



LISTA COMPLETĂ A LUCRĂRILOR ȘTIINȚIFICE

Candidat: Obadă Daniel Rareș

Poziția vizată: Asistent universitar la Facultatea de Filosofie și Științe Social - Politice din cadrul Universității „Alexandru Ioan Cuza ” din Iași

Poziția în statul de funcții: 19

Departament: Științe ale Comunicării și Relații Publice

Disciplinele: Managementul relațiilor publice; Practica de specialitate; Comunicare politică; Fundamente ale relațiilor publice; Relații publice la nivelul ONG-urilor; Relații publice prin Internet; Scriitură în PR și publicitate; Îndrumare lucrare licență.

Cărți științifice publicate (doar prima ediție):

Obadă, D. R. (2015). *Impactul stării de flux din mediul on-line asupra calității percepute a unui site web de brand*. Pro Universitaria, București, ISBN 978-606-26-0418-9

Articole științifice publicate in extenso în reviste indexate Web of Science fără factor de impact:

Obadă, D. R. (2014). Online Flow Experience and Perceived Quality of a Brand Website: InPascani.ro Case Study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 149, pp. 673–679, doi:10.1016/j.sbspro.2014.08.252

Obadă, D. R. (2014). Measuring Perceived Service Quality Offline vs. Online: A New PeSQ Conceptual Model. *Procedia Economics and Finance*, Vol. 15, pp. 538–551, doi:10.1016/S2212-5671(14)00505-X

Culache, O., & Obadă, D. R. (2014). Multimodality as a Premise for Inducing Online Flow on a Brand Website: A Social Semiotic Approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 149, pp. 261–268, doi:10.1016/j.sbspro.2014.08.227

Obadă, D. R. (2013). Flow Theory and Online Marketing Outcomes: A Critical Literature Review. *Procedia Economics and Finance*, Vol. 6, pp. 550-561, doi:10.1016/S2212-5671(13)00173-1

**Articole științifice publicate in 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. *The Yearbook of The "Gh. Zane" Institute of Economic Researches*, Vol. 23, Issue 1, pp. 35-44.

Articole științifice publicate in 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.), 5th 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.

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.