

Instituția de învățământ superior **ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI**
 Facultatea **MARKETING**
 Departamentul **MARKETING**
 Poz. Postului **89** Disciplina(ele) postului: **MARKETING, CYBERMARKETING ȘI CERCETĂRI DE MARKETING**
 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. 97 din 23.04.2026**

Candidat **MUNTHIU D.-A. MARIA-CRISTIANA**

Funcția actuală: **cadru didactic asociat** Data numirii în funcția actuală: **23.02.2026.**

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.	<i>Universitatea de Vest din Timișoara Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor</i>	<i>Contabilitate și Informatică de Gestiune</i>	2006-2009	Licență
2.	<i>Universitatea Lucian Blaga din Sibiu Facultatea de Litere și Arte</i>	<i>Filologie, profilul Limba și Literatura Engleză – Limba și Literatura Franceză</i>	2004-2008	Licență

2. Studiile universitare de masterat

Nr.crt.	Instituția de învățământ superior și programul de masterat absolvit	Domeniul	Perioada	Titlul acordat
1.	<i>Universitatea Româno-Germană din Sibiu Facultatea de Științe Economice</i>	<i>Marketing și Comunicare în Afaceri</i>	2008-2010	Master
2.	<i>Universitatea Lucian Blaga din Sibiu Facultatea de Litere și Arte</i>	<i>Limba Engleză în Afaceri (Business English)</i>	2008-2010	Master

3. Studiile de doctorat

Nr.crt.	Instituția organizatoare de doctorat	Domeniul	Perioada	Titlul științific acordat
1.	<i>Academia de Studii Economice din București</i>	<i>Marketing</i>	2010-2013	DOCTORAT

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

Nr.crt.	Țara / instituția	Domeniul	Perioada	Tipul de bursă
1.	Academia de Studii Economice din București	Marketing	2010-2013	Bursă doctorală în cadrul proiectului DOCCENT , clasata pe primul loc, Doctorat pentru o carieră în cercetarea economică interdisciplinară la nivel european , proiect nr. POSDRU/107/1.5/S/77213.

1.	Laboratorul de cercetare CRIISEA Centre de Recherche sur l'Industrie, les Institutions et les Systèmes Economiques d'Amiens (CRIISEA), EA 4286, Université de Picardie Jules Verne, Amiens, Franța.	Marketing	Februarie 2013 – August 2013	Mobilitate doctorală în cadrul proiectului menționat mai sus, DOCCENT , proiect nr. POSDRU/107/1.5/S/77213.
----	---	-----------	------------------------------	--

5. *Grade didactice / profesionale*

6.

Nr.crt.	Instituția	Domeniul	Perioada	Titlul / postul didactic sau gradul profesional
1.	<i>Academia de Studii Economice din București</i>	Marketing	Februarie 2026-Prezent	<i>Cadru didactic asociat</i>
2.	<i>Ecole Supérieure d'Assurances, Paris, Franța.</i>	Marketing	Octombrie 2024-Prezent	Director Departament de Cercetare
3.	<i>Institut Polytechnique UniLaSalle, Campus de Beauvais, France.</i>	Marketing	Februarie 2024-Prezent	Profesor-cercetator permanent, equiv.conferențiar universitar
4.	<i>Ecole Supérieure d'Assurances, Paris, Franța.</i>	Marketing	2020-Prezent	Profesor-cercetator permanent, equiv.conferențiar universitar
5.	<i>Ecole Supérieure de Commerce, Amiens, Franța.</i>	Marketing	2019-2022	Profesor-cercetator permanent, equiv.conferențiar universitar
6.	<i>Conservatoire National des Arts et des Métiers, Paris, Franța.</i>	Marketing	2016 – 2019	<i>Lector universitar</i>
7.	<i>Université de Picardie Jules Verne, Amiens, Franța</i>	Marketing	2015 –2016	<i>Lector universitar</i>
8.	<i>Conservatoire National des Arts et des Métiers, Amiens, Franța</i>	Marketing	2014-2020	<i>Cadru didactic asociat</i>
9.	<i>Schiller International University, Paris, Franța</i>	Marketing	2015 – 2019	<i>Cadru didactic asociat</i>
10.	<i>IFAG, Ecole Supérieure de Management, Amiens, Franța</i>	Marketing	2014 –2015	<i>Cadru didactic asociat</i>
11.	<i>IDRAC, Ecole Supérieure de Commerce, Amiens, Franța</i>	Marketing	2014 –2015	<i>Cadru didactic asociat</i>
12.	<i>SUPdeCOM, Ecole Supérieure de Communication, Amiens, Franța</i>	Marketing	2014 –2015	<i>Cadru didactic asociat</i>
13.	<i>IFAG, Ecole Supérieure de Management, Amiens, Franța</i>	Marketing	Aprilie 2014 – Iunie 2014	<i>Cadru didactic asociat</i>
14.	<i>Laboratorul LEFMI, Université de Picardie Jules Verne, Amiens, Franța</i>	Marketing	2020-Prezent	<i>Cercetător asociat</i>
15.	<i>Laboratorul CRIISEA, Université de Picardie Jules Verne, Amiens, Franța</i>	Marketing	Octombrie 2013 – 2020	<i>Cercetător asociat</i>
16.	<i>Academia de Studii Economice din București</i>	Marketing	Ianuarie 2012 – Septembrie 2013	<i>Reprezentantul doctoranzilor din domeniul marketing în Senatul Studențesc</i>

17.	<i>Academia de Studii Economice din București</i>	Marketing	Octombrie 2011 – Septembrie 2013	<i>Cadru didactic asociat, asistent universitar doctorand</i>
18.	Universitatea Alma Mater din Sibiu	Marketing	Octombrie 2010 – Septembrie 2011	<i>Cadru didactic titular, asistent universitar doctorand</i>
19.	Universitatea Alma Mater din Sibiu	Științe Economice	August 2009 – Septembrie 2011	<i>Assistant manager în cadrul Departamentului de Cercetare-Dezvoltare și Relații Internaționale</i>
20.	<i>ASIAR (Asociația Specialiștilor în Industrie Alimentară din România)</i>	Industrie alimentară	2011 – 2019	<i>English proof editor pentru The Romanian Journal of Food Science</i>
21.	Universitatea Alma Mater din Sibiu	Științe Economice	2009-2011	<i>Assistant editor (Engleză) pentru revista cu profil economic Sibiu Alma Mater University Journals. Series A. Economic Sciences</i>

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

Nr crt	Criteriu	Articole	Punctaj acordat (Pi=8xAISxMi)	Punctaj total (Pi/Ni)
1	Cel puțin un articol publicat într-o revistă indexată ISI	1 Mihălcesu, H., Chivu (Popa), R.-G., Ciocodeică, D.-F., Popa, I.-C., Munthiu, M.-C. 2026. <i>The impact of AI-powered personalisation on consumer purchase decisions in the textile sector</i> , ISSN 1222–5347 2/2026, p. 213-221. https://www.revistaindustriatextila.ro/images/2026/2/Industria%20Textila%202026%20web.pdf	8*0.116*10=9,28	1,856
2	Cel puțin trei articole publicate în reviste indexate în cel puțin două baze de date internaționale	1 Bălan, C., & Munthiu, M.-C. 2026. <i>Supply Chain Challenge: How Can Retailers Encourage Environmentally Sustainable Consumer Behaviours in the Last Mile? A Systematic Literature Review</i> . Logistics, (MDPI) 10(6), 130, revistă internațională indexată în Scopus. https://doi.org/10.3390/logistics10060130	3/2	1,5
		2 Zamfir, D., Căescu, Ș. C., Munthiu, M.-C. , Pestrea, D. C. & Miu, C. M. 2026. <i>How AI-Generated ADS Influence Purchase Intent: A Study Among Generation X and Generation Z in Romania</i> , Review of International Comparative Management, 27 (2), May 2026, p. 445-465. https://www.rmci.ase.ro/no27vol2/17.pdf	3/5	0,6
		3 Munthiu, M.-C. & Cetină, I. 2016. Understanding students' perception, expectations and the need of innovating educational services in the digital economy context, <i>Revista Economică (Journal of economic-financial theory and practice)</i> , 68(3), 103-113, ISSN 1582-6260. CNCSIS reference: B+, Code 478 ISSN: 1582-6260 (print), 2344-5424 (online) http://oldeconomice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/68308munthiu&cetina.pdf	3/2	1,5
		4 Dumitrescu, L. & Munthiu, M.-C. 2015. Research on students' perception of online educational services, <i>Revista Economică (Journal of economic-financial theory and practice)</i> , 67(1), 45-54, ISSN 1582-6260. CNCSIS reference: B+, Code 478 ISSN: 1582-6260 (print), 2344-5424 (online) http://oldeconomice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/67104dumitrescu&munthiu.pdf	3/2	1,5
		5 Zara, I. A., Velicu, B. C., Munthiu, M.-C. , & Tuta, M. 2012. Using analytics for understanding the consumer online. <i>Anale. Seria Stiinte Economice. Timisoara</i> , 18, 791.I.S.S.N. 1582 - 6333 Clasificată de către CNCSIS în categoria B+ cod CNCSIS 108 Inclusă în categoria B+ de către CNCSIS și indexată în bazele de date CEEOL, JEL on CD, RePEc, DOAJ și EconLit https://fse.tibiscus.ro/old-fse/images/anale/lucrari/Lucrari2012/kssue2012_129.pdf	3/4	0,75
		6 Velicu, B. C., Munthiu, M.-C. , Tuta, M., & Zara, I. A. 2012. Steps to be followed for government implementation. <i>Anale. Seria Stiinte Economice. Timisoara</i> , 18, 125. I.S.S.N. 1582 - 6333 Clasificată de către CNCSIS în categoria B+ cod CNCSIS 108 Inclusă în categoria B+ de către CNCSIS și indexată în bazele de date CEEOL, JEL on CD, RePEc, DOAJ și EconLit https://fse.tibiscus.ro/old-fse/images/anale/lucrari/Lucrari2012/kssue2012_017.pdf	3/4	0,75
		7 Stoica, I., Dumitru, N.R. & Munthiu, M.-C. , 2012. Implications And Opportunities Of Online Advertising For Increasing The Romanian Marketing Work Market. Case Study: Online Advertising Regarding Job Marketing Promotion, <i>Revista Economica</i> , Lucian Blaga University of Sibiu, Faculty of Economic Sciences, vol. 0(3), pages 386-393. , Code NURC 478, cotate de CNCSIS la categoria B +, indexată BDI: RePEc, Ulrich's Periodicals Directory, DOAJ - Directory of Open Access Journals, ISSN: 1582-6260, http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/suplimente/Volume3-2012.pdf	3/3	1
		8 Munthiu, M.-C. , & Rădulescu, V. 2012. Approaches for conceptualizing customer satisfaction and perceived service quality. <i>Annals of Spiru Haret University. Economic Series</i> , 12(1), 111–117. indexată în bazele de date : RePEc, ERIHPLUS, SSRN, ROAD, BASE, DOAJ, INDEX COPERNICUS, ECONBIZ, INFOBASE INDEX, DOI cross ref, OAJI.net, Internet Archive OPEN LIBRARY, WorldCat, Open AIRE, ResearchBib, CEEOL, J-Gate, Journal TOCs, EuroPub, Google Scholar, PKP, OPEN ARCHIVES, University of Illinois Library,	3/2	1,5

			EZ3 Electronic Journal Library, Stanford University Libraries, Cornell University Library. https://anale.spiruharet.ro/economics/article/view/1219		
3	Cel puțin o lucrare publicată în volumul unei conferințe naționale sau internaționale, indexate ISI Proceeding	1	Munthiu M.-C. , Turtoi M., Tuță M. & Zara A.I. 2014. Characteristics of Educational Services in the Virtual Environment, Original Research Article, <i>Procedia - Social and Behavioral Sciences</i> , vol. 109, 8 January 2014, pp.1237-1241 (2nd World Conference on Business, Economics and Management (BEM-2013), 25 April 2013, Antalya, Turcia). ISSN: 1847-0488, Elsevier.	3/4	0,75
2		Munthiu M.-C. , Turtoi M., Tuță M. & Zara A.I. 2014. Service Quality Evaluation Models Determined by Online Consumer Perception and Satisfaction, Original Research Article, <i>Procedia - Social and Behavioral Sciences</i> , vol. 109, 8 January 2014, pp.1237-1241 (2nd World Conference on Business, Economics and Management (BEM-2013), 25 April 2013, Antalya, Turcia). ISSN: 1847-0488, Elsevier.	3/4	0,75	
3		Cetină I., Munthiu M.-C. & Rădulescu V. 2012. Psychological and sociological factors that influence online consumer behavior, <i>Procedia – Social and Behavioral Sciences</i> , vol. 62, pp. 184-188 (24 Oct. 2012, World Conference on Business, Economics and Management (BEM-2012), May 4–6 2012, Antalya, Turcia).Elsevier.	3/3	1	
4		Ivona Stoica, Iliuță Costel Negricea, Tudor Edu, Maria-Cristiana Munthiu , Bogdan Călin Velicu- Blog's effect as online marketing instrument on consumer behavior- paper presented at ICBE 2012- 7th International Conference on Business Excellence- CHALLENGES DURING THE ECONOMIC CRISIS, Braşov, 12-13 Octombrie 2012, published in the conference proceedings ISBN 978-606-19-0102-9, pp. 208-216	3/4	0,75	
5		Zara I.-A, Tuță M., Munthiu M.-C. & Velicu B.-C. 2012. Social Networks In Europe And Their Influence On Consumer Behavior, <i>Proceedings of the 7th International Conference on Business Excellence (ICBE-2012)</i> , 12-13 October 2012, Braşov, România, vol 2, pp. 300-305. ISBN 978-606-19-0102-9. Indexare ISI Thomson, http://www.business-excellence.ro/	3/4	0,75	
6		Velicu B.-C. & Munthiu M.-C. 2011. Analysis of corruption perception and the development of electronic public services. <i>Proceedings of the 6th International Conference on Business Excellence (ICBE-2011)</i> , 14-15 October 2012, Braşov, România, vol 2, pp. 277-280. ISBN 978-973-598-939-2. Indexare ISI Thomson, http://www.business-excellence.ro/	3/2	1,5	
7		Munthiu, Maria-Cristiana , Velicu, Bogdan, Draghici, Mircea, Stoica, Ivona, Online consumer behavior tendencies triggered by extensive usage of social networks, a 7-a ediție a International Conference on Business Excellence 2012, publicată în Business Excellence Challenges during the economic crisis, vol. 2, 12-13 oct. 2012, Universitatea Transilvania, Braşov, ISBN: 978-606-19-0104-3, indexată în ISI Web of Knowledge Conferință ISI Proceedings	3/5	0,6	
TOTAL(T)≥10					17,056

* Bazele de date internaționale recunoscute sunt următoarele: Baze de date internaționale (BDI) acceptate: Web of Science, Master Journal List, ERIH

PLUS, Scopus, EBSCO, ProQuest, CEEOL, Ulrichsweb, Index Copernicus, GEOREF,

Genamics Journal Seek, Library of Congress Online Catalog.. ** La criteriul 2 se echivalează din oficiu cerința a cel puțin trei articole publicate în reviste indexate în minim două baze de date internaționale, cu publicarea de articole în reviste care se încadrează la criteriul 1, astfel: fiecare din cele trei articole publicate în reviste indexate în minim două baze de date internaționale se echivalează cu câte un articol publicat într-o revistă care se încadrează la criteriul 1, cu condiția ca respectivul articol să fie suplimentar față de articolul prevăzut de criteriul 1 și să nu fi fost utilizat pentru o echivalare cu cerința de la criteriul 3. În cazul aplicării acestei echivalări, punctajul aferent articolelor care se încadrează la criteriul 1 și care sunt echivalate în cadrul criteriului 2 cu articole publicate în reviste indexate în minim două baze de date internaționale se calculează potrivit formulei prezentată la criteriul 1. 31 *** La criteriul 3 se echivalează din oficiu cerința a cel puțin unei lucrări publicată în volumul unei conferințe naționale sau internaționale, indexat ISI Proceedings cu publicarea unui articol într-o revistă care se încadrează la criteriul 1, cu condiția ca respectivul articol să fie suplimentar față de articolul prevăzut de criteriul 1 și să nu fi fost utilizat pentru o echivalare cu cerința de la criteriul 2. În cazul aplicării acestei echivalări, punctajul aferent articolului care se încadrează la criteriul 1 și care este echivalat în cadrul criteriului 3 cu o lucrare publicată în volumul unei conferințe naționale sau internaționale, indexat ISI Proceedings, se calculează potrivit formulei prezentată la criteriul 1.

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.

Sinteza punctajului propriu ce atestă că îndeplinesc criteriile pentru ocuparea postului de asistent se regăsește mai jos:

1. Cel puțin un articol publicat într-o revistă indexată ISI

a. *1 articol publicat într-o revistă indexată ISI al cărui punctaj total este 1,856.*

2. Cel puțin trei articole publicate în reviste indexate în cel puțin două baze de date internaționale

a. *8 articole publicate în reviste indexate în cel puțin două baze de date internaționale al căror punctaj este 9,1.*

3. Cel puțin o lucrare publicată în volumul unei conferințe naționale sau internaționale, indexate ISI Proceeding

a. *7 lucrări publicate în volumul unor conferințe naționale sau internaționale, indexate ISI Proceeding al căror punctaj este 6,1.*

Astfel, criteriile minimale pe fiecare dintre cele 3 categorii **au fost îndeplinite.**

Punctajul total va fi $1,856+9,1+6,1=17,056$ mai mare sau egal decât 10, standardul minimal pentru ocuparea postului de asistent universitar conform Metodologiei de concurs pentru ocuparea posturilor vacante din cadrul Academiei de Studii Economice din București.

Data

09.06.2026

**Candidat,
MUNTHIU D.-A. MARIA-CRISTIANA**