

Anexa nr. 11

Data.12.01.2022

Concurs pentru ocuparea postului vacant/temporar vacant de asistent universitar, poz. 47
Discipline: Comportamentul consumatorului; Marketing; Marketing cultural; Marketing internațional,

Panel.....Comisia Domeniul.....,
Departamentul Management, Marketing și Administrarea Afacerilor,
Facultatea de Științe Economice
post publicat în Monitorul Oficial al României nr.1242 din 03.12.2021

LISTA DE LUCRĂRI

Candidat: **ȚICHINDELEAN, G. Monica- Teodora** din 2022 domeniul de doctorat Marketing
(NUME, inițială și prenume) (anul)

a) Teza(ele) de doctorat

Cercetarea comportamentului consumatorului de servicii utilizând tehnici de neuromarketing,
Marketing – ASE București, 2019

b) Lucrări care pun în evidență contribuția științifică:

Lucrări indexate ISI/BDI

ISI

1. Țichindelean, M.; **Țichindelean, M.T.**; Cetină, I.; Orzan, G. *A Comparative Eye Tracking Study of Usability - Towards Sustainable Web Design*. Sustainability 2021, 131, 10415. <https://doi.org/10.3390/su131810415>;
2. **Țichindelean, M.T.**, Cetină, I., Țichindelean, M., Rădulescu, V. *Usability of Banking Website – an Eye-Tracker Study*, Journal of Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research, 2019. Nr. 4, Vol. 53, ISSN 0424-267X, pp. 127 – 142;

BDI

1. **Țichindelean (Beca), M.T.**, Țichindelean, M. - *A Study Of Banking Marketers' Perception Regarding The Use Of Neuromarketing Techniques In Banking Services*, Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica, 2019, 21(vol.1), ISSN:1454-9409;
2. **Țichindelean (Beca), M.T.** - *Neuromarketing Research: Ethics, Procedures and Perceptions Of Parties Involved*, Bulletin Of Taras Shevchenko National University Of Kyiv, 2019, 4(205), ISSN:1728-2667;
3. **Țichindelean (Beca), M.T.**, Cetină,I., Țichindelean, M. - *Studying the user experience in online banking services - an eye-tracking application*, Studies in Business and Economics,

2019, No.14(2), pp. 193-208, 2019, ISSN 2344-5416;

4. Gîță, I.E., **Beca, M.T.**, Cetină, I - *Brand name translation as a decisive factor in positioning foreign brands on Chinese Markets (II)*- , pp- 57-63, Revista Transilvania, 2018, Nr. 4, ISSN: 0255-0539;
5. Gîță, I.E., **Beca, M.T.**, Cetină, I. - *Brand name translation as a decisive factor in positioning foreign brands on Chinese Markets* - pp- 108 -115, Revista Transilvania, 2017, Nr. 11-12, ISSN: 0255-0539;
6. Dumitrescu, L., Țichindelean, M., **Beca, M.T.** *An Analysis of the Marketing Scientific Research in Romania*, Revista Economică, 2017, 69:5;
7. Cetină, I., **Beca, M.T.**, *Neuromarketing - aplicații în domeniul com portamentului consumatorului / Neuromarketing and its Consumer Behavior Applications*, Revista Romană de Marketing - Număr aniversar 10 ani de existență, 2016, pp. 114 -124, Editura Rosetti International, București,.ISSN: 1842-2454;
8. Țichindelean, M., **Beca, M.T.** *How Brand Personality Influences Consumers' Brand Preferences* , Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2015, Nr. 171 (6), pp. 77 - 82, Editura Universității Naționale din Kiev "Taras Shevchenko", ISSN:1728-2667

Lucrări publicate publicate în volumele unor manifestări științifice naționale și internaționale

1. **Țichindelean, M.T.**, & Țichindelean, M. *Culture and Personality as Brand Preference Influencers*, The 32nd International Business Information Management Association Conference, 15-16 November 2018, Seville, Spain;
2. **Țichindelean, M.T.**, Cetină, I., & Țichindelean, M. *Neuromarketing Services: an Analysis of International Specialists' Experience*. In Proceedings of the 12th International Management Conference 2018 (pp. 807-816), București,;
3. **Țichindelean M.T.**, Țichindelean M., *A Study of Immigration Perception an the Influence of Information Sources pn the Perception Formation Process*, *Proceedings - Understanding and Tackling the Migration Challenge: Mapping Options for a Resilient Approach*, Sibiu, 2016 http://grants.ulbsibiu.ro/migration/conference_program.pdf

Notă: (1) Fiecare lucrare este prezentată în limba în care a fost publicată/ expusă, corespunzător structurii: numărul curent al lucrării din grupul de lucrări din care face parte, autorii în ordinea din publicație, cu scriere „bold“ a candidatului, titlul scris „italic“; editura sau revista sau manifestarea și/sau alte elemente de localizare după caz; intervalul de pagini din



publicație, respectiv pp. ...-..., numărul total de pagini, respectiv ... pag. ..., sau alte date similare, după caz; anul sau perioada de realizare, după caz.

(2) În cadrul fiecărui grup de lucrări, lucrările sunt trecute în ordine invers cronologică.

(3) Pentru lucrările realizate după ultima promovare, numărul curent al lucrării (I din structură) se va scrie cu „italic bold“, în vederea identificării mai ușoare a acestora.

CANDIDAT,

MONICA- TEODORA ȚICHINDELEAN