

Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
 Facultatea de Științe Economice
 Departamentul de Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
Conf. dr. BUDAC CAMELIA

L I S T A
lucrărilor științifice în domeniul disciplinelor din postul didactic

A. Teza de doctorat

- *Concurența ca factor reglator esențial în sistemul economiei de piață. Studiu de caz: economia românească în procesul integrării europene*

B. Cărți și capitole în cărți de specialitate sau volume colective

1. Luigi Dumitrescu, Camelia Apostu, *Marketingul și calitatea serviciilor*, Editura Expert, București, 2009, ISBN 978-973-618-201-3, 392 pagini.
2. Camelia Budac, *Cercetarea atitudinii tinerilor consumatori români asupra brandurilor și identificarea de mijloace specifice comunicării cu aceștia*, Editura Universității "Lucian Blaga" din Sibiu, 2015, ISBN 978-606-12-1033-6, 227 pagini.
3. *Emerging Issues in the Global Economy*, Springer Proceedings in Business and Economics, ISSN: 2198-7254 (electronic), ISBN: 978-3-319-71876-7 (eBook), Springer International Publishing AG 2018, capitolul cu tema: Linking Online Marketing Practices in Romania to Global Trends, pp. 83-91.

C. Articole publicate ca autor sau coautor în reviste cotate ISI sau BDI

ISI:

BDI:

1. Revista Economică, nr. 5(13) 2003, Sibiu-Chișinău, ISSN 1582-6260 *Pledoarie în favoarea utilizării unor practici adecvate de marketing în domeniul prețului*, 5 pagini.
2. Revista Economică, nr.5(18) 2004, Sibiu-Chișinău, ISSN 1582-6260 *Implicarea în rezolvarea problemelor comunității – necesitate a promovării firmelor concurențiale*, 5 pagini.
3. Revista Economică, nr.6(25) 2005, Sibiu-Chișinău, ISSN 1582-6260 *Bringing clients' satisfaction through ecological marketing*, 3 pagini.
4. Revista SBE „Studies in Business and Economics, nr.2, 2007, elaborată în Editura ULBS, ISSN 1842-4120, „*The role of the brand in bringing competitive advantages*
5. (coautor) Revista Management&Marketing, nr. 2008, publicată de Editura Universitaria Craiova, *The Business Value, ISSN 1841-2416*, 6 pagini (revistă indexată în următoarele baze de date internaționale: [REPEC - Research Papers in Economics](#), [CEEOL - Central and Eastern European Online Library](#), [DOAJ- Directory of Open Access Journals](#), [Electronic Journals Library](#), [Index Copernicus - Journal Masterl List](#), [Intute: Social Science](#), [ICAAP - International Consortium for Advancement of Academic Publication](#))
6. Revista Economică, supliment nr.2 – 2009, Sibiu-Chișinău, ISSN 1582-6260 „*Online environment – new trends in the competition of the firms to get their target*, 6 pagini
7. Revista Economică, nr.5(52) vol. I/2010, ISSN 1582-6260, revistă cotate CNCSIS B+, *Customer satisfaction, fidelity and loyalty – a conceptual framework*, pages 219-225
8. *Studies in Business and Economics*, revistă indexată REPEC, Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory, Nr.5(3)/december 2010, pp. 107-115, ISSN: 1842-4120, „*Measures for Stimulating Competition on Mobile Services Market in Romania to Maximize Benefits for End Users*, <http://eccsf.ulbsibiu.ro/RePEc/blg/journal/534budac&baltador.pdf>
9. Revista Economică, Nr. 4(57)/2011, pp. 17-25, ISSN 1582-6260, revistă cotate CNCSIS B+ și indexată REPEC, Ulrich's Periodicals Directory, DOAJ, *Unfair competition and the use of marketing mix components*, <http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/RE%204-57-2011.pdf>
10. Revista Economică, Nr. 2(55)/2011, pp. 53-58, ISSN 1582-6260, revistă cotate CNCSIS B+ și indexată REPEC, Ulrich's Periodicals Directory, DOAJ, *Wacom Competence Model – Improving Work Force Mobility in the Water Sector*, <http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/RE%202-55-2011.pdf>
11. Revista Economică indexată REPEC, Ulrich, DOAJ, Supliment nr.3/2012, ISSN 1582-6260, *The Understanding of Understanding of Branding Process as a Management Tool that Helps the Companies to Differentiate on the Market*, pag. art.31-36, http://econpapers.repec.org/article/blgreveco/v_3asupplement_3ay_3a2012_3ai_3a3_3ap_3a31-36.htm
12. Revista Economică indexată REPEC, Ulrich, DOAJ, vol. 65 issue 1/2013, ISSN 1582-6260, *Some Intercultural Considerations on Corporate Social Responsibility – Case Study: Romania and Hofstede's Cultural Dimensions*, pages 164-173, http://econpapers.repec.org/article/blgreveco/v_3a65_3ay_3a2013_3ai_3a1_3ap_3a164-173.htm
13. (coautor) „*Procedia Economics and Finance – Elsevier*”, indexată ScienceDirect, nr. 6/2013, ISSN: 2212-5671, „*The value of brand equity*”, pages 444-448, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567113001615>
14. (coautor) „*Revista Economică*” indexată REPEC, Ulrich, DOAJ, vol. 66, nr.1/2014, ISSN 1582-6260, „*Intercultural Communication Barriers – an interpersonal approach*,” pp. 28-36

<http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/66103baltador&budac.pdf>

15. (coautor) „Procedia Economics and Finance – Elsevier”, indexată ScienceDirect, Volume 16, 2014, ISSN: 2212-5671, „Open government – a long way ahead for Romania”, p. 557–562
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567114008399>
16. (coautor) „Procedia Economics and Finance – Elsevier”, indexată ScienceDirect, Volume 16, 2014, ISSN: 2212-5671, „Brand communication challenges in getting young customer engagement”, p. 521–525
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567114008338>
17. „Revista Economică – Journal of economic-financial theory and practice” indexată REPEC, Ulrich, DOAJ, nr. 5/2014, ISSN: 1582-6260, „Strategic considerations on how brands should deal with Generation Z”, pp.7-14
<http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/66501budac.pdf>
18. (coautor) Studies in Business and Economics (SBE), abstractizată/indexată REPEC, EBSCO, DOAJ, Cabells, ISSN 1842-4120, Volume 10, Issue 1, 2015, „Promoting Entrepreneurship In Romania: An Impact Study Within Recent Graduates Of Economic Sciences”, pp. 35-46, <https://ideas.repec.org/a/blg/journal/v10y2015i1p35-46.html>
19. Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2015; 6(171): 6–11, ISSN: 1728-3817 (general), 1728-2667 (print version), ISSN: 2079-908X (electronic version), „Next Generations of Consumers – Challenges and Opportunities for Brands”, <https://ideas.repec.org/a/scn/013723/15980908.html>
20. Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2016; 12(189): 25-29, ISSN: 1728-2667 (general), 1728-2667 (print version), ISSN: 2079-908X (electronic version), „Marketing Considerations on Brand Communities”, <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-considerations-on-brand-communities>
21. Ovidius University Annals, Economic Sciences Series, 2016; XVI(2): 306-311, ISSN: 2393-3127; ISSN-L 2393-3119, „Theoretical Approaches on Successful Email Marketing Campaigns”, http://stec.univ-ovidius.ro/html/anale/RO/2016/ANALE%20vol%2016_issue_2_site..pdf
22. (coautor) Ovidius University Annals, Economic Sciences Series, 2016; XVI(2): 415-420, ISSN: 2393-3127; ISSN-L 2393-3119, „Considerations on the Impact of the Global Financial Crisis on Economies from Eastern Europe”, http://stec.univ-ovidius.ro/html/anale/RO/2016/ANALE%20vol%2016_issue_2_site..pdf
23. Emerging Issues in the Global Economy, Springer International Publishing 2018, Book Series: Springer Proceedings in Business and Economics, Print ISBN: 978-3-319-71875-0, Electronic ISBN: 978-3-319-71876-7, „Linking Online Marketing Practices in Romania to Global Trends”, <https://www.springerprofessional.de/en/linking-online-marketing-practices-in-romania-to-global-trends/15358122>

D. Articole / studii publicate în volumele conferințelor internaționale desfășurate în țară sau străinătate (cu ISSN sau ISBN)

1. Conferința Economică Internațională *Identitatea și universalitatea economiilor în tranziție în debutul mileniului trei, SIBIU, 8-9 mai 2003*, lucrarea cu tema: „The Marketing Activity Structure Within the Banking System, volumul II, Editura Universității „Lucian Blaga din Sibiu, 2004, ISBN 973-651-839-6, 5 pagini;
2. Conferința Economică Internațională „Simpozionul internațional al tinerilor cercetători, CHIȘINĂU, 29-30 aprilie 2004, lucrarea cu tema: „Marketingul modern – alternativă sau provocare, Departamentul editorial-poligrafic al A.S.E.M. Chișinău, 2004, ISBN 9975-75-239-x, 2 pagini;
3. Conferința Economică Internațională, „România – exigențe în procesul dezvoltării, din perspectiva integrării în anul 2007, SIBIU, 5-8 mai 2004, lucrarea cu tema: „The Functional Marketing Programs – Consequence of the Application of Marketing Essential Laws, volumul I, Editura Universității „Lucian Blaga din Sibiu, 2004, ISBN 973-651-992-9, 3 pagini;
4. Conferința Economică Internațională „Binomul sărăcie-bogăție și integrarea României în Uniunea Europeană, SIBIU, 20-21 mai 2005, lucrarea cu tema: „The New Age of On-Line Marketing, volumul III, Editura Universității „Lucian Blaga din Sibiu, 2005, ISBN 973-739-101-2, 3 pagini;
5. Conferința Economică Internațională, Preconferința a Congresului Internațional de Istorie Economică de la Helsinki august 2006 „Identitate, Globalizare și Universalitate în Spațiul Economic din Europa Centrală și de Est – Evoluții și Involuții în Perioada Modernă și Contemporană, SIBIU, 4-8 mai 2006, lucrarea cu tema: „Involving in the Problems of the Community – a Way to Obtain Competitive Advantages, volumul IV, Editura Universității „Lucian Blaga din Sibiu, 2006, ISBN (10) 973-739-259-0; ISBN (13) 978-973-739-259-6, 3 pagini;
6. Conferința Economică Internațională „Simpozionul internațional al tinerilor cercetători, Academia de Studii Economice a Moldovei, CHIȘINĂU, 14-15 aprilie 2006, ediția a4-a, lucrarea cu tema: *Brandul România – cum să ne creăm o imagine favorabilă*, Departamentul editorial-poligrafic al A.S.E.M. Chișinău, 2006, volumul I, ISBN 978-9975-75-372-2, 2 pagini;
7. Conferința Economică Internațională „Simpozionul internațional al tinerilor cercetători, Academia de Studii Economice a Moldovei, CHIȘINĂU, 19-20 aprilie 2007, ediția aV-a, lucrarea cu tema: *Noi abordări în marketing. Radiografe obiectivă a marketingului în România*, Departamentul editorial-poligrafic al A.S.E.M. Chișinău, 2007, volumul I, ISBN 978-9975-75-195-7, 2 pagini;
8. The International Economic Conference „Romania within the EU: Opportunities, Requirements and Perspectives, SIBIU, 10-11 May 2007, lucrarea cu tema: „Advertising in a Redundancy Environment – from the Traditional to the Digital, volumul II, „Lucian Blaga University Publishing House from Sibiu, 2007, ISBN (13) 978-973-739-443-9, 3 pagini;
9. The International Economic Conference „Integrative relations between the European Union Institutions and the Member States, SIBIU, 15-16 May 2008, lucrarea cu tema: „Online Environment – new trends in the competition of the firms to get their target, Section 2, „Lucian Blaga University Publishing House from Sibiu, 2008, ISBN 978-973-739-594-8, 7 pagini;

10. The International Economic Conference „*Economie europeană: Prezent și perspective. Dimensiunea economico-juridică a integrării României în structurile europene și euroatlantice, SUCEAVA, June 2008*, lucrarea cu tema: „*The policy of assortment in the retail trade*, University Publishing House from Suceava, 2008, ISSN 2065-085X, 3 pagini;
11. The International Economic Conference „*Industrial Revolutions, from the Globalization and Post-Globalization Perspective, SIBIU, 7-8 May 2009*, lucrarea cu tema: „*Romanian Online Advertising Market: Formats, Effects, Players and Trends* Section 3, „Lucian Blaga University Publishing House from Sibiu, 2009, ISBN 978-973-739-775-1, 9 pagini;
12. The International Economic Conference *The Economic World's Destiny: Crisis and Globalization? SIBIU, 13-14 May 2010*, lucrarea cu tema: *Customer Satisfaction, Fidelity and Loyalty – a Conceptual Framework* , „Lucian Blaga University Publishing House from Sibiu, ISBN 978-606-12-0139-6;
13. The International Economic Conference IECS 2011 „*Crises after Crisis. Inquiries from a National, European and Global Perspective, SIBIU, 19-20 May 2011*, lucrarea cu tema: *Wacom Competence Model – Improving Work Force Mobility in the Water Sector*, „Lucian Blaga University Publishing House from Sibiu, ISBN 987-973-739-987-8;
14. The International Economic Conference IECS 2011 „*Crises after Crisis. Inquiries from a National, European and Global Perspective, SIBIU, 19-20 May 2011*, lucrarea cu tema: *Unfair Competition and the Use of Marketing Mix Components*, „Lucian Blaga University Publishing House from Sibiu, ISBN 987-973-739-987-8;
15. The International Economic Conference IECS 2012 „*The Persistence of the Global Economic Crisis: Causes, Implications, Solutions, SIBIU, 15-18 June 2012*, lucrarea cu tema: *The Understanding of Understanding of Branding Process as a Management Tool that Helps the Companies to Differentiate on the Market*, IECS Conference Proceedings, ISBN 978-606-12-0323-9.
16. Ecotrend 2012, IXth Edition, Târgu Jiu, „*Exit from the Crises and revival of sustainable growth*, 23-24 noiembrie 2012, lucrarea cu tema: „*ISO 26000 – benefits, difficulties, questions*, ISSN 2246-0889, pg.675-681
17. Economic, social and administrative approaches to: The Knowledge - Based Organization The 18th International Conference, „*The progress of auditing from the 1929 recession to the recent financial crisis*”, "Nicolae Bălcescu" Land Forces Academy, Sibiu, 14-16 June 2012, ISSN 1843 - 6722, pg. 220-226
18. 20th International Economic Conference - IECS 2013 „*POST CRISIS ECONOMY: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES*”, Sibiu, 17-18 mai, 2013, lucrarea cu tema: „*New challenges for the business model in the context of sustainable development*”, „Lucian Blaga” University Publishing House from Sibiu, ISBN 987-973-739-987-8
19. International Scientific Conference: Sustainable development in conditions of economic instability, second edition, Satu Mare, 21-22 iunie 2013, „*Sustainable development: case study - tourism in the protected area of the Danube Delta*”, pg. 88-95
20. Joint International Conference of Doctoral and Post-Doctoral Researchers, 2014, ISBN gen.: 978-606-26-0215-4, ISBN vol.4: 978-606-26-0219-2, „*Generation Z – the most difficult but desirable target for brands*”, pg. 121-131
21. Joint International Conference of Doctoral and Post-Doctoral Researchers, 2014, ISBN gen.: 978-606-26-0215-4, ISBN vol.4: 978-606-26-0219-2, „*Sustainable Development – a universal aim in a specific local environment*”, pg. 60-70
22. Conferința Internațională „(Re)construind latinitatea: Identități naționale și transnaționale ale culturilor romanice Abordări interdisciplinare și transdisciplinare”, Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu, 21-23 noiembrie 2013, lucrarea cu tema: „*Internaționalizarea firmei – modele, strategii, implicații manageriale*”
23. Conferința Internațională „(Re)construind latinitatea: Identități naționale și transnaționale ale culturilor romanice Abordări interdisciplinare și transdisciplinare”, Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu, 21-23 noiembrie 2013, lucrarea cu tema: „*Reflections on How Brands Should Communicate with Young People Considering Generation Gap*”
24. International Journal of Arts & Sciences’ (IJAS) International Conference for Business and Economics, University of London, 4-7 Noiembrie 2014, „*Generation Z – Rules For Brands To Reach And Engage Consumers*”
25. International Journal of Arts & Sciences’ (IJAS) International Conference for Business and Economics, University of London, 4-7 Noiembrie 2014, „*Why culture matters*”
26. Joint International Conference of Doctoral Students and Post-Doctoral Researchers, Universitatea ”Lucian Blaga” Sibiu, 2015, „*The Role of European Citizens in Fostering Sustainable Development*”
27. International Conference The Danube – Axis of European Identity, 5th Edition, Novi Sad, 29 iunie 2015, „*Online Brand Community and its Impact in Communicating with Next Generations of Consumers*”
28. 23rd International Economic Conference – IECS 2016 - "The Competitive Economic and Social Environment of the International Market", Sibiu, 20-21 mai, 2016, lucrarea cu tema: „*Marketing considerations on brand communities*”
29. 9th International Conference Competitiveness and Stability in the Knowledge-Based Economy, iConEc 2017 Craiova, 27-28 octombrie 2017, lucrarea cu tema: „*Best practices for integrating digital marketing to stimulate business growth*”
30. Future of Europe - different scenarios, Pitești, Constatin Brâncoveanu University, 24 noiembrie 2017, lucrarea cu tema: „*Ways to implement an effective digital marketing strategy*”

E. Granturi/proiecte de cercetare câștigate prin competiție:

- Programul 4 - „Parteneriate în domeniile prioritare”. Direcția de cercetare 9: Cercetare socio-economică. Proiect nr. 92-102/2008: „Cercetări privind realizarea unui sistem integrat complex de diseminare a rezultatelor cercetării științifice la nivel național pentru promovarea și susținerea educației privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală”, director proiect: prof. Iacob Cătoi, Academia de Studii Economice București, proiect finanțat de Centrul Național de Management Programe-CNMP, nr. 3289/2008, perioada de realizare: 01.10.2008-30.09.2011, valoare totală: 2.193.333 lei - membru proiect P4

- Bursă cercetător postdoctorat obținută prin competiție în cadrul proiectului „Burse Universitare în România prin Sprijin European pentru Doctoranzi și Post-doctoranzi (BURSE DOC-POSTDOC)”, ID 133255, tema de cercetare: Cercetarea impactului brandurilor asupra tinerilor consumatori români și identificarea de mijloace specifice comunicării cu aceștia

- EduHub – Societatea Antreprenorială Studențească a ULBS, proiect finanțat prin Fondul de Dezvoltare Instituțională, iunie-decembrie 2017, valoarea totală: 94.200 lei, ID proiect CNFIS-FDI-2017-0454 – director proiect

- Valori ale cunoașterii tradiționale în susținerea Regiunii Gastronomice Europene Sibiu 2019, proiect finanțat de Primăria Sibiu, septembrie-decembrie 2017, valoare totală: 55.747 lei – membru proiect

- EduHub – Societatea Antreprenorială Studențească a ULBS, proiect finanțat prin Fondul de Dezvoltare Instituțională, mai-decembrie 2018, valoarea totală: 157.500 lei, ID proiect CNFIS-FDI-2018-0513 – director proiect

Data:

Semnătura: