

Data 10.01.2024

Concurs pentru ocuparea postului de LECTOR, poz. 36
Departamentul MARKETING
Disciplinele: MARKETING, MARKETING (lb. engleză), TEHNICI DE VÂNZARE
Domeniul: MARKETING
post publicat în Monitorul Oficial al României nr. 438 din 29.11.2023.

LISTA DE LUCRĂRI

Candidat: PACHIȚANU S.I. ANDREEA - **Dr.**/din 2015, Asistent universitar doctor/din 2016
(NUME, inițială și prenume) (anul) (Titlul didactic/echiv.)
(anul)

1. Lista celor maximum 10 lucrări considerate de candidat a fi cele mai relevante pentru realizările profesionale proprii, care sunt incluse în format electronic în dosar și care se pot regăsi și în celelalte categorii de lucrări din prezenta listă de lucrări:

1. Mihaela CONSTANTINESCU, Andreea ORÎNDARU, **Andreea PACHIȚANU**, Laura ROȘCA, Ștefan-Claudiu CĂESCU, Mihai Cristian ORZAN - *Attitude Evaluation on Using the Neuromarketing Approach in Social Media: Matching Company's Purposes and Consumer's Benefits for Sustainable Business Growth*, 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>

2. Mihaela CONSTANTINESCU, Andreea ORÎNDARU, Ștefan-Claudiu CĂESCU, **Andreea PACHIȚANU**-*Sustainable Development of Urban Green Areas for Quality of Life Improvement-Argument for Increased Citizen Participation*, 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>

3. **Andreea PACHIȚANU**, Ștefan-Claudiu CĂESCU, Margareta Stela FLORESCU, Andreea Mihaela BARBU, Mihai Cristian ORZAN, *A Conceptual Model of Social Media Marketing Strategy*, Proceedings of the 32nd Conference of the International Business Information Management Association (IBIMA), Seville, Spain, 15-16 Nov 2018, pp. 2134-2143, ISI Proceedings, WOS:000508553203022
<https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000508553203022>

4. **Andreea PACHIȚANU**, *Social Media Instruments' Evolution and Importance for the Marketing Communications Mix – An International Social Media Experts Analysis*, 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>

5. **Andreea PACHIȚANU**, *Social media instruments' use and importance for the marketing communications mix – An exploratory analysis on companies' in Romania*, 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>

6. Cornel IONESCU, Adrian IONESCU, **Andreea PACHIȚANU**, Alexandru IONESCU, *Capacity and Capability. Consequences on Market Performance of Companies in Romania*, Romanian Journal of Economics, 2016, vol. 43, issue 2(52), 97-106, Revista indexată BDI: RePec, EBSCO, DOAJ, etc
https://econpapers.repec.org/article/inejouml/v_3a43_3ay_3a2016_3ai_3a52_3ap_3a97-106.htm

7. **Pachițanu Andreea**, *Communication in the Digital Era and Online Corporate Communications Strategies - Untapped Opportunities for Businesses in Romania*, Eastern European Business and Economics Journal, Volume 2, Issue 2, 2016, pag 27-42. ISSN 2256-0521, Revista este indexată BDI: EconLit, Scopus, Ebsco, Web of Science. <http://www.eebj.eu/Issues/>

8. Ciceo Andreea Theodora, **Ionescu Andreea**, *Particularities of the Social Media Communications Strategy for the Theatres in Transylvania*, publicat în Transylvanian Review, Academia Romana, Vol. XXIII, No. 3 Autumn 2014, pp. 133-155, ISSN 1221-1249, revistă cotate ISI Web of Knowledge.
<http://www.centruldestudiiitransilvane.ro/detaliu.aspx?eID=689&t=Review%202009-2014&cat=123>

9. **Andreea Ionescu**, Laurențiu-Dan Anghel, Gheorghe Jinga, *Organizations' responsibility in maintaining the security of personal data posted online by Romanian consumers: an exploratory analysis of Facebook and LinkedIn*, în revista Amfiteatru Economic, Vol. XVI (35), pp. 240-256, Februarie 2014. ISSN: 1582 – 9146 revistă cotate ISI Web of Knowledge. <http://www.amfiteatruconomic.ro/ArticolEN.aspx?CodArticol=1265>

10. **Ionescu Andreea**, Tatu Cristian-Ionuț, *The challenges and business potential of Social Media and the transformation of nowadays corporate communications*, CNCSIS: B+, Code 478, **ISSN 1582-6260**, 2012, Revista Economică, revistă indexată în baze de date internaționale, Volume 0, Issue 3, 2012 pag. 210-217.
<http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/suplimente/Volume3-2012.pdf>

2 Teza(-ele) de doctorat

T1. O abordare strategică asupra marketingului prin mediile sociale online

3 **Cărți/cursuri** publicate în edituri recunoscute(Ca1, Ca2 etc.), îndrumare publicate(I1, I2 etc.), capitole publicate în volume colective, capitole teoretice redactate, (D1, D2 etc.), după caz, prin care se aduc contribuții a dezvoltarea activităților didactice/profesionale.

D1. **Ionescu Andreea**, *Comunicarea de marketing online a companiilor în contextul globalizării și al societății informaționale*, Conferința Economică Națională– CEN “Echilibre și Dezechilibre ale Pieței Românești în Perioada Actuală”, București 2012, pag. 144-152 (8 pagini), ISSN: 2285-584X, 424 pagini

D2. **Ionescu Andreea**, Ciceo Andreea Theodora, *Social Media instruments used in customer relationship management*, Conferința de Management, Contabilitate și Informatică de Gestiune “Criza Economiei sau Economia Crizei- Oportunitati și Provocari ale Pieței Romanesti”, MAMIS 2013, Editura Universitara, București 2013, pp. 176-182 (7 pagini), ISSN 2344-3367, 244 pagini

D3. Ciceo Andreea Theodora, **Ionescu Andreea**, *An overview regarding the methods of measuring service quality*, Conferința de Management, Contabilitate și Informatică de Gestiune “Criza Economiei sau Economia Crizei- Oportunitati și Provocari ale Pieței Romanesti”, MAMIS 2013, Editura Universitara, București 2013, pp. 183-189 (7 pagini), ISSN 2344-3367, 244 pagini

4 **Cărți de specialitate** publicate în edituri recunoscute(Cb1, Cb2 etc.), **articole/studii** publicate in extenso în reviste de specialitate de circulație internațională recunoscute (reviste cotate ISI sau indexate în baze de date internaționale specifice domeniului)(Ri1, Ri2etc.), **articole/studii in extenso** publicate în volumele unor manifestări științifice internaționale recunoscute din țară și din străinătate (cu ISSN/ ISBN)(Vi1,Vi2 etc.), precum și **alte lucrări similare**: articole/studii publicate in extenso în reviste de specialitate de circulație națională recunoscute CNCSIS (Rn1, Rn2 etc.), articole/studii publicate in extenso în volumele unor manifestări științifice naționale (cu ISSN/ISBN)(Vn1,Vn2 etc.), lucrări prezentate la diferite seminarii/expoziții, inovații etc.(E1, E2 etc.), după caz, prin care se aduc contribuții la dezvoltarea domeniului.

Cb1. **Pachițanu Andreea**, *Introducere în Social Media Marketing-O abordare strategică*, Ed Sitech, Craiova, 2016, nr. pag.188 , ISBN 978-606-11-5325-1

Ri1. Mihaela CONSTANTINESCU, Andreea ORÎNDARU, **Andreea PACHIȚANU**, Laura ROȘCA, Ștefan-Claudiu CĂESCU, Mihai Cristian ORZAN - *Attitude Evaluation on Using the Neuromarketing Approach in Social Media: Matching Company's Purposes and Consumer's Benefits for Sustainable Business Growth*, 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>

Ri2. Mihaela CONSTANTINESCU, Andreea ORÎNDARU, Ștefan-Claudiu CĂESCU, **Andreea PACHIȚANU**-*Sustainable Development of Urban Green Areas for Quality of Life Improvement-Argument for Increased Citizen Participation*, 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>

Ri3. **Andreea Ionescu**, Laurențiu-Dan Anghel, Gheorghe Jinga, *Organizations' responsibility in maintaining the security of personal data posted online by Romanian consumers: an exploratory analysis of Facebook and LinkedIn*, în revista 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>

Ri4. Ciceo Andreea Theodora, **Ionescu Andreea**, *Particularities of the Social Media Communications Strategy for the Theatres in Transylvania*, publicat în 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>

Ri5. Mihaela Grigorică, Elis Isa, **Andreea Ionescu**, *Dynamics of International Markets: An Assessment of Impact of Romania's Intergration in UE to Small and Medium Size Enterprises' Import Activities*, Revista de Marketing Online, 4(3), pp. 88-101, 2010. Revista este indexată BDI: RePEc, Ideas, EconPapers. <http://www.editauranus.ro/marketing-online/43/6.html>

Ri6. **Ionescu Andreea**, Tatu Cristian-Ionuț, *The challenges and business potential of Social Media and the transformation of nowadays corporate communications*, CNCSIS: B+, Code 478, ISSN 1582-6260, 2012, Revista Economică, revistă indexată în baze de date internaționale, Volume 0, Issue 3, 2012 pag. 210-217. <http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/suplimente/Volume3-2012.pdf>

Ri7. **Pachițanu Andreea**, *Communication in the Digital Era and Online Corporate Communications Strategies - Untapped Opportunities for Businesses in Romania*, Eastern European Business and Economics Journal, Volume 2, Issue 2, 2016, pag 27-42. ISSN 2256-0521, Revista este indexată BDI: EconLit, Scopus, Ebsco, Web of Science. <http://www.eebeej.eu/Issues/>

Ri8. Ciceo Andreea Theodora, **Ionescu Andreea**, *A Critical Review of Service Quality*, 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. <http://stec.univ-ovidius.ro/html/anale/RO/cuprins%20rezumate/volum2013p1.pdf>

Ri9. **Ionescu Andreea**, Ciceo Andreea Theodora, *Particularities of the Marketing Communication Strategy through Social Media*, 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. <http://stec.univ-ovidius.ro/html/anale/RO/cuprins%20rezumate/volum2013p1.pdf>

Ri10. **Ionescu Andreea**, Tatu Cristian-Ionuț, *Studiarea impactului folosirii instrumentelor specifice Social Media în comunicarea cu studenții asupra procesului educațional în învățământul superior*, 7th International Conference on Theoretical and Applied Economic Practices „Economic Growth in Conditions of Globalization”, publicat în “CREȘTEREA ECONOMICĂ ÎN CONDIȚIILE GLOBALIZĂRII”, numărul 7, vol 3, pag 76-81, Chișinău, 2012, ISBN 978-9975-4381-1-7. http://ince.md/uploads/files/1358603109_conferinta-2012_volum-iii_site_iefs.pdf

Ri11. Tatu Cristian-Ionuț, **Ionescu Andreea**, *Implicațiile comunicării student-cadru didactic prin intermediul canalelor virtuale asupra eficienței asimilării cunoștințelor și dezvoltării competențelor*, 7th International Conference on Theoretical and Applied Economic Practices „Economic Growth in Conditions of Globalization”, publicat în “CREȘTEREA ECONOMICĂ ÎN CONDIȚIILE GLOBALIZĂRII”, numărul 7, vol 3, pag 112-118 Chișinău, 2012, ISBN 978-9975-4381-1-7. http://ince.md/uploads/files/1358603109_conferinta-2012_volum-iii_site_iefs.pdf

Vi1. **Andreea PACHIȚANU**, Stefan Claudiu CĂESCU, Margareta Stela FLORESCU, Andreea Mihaela BARBU, Mihai Cristian ORZAN, *A Conceptual Model of Social Media Marketing Strategy*, Proceedings of the 32nd Conference of the International Business Information Management Association (IBIMA), Seville, Spain, 15-16 Nov 2018, pp. 2134-2143, ISI Proceedings, WOS:000508553203022 <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000508553203022>

Vi2. **Andreea PACHIȚANU**, Social Media Instruments' Evolution and Importance for the Marketing Communications Mix – An International Social Media Experts Analysis, 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>

Vi3. **Andreea PACHIȚANU**, Social media instruments' use and importance for the marketing communications mix – An exploratory analysis on companies' in Romania, 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>

Vi4. Cornel IONESCU, Adrian IONESCU, **Andreea PACHIȚANU**, Alexandru IONESCU, *Capacity and Capability. Consequences on Market Performance of Companies in Romania*, 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

Vi5. **Pachițanu Andreea**, The Online Marketing Communication of Companies in Romania – Strengths and Weaknesses of specific Online Marketing Tools, Eurasian Union of Scientists Journal, No 3(24) / 2016, Moscova, Russia, pp. 6-9, ISSN: 2411-6467 (Print), ISSN: 2413-9335 (Online), DOI: 10.31618/ESU.2413-9335. <http://euroasia-science.ru/en/category/journal/>

Vi6. **Pachițanu Andreea**, The Impact of Social Media Tools on Companies' Customer Relationship Management, Eurasian Union of Scientists Journal, No 3(24) / 2016, Moscova, Russia, pp. 9-11, ISSN 2411-6467. <http://euroasia-science.ru/en/category/journal/>

5. Citări ale lucrărilor publicate: referința bibliografică a lucrării citate(Ci1, Ci2) și referința / ele bibliografică / e a / ale lucrării care citează (Ci1.1, Ci1.2..., Ci2.1, Ci2.2, etc.)

Ci1 Mihaela CONSTANTINESCU, Andreea ORÎNDARU, **Andreea PACHIȚANU**, Laura ROȘCA, Ștefan-Claudiu CĂESCU, Mihai Cristian ORZAN - *Attitude Evaluation on Using the Neuromarketing Approach in Social Media: Matching*

Ci1.1 Tibaingana, A., Sendawula, K., Buyinza, F., Kimuli, S.N.L., Ssemuyaga, E., Tumusiime, C., Mulongo, R. and Atukwasa, R., *Entrepreneurship skills: do all dimensions of skills matter for sustainable business start-up?*, Journal of Entrepreneurship and Public Policy, ISSN: 2045-2101, DOI 10.1108/JEPP-03-2023-0021, 2023.

Ci1.2 Pereira, M. J. D. S., Cardoso, A., Canavarro, A., Figueiredo, J., & Garcia, J. E., *Digital Influencers' Attributes and Perceived Characterizations and Their Impact on Purchase Intentions*, Sustainability, vol 15(17), 12750, 2023, <https://doi.org/10.3390/su151712750>

Ci1.3 Wardana, L. W., Indrawati, A., Maula, F. I., Mahendra, A. M., Fatihin, M. K., Rahma, A., ... & Narmaditya, B. S., *Do digital literacy and business sustainability matter for creative economy? The role of entrepreneurial attitude*, Heliyon, 9(1), 2023, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e12763>

Ci1.4 Chen Y, Wang Z, Ortiz J., *A Sustainable Digital Ecosystem: Digital Servitization Transformation and Digital Infrastructure Support*. Sustainability, 2023; 15(2):1530. <https://doi.org/10.3390/su15021530>

Ci1.5 Tirandazi, P., Bamakan, S. M. H., & Togholjerdi, A., *A review of studies on internet of everything as an enabler of neuromarketing methods and techniques*, The Journal of Supercomputing, 2023, 79(7), 7835-7876, DOI 10.1007/s11227-022-04988-1

Ci1.6 Sakas, D.P., Reklitis, D.P., Trivellas, P., Vassilakis, C. and Terzi, M.C., *The effects of logistics websites' technical factors on the optimization of digital marketing strategies and corporate brand name*. Processes, 10(5), p.892, 2022, DOI 10.3390/pr10050892

Ci1.7 Alsharif, A.H., Salleh, N.Z.M., Baharun, R., Abuhassna, H. and Hashem, A.R., *A global research trends of neuromarketing: 2015-2020*, Revista de comunicación, 21(1), pp.15-32, 2022, DOI 10.26441/RC21.1-2022-A1

Ci1.8 Shenderivska, L., Krystopchuk, M., Nykonchuk, V., Kniazevych, A. and Shketa, V., *Prospects of Neuromarketing Application in Communication Activities of Logistics Enterprises*. In International Conference TRANSBALICA: Transportation Science and Technology (pp. 682-693). Cham: Springer International Publishing, 2019, DOI10.1007/978-3-030-94774-3_66

Ci1.9 Cenizo, C., *Neuromarketing: concept, historical evolution and challenges*. ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes, 20(1), 2022, DOI 10.7195/ri14.v20i1.1784

Ci1.10 Țichindelean, M., Țichindelean, M.T., Cetină, I. and Orzan, G., *A comparative eye tracking study of usability—towards sustainable web design*. Sustainability, 13(18), p.10415, 2021, DOI 10.3390/su131810415

Ci1.11 Wolf, A., Ueda, K. and Hirano, Y., *Recent updates of eye movement abnormalities in patients with schizophrenia: a scoping review*. Psychiatry and clinical neurosciences, 75(3), pp.82-100, 2021, DOI 10.1111/pcn.13188

Ci1.12 Micu, A., Capatina, A., Micu, A.E., Geru, M., Aivaz, K.A. and Muntean, M.C., *A NEW CHALLENGE IN DIGITAL ECONOMY: NEUROMARKETING APPLIED TO SOCIAL MEDIA*. Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research, 55(4), 2021, DOI 10.24818/18423264/55.4.21.09

Ci1.13 Jacob, A. and Teuteberg, F., *Towards a taxonomy for design options of social networking technologies in sustainable business models*. Sustainability, 13(1), p.81, 2020, DOI 10.3390/su13010081

Ci2. Mihaela CONSTANTINESCU, Andreea ORÎNDARU, Ștefan-Claudiu CĂESCU, **Andreea PACHIȚANU**-*Sustainable Development of Urban Green Areas for Quality of Life Improvement-Argument for Increased Citizen Participation*, Sustainability, Vol. 11, Issue: 18, Article Number:4868, SEP 2019, eISSN:2071-1050,WOS:000489104700054

Ci2.1 Khahro, S.H., Talpur, M.A.H., Bhellar, M.G., Das, G., Shaikh, H. and Sultan, B., *GIS-based sustainable accessibility mapping of urban parks: Evidence from the second largest settlement of Sindh, Pakistan*. Sustainability, 15(7), p.6228, 2023, DOI10.3390/su15076228

Ci2.2 Righettini, M.S., *Framing sustainability. Evidence from participatory forums to tailor the regional 2030 agenda to local contexts*. Sustainability, 13(8), p.4435, 2021, DOI 10.3390/su13084435

Ci2.3 Peng, C., Yuan, G., Mao, Y., Wang, X., Ma, J. and Bonaiuto, M., *Expanding social, psychological, and physical indicators of urbanites' life satisfaction toward residential community: A structural equation modeling analysis*. International Journal of Environmental Research and Public Health, 18(1), p.4, 2021, DOI 10.3390/ijerph18010004

Ci3. **Andreea PACHIȚANU**, Ștefan Claudiu CĂESCU, Margareta Stela FLORESCU, Andreea Mihaela BARBU, Mihai Cristian ORZAN, *A Conceptual Model of Social Media Marketing Strategy*, Proceedings of the 32nd Conference of the International Business Information Management Association (IBIMA), Seville, Spain, 15-16 Nov 2018, pp. 2134-2143, ISI Proceedings, WOS:000508553203022

Ci3.1 Rosário, A.T. and Dias, J.C., *Marketing Strategies on Social Media Platforms*. International Journal of E-Business Research (IJEER), 19(1), pp.1-25, 2023, DOI 10.4018/IJEER.316969

Ci4. **Andreea PACHIȚANU**, *Communication in the Digital Era and Online Corporate Communications Strategies - Untapped Opportunities for Businesses in Romania*, 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

- Ci4.1** Saridakis, G., Lai, Y., Mohammed, A.M. and Hansen, J.M., 2018. Industry characteristics, stages of E-commerce communications, and entrepreneurs and SMEs revenue growth. *Technological Forecasting and Social Change*, 128, pp.56-66, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.10.017>
- Ci4.2** Bularca, M.C., Nechita, F., Sargu, L., Motoi, G., Otovescu, A. and Coman, C., 2022. Looking for the sustainability messages of european universities' social media communication during the COVID-19 pandemic. *Sustainability*, 14(3), p.1554, <https://doi.org/10.3390/su14031554>

Ci5. Andreea PACHIȚANU, *Social media instruments' use and importance for the marketing communications mix – An exploratory analysis on companies' in Romania*, *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

Ci5.1 Oliveira, M., Barbosa, R. and Sousa, A., 2020. The use of influencers in social media marketing. In *Marketing and Smart Technologies: Proceedings of ICMarTech 2019* (pp. 112-124). Springer Singapore.

Ci6. Andreea Ionescu, Laurențiu-Dan Anghel, Gheorghe Jinga, *Organizations' responsibility in maintaining the security of personal data posted online by Romanian consumers: an exploratory analysis of Facebook and LinkedIn*, în revista *Amfiteatru Economic*, Vol. XVI (35), pp. 240-256, Februarie 2014. ISSN: 1582 – 9146 revistă **cotată ISI**;

Ci6.1 Martišková, P., Švec, R. and Slabá, M., *Perceived sensitivity of personal data in the globalised world: common personal data and health-related data*, 2018

Ci6.2 Chang, S.E., Liu, A.Y. and Shen, W.C., *User trust in social networking services: A comparison of Facebook and LinkedIn*. *Computers in Human Behavior*, 69, pp.207-217, 2017, DOI 10.1016/j.chb.2016.12.013

Ci6.3 Dabija, D.C., Babut, R., Dinu, V. and Lugoian, M.I., *Cross-generational analysis of information searching based on social media in Romania*. *Transformations in Business & Economics*, 16(2), 2017, ISSN 1648-4460

Ci6.4 Cosmin Dobrin, Adriana Girneată, *Complaining Behaviour and Consumer Safety: Research on Romania Online Shopping*, în *IKONOMICESKI IZSLEDVANIA*, vol. 24(1), pp. 161-175, Ianuarie 2015, ISSN 0205-3292

Notă

- (1) Fiecare lucrare este prezentată, în limba în care a fost publicată/expusă, corespunzător structurii “ I, II, III, IV, V, VI, VII ”, unde: I este indicativul (T1, T2 etc.; Ca1, Ca2 etc.; ...), care se scrie “bold” la lucrările realizate după acordarea ultimului titlu didactic/grad profesional(**Ca1, I1** etc., după caz); II - autorii în ordinea din publicație, cu scriere “bold” a **candidatului**; III – *titlul*, scris “italic”; IV - editura sau revista sau manifestarea și/sau alte elemente de localizare, după caz; V - intervalul de pagini din publicație, respectiv, pp ...-..., numărul total de pagini, respectiv, ... pg., sau alte date similare, după caz; VI - anul sau perioada de realizare, după caz.; VII – ISSN (pentru reviste) sau ISBN (pentru cărți, manuale, tratate, volumele unor manifestări științifice, etc).
- (2) În cadrul fiecărui grup de lucrări (Ca1, Ca2 etc.; I1, I2 etc. ; ...), lucrările sunt în ordine invers cronologică.

Candidat,
PACHIȚANU S.I. ANDREEA