

Anexa 1

CĂRȚI ȘI CAPITOLE PUBLICATE ÎN VOLUME

1. Rodica **Boier** (2016), Co-crearea în inovare, în Avasilcăi S., C. Huțu (edit.), *Inovare prin co-creare în era online*, Editura Performantica, Iași, p. 11-64;
2. Rodica **Boier**, Laura C. Țimiraș (2006), *Cercetarea de marketing*, Editura Performantica, Iași, ISBN 978-973-730-324-0.
3. Rodica **Boier** (2004), în C. Florescu, P. Mâlcome, N. Al. Pop (coord.), *Marketing. Dicționar explicativ*, Editura Economică, București, [termeni „Analiză a concurenței”; „Atenție”; „Categorii de acceptanți pentru produse noi”; „Cercetare-dezvoltare și marketing”; „Concurență”; „Cotă de piață”; „Diferențiere a produselor”; „Gamă de produse”; „Management al conturilor-cheie”; „Lansare de produse noi”; „Manager de produs”; „Marketing al inovației”; „Politici concurențiale”; „Relansare pe piață”; „Teste de marketing în politica de produs”], ISBN 973-590-824-7.
4. Rodica **Boier** (2001), *Fundamentals of Economics*, Editura Sedcom Libris, Iași, ISBN 973-8028-28-0.
5. Elena Niculescu, R. **Boier** (2001), „Calitatea produselor, a serviciilor și a informațiilor”, în I.D. Adumitrăcesei, Elena Niculescu, N.G. Niculescu (coord.), *Economie politică. Teorie și politici economice pentru România*, partea a II-a, Editura Polirom, Iași, ISBN 973-683-098-5.
6. Rodica **Boier**, 2001, *Comportamentul consumatorului* (2001), Ediția a II-a, Editura „Gh. Zane” Iași.
7. Rodica **Boier** (2001), *Cercetări de marketing*, Editura „Gh. Zane” Iași.
8. Rodica **Boier** (1997), *Inovare și succes. Strategii de marketing pentru produse noi*, Editura Sedcom Libris, Iași, ISBN 973-981874-9.
9. G. Medrihan, M. Bucur-Sabo, R. **Boier** (1998), *Marketing. Concepte, metode, strategii*, Editura Gama, Iași.
10. R. **Boier** ș.a. în V. Munteanu (coord.) (1992), *Bazele marketingului*, Editura Graphix, Iași.
11. Mariana Bucur-Sabo, Maria Ponta, Rodica **Boier**, Mihai Irimia (1999), *Economie, Teste, probleme, rezolvări, comentarii*, Universitatea Tehnică “Gh. Asachi” Iași, Catedra de Economie și Marketing.
12. Rodica **Boier** (1998), *Economics. Microeconomics*, Universitatea Tehnică “Gh. Asachi” Iași, Catedra de Economie și Marketing.
13. Rodica **Boier**, „Atenția clientului – o acțiune practică”, *Tribuna economică*, nr. 17/2001, p. 15, ISSN 1453-7516.

Anexa 2

ARTICOLE ȘI STUDII PUBLICATE ÎN REVISTE DE SPECIALITATE

1. Articole indexate în baze de date internaționale de referință

1. Rodica **Boier**, V. Tighineanu (2024), "Marketing Research for Benchmarking in a SME. Case Study (II)", *Anuarul Universitatii "Petre Andrei" Din Iasi* - Fascicula: Drept, Stiinte Economice, Stiinte Politice, Editura POLIS. ISSN: 2248-1079 | ISSN-L: 2601-7008

2. Rodica **Boier**, V. Tighineanu (2022), „Benchmarking in a small company. Case study (I)”, *Anuarul științific al Universității „Petre Andrei” din Iași*, Editura Lumen, Iași.
3. Rodica **Boier** (2007), “Marketing research in mass-customization”, *Buletinul Institutului Politehnic din Iași*, tom LIII, Fasc. 5, vol I, p. 765-770.

2. Articole publicate în reviste sau volume din țară recunoscute de către CNSIS și în reviste de specialitate din străinătate (necotate ISI)

1. Rodica **Boier** (2007), “Cercetarea de marketing – evoluții și probleme caracteristice”, *Economia XXI*, 1(15), p. 29-33, ISSN 1584-1170.
2. Rodica **Boier** (2006), „Procesul de cumpărare și programul de stimulare a vânzărilor”, *Revista de comerț*, 7(1), p. 9-13, ISSN 1582-0424.
3. Rodica **Boier** (2005), „Repere noi în abordarea conceptuală a marketingului”, *Economia XXI*, 3(1), p. 38-41, ISSN 1584-1170.
4. Rodica **Boier** (2005), „Noua definiție a marketingului – o actualizare impusă de practică”, *Revista de comerț*, 6(2), p. 20-22, ISSN 1582-0424.
5. Rodica **Boier**, “Riscul în cumpărare – dimensiuni, surse, soluții –”, *Revista de comerț*, nr. 4/2001, p. 20-21, ISSN 1582-0424.

Anexa 3

COMUNICĂRI LA SESIUNI ȘTIINȚIFICE ȘI CONFERINȚE

1. **Boier**, R., & Tighineanu, V. (2024). Marketing Research for Benchmarking in a SME. Case Study (II). Anuarul Universitatii "Petre Andrei" Din Iasi - Fascicula: Drept, Stiinte Economice, Stiinte Politice. Editura POLIS, Iași.
2. **Boier**, R., & Tighineanu, V. (2023). Marketing Research for Benchmarking in a SME. Case Study (I). Anuarul Universitatii "Petre Andrei" Din Iasi - Fascicula: Drept, Stiinte Economice, Stiinte Politice, 30, 59-72. <https://doi.org/10.18662/upalaw/88>
3. Rodica **Boier** (2014) "Relational mechanisms in innovation co-creation", *Studies and Scientific Researches. Economics.Edition (SCECO)* no. 20 p. 162-168.
4. Rodica **Boier** (2014), „Marketing and innovation – a relationship approach”, *Studies and Scientific Researches. Economics.Edition (SCECO)*, no. 20, p. 154-161.
5. Rodica **Boier**, 2013, "Relationship marketing in the innovation processes", in *Studies and Scientific Researches. Economics Edition*, no. 18, November 2013, pp. 282-287.
6. Rodica **Boier**, 2013, "An exploratory research on relationships with stakeholders in innovation", in *Studies and Scientific Researches. Economics Edition*, no. 18, November 2013, p. 288-293.
7. Rodica **Boier**, Evghenia Grozman, Bogdan Rusu, 2012, “Exploratory research on the opportunity to develop students' competences on augmented reality technology”, în *Proceedings of the Quality Management of Higher Education International Conference*, Iași, Romania.
8. Bogdan Rusu, Rodica **Boier**, 2012, “Opportunity recognition by Western vs. Eastern entrepreneurs. 3 roumanian case studies”, în *Proceedings of the 3rd Review of management and economic engineering International Management Conference*, Cluj-Napoca, Romania.
9. Rodica **Boier**, 2011, Innovation and employability – a perspective of higher education marketing, in: Denis Čurčić (edit.), *Proceedings of the 3rd EMUNI Research Souk the Euro-Mediterranean*

- Student Research Multi-conference „Innovation and Employability – The University Challenge”, EMUNI University, Portorož, Slovenia, 2011, p. 879-885.
10. Rodica **Boier**, 2010, „Choosing an Academic Program: A Conceptual Model of Students’ Decision-making Process”, în Conferința internațională *Quality Management of Higher Education*, Tulcea, România.
 11. Rodica **Boier** (2010), Choosing the Academic Program. An Exploratory Research on the Dynamics of Students’ Decision-making Process, în Conferința internațională *Quality Management of Higher Education*, Tulcea, România.
 12. Rodica **Boier** (2010), Multi-dimensional Understanding of the “Product” in the Marketing Decision Process, Conferința internațională *Economia contemporană și realitățile românești*, Universitatea „V. Alecsandri” Bacău.
 13. Rodica **Boier** (2009), „Consumer Behavior and Enterprise Agility – A Model of the Surveyed Indicators”, in Conferinta internationala “Integrarea Europeana – noi provocari pentru economia Romaniei”, editia a V-a, 29-30 mai, 2009, Oradea, *Analele Universității din Oradea*, seria *Științe Economice*, Tom XVIII” ISSN-1582-5450, vol. IV, p. 600-603.
 14. Rodica **Boier** (2009), „Evaluating Enterprise Agility – An Exploratory research on Consumer Behavior Indicators”, in Conferinta internationala “Integrarea Europeana – noi provocari pentru economia Romaniei”, editia a V-a, 29-30 mai, 2009, Oradea, *Analele Universității din Oradea*, seria *Științe Economice*, Tom XVIII” ISSN-1582-5450, vol. IV, p. 604-607.
 15. Rodica **Boier**, Bogdan Rusu (2009), “The Dynamic of Product Innovation in SMEs - An Exploratory Research”, 6th International Conference *Management of Technological Changes*, Alexandroupolis, Greece.
 16. Rodica **Boier**, Bogdan Rusu (2009), „The Impact of the Economic and Financial Crisis on the Product Innovation Strategy in SMEs – An Exploratory Research”, 6th International Conference *Management of Technological Change*, Alexandroupolis, Greece.
 17. Bogdan Rusu, Rodica **Boier** (2009), “Barriers in implementing new product innovation in SMEs – exploratory research”, 6th International Conference *Management of Technological Change*, Alexandroupolis, Greece.
 18. Bogdan Rusu, Rodica **Boier** (2009), “Interference between Product and Process Innovation in SMEs – Exploratory research”, 6th International Conference *Management of Technological Change*, Alexandroupolis, Greece.
 19. Rodica **Boier** (2008), “The Interface Specialization. A Case Study”, în *Proceedings of the 5th International Seminar on the Quality Management in Higher Education* (Rusu C. Edit.), Tulcea, Romania, p. 21-26, ISBN 978-973-730-496-4.
 20. Rodica **Boier** (2008), “The Diffusion of a New Offer on the Market”, în *Proceedings of the 5th International Seminar on the Quality Management in Higher Education* (Rusu C. Edit.), Tulcea, Romania, p. 511-515, ISBN 978-973-730-496-4.
 21. Rodica **Boier**, Carmen-Aida Hutu, Silvia Avasilcai (2006), “Reference Points in the Marketing of Higher Education”, în *Proceedings of the 4th International Seminar on Quality Management in Higher Education* (Badea N., Rusu C., edit.), Sinaia, Romania, p. 82-86, ISBN 973-730-225-7; 978-973-730-225-0.
 22. Carmen-Aida Hutu, Rodica **Boier**, Silvia Avasilcai (2006), „Framework and design of a competency-based engineering and management program”, în *Proceedings of the 4th International Seminar on Quality Management in Higher Education* (Badea N., Rusu C., edit.), Sinaia, Romania, p. 15-20, ISBN 973-730-225-7; 978-973-730-225-0.
 23. Avasilcai Silvia, Rodica **Boier**, Carmen-Aida Hutu (2006), “Approaches to Quality for Higher Education”, în *Proceedings of the 4th International Seminar on Quality Management in Higher*

- Education* (Badea N., Rusu C., edit.), Sinaia, Romania, p. 417-422, ISBN 973-730-225-7; 978-973-730-225-0.
24. Rodica **Boier**, Gabriel-Petru Luca, Ion Verzea (2006), „Strategic Approach on Innovation Risk”, în *Agiltex Design*, Editura Performantica, Iași, Proceedings of the 2nd International Workshop „Design - Innovation - Development”, Iași, p. 77-83, ISBN: 978-973-730-390-5.
 25. Gabriel-Petru Luca, Rodica **Boier**, Ion Verzea (2006), „Ecological Product' Marketing: Some Romanian Market Descriptors”, în *Agiltex Design*, Editura Performantica, Iași, Proceedings of the 2nd International Workshop „Design - Innovation - Development”, Iași, p. 83-90, ISBN: 978-973-730-390-5.
 26. Ion Verzea, Gabriel-Petru Luca, Rodica **Boier** (2006), „Total Productive Maintenance: A Challenge for Romanian Textile Firms”, în *Agiltex Design*, Editura Performantica, Iași, Proceedings of the 2nd International Workshop „Design - Innovation - Development”, Iași, p. 63-168, ISBN: 978-973-730-390-5.
 27. Rodica **Boier**, „Piața și decalajele ei – o perspectivă de marketing”, Conferința corpului didactico-științific, Universitatea de Stat din Moldova, *Științe socio-umane*, Chișinău, 2000, p. 221-222
 28. Rodica **Boier**, "Deschideri strategice ale conceptului de <produs> în perspectiva de marketing", *Economica*, Academia de Studii Economice Chișinău, nr. 4 (17), 1997, p. 79-86
 29. Rodica **Boier**, Elena Niculescu, Avantajul competitiv în activitatea de marketing", *Creativitate - Tehnologie - Marketing*, Editura "Tehnica", Universitatea Tehnică a Moldovei, Chișinău, 1997, p. 574-577
 30. Elena Niculescu, Rodica **Boier**, "Diferențierea produsului – armă competitivă de marketing", *Creativitate - Tehnologie - Marketing*, Editura "Tehnica", Universitatea Tehnică a Moldovei, Chișinău, 1997, p. 578-579
 31. Rodica **Boier**, 2012, "The Marketing Strategy in Product Innovation", în C. Rusu (edit.), *Management of Technological Changes*, Editura Economică, București.

Anexa 4

STUDII PUBLICATE ÎN VOLUMELE UNOR MANIFESTĂRI ȘTIINȚIFICE INTERNAȚIONALE RECUNOSCUTE DIN ȚARĂ ȘI STRĂINĂTATE (CU ISSN SAU ISBN)

1. **Boier**, R., & Tighineanu, V. (2024). Marketing Research for Benchmarking in a SME. Case Study (II). Anuarul Universitatii "Petre Andrei" Din Iasi - Fascicula: Drept, Stiinte Economice, Stiinte Politice. Editura POLIS, Iași.
2. **Boier**, R., & Tighineanu, V. (2023). Marketing Research for Benchmarking in a SME. Case Study (I). Anuarul Universitatii "Petre Andrei" Din Iasi - Fascicula: Drept, Stiinte Economice, Stiinte Politice, 30, 59-72. <https://doi.org/10.18662/upalaw/88>
3. Rodica **Boier** (2014) "Relational mechanisms in innovation co-creation", *Studies and Scientific Researches. Economics.Edition* (SCECO) no. 20 p. 162-168.
4. Rodica **Boier** (2014), „Marketing and innovation – a relationship approach”, *Studies and Scientific Researches. Economics.Edition* (SCECO), no. 20, p. 154-161.
5. Rodica **Boier**, 2013, "Relationship marketing in the innovation processes", in *Studies and Scientific Researches. Economics Edition*, no. 18, November 2013, pp. 282-287.

6. Rodica **Boier**, 2013, "An exploratory research on relationships with stakeholders in innovation", in *Studies and Scientific Researches. Economics Edition*, no. 18, November 2013, p. 288-293.
7. Rodica **Boier**, Evghenia Grozman, Bogdan Rusu, 2012, "Exploratory research on the opportunity to develop students' competences on augmented reality technology", în *Proceedings of the Quality Management of Higher Education International Conference*, Iași, Romania.
8. Bogdan Rusu, Rodica **Boier**, 2012, "Opportunity recognition by Western vs. Eastern entrepreneurs. 3 roumanian case studies", în *Proceedings of the 3rd Review of management and economic engineering International Management Conference*, Cluj-Napoca, Romania.
9. Rodica **Boier**, 2011, Innovation and employability – a perspective of higher education marketing, in: Denis Čurčić (edit.), *Proceedings of the 3rd EMUNI Research Souk the Euro-Mediterranean Student Research Multi-conference „Innovation and Employability – The University Challenge”*, EMUNI University, Portorož, Slovenia, 2011, p. 879-885.
10. Rodica **Boier**, 2010, „Choosing an Academic Program: A Conceptual Model of Students' Decision-making Process”, în *Conferința internațională Quality Management of Higher Education*, Tulcea, România.
11. Rodica **Boier** (2010), Choosing the Academic Program. An Exploratory Research on the Dynamics of Students' Decision-making Process, în *Conferința internațională Quality Management of Higher Education*, Tulcea, România.
12. Rodica **Boier** (2010), Multi-dimensional Understanding of the “Product” in the Marketing Decision Process, *Conferința internațională Economia contemporană și realitățile românești*, Universitatea „V. Alecsandri” Bacău.
13. Rodica **Boier** (2009), „Consumer Behavior and Enterprise Agility – A Model of the Surveyed Indicators”, in *Conferinta internationala “Integrarea Europeana – noi provocari pentru economia Romaniei”*, editia a V-a, 29-30 mai, 2009, Oradea, *Analele Universității din Oradea*, seria *Științe Economice*, Tom XVIII” ISSN-1582-5450, vol. IV, p. 600-603.
14. Rodica **Boier** (2009), „Evaluating Enterprise Agility – An Exploratory research on Consumer Behavior Indicators”, in *Conferinta internationala “Integrarea Europeana – noi provocari pentru economia Romaniei”*, editia a V-a, 29-30 mai, 2009, Oradea, *Analele Universității din Oradea*, seria *Științe Economice*, Tom XVIII” ISSN-1582-5450, vol. IV, p. 604-607.
15. Rodica **Boier**, Bogdan Rusu (2009), “The Dynamic of Product Innovation in SMEs - An Exploratory Research”, 6th International Conference *Management of Technological Changes*, Alexandroupolis, Greece.
16. Rodica **Boier**, Bogdan Rusu (2009), „The Impact of the Economic and Financial Crisis on the Product Innovation Strategy in SMEs – An Exploratory Research”, 6th International Conference *Management of Technological Change*, Alexandroupolis, Greece.
17. Bogdan Rusu, Rodica **Boier** (2009), “Barriers in implementing new product innovation in SMEs – exploratory research”, 6th International Conference *Management of Technological Change*, Alexandroupolis, Greece.

18. Bogdan Rusu, Rodica **Boier** (2009), "Interference between Product and Process Innovation in SMEs – Exploratory research", 6th International Conference *Management of Technological Change*, Alexandroupolis, Greece.
19. Rodica **Boier** (2008), "The Interface Specialization. A Case Study", în *Proceedings of the 5th International Seminar on the Quality Management in Higher Education* (Rusu C. Edit.), Tulcea, Romania, p. 21-26, ISBN 978-973-730-496-4.
20. Rodica **Boier** (2008), "The Diffusion of a New Offer on the Market", în *Proceedings of the 5th International Seminar on the Quality Management in Higher Education* (Rusu C. Edit.), Tulcea, Romania, p. 511-515, ISBN 978-973-730-496-4.
21. Rodica **Boier**, Carmen-Aida Hutu, Silvia Avasilcai (2006), "Reference Points in the Marketing of Higher Education", în *Proceedings of the 4th International Seminar on Quality Management in Higher Education* (Badea N., Rusu C., edit.), Sinaia, Romania, p. 82-86, ISBN 973-730-225-7; 978-973-730-225-0.
22. Carmen-Aida Hutu, Rodica **Boier**, Silvia Avasilcai (2006), „Framework and design of a competency-based engineering and management program”, în *Proceedings of the 4th International Seminar on Quality Management in Higher Education* (Badea N., Rusu C., edit.), Sinaia, Romania, p. 15-20, ISBN 973-730-225-7; 978-973-730-225-0.
23. Avasilcai Silvia, Rodica **Boier**, Carmen-Aida Hutu (2006), "Approaches to Quality for Higher Education", în *Proceedings of the 4th International Seminar on Quality Management in Higher Education* (Badea N., Rusu C., edit.), Sinaia, Romania, p. 417-422, ISBN 973-730-225-7; 978-973-730-225-0.
24. Rodica **Boier**, Gabriel-Petru Luca, Ion Verzea (2006), „Strategic Approach on Innovation Risk”, în *Agiltex Design*, Editura Performantica, Iași, Proceedings of the 2nd International Workshop „Design - Innovation - Development”, Iași, p. 77-83, ISBN: 978-973-730-390-5.
25. Gabriel-Petru Luca, Rodica **Boier**, Ion Verzea (2006), „Ecological Product' Marketing: Some Romanian Market Descriptors”, în *Agiltex Design*, Editura Performantica, Iași, Proceedings of the 2nd International Workshop „Design - Innovation - Development”, Iași, p. 83-90, ISBN: 978-973-730-390-5.
26. Ion Verzea, Gabriel-Petru Luca, Rodica **Boier** (2006), „Total Productive Maintenance: A Challenge for Romanian Textile Firms”, în *Agiltex Design*, Editura Performantica, Iași, Proceedings of the 2nd International Workshop „Design - Innovation - Development”, Iași, p. 63-168, ISBN: 978-973-730-390-5.
27. Rodica **Boier**, "Piața și decalajele ei – o perspectivă de marketing", Conferința corpului didactico-științific, Universitatea de Stat din Moldova, *Științe socio-umane*, Chișinău, 2000, p. 221-222
28. Rodica **Boier**, "Deschideri strategice ale conceptului de <produs> în perspectiva de marketing", *Economica*, Academia de Studii Economice Chișinău, nr. 4 (17), 1997, p. 79-86
29. Rodica **Boier**, Elena Niculescu, Avantajul competitiv în activitatea de marketing", *Creativitate - Tehnologie - Marketing*, Editura "Tehnica", Universitatea Tehnică a Moldovei, Chișinău, 1997, p. 574-577

30. Elena Niculescu, Rodica **Boier**, "Diferențierea produsului – armă competitivă de marketing", *reativitate - Tehnologie - Marketing*, Editura "Tehnica", Universitatea Tehnică a Moldovei, Chișinău, 1997, p. 578-579
31. Rodica **Boier**, 2012, "The Marketing Strategy in Product Innovation", în C. Rusu (edit.), *Management of Technological Changes*, Editura Economică, București.

Anexa 5

PARTICIPĂRI LA PROIECTE ȘI PROGRAME DE FORMARE

1. *E-solutii de inovare prin implicarea pro-activa a clientilor in crearea de valoare pentru cresterea competitivitatii organizationale (E-PICUS)*, Ministerul Educatiei Nationale – Contract 322 /2014, Programul *Parteneriate în domenii prioritare* (membru colectiv).
2. *Parteneriat pentru cercetare de excelență în dezvoltarea aptitudinilor antreprenoriale și a capitalului uman competitiv în economia și societatea bazate pe cunoaștere și inovare (CE@ANPART)*, contr. Nr. 91-069/2007, Ministerul Educației, cercetării și Tineretului, Programul *Parteneriate în domenii prioritare* (membru colectiv).
3. *Cercetari exploratorii privind crearea interfetei consumator produs de incaltaminte in vederea realizarii prototipurilor virtuale*, Ministerul Educatiei si Cercetarii – Centrul National de Management Programe – program INFOSOC, 2006-2008 (membru colectiv).
4. *Promovarea capitalului uman pentru obținerea performanței în sectorul încălțămintei*, Linia de finanțare Phare 2004 – Promovarea capitalului uman, Execuție 2007, seminarii de perfecționare pentru manageri în componenta *Marketing și tehnici de vânzare* (membru colectiv)
5. *Sistem decizional multicriterial și instrumente inteligente destinate dobândirii de avantaj competitiv durabil pe piețe turbulente în industria de textile și confecții*, Grant CEEX, Contract nr. 210/2006, SIDEMINT, Modul III (membru colectiv).
6. *Creșterea vizibilității internaționale a cercetării în domeniul design-ului produselor textile și confecții în contextul integrării în programele europene și internaționale*, Grant CEEX, Contract nr. 54/2006, CORINT, Modul III (membru colectiv).
7. Contract RELANSIN nr. 1904/2004, *Autovideanță și curățitor de canale* (exec. 2004-2006), Planul Național de Cercetare-Dezvoltare, Ministerul Educației și Cercetării; Agenția de Management în Cercetare Științifică și Inovare Tehnologică (AMCSIT).
8. *Implementarea unui sistem de monitorizare a satisfacției consumatorilor la SC Tehnoton SA* (2005/2006), Contract nr. 29009/2005 (Director contract).
9. Contract RELANSIN nr. 1903/2004, *Autospecială pentru spălare automată și dezinfecția eurocontainerelor și pubelelor pentru gunoi menajer* (exec. 2004-2006), Planul Național de Cercetare-Dezvoltare, Ministerul Educației și Cercetării; Agenția de Management în Cercetare Științifică și Inovare Tehnologică (AMCSIT).
10. *Auditare de marketing*, Contract nr. 5053/18.06.2004, beneficiar SC. *Siretul SA* Pașcani, executant Universitatea Tehnică Iași (membru colectiv)
11. *Studiu de piață*, Contract nr. 3678/30.06.2004, beneficiar SC *Stofe Buhuși SA*, executant Universitatea Tehnică „Gh. Asachi” Iași (membru colectiv)
12. Contract RELANSIN nr. 1373/2001, *Automăturătoare cu aspirator cu buncăr de 1.75m.c.* (exec. 2001-2003), Planul Național de Cercetare-Dezvoltare, Ministerul Educației și Cercetării; Agenția de Management în Cercetare Științifică și Inovare Tehnologică (AMCSIT).

13. Contract RELANSIN nr. 752/2000, *Mașină autopropulsată de măturat, umectat și aspirat cu buncăr de 1,1 m.c.* (exec. 2000-2002), Planul Național de Cercetare-Dezvoltare, Ministerul Educației și Cercetării; Agenția de Management în Cercetare Științifică și Inovare Tehnologică (AMCSIT).
14. *Romanian Education: University Image* – Proiect TEMPUS PHARE (1998-1999)
15. Contract RELANSIN nr. 53/1999, *Încărcător frontal pe pneuri cu cupă multifuncțională 6 în 1 de 1 m.c. și echipament de excavator retro cu cupă de 0,2 m.c.* (exec. 1999-2002), Planul Național de Cercetare-Dezvoltare, Ministerul Educației și Cercetării; Agenția de Management în Cercetare Științifică și Inovare Tehnologică (AMCSIT).

25.06.2026

Rodica Boier