucru în echipă coordonat. Cele 5 probe nu au fost doar jocuri, ci exerciții menite să forjeze legăturile dintre membrii echipelor și să genereze primele amintiri puternice ale verii:
- Traseu legat la ochi ghidat de coechipier;
- Mâțele încurcate;
- Telefonul fără fir;
- Construirea unui turn de hârtie;
- Jocul cuvintelor.



Vizită la Palatul Cotroceni

Locație: **Palatul Cotroceni**

Data: **12.08.2025**

- Participanții Bucharest Summer University 2025 au beneficiat de o vizită culturală esențială la Palatul Cotroceni, reședința oficială a Președintelui României. Studenții au explorat saloanele regale ale Palatului, o capodoperă arhitecturală care a servit drept reședință pentru Regina Maria și Regele Ferdinand I. Turul a inclus și Muzeul Național Cotroceni, unde participanții au admirat colecții valoroase și au aprofundat cunoștințele despre istoria monarhiei și evoluția politică a României. Vizita a oferit o perspectivă directă asupra istoriei regale și a instituțiilor contemporane, fiind un moment memorabil de îmbogățire culturală.



Karaoke Night

Locație: **Mojo**

Data: **13.08.2025**

- Echipele au avut de cântat câte o melodie aleasă de ele pentru a-și demonstra talentul artistic și unitatea.
- Seara a fost marcată de multă distracție și amuzament, iar la final, atât participanții, cât și organizatorii au rămas cu amintiri de neuitat.
- Printre piesele care au făcut seara magică s-au aflat “Money Money Money”, “Dancing Queen”, “Umbrella” și “We are The Champions”.



Global Village

Locație: **Campus Moxa**

Data: **14.08.2025**

- Evenimentul a reușit cu succes să combine elementele de tradiție și cultură ale celor peste 25 de țări prezente în cadrul ediției din 2025 a Școlii internaționale de vară, alături de aspectele importante referitoare la globalizare și adaptarea obiceiurilor cu specific național.
- Ca și punct de reper al acestui eveniment, fiecare participant a realizat o prezentare despre țara sa, expunând obiceiuri, mâncăruri, dansuri specifice țării sale, explicând în același timp cum fiecare dintre aceste simboluri naționale este perceput în țara sa originală. În acest cadru, fiecare dintre participanți descoperă și învață ce înseamnă să facă parte din marea familie internațională BSU.



Excursie prin România

Locație: **Transilvania**

Data: **15-17.08.2025**

- În weekendul dintre cele două săptămâni de cursuri s-a realizat o excursie în România, prin intermediul căreia participanții au cunoscut tradițiile și obiceiurile românești și totodată au vizitat locuri reprezentative pentru țara noastră.
- Traseul ales a inclus vizitarea celui mai spectaculos drum din România, Transfăgărășanul, Castelul Bran, Castelul Peleş, precum și numeroase obiective istorice din orașele Brașov și Sinaia. Participanții au fost cazați în cadrul Centrului de Perfecționare Complex Predeal al ASE București.



City Hunt

Locație: **București**

Data: **18.08.2025**

- Participanții Bucharest Summer University 2025 au vizitat Palatul Parlamentului (Casa Poporului), a doua cea mai mare clădire administrativă din lume și o structură emblematică a capitalei. Această vizită a oferit studenților o perspectivă uimitoare asupra dimensiunilor proiectului, simbolizând o pagină importantă, deși controversată, din istoria recentă a României.
- Turul ghidat a inclus explorarea sălilor monumentale, a galeriilor impresionante și a holurilor luxoase, punând în lumină materialele folosite (majoritatea de proveniență românească) și rolul actual al clădirii ca sediu al Parlamentului. Vizita a constituit un moment educativ crucial pentru înțelegerea regimului comunist și a tranziției României spre democrație.



Excursie la Palatul Parlamentului

Locație: **Palatul Parlamentului**

Data: **20.08.2025**

- Participanții Bucharest Summer University 2025 au vizitat Palatul Parlamentului (Casa Poporului), a doua cea mai mare clădire administrativă din lume și o structură emblematică a capitalei. Această vizită a oferit studenților o perspectivă uimitoare asupra dimensiunilor proiectului, simbolizând o pagină importantă, deși controversată, din istoria recentă a României.
- Turul ghidat a inclus explorarea sălilor monumentale, a galeriilor impresionante și a holurilor luxoase, punând în lumină materialele folosite (majoritatea de proveniență românească) și rolul actual al clădirii ca sediu al Parlamentului. Vizita a constituit un moment educativ crucial pentru înțelegerea regimului comunist și a tranziției României spre democrație.



Excursie la BNR

Locație: **BNR**

Data: **20.08.2025**

- Participanții Bucharest Summer University 2025 au avut parte de o vizită esențială la sediul central al Băncii Naționale a României (BNR), o instituție fundamentală pentru stabilitatea financiară a țării. Studenții au explorat clădirea istorică impresionantă, admirând arhitectura care găzduiește deciziile monetare și financiare vitale.
- Vizita a inclus o sesiune informativă valoroasă, unde le-au fost prezentate rolul și funcțiile BNR, politica monetară și istoria leului românesc. Această experiență a completat perfect cursurile academice, oferind o perspectivă practică asupra economiei și finanțelor la nivel național.

Colecție în imagini BSU 2025:



Colecție în imagini BSU 2025:



Colecție în imagini BSU 2025:



Colecție în imagini BSU 2025:

Colecție în imagini BSU 2025:



Colecție în imagini BSU 2025:



RAPORT DE ACTIVITATE PROIECT EXTRACURRICULARE 2025

Titlul proiectului: Data Science International Summer School

Facultatea / structură beneficiară: Bucharest Business School si DRI

Nr.crt.	Informații necesare	Raportare proiect				
1.	Denumire eveniment / proiect	Data Science International Summer School				
2	Perioada desfășurării	19-27 iulie 2025				
3.	Locul desfășurării	Predeal, Romania				
4.	Număr de participanți ((în conformitate cu bugetul aprobat al proiectului).	68 (22 de studenti)				
5.	Descrierea activităților desfășurate	Scoala de vara Data Science cu activitati de predare si activitati de lucru in echipa si activitati de socializare.				
6.	Parteneri implicați în realizarea proiectului (dacă este cazul)	Academia de Studii Economice, institutul GATE de la Universitatea din Sofia, OMV Petrom si GESA.				
7	Sumele utilizate, defalcate pe categorii prevăzute în proiect:					
Tip cheltuială	Nr. persoane	Nr. zile	Suma/tip de cheltuială (lei)	Total	Sume utilizate (lei)	Sume neutilizate (lei)
Transport dus – întors (lei/participant)		-	50			
Masă (lei/zi/participant)	22	9	90	17820	17820	0
Cazare (lei/zi/participant)	22	9	85	16830	14960	1870
Cheltuieli organizare (lei/participant/proiect)	22	-	30	660	0	660

Total sumă		35310	32780	2530	
8	Alte informații relevante (dacă este cazul)				

Data,

18.11.2025

Decan,

Responsabil proiect, Vasile

Alecsandru STRAT



ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

FACULTATEA DE BUSINESS ȘI TURISM

Bd. Dacia nr.41, sector 1, București, cod 010352, România

Telefon: 021.319.19.00, int. 202, 219

E-mail: office.bt@ase.ro

RAPORT DE ACTIVITATE ȘCOALA DE VARĂ " TRANSFORMAREA DIGITALĂ. PROVOCĂRI ȘI OPORTUNITĂȚI PENTRU AFACERI " SIBIU 8 -13 septembrie 2025

În perioada 8 – 13 septembrie 2025, la Sibiu, a fost organizată Universitatea de vară „Transformarea digitală. Provocări și oportunități pentru afaceri”, desfășurată în parteneriat de Facultatea de Business și Turism din cadrul Academiei de Studii Economice din București și Facultatea de Științe Economice din cadrul Universității „Lucian Blaga” din Sibiu.

Programul a reunit 20 de studenți de la ASE București și 8 studenți ai universității gazdă. Din partea organizatorilor au fost prezenți lect. univ. dr. Gheorghe Georgică respectiv conf. univ. dr. Virgil Nicula (ULB Sibiu). Participanții au avut oportunitatea de a dobândi perspective noi asupra transformării digitale și asupra modului în care aceasta influențează mediul de afaceri contemporan.

Cazarea pentru studenții proveniți de la ASE București s-a realizat la Pensiunea Dumbrava Sibiului, iar mesele au fost servite la restaurantul Joyme Pub.

Pe parcursul celor cinci zile, participanții au fost implicați într-un program variat, care a combinat activități educaționale și vizite culturale. Printre acestea s-au numărat: vizita la Muzeul ASTRA, vizitarea Muzeului Național Brukenthal, excursii la Biertan și Sighișoara, descoperirea obiectivelor turistice ale orașului Sibiu și vizita la Grădina Zoologică din Sibiu.

Un element central al universității de vară a fost proiectul realizat de studenți, prin care aceștia au evidențiat avantajele și dezavantajele noilor evoluții din domeniul digital din perspectiva utilizatorilor finali. Au fost formate patru echipe mixte, alcătuite din studenți proveniți de la Academia de Studii Economice din București și din studenți ai Universității „Lucian Blaga” din

Sibiu. Proiectele au fost evaluate în funcție de aplicabilitate, de integrarea noilor tehnologii în realizarea lor și de modalitatea de prezentare aleasă. Toate cele patru echipe au fost premiate pentru rezultatele obținute.

De asemenea, pentru a stimula creativitatea și spiritul de echipă, a fost organizat un concurs pentru cea mai reușită fotografie a universității de vară, în cadrul căruia au fost acordate trei premii individuale.

Evenimentul a reprezentat o experiență valoroasă, care a combinat dimensiunea educațională cu cea culturală și de socializare, consolidând în același timp parteneriatul dintre cele două facultăți.

Din punct de vedere financiar s-au înregistrat următoarele cheltuieli:

Tip cheltuială	Nr. persoane	Nr. zile	Preț unitar lei fără TVA	TVA	Total (lei) cu TVA
Transport	20	-	826,45	173,55	1000
Masa	20	5	8108,11	891,89	9000
Cazare	20	5	7657,66	842,34	8500
Total sumă					18500

Toate aceste cheltuieli sunt evidențiate în documentația de achiziție a serviciilor turistice aferente, precum și în documentația de plată către prestatorii acestor servicii.

17.11.2025

DECAN,

Prof. univ. dr. Gabriela Țigu

RAPORT DE ACTIVITATE PROIECT EXTRACURRICULAR 2025

MARKETING SUMMER SCHOOL (MSS) 2025

Facultatea de Marketing, Academia de Studii Economice din București



Scopul activității: Dezvoltarea competențelor studenților în domeniul inteligenței artificiale, susținerea demersurilor de cercetare și facilitarea integrării lor piața muncii.

Descrierea activității: Marketing Summer School 2025 (MSS) a oferit o abordare inovativă a învățării marketingului, bazată pe metode interactive și colaborative. Proiectul a presupus realizarea unei școli de vară pentru studenții facultății, în care s-a discutat despre modul în care noile tehnologii impactează activitatea de marketing, fiind stimulată inclusiv participarea studenților la concursuri academice și profesionale din domeniul marketing. Participanții la MSS au fost implicați într-o serie de activități care au inclus tehnici de creativitate precum *spider web*, *brainstorming*, *brainwriting*, *metoda 3-30-300* și *design thinking*, concepute pentru a stimula creativitatea, gândirea critică și soluționarea problemelor. La finalul activității, **studenții au participat la un concurs de idei de campanii de rebranding**, unde au prezentat soluțiile lor creative în fața juriului.

În cadrul ediției din 2025 a Marketing Summer School, a avut o serie de parteneri valoroși, care au contribuit semnificativ la desfășurarea programului.

- 1. X SHOT EVENTS:** Primul partener confirmat a fost *X Shot Events*, o companie fondată de Nikita Ene, absolvent al Facultății de Marketing. Firma este specializată în servicii foto-video și entertainment, contribuind la crearea unor momente memorabile în cadrul evenimentului.
- 2. MARKETING ALCHEMY:** Cel de-al doilea partener confirmat a fost *Marketing Alchemy*, companie fondată de Luiza Lăduncă, absolventă a programelor de licență și master din cadrul Facultății de Marketing. Organizația se remarcă prin abordări inovative în domeniul

marketingului digital. În cadrul evenimentului, Luiza Lăduncă a susținut o sesiune dedicată Marketingului Digital, oferind participanților perspective actuale și aplicate.

FIG 1- WORKSHOP DIGITAL MARKETING



3. **CRIS-TIM** (brandurile Fortzoso și Cris-Tim Lactate): Cel de-al treilea partener a fost **Cris-Tim**, prin brandurile **Fortzoso** și **Cris-Tim Lactate**. Recunoscuți pentru calitate și inovație constantă, aceștia au contribuit la energia și buna desfășurare a programului. Prezența lor a adus un plus de diversitate și valoare experienței participanților. Totodată, aceștia au oferit și **marele premiu**, un **voucher de 1.000 de lei la Sephora**, dar și un număr de **10 premii secundare** (coșuri de cumpărături).

FIG 2 - WORKSHOP CRIS-TIM

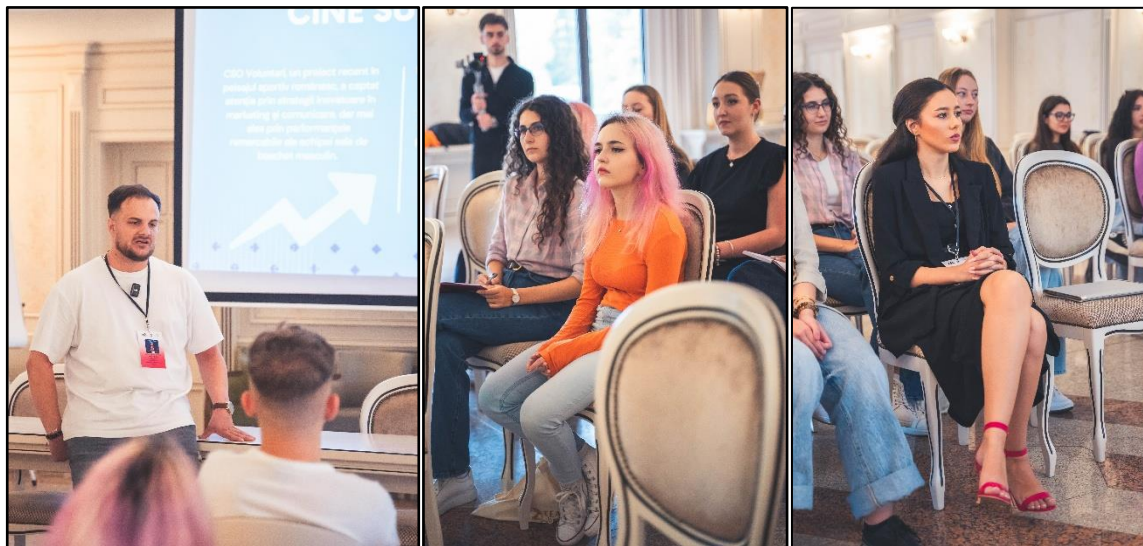


FIG 3 – PREMII OFERITE DE CRIS-TIM



- 4. CSO VOLUNTARI BASCHET:** Al patrulea partener confirmat a fost **CSO Voluntari Baschet**, echipă câștigătoare a European North Basketball League 2024 (ENBL). Prin exemplul lor de performanță, spirit de echipă și determinare, au reprezentat un model inspirațional pentru participanți. CSO Voluntari a premiat, în cadrul evenimentului, secțiunea **SOCIAL RESPONSABILITY IN SPORTS**.

FIG 4 – WORKSHOP: SOCIAL RESPONSABILITY IN SPORTS.



- 5. PEP & PEPPER:** Un alt partener important al ediției 2025 a fost **Pep & Pepper**, brand apreciat pentru preparatele proaspete și alternativele sănătoase pe care le oferă. Prin sprijinul acordat, au contribuit la crearea unui mediu plăcut și energizant pentru toți cei implicați. Aceștia au oferit mese calde pentru participanți în cadrul activităților din Brașov.

FIG 5 - MASA LA PEP&PEPPER



6. **WOLT ROMÂNIA:** Al doilea partener confirmat a fost **Wolt România**, companie cunoscută pentru serviciile rapide și eficiente de livrare. Wolt a sprijinit inițiativa noastră prin oferirea unor premii speciale, contribuind astfel la motivarea și implicarea participanților. Aceștia, au sprijinit, alături de Facultatea de Marketing, premiarea câștigătorilor din cadrul secțiunii **ACADEMIC SPIRIT**.

RAPORT FINANCIAR

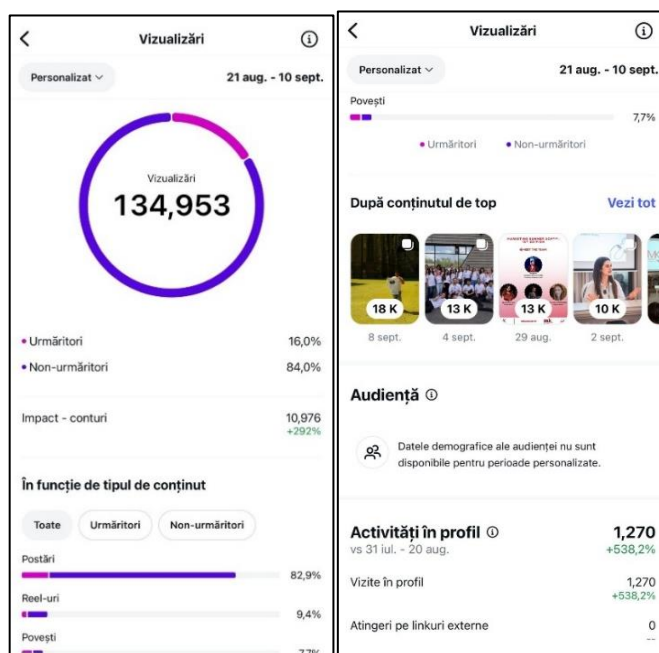
Nr. Crt.	INFORMAȚII NECESARE	RAPORTARE PROIECT
I	Denumire Eveniment/Proiect	Marketing Summer School (MSS)
II	Perioada desfășurării	01 - 05 Septembrie 2025
III	Locul desfășurării	Predeal, România
IV	Număr de participanți	30 (20 studenți)
V	Descrierea activităților desfășurate	
5.1	Workshop-uri aplicate	✚ Cu profesioniști din companii
5.2	Traininguri tehnice și soft skills	✚ AI Tools, Content Generation, Storytelling
5.3	Cercetare pe teren (Brașov)	✚ Observare, Interviuuri, Colectare Insight-uri Locale
5.4	Boardgames și networking	✚ Activități de coeziune, creativitate și colaborare
5.5	Pitch Final + Jurizare	✚ Prezentare proiecte în fața unui juriu mixt: parteneri, mentori.
VI	Parteneri implicați în realizarea proiectului	ORGANIZATOR: Facultatea de Marketing PARTENER PRINCIPAL: Asociația de Marketing a Studenților din România (AMA ROMÂNIA) SPONSORI și PARTENERI EXTERNI: Marketing Alchemy, X Shot Events, CrisTim Lactate, Fortzoso Brand, Wolt România, CSO Voluntari Baschet.
VII	Sume utilizate, defalcate pe categorii	

Tip Cheltuială		Nr. persoane	Nr. zile	Suma/tip de cheltuială (lei)	Total	Sume utilizate (lei)	Sume neutilizate (lei)
7.1	Transport dus-întors(lei/participant)	20		50	1000	0	1000
7.2	Masă (lei/zi/participant)	20	5	90	9000	9000	0
7.3	Cazare (lei/zi/participant)	20	5	85	8500	8500	0
7.4	Cheltuieli organizare(lei/participant)	20		30	600	0	600
Total sumă					19100	17500	1600
VIII	Alte informații relevante						

RAPORT SUCCINT PRIVIND PERFORMANȚA ÎN SOCIAL MEDIA

Perioada analizată: 21 august – 10 septembrie 2025, Platforma analizată: Instagram

FIG 6 – DATA STATISTICE-INSTAGRAM



1. Performanță Generală

- 📊 Total vizualizări: **134.953**
- 📊 Conturi unice atinse: **10.976 (+292%)**
- 📊 Distribuție audiență: **Urmăritori: 16%, Non-urmăritori: 84%.**

Conținutul a generat o vizibilitate semnificativă și a ajuns în principal la public nou, demonstrând o capacitate puternică de extindere a reach-ului proiectului.

2. Performanța Conținutului

Distribuția vizualizărilor:

📌 **Postări statice:** 82,9%

📌 **Reel-uri:** 9,4%

📌 **Povești:** 7,7%

Postările statice reprezintă principala sursă de vizibilitate, în timp ce reel-urile și poveștile au avut o contribuție redusă.

3. Conținut de Top

Cele mai vizibile postări:

📌 Postare lifestyle (8 sept.): **18.000 vizualizări**

📌 Fotografie de grup (4 sept.): **13.000**

📌 Meet the Team (29 aug.): **13.000**

Conținutul cu persoane reale și scene autentice generează cel mai mare engagement și cel mai înalt reach.

4. Activitate în Profil

📌 Vizite în profil: **1.270 (+538%)**

📌 Atingeri pe linkuri externe: **0**

Interesul față de proiect este în creștere, însă este necesară introducerea unor mesaje clare de tip Call to Action pentru a direcționa publicul către resurse externe.

ACTIVITĂȚI DIVERSE DIN CADRUL ȘCOLII DE VARĂ

FIG. 7- DESCHIDERE OFICIALĂ



Decan

Facultatea de Marketing
Ioana Cecilia Popescu

Prodecan

Facultatea de Marketing
Mihai-Cristian Orzan

Student

Facultatea de Marketing
Constantin-Daniel PESTREA

Marketing Summer School, ediția 2025, a debutat cu mesajele inspiraționale ale invitaților speciali: **prof. univ. dr. Ioana Cecilia Popescu**, decan al Facultății de Marketing, și **prof. univ. dr. Mihai-Cristian Orzan**, prodecan al Facultății de Marketing.

În deschiderea evenimentului, **prof. univ. dr. Ioana Cecilia Popescu** a abordat tema **rebrandingului**, evidențiind importanța adaptării identității vizuale și strategice a organizațiilor la evoluțiile mediului de piață. Mesajul său a subliniat rolul transformării și al flexibilității în menținerea relevanței unui brand.

La rândul său, **prof. univ. dr. Mihai-Cristian Orzan** a vorbit despre **inteligenta artificială** și despre impactul tot mai pronunțat al acesteia asupra marketingului modern. Acesta a prezentat perspective privind modul în care tehnologiile emergente influențează procesele decizionale, comportamentul consumatorilor și strategiile de comunicare.

Din partea echipei de organizare, primul cuvânt l-a avut **Constantin-Daniel Pestrea**, student în cadrul programului de masterat *Marketing Online*, care a salutat participanții și a prezentat pe scurt obiectivele ediției.

Prezența invitaților și cuvintele lor de încurajare au creat cadrul ideal pentru cele cinci zile dedicate creativității, inovației și generării de idei fără limite.

FIG. 8- WORKSHOP CRIS-TIM



Primul workshop al ediției a fost susținut de **Ana Maria Băjan**, Director de Dezvoltare în cadrul companiei **Cris-Tim**, care a reușit să capteze atenția participanților printr-o prezentare complexă și aplicată pe practici reale de marketing. Aceasta i-a introdus pe studenți în **universul brandingului**, explicând procesul prin care un brand își construiește identitatea, valorile și poziționarea pe piață. Pe parcursul workshopului, Ana Maria Băjan a prezentat în detaliu

particularitățile și strategiile de comunicare ale brandurilor **Cris-Tim Lactate** și **Fortzoso**, oferind exemple concrete despre modul în care acestea se diferențiază în piață și răspund nevoilor consumatorilor. Participanții au avut ocazia să afle informații despre procesele interne de dezvoltare a produselor, despre modul în care sunt construite campaniile de promovare și despre importanța coerenței vizuale și narative în branding.

În partea practică a sesiunii, aceasta a propus studenților **două briefuri reale**, provocându-i să gândească soluții creative și fezabile. Activitatea a stimulat gândirea strategică, colaborarea și aplicarea cunoștințelor teoretice în contexte cât mai apropiate de industria de marketing.

FIG. 9 - WORKSHOP INFLUENCER MARKETING (DOMNIȘOARA OVĂZ)



Cel de-al doilea workshop din cadrul Marketing Summer School a fost dedicat Influencer Marketingului, un domeniu esențial în strategiile de comunicare contemporane. Invitata noastră, **Curea Elena-Roxana (@domnisoara_ovaz)**, a oferit participanților o perspectivă profundă asupra modului în care creatorii de conținut pot influența percepția publicului și pot genera impact real în campaniile de marketing. Pe parcursul sesiunii, aceasta a vorbit despre **construirea unor comunități autentice**, subliniind **importanța relației de încredere dintre influencer și urmăritorii săi**.

Participanții au aflat cum influencerii pot contribui la crearea unor campanii puternice, relevante și adaptate comportamentului și nevoilor publicului-țintă. Prin exemple concrete și discuții interactive, workshopul a oferit o privire realistă asupra dinamicii mediului digital și asupra modului în care brandurile pot valorifica potențialul creatorilor de conținut.

FIG. 10- WORKSHOP: DATELE ÎN PROCESUL DECIZIONAL

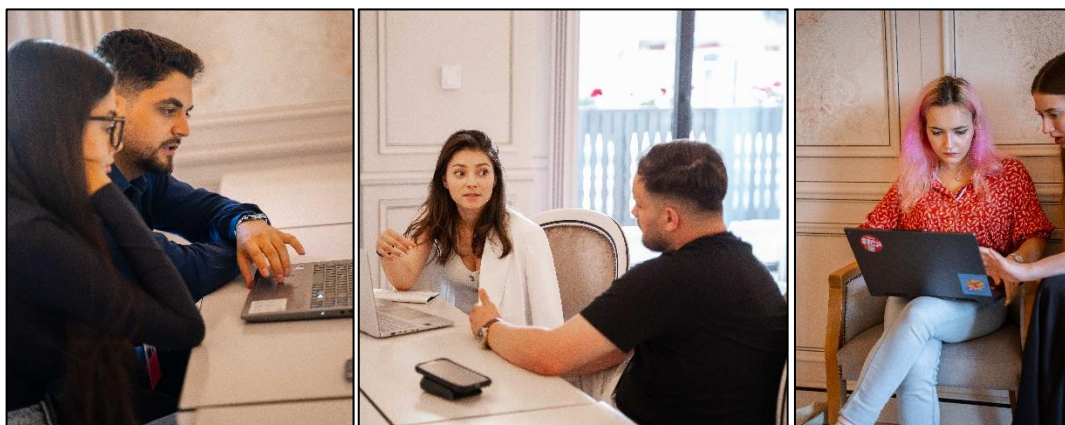


Unul dintre cele mai valoroase momente ale ediției a fost workshopul susținut de **Ștefan Berbece**, dedicat rolului esențial pe care **datele** îl au **în procesul decizional** din marketingul modern. Ștefan a explicat modul în care analiza datelor poate transforma o simplă observație într-o strategie bine fundamentată. Participanții au fost ghidați prin etapele procesului decizional bazat pe date: colectare, interpretare, segmentare și aplicare în campanii reale.

În cadrul sesiunii au fost prezentate exemple de **indicatori relevanți** pentru analiza performanței, precum și instrumente digitale utilizate frecvent în industrie. De asemenea, Ștefan a subliniat importanța gândirii critice și a capacității de a transforma insighturile în decizii eficiente, orientate spre rezultate.

Workshopul a combinat partea teoretică cu discuții aplicate, stimulând curiozitatea participanților și încurajându-i să privească datele nu doar ca pe cifre, ci ca pe o resursă strategică în orice acțiune de marketing.

FIG. 11- SESIUNI DE MENTORAT



Pe parcursul Marketing Summer School, participanții au beneficiat și de sesiuni individuale 1:1 cu mentorii programului, create special pentru a sprijini procesul de dezvoltare a proiectelor finale. Aceste întâlniri personalizate au oferit studenților oportunitatea de a primi feedback direct, ghidare strategică și recomandări adaptate ideilor lor. Mentorii au contribuit la rafinarea conceptelor, la structurarea prezentărilor și la consolidarea argumentelor ce stau la baza fiecărui proiect. Sesiunile 1:1 au reprezentat un element-cheie al programului, asigurând suport individualizat și încurajând evoluția fiecărui participant spre rezultate cât mai solide și creative.

FIG. 12-TEHNICI DE CREATIVITATE



Workshopul dedicat tehnicilor de creativitate a adus împreună trei dintre membrii echipei de organizare: **Constantin-Daniel PESTREA, Ștefan BERBECE și Diana DRĂGHICI**. Sesiunea a avut ca scop dezvoltarea gândirii “out-of-the-box” și a abilităților necesare pentru generarea de idei originale în contextul proiectelor de marketing. Pe parcursul workshopului, participanții au experimentat o serie de metode și exerciții practice, menite să stimuleze imaginația și să încurajeze colaborarea. Printre acestea s-au numărat:

- **Brainstorming structurat**, pentru generarea rapidă a unui număr mare de idei;
- **SCAMPER**, o tehnică ce ajută la reinventarea conceptelor existente;
- **Mind Mapping**, utilă în organizarea vizuală a ideilor și explorarea conexiunilor dintre ele;
- **Exerciții de storytelling**, pentru crearea unor povești relevante și memorabile.

FIG. 13- ACTIVITATE BRAȘOV



Experiența de la Marketing Summer School a continuat la Brașov, unde participanții au desfășurat o **activitate complexă ce a îmbinat cercetarea pe teren cu crearea de conținut**.

Studentii au realizat observări, interviuri și colectare de insight-uri locale, pentru a înțelege specificul orașului și comportamentele consumatorilor. În același timp, sub tema “Content Creator”, aceștia au explorat orașul surprinzând cadre foto și video reprezentative pentru experiența lor în program. Activitatea a combinat învățarea practică, spiritul investigativ, creativitatea și lucrul în echipă, oferind o perspectivă completă asupra modului în care datele și conținutul vizual pot fi integrate în strategii de marketing.

FIG. 14- WORKSHOP DIGITAL MARKETING



Unul dintre momentele marcante ale ediției a fost sesiunea susținută de **Luiza Lăduncă**, care le-a oferit participanților perspective valoroase despre strategiile și tendințele actuale în **Digital Marketing**. Prezentarea a combinat exemple practice, recomandări aplicabile și idei creative,

oferindu-le studenților o înțelegere clară asupra modului în care brandurile pot comunica eficient în mediul online.

Sesiunea a fost cu atât mai specială cu cât a coincis cu aniversarea a doi ani de activitate a agenției Marketing Alchemy, fondată de Luiza cu pasiune, determinare și viziune. Această aniversare a reprezentat un exemplu inspirațional despre cum o idee bine conturată se poate transforma într-un proiect solid și de succes. Participanții au plecat cu insight-uri valoroase, motivație și o imagine concretă a modului în care digitalul poate fi folosit strategic pentru a genera impact.

FIG. 15- WORKSHOP STRESS AND COPING METHODS



Un alt moment important al Marketing Summer School a fost workshopul dedicat temei **“Stres și metode de coping”**, susținut de **Vlad Cîrstea, psiholog clinician și psihoterapeut integrativ**. În cadrul sesiunii, Vlad a explicat mecanismele prin care apare stresul, modul în care ne influențează performanța și starea de bine, precum și factorii care pot amplifica sau reduce impactul acestuia. Participanții au aflat strategii practice de gestionare a stresului, utile atât în viața de zi cu zi, cât și în contexte profesionale.

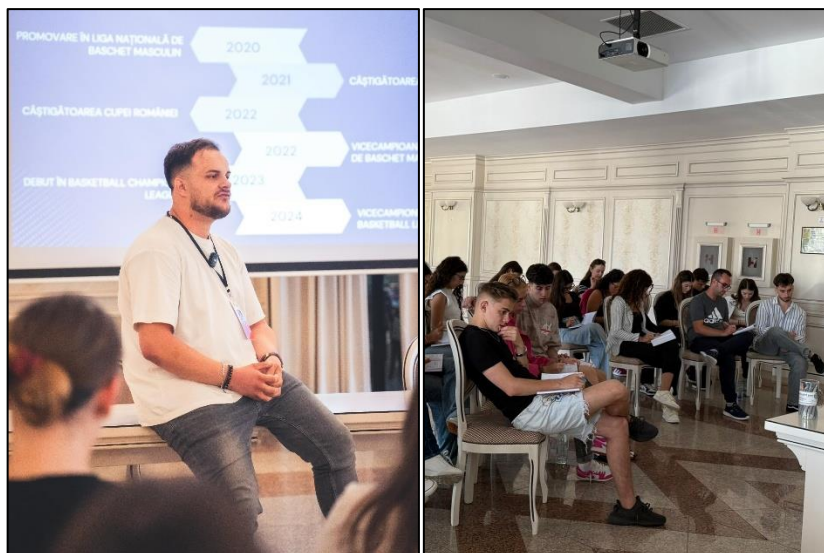
Workshopul s-a desfășurat într-o atmosferă interactivă, încurajând reflecția personală și discuțiile deschise. A fost un reminder valoros despre importanța echilibrului, a grijii de sine și a menținerii sănătății mintale, mai ales în mediile dinamice specifice marketingului.

FIG. 16- ELEVII REPREZENTANȚI AI PEACE JAM CÂMPINA



Printre participanții ediției 2025 ai Marketing Summer School ne-am bucurat să le avem pe **Teodora Pascu și Ana Chivu**, membre active ale organizației PeaceJam Câmpina. Implicarea lor în proiecte comunitare și experiența acumulată în inițiative de leadership și voluntariat au adus un plus de valoare programului. Prezența acestora a demonstrat încă o dată că spiritul civic, creativitatea și dorința de a contribui la schimbare se îmbină armonios cu dezvoltarea profesională în domeniul marketingului. Participantele au fost un exemplu de dedicare, colaborare și energie pozitivă, contribuind la dinamica și atmosfera grupului.

FIG. 17 – WORKSHOP: CSO VOLUNTARI



În cadrul zilei dedicate **responsabilității sociale la Marketing Summer School**, partenerii noștri de la **CSO Voluntari** au susținut o prezentare inspirațională despre rolul pe care sportul îl poate avea în dezvoltarea comunității. Sesiunea a fost susținută de **Constantin Daniel PESTREA, Marketing Specialist** în cadrul clubului.

În prezentare au fost evidențiate valorile care definesc echipa CSO Voluntari și modul în care acestea sunt transpuse în proiecte cu impact social. Campaniile derulate de club arată că un adevărat campion nu se remarcă doar prin performanțele de pe teren, ci și prin contribuția pe care o aduce în sprijinul comunității, prin implicare, solidaritate și acțiuni cu scop educativ și social. Participanții au descoperit un exemplu puternic despre cum **sportul și responsabilitatea socială pot merge mână în mână**, demonstrând că **marketingul sportiv modern depășește zona de promovare și se transformă într-un instrument de schimbare**.

FESTIVITATEA DE PREMIERE



În cadrul Marketing Summer School 2025 au fost anunțați câștigătorii competițiilor dedicate creativității, spiritului academic și responsabilității sociale. Festivitatea a reprezentat un moment de

celebrare a efortului, implicării și talentului demonstrat de participanți pe parcursul celor cinci zile de activități.

Câștigători:

-  **Ideas with Flavor**, susținută de **Fortzoso și Cris-Tim Lactate**: Stratulat Bianca- Maria;
-  **Academic Spirit**, susținută de **Facultatea de Marketing și Wolt România**: Done Mădălina;
-  **Social Responsibility in Sports**, susținută de **CSO Voluntari**: Pană Bianca Andreea.

Acești participanți s-au remarcat prin creativitate, dedicare și capacitatea de a lucra în echipă, propunând soluții relevante și inovatoare în cadrul temelor abordate.

Suntem recunoscători tuturor partenerilor care au sprijinit inițiativa și au contribuit la aprecierea muncii depuse de studenți, demonstrând încă o dată că performanța se construiește prin colaborare și susținere.

Data: 20.11.2025

Semnătură coordonator proiect

Prof univ dr. Mihai Cristian ORZAN

RAPORT DE ACTIVITATE PROIECT EXTRACURRICULARE 2025

Titlul proiectului: Legal Bootcamp 2025 – Antrenament pentru excelență în drept

Facultatea / structură beneficiară: Facultatea de Drept

Nr.crt.	Informații necesare	Raportare proiect
1.	Denumire eveniment / proiect	Legal Bootcamp 2025 – Antrenament pentru excelență în drept
2	Perioada desfășurării	29.08.2025-04.09.2025
3.	Locul desfășurării	Predeal
4.	Număr de participanți ((în conformitate cu bugetul aprobat al proiectului).	20
5.	Descrierea activităților desfășurate	Publicul țintă este reprezentat de studenți ai Facultății de Drept ASE sau ai altor facultăți de drept, în anii terminali la ciclul de licență ori master, preocupați de evoluția lor profesională în contextul unei cariere în profesiile juridice și care au astfel intenția de a-și aprofunda cunoștințele, în special în vederea accesului în aceste profesii. Întreaga activitate se va desfășura în incinta Centrului de Perfecționare Complex Predeal, unitate dotată cu săli de conferință, spații de cazare și alte facilități necesare desfășurării optime a activităților propuse. Pe durata celor cinci zile de activitate, studenții participanți vor avea ocazia de a înțelege în profunzime atât materia aferentă disciplinelor de examen cât și specificul examinărilor, în cadrul unor sesiuni de pregătire aprofundată, concentrate asupra chestiunilor dificile, controversate ori cu apariție recurentă în subiectele de

		examen. Sesiunile vor fi susținute de cadre didactice și profesioniști ai dreptului, magistrați și avocați, cu o vastă experiență didactică, profesională și de cercetare.																																										
6.	Parteneri implicați în realizarea proiectului (dacă este cazul)	Facultatea de Drept																																										
7	Sumele utilizate, defalcate pe categorii prevăzute în proiect:																																											
<table><tr><th>Tip cheltuială</th><th>Nr. persoane</th><th>Nr. zile</th><th>Suma/tip de cheltuială (lei)</th><th>Total</th><th>Sume utilizate (lei)</th><th>Sume neutilizate (lei)</th></tr><tr><td>Transport dus – întors (lei/participant)</td><td>20</td><td>1</td><td>50</td><td>1000</td><td>0</td><td>1.000</td></tr><tr><td>Masă (lei/zi/participant)</td><td>20</td><td>6</td><td>90</td><td>10 800</td><td>10 800</td><td>0</td></tr><tr><td>Cazare (lei/zi/participant)</td><td>20</td><td>5</td><td>85</td><td>8500</td><td>7480</td><td>1020</td></tr><tr><td>Cheltuieli organizare (lei/participant/proiect)</td><td>20</td><td>-</td><td>30</td><td>600</td><td>0</td><td>600</td></tr><tr><td colspan="4">Total sumă</td><td>20 900</td><td>18 280</td><td>2620</td></tr></table>			Tip cheltuială	Nr. persoane	Nr. zile	Suma/tip de cheltuială (lei)	Total	Sume utilizate (lei)	Sume neutilizate (lei)	Transport dus – întors (lei/participant)	20	1	50	1000	0	1.000	Masă (lei/zi/participant)	20	6	90	10 800	10 800	0	Cazare (lei/zi/participant)	20	5	85	8500	7480	1020	Cheltuieli organizare (lei/participant/proiect)	20	-	30	600	0	600	Total sumă				20 900	18 280	2620
Tip cheltuială	Nr. persoane	Nr. zile	Suma/tip de cheltuială (lei)	Total	Sume utilizate (lei)	Sume neutilizate (lei)																																						
Transport dus – întors (lei/participant)	20	1	50	1000	0	1.000																																						
Masă (lei/zi/participant)	20	6	90	10 800	10 800	0																																						
Cazare (lei/zi/participant)	20	5	85	8500	7480	1020																																						
Cheltuieli organizare (lei/participant/proiect)	20	-	30	600	0	600																																						
Total sumă				20 900	18 280	2620																																						
8	Alte informații relevante (dacă este cazul)																																											

Data,

19.11.2025

Responsabil proiect,

Ana-Maria Lupulescu

Raport de activitate

Școala de Vară de Antreprenoriat și Limba Franceză

Perioada: 17–29 august 2025

Locația: Bran, județul Brașov, Pensiunea Gențiana

Organizator: Facultatea de Administrarea Afacerilor cu predare în limbi străine (FABIZ)

Instituție: Academia de Studii Economice din București

Resurse financiare folosite

Reperetele financiare ale proiectului extracurricular sunt reflectate în tabelul de mai jos conform alocării inițiale. Suma totală de 23.980 lei a fost cheltuită integral, nefiind necesar să restituim fonduri către Ministerul Educației și Cercetării.

Nr. crt.	Tip cheltuială	Formula de calcul	Valoare totală (lei)
1	Transport	$11 \text{ studenți} \times 50 \text{ lei} / \text{student}$	550
2	Servicii de masă	$11 \text{ studenți} \times 12 \text{ zile} \times 90 \text{ lei} / \text{student}$	11.880
3	Cazare	$11 \text{ studenți} \times 12 \text{ zile} \times 85 \text{ lei} / \text{student}$	11.220
4	Organizare	$11 \text{ studenți} \times 30 \text{ lei} / \text{student}$	330
—	Total general		23.980

Data: 13.11.2025

Coordonator proiect,

Asist. Univ. Dr. Nicoleta Crăciun

Raport de activitate

Școala de Vară de Antreprenoriat și Limba Germană

Perioada: 03–15 august 2025

Locația: Bran, județul Brașov, Pensiunea Gențiana

Organizator: Facultatea de Administrarea Afacerilor cu predare în limbi străine (FABIZ)

Instituție: Academia de Studii Economice din București

Resurse financiare folosite

Reperetele financiare ale proiectului extracurricular sunt reflectate în tabelul de mai jos conform alocării inițiale. Suma totală de 23.980 lei a fost cheltuită integral, nefiind necesar să restituim fonduri către Ministerul Educației și Cercetării.

Nr. crt.	Tip cheltuială	Formula de calcul	Valoare totală (lei)
1	Transport	$11 \text{ studenți} \times 50 \text{ lei} / \text{student}$	550
2	Servicii de masă	$11 \text{ studenți} \times 12 \text{ zile} \times 90 \text{ lei} / \text{student}$	11.880
3	Cazare	$11 \text{ studenți} \times 12 \text{ zile} \times 85 \text{ lei} / \text{student}$	11.220
4	Organizare	$11 \text{ studenți} \times 30 \text{ lei} / \text{student}$	330
—	Total general		23.980

Data: 14.11.2025

Coordonator proiect,

Cadru asociat drd. Stanomir Ruxandra

Raport de activitate

Școala Internațională de Antreprenariat, ediția a IV-a

Perioada: 21-25.09.2025

Locația: Predeal, județul Brașov, Centrul de perfecționare ASE

Organizator: Facultatea de Administrarea Afacerilor cu predare în limbi străine (FABIZ)

Instituție: Academia de Studii Economice din București

Resurse financiare folosite

Reperetele financiare ale proiectului extracurricular sunt reflectate în tabelul de mai jos conform alocării inițiale. Suma totală de 27.900 lei nu a fost cheltuită integral, fiind utilizați doar 14.000 lei pentru faza 1. În data de 4 noiembrie 2025 am făcut un referat pentru alocarea diferenței de 13.900 lei în faza 2, atașat acestui raport de activitate.

Nr. crt.	Tip cheltuială	Formula de calcul	Valoare totală (lei)
1	Transport		
2	Servicii de masă	20 studenți x 4 zile x 85 lei / student	6.800
3	Cazare	20 studenți x 4 zile x 90 lei / student	7.200
4	Organizare		
—	Total general		14.000

Data: 14.11.2025

Coordonator proiect,

Lect. univ. dr. Cristian Negruțiu