



LISTA COMPLETĂ A LUCRĂRILOR ȘTIINȚIFICE PUBLICATE

CANDIDAT: Asist. univ. dr. Obadă Daniel-Rareș

POZIȚIA VIZATĂ: Lector universitar - Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice din cadrul Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași

Poziția în statul de funcții: 12

DEPARTAMENT: Științe ale Comunicării și Relații Publice

1. CĂRȚI ȘTIINȚIFICE PUBLICATE (DOAR PRIMA EDIȚIE) – EDITURI ACADEMICE NAȚIONALE:

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.

2. ARTICOLE ȘTIINȚIFICE PUBLICATE *IN EXTENSO* ÎN REVISTE INDEXATE *WEB OF SCIENCE* (FĂRĂ FACTOR DE IMPACT):

Fârte, G. I, & Obadă, D. R. (2018). Reactive Public Relations Strategies for Managing Fake News in the Online Environment. *Postmodern Openings*, Vol. 9, Issue 2, pp: 26-44, doi: <https://doi.org/10.18662/po/16>.

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. (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.

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.



3. ARTICOLE ȘTIINȚIFICE PUBLICATE *IN EXTENSO* ÎN REVISTE INDEXATE

BDI:

Obadă, D. R. (2019). Sharing Fake News About Brands on Social Media: a New Conceptual Model Based on Flow Theory. *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, Vol. 17, Issue 2, pp. 144-166.

Obadă, D. R. (2018). Methodological Issues Related to Radio Measurement and Ratings in Romania: Solutions and Perspectives. *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, Vol. 16, Issue 1, pp. 94-119.

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.

4. RECENZII PUBLICATE *IN EXTENSO* ÎN REVISTE INDEXATE BDI:

Obadă, D. R. (2018). Measuring "Consumers' Hearts". *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, Vol. 16, Issue 1, pp. 123-129.

5. Articole științifice publicate *in extenso* în volumele conferințelor internaționale:

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.