

INFORMAȚII PERSONALE


Obadă Daniel-Rareș

📍 Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, Bulevardul Carol I, nr. 11, Corp A, 700506 - Iași

☎ 0040-232-201281

✉ daniel.obada@uaic.ro / rares.obada@gmail.com

🌐 <https://www.fssp.uaic.ro/rares-obada>

Sexul Masculin | Data nașterii 27/09/1987 | Naționalitatea Română

 LOCUL DE MUNCA PENTRU
CARE SE CANDIDEAZĂ
POZIȚIA

Director al Departamentului de Științe ale Comunicării și Relații Publice al Facultății de Filosofie și Științe Social-Politice din cadrul Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, 2024-2029

2020 – prezent

Lector univ. doctor

Departamentul de Științe ale Comunicării și Relații Publice din cadrul Facultății de Filosofie și Științe Social – Politice, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, Bd. Carol I, nr. 11.

- Susținerea cursurilor și seminarelor la disciplinele *Managementul relațiilor publice, Relații publice la nivelul ONG-urilor, Comunicare integrată de marketing* (programul de licență „Comunicare și relații publice”);
- Susținerea cursului la disciplina *Relații publice* (programul de licență „Resurse umane”);
- Susținerea cursurilor și seminarelor la disciplinele *Metode de cercetare calitative în științele comunicării, Metode de cercetare cantitativă în științele comunicării și Planificare media* (programul de masterat „Relații publice și publicitate”);
- Susținerea cursurilor la disciplinele *Public Relations in NGOs, Integrated Marketing Communication, Public Relations Management* cu studenții Erasmus.
- Îndrumare lucrări de licență și de disertație.

Tipul sau sectorul de activitate Activitate didactică și de cercetare, sectorul educațional.

2017 – 2020

Asistent univ. doctor

Departamentul de Științe ale Comunicării și Relații Publice din cadrul Facultății de Filosofie și Științe Social – Politice, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, Bd. Carol I, nr. 11.

- Susținerea seminarelor la disciplinele: *Managementul relațiilor publice, Fundamente ale relațiilor publice, Relații publice la nivelul ONG-urilor, Comunicare politică, Scriitură în publicitate și PR, Comunicare integrată de marketing*;
- Susținerea cursului la disciplina *Relații publice la nivelul ONG-urilor*;
- Îndrumare lucrări de licență.

Tipul sau sectorul de activitate Activitate didactică și de cercetare, sectorul educațional.

2013 – 2018

Cadru didactic asociat

Departamentul de Management, Marketing și Administrarea Afacerilor din cadrul Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, Bd. Carol I, nr. 11.

- Susținerea seminarelor la disciplina *Marketing*.

Tipul sau sectorul de activitate Activitate didactică și de cercetare, sectorul educațional.

2016 – 2017

Director de marketing

Rețeaua radio regională VIVA FM – S.C. STIL MEDIA S.R.L., Iași, Str. Sf. Andrei, nr. 16 A.

- Conceperea și implementarea planului anual de comunicare integrată de marketing;
- Realizarea de studii de audiență radio pentru stabilirea profilului ascultătorilor și a comportamentelor de consum (cercetări cantitative și calitative).

Tipul sau sectorul de activitate Comunicare, Mass-media, Publicitate.

2009 – 2016 **Fondator al agenției BOOM MEDIA & MARKETING AGENCY**
 S.C. BOOM MEDIA & MARKETING AGENCY S.R.L., Iași, str. Strămoșilor, nr. 63, bl DA17, et. 1, ap. 4.

- Conceperea și implementarea planurilor de comunicare integrată de marketing;
- Realizarea de cercetări de marketing calitative și cantitative;
- Elaborarea conceptelor de comunicare;
- Conceperea planurilor media;
- Negocierea contractelor cu clienții.

Tipul sau sectorul de activitate Activități ale agențiilor de publicitate.

2009 – 2016 **Director de marketing**
 Rețeaua radio regională IMPACT FM – S.C. IMPACT MEDIA S.R.L., Iași, Bd-ul. Carol I , nr. 4, et. 3.

- Conceperea și implementarea planului anual de comunicare integrată de marketing al rețelei radio regionale Impact FM;
- Realizarea studiilor de audiență radio și manager de proiect Impact FM Dance Tour.

Tipul sau sectorul de activitate Comunicare, Mass-media, Publicitate.

EDUCAȚIE ȘI FORMARE

2011-2014 **Doctor în domeniul „Marketing”**
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași.

- La data de 31 octombrie 2014, am susținut public teza de doctorat cu titlul „Impactul stării de flux din mediul on-line asupra calității percepute a unui site web de brand”, sub coordonarea domnului Prof. univ. dr. Corneliu Munteanu;
- Disciplinele principale studiate: *Metode de cercetare avansate în Marketing, Statistică, Epistemologie.*

2009 - 2011 **Master în domeniul „Științe ale Comunicării”. Programul de studii: „Publicitate și Relații Publice”**
 Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași.

- Disciplinele principale studiate: *Studii de caz în PR, Metode de cercetare în relații publice și publicitate, Branding, Organizarea evenimentelor, New media, Studii de caz în publicitate, Comunicare corporativă.*

2006-2009 **Licențiat în domeniul „Științe ale Comunicării”. Programul de studii: „Comunicare și Relații Publice”**
 Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași.

- Disciplinele principale studiate: *Fundamente ale relațiilor publice, Managementul relațiilor publice, Relații publice la nivelul ONG, Metode de cercetare în științele comunicării, Construcția mesajului publicitar, Cunoaștere și comunicare, Elaborarea produselor de PR și publicitate.*

2011-2014 **Absolvent al modului psihopedagogic, nivelul I și nivelul II**
 Departamentul pentru Pregătirea Personalului Didactic din cadrul Facultății de Psihologie și Științe ale Educației, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași.

- Disciplinele principale studiate: *Psihologia educației, Pedagogie, Didactica specialității, Managementul clasei de elevi.*

COMPETENȚE PERSONALE

Limba(i) maternă(e)

Română

ÎNȚELEGERE	VORBIRE	SCRIERE
------------	---------	---------

Alte limbi străine cunoscute

	Ascultare	Citire	Participare la conversație	Discurs oral	
Engleză	Excelent	Excelent	Excelent	Excelent	Excelent
	Utilizator experimentat				
Spaniolă	Bine	Bine	Bine	Bine	Bine
	Utilizator independent				

Niveluri: A1/A2: Utilizator elementar - B1/B2: Utilizator independent - C1/C2: Utilizator experimentat
 Cadrul european comun de referință pentru limbi străine

Competențe și aptitudini de comunicare / cercetare / organizare

- În timpul studiilor și a activității profesionale mi-am dezvoltat următoarele competențe: *capacitatea de asimilare a cunoștințelor, capacitatea de sinteză, capacitatea de diseminare a rezultatelor cercetării; cunoașterea și utilizarea adecvată a instrumentelor și metodelor de cercetare științifică; rigurozitate în elaborarea materialelor științifice; respectarea termenelor limită impuse pentru susținerea proiectelor științifice și îndeplinirea obiectivelor stabilite într-un proiect de cercetare.*
- Din anul 2015 până în prezent am coordonat lucrări de licență și de disertație ale studenților / masteranzilor de la specializarea *Comunicare și Relații Publice*, respectiv *Relații publice și publicitate*, la disciplinele *Comunicare integrată de marketing, Managementul relațiilor publice, Relații publice la nivelul ONG-urilor, Metode de cercetare cantitative în științele comunicării, Metode de cercetare calitative în științele comunicării*. Competențe și aptitudini dezvoltate: *capacitatea de a îndruma studenți, precum și managementul proiectelor de cercetare.*
- O parte din activitatea de cercetare derulată a fost realizată în colaborare cu alți colegi din țară și din străinătate. Competențe și aptitudini dezvoltate: *capacitatea de a lucra în echipe de cercetare.*
- Prin participarea la evenimentele științifice naționale și internaționale (conferințe, colocvii, workshop-uri) mi-am dezvoltat *competențele de comunicare în limba română, precum și în limba engleză.*
- Membru în colectivul de organizare al Conferinței *Internațională Communication in Action: From Theory to Practice and Back (2018, 2019, 2023)* – Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași. Competențe și aptitudini dezvoltate: *organizatorice.*
- Spirit de echipă, capacitatea de adaptare la medii multiculturale* – obținute prin participarea la evenimente științifice în străinătate, stagii de cercetare și mobilități de predare.
- Leadership* – în activitatea profesională am coordonat echipe de vânzări.
- Managementul proiectului* – planificarea și derularea studiilor de audiență radio; organizare de evenimente comerciale și științifice.
- Bune competențe și aptitudini organizatorice* – capacitatea de a coordona și antrena oameni, de a administra proiecte și bugete în timpul activităților profesionale – aptitudini dezvoltate prin organizarea de evenimente științifice în sfera academică: colocviu național, conferință internațională.
- O bună cunoaștere a proceselor de evaluare și a îndeplinirii indicatorilor de performanță* în domeniul comunicării integrate de marketing, relațiilor publice, planificării media și a metodelor de cercetare calitative și cantitative utilizate în științele comunicării.

Competențe sociale / organizaționale / manageriale

Competențe dobândite la locul de muncă

Competențe digitale

AUTOEVALUARE				
Procesarea informației	Comunicare	Creare de conținut	Securitate	Rezolvarea de probleme
Utilizator experimentat	Utilizator experimentat	Utilizator experimentat	Utilizator independent	Utilizator experimentat

Niveluri: Utilizator elementar - Utilizator independent - Utilizator experimentat
 Competențele digitale - Grilă de auto-evaluare

Utilizator experimentat

Alte competențele informatice:

- Microsoft Office™
- Corel Draw™
- Photoshop™
- SPSS™
- AMOS SPSS™
- Gazepoint Analysis Professional software package™
- SmartPLS™

STAGII DE CERCETARE ÎN STRĂINĂTATE ȘI MOBILITĂȚI

DIDACTICE

- Cercetător invitat – stagiul de cercetare la Universitatea din Barcelona, Department of Library Science and Audiovisual Communication, 7-19 mai 2019.
- Mobilitate de predare în cadrul proiectului Erasmus+ (Staff Mobility For Teaching) la Facultatea de Operațiuni, Economie a Transporturilor și Comunicații (Faculty of Operation and Economics of Transport and Communications), Universitatea Zilina, Zilina, Slovacia, 8-12 mai 2023.
Domeniul cursurilor susținute: Comunicare integrată de marketing.
- Mobilitate de predare în cadrul proiectului Erasmus+ (Staff Mobility For Teaching) la Facultatea de Științe Economice, Administrative și Sociale (Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences), Universitatea Istinye, Republica Turcia, 27-31 mai 2024.
Domeniul cursurilor susținute: Comunicare integrată de marketing.

 DIRECTOR PROIECT DE
CERCETARE OBȚINUT PRIN
COMPETIȚIE

- Director proiect de cercetare – grant UAIC obținut prin competiție. Titlul: „ROLUL STĂRII DE FLUX ÎN DISTRIBUIREA ȘTIRILOR FALSE DESPRE BRANDURI PE REȚELE DE SOCIALIZARE”. Cod Proiect GI-UAIC-2018-09.
Valoarea proiectului: 40.000 de lei.
Durata proiectului: 2019-2022.

 MEMBRU ÎN PROIECTE DE
CERCETARE OBȚINUT PRIN
COMPETIȚIE

- Membru proiect de cercetare: „Instrumente moderne de creștere a performanței unei companii în mediul online: rolul stării de flux în crearea unui site Web de comerț electronic” – în cadrul proiectului POSDRU/159/1.5/S/133675, “Inovare și dezvoltare în structurarea și reprezentarea cunoașterii prin burse doctorale și postdoctorale (IDSRC – doc postdoc)”, derulat de Academia Română, Filiala Iași.
Perioada mai 2014 - septembrie 2014.

 MEMBRU ÎN PROIECTE DE
CERCETARE INTERNAȚIONALE

- Membru în proiectul de cercetare internațional derulat de COST Action CA18115 TRANSNATIONAL COLLABORATION ON BULLYING, MIGRATION AND INTEGRATION AT SCHOOL LEVEL (TRIBES) – The European Cooperation in Science and Technology (COST) – <https://www.cost.eu/actions/CA18115/#tab:Name:overview>.
WG6: E-Technology, Cyberbullying & Online Safety.
Buget anual estimativ €130,000 (pentru 25 COST Membri) x 4 ani = € 520,000.

 MEMBRU / PARTICIPARE ÎN
ALTE PROIECTE

- Membru Tutore în proiectul „Finalizează Facultatea cu Succes și cu Șanse Promițătoare (FFSSPstudis)”, Schema de Granturi pentru Universități – SGNU – Mare, Proiectul privind Învățământul Secundar (ROSE), în perioada 2019-2021, beneficiar Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” din Iași (UAIC), prin Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice (FFSSP).
- Lector în Programul Intensiv Erasmus (Blended Intensive Programme – BIP) „Strategic Communication. International Approaches” organizat de Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, în perioada 11-15 martie 2024. Tematica cursului: Effective public relations strategies in community development: Opportunities and Challenges in the Digital Era (Course & case study).
- Lector invitat MEDI-COM Forum 2024, 20-22 martie 2024. Titlul prelegerii „Comunicarea strategică a politicilor de sănătate sustenabile în era fake news: oportunități și provocări”.

 MEMBRU ÎN COLECTIVELE DE
REDACȚIE / RECENZOR

- Membru în comitetul editorial:
- *Communication and Society* (ISSN: 2248-0951).

Recenzor la jurnale internaționale:

- *Frontiers in Communication* (ISSN: 2297-900X, I.F. – 2,4);
- *Behavioral Sciences* (ISSN: 2076-328X, I.F. – 2,6);
- *Sustainability* (ISSN: 2071-1050, I.F. – 3,9);
- *International Journal of Human-Computer Interaction* (ISSN: 1532-7590, I.F. – 4,7);
- *ISPRS International Journal of Geo-Information* (EISSN: 2220-9964, I.F. – 3,4);
- *Oeconomia Copernicana* (ISSN: 2353-1827, I.F. – 6,5);
- *PLOS ONE* (ISSN: 1932-6203, I.F. – 3,7);
- *Frontiers in Psychology* (ISSN:1664-1078, I.F. – 3,8);
- *ESSACHESS – Journal for Communication Studies* (ISSN 2066-5083).

 MEMBRU ÎN ACADEMII,
ORGANIZAȚII, ASOCIAȚII

- Membru al Academiei Europene de Marketing (The European Marketing Academy – EMAC);
- Membru al Asociației Române de Istorie a Presei (ARIP);
- Membru al Asociației pentru Inovare și Calitate în Afaceri Sustenabile (BASIQ).

 REZULTATE ALE ACTIVITĂȚII
DE CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ

Cărți publicate

- **Obadă, D.R., & Fărte, G.I.** (2024). *Principiile și managementul relațiilor publice*. Editura Tritonic, București, ISBN: 978-606-749-724-3.
- **Obadă, D.R.** (2015). *Impactul stării de flux din mediul on-line asupra calității percepute a unui site web de brand*. Pro Universitaria, București, ISBN 978-606-26-0418-9.

 Coordonarea și editarea
de cărți, volume, traduceri și
antologii

- Fărte, G.I., & **Obadă, D.R.** (2020). 190 de ani de presă în spațiul de limbă română (1829-2019). *Lucrările celui de-al XII-lea Congres de Istorie a Presei Românești* (Iași, 12-13 aprilie 2019). Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași. ISBN: 978-606-714-595-3. Link: <https://tinyurl.com/5n7bb2tk>.

 Articole științifice publicate *in*
extenso în reviste indexate
Web of Science (cu factor de
impact)

- **Obadă, D.R., Dabija D.-C., & Câmpian V.** (2024). Predictors of social media users' intention to donate online towards international NGOs in the fake news era. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, 379. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02900-1>. (I.F. – 3,5). WOS:001177385600003.
- **Obadă, D.R., Dabija D.-C., & Fărte, G.I.** (2024). Consumer perception towards electronic products from recycled components in the current geopolitical context: A structural equation modelling approach. *Heliyon*, 10 (4), e26475. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e2647>. (I.F. – 4). WOS:001201915800001.
- Dabija D.-C., Csorba L.M., Pop N.H., & **Obadă D.-R.** (2024). The Impact of Extraversion and Introversion on Millennials Propensity to Recommend Their Preferred Fitness Center. *Behavioral Sciences*, 14(1):22. <https://doi.org/10.3390/bs14010022>. (I.F. – 2,6). WOS:001149242100001.
- **Obadă D.R., & Dabija D.C.** (2022). “In Flow”! Why Do Users Share Fake News about Environmentally Friendly Brands on Social Media? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(8): 4861. <https://doi.org/10.3390/ijerph19084861> (I.F. – 4,614). WOS:000786847400001.
- **Obadă D.R., & Dabija D.C.** (2022). The Mediation Effects of Social Media Usage and Sharing Fake News about Companies. *Behavioral Sciences*, 12(10): 372. <https://doi.org/10.3390/bs12100372> (I.F. – 2.286). WOS:000872353600001.
- Grădinaru, C., **Obadă, D.R., Grădinaru, I.A., & Dabija, D.C.** (2022). Enhancing Sustainable Cosmetics Brand Purchase: A Comprehensive Approach Based on the SOR Model and the Triple Bottom Line. *Sustainability*, 14: 14118. <https://doi.org/10.3390/su142114118> (I.F. – 3.889). WOS:000884506400001.

 Articole științifice publicate *in*
extenso în reviste indexate
Web of Science (fără factor
de impact)

- Fărte, G.I., & **Obadă, D.R.** (2021). The Effects of Fake News on Consumers' Brand Trust. An Exploratory Study in the Food Security Context. *Romanian Journal Of Communication And Public Relations*, 23(3): 47–61. <https://doi.org/10.21018/rjcp.2021.3.333>. WOS:000754043300003.
- Fărte, G.I., & **Obadă, D.R.** (2018). Reactive Public Relations Strategies for Managing Fake News in the Online Environment. *Postmodern Openings*, 9(2): 26–44. <https://doi.org/10.18662/po/16>. WOS:000438013100003.
- Culache, O., & **Obadă, D.R.** (2014). Multimodality as a Premise for Inducing Online

Flow on a Brand Website: A Social Semiotic Approach. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 149: 261–268. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.227>. WOS:000346372600047.

Articole științifice / recenzii
publicate în extenso în reviste
indexate BDI

- **Obadă, D.R. (2014).** Online Flow Experience and Perceived Quality of a Brand Website: InPascani.ro Case Study. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 149: 673–679. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.252>. WOS:000346372600119.
- **Obadă, D.R. (2014).** Measuring Perceived Service Quality Offline vs. Online: A New PeSQ Conceptual Model. *Procedia Economics and Finance*, 15: 538–551. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00505-X](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00505-X). WOS:000357094000068.
- **Obadă, D.R. (2013).** Flow Theory and Online Marketing Outcomes: A Critical Literature Review. *Procedia Economics and Finance*, 6: 550-561. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(13\)00173-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(13)00173-1). WOS:000396454100067.

- Dehue F., Käser U., Keranova D., Lendzhova V., **Obadă R.**, Terziyski M., Vodă A. I., & Völlink T. (2023). Psychological and Social Implications of the COVID-19 Pandemic: A Comparative Analysis of Preventive and Interventive Measures Taken in Bulgaria, Germany, the Netherlands, and Romania. *Bildung und Erziehung*, 76(3): 275–299. <https://doi.org/10.13109/buer.2023.76.3.275>.

- **Obadă, D.R. (2021).** Pretesting Flow Questionnaire Design Using Eye-Tracking: An Exploratory Study. *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, 1(19):102–116.

- **Obadă, D.R. (2019).** Sharing Fake News About Brands on Social Media: a New Conceptual Model Based on Flow Theory. *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, 17(2): 144–166.

- **Obadă, D.R. (2018).** Methodological Issues Related to Radio Measurement and Ratings in Romania: Solutions and Perspectives. *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, 16(1): 94–119.

- **Obadă, D.R. (2014).** Exploring the Mediating Role of Perceived Quality Between Online Flow and Customer's Online Purchase Intention on a Restaurant E-Commerce Website. *The Yearbook of The "Gh. Zane" Institute of Economic Researches*, 23(1): 35-44.

- **Obadă, D.R. (2018).** Measuring "Consumers' Hearts". *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, 16(1): 123–129.

Articole științifice publicate în
extenso în volumele conferințelor
internaționale:

- Grădinaru, C., **Obadă D.R.**, & Grădinaru, I.A. (2023). Sustainable Behaviors Make A City Smart: An Inquiry Into Consumers' Perception Of Sustainable Cosmetic Brands. In A.I. Vodă, A.M. Berca, L.-D. Radu (eds.), International Conference on "Sustainable Development of European Smart Cities" SmartEU 2023, Iasi, Romania, 9-10 June 2023. Iasi: Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, pp. 33-51. ISBN online: 978-606-714-782-7.

- **Obadă D.R.**, & Dabija D.C. (2022). Can Fake News About Companies Lead to an Increased Social Media Usage? An Empirical Investigation. In R. Pamfilie, V. Dinu, C. Vasiliu, D. Pleșea, L. Tăchiciu (eds.), 8th BASIQ International Conference on New Trends in Sustainable Business and Consumption. Graz, Austria, 25-27 May 2022. Bucharest: ASE, pp. 155–162. DOI: 10.24818/BASIQ/2022/08/019.

- **Obadă, D.R.**, Ceobanu C., & Murteanu, C. (2014). Exploring the relationship between online flow experience and perceived quality of a brand website: a conceptual model. In M. Szymura-Tyc (ed.), 5th EMAC Regional Conference – Marketing Theory Challenges in Emerging Markets (pp. 145–152), Katowice, Polonia: University of Economics in Katowice, ISBN: 978-83-7875-210-3.

- **Obadă, D.R. (2014).** Innovation in Measuring the Perceived Quality of E-Commerce Websites: A Critical Review of Extant Knowledge. In B. Plahteanu (ed.), The 18th International Conference "Inventica 2014" (pp. 331–342), Editura Performantica, ISSN: 1844-7880.

Participarea la conferințe
internaționale:

- Lucrarea prezentată: „SUSTAINABLE BEHAVIORS MAKE A CITY SMART: AN INQUIRY INTO CONSUMERS' PERCEPTION OF SUSTAINABLE COSMETIC BRANDS” la THE “SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF EUROPEAN SMART CITIES” INTERNATIONAL CONFERENCE 9TH – 10TH OF JUNE 2023, “ALEXANDRU IOAN CUZA” UNIVERSITY OF IASI, IASI, ROMANIA.

- Lucrarea prezentată: DIGITAL EDUCATION AND CYBERBULLYING: A COMPARATIVE ANALYSIS OF BULGARIA, GERMANY, THE NETHERLANDS, AND ROMANIA la THE “SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF EUROPEAN SMART CITIES” INTERNATIONAL CONFERENCE 9TH – 10TH OF JUNE 2023, “ALEXANDRU IOAN CUZA” UNIVERSITY OF IASI, IASI, ROMANIA.

- Lucrarea prezentată: „DO WE REALLY KNOW HOW TO USE AI-MEDIATED COMMUNICATION? A PILOT STUDY AMONG PR & COMMUNICATION SCIENCE STUDENTS” la THE THIRD EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE “COMMUNICATION IN ACTION: FROM THEORY TO PRACTICE AND BACK” (CIA2023), “ALEXANDRU IOAN CUZA” UNIVERSITY OF

IASI, IASI, ROMANIA, 9-11 NOIEMBRIE 2023.

- Lucrarea prezentată: "I WON'T GIVE YOU MY MONEY BECAUSE THIS IS FAKE NEWS!": UNDERSTANDING ONLINE CHARITY INTENTION TOWARD NGOs FROM A PUBLIC RELATIONS PERSPECTIVE" la THE THIRD EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE "COMMUNICATION IN ACTION: FROM THEORY TO PRACTICE AND BACK" (CIA2023), "ALEXANDRU IOAN CUZA" UNIVERSITY OF IASI, IASI, ROMANIA, 9-11 NOIEMBRIE 2023.
- Lucrarea prezentată: "RETAIL TRANSFORMATIONS GENERATED BY THE RECENT TECHNOLOGY DEVELOPMENTS" la THE THIRD EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE "COMMUNICATION IN ACTION: FROM THEORY TO PRACTICE AND BACK" (CIA2023), "ALEXANDRU IOAN CUZA" UNIVERSITY OF IASI, IASI, ROMANIA, 9-11 NOIEMBRIE 2023.
- Lucrarea prezentată: „FIGHTING FAKE NEWS: USING FLOW THEORY AS A THEORETICAL FRAMEWORK TO INCREASE STUDENTS' DIGITAL MEDIA LITERACY" la XXVI EFSS' 2022 "DIGITAL TRANSFORMATION OF EDUCATION: SEMIOTIC AND INTERDISCIPLINARY PERSPECTIVES", SOZOPOL, BULGARIA, 6-10 SEPTEMBER, 2022.
- Lucrarea prezentată: „ANTECEDENTS OF SOCIAL MEDIA USAGE AND SHARING FAKE NEWS IN GENERATING TRUST OF SOCIAL MEDIA INFORMATION ABOUT COMPANIES" la 9TH INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE NEW TRENDS IN MANAGEMENT AND PRODUCTION ENGINEERING – REGIONAL, CROSS-BORDER AND GLOBAL PERSPECTIVES, WSB UNIVERSITY, BRENNA, POLAND, JUNE 9-10, 2022.
- Lucrarea prezentată: „CAN FAKE NEWS ABOUT COMPANIES LEAD TO AN INCREASED SOCIAL MEDIA USAGE? AN EMPIRICAL INVESTIGATION" la 8TH BASIQ INTERNATIONAL CONFERENCE ON NEW TRENDS IN SUSTAINABLE BUSINESS AND CONSUMPTION, GRAZ, AUSTRIA, 25-27 MAY, 2022.
- Lucrarea prezentată: „UNDERSTANDING ONLINE FAKE NEWS CONSUMPTION THROUGH THE READERS' EYES: AN EYE TRACKING APPROACH", la INTERNATIONAL CONFERENCE SEMIOSIS IN COMMUNICATION: CULTURE, COMMUNICATION AND SOCIAL CHANGE, UNIVERSITY OF POLITICAL STUDIES AND PUBLIC ADMINISTRATION, BUCHAREST, ROMANIA, MAY 27-30, 2021.
- Lucrarea prezentată: „EXPLORING UNDERGRADUATES' FAKE NEWS CONSUMPTION USING EYETRACKING", la 7TH LUMEN ONLINE INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE NASHS 2020, CHISINAU, REPUBLIC OF MOLDOVA, JUNE 25-26, 2020.
- Lucrarea prezentată: „MEASURING FLOW IN SOCIAL MEDIA SITES: AN INTEGRATED APPROACH USING EYE-TRACKING" la 2ND INTERNATIONAL CONFERENCE „COMMUNICATION IN ACTION: FROM THEORY TO PRACTICE AND BACK", ALEXANDRU IOAN CUZA UNIVERSITY, IASI, ROMANIA, NOVEMBER 7-9, 2019.
- Lucrarea prezentată: „ÎN FLUX! DISTRIBUIREA ȘTIRILOR FALSE DESPRE BRANDURI PE REȚELELE SOCIALE: UN NOU MODEL CONCEPTUAL", la PERSPECTIVES IN HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES, 6TH EDITION: INTERDISCIPLINARITY - AN UMBRELLA TERM? (PHSS 2019), INSTITUTE FOR INTERDISCIPLINARY RESEARCH, SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES RESEARCH DEPARTMENT, ALEXANDRU IOAN CUZA" UNIVERSITY OF IASI, IAȘI, ROMANIA, 17-18TH MAY 2019.
- Lucrarea prezentată: „O SCURTĂ ISTORIE A MĂSURĂRII AUDIENȚEI RADIO ÎN ROMÂNIA" la CEL DE-AL XII-LEA CONGRES INTERNAȚIONAL DE ISTORIE A PRESEI - „190 DE ANI DE PRESĂ ÎN SPAȚIUL DE LIMBĂ ROMÂNĂ (1829-2019)", UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA" DIN IAȘI, IAȘI, ROMÂNIA, 12-13 APRILIE 2019.
- Lucrarea prezentată: „MĂSURAREA EXPERIENȚELOR EMOTIONALE ALE CONSUMATORILOR LA MESAJELE PUBLICITARE PRIN METODA AUTO-RAPORTĂRIILOR VERBALE: O RECENZIE CRITICĂ A LITERATURII DE SPECIALITATE" la CONFERINȚA ȘTIINȚIFICĂ INTERNAȚIONALĂ ȘCOALA INTERNAȚIONALĂ DE METODOLOGIE ÎN ȘTIINȚELE SOCIO-UMANE, EDIȚIA A-III-A, CHIȘINĂU, REPUBLICA MOLDOVA, NOVEMBER 15-16, 2018.
- Lucrarea prezentată: „WHY DO FACEBOOK USERS SPEND SO MUCH TIME ONLINE? USING FLOW THEORY AS THEORETICAL FRAMEWORK FOR A POSSIBLE EXPLANATION" la 1ST INTERNATIONAL CONFERENCE „COMMUNICATION IN ACTION: FROM THEORY TO PRACTICE AND BACK", „ALEXANDRU IOAN CUZA" UNIVERSITY OF IASI, IAȘI, ROMÂNIA, NOVEMBER 8-10, 2018.
- Lucrarea prezentată: „POTENTIAL SOURCES OF ERROR IN MEASURING ONLINE RADIO AUDIENCE" la HUMANUM la 23E COLLOQUE FRANCO-ROUMAIN EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION: INFORMATION, COMMUNICATION ET HUMANITÉS NUMÉRIQUES, BABES-BOLYAI UNIVERSITY, CLUJ-NAPOCA, ROMÂNIA, OCTOBER 18-20, 2018.
- Lucrarea prezentată: „CROSS-CULTURAL ADAPTATION OF EMOTIONAL DESCRIPTORS USED IN ADVERTISING TESTING; SPECIFICITIES FOR ROMANIAN CASE" la 9TH EMAC REGIONAL CONFERENCE „MARKETING CHALLENGES, INNOVATIONS AND TRENDS IN EMERGING MARKETS", UNIVERSITY OF ECONOMICS IN PRAGUE, CZECH REPUBLIC, SEPTEMBER 12-14, 2018.

- Lucrarea prezentată: „DESIGNING ADVERTISING STIMULI FOR EVOKING CONSUMERS EMOTIONS: A SEMIOTIC APPROACH” la CONFERINȚA INTERNAȚIONALĂ „SEMIOSIS IN COMMUNICATION: DIFFERENCES AND SIMILARITIES”, NATIONAL UNIVERSITY OF POLITICAL STUDIES AND PUBLIC ADMINISTRATION (SNSPA), BUCHAREST, ROMÂNIA, JUNE 14-16, 2018.
- Lucrarea prezentată: „CONTEMPORARY VALENCES OF THE ROMANIAN ARCHETYPES” la CONFERINȚA INTERNAȚIONALĂ „SEMIOSIS IN COMMUNICATION: DIFFERENCES AND SIMILARITIES”, NATIONAL UNIVERSITY OF POLITICAL STUDIES AND PUBLIC ADMINISTRATION (SNSPA), BUCHAREST, ROMÂNIA, JUNE 14-16, 2018.
- Lucrarea prezentată: „IS ANYBODY LISTENING? MEASURING RADIO AUDIENCE IN A DIGITAL ERA” la CONFERINȚA INTERNAȚIONALĂ PERSPECTIVES IN HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES: HINTING AT INTERDISCIPLINARITY 5TH EDITION: MAPPING DIGITAL FUTURES, „ALEXANDRU IOAN CUZA” UNIVERSITY OF IASI, ROMÂNIA, MAY 23-24, 2018.
- Lucrarea prezentată: „REACTIVE PUBLIC RELATIONS STRATEGIES FOR MANAGING ‘FAKE NEWS’ IN ONLINE ENVIRONMENT” la 8TH LUMEN INTERNATIONAL CONFERENCE: RETHINKING SOCIAL ACTION. CORE VALUES IN PRACTICE, SUCEAVA, ROMÂNIA, APRIL 27-28, 2018.
- Lucrarea prezentată: „METHODOLOGICAL ISSUES IN TRANSLATING EMOTIONAL DESCRIPTORS FOR ADVERTISING TESTING” la 8TH EMAC REGIONAL CONFERENCE “BRIDGING THE MARKETING THEORY/PRACTICE GAP AND COMPETITIVENESS OF THE NEW EUROPE”, THE WEST UNIVERSITY OF TIMISOARA, TIMIȘOARA, ROMÂNIA, SEPTEMBER 20-22, 2017.
- Lucrarea prezentată: „GO WITH THE FLOW! EXPLORING THE RELATIONSHIP BETWEEN ONLINE FLOW STATE AND PERCEIVED QUALITY OF A BRAND WEBSITE A STRUCTURAL MODELING APPROACH” la 6TH EMAC REGIONAL CONFERENCE ‘MARKETING THEORY CHALLENGES IN EMERGING MARKETS’, WU VIENNA, AUSTRIA, SEPTEMBER 16-18, 2015.
- Lucrarea prezentată: „EXPLORING USER’S FLOW-PROPENSITY WHILE BROWSING ON A BRAND WEBSITE: USING THE BIG FIVE MODEL TO ASSESS AUTOTELIC PERSONALITY” la CONFERINȚA INTERNAȚIONALĂ: „HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES TODAY. CLASSICAL AND CONTEMPORARY ISSUES”, ACADEMIA ROMÂNĂ, FILIALA IAȘI, ROMÂNIA, 7-10 MAY, 2015.
- Lucrarea prezentată: „EXPLORING THE RELATIONSHIP BETWEEN ONLINE FLOW EXPERIENCE AND PERCEIVED QUALITY OF A BRAND WEBSITE: A CONCEPTUAL MODEL” la 5TH EMAC REGIONAL CONFERENCE-MARKETING THEORY CHALLENGES IN EMERGING MARKETS HOSTED BY THE UNIVERSITY OF ECONOMICS IN KATOWICE, POLAND, SEPTEMBER 24-26, 2014.
- Lucrarea prezentată: „INNOVATION IN MEASURING THE PERCEIVED QUALITY OF E-COMMERCE WEBSITES: A CRITICAL REVIEW OF EXISTANT KNOWLEDGE” la THE 18TH INTERNATIONAL CONFERENCE „INVENTICA 2014”, IAȘI, ROMÂNIA, JULY 2-4, 2014.
- Lucrarea prezentată: „METHODOLOGICAL CHALLENGES AND INNOVATIONS IN STUDYING ONLINE FLOW INFLUENCE ON PERCEIVED QUALITY OF A E-COMMERCE WEBSITE” la CONFERINȚA ȘTIINȚIFICĂ INTERNAȚIONALĂ, EDIȚIA a -X-a – DEZVOLTARE ECONOMICĂ SOCIAL DURABILĂ A EUROREGIUNILOR ȘI A ZONELOR TRANSFRONTALIERE ÎNCADRUL FORUMULUI TRANSFRONTALIER AL EUROREGIUNII SIRET-PRUT-NISTRU, EDIȚIA A-II-A, BĂLȚI, REPUBLICA MOLDOVA, 27 Iunie 2014.
- Lucrarea prezentată: „ONLINE FLOW EXPERIENCE AND PERCEIVED QUALITY OF A BRAND WEBSITE: INPASCANI.RO CASE STUDY” la INTERNATIONAL CONFERENCE LOGOS UNIVERSALITY MENTALITY EDUCATION NOVELTY, IAȘI, ROMÂNIA, APRIL 10-11, 2014.
- Lucrarea prezentată: „MULTIMODALITY AS A PREMISE FOR INDUCING ONLINE FLOW ON A BRAND WEBSITE: A SOCIAL SEMIOTIC APPROACH” la INTERNATIONAL CONFERENCE LOGOS UNIVERSALITY MENTALITY EDUCATION NOVELTY, IAȘI, ROMÂNIA, APRIL 10-11, 2014.
- Lucrarea prezentată: „MEASURING PERCEIVED SERVICE QUALITY OFFLINE VS. ONLINE: A NEW PESQ CONCEPTUAL MODEL” la INTERNATIONAL CONFERENCE EMERGING MARKETS QUERIES IN FINANCE AND BUSINESS, TÂRGU MUREȘ, ROMÂNIA, 24-27 OCTOMBRIE, 2013.
- Lucrarea prezentată: „FLOW THEORY AND ONLINE MARKETING OUTCOMES: A CRITICAL LITERATURE REVIEW” la 20TH INTERNATIONAL ECONOMIC CONFERENCE-IECS 2013 „POST CRISIS ECONOMY: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES”, SIBIU, ROMÂNIA, 2013.
- Lucrarea prezentată: „MEASURING THE PERCEIVED QUALITY OF A COMMERCIAL WEB SITE: A CRITICAL LITERATURE REVIEW” la „DOCTORAL SCHOOL OF ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION INTERNATIONAL CONFERENCE”, IAȘI, ROMÂNIA, 2013.
- Lucrarea prezentată: THE IMPACT OF ONLINE FLOW ON A BRAND’S PERCEIVED QUALITY la 4TH EMAC (European Marketing Academy) CEE REGIONAL CONFERENCE MARKETING THEORY AND CHALLENGES IN EMERGING SOCIETIES, DOCTORAL COLLOQUIUM SANKT PETERSBURG, RUSSIA, SEPTEMBER 25, 2013.

Participarea la conferințe /
colocvii naționale

- Lucrarea prezentată: „O CERCETARE COMPORTAMENTALĂ ASUPRA IMPACTULUI PROPAGĂRII ȘTIRILOR FALSE LEGAT DE CONFLICTUL ARMAT RUSO-UCRAINEAN”, ACADEMIA OAMENILOR DE ȘTIINȚĂ DIN ROMÂNIA – FILIALA CLUJ ȘI UNIVERSITATEA DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE „IULIU HAȚEGAN”, CLUJ-NAPOCA, ROMÂNIA, 3-5 NOIEMBRIE 2022.
- Lucrarea prezentată: „ROLUL DIFERENȚELOR DE GEN ÎN PERCEPȚIA CONSUMATORILOR BRANDURILOR SUSTENABILE DE COSMETICE DIN ROMÂNIA”, DEPARTAMENTUL DE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE, UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA” DIN IAȘI, ROMÂNIA, 28 OCTOMBRIE 2022.
- Lucrarea prezentată: „CUM MĂSURĂM EMOȚIILE CONSUMATORILOR LA STIMULII PUBLICITARI?” la SESIUNEA DE COMUNICĂRI ȘTIINȚIFICE "DISCURSIVITATEA: MODELE, TEHNICI, BUNE PRACTICI ȘI PATOLOGII", DEPARTAMENTUL DE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE, UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA” DIN IAȘI, ROMÂNIA, 27 OCTOMBRIE 2018.
- Lucrarea prezentată: „MĂSURAREA AUDIENȚEI RADIO ÎN ROMÂNIA POSTDECEMBRISTĂ: PROVOCĂRI METODOLOGICE ȘI NOI PERSPECTIVE ÎN CONTEXTUL DEZVOLTĂRII NOILOR TEHNOLOGII INFORMAȚIONALE” la SESIUNEA DE COMUNICĂRI ȘTIINȚIFICE „EVOLUȚII ALE COMUNICĂRII DE MASĂ ÎN ROMÂNIA POSTDECEMBRISTĂ”, DEPARTAMENTUL DE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE, UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA” DIN IAȘI, ROMÂNIA, 30 OCTOMBRIE 2015.

ANEXE

- Copii ale diplomelor și certificatelor de studii și de calificare (la cerere).
- Publicații sau articole (la cerere).

14.06.2024

Lect. univ. dr. Daniel-Rareș Obadă



