

FIȘĂ DE AUTOEVALUARE

Candidat: Obadă Daniel Rareș

Poziția vizată: Asistent universitar - Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor din cadrul Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași

Poziția în statul de funcții: 68

Departament: Management, Marketing și Administrarea Afacerilor

Disciplinele: Comportamentul consumatorului; Marketing direct; Marketing

Nr. crt.	Descriptori	Descriere	Punctaj auto-evaluare	Punctaj evaluare
ACTIVITATEA DE CERCETARE				
1.	Articole științifice publicate în extenso în reviste indexate Web of Science fără factor de impact	Culache, O., & Obadă, D. R. (2014). Multimodality as a Premise for Inducing Online Flow on a Brand Website: A Social Semiotic Approach. <i>Procedia - Social and Behavioral Sciences</i> , Vol. 149, pp. 261–268, doi:10.1016/j.sbspro.2014.08.227	20/2=10	
		Obadă, D. R. (2014). Online Flow Experience and Perceived Quality of a Brand Website: InPascani.ro Case Study. <i>Procedia - Social and Behavioral Sciences</i> , Vol. 149, pp. 673–679, doi:10.1016/j.sbspro.2014.08.252	20	
		Obadă, D. R. (2014). Measuring Perceived Service Quality Offline vs. Online: A New PeSQ Conceptual Model. <i>Procedia Economics and Finance</i> , Vol. 15, pp. 538–551, doi:10.1016/S2212-5671(14)00505-X	20	
		Obadă, D. R. (2013). Flow Theory and Online Marketing Outcomes: A Critical Literature Review. <i>Procedia Economics and Finance</i> , Vol. 6, pp. 550–561, doi:10.1016/S2212-5671(13)00173-1	20	
2.	Articole științifice publicate în extenso în reviste indexate BDI	Obadă, D. R. (2014). Exploring the Mediating Role of Perceived Quality Between Online Flow and Customer's Online Purchase Intention on a Restaurant E-Commerce Website. <i>The Yearbook of The "Gh. Zane" Institute of Economic Researches</i> , Vol. 23, Issue 1, pp. 35-44.	15	

3.	Articole științifice publicate în extenso în volumele conferințelor	Obadă, D. R., Ceobanu C., Munteanu, C. (2014). Exploring the relationship between online flow experience and perceived quality of a brand website: a conceptual model. In M. Szymura-Tyc (ed.), 5 th EMAC Regional Conference - Marketing Theory Challenges in Emerging Markets (pp. 145 - 152), Katowice, Polonia: University of Economics in Katowice, ISBN: 978-83-7875-210-3.	5/3=1,6	
		Obadă, D. R. (2014). Innovation in Measuring the Perceived Quality of E-Commerce Websites: A Critical Review of Extant Knowledge. In B. Plahteanu (ed.), The 18th International Conference "Inventica 2014" (pp. 331 - 342), Editura PERFORMANTICA, ISSN: 1844-7880.	5	
4.	Contracte de cercetare științifică în instituții academice (universități, institute ale Academiei Române, institute naționale de cercetare, institute de cercetare din străinătate, alte categorii de institute academice)	Contract de bursă doctorală nr. 18 din data de 22.05.2014, perioada mai - septembrie 2014, între Academia Română, Filiala Iași, Universitatea „Al. I. Cuza” din Iași și Obadă Daniel Rareș (doctorand anul III), în cadrul proiectului „Inovare și dezvoltare în structurarea și reprezentarea cunoașterii prin burse doctorale și postdoctorale” – POSDRU/159/1.5/S/133675, valoare proiect 11.076.383,15 lei, contract național, număr membri grupe de cercetare: 12 membri X 14 grupe = 168 membri. Calculație = 22 X 50/168= 6,5	6,5	
5.	Citări și recenzii ale lucrărilor științifice	Obadă, D. R. (2013). Flow Theory and Online Marketing Outcomes: A Critical Literature Review. <i>Procedia Economics and Finance</i> , Vol. 6, pp. 550-561, doi:10.1016/S2212-5671(13)00173-1, citat în: DAVIDAVIČIENĖ, V. & SABAITYTĖ, J. (2014). The analysis of research on internet marketing. <i>Business: Theory and Practice</i> , 15(3), pp. 220–233, ISSN 1648-0627. Revistă indexată în: SCOPUS; ICONDA (The International CONstruction Database); Google Scholar; CSA (Cambridge Scientific Abstracts): Advanced Polymers Abstracts, Aerospace & High Technology Database, Aluminum Industry Abstracts, CSA Civil Engineering Abstracts, CSA Engineering Research Database, CSA High Technology Research Database with Aerospace, CSA Materials Research Database with METADEX, CSA Mechanical & Transportation Engineering Abstracts, CSA Technology Research Database, Ceramic Abstracts/World Ceramic Abstracts, Composites Industry Abstracts, Computer and Information Systems Abstracts Journal,	10	

		Corrosion Abstracts, Earthquake Engineering Abstracts, Electronics and Communications Abstracts Journal, Engineered Materials Abstracts, International Aerospace Abstracts, Materials Business File, METADEX, Solid State and Superconductivity Abstracts; Gale®: Academic OneFile, Business & Company ProFile ASAP, Business & Company Resource Center, Business ASAP, Business ASAP International, General Business File ASAP, InfoTrac Custom; ProQuest: Ulrichsweb™, Summon™; EBSCOhost: Business Source Complete, Business Source Corporate, Current Abstracts, TOC Premier; ERIH PLUS; C.E.E.O.L (Central and Eastern European Online Library); DOAJ (Directory of Open Access Journals); IndexCopernicus international databases.		
6.	Participări la manifestări științifice	Participarea cu lucrarea "EXPLORING USER'S FLOW-PROPENSITY WHILE BROWSING ON A BRAND WEBSITE: USING THE BIG FIVE MODEL TO ASSES AUTOTELIC PERSONALITY" la CONFERINȚA INTERNAȚIONALĂ: "HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES TODAY. CLASSICAL AND CONTEMPORARY ISSUES", ACADEMIA ROMÂNĂ, FILIALA IAȘI, 7-10 May 2015, ROMÂNIA.	10	
		Participarea cu lucrarea realizată în co-autorat: "EXPLORING THE RELATIONSHIP BETWEEN ONLINE FLOW EXPERIENCE AND PERCEIVED QUALITY OF A BRAND WEBSITE: A CONCEPTUAL MODEL" la 5TH EMAC REGIONAL CONFERENCE - MARKETING THEORY CHALLENGES IN EMERGING MARKETS HOSTED BY THE UNIVERSITY OF ECONOMICS IN KATOWICE - POLAND, 24-26 SEPTEMBER, 2014	10	
		Participare cu lucrarea "INNOVATION IN MEASURING THE PERCEIVED QUALITY OF E-COMMERCE WEBSITES: A CRITICAL REVIEW OF EXTANT KNOWLEDGE" la THE 18th INTERNATIONAL CONFERENCE "INVENTICA 2014", (July 2 nd - 4 th , 2014), IAȘI, ROMÂNIA	10	
		Participare cu lucrarea "METHODOLOGICAL CHALLENGES AND INNOVATIONS IN STUDYING ONLINE FLOW INFLUENCE ON PERCEIVED QUALITY OF A E-COMMERCE WEBSITE" la "CONFERINȚA ȘTIINȚIFICĂ INTERNAȚIONALĂ EDIȚIA a - X - a - DEZVOLTARE ECONOMICĂ – SOCIAL DURABILĂ A EUROREGIUNILOR ȘI A ZONELOR TRANSFRONTALIERE IN CADRUL FORUMULUI TRANSFRONTALIER AL EUROREGIUNII SIRET-PRUT-NISTRU, EDIȚIA A-II-A, 27 Iunie 2014, BĂLȚI, REPUBLICA MOLDOVA.	10	

	Participare cu lucrarea: "ONLINE FLOW EXPERIENCE AND PERCEIVED QUALITY OF A BRAND WEBSITE: INPASCANI.RO CASE STUDY" la INTERNATIONAL CONFERENCE LOGOS UNIVERSALITY MENTALITY EDUCATION NOVELTY (LUMEN 2014), IAȘI, ROMÂNIA	10	
	Participare cu lucrarea realizată în co-autorat: "MULTIMODALITY AS A PREMISE FOR INDUCING ONLINE FLOW ON A BRAND WEBSITE: A SOCIAL SEMIOTIC APPROACH" la INTERNATIONAL CONFERENCE LOGOS UNIVERSALITY MENTALITY EDUCATION NOVELTY (LUMEN 2014), IAȘI, ROMÂNIA	10	
	Participare cu lucrarea "MEASURING PERCEIVED SERVICE QUALITY OFFLINE VS. ONLINE: A NEW PESQ CONCEPTUAL MODEL" la INTERNATIONAL CONFERENCE EMERGING MARKETS QUERIES IN FINANCE AND BUSINESS, 24-27 OCTOBRIE 2013, TÂRGU MUREȘ, ROMÂNIA	10	
	Participare cu lucrarea "FLOW THEORY AND ONLINE MARKETING OUTCOMES: A CRITICAL LITERATURE REVIEW" la 20th INTERNATIONAL ECONOMIC CONFERENCE - IECS 2013 „POST CRISIS ECONOMY: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES” SIBIU, ROMÂNIA	10	
	Participare cu lucrarea "MEASURING THE PERCEIVED QUALITY OF A COMMERCIAL WEB SITE: A CRITICAL LITERATURE REVIEW" la "DOCTORAL SCHOOL OF ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION INTERNATIONAL CONFERENCE" 2013, IAȘI, ROMÂNIA	10	
	Participare cu lucrarea "THE IMPACT OF ONLINE FLOW ON A BRAND'S PERCEIVED QUALITY" la 4 th EMAC (European Marketing Academy) CEE REGIONAL CONFERENCE MARKETING THEORY AND CHALLENGES IN EMERGING SOCIETIES, DOCTORAL COLLOQUIM, 25 SEPTEMBRIE, 2013 – SANKT PETERSBURG, RUSSIA	10	
TOTAL PUNCTAJ ACTIVITATE DE CERCETARE		208,1	

ACTIVITATEA DIDACTICĂ				
1.	Organizare de aplicații și practică de specialitate	Organizare practică de specialitate în cadrul rețelei radio Impact FM pentru studenții specializării Comunicare și Relații Publice din cadrul Facultății de Filosofie și Științe Social-Politice, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, în anii universitari: 2011/2012, 2012/2013, 2013/2014	15	
		Organizare aplicații aferente capitolului „Cercetarea de marketing” din cadrul seminarului „Comunicare integrată de marketing” susținut la specializarea Comunicare și Relații Publice din cadrul Facultății de Filosofie și Științe Social-Politice, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” - studii de piață privind audiența radio din municipiul Iași, derulate în anii 2010, respectiv 2011.	10	
TOTAL PUNCTAJ ACTIVITATE DIDACTICĂ			25	
TOTAL PUNCTAJ ACTIVITATE ȘTIINȚIFICĂ (70%) ȘI ACTIVITATE DIDACTICĂ (30%)			153,17	