

Instituția de învățământ superior **Academia de Studii Economice din București**

Facultatea de **Administrarea Afacerilor cu predare în limbi straine**

Departamentul UNESCO pentru Administrarea Afacerilor

Poz. **57** Postului **Asistent Universitar** Disciplina(ele) postului: Mediul European de Afaceri (germană), Calitate și inovare în afaceri (germană), Bazele Economiei Întreprinderii (engleză), Practică-Administrarea Afacerilor (engleză);

Proiecte economice și jocuri de afaceri (germană);

Domeniul **Administrarea Afacerilor**

**Fișa de verificare a îndeplinirii standardelor pentru ocuparea  
postului de ASISTENT UNIVERSITAR pe perioadă nedeterminată**  
publicat în Monitorul Oficial al României nr. 368 în data de 6.05.2021

Candidat STAMULE STERE Data nașterii:16.02.1986

Funcția actuală: Cadru didactic asociat Data numirii în funcția actuală: 28.09.2020

Instituția: Facultatea de Administrarea Afacerilor cu predare în limbi straine, ASE

**1. Studiile universitare de licență**

Nr.crt.	Instituția de învățământ superior și facultatea absolvită	Domeniul	Perioada	Titlul acordat
1.	Facultatea de Administrarea Afacerilor cu predare în limbi straine, ASE	Administrarea Afacerilor	2005-2008	LICENȚĂ

**2. Studiile universitare de masterat**

Nr.crt.	Instituția de învățământ superior și programul de masterat absolvit	Domeniul	Perioada	Titlul acordat
1.	Facultatea de Administrarea Afacerilor cu predare în limbi straine, ASE	Administrarea Afacerilor	2008-2010	MASTERAT

**3. Studiile de doctorat**

Nr.crt.	Instituția organizatoare de doctorat	Domeniul	Perioada	Titlul științific acordat
1.	Facultatea de Marketing, ASE	Marketing	2012-2018	DOCTORAT

**4. Stagii și burse doctorale (stagii de cel puțin 6 luni)**

Nr.crt.	Țara / instituția	Domeniul	Perioada	Tipul de bursă
1.	„Excelență în cercetarea științifică, interdisciplinară, doctorală și postdoctorală, în domeniile Economic, Social și Medical - EXCELIS” Proiect implementat de Academia de Studii Economice din București în parteneriat cu Universitatea din București și Universitatea de Medicină și Farmacie „Carol Davila” București Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013 Contract POSDRU/159/1.5/S/13890	Marketing	2014-2015	POSDRU

5. *Grade didactice / profesionale*

Nr.crt.	Instituția	Domeniul	Perioada	Titlul / postul didactic sau gradul profesional
1.				

6. *Îndeplinirea obligatorie, în conformitate cu Anexa 1 la Metodologia de concurs, a cerințelor pentru obținerea calificativului FOARTE BINE.*

Având în vedere cerințele prevăzute în anexa sus menționată și rezultatele cercetării prezentate în continuare, la punctul 6 din prezentul document, se constată:

- existența articolului publicat într-o revistă ISI Web of Knowledge în domeniul Social Science & Science, articol prezent în ISI Web of Knowledge;
- existența a cel puțin trei articole publicate în reviste indexate în minim două baze de date internaționale;
- existența a cel puțin două lucrări publicate în volumele unor conferințe naționale sau internaționale, indexate ISI Proceedings;
- respectarea condiției ca punctajul total înregistrat să fie mai mare de 15.

Astfel, se consideră îndeplinite cerințele pentru obținerea **calificativului FOARTE BINE**.

7. *Realizări profesional-științifice*

În vederea dovedirii îndeplinirii standardelor minimale necesare și obligatorii pentru conferirea titlului didactic de asistent universitar, realizările profesional-științifice se vor structura conform Anexei 1 la *Metodologia de concurs*, aferentă domeniului științific al postului scos la concurs.

Criteriu	Publicație	Punctaj acordat (Pi)	Ki	Punctaj final
<b>1</b>	<b>Cel puțin un articol publicat într-o revistă ISI Web of Knowledge în domeniul Social Science &amp; Science, articol prezent în ISI Web of Knowledge</b>			
	Dima, A.M., Maassen, M.A., Janoskova, K., Stamule, S., Muresan, M.L., Models of Dependencies in Innovation in the European Union - Transformations in Business & Economics, Vol. 19, No 2B (50B), pp.42-59, 2020. Indexată ISI Web of Knowledge, WOS:000630908100002, <a href="http://www.transformations.knf.vu.lt/50b/article/mode">http://www.transformations.knf.vu.lt/50b/article/mode</a>	8	5	1,6
<b>2</b>	<b>Cel puțin trei articole publicate în reviste indexate în minim două baze de date internaționale</b>			
	Stamule., S. – Nudging – a New Way in Promoting Sustainable Development to Succeed in Provoking Behavioral Change, the Ovidius University Annals. Economic Sciences Series - Vol. XVIII, Issue 1/2018, indexată în RePEc, DOAJ, EBSCO, CABELL, <a href="https://doaj.org/article/312d1db1d3564566ad4f87893281ca83">https://doaj.org/article/312d1db1d3564566ad4f87893281ca83</a>	3	1	3
	Stamule,S. - Trends in ethnocentrism of Romanian consumers and their attitudes towards the marketplace, Management & Marketing. Challenges for the Knowledge	3	1	3

	Society   Volume 13: Issue 2, indexată Emerging Sources Citation Index (Web of Science), WOS:000438165500011, <a href="http://DOI.org/10.2478/mmcks-2018-0019">http://DOI.org/10.2478/mmcks-2018-0019</a>			
	Stamule, S. And Trajani, B. - Review of the theoretical and empirical literature of consumer ethnocentrism, Social Sciences and Education Research Review, 2015, vol. 2, issue 1, 41-54 indexată în DOAJ, REPEC, <a href="https://EconPapers.repec.org/RePEc:edt:jsserr:v:2:y:2015:i:1:p:41-54">https://EconPapers.repec.org/RePEc:edt:jsserr:v:2:y:2015:i:1:p:41-54</a>	3	2	1.5
	Stamule, S. –C onsumer Ethnocentrism: a Concept to Support the Increase the Economic Resilience of a Market, Review of International Comparative Management Volume 22, Issue 1, March 2021 indexată în RePec, EBSCO, Cabells Database, DOI.org/10.24818/RMCI.2021.1.28	3	1	3
	Ploșteanu, M., Stamule, S., Tatu, C. I. - Consumer education using social marketing, International Journal of Economic Practices and Theories, Vol. 4, No. 2, 2014, Special issue on Marketing and Business Development, indexată în REPEC, Cabells, <a href="http://www.ijept.eu/index.php/ijept/article/view/Consumer_Education_Using_Social_Marketing">http://www.ijept.eu/index.php/ijept/article/view/Consumer_Education_Using_Social_Marketing</a>	3	3	1
<b>3</b>	<b>Cel puțin două lucrări publicate în volumele unor conferințe naționale sau internaționale, indexate ISI Proceedings</b>			
	Busu, M and Stamule, S. - An ANP approach to estimate the market shares of the car industry companies in Romania, Proceedings of the International Conference on Business Excellence   Volume 14: Issue 1, 2020 Indexată ISI Web of Knowledge, WOS:000556549000090, DOI.org/10.2478/picbe-2020-0090	3	2	1.5
	Stamule, S. and Todea, S. - Millennials between consumer ethnocentrism and attitudes towards local campaigns, Proceedings of the International Conference on Business Excellence   Volume 11/2017: Issue 1, indexată ISI Web of Knowledge WOS:000431004400076, DOI.org/10.1515/picbe-2017-0076	3	2	1.5
	<b>TOTAL (&gt;=15)</b>			<b>16.1</b>

#### BAZE DE DATE

Criteriu	Publicație	Baze de date
1	Dima, A.M., Maassen, M.A., Janoskova, K., Stamule, S., Muresan, M.L. - Models of Dependencies in Innovation in the European Union”, Transformations in Business & Economics, Vol. 19, No 2B (50B), pp.42-59, 2020, indexată ISI Web of Knowledge, <a href="http://www.transformations.knf.vu.lt/50b/article/mode">http://www.transformations.knf.vu.lt/50b/article/mode</a>	ISI Web of Knowledge
2	Busu, M. and Stamule, S. - An ANP approach to estimate the market shares of the car industry companies in Romania, Proceedings of the International Conference on Business Excellence   Volume 14: Issue 1, 2020, indexată ISI Web of Knowledge, WOS:000556549000090, <a href="http://DOI.org/10.2478/picbe-2020-0090">http://DOI.org/10.2478/picbe-2020-0090</a>	ISI Web of Knowledge
3	Stamule, S. – Nudging – a New Way in Promoting Sustainable Development to Succeed in Provoking Behavioral Change, the Ovidius University Annals. Economic Sciences Series - Vol. XVIII, Issue 1/2018, <a href="https://doaj.org/article/312d1db1d3564566ad4f87893281ca83">https://doaj.org/article/312d1db1d3564566ad4f87893281ca83</a>	REPEC, DOAJ, EBSCO, CABELL

4	Stamule, S. - Trends in ethnocentrism of Romanian consumers and their attitudes towards the marketplace, Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society   Volume 13: Issue 2, 2018 Indexată ISI Web of Knowledge, WOS:000438165500011, <a href="http://DOI.org/10.2478/mmcks-2018-0019">http://DOI.org/10.2478/mmcks-2018-0019</a>	ISI Web of Knowledge
5	Stamule, S. And Todea, S. - Millennials between consumer ethnocentrism and attitudes towards local campaigns, Proceedings of the International Conference on Business Excellence   Volume 11: Issue 1, 2017, indexată Emerging Sources Citation Index (Web of Science), WOS:000431004400076, <a href="http://DOI.org/10.1515/picbe-2017-0076">http://DOI.org/10.1515/picbe-2017-0076</a>	Emerging Sources Citation Index (Web of Science)
6	Stamule, S. And Trajani, B. - Review of the theoretical and empirical literature of consumer ethnocentrism, Social Sciences and Education Research Review, 2015, vol. 2, issue 1, 41-54, <a href="https://EconPapers.repec.org/RePEc:edt:jsserr:v:2:y:2015:i:1:p:41-54">https://EconPapers.repec.org/RePEc:edt:jsserr:v:2:y:2015:i:1:p:41-54</a>	DOAJ, REPEC
7	Stamule, S. - Consumer Ethnocentrism: a Concept to Support the Increase the Economic Resilience of a Market, Review of International Comparative Management Volume 22, Issue 1, March 2021, <a href="http://DOI.org/10.24818/RMCI.2021.1.28">http://DOI.org/10.24818/RMCI.2021.1.28</a>	RePec, EBSCO, Cabells Database
8	Ploeșteanu, M., Stamule, S., Tatu, C. I. - Consumer education using social marketing, International Journal of Economic Practices and Theories, Vol. 4, No. 2, 2014, Special issue on Marketing and Business Development, <a href="http://www.ijept.eu/index.php/ijept/article/view/Consumer_Education_Using_Social_Marketing">http://www.ijept.eu/index.php/ijept/article/view/Consumer_Education_Using_Social_Marketing</a>	REPEC, CABELL

**Data**

15.05.2021

**Candidat,**

STAMULE STERE