

HMM Personalia Corner

• **Iacob CĂTOIU Despre Marketing. Antologie (Iacob Cătoiu on Marketing. Anthology,**

ASE Publishing House, 2019)

Professor Iacob CĂTOIU – an Honorary Member of the scientific association Romanian Distribution Committee (RDC) – was the distinguished representative of the Bucharest Academy of Economic Studies (ASE) at the formation, in 1996, of the Romanian Distribution Committee. He was also directly involved (together with other distinguished RDC members), **not only during the initial working visit of the Professor Léon F. Wegnez, Secretary General, International Association of the Distributive Trade, A.I.D.A. Brussels** (also Administrator Secretary General of the Diplomatic Club of Belgium, and Co-Founder of the Diplomatique Gazette Brussels, General Manager of the Royal Belgian Committee for Distribution, and Member of France's Academy of Commercial Sciences), **but also in the preparation of the 24th International Congress of A.I.D.A.** (organized in Bucharest, at Athénée Palace Hilton, on 18-19 May 1998).

Professor Iacob CĂTOIU is a true symbol of the Romanian Marketing fascinating world, being the first Romanian with both a PhD and a Master's degree in Marketing in the US. He was also the first Dean of the Faculty of Marketing, Bucharest Academy of Economic Studies, which is well-known for understanding marketing's full impact in the face of growing complexity, and in understanding the trends and also looking beyond them, while interacting with brands in the digital and physical worlds, and considering the emerging technologies and the rapidly adoption by the customers of the new technologies and incorporation into the everyday live, and adequately measuring ROI and proving marketing's worth in different companies on different relevant markets (<https://www.crd-aida.ro/our-team/iacob-catoiu/>).



Profesorul universitar emerit doctor, Doctor Honoris Causa Iacob Cătoiu s-a născut pe 23 septembrie 1943 la Gara Răului, județul Sibiu. După încheierea cu diplomă de merit a primelor 7 clase la școala din localitatea natală, a fost admis prin concurs pentru a face studiile liceale la prestigiosul Colegiu Național „Gheorghe Lazăr” din Sibiu. A absolvit Academia de Studii Economice din București în 1966, specializarea Economia comerțului interior, ca șef de promoție. În 1966 a devenit preparator, apoi asistent (1969), lector (1977), conferențiar (1990), profesor universitar (1993) și profesor universitar emerit (2011). A sursat în Indiana University (USA), programul de Master of Business Administration (1973), cu specializările Marketing și Analiză cantitativă, și a obținut, în 1975, la aceeași universitate, cu diplomă de merit, titlul de Doctor of Business Administration, specializarea Marketing, realizând teza de doctorat „Modelling the demand for consumer durables in Romania” (Modelarea cererii pentru bunuri de folosință îndelungată în România). În perioada 1991-1993 a urmat programul de perfecționare postdoctorală „Central and Eastern European Teachers Program”, specializarea Marketing, la „J. L. Kellogg” Graduate School of Management, Northwestern University (USA).

Domeniile sale de competență sunt: marketing, cercetări de marketing, modelare de marketing, comportamentul consumatorului, marketing internațional, marketing turistic, marketing strategic. A predat cursuri universitare la 11 instituții de învățământ superior din țară, atât la nivelul de licență, cât și la masterat. De asemenea, în perioada 1973-1975 a predat un curs universitar de marketing la Indiana University (USA). Este conducător științific de doctorat, având până în prezent 46 de lucrări finalizate. A contribuit la dezvoltarea științei marketingului în România, fiind autor și coautor al mai multor cărți, manuale și cursuri universitare pentru învățământul superior economic (58 cărți publicate), a 107 articole și studii de specialitate, al unui număr impresionant de comunicări la manifestări științifice interne (86) și internaționale (47). A participat la 45 lucrări de cercetare științifică, realizate pe bază de contract, și a întocmit 25 de recenzii și prefețe la cărți de specialitate.

Profesorul Iacob Cătoiu a fost prodecan al Facultății de Comerț (1981-1989), decan al Facultății de Comerț (1992-2003) și primul decan al Facultății de Marketing (2003-2004). Este coprezedinte al Asociației Române de Marketing (AROMAR), membru al Asociației Americane de Marketing, membru al International Society for Marketing and Development, membru Beta Gamma Sigma, cea mai prestigioasă societate academică onorifică din SUA, membru onorific al Camerei de Comerț și Industrie a României, membru al Comitetului Român al Distribuției. Are calitatea de expert evaluator al Consiliului Național al Cercetării Științifice din Învățământul Superior (CNCSIS) și de expert în Cercetarea de Excelență (CEE). Face parte din colegiile de redacție ale publicațiilor „Marketing-Management” (publicație AROMAR), „Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica, Analele Universității „Șpiru Haret”, precum și din colegiile editoriale ale revistelor „Management & Marketing”, „Revista Română de Marketing”, „Marketing Online”.

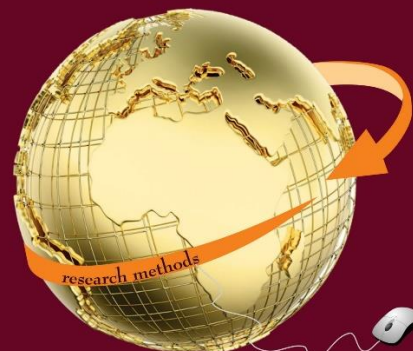
În 1992 a obținut premiul „Virgil Madgearu” al Academiei Române pentru lucrarea „Marketing”, în calitate de coautor. Drept recunoaștere a impresantei sale activități profesionale, a primit numeroase distincții, între care: Lectur universitar evidențiat, Ordinul și medalia „Meritul pentru Învățământ” în grad de Comandor, Doctor Honoris Causa al Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, Doctor Honoris Causa al Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, Diploma Meritul universitar „Virgil Madgearu” (2013) a Senatului Academiei de Studii Economice. A fost președintele Asociației „Reminiscențe Mărgăritelor” din 1997, iar din februarie 2017 este președinte de onoare al aceleiași asociații, cetățean de onoare al localității natale, comuna Gara-Răului, județul Sibiu, din 2009 și cetățean de onoare al județului Sibiu din 2013.



Colecția marketing

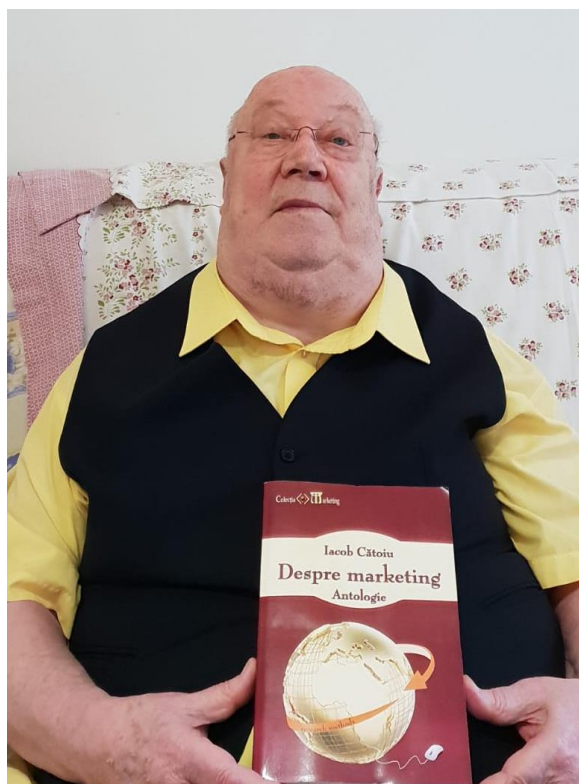
Iacob Cătoiu • Despre marketing. Antologie

Iacob Cătoiu
Despre marketing
Antologie



Iacob CĂTOIU
Despre marketing
Antologie

(Iacob Cătoiu on Marketing. Anthology, ASE Publishing House, 2019)



În urmă cu șase ani – după cum a confirmat și site-ul “Holistic Marketing Management”: <http://holisticmarketingmanagement.ro/prof-iacob-catoiu-viata-ca-o-clipa-repere-autobiografice/> – a fost transmisă o invitație de a participa la lansarea unei cărți:

<< În după-amiaza zilei de 30 aprilie a.c. **Decanatul Facultății de Marketing ASE București** a transmis, prin e-mail, invitații la lansarea (*marți 5 mai a.c., Aula Magna ASE*) cărții “**Viața ca o clipă. Repere autobiografice,**” autor **Prof. univ. dr. dr.h.c. Iacob Cătoiu**. La această invitație s-a răspuns imediat (tot prin e-mail) și cu următorul “**Mesaj spontan pentru Dragul meu Profesor Iacob Cătoiu**”: >>

<< *Stimați Colegi și Dragă Domnule Profesor Iacob Cătoiu,*

Amintirea frumoasă este atât creație continuă cât și o formă de întâlnire continuă. Din păcate, în perioada 3-6 mai a.c. particip la o Conferință la Expo Milano 2015, unde am fost invitat și am confirmat (tocmai mă pregătesc în consecință).

*“Viața ca o clipă. Repere autobiografice,” autor Profesorul meu Iacob Cătoiu... Da, o spun cu convingere, o viață măreață, confirmând că **Domnia Sa** a fost și este un valoros subiect al timpului care trece și care vine, timpul fiind un permanent înțelept sfătuitor. **Domnia Sa** și-a*

*căutat destinul, alegându-l cu pricepere și realizându-l. A demonstrat pe tot parcursul putere de gândire, putere de voință, putere a inimii, integritate, generozitate, făcând diferența între vis și viziunea măreață precedată de angajament. **Domnia Sa** a răzbătut cu dârzenie prin greutăți, confirmând rădăcina puternică, fiind discret și cumpătat, experimentând și învățând, dăruind din învățătura vieții, înfrumusețându-se și înfrumusețându-i și pe cei din jur, cu mic și mare.*

***Domnia Sa** reconfirmă prin această nouă carte știința de a dobândi dăruind. De data aceasta ne mai lasă moștenire și o simfonie venită de dincolo de orizontul cu care eram obișnuiți.*

*Regret că, din motivele obiective menționate anterior, nu voi savura acest prim concert în direct, fiind însă convins că **armonia sonoră a momentului înălțător va încălzi nu numai sufletele prezente ci și pe cele aflate la distanță geografică.***

Cu respect și cu drag,

Theodor Purcărea >>

[\(http://holisticmarketingmanagement.ro/prof-iacob-catoi-viata-ca-o-clipa-repere-autobiografice/\)](http://holisticmarketingmanagement.ro/prof-iacob-catoi-viata-ca-o-clipa-repere-autobiografice/)

Un mai târziu, în 2016, **Profesorul Iacob Cătoiu** apare într-o imagine memorabilă (care însoțește un articol publicat în “Romanian Distribution Committee Magazine”: <http://crd-aida.ro/RePEc/rdc/v7i1/4.pdf>), ca Președinte al unei Comisii de doctorat din 1997, alături de alte cunoscute personalități (Gheorghe Zaman, Viorel Petrescu, Aurel Vainer, Alexandru Redeș).



Au mai trecut câțiva ani și Editura Academiei de Studii Economice București (ASE București – condus cu pricepere de Rectorul Nicolae Istudor, care aduce o contribuție valoroasă și ca Vicepreședinte al asociației științifice Comitetul Român al Distribuției, al cărui Membru de Onoare este: [Board of Directors - Comitetul Român al Distribuției](#) – ne-a bucurat cu o nouă operă: **Iacob Cătoiu Despre Marketing. Antologie.**

Această remarcabilă „Antologie” este structurată după cum urmează: *Prefață; Capitolul I. Apariția și evoluția marketingului* (Din istoria gândirii de marketing. Exercițiile de decizie în cadrul unor operațiuni simulate - o nouă și promițătoare metodă pedagogică. Metoda cazurilor în învățământul de marketing. Coordonate ale învățământului superior american de marketing. Repere în evoluția învățământului superior de marketing în România);

Capitolul II. Coordonate definitorii ale cercetării de marketing (Conceptul de cercetare de marketing. Aria cercetărilor de marketing. Tipologia cercetărilor de marketing. Proiectarea cercetărilor de marketing. Măsurarea fenomenelor în cercetările de marketing. Evaluarea acurateței măsurărilor în cercetările de marketing. Proiectarea chestionarului. Experimentul în cercetările de marketing. Experimentele cu un singur factor. Experimentele multifactoriale. Pătratele latine și pătratele greco-latine. Simularea. Analiza univariată a datelor în cercetările de marketing. Modalități de analiză bivariată. Analiza gradului de asociere. Tehnici de analiză multivariată. Previziuni de marketing); *Capitolul III. Comportamentul consumatorului* (Noțiunea și dimensiunile comportamentului consumatorilor. Anatomia procesului decizional de cumpărare. Tipologia deciziilor de cumpărare. Influențe direct observabile asupra comportamentului consumatorului. Influențe de natură endogenă asupra comportamentului consumatorului. Influențe de natură exogenă asupra comportamentului consumatorului. Comportamentul consumatorului și imaginea magazinului. Studiarea stilului de viață. Comportamentul consumatorului și valoarea capitalizată în marcă); *Capitolul IV. Marketing general* (Strategia de piață. Procesul decizional în marketing. Organizarea activității de marketing. Conținutul și funcțiile marketingului turistic. Segmentarea pieței turistice); *Capitolul V. Modelarea fenomenelor în marketing* (Știința și arta modelării în marketing. Un model dinamic pentru analiza și previziunea cererii pentru bunurile de consum de folosință îndelungată. Un model de previziune pe termen lung a cererii pentru produsele noi. Modelul Vidal – Wolfe. Un model de selecție a mediilor și suporturilor publicitare. Tendințe în modelarea comportamentului consumatorului. Modelele atitudinii și preferințelor. Modelul Nicosia. Modelul Engel - Kollat – Blackwell. Modelul Howard – Sheth); *Capitolul VI. Despre cartea -Viața ca o clipă: repere autobiografice – autor Iacob Cătoiu, Editura ASE, 2014* (Introducere. Cuvânt-înainte. Postfață. Articole publicate. Alte opinii scrise. Mailuri); *Postfață.*

