

**Anexa nr. 2**

**Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași  
Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor  
Departamentul de Management, Marketing și Administrarea Afacerilor**

**Autoevaluare privind îndeplinirea standardelor minime corespunzătoare unui post de Conferențiar  
Indicatorul A1 - Activitatea didactică și profesională  
Candidat: Iuliana Claudia Bobâlcă**

				pct cand.	p_s	nr	p_c	pct
<b>1.1 Carti si capitole/ studii în carti de specialitate sau volume colective</b>	<b>1.1.1 Carte de specialitate</b>	<b>1.1.1.1. - internationale</b>						
		<b>1.1.1.2. – nationale - 8 pct</b>	Bobâlcă, C. (2014), <b>Cercetare calitativă de marketing</b> , Editura Tehnopress, Iași, ISBN 978-606-687-118-1, 120 pagini =8 pct	8				
			Manolică, A., Bobâlcă, C. (2014), <b>Crearea si gestiunea portofoliului de clienți</b> , Editura Tehnopress, ISBN 978-606-0687144-0, 106 pagini =8/2=4 pct	4				
			Bobâlcă C., Țugulea, O.,Maha, A., Maha L. G. (2013), <b>Internetul sau agențiile de turism. Ce aleg tinerii turiști?</b> , Editura Universitară, București, ISBN 978-606-591-902-0, 150 pagini = 8/4 = 2 pct	2				
			Maha, L. G., Bobâlcă, C., Diacon, P. E (2012). <b>"Mediul european al afacerilor"</b> , Editura Universitatii "Alexandru Ioan Cuza" Iasi, ISBN: 978-973-640-664-5, 170 pagini =8/3= 2.66 pct	2.66				
			Bobâlcă, C. (2011). <b>Studiu asupra loialității clienților</b> , Editura Tehnopress, Iași, ISBN 978-973-702-869-3 , 207 pagini =8 pct	8				
	<b>1.1.2. Studiu/ capitol într-o carte de specialitate sau volum</b>	<b>1.1.2.1 – internationale - 12pct</b>	Zaiț,A., Bobâlcă, C., Anton, O.,Monoranu, A. (2009) "Les defis du developpement durable pour la communication marketing des PME roumaines", în Monografia " <i>Les defis du developpement durable : politiques industrielles et commerciales dans l'Union Europeenne</i> " (redaction Claude Martin și Jaroslav Kita), Edition de l'Universite Economique de Bratislava, Slovacia, septembrie 2009, ISBN 978-80-225-2801-6., p.469-478. (volum internațional cu selecție de tip blind review) = 10/727*12/4= 0.04 pct	0.041	10	4	727	12

colectiv		Manolica, A., Bobalca, C., Ciobanu, O. (2012), „La responsabilité envers le consommateur dans le contexte de la crise mondiale”, <i>Apres la crise...L'Europe comme espace de compétitivité renouvelée</i> , Claude Martin et Hugues Poissonnier, Editura L'Harmattan, Paris, ISBN: 978-2-336-00419-8, p.165-176 (capitol de carte în editură internațională) = 12/232*12/3= 0.20 pct	0.207	12	3	232	12
	1.1.2.2. – nationale - 6 pct	Bobalca, C., Soponaru, C, Tugulea (Ciobanu), O. (2013), "Perceptia femeilor care lucreaza in vânzarea directa despre loialitatea clientilor", lucrare acceptata la Conferința internațională ”Gen, muncă, familie și schimbare”, organizată în cadrul proiectului POSDRU ”Reconstrucția statutului femeii: de la discriminare la dezvoltare profesională și egalitate de șanse” (ID 50679), Iasi, 20-22 septembrie 2013 (1 capitol), volum <i>Gen, muncă, familie și schimbare</i> / coord.: Maria Nicoleta Turliuc, ISBN 978-606-24-00, Editura Institutul European, Iasi, p. 79-90 =11/200/3*6=0.11	0.11	11	3	200	6
		Bobâlcă, C. (2008), „Importanța implementării strategiilor de păstrare și fidelizare a clienților în afaceri”, <i>Convergența economică și rolul cunoașterii în condițiile integrării în UE</i> , Editura Universității Alexandru Ioan Cuza Iași, ISBN 9789737033314, 472 pag =5/472*6 = 0.063	0.064	5	1	472	6
		Bobâlcă, C., Anton, O. (Ciobanu, O.), (2008), “Managementul relațiilor cu clienții în era digitală”, <i>Piața Europeană – o provocare pentru firmele românești</i> , pag. 579-586, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, ISBN 978-973-703-280-5 =8/2/669*6 = 0.0359	0.036	8	2	669	6
		Munteanu, C., Bobâlcă, C., Anton, O. (Ciobanu, O.). (2008), “Aprecieri și percepții ale studenților asupra învățământului economic superior”, <i>Piața Europeană – o provocare pentru firmele românești</i> , pag. 611-626, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, ISBN 978-973-703-280-5 =16/3/669*6 = 0.0478	0.048	16	3	669	6
		Anton, O. (Ciobanu, O.), Bobâlcă, C. (2008), “ <i>Analiză a influenței experienței profesorilor asupra performanțelor academice ale studenților</i> ”, Societatea Europeană și Strategia de Marketing, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza, Iași, ISSN 03797864, p. 120-131 =12/2/394*6 = 0.0914	0.091	12	2	394	6
		Bobâlcă, C. (2008), “Using information technology to build effective customer relationship management strategies”, “ <i>Romania and European Union - Challenges of Integration</i> ”, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza, Iași, p. 241-246, ISBN 978-973-703-314-7 =6/297*6= 0,12	0.121	6	1	297	6
		Bobâlcă, C. (2007), „Cost And Benefits Of Integration In The European Union From A Marketing Perspective”, <i>Costuri și beneficii ale aderării României la Uniunea Europeană</i> , editat în cadrul proiectului Jean Monnet nr. 2006-2295/001-001 CEN CENRE „Romania’s Integration in the European Union: costs and benefits” și a proiectului CNCIS tip Td „Opțiunile de finanțare ale firmelor din Europa Centrală și de Est în perioada post-aderare. Învățăminte pentru România din experiențele țărilor EU10”, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza, Iași, ISBN 978-973-703-255-3, 53-90 =38/354*6 = 0.6441 pct	0.644	38	1	354	6

			Bobâlcă, C. (2006), „Particularitățile tehnicilor de e-CRM pentru România în vederea creșterii loialității clienților”, <i>Efecte economico-sociale ale aderării României la Uniunea Europeană</i> , Editura Sedcom Libris, Iași, p. 318-323, ISBN: (10) 973-670-205-7 $=6/607*6 = 0.0593$	0.059	6	1	607	6
			Bobâlcă, C. (2005), „Rolul utilizării soluțiilor de Business Intelligence în contextul integrării standardelor europene”, <i>Modelul european în dezvoltarea României</i> , Editura Sedcom Libris, Iași, pp. 67-70, ISBN: 973-670-108-5 $= 4/510*6 = 0.0471$	0.047	4	1	510	6
			Bobâlcă, C. (2004), “E-mail Marketing”, publicat în volumul lucrărilor Simpozionului științific <i>Științele economice în perspectiva integrării europene</i> , Bacău, Buletin Științific, ANUL VII, Nr. 1 / 2004, p.289-294 $=6/490*6= 0,073$	0.073	6	1	490	6
1.2 Material didactic. Lucrari didactice		1.2.1. Manuale didactice. Monografii	Bobâlcă, C. (2011-2013), <b>Managementul Relațiilor cu Clienții</b> , Master MTH anul II, 2011-2013, disponibil pe portalul FEAA					
			Bobâlcă, C. (2013), <b>Analiza calitativă de marketing</b> , Master ASM și MCA anul I					
			Manolică, A., Ciobanu, O., Bobalcă, C. (2009), <b>Relații comerciale internaționale în sport</b> , Universitatea „Al. I. Cuza” Iași, Facultatea de Educație Fizică și Sport					
			Manolica, A., Bobâlcă, C. (2007), <b>Crearea și Gestiunea Portofoliului de Clienți</b> , suport de curs în cadrul studiilor de master Management Comercial					
		1.2.2. Indrumatoare de laborator, aplicatii						
1.3 Coordonare de programe de studii, organizare si coordonare programe de formare continua si proiecte educationale								
<b>TOTAL A1</b>				<b>26.20</b>	<b>&gt; 10</b>			
<b>Total A1 pentru ultimii 3 ani</b>				<b>24.98</b>	<b>&gt;5</b>			

Legendă A1:

p\_s - pagini subcapitole

p\_c - pagini totale carte

nr - număr autori

pct. - punctaj aferent categoriei

pct cand. - punctaj obținut de candidat

### Indicatorul A2 - Activitatea de cercetare

			punctaj	pct	nr. aut
<b>2.1 Articole care prezintă contribuții științifice originale, în extenso, publicate de candidat ca autor sau coautor, în reviste cotate ISI sau BDI</b>	<b>2.1.1. Articol care prezintă contribuții științifice originale, în extenso, publicat într-o revistă cotate ISI cu factor de impact mai mare ca 0 – 8 pct</b>	<p>Jijie, T., Bobâlcă, C. (2009), „Beyond Credibility: Scale Development for Measuring a Candidate’ Profile”, <i>Transformations in Business &amp; Economics</i>, Vol. 8, Nr. 3 (18), Supplement A, 2009, ISSN 1648-4460, p. 244-254, ISI Web of Knowledge Thomson Reuters, factor de impact 1.22; EBSCO, e-JEL etc, Disponibil la: <a href="http://www.transformations.khf.vu.lt/">http://www.transformations.khf.vu.lt/</a>, <a href="http://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=WOS&amp;search_mode=GeneralSearch&amp;qid=1&amp;SID=Y17Pd27PHKpOhd6PCF2&amp;page=1&amp;doc=3">http://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=WOS&amp;search_mode=GeneralSearch&amp;qid=1&amp;SID=Y17Pd27PHKpOhd6PCF2&amp;page=1&amp;doc=3</a> =8/2=4 pct</p>	4	8	2
	<b>2.12 Articol care prezintă contribuții științifice originale, în extenso, publicat într-o revistă indexată de cel puțin 2 din bazele de date internationale recunoscute – 6 pct</b>	<p>Țugulea, O., Bobâlcă, C., (2014), “How to frame the human portrait of a touristic city?”, <i>Journal of tourism – studies and research in tourism</i>, Vol. 17, p.30-36, ISSN: 18442994, Baze de date: EBSCO, DOAJ, REPEC, CABELL Disponibil la: <a href="http://www.revistadeturism.ro/rdt/issue/view/28">http://www.revistadeturism.ro/rdt/issue/view/28</a>, <a href="http://www.revistadeturism.ro/rdt/article/view/194/181">http://www.revistadeturism.ro/rdt/article/view/194/181</a> =6-2=3 pct</p>	3	6	2
		<p>Țugulea, O., Bobâlcă, C., Maha, A., Maha L., (2014), "Using internet and travel agencies in planning a Trip. A qualitative approach", <i>CES Working Papers</i>, Vol. 6, Nr. 1, p. 181-200, ISSN 2067 – 7693, Baze de date: Academic Journals Database, Bielefeld Academic Search Engine, Caboose Open Directory, CEEOL, Directory of Open Access Journals – DOAJ, EconLit, Economist Online, EuroInternet, Index Copernicus Journals Master List, New Jour, Open J Gate, Research Papers in Economics – RePEc, SafetyLit, Scipio, Scirus, Social Sciences Information Space, Ulrich`S Periodicals Directory, World Cat, Disponibil la: <a href="http://ceswp.uaic.ro/articles/CESWP2014_VII_TUG.pdf">http://ceswp.uaic.ro/articles/CESWP2014_VII_TUG.pdf</a> =6/4=1.5 puncte</p>	1.5	6	4

<p>Țugulea, O., Bobâlcă, C., Soponaru C. (2013), "City Brand Personality – An International Concept With Regional Appliance In The Tourism Development Strategy", <i>CES Working Papers</i> , Vol. 5, Nr. 4, p. 626- 644, ISSN 2067 – 7693,</p> <p>Baze de date: Academic Journals Database, Bielefeld Academic Search Engine, Caboose Open Directory, CEEOL, Directory of Open Access Journals - DOAJ, EconLit, Economist Online, EuroInternet, Index Copernicus Journals Master List, New Jour, Open J Gate, Research Papers in Economics - RePEc, SafetyLit, Scipio, Scirus, Social Sciences Information Space, Ulrich`S Periodicals Directory, World Cat</p> <p><a href="http://ceswp.uaic.ro/articles/CESWP2013_V4_TUG.pdf">http://ceswp.uaic.ro/articles/CESWP2013_V4_TUG.pdf</a></p> <p>= 6/3 = 2 pct</p>	2	6	3
<p>Țugulea, O., Bobalca, C., Maha, A., Maha L., (2013), How Do Young People Select Information To Plan A Trip, <i>Journal of tourism – studies and research in tourism</i> , Vol. 16, p.51-57, ISSN: 18442994</p> <p>Baze de date: EBSCO, DOAJ, REPEC, CABELL, Ulrich's - Periodicals Directory SCIPIO, INTUTE - social sciences</p> <p>ICAAP, Canada, CIRET, Genamics JournalSeek, Academic Journals Database, SCIRUS</p> <p><a href="http://www.revistadetourism.ro/rdt/article/view/159">http://www.revistadetourism.ro/rdt/article/view/159</a></p> <p>= 6/4 = 1,5 pct</p>	1.5	6	4
<p>Bobalca, C., Soponaru C., Țugulea, O. (2013), European Integration - A Comparative Perspective between Romania and Republic of Moldova, <i>CES Working Papers</i>, Vol. 5, Nr. 3, p. 330- 343, ISSN 2067 – 7693,</p> <p>Baze de date: Academic Journals Database, Bielefeld Academic Search Engine, Caboose Open Directory, CEEOL, Directory of Open Access Journals – DOAJ, EconLit, Economist Online, EuroInternet, Index Copernicus Journals Master List, New Jour, Open J Gate, Research Papers in Economics – RePEc, SafetyLit, Scipio, Scirus,</p> <p>Social Sciences Information Space, Ulrich`S Periodicals Directory, World Cat</p> <p><a href="http://ceswp.uaic.ro/articles/CESWP2013_V3_BOB.pdf">http://ceswp.uaic.ro/articles/CESWP2013_V3_BOB.pdf</a></p> <p>=6/3 = 2 pct</p>	2	6	3
<p>Soponaru C., Bobalca, C., Țugulea, O. (2013), “Globalization Perspectives in Post-Communist Romania”, <i>Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu</i>, Economy Series, Issue 4/2013, „ACADEMICA BRÂNCUȘI” PUBLISHER, ISSN 1844 –7007, p. 213-218, <a href="http://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2013-04/33_Soponaru%20Bobalca.pdf">http://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2013-04/33_Soponaru%20Bobalca.pdf</a></p> <p>Baze de date: IDEAS, Genamics JournalSeek Database Genamics, EconPapers EcP, EBSCO, Cabell's, SCIPIO, Index Copernicus, DOAJ, REPEC, EconBiz, Ulrich's, Scirius</p> <p>6/3 = 2 pct</p>	2	6	3

<p>Soponaru C., Bobalca, C. (2013), "Romania's Integration in the European Union. Comparative Study of the Perception upon Transport Development in Romania and Republic of Moldova", <i>EuroEconomica</i> , Vol 32, No 3, p 20-32, ISSN: 1582-8859  Baze de date: EconPapers, ICAAP, RePEc, IDEAS, Ebsco, Index Copernicus, DOAJ, Proquest  <a href="http://journals.univ-danubius.ro/index.php/euroeconomica/article/view/1918">http://journals.univ-danubius.ro/index.php/euroeconomica/article/view/1918</a>  =6-2=3 pct</p>	3	6	2
<p>Bobâlcă, C. (2013), "Study Of Customers' Loyalty: Dimensions And Facets", <i>Revista Management &amp; Marketing</i>, Vol. XI, Issue 1/2013, Editura Universitatii Craiova, p. 104-114, <a href="http://www.mnmk.ro/documents/2013-01/8-14-1-13.pdf">http://www.mnmk.ro/documents/2013-01/8-14-1-13.pdf</a>, revista B+, ISSN 1841-2416 revista indexata in BDI  Baze de date: CABELL, REPEC, CEEOL, DOAJ, Ebsco, SCIPPIO  =6 pct</p>	6	6	1
<p>Maha, S., Bobâlcă, C. (2013), "Restricting Illegal Immigration In The U.S- Is It Grounded In Economic terms? " <i>Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu</i>, Economy Series, Issue 1/2013, „ACADEMICA BRÂNCUȘI” PUBLISHER, ISSN 1844 –7007, p. 238-244, revista indexata BDI, <a href="http://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2013-01/34_Maha%20Sorin,%20Bobalca%20Claudia.pdf">http://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2013-01/34_Maha%20Sorin,%20Bobalca%20Claudia.pdf</a>  Baze de date: IDEAS, Genamics JournalSeek Database Genamics, EconPapers EcP, EBSCO, Cabell's, SCIPPIO, Index Copernicus, DOAJ, REPEC, EconBiz, Ulrich's, Scirius  =6-2=3 pct</p>	3	6	2
<p>Manolica, A., Bobalca, C., Ciobanu, O, (2011), "Qualitative observation applied in promotional strategy design", <i>The Annals of the Stefan cel Mare University Suceava</i>. Fascicle of The Faculty of Economics and Public Administration, vol.11, nr.2(14)/2011, ISSN: 2066-575X (articol B+), p.40-45, Disponibil la: <a href="http://seap.usv.ro/annals/ojs/index.php/annals/article/viewArticle/408">http://seap.usv.ro/annals/ojs/index.php/annals/article/viewArticle/408</a>  <a href="http://ideas.repec.org/a/scm/ausvfe/v11y2011i2%2814%29p40-45.html">http://ideas.repec.org/a/scm/ausvfe/v11y2011i2%2814%29p40-45.html</a>, p.40-45  Baze de date: RePeC, DOAJ, Cabell's, EBSCO, Scientific Commons, Public Knowledge, Project (PKP), Scirus, Socionet, Intute, Index Copernicus  6/3=2 pct</p>	2	6	3

<p><b>2.1.3 Articole / studii publicate în volumele conferințelor indexate ISI Proceedings sau internaționale desfășurate în țară sau străinătate (cu ISSN sau ISBN) – 4 pct</b></p>	<p>Ciobanu, O., Bobalca, C. (2011), "Importance of credibility' s factors- an analysis on a particular category of web sites", <i>Anale. Seria Stiinte Economice. Timisoara</i> , Vol. XVII, Editura Mirton Timisoara, ISSN: 1582-6333, p. 260-267 – articol B+  <a href="http://fse.tibiscus.ro/anale/Lucrari2011/034.pdf">http://fse.tibiscus.ro/anale/Lucrari2011/034.pdf</a>,  <a href="http://www.ceeol.com/aspx/issuedetails.aspx?issueid=5b6a7b7f-5415-4b9d-bebf-1c6e844ae759&amp;articleId=ae170f6b-c321-49a2-ba56-45072cfd66ae">http://www.ceeol.com/aspx/issuedetails.aspx?issueid=5b6a7b7f-5415-4b9d-bebf-1c6e844ae759&amp;articleId=ae170f6b-c321-49a2-ba56-45072cfd66ae</a>  Baze de date: JEL on CD, e-JEL, EconLit, CEEOL, RePEc, DOAJ, EBSCO  = 6/2=3 pct</p>	3	6	2
	<p>Bobalca, C., Ciobanu, O. (2011), "Developing a model of customer satisfaction", <i>Anale. Seria Stiinte Economice. Timisoara</i>, Vol. XVII, Editura Mirton Timisoara, ISSN: 1582-6333, p. 252- 259 – articol B+  <a href="http://fse.tibiscus.ro/anale/Lucrari2011/033.pdf">http://fse.tibiscus.ro/anale/Lucrari2011/033.pdf</a>,  <a href="http://www.ceeol.com/aspx/issuedetails.aspx?issueid=5b6a7b7f-5415-4b9d-bebf-1c6e844ae759&amp;articleId=8e69ac6b-c1eb-4699-9d75-25b8d5793459">http://www.ceeol.com/aspx/issuedetails.aspx?issueid=5b6a7b7f-5415-4b9d-bebf-1c6e844ae759&amp;articleId=8e69ac6b-c1eb-4699-9d75-25b8d5793459</a>  Baze de date: JEL on CD, e-JEL, EconLit, CEEOL, RePEc, DOAJ, EBSCO  = 6/2=3 pct</p>	3	6	2
	<p>Munteanu, C., Ceobanu, C., Bobalca, C., Anton O., (2010), „An Analysis Of Customer Satisfaction In A Higher Education Context”, <i>International Journal of Public Sector Management</i>, Special Edition on Higher Education, vol. 23, nr. 2, p. 124-140, ISSN 0951-3558,  <a href="http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1846508">http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1846508</a>  Baze de date: Emerald Management Reviews, Cabell's Directory of Publishing Opportunities in Management and Marketing, Scopus, Applied Social Sciences Index and Abstracts (ASSIA), International Labour Documentation, GEOBASE, Geographical Abstracts, Health Service Abstracts, PAIS Indexes, Public Administration and Development, UNESCO Databases  = 6/4=1.5 pct</p>	1.5	6	4
	<p>Bobâlcă, C., Ciobanu, O. (Țugulea), Bradu, C. P., (2013), „A study on the factors that determine the election of the majors in the case of the bachelors studies programs” accepted paper on <i>Emerging Markets Queries in Finance and Business</i> , Tîrgu-Mureș, ROMANIA, 24th-27th, October 2013 – in curs de publicare</p>			
	<p>Maha, A., Bobalca, C., Tugulea (Ciobanu) O. (2013), Strategies for the improvements in the quality and efficiency of public transportation, accepted paper on <i>Emerging Markets Queries in Finance and Business</i> , Tîrgu-Mureș, ROMANIA, 24th-27th, October 2013 – in curs de publicare</p>			



<p>Bradu (Gătej), C., Bobalca, C., Ciobanu, O, (2012), "Influence of consumer's expectations regarding CSR on their intention to support a company's socially responsible behavior", <i>BUSINESS EXCELLENCE CHALLENGES DURING THE ECONOMIC CRISIS</i>, Editura Universitatii Transilvania, Brasov, VOL 1, Pages: 86-90, ISBN 978-606-19-0103-6, 7th International Conference on Business Excellence, Brasov, ROMANIA, OCT 12-13, 2012, articol indexat ISI Proceedings disponibil la :  <a href="http://apps.webofknowledge.com.ux4ll8xu6v.useaccesscontrol.com/full_record.do?product=WOS&amp;search_mode=GeneralSearch&amp;qid=2&amp;SID=2FM25JHBcO79J@B5Lga&amp;page=1&amp;doc=1">http://apps.webofknowledge.com.ux4ll8xu6v.useaccesscontrol.com/full_record.do?product=WOS&amp;search_mode=GeneralSearch&amp;qid=2&amp;SID=2FM25JHBcO79J@B5Lga&amp;page=1&amp;doc=1</a>  = 4/3 = 1.33 pct</p>	1.33333333	4	3
<p>Bobalca, C., Bradu (Gătej), C., Ciobanu, O, (2012), "Developing a scale to measure customer loyalty", presented paper on <i>Emerging Markets Queries in Finance and Business</i>, Tîrgu-Mureş, ROMANIA, 24th-27th, October 2012, articol publicat în <i>Procedia Economics and Finance</i>, Elsevier, Vol. 3, 2012, pp. 623–628, ISSN: 2212-5671, indexat în Science Direct si Scopus , – disponibil la  <a href="http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567112002055">http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567112002055</a>, articol indexat ISI Proceedings, disponibil la  <a href="http://apps.webofknowledge.com.ux4ll8xu6v.useaccesscontrol.com/full_record.do?product=WOS&amp;search_mode=GeneralSearch&amp;qid=1&amp;SID=4CjpJ5paicm8MDboPLJ&amp;page=1&amp;doc=1">http://apps.webofknowledge.com.ux4ll8xu6v.useaccesscontrol.com/full_record.do?product=WOS&amp;search_mode=GeneralSearch&amp;qid=1&amp;SID=4CjpJ5paicm8MDboPLJ&amp;page=1&amp;doc=1</a>  = 4/3= 1.33 pct</p>	1.33333333	4	3
<p>Ciobanu, O., Bobalca, C., Manolica, A. (2011), "Using Servqual For Assessing Service Quality In Higher Education Area", <i>Marketing Theory Challenges in Emerging Societies</i>, Editura Universităţii Alexandru Ioan Cuza Iaşi, ISBN: 978-973-640-681-2, pp. 51-57, Conference Proceedings 2nd EMAC Regional Conference "Marketing Theory Challenges in Emerging Societies"  = 4/3= 1.33 pct</p>	1.33333333	4	3

<p>"Manolica, A., Ciobanu, O., Bobalca, C., Sasu, C. (2011), „A Method to Assess Credibility of Commercial Web Sites. One level to Change Consumers' Attitude and Behaviour”, code 189, <i>Management of Technological Changes. Proceedings of the International Conference on Management of Technological Changes</i>. Democritus University of Thrace, Alexandroupolis, Greece, ISBN: 978-960-99486-1-6, ISBN(Book 1):978-960-99486-2-3, p. 157-161, articol ISI indexat BDI în ISI Web of Knowledge Thomson Reuters:  <a href="http://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=WOS&amp;search_mode=GeneralSearch&amp;qid=1&amp;SID=Y17Pd27PHKpOhd6PCF2&amp;page=1&amp;doc=1">http://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=WOS&amp;search_mode=GeneralSearch&amp;qid=1&amp;SID=Y17Pd27PHKpOhd6PCF2&amp;page=1&amp;doc=1</a>  1 = 4/3= 1 pct</p>	1	4	4
<p>Manolica, A., Ciobanu, O., Bobalca, C. (2011), „The Perception of Marital Roles in Decision-Making Processes in the Global Context”, code 190, <i>Management of Technological Changes. Proceeding sof the International Conference on Management of Technological Changes</i> . Democritus University of Thrace, Alexandroupolis, Greece, ISBN: 978-960-99486-1-6, ISBN (Book 1):978-960-99486-2-3, p. 161-165, articol ISI indexat BDI în ISI Web of Knowledge Thomson Reuters:  <a href="http://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=WOS&amp;search_mode=GeneralSearch&amp;qid=1&amp;SID=Y17Pd27PHKpOhd6PCF2&amp;page=1&amp;doc=2">http://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=WOS&amp;search_mode=GeneralSearch&amp;qid=1&amp;SID=Y17Pd27PHKpOhd6PCF2&amp;page=1&amp;doc=2</a>  = 4/3= 1.33 pct</p>	1.33333333	4	3
<p>Ciobanu, O., Bobalca, C., Manolica, A (2011), “<i>SERVQUAL: Measuring Service Quality In Higher Education Area</i>”, <i>Globalization and Higher Education in Economics and Business Administration</i> (GEBA 2011), Editura Universitatea Alexandru Ioan Cuza Iași, ISBN: 978-973-703-697-1, pp.43-48, 2011 (articol ISI Proceedings)  = 4/3= 1.33 pct</p>	1.33333333	4	3
<p>Munteanu, C., Bobâlcă, C., Anton, O. (Ciobanu),(2007), „Customer Satisfaction Analysis for Higher Education Programs”, <i>Conferința Internațională Competitiveness and European Integration</i> , Cluj-Napoca, România, ISBN: 978-973-751-597-1, 2007  = 4/3= 1.33 pct</p>	1.33333333	4	3

		<p>Ciobanu, O., Bobâlcă, C. (2010), “Credibility’s Dimensions of Commercial Web Sites”, Marketing - from information to decision, publicat in volumul lucrărilor conferinței internaționale <i>Marketing - from information to decision</i>, Cluj-Napoca, România, octombrie 2010, p. 51 – 62, ISSN 2067-0338 (articol B+ articol indexat BDI in baza de date CEEOL),  <a href="http://www.cceol.com/asp/authorDetails.aspx?authorid=4895c4bf-5bc9-4da6-85d4-37517135495c">http://www.cceol.com/asp/authorDetails.aspx?authorid=4895c4bf-5bc9-4da6-85d4-37517135495c</a>  = 4/2= 2 pct</p>	2	4	2
		<p>Bobâlcă, C. (2008), „New Strategies In Customer Relationship Management: Gaining Customer Permission”, <i>Analele Universitatii „Constantin Brancusi”</i> Târgu-Jiu, Editura Academica Brancusi, Nr. 1/2008, Vol. 2, p. 410-415, ISSN 1842-4856,  <a href="http://www.utgjiu.ro/anlucb.php">http://www.utgjiu.ro/anlucb.php</a>  Baze de date: IDEAS, Genamics JournalSeek Database Genamics, EconPapers EcP, EBSCO, Cabell's, SCPIO, Index Copernicus, DOAJ, REPEC, EconBiz, Ulrich's, Scirus  =4 pct</p>	4	4	1
<b>2.2 Proprietate intelectuală, brevete de invenție și inovatie</b>					
<b>2.3. Granturi/proiecte castigate prin competitie</b>	<b>2.3.1 Director</b>				
	<b>2.3.2. Membru in echipa</b>				
	<b>2.3.2.1 Internationale – 10 pct</b>				
	<b>2.3.2.2 Nationale – 5 pct</b>	<p>Membru in echipa de proiect Jean Monnet, destinat tinerilor cercetatori- “Romania’s Integration in the European Union. Costs and Benefits”, director de proiect Lect. Dr. Liviu Maha, FEAA, 2006-2007, valoarea grantului: 13.500 Euro; 1000 Euro/membru</p>	5		
		<p>Membru in echipa de proiect Modulul Jean Monnet “European Business Environment”, director de proiect Lect. Dr. Liviu Maha, FEAA, 2007-2010, valoarea grantului: 21.000 euro</p>	5		
		<p>Membru in echipa de proiect: „Cercetări privind dezvoltarea unui sistem integrat, complex și interactiv de informații pentru asistarea deciziilor de marketing ale organizațiilor românești în vederea creșterii competitivității”, INFOMARK, Nr. 91-066 /18.09.2007, Finanțare: Buget de Stat - Ministerul Educației, Cercetării și Tineretului, Centrul Național de Management Programe – CNMP, Programul PARTENERIATE IN DOMENIILE PRIORITARE, Categoria de proiect: Programele Planului National II, Director de proiect Prof. Univ. Dr. Corneliu Munteanu, 2007-2010, Suma finanțată: 200 000 lei</p>	5		

Membru în echipa de proiect: « Cercetări privind demersurile comunicaționale de marketing ale IMM-urilor, în vederea oferirii unor soluții inovative pentru creșterea competitivității, în contextul politicilor de dezvoltare durabilă la nivel european », COMINOVATIV, Nr. 92-090/09.2008, Finanțare: Buget de Stat - Ministerul Educației, Cercetării și Tineretului, Centrul Național de Management Programe – CNMP, Programul PARTENERIATE ÎN DOMENIILE PRIORITARE, Categoria de proiect: Programele Planului Național II, Director de proiect Prof. Univ. Dr. Adriana Zait, 2008-2011, Suma finanțată: 300 000 lei	5		
Membru în echipa de proiect: “Cercetări privind realizarea unui sistem integrat complex de diseminare a rezultatelor cercetării științifice la nivel național pentru promovarea și susținerea educației privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală”, EdNet, Nr. 92-102/09.2008, Finanțare: Buget de Stat - Ministerul Educației, Cercetării și Tineretului, Centrul Național de Management Programe – CNMP, Programul 4 - PARTENERIATE ÎN DOMENIILE PRIORITARE, Programele Planului Național II, Direcția de Cercetare 9: Cercetare Socio-Economică, Director de proiect Prof. Univ. Dr. Corneliu Munteanu, 2008-2011, Suma finanțată: 120000 lei	5		
Membru în echipa de proiect: “Centru Pilot integrat pentru inițierea și sprijinirea afacerilor, în scopul creșterii competitivității economiei românești în condițiile aderării la Uniunea Europeană și a dezvoltării durabile”, cofinanțat din Fondul Social European în cadrul Programului Operațional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013 (ID proiect 3852, contract POSDRU/9/3.1/S/1, Director de proiect Prof. Univ. Dr. Corneliu Munteanu, 2008-2011, Suma finanțată: 115.736 lei	5		
Formator în cadrul proiectului "Perfectionarea cadrelor didactice din învățământul liceal care predau discipline economice", Contract POSDRU/87/1.3/S/63908, Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013, Axa prioritară 1 „Educația și formarea profesională în sprijinul creșterii economice și dezvoltării societății bazate pe cunoaștere”, Domeniul major de intervenție 1.3 „Dezvoltarea resurselor umane din educație și formare profesională”, Contract POSDRU/87/1.3/S/63908, director de proiect Prof. Dr. Dinu Airinei; buget partener UAIC 3.897.045 lei; Echipa TS si TL la partener UAIC Iasi: 80 angajati	5		

		Lector în cadrul proiectului “Dezvoltarea abilitatilorantreprenoriale si manageriale în zona IMM-urilor inovative din Romania pentru formarea si promovarea parteneriatelor nationale si transnationale”, Contract POSDRU ID 63922,Axa prioritara nr. 3 „Cresterea adaptabilitatii lucratorilor si a întreprinderilor”, Domeniul major de interventie 3.1 „Promovarea culturii antreprenoriale” director de proiect prof. Dr. Teodora Roman	5		
		Membru în PROIECTUL POSTDOC„Performanță și excelență în cercetarea doctorală și postdoctorală în domeniul științelor economice din România”, CONTRACT POSDRU/159/1.5/S/134197, Aria tematică: CREȘTERE ȘI OCUPARE ÎN SOCIETATEA CUNOAȘTERII, Finanțare: Buget de Stat - valoarea totală 13.030.249 lei	5		
	2.3.2.3 Cu mediul de afaceri (min 10.000 euro) – 3 pct				
		<b>TOTAL A2</b>	<b>97.5</b>	<b>&gt;35</b>	
		<b>Total A2 pentru ultimii 3 ani</b>	<b>54.67</b>	<b>&gt;17.5</b>	

Legendă A2:

pct. - punctaj aferent activității

nr. aut. - număr autori

punctaj - punctaj obținut de candidat

### Indicatorul A3 - Recunoașterea și impactul activității și Criterii opționale

			punctaj
3.1 Citări în carti și reviste ISI / BDI	3.1.1 Reviste ISI și BDI – 2 pct	<u>Munteanu, C., Ceobanu, C., Bobalca, C., Anton O., (2010), „An Analysis Of Customer Satisfaction In A Higher Education Context”, International Journal of Public Sector Management Special Edition on Higher Education, vol. 23, nr. 2, p. 124-140, ISSSN/ISBN 0951-3558, indexat în Emerald, <a href="http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1846508">http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1846508</a>, articol citat în:</u>	
		Woodall, T, A Hiller, S Resnick, (2012), Making sense of higher education: students as consumers and the value of the university experience/Studies in Higher Education, Studies in Higher Education, DOI:10.1080/03075079.2011.648373, Revista ISI cu factor de impact 1.036, <a href="http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03075079.2011.648373">http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03075079.2011.648373</a>	2
		Sumedrea, S. (2014), Assessing the quality of students' Acquired competencies in a Master's programme, Bulletin of the Transilvania University of Brașov, Series V: Economic Sciences, Vol. 7 (56) No. 1, pp. 107-112, <a href="http://webbut.unitbv.ro/Bulletin/2014/Series_V/BULETIN%20V%20PDF/15_SUMEDREA%20S.pdf">http://webbut.unitbv.ro/Bulletin/2014/Series_V/BULETIN%20V%20PDF/15_SUMEDREA%20S.pdf</a> , revista indexata DOAJ	2
		Alnaser, A., Almsafir, M. (2014). SERVICE QUALITY AND STUDENTS SAFISFACTION: CONCEPTUAL APPROACH. Journal of Advanced Social Research, 4(4), p 1-16, <a href="http://www.sign-ific-ance.co.uk/index.php/JASR/article/view/633/625">http://www.sign-ific-ance.co.uk/index.php/JASR/article/view/633/625</a>	2
		Enriquez-Magkasi, E. M. & Caballero, R. T. (2014). Customer satisfaction and loyalty in Philippine resorts. International Journal of Social Sciences and Entrepreneurship, Vol.1, Issue 9, p. 588-610, ISSN 2307-6305, <a href="http://www.ijssse.org/articles/ijssse_v1_i9_588_610.pdf">http://www.ijssse.org/articles/ijssse_v1_i9_588_610.pdf</a>	2

Negricea, C.I, Edu T., Avram E.M (2014), Establishing Influence of Specific Academic Quality on Student Satisfaction, Procedia - Social and Behavioral Sciences, 5th World Conference on Educational Sciences, Volume 116, p. 4430–4435, <a href="http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814009781">http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814009781</a>	2
Judson, K. M, Taylor, S.A (2014), Moving from Marketization to Marketing of Higher Education: The Co-Creation of Value in Higher Education Higher Education Studies; Vol. 4, No. 1, p 51-67;ISSN 1925-4741 E-ISSN 1925-475, Published by Canadian Center of Science and Education, <a href="http://www.ccsenet.org/journal/index.php/hes/article/viewFile/30222/19418">http://www.ccsenet.org/journal/index.php/hes/article/viewFile/30222/19418</a>	2
David Schüller, Martina Rašticová, Štěpán Konečný (2013), Measuring Student Satisfaction with the Quality of Services offered by Universities – Central European View, ACTA UNIVERSITATIS AGRICULTURAE ET SILVICULTURAE MENDELIANAE BRUNENSIS, Volume LXI 122 Number 4, pp. 1105- 1112, ISSN: 12118516, <a href="http://acta.mendelu.cz/pdf/actaun201361041105.pdf">http://acta.mendelu.cz/pdf/actaun201361041105.pdf</a>	2
Anadol, Yaprak Gulcin (2013), Winning in the Market Place by Defining Higher Education Quality Dimensions: A UAE Example, International Review of Business Research Papers, Vol 9, Nr 6, pp 55-67, ISSN: 1837-5685 (Print) and ISSN: 1832-9543 (Online), <a href="http://irbrp.com/static/documents/November/2013/4.%20Yaprak.pdf">http://irbrp.com/static/documents/November/2013/4.%20Yaprak.pdf</a>	2
de Jager, J., & Gbadamosi, G. (2013). Predicting students' satisfaction through service quality in higher education. The International Journal of Management Education, 11(3), 107-118, <a href="http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1472811713000347">http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1472811713000347</a>	2
Tajudin, A., Omar, C. M. Z. C., Yunus, N. K. Y., Tajuddin, A. F. A., & Hadi, N. F. A. (2013) Determinant Factors of Behaviour Among Lecturers in Effective Teaching, International Journal of Business and Management Invention, ISSN (Online): 2319 – 8028, ISSN (Print): 2319 – 801X, Volume 2 Issue 10, pp 47-51, <a href="http://www.ijbmi.org/papers/Vol(2)10/Version-2/F02102047051.pdf">http://www.ijbmi.org/papers/Vol(2)10/Version-2/F02102047051.pdf</a>	2
Mazouz, A., Crane, K. (2013), Application of Matrix Outcome Mapping to Constructively Align Program Outcomes and Course Outcomes in Higher Education, Journal of Education and Learning; Vol. 2, No. 4; ISSN 1927-5250 E-ISSN 1927-5269, <a href="http://www.ccsenet.org/journal/index.php/jel/article/viewFile/29930/18635">http://www.ccsenet.org/journal/index.php/jel/article/viewFile/29930/18635</a>	2

Vazifehdost, H., Akbarpour, Z., Rostami, J. M., & Hamdi, K. (2013). Key Determinants of Service Quality and Self-Service Technologies in Iranian Banking. <i>International Journal of Marketing Studies</i> , Vol 5, No 6, p133, <a href="http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/view/28681">http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/view/28681</a>	2
Pai, Chen-Kup, Chen, Shun-Hsing, Wang, Te-Wei (2013), An Empirical Study for Measuring Information Technology Department Service Quality from Hospitality's Employees in Macau, <i>Information Technology Journal</i> , Vol. 13, 2013 Asian Network for Scientific Information, ISSN 1812-5638, p 302-309 <a href="http://docsdrive.com/pdfs/ansinet/itj/0000/54608-54608.pdf">http://docsdrive.com/pdfs/ansinet/itj/0000/54608-54608.pdf</a>	2
Calvo-Porral, C., Jean-Pierre Levy-Mangin, Isabel Novo-Corti, (2013) "Perceived Quality in Higher Education: An empirical study", <i>Marketing Intelligence &amp; Planning</i> , Vol. 31 Iss: 6, <a href="http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=17096171&amp;show=abstract">http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=17096171&amp;show=abstract</a>	2
Mark, E (2013), Student satisfaction and the customer focus in higher education, <i>Journal of Higher Education Policy and Management</i> , Vol 35, No1, p 2-10, ISSN 1360-080X (Print), 1469-9508 (Online) <a href="http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1360080X.2012.727703">http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1360080X.2012.727703</a>	2
Martínez, T. L., Toledo, L. D. (2013). What do graduates think? An analysis of intention to repeat the same studies and university. <i>Journal of Marketing for Higher Education</i> , Vol. 23, No 1, p. 62-89, ISSN 0884-1241 (Print), 1540-7144 (Online), DOI: 10.1080/08841241.2013.812589, <a href="http://www.tandfonline.com/doi/ref/10.1080/08841241.2013.812589#tabModule">http://www.tandfonline.com/doi/ref/10.1080/08841241.2013.812589#tabModule</a>	2
Kiarazm, A., Koohkan, F. (2013). Performance Evaluation in Higher Education Institutes with the Use of Combinative Model AHP and BSC, <i>Journal of Basic and Applied Scientific Research</i> , Vol. 3, No 4, p. 940-944, e-ISSN 2090-424x <a href="http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:cliThGyh0A8J:scholar.google.com/&amp;hl=ro&amp;as_sdt=0,5&amp;scioldt=0,5">http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:cliThGyh0A8J:scholar.google.com/&amp;hl=ro&amp;as_sdt=0,5&amp;scioldt=0,5</a>	2
Shahram Gilaninia, Mohmmad Taleghani, Mohammad Reza Khorshidi Talemi (2013), Investigating the Impact of Service Quality in Distribution System on Customer Satisfaction, <i>Singaporean Journal of Business Economics and Management Studies</i> , Vol.2, No.1, p. 60-66, ISSN 2301-3621, <a href="http://www.singaporeanjbem.com/pdfs/SG_VOL_2_(1)/6.pdf">http://www.singaporeanjbem.com/pdfs/SG_VOL_2_(1)/6.pdf</a>	2



Serban, D., Gruiescu, M., Mitrut, C. (2013). Quantitative Study on Students Satisfaction Concerning Private Economics Universities in Romania. Procedia-Social and Behavioral Sciences, Vol. 83, p. 723-728, ISSN: 1877-0428, <a href="http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813012032">http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813012032</a>	2
Dorasamy, N., Balkaran, R. (2013), Role of Student Ratings of Lecturers in Enhancing teaching at Higher Education Institutions: A case study of the Durban University of Technology, Journal of Economics and Behavioral Studies, Vol. 5, No 5, pp. 268-281, ISSN 2220-6140, <a href="http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:w0Aa_YE5tgkJ:scholar.google.com/&amp;hl=ro&amp;as_sdt=0,5&amp;scioldt=0,5">http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:w0Aa_YE5tgkJ:scholar.google.com/&amp;hl=ro&amp;as_sdt=0,5&amp;scioldt=0,5</a>	2
Duarte, PO, MB Raposo, HB Alves (2012), Using a Satisfaction Index to Compare Students' Satisfaction During and After Higher Education Service Consumption/Tertiary Education and Management, Tertiary Education and Management, Vol. 18, ISSN 10.1080/13583883.2011.609564, Vol 18, <a href="http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13583883.2011.609564">http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13583883.2011.609564</a>	2
Ali, RH Tariq, KJ Topping (2012), Perspectives of academic activities in universities in Pakistan, Journal of Further and Higher Education, p. 1-28, ISSN 0309-877X (Print), 1469-9486 (Online) <a href="http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0309877X.2011.645454">http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0309877X.2011.645454</a>	2
Small, F, D Dowell, P Simmons (2012), Teacher communication preferred over peer interaction: Student satisfaction with different tools in a virtual learning environment, Journal of International Education in Business, Vol. 5, Nr. 2, p 114-128, ISSN: 2046-469X, <a href="http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=17062923&amp;show=abstract">http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=17062923&amp;show=abstract</a>	2
Hussain Ali Bekhet, Basheer Abbas Al-alak (2011), Measuring e-statement quality impact on customer satisfaction and loyalty, International Journal of Electronic Finance, Vol. 5, No. 4, ISSN 1746-0069 (Print), 1746-0077 (Online) p. 299-315, DOI - 10.1504/IJEF.2011.043345, <a href="http://inderscience.metapress.com/content/D57R30U884X3W8J5">http://inderscience.metapress.com/content/D57R30U884X3W8J5</a>	2
William F. Vásquez, Jennifer Trudeaub (2011), External and Internal Consistency of User Evaluations, International Journal of Public Administration, Vol. 4, No 14, DOI: 10.1080/01900692.2011.616989, p.918-925, ISSN 0190-0692 (Print), 1532-4265 (Online) <a href="http://www.tandfonline.com/doi/ref/10.1080/01900692.2011.616989#tabModule">http://www.tandfonline.com/doi/ref/10.1080/01900692.2011.616989#tabModule</a>	2

David Schüller, Vladimír Chalupský (2011), Internal Marketing Communication Of Higher Education Institutions, Economics And Management, No 16, p. 1316-1322, <a href="http://www.ktu.edu/lt/mokslas/zurnalai/ekovad/16/1822-6515-2011-1316.pdf">http://www.ktu.edu/lt/mokslas/zurnalai/ekovad/16/1822-6515-2011-1316.pdf</a>	2
Basheer Abbas Al-allak , Hussain Ali Bekhet (2011), Beyond SERVQUAL: A Paradigm Shift, Australian Journal of Basic and Applied Sciences, Vol. 5, No. 7, p. 129-134, ISSN 1991-8178, <a href="http://www.ajbasweb.com/ajbas/2011/July-2011/129-134.pdf">http://www.ajbasweb.com/ajbas/2011/July-2011/129-134.pdf</a>	2
<b><u>Adriana Manolica, Claudia Bobalca, Oana Ciobanu, (2011), “Qualitative observation applied in promotional strategy design”, The Annals of the Stefan cel Mare University Suceava. Fascicle of The Faculty of Economics and Public Administration, vol.11, nr.2(14)/2011, ISSN: 2066-575X (articol B+) indexat BDI în RePeC, DOAJ, Cabell's, EBSCO, Scientific Commons, Public Knowledge, Project (PKP), Scirus, Socionet, Intute, Index Copernicus, Disponibil la: <a href="http://seap.usv.ro/annals/ojs/index.php/annals/article/viewArticle/408">http://seap.usv.ro/annals/ojs/index.php/annals/article/viewArticle/408</a> <a href="http://ideas.repec.org/a/scm/ausvfe/v11y2011i2%2814%29p40-45.html">http://ideas.repec.org/a/scm/ausvfe/v11y2011i2%2814%29p40-45.html</a>, p.40-45, articol citat in:</u></b>	
Gina Butnaru (2012), THE IMPACT OF THE QUALITY OF TOURIST PRODUCTS AND SERVICES ON THE CUSTOMERS OF A TOURISM AGENCY , Revista de turism, nr 14/2012, de în articolul, vol 14, ISSN: 18442994, <a href="http://www.revistadeturism.ro/index.php/rdt/article/view/21">http://www.revistadeturism.ro/index.php/rdt/article/view/21</a>	2
<b><u>Jijie, T., Bobâlcă, C. (2009), „Beyond Credibility: Scale Development for Measuring a Candidate’ Profile”, Transformations in Business &amp; Economics, Vol. 8, Nr. 3 (18), Supplement A, 2009, ISSN 1648-4460, p. 244-254, revistă indexată, factor de impact 1,67 (ISI Web of Knowledge Thomson Reuters, EBSCO, e-JEL etc), <a href="http://www.transformations.khf.vu.lt/">http://www.transformations.khf.vu.lt/</a>, <a href="http://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=WOS&amp;search_mode=GeneralSearch&amp;qid=1&amp;SID=Y17Pd27PHKpOhd6PCF2&amp;page=1&amp;doc=3">http://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=WOS&amp;search_mode=GeneralSearch&amp;qid=1&amp;SID=Y17Pd27PHKpOhd6PCF2&amp;page=1&amp;doc=3</a> , articol citat in:</u></b>	
Pridotkiene, Jurate; Dapkus, Mindaugas (2011), The Model to Evaluate Risk Factors of Exporter-Provided Trade Credit, INZINERINE EKONOMIKA-ENGINEERING ECONOMICS Volume: 22 Issue: 5 Pages: 477-484, Print ISSN: 1392-2785, Online ISSN: 2029-5839, Revista cu factor de impact, Impact factor 0,972 (2012), <a href="http://www.inzeko.ktu.lt/index.php/EE/article/view/966">http://www.inzeko.ktu.lt/index.php/EE/article/view/966</a>	2

3.1.2. Carti	3.1.2.1 In carte de specialitate sau volum colectiv publicate în strainatate – 4 pct	<u>Munteanu, C., Ceobanu, C., Bobalca, C., Anton O., (2010), „An Analysis Of Customer Satisfaction In A Higher Education Context”, International Journal of Public Sector Management Special Edition on Higher Education, vol. 23, nr. 2, p. 124-140, ISSSN/ISBN 0951-3558, indexat în Emerald, <a href="http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1846508">http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1846508</a>, articol citat în:</u>	
		Booton, C.M. (2014), Faculty Members’ Lived Experiences With Academic Quality in For-Profit On-Ground Gainful Employment Programs, Dissertation Manuscript Submitted to Northcentral University, Published by ProQuest LLC 2014, <a href="http://media.proquest.com/media/pq/classic/doc/3172444381/fmt/ai/rep/SPDF?s=qORpp10qBB1UFWeDZuCPWBsJdrU%3D">http://media.proquest.com/media/pq/classic/doc/3172444381/fmt/ai/rep/SPDF?s=qORpp10qBB1UFWeDZuCPWBsJdrU%3D</a>	4
		Padlee, S. F., Yaakop, A. Y. (2013), Service Quality of Malaysian Higher Educational Institutions: A Conceptual Framework, Proceeding - Kuala Lumpur International Business, Economics and Law Conference, ISBN 978-967-11350-1-3, p. 178-193, <a href="http://klibel.com/wp-content/uploads/2013/04/KLB2139-SITI-FALINDAH-PADLEE-AZIZUL-YADI-YAAKOP-SERVICE-QUALITY-OF-MALAYSIAN-HIGHER-EDUCATIONAL-INSTITUTIONS-A-CONCEPTUAL-FRAMEWORK.pdf">http://klibel.com/wp-content/uploads/2013/04/KLB2139-SITI-FALINDAH-PADLEE-AZIZUL-YADI-YAAKOP-SERVICE-QUALITY-OF-MALAYSIAN-HIGHER-EDUCATIONAL-INSTITUTIONS-A-CONCEPTUAL-FRAMEWORK.pdf</a>	4
		2.Miia Kinnunen (2013), Pohjois-Karjalan Ammattikorkeakoulun Opiskelijoiden Käsitä Koulutuksen Laadusta Ja Sen Arvioimisesta, ITÄ-SUOMEN YLIOPISTO, Filosofinen tiedekunta, Kasvatustieteen pro gradu –tutkielma, Helmikuu 2013, <a href="http://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20130187/urn_nbn_fi_uef-20130187.pdf">http://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20130187/urn_nbn_fi_uef-20130187.pdf</a>	4
		Mustaffa, W. S. W., Mohamed, Z. A., Radam, (2013), A. Developing a model of higher education service delivery experience, Business and Information, <b>Conference Proceedings</b> , International Conference on Business and Information, Bali, 2013, p. 231-240, <a href="http://ibac-conference.org/BAI2013/Papers/8.Multidisciplinary%20Articles/8511..pdf">http://ibac-conference.org/BAI2013/Papers/8.Multidisciplinary%20Articles/8511..pdf</a>	4
		David Schüller (2012), Řízení spokojenosti zájmových skupin s kvalitou služeb vysokých škol (Management Of Stakeholder Satisfaction With Service Quality Of Higher Education Institutions) , <b>Teza de doctorat</b> , Brno University of Technology, Faculty of Business and Management, <a href="https://dspace.vutbr.cz/xmlui/bitstream/handle/11012/17273/David%20Schuller-Teze.pdf?sequence=1">https://dspace.vutbr.cz/xmlui/bitstream/handle/11012/17273/David%20Schuller-Teze.pdf?sequence=1</a>	4

		<p>Zi-xiang Hu (2011), The antecedence and consequence of customer satisfaction in higher education: A comprehensive model in China, Service Systems and Service Management (ICSSSM), 2011 8th International Conference, p. 1-6, ISSN : 2161-1890, Print ISBN: 978-1-61284-310-0, DOI 10.1109/ICSSSM.2011.5959448,  <a href="http://ieeexplore.ieee.org/xpl/login.jsp?tp=&amp;arnumber=5959448&amp;url=http%3A%2F%2Fieeexplore.ieee.org%2Fxppls%2Fabs_all.jsp%3Farnumber%3D5959448">http://ieeexplore.ieee.org/xpl/login.jsp?tp=&amp;arnumber=5959448&amp;url=http%3A%2F%2Fieeexplore.ieee.org%2Fxppls%2Fabs_all.jsp%3Farnumber%3D5959448</a></p>	4
<b>3.1.2.1</b> <b>In carte de specialitate sau volum colectiv publicate in tara – 2 pct</b>		<p><b><u>Munteanu, C., Ceobanu, C., Bobalca, C., Anton O., (2010), „An Analysis Of Customer Satisfaction In A Higher Education Context”, International Journal of Public Sector Management Special Edition on Higher Education, vol. 23, nr. 2, p. 124-140, ISSN/ISBN 0951-3558, indexat în Emerald, <a href="http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1846508">http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1846508</a>, articol citat in:</u></b></p>	
		<p>Bacila, M.F., Tirca, A.M., Ciornea, R., Chis, A. (2011), Study Regarding Students’ Satisfaction with Instructional Process as a Dimension of Academic Performance of Institutions of Higher Education, publicat in Dodescu A., Pop, N. Al. (2011), Conference Proceedings, European Integration- New Challenges, 7<sup>th</sup> Edition, ISBN 978-606-10-0521-5,  <a href="http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30856530/conference-proceedings-2011.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIR6FSIMDFXPEERSA&amp;Expires=1377513344&amp;Signature=lrV66twvm95LuMMV%2Bqqaro90PZU%3D&amp;response-content-disposition=inline">http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30856530/conference-proceedings-2011.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIR6FSIMDFXPEERSA&amp;Expires=1377513344&amp;Signature=lrV66twvm95LuMMV%2Bqqaro90PZU%3D&amp;response-content-disposition=inline</a></p>	2
		<p>Ciobanu, O. (2011), Aspecte ale evaluarii credibilitatii site-urilor comerciale, Editura Tehnopress, Iasi, ISBN, 978-973-702-870-9</p>	2
		<p><b><u>Adriana Manolica, Claudia Bobalca, Oana Ciobanu, (2011), “Qualitative observation applied in promotional strategy design”, The Annals of the Stefan cel Mare University Suceava. Fascicle of The Faculty of Economics and Public Administration, vol.11, nr.2(14)/2011, ISSN: 2066-575X (articol B+) indexat BDI în RePeC, DOAJ, Cabell's, EBSCO, Scientific Commons, Public Knowledge, Project (PKP), Scirus, Socionet, Intute, Index Copernicus, Disponibil la: <a href="http://seap.usv.ro/annals/ojs/index.php/annals/article/viewArticle/408">http://seap.usv.ro/annals/ojs/index.php/annals/article/viewArticle/408</a> <a href="http://ideas.repec.org/a/scm/ausvfe/v11v2011i2%2814%29p40-45.html">http://ideas.repec.org/a/scm/ausvfe/v11v2011i2%2814%29p40-45.html</a>, p.40-45, articol citat in:</u></b></p>	

Luca, Florin Alexandru (2013), Marketingul Afacerilor, Ed. Performantica, ISBN 978-973-730-681-4	2
Țuguluea, O. (2013), Promovarea în turism, Editura Tehnopress, Iasi, ISBN 978-606-687-045-0	2
<b><u>Manolică, A., Bobâlcă, C., Ciobanu, O., The perception of marital roles in decision-making processes in the global context, Management of Technological Changes. Proceedings of the 7th International Conference on MTC. Editor C. Rusu, ISBN 978-960-99486-1-6, pg. 157-161 a fost citată în:</u></b>	
Pelău, C., Stamule, T., Aspects regarding the buying behavior of the romanian consumer, publicată în Proceedings of the 6th International Conference on ICBE, Brasov, Romania, vol 2, Editor C. Brătianu, ISBN 978-973-598-939-2, pg. 75-78 – ISI Proceedings	2
<b><u>Manolică, A., Bobâlcă, C., Ciobanu, O., Sasu, C., A Method to Assess Credibility of Commercial Web Sites. One level to change consumers' attitude and behavior, Management of Technological Changes. Proceedings of the 7th International Conference on MTC. Editor C. Rusu, ISBN 978-960-99486-1-6, pg. 161-165 a fost citată în:</u></b>	
Butnaru, G.I., Rusu Cigu, E., Statistical modelling based on frequency of the quality of tourist products and services. Analysis from the point of view of the customers of the tourist accomodation structures of Vatra Dornei Area, publicată în Proceedings of the 8th International Scientific Conference Eco-Trend 2011, Târgu Jiu, House Publisher Academica Brâncuși, ISSN 2248-0889, pg. 347-354 – BDI	2
Luca, Florin Alexandru, Marketingul Afacerilor, Ed. Performantica, 2013, ISBN 978-973-730-681-4	2
<b><u>Bobâlcă, C., Anton O. (2007), „Managementul relațiilor cu clienții în Era Digitală”, <i>Piața europeană – o provocare pentru firmele românești</i>, Iași: Editura Universității Alexandru Ioan Cuza, ISBN 978-973-703-280-5 - citat in</u></b>	
Ciobanu, O. (2011), Aspecte ale evaluării credibilitatii site-urilor comerciale, Editura Tehnopress, Iasi, ISBN, 978-973-702-870-9	2
<b><u>Anton, O., Bobâlcă, C., (2008), „Analiză a influenței experienței profesorilor asupra performanțelor academice ale studenților”, <i>Societatea Europeană și Strategia de Marketing</i>, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza, Iași, ISSN 03797864, p. 120-131, articol citat în:</u></b>	

			Ciobanu, O. (2011), Aspecte ale evaluarii credibilitatii site-urilor comerciale, Editura Tehnopress, Iasi, ISBN, 978-973-702-870-9	2
			<b><u>Munteanu, C., Bobâlcă, C., Anton, O. (2007), „Aprecieri și percepții ale studenților asupra învățământului economic superior”, Piața europeană – o provocare pentru firmele românești, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza, Iasi, p. 611- 626, ISBN 978-973-703-280-5, articol citat în:</u></b>	
			Ciobanu, O. (2011), Aspecte ale evaluarii credibilitatii site-urilor comerciale, Editura Tehnopress, Iasi, ISBN, 978-973-702-870-9	2
			<b><u>Bobâlcă, C. (2008). „Importanța implementării strategiilor de păstrare și fidelizare a clienților în afaceri”, Convergența economică și rolul cunoașterii în condițiile integrării în UE, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza Iasi articol citat în:</u></b>	
			Țuguluea, O (2013), Promovarea în turism, Editura Tehnopress, Iasi, ISBN 978-606-687-045-0	2
			<b><u>Bobâlcă, C. (2013). “Study Of Customers’ Loyalty: Dimensions And Facets”, Revista Management &amp; Marketing, Vol. XI, Issue 1/2013, Editura Universitatii Craiova, p. 104-114, articol citat în:</u></b>	
			Țuguluea, O (2013), Promovarea în turism, Editura Tehnopress, Iasi, ISBN 978-606-687-045-0	2
3.2 Prezentați invitați în plenul unor manifestări științifice naționale și internaționale Profesor invitat (exclusiv ERASMUS)		3.2.1. internaționale		
		3.2.2. naționale		
3.3. Membri în colectivele de redacție sau comitete științifice al revistelor și manifestărilor științifice, organizator de manifestări științifice		3.3.1 ISI – 4 pct	Reviewer pentru IWFBE-2014 - International Workshop on Finance, Business, Economics, Marketing and Information Systems IWFBE-2014, International Workshop on Finance, Business, Economics, Marketing and Information Systems, Turcia, Antalya, <a href="http://eas-scoop.org/iwfbe/committees.php">http://eas-scoop.org/iwfbe/committees.php</a> (ISI Proceedings)	4

/ Recenzor pentru reviste si manifestari stiintifice nationale si internationale indexate ISI	3.3.2 BDI – 2 pct	Reviewer pentru Revista de turism - studii si cercetari in turism, Revista indexata BDI- EBSCO, DOAJ, REPEC, Cabell, Ulrich's, Periodicals Directory, SCIPPO, INTUTE - social sciences, ICAAP, Canada, CIRET, Genamics JournalSeek, Academic Journals Database, SCIRUS, Socionet, The University of Hong Kong Libraries <a href="http://revistadeturism.ro/rdt/about/editorialTeam">http://revistadeturism.ro/rdt/about/editorialTeam</a> . Persoana de contact Iulian CONDRATOV, <a href="mailto:revistadeturism@yahoo.com">revistadeturism@yahoo.com</a>	2
	3.3.3 Nationale si internationale neindexate – 1 pct	<u>Membru in colectivul de redactie pentru volumele publicate in cadrul conferintelor nationale:</u>	
		Sasu, C., Anton, O., Bobâlcă, C. (2007). Piața europeană, o provocare pentru firmele românești, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza, Iași, 2007, ISBN 978-973-703-280-5 - Iași, 26 – 27 octombrie 2007, Conferința Științifică Piața europeană – o provocare pentru firmele românești, Eveniment cofinanțat de Autoritatea Națională pentru Cercetare Științifică, Catedra de Management Marketing a Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor, Universitatea Alexandru Ioan Cuza Iași	1
		Munteanu, C., Monoranu, A., Bobâlcă, C. (2007). COROMAR, Conferința Română de Marketing, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza, , Iași, I.S.S.N 0379-7864- Iași, 27-28 septembrie 2007, Conferința Română de Marketing COROMAR'07, European Society and Marketing Strategy, Eveniment cofinanțat de Autoritatea Națională pentru Cercetare Științifică, Catedra de Management Marketing a Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor, Universitatea Alexandru Ioan Cuza Iași	1
		<u>Membru in comitetele de organizare ale manifestarile stiintifice:</u>	
		Membru în <b>Comitetul de program</b> în cadrul Conferinței Științifice „Piața europeană – o provocare pentru firmele românești”, cu sprijinul Autorității Naționale pentru Cercetare Științifică, Catedra de Management Marketing a Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor, Universitatea Alexandru Ioan Cuza Iași, 26 – 27 octombrie 2007	1
		Membru în <b>Comitetul de organizare</b> în cadrul Conferinței Române de Marketing COROMAR'07, European Society and Marketing Strategy, Catedra de Management Marketing a Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor, Universitatea Alexandru Ioan Cuza Iași, 27-28 septembrie 2007, Iași (Editor)	1
		Membru în <b>Comitetul de organizare</b> în cadrul EMAC CEE Regional Conference, second edition, “Marketing Myths and Methodology”, 21-23 septembrie 2011, Iași, România	1

3.4. Experiența de management, analiză și evaluare în cercetare și/sau învățământ		3.4.1 Conducere 3 pct		
		3.4.2. Membru 2 pct		
3.5 Profesor asociat/visiting/cadru didactic universitar la o universitate din străinătate, pentru o perioadă de minim 2 săptămâni sau efectuarea unui stagiul postdoctoral cu o durată de cel puțin o luna la o universitate din străinătate - 2 pct			<p>2-8 iunie 2014- beneficiară a unei burse în cadrul programului Erasmus Teaching Program, University of Lodz, Faculty of Economics and Sociology, Lodz, Polonia, durata stagiului: o săptămână</p> <p>iulie 2007 - Stagiul în cadrul proiectului cu finanțare internațională Jean Monnet : "Integrarea României în Uniunea Europeană - costuri și beneficii" - la Universitatea Konstanz, Germania; durata stagiului: 4 săptămâni</p>	2

### Criterii opționale

3.6 Premii	3.6.1 Academia Română			
	3.6.2 ASAS, AOSR, academii de ramură și CNCS			
	3.6.3 premii internaționale			
	3.6.4 premii naționale în domeniu			



3.7 Membru in academii, organziatii, asociatii profesionale de prestigiu, nationale si international, apartenenta la organizatii din domeniul educatiei si cercetarii	3.7.1 Academia Română			
	3.7.2 ASAS, AOSR si academii de ramura			
	3.7.3 Conducere asociatii profesionale	3.7.3.1 internationale		
		3.7.3.2 nationale		
	3.7.4 Membru in asociatii profesionale	3.7.4.1 internationale		
		3.7.4.2 nationale		
	3.7.5 Organizatii in domeniul educatiei si cercetarii	3.7.5.1 Conducere		
		3.7.5.2 Membru - 2 pct	2009 – 2010 - Membră a rețelei internaționale de cercetare PGV 2011- 2012 - membru European Marketing Academy (EMAC)	

4

<b>TOTAL A3</b>	<b>123 &gt;5</b>
<b>Total A3 pentru ultimii 3 ani</b>	<b>110 &gt;2.5</b>

Criteriul	punctaj candidat	punctaj minim	Criteriul	punctaj candidat	punctaj minim
A1	26.2	(> 10)	A1 (în ultimii 3 ani)	24.98	(>5)
A2	97.5	(>35)	A2 (în ultimii 3 ani)	54.67	(>17.5)
A3	123	(>5)	A3 (în ultimii 3 ani)	110	(>2.5)
TOTAL	246.7	(>50)		189.65	(>25)