

Universitatea "Petre Andrei" din Iași
 Facultatea de Economie
 Departamentul de Științe Economice
 Concurs pentru ocuparea postului de Lector Universitar, Poz. Postului 13
 Disciplina(e) postului: Marketingul serviciilor, Analiza Informațiilor de Marketing, Simulări de Marketing,
 Business to Business Marketing, Programe aplicative de Marketing
 Domeniul de competență: Marketing
 Publicat în Monitorul Oficial nr. 439 din data de 29 noiembrie 2023

Fișa de verificare a îndeplinirii standardelor universității pentru ocuparea postului de lector universitar

I. DATE DESPRE CANDIDAT

Nume SANDU,
 Prenume RAUCCA-MIHAIELA,
 CNP 2880226226739, Funcția actuală _____
ASISTENT UNIVERSITAR, Data numirii în funcția actuală _____, Instituția
UNIVERSITATEA "PETRE ANDREI" DIN IAȘI

II. STUDII

Nr. crt.	Instituția de învățământ superior și Facultatea absolvită	Domeniul	Perioada	Titlul acordat
1.	Studii universitare			
.	Universitatea „Al. I. Cuza” din Iași Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor	Economie și Afaceri Internaționale	2010-2012	Licențiat în Științe Economice
.	Universitatea „Al. I. Cuza” din Iași Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor	Economie	2012-2014	Master
2.	Studii doctorale			
.	Universitatea „Al. I. Cuza” din Iași Școala Doctorală de Economie și Administrarea Afacerilor	Marketing	2013-2017	Doctor în Marketing

III. ÎNDEPLINIREA CONDIȚIILOR DE CONCURS

Activitatea de cercetare:

1. Numărul de lucrări științifice publicate în reviste de specialitate (Standardul minim fixat de universitate – publicarea a minimum șase lucrări - articole, studii - în specialitatea postului, din care minimum două ca prim autor, în reviste/anale de specialitate recunoscute)

1. Sandu, R.-M., (2016). *The New Rules of Green Marketing-a Book Review* in SEA- Practical Application of Science, vol. IV, Issue 2 (11), p.417-419, http://seaopenresearch.eu/Journals/articles/SEA_11_35.pdf

P. Sandu

2. Sandu, R.-M., (2016). *Organic Agriculture in the world, European Union and Romania between 2010 -2014* in *Analele Universitatii Ovidius, Constanta, Economic Sciences Series*, vol. XVI, Issue 1, p. 403-408
http://stec.univ-ovidius.ro/html/anale/RO/wcp-content/uploads/2015/03/ANALE-vol-16_issue_1_site.pdf
3. Sandu, R.-M., Abălăesei, M., (2016). *Determinants of Romanian Consumers' Green Purchase Intention- A Psychographic Perspective*, *Analele Științifice ale Universității „Constantin Brâncuși”, Târgu-Jiu, Seria Economie*, Issue 1, p. 99-109, http://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2016-01/15_Sandu,%20Abalaesei.pdf
4. Abălăesei, M., Sandu, R.-M. (2015). *Electronic word of mouth: factors that influence purchase intention, Intercultural Communication and the Future of Education, The HUB- Fusion between Social Sciences, Arts, Theology, Engineering and Management*, p.61-67,
http://seaopenresearch.eu/Document/Article/NORD3_9.pdf
5. Abălăesei, M., Sandu, R.-M. (2015). *Factors influencing the adoption of electronic word of mouth, SEA-Practical Application of Science*, Vol. III, Issue 3 (9), p.117-123,
http://www.sea.bxb.ro/Article/SEA_9_17.pdf
6. Sandu, R.-M., Abălăesei, M. (2015). *Social Media and the Potential of Weblogs in Marketing*, *SEA-Practical Application of Science*, Vol. III, Issue 2 (8), p.305-310,
http://sea.bxb.ro/Article/SEA_8_46.pdf
7. Sandu, R.-M. (2015). *Psychographic Factors Influencing Green Purchase Intention*, *The Academic Journal Of Research In Economics And Management*, vol.3, nr.2, p. 64-71,
http://ajrem.newscienceseries.com/files_site/paperlist/Journal3-2-150525135709.pdf
8. Sandu, R.-M. (2014). *Green: Marketing, Products And Consumers*, *SEA-Practical Application of Science*, Vol. 2, Issue 3(5), p.555-562, http://sea.bxb.ro/Article/SEA_5_78.pdf

Criteriu îndeplinit
neîndeplinit

Criteriu

Activitatea didactică

2. Media generală obținută de candidat pe parcursul anilor de studii (Standardul minim fixat de universitate – minimum 8)

..... 8,33

Criteriu îndeplinit
neîndeplinit

Criteriu

3. Media obținută de candidat la examenul de licență (Standardul minim fixat de universitate – minimum 8)

..... 9,75

Criteriu îndeplinit
neîndeplinit

Criteriu

4. Deținerea diplomei de doctor (condiție obligatorie):

Doctor în MARKETING confirmat
prin OM..... 5298 din 5.10.2014

Criteriu îndeplinit
neîndeplinit

Criteriu



Data: 12.01.2024

Semnătura: [Signature]

Certificăm îndeplinirea / neîndeplinirea standardelor minime ale instituției

Director Departament Prof. univ. dr. Alexandru Trifu

Data 17.01.2024 Semnătura.....

Avizat,
Avocat _____

Data

Semnătura.....