

**Conf. univ. dr. Corina Pelau**  
**Bucharest University of Economic Studies, Romania**  
**Doctoral School in Business Administration**

<b>Research Direction</b>	<b>Research topics</b>
<b>Consumer research</b>	Neuro-scientific approaches of consumer behavior through eye-tracking experiments, with focus on information overload and product aesthetics
	Characterization of consumer behavior regarding the phenomenon of fake news in the online environment
	Influence of reference groups on the consumer behavior, with focus on neuro-scientific experiments regarding the influence of celebrity endorsement on the attention of consumers
<b>Artificial intelligence and consumer behavior</b>	Changes in the consumer behavior through the interaction with forms of artificial intelligence and robots, like virtual assistants, autonomous devices and automated systems of data collection and analysis in the online environment
	Consumers' degree of trust in anthropomorphised artificial intelligence devices and personalized systems
<b>Sustainable consumption</b>	Influence of national cultures on the pro-environmental consumer behavior
	The role of education in the development of a sustainable consumption pattern
	Demographic and situational factors that determine food waste
<b>Direcții de cercetare</b>	<b>Teme de cercetare</b>
<b>Cercetarea comportamentului de consum</b>	Abordări neuro-științifice ale comportamentului de consum prin experimente de eye-tracking, în special privind supra-încărcarea informațională și estetica produselor
	Caracterizarea comportamentului de consum privind fenomenul de știri false (fake-news) în mediul online
	Influența grupurilor de referință asupra comportamentului de consum, în special experimente neuro-științifice privind influența celebrităților asupra atenției consumatorilor
<b>Inteligența artificială și comportamentul de consum</b>	Schimbări în comportamentul de consum prin apariția și interacțiunea cu forme de inteligență artificială și roboți, cum ar fi asistenți virtuali, sisteme autonome și sisteme automate de prelucrare a datelor în mediul online
	Gradul de încredere al consumatorilor în formele de inteligență artificială antropomorfe și în cele personalizate
<b>Consumul sustenabil</b>	Influența culturilor naționale asupra comportamentului de consum orientat spre mediu
	Rolul educației în dezvoltarea unui comportament de consum sustenabil
	Factori demografici și de situație ce favorizează risipa alimentară