

Instituția de învățământ superior ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Facultatea MARKETING

Departamentul MARKETING

Poz. postului 36 Disciplina(ele) postului: MARKETING, MARKETING (lb. engl), TEHNICI DE VÂNZARE

Domeniul MARKETING

**Fișa de verificare a îndeplinirii standardelor pentru
ocuparea postului de LECTOR UNIVERSITAR,**
publicat în Monitorul Oficial al României, partea a III-a, nr. 438 din 29.11.2023

Candidat PACHITANU ANDREEA Data nașterii: ..17.12.1986.....

Funcția actuală: Asistent universitar Data numirii în funcția actuală: 09/2016

Instituția: ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

1. Studiile universitare de licență

Nr.crt.	Instituția de învățământ superior și facultatea absolvită	Domeniul	Perioada	Titlul acordat
1.	Academia de Studii Economice din București – Facultatea de Marketing	Marketing	2005-2008	Diplomă de licență

2. Studiile universitare de masterat

Nr.crt.	Instituția de învățământ superior și programul de masterat absolvit	Domeniul	Perioada	Titlul acordat
1.	Academia de Studii Economice din București – Facultatea de Marketing	Marketing	2008-2010	Diplomă de master

3. Studiile de doctorat

Nr.crt.	Instituția organizatoare de doctorat	Domeniul	Perioada	Titlul științific acordat
1.	Academia de Studii Economice din București – Școala Doctorală de Marketing	Marketing	2010-2015	Diplomă de doctor

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

Nr.crt.	Țara / instituția	Domeniul	Perioada	Tipul de bursă
1.	-	-	-	-

5. Grade didactice / profesionale

Nr.crt.	Instituția	Domeniul	Perioada	Titlul / postul didactic sau gradul profesional
1.	Academia de Studii Economice din București – Departamentul de Marketing	Marketing	2016-prezent	Asistent universitar

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

Nr crt .		Articole publicate	Punctaj acordat (Pi)	Punctaj total (Pi/Ni)
1	Cel puțin două articole publicate în reviste indexate ISI	Mihaela CONSTANTINESCU, Andreea ORÎNDARU, Andreea PACHIȚANU , Laura ROȘCA, Ștefan-Claudiu CĂESCU, Mihai Cristian ORZAN - <i>Attitude Evaluation on Using the Neuromarketing Approach in Social Media: Matching Company's Purposes and Consumer's Benefits for Sustainable Business Growth</i> , Sustainability, Vol. 11, Issue: 24, Article Number: 7094, DEC 2019, eISSN: 2071-1050, WOS:000506899000197 https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000506899000197 AIS: 0,515, Mi:6 (Social Science & Science)	8x0,515 x6= 24,72	4,12
		Mihaela CONSTANTINESCU, Andreea ORÎNDARU, Ștefan-Claudiu CĂESCU, Andreea PACHIȚANU - <i>Sustainable Development of Urban Green Areas for Quality of Life Improvement-Argument for Increased Citizen Participation</i> , Sustainability, Vol. 11, Issue: 18, Article Number:4868, SEP 2019, eISSN:2071-1050,WOS:000489104700054 https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000489104700054 AIS: 0,515, Mi:6 (Social Science & Science)	8x0,515 x6= 24,72	6,18
		Andreea IONESCU , Laurențiu-Dan ANGHEL, Gheorghe JINGA, <i>Organizations' responsibility in maintaining the security of personal data posted online by Romanian consumers: an exploratory analysis of Facebook and LinkedIn</i> , Amfiteatru Economic, Vol. XVI (35), pp. 240-256, Februarie 2014. ISSN: 1582 – 9146, WOS:000336894300019 https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000336894300019 AIS = 0,231, M:10 (Core Economics)	8x0,231 x10= 18,48	6,16
5	Cel puțin cinci articole publicate în reviste indexate în minim două baze de date internaționale	Andreea PACHIȚANU , <i>Social Media Instruments' Evolution and Importance for the Marketing Communications Mix – An International Social Media Experts Analysis</i> , Journal of Emerging Trends in Marketing and Management, Vol I, No. 1, 2017, pp. 240-248, ISSN:2537-5865, Revistă indexată BDI: RePec, EBSCO, DOAJ, etc http://www.etimm.ase.ro/?p=189	3	3
		Andreea PACHIȚANU , <i>Social media instruments' use and importance for the marketing communications mix – An exploratory analysis on companies' in Romania</i> , Journal of Emerging Trends in Marketing and Management, Vol I, No. 1, 2016, pp. 346-353, ISSN:2537-5865, Revistă indexată BDI: RePec, EBSCO, DOAJ, etc http://www.etimm.ase.ro/?p=133	3	3
		Andreea PACHIȚANU , <i>Communication in the Digital Era and Online Corporate Communications Strategies - Untapped Opportunities for Businesses in Romania</i> , Eastern European Business and Economics Journal, Volume 2, Issue 2, 2016, pag 27-42. ISSN 2256-0521, Revista indexată BDI: EconLit, Scopus, Ebsco, Web of Science https://ideas.repec.org/a/eeb/article/v2y2016n1p27-42.html	3	3
		Cornel IONESCU, Adrian IONESCU, Andreea PACHIȚANU, Alexandru IONESCU, <i>Capacity and Capability. Consequences on</i>	3	0,75

Nr crt .		Articole publicate	Punctaj acordat (Pi)	Punctaj total (Pi/Ni)
		<i>Market Performance of Companies in Romania</i>, Romanian Journal of Economics, 2016, vol. 43, issue 2(52), 97-106 Revista indexată BDI: RePec, EBSCO, DOAJ, etc https://econpapers.repec.org/article/inejournal/v_3a43_3ay_3a2016_3ai_3a52_3ap_3a97-106.htm		
6		Andreea Theodora CICEO, Andreea IONESCU, <i>A Critical Review of Service Quality</i>, Conferința Internațională „Probleme Actuale ale Economiei Globale”, ediția a x-a, Constanța 2013, Analele Universității Ovidius Constanța. Seria: Științe Economice, vol 13, issue 1, pg. 736-740, ISSN 1582-9383, Revista indexată BDI: RePec, DOAJ, EBSCO, Cabells, etc https://ideas.repec.org/a/ovi/oviste/vxiy2012i1p736-740.html	3	1,5
7		Andreea IONESCU, Andreea Theodora CICEO, <i>Particularities of the Marketing Communication Strategy through Social Media</i>, Conferința Internațională „Probleme Actuale ale Economiei Globale”, ediția a x-a, Constanța 2013, Analele Universității Ovidius Constanța. Seria: Științe Economice, vol 13, issue 1, pg 806-809, ISSN 1582-9383, Revista indexată BDI: RePec, DOAJ, EBSCO, Cabells, etc https://ideas.repec.org/a/ovi/oviste/vxiy2012i1p806-809.html	3	1,5
8		Andreea IONESCU, Cristian-Ionuț TATU, <i>The challenges and business potential of Social Media and the transformation of nowadays corporate communications</i>, 19th International Economic Conference – IECS 2012, The persistence of the global economic crisis: causes, implications, solutions, Sibiu, Romania, June 15 - 18, 2012, Conference Proceedings, Section 3: Marketing, Commerce and Tourism and a New Paradigm of Change, pp. 329-337, ISBN: 978-606-12-0323-9, Revista indexată BDI: RePec, EBSCO, etc https://ideas.repec.org/a/blg/reveco/vsupplementary2012i3p210-217.html	3	1,5
		Mihaela GRIGORICĂ, Elis ISA, Andreea IONESCU, <i>Dinamica pietei internationale: Influenta integrarii Romaniei in UE asupra activitatii de import a inreprinderilor romanesti mici si mijlocii</i>, <i>Revista de Marketing Online (Journal of Online Marketing)</i>, Vol. 4, No. 3, 2010, pp. 88-101, Revista indexată BDI: RePecIdeas, EconPapers, etc https://www.researchgate.net/profile/Andreea-Ionescu-11/publication/227368287_Dinamica_pietei_internationale_Influenta_integrarii_Romaniei_in_UE_asupra_activitatii_de_import_a_inreprinderilor_romanesti_mici_si_mijlocii/links/53e4acf60cf25d674e94e091/Dinamica-pietei-internationale-Influenta-integrarii-Romaniei-in-UE-asupra-activitatii-de-import-a-inreprinderilor-romanesti-mici-si-mijlocii.pdf	3	1
9	Cel puțin două lucrări publicate în volumele unor	Andreea PACHIȚANU, Stefan Claudiu CĂESCU, Margareta Stela FLORESCU, Andreea Mihaela BARBU, Mihai Cristian ORZAN, <i>A Conceptual Model of Social Media Marketing Strategy</i>, Proceedings of the 32nd Conference of the International Business Information Management Association (IBIMA), Seville, Spain, 15-16 Nov 2018, pp. 2134-2143, WOS:000508553203022 https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000508553203022	3	0,6

Nr. crt.		Articole publicate	Punctaj acordat (Pi)	Punctaj total (Pi/Ni)
10	conferințe naționale sau internaționale, indexate ISI Proceedings*	Andreea Theodora CICEO, Andreea IONESCU , <i>Particularities of the Social Media Communications Strategy for the Theatres in Transylvania</i> , Transilvanian Review, Academia Romana, Vol. XXIII, No. 3 Autumn 2014, pp. 133-155, ISSN 1221-1249, WOS:000347141600012 https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000347141600012 AIS 2014 = 0,008 Mi:6 (Social Science & Science)	8x0,008 x6= 0,384	0,192
TOTAL (T) ≥ 25				32,502

7. Realizări profesional-științifice

Nr. crt.	Criteriu	Punctajul acordat (Pi)
1	Cel puțin două articole publicate într-o revistă ISI Web of Knowledge în domeniul Social Science & Science cu factor de impact nenul, articole prezente în ISI Web of Knowledge	3 articole = 16,46
2	Cel puțin cinci articole publicate în reviste indexate în minim două baze de date internaționale*	7 articole = 15,25
3	Cel puțin două lucrări publicate în volumele unor conferințe naționale sau internaționale, indexate ISI Proceedings	2 lucrări = 0,792
TOTAL (T) ≥ 25		32,502

* Bazele de date internaționale recunoscute sunt următoarele: ISI Web of Knowledge, Scopus, EBSCO, EconLit, REPEC, DOAJ, Cabells, JSTOR, Science Direct, SpringerLink, ProQuest, DBLP, ACM, INFOSCI.

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

Data

10.01.2024

Candidat,

Andreea PACHIȚANU