

Instituția de învățământ superior: Academia de Studii Economice
 Facultatea de Marketing
 Departamentul de Marketing
 Poz. Postului nr. 92 Disciplinele postului: Marketing direct, Marketing direct engleză, Marketing social-politic
 Domeniul Marketing

**Fișa de verificare a îndeplinirii standardelor pentru
 ocuparea postului de ASISTENT UNIVERSITAR pe
 perioadă nedeterminată,**

publicat în Monitorul Oficial al României, partea a III-a, nr. 395 din
 28.11.2024

Candidat: Strâmbu-Dima Andreea **Data nașterii:** 27 octombrie 1980
Funcția actuală: Administrator **Data numirii în funcția actuală:** 20 iulie 2012
Instituția: Fast Start SRL

1. Studiile universitare de licență

Nr.crt.	Instituția de învățământ superior și facultatea absolvită	Domeniul	Perioada	Titlul acordat
1.	Academia de Studii Economice	Marketing	1999-2003	Economist licențiat

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	Marketing	2003-2005	Master

3. Studiile de doctorat

Nr.crt.	Instituția organizatoare de doctorat	Domeniul	Perioada	Titlul științific acordat
1.	Academia de Studii Economice	Marketing	2005-2011	Doctor

4. Stagii 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.	-	-	-	-

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

Nr crt	Criteriu	Punctaj
1	Articole în reviste indexate ISI, Clarivate sau AHCI	41,072
2	Articole publicate în reviste indexate în minim două baze de date internaționale	13,500
3	Lucrări publicate în volume ale unor conferințe naționale sau internaționale, indexate ISI Proceedings	2,100
	TOTAL	56,672

7. Realizări profesional-științifice

Nr crt	Criteriu	Punctaj
Articole în reviste indexate ISI, Clarivate sau AHCI		
1	Vegheș, Călin, STRĂMBU-DIMA, Andreea , Stoienică, Laurențiu, EU Consumers, Renewable Energy, and Sustainable Development – An Exploratory Market-Oriented Research Approach, <i>European Journal of Sustainable Development</i> , Volume 13, Issue 4, 2024, pp. 85-97, AIS 0,121, ISSN 2239-5938, eISSN 2239-6101, WOS:001330880800008, DOI: https://doi.org/10.14207/ejsd.2024.v13n4p85	(8*0,121*6)/3 = 1,936
2	STRĂMBU-DIMA, Andreea, Food-Related Consumer Behavior Endorsing European Food Chain Sustainability - A Marketing Study on the Romanian Consumer, <i>Sustainability</i> , Volume 14, Issue 15, Article Number 9045, august 2022, AIS 0,533, eISSN 2071-1050, WOS:000838848500001, DOI: https://doi.org/10.3390/su14159045	(8*0,533*6)/1 = 25,584
3	Vegheș, Călin, STRĂMBU-DIMA, Andreea , Romanian Agri-Food Businesses and the European Green Deal: An Exploratory Approach. <i>Amfiteatru Economic Journal</i> Volume 24 Issue 60, may 2022, pp. 338-354, AIS 0,282, ISSN 1582-9146, eISSN 2247-9104, WOS:000878397900009, DOI: https://doi.org/10.24818/EA/2022/60/508	(8*0,282*10)/2= 11,28
4	Angheluță, Valentin Alin; STRĂMBU-DIMA Andreea ; Zaharia, Răzvan – <i>Church Marketing – Concept and Utility</i> , <i>Journal for the Study of Religions and Ideologies</i> , Volume 8, Issue 22, Spring 2009, pp. 171-197, AIS 0,142, ISSN 1583-0039, WOS:000266210000010, http://jsri.ro/ojs/index.php/jsri/article/view/352/350	(8*0,142*6)/3 = 2,272
Articole publicate în reviste indexate în minim două baze de date internaționale		
5	STRĂMBU-DIMA, Andreea , A Model Of Marketing Product In Religious Heritage Sites: Case Study For The Monastery Of Hodos-Bodrog, <i>Annales Universitatis Apulensis - Series Oeconomica</i> , Volume 23, Issue 2, 2021, pp. 104-117, ISSN: 1454-9409, eISSN 2344-4975, Download: http://www.oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/2320212/10.pdf . <i>Revistă indexată RePEc, EBSCO, EconLit, DOAJ, Cablls, ProQuest.</i>	3/1 = 3
6	STRĂMBU-DIMA, Andreea , Small Agrifood Producers Reaching the Consumers: Challenges and Solutions from a Marketing Perspective, Romanian Society for Economic Science, <i>Revista OEconomica</i> , Issue 03, September 2021, p. 73, ISSN 1223-0685, eISSN 2286-0266, DOI: https://doi.org/10.24818/OEC/2021/30/3.05 <i>Revistă indexată RePEc, EconLit, EBSCO.</i>	3/1 = 3
7	STRĂMBU-DIMA, Andreea , Vegheș, Călin, Elements of Marketing Implementation in Religious Organizations in Romania – a Qualitative Research Approach, <i>Analele Universității din Oradea – Seria Științe Economice, Tom XVII, Volumul IV, 2008, poziția 665, pp. 1223-1228, ISSN-1582-5450</i> . Download: https://www.academia.edu/download/30445700/v4-management-and-marketing.pdf#page=1225 <i>Revistă cotate B+ în 2008 și indexată EBSCO, DOAJ, RePEc.</i>	3/2 = 1,5
8	STRĂMBU-DIMA, Andreea , Marketing research in religious organizations, <i>Review of Management and Economical Engineering</i> , Vol. 7, No. 7, 2008, ISSN 1583-624X, pp. 139-142. Download: http://www.rmee.org/abstracturi/20084C/v3.doc <i>Revistă cotate B+ în 2008 și indexată EBSCO, Cabells.</i>	3/1 = 3
9	Călin Vegheș, STRĂMBU-DIMA, Andreea , Traditional versus direct in marketing communication with the romanian consumers – an exploratory research approach, <i>Review of Management and Economical Engineering</i> , Vol. 7, No. 7, 2008, ISSN 1583-624X, pp. 240-243, Download: http://www.rmee.org/abstracturi/20084C/v3.doc <i>Revistă cotate B+ în 2008 și indexată EBSCO, Cabells.</i>	3/2 = 1,5
10	STRĂMBU-DIMA, Andreea , Călin Vegheș, Entrepreneurial University – A New Vision on the Academic Competitiveness in a World in Motion, <i>Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica</i> , Vol. 10, 2008, ISSN 1454-9409. Download: http://oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1020082/56.pdf <i>Revistă cotate B+ în 2008 și indexată RePEc, ProQuest, EconLit, EBSCO, DOAJ, Cabells.</i>	3/2 = 1,5
Lucrări publicate în volume ale unor conferințe naționale sau internaționale, indexate ISI Proceedings		
11	Vegheș, Călin; STRĂMBU-DIMA Andreea ; Pantea, Carmen, Bălan, Diana, Rusescu, Marius, "An Assesment of the Consumers' Openness towards Participating in Marketing Relationships with the Organizations", <i>Conferință ISI Proceedings the 4th International Conference: Brasov, Romania, 16-17 octombrie 2009</i> , publicat în: Brătianu, C., Lixandriou, D, Pop, N.A. (Editori) – Business Excellence: Proceedings of the 4th International Conference: Brasov, Romania, 16-17 octombrie 2009, Vol. 2, Editura Universității Transilvania din Brașov, Brașov, 2009, pp. 285-288, ISBN 9789731747101. WOS:000278416200070 https://publons.com/wos-op/publon/9194005/	3/5= 0,6
12	Cătoi, Iacob; STRĂMBU-DIMA Andreea , "Religious Organizations Marketing – Epistemological Aspects", <i>Conferință ISI Proceedings The International Economics Conference „Integrative Relations between the European Union Institutions and the Member States”</i> , Sibiu 15 – 16 mai 2008, publicată în „Integrative Relations between the European Union Institutions and the Member States”, Editura ULBS, p. 198-205 , ISBN 978-973-739-594-8 Download:	3/2 = 1,5

http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/suplimente/Supliment%20Nr%202-2009.pdf WOS:000264341300039	
TOTAL	56,672

Data: 18.12.2024

Candidat,
ANDREEA STRÂMBU-DIMA