



ANEXA 2

FIȘĂ PRIVIND ÎNDEPLINIREA STANDARDELOR MINIMALE PE DOMENII ALE UNIVERSITĂȚII

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.

I. CĂRȚI ȘTIINȚIFICE PUBLICATE (DOAR PRIMA EDIȚIE):

1. 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

II. ARTICOLE ȘTIINȚIFICE PUBLICATE *IN EXTENSO* ÎN REVISTE INTERNAȚIONALE, DIN CARE 2 INDEXATE BDI (ISI, Scopus, EBSCO, EconLit, REPEC, DOAJ, Cabell's, JSTOR, Science Direct, SpringerLink, ProQuest):

1. 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

2. 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

3. 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

4. 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



III. MEMBRU ÎN ECHIPA UNUI PROIECT DE CERCETARE SAU 1 ARTICOL ȘTIINȚIFIC PUBLICAT *IN EXTENSO* ÎN REVISTĂ INTERNAȚIONALĂ INDEXATĂ BDI (ISI, Scopus, EBSCO, EconLit, REPEC, DOAJ, Cabell's, JSTOR, Science Direct, SpringerLink, ProQuest):

1. 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.

2. 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.