

INFORMAȚII PERSONALE

Obadă Daniel-Rareș



📍 Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, Bd. 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

EXPERIENȚĂ
PROFESIONALĂ,
ACADEMICĂ ȘI
MANAGERIALĂ

2024 – în prezent

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

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.

- Managementul operațional al Departamentului de Științe ale Comunicării și Relații Publice;
- Coordonarea programelor de studii, a resurselor umane și a activităților de cercetare;
- Gestionarea statelor de funcții și a capacității de școlarizare;
- Dezvoltarea de noi programe academice și specializări;
- Managementul calității și participarea la managementul financiar al departamentului;
- Reprezentarea departamentului în relația cu structurile de conducere ale facultății și universității.

Tipul sau sectorul de activitate Activitate managerială, sectorul educațional.

2024 – în prezent

Conferențiar 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 la disciplinele *Managementul relațiilor publice, Relații publice la nivelul ONG-urilor, Comunicare integrată de marketing* (programul de licență „Comunicare și Relații Publice”);
- Susținerea cursurilor și seminarelor la disciplinele *Metode de cercetare calitative în științele comunicării, Metode de cercetare cantitative în științele comunicării și Planificare media* (programul de masterat „Relații publice și publicitate”);
- Îndrumarea lucrărilor de licență și de disertație.

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

2020 – 2024

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 cantitative în științele comunicării și Planificare media* (programul de masterat „Relații publice și publicitate”);
- Îndrumarea lucrărilor 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;*
- Îndrumarea lucrărilor 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.

2015 – în prezent Fondator al agenției BOOM MEDIA & MARKETING AGENCY

- Conceperea și implementarea planurilor de comunicare integrată de marketing;
- Realizarea de cercetări de marketing calitative și cantitative;
- Elaborarea conceptelor de comunicare;
- Administrarea activității curente a agenției, inclusiv planificarea resurselor, stabilirea priorităților și monitorizarea rezultatelor;
- Dezvoltarea portofoliului de clienți și a parteneriatelor.

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. 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 coordonarea proiectului 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 online 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 modulului 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)
 Alte limbi străine cunoscute

Română

ÎNȚELEGERE		VORBIRE		SCRIERE
Ascultare	Citire	Participare la conversație	Discurs oral	
Excelent	Excelent	Excelent	Excelent	Excelent
Utilizator experimentat				
Bine	Bine	Bine	Bine	Bine
Utilizator independent				

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

Competențe și aptitudini de comunicare / cercetare / organizare

- Abilități de comunicare academică și științifică, dezvoltate prin activitatea didactică, participarea la conferințe și prezentarea rezultatelor cercetării;
- Proiectarea și realizarea cercetărilor cantitative și calitative în științele comunicării, de la elaborarea instrumentelor și colectarea datelor până la analiza și interpretarea rezultatelor;
- Dezvoltarea unor teme și direcții proprii de cercetare în științele comunicării, prin îmbinarea abordărilor teoretice cu cercetarea empirică;
- Elaborarea și publicarea de lucrări științifice și prezentarea rezultatelor cercetării la conferințe de specialitate;
- Coordonarea unor proiecte de cercetare obținute prin competiție și participarea la proiecte și rețele de cercetare naționale și internaționale;
- Activitate editorială și de evaluare științifică, în calitate de editor, editor invitat, membru în comitete editoriale și recenzor pentru reviste științifice internaționale;
- Coordonarea și editarea unor volume științifice;
- Îndrumarea activității de cercetare a studenților și masteranzilor prin coordonarea lucrărilor de licență și disertație.

Competențe sociale / organizaționale / manageriale

- Coordonarea programului de studii „Comunicare și Relații Publice”, inclusiv organizarea activităților academice și implicarea în asigurarea calității;
- Managementul proiectelor academice, de la planificarea activităților și coordonarea echipelor până la evaluarea rezultatelor;
- Coordonarea echipelor și a activităților academice, precum și colaborarea cu structurile universitare și partenerii externi, inclusiv în activități de negociere și comunicare instituțională;
- Implicarea în dezvoltarea și actualizarea programelor de studii;
- Organizarea conferințelor, evenimentelor științifice și a altor activități academice la nivel național și internațional;
- Experiență de lucru în echipe interdisciplinare și multiculturale, dobândită prin proiecte, stagii internaționale și mobilități academice.

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 competențe informatice:

- Microsoft Office™, CorelDRAW™, Photoshop™, SPSS™, AMOS™, Gazepoint Analysis Professional™, SmartPLS™.

STAGII DE CERCETARE ÎN STRĂINĂTATE ȘI MOBILITĂȚI DIDACTICE

- Mobilitate de formare în cadrul proiectului Erasmus+ (Staff Mobility for Training) la Gisma University of Applied Sciences, Potsdam, Germania, 27 aprilie–1 mai 2026.
- 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.
- 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.
- Cercetător invitat – stagiul de cercetare la Universitatea din Barcelona, Department of Library Science and Audiovisual Communication, 7–19 mai 2019.

DIRECTOR AL UNUI PROIECT DE CERCETARE OBȚINUT PRIN COMPETIȚIE

- Director proiect de cercetare. 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 OBȚINUTE PRIN
COMPETIȚIE**

- Membru în proiectul 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/#tabs|Name:overview>.
WG6: E-Technology, Cyberbullying & Online Safety.
Buget anual estimativ: 130.000 € (pentru 25 de membri COST) × 4 ani = 520.000 €. Durata proiectului: 2019 – 2023.

**MEMBRU / PARTICIPARE ÎN
ALTE PROIECTE**

- Expert facultate, proiectul „Analiză decizională pentru alinierea programelor de studiu la cerințele pieței muncii – ADAPT” (CNFIS-FDI-2026-F-0661), Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, august 2026 – prezent.
- Speaker în cadrul conferinței organizate în proiectul „Prevenirea, combaterea și sancționarea antisemitismului, xenofobiei, radicalizării și discursului instigator la ură în spațiul academic al Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași” (CNFIS-FDI-2025-F-0492), 15 octombrie–15 noiembrie 2025.
- 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”.
- 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).
- Membru tutorie în proiectul „Finalizează Facultatea cu Succes și cu Șanse Promițătoare (FFSPstudis)”, 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 (FFSP).

**MEMBRU ÎN COLECTIVELE
DE REDACȚIE / RECENZOR**

Editor:

- *Frontiers in Communication* (ISSN: 2297-900X).

Editor invitat (Guest Editor):

- *Journalism and Media* (ISSN: 2673-5172).

Membru în comitetul editorial:

- *Communication and Society* (ISSN: 2248-0951).

Recenzor pentru jurnale internaționale:

- *Frontiers in Communication* (ISSN: 2297-900X);
- *Behavioral Sciences* (ISSN: 2076-328X);
- *Sustainability* (ISSN: 2071-1050);
- *International Journal of Human-Computer Interaction* (ISSN: 1532-7590);
- *Oeconomia Copernicana* (ISSN: 2353-1827);
- *PLOS ONE* (ISSN: 1932-6203);

- *Frontiers in Psychology* (ISSN: 1664-1078);
- *ESSACHESS – Journal for Communication Studies* (ISSN: 2066-5083).

MEMBRU ÎN ACADEMII, ORGANIZAȚII, ASOCIAȚII

- Membru al Asociației Române de Relații Publice (ARRP);
- 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.** (2026). *Flux și Fake News: Modele și studii empirice în științele comunicării*. Tritonic, București, ISBN: 978-606-749-912-4.
- **Obadă, D. R., & Fârte, 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

- Fârte, G.-I., **Obadă, D. R.**, & Grădinaru, I.-A. (Eds.). (2025). *Applied Research in Journalism, Public Relations, and Advertising. Selected Papers from the Proceedings of the 4th Edition of the International Graduate Conference in Communication Sciences (Iași, May 29–30, 2025)*. ISBN: 978-630-381-001-0.
- Fârte, 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>.

Capitole publicate la edituri din străinătate

- Bodroža, B., Jovanović, T., Hinić, D., Puharić, Z., Puharić, F., Sperka, R., Bauerová, R., Kopřivová, V., Voda, A.I., Cautisanu, C., **Obadă, D. R.**, Iliev, D., Pachemska, T. A., Angeleski, M., Mazzucato, A., Van Assche, J., DeSmet, A., Gao, S., Xu, B., Chen, Z., Helmy, M., Osama, E., Gad, I., Arató, N., Siegler, A., Kulcsár, G., Kohli, N., Chawla, S.K., Kumar, V., Najamussaqib, A., Amin, R., Kowal, M., Piskorz, J., Szczygieł, M., Kornienko, D., Veraksa, A., Košir, K., Pivec, T., Peras, I., Chavanovanich, J., Suvanbenjakule, Ermagan-Caglar, P.E., Turk-Kurtca, T., Hamzaoglu, N. & Pyżalski, J. (2024). A cross-national perspective of prejudice-based cyberbullying and cybervictimisation: An empirical study across 17 countries. In: H. Fandrem & J. O'H. Norman (Eds.). *International Perspectives on Migration, Bullying, and School Implications for Schools, Refugees, and Migrants* (1st Edition) (Chap. 9, pp. 148–165), Routledge. <https://www.routledge.com/International-Perspectives-on-Migration-Bullying-and-School-Implications-for-Schools-Refugees-and-Migrants/Fandrem-OHigginsNorman/p/book/9781032571331>.

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

- **Obadă, D. R.**, & Țugulea, O. (2026). How is time spent on TikTok related to electronic word of mouth? A PESO model approach. *Telematics and Informatics Reports*, 23, 100349. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2026.100349>
- Țiru, C. M., Coman, C., Dalban, C. M., Bătrânu-Pințea, V., Anton, M., Gherheș, V., **Obadă, D. R.**, & Otovescu, A. (2026). Multidimensional analysis of conventional and electronic cigarette consumption among students. *Frontiers in Psychology*, 16, 1724372. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1724372>
- **Obadă, D. R.**, Grădinaru, C., & Grădinaru, I.-A. (2026). From understanding to influence: The interplay of AI literacy, self-efficacy, and trust in predicting communication students' AI adoption and word-of-mouth. *Frontiers in Communication*, 10, 1722464. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1722464>
- Mărincean, L. M., Csorba, L. M., **Obadă, D. R.**, & Dabija, D.-C. (2025). Generating electronic word of mouth (eWOM) in the accommodation sector. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 20(4), 328. <https://doi.org/10.3390/jtaer20040328>
- Chasciar, V., Chasciar, D. R., Coman, C., Toderici, O. F., Iordache, M., & **Obadă, D. R.** (2025). Migration to Italy and integration into the European space from the point of view of Romanians. *Genealogy*, 9(4), 109. <https://doi.org/10.3390/genealogy9040109>

- Articole științifice publicate
in extenso în reviste
indexate Web of Science
(fără factor de impact)
- Gherguț-Babii, A.-N., Poleac, G., & **Obadă, D. R.** (2025). Challenges for NGO communication practitioners in the disinformation era: A qualitative study exploring Generation Z's perception of civic engagement and their vulnerability to online fake news. *Journalism and Media*, 6(3), 136. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6030136>
 - Fărte, G.-I., **Obadă, D. R.**, Gherguț-Babii, A.-N., & Dabija, D.-C. (2025). Building corporate immunity: How do companies increase their resilience to negative information in the environment of fake news? *Journal of Research in Interactive Marketing*, 19(8), 1260–1277. <https://doi.org/10.1108/JRIM-10-2024-0473>
 - **Obadă, D. R.**, & Țugulea, O. (2024). What drives online impulse buying among Zoomers on TikTok in an emerging market? A new model based on flow theory. *Frontiers in Communication*, 9, 1470327. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1470327>
 - **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>
 - **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.e26475>
 - 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>
 - **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>
 - 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(21), 14118. <https://doi.org/10.3390/su142114118>
 - **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>
 - 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/rjicpr.2021.3.333>
 - 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>
 - 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>
 - **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>
 - **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)
 - **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)
 - Țugulea, O., **Obadă, D. R.**, & Barbos, B. (2025). Why do you use TikTok? Developing measurement scales for pleasure and functionality from Generation Z perspective. *European Journal of Public Administration Research*, Issue October, 61–70. <https://doi.org/10.47743/ejpar.2025-5-5>
 - Dehue, F., Käser, U., Keranova, D., Lendzhova, V., **Obadă, D. 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*, 19(1), 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*
- Articole științifice / recenzii
publicate in extenso în
reviste indexate BDI

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 in
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. Bercu, & L.-D. Radu (Eds.), *International Conference on "Sustainable Development of European Smart Cities" SmartEU 2023*, Iași, Romania, 9–10 June 2023 (pp. 33–51). Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași. 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 (pp. 155–162). ASE. <https://doi.org/10.24818/BASIQ/2022/08/019>
- **Obadă, D. R.**, Ceobanu, C., & Munteanu, 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). 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: „FLOW DIMENSIONS OF GEN Z: HOW THEY RELATE TO ACTUAL BEHAVIOR IN THE TIKTOK WORLD” la THE 5TH EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE „COMMUNICATION IN ACTION: FROM THEORY TO PRACTICE AND BACK” (CIA 2025), „ALEXANDRU IOAN CUZA” UNIVERSITY OF IAȘI, IAȘI, ROMANIA, 6TH–8TH NOVEMBER 2025.
- Lucrarea prezentată: „CHALLENGES FOR NGO COMMUNICATION PRACTITIONERS IN THE DISINFORMATION ERA: A QUALITATIVE STUDY EXPLORING STUDENTS' PERCEPTION OF CIVIC ENGAGEMENT” la THE 4TH EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE „COMMUNICATION IN ACTION: FROM THEORY TO PRACTICE AND BACK” (CIA 2024), „ALEXANDRU IOAN CUZA” UNIVERSITY OF IAȘI, IAȘI, ROMANIA, 7TH–9TH NOVEMBER 2024.
- Lucrarea prezentată: „CAN TIKTOK ADVERTISING LEAD TO ELECTRONIC WORD OF MOUTH? A MEDIA PLANNING APPROACH” la THE 4TH EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE „COMMUNICATION IN ACTION: FROM THEORY TO PRACTICE AND BACK” (CIA 2024), „ALEXANDRU IOAN CUZA” UNIVERSITY OF IAȘI, IAȘI, ROMANIA, 7TH–9TH NOVEMBER 2024.
- Lucrarea prezentată: „HELLO, GENERATION Z! HOW DO YOU END UP BUYING IMPULSIVELY ON TIKTOK?” la INTERNATIONAL CONFERENCE GLOBALIZATION AND HIGHER EDUCATION IN ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION (GEBA 2024), 16TH EDITION, „ALEXANDRU IOAN CUZA” UNIVERSITY OF IAȘI, IAȘI, ROMANIA, 17TH–19TH OCTOBER 2024.
- Lucrarea prezentată: „UNDERSTANDING THE ROLE OF JINFLUENCERS IN ROMANIA: A PUBLIC RELATIONS PERSPECTIVE” la CEL DE-AL XVII-LEA CONGRES INTERNAȚIONAL DE ISTORIE A PRESEI – „PERSONALITĂȚI ALE PRESEI ROMÂNEȘTI”, UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA” DIN IAȘI, IAȘI, ROMÂNIA, 27TH–28TH SEPTEMBER 2024.
- 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, „ALEXANDRU IOAN CUZA” UNIVERSITY OF IAȘI, IAȘI, ROMANIA, 9TH–10TH OF JUNE 2023.
- 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, „ALEXANDRU IOAN CUZA” UNIVERSITY OF IAȘI, IAȘI, ROMANIA, 9TH–10TH OF JUNE 2023.

- Lucrarea prezentată: „DO WE REALLY KNOW HOW TO USE AI-MEDIATED COMMUNICATION? A PILOT STUDY AMONG PR & COMMUNICATION SCIENCE STUDENTS” la THE 3RD EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE „COMMUNICATION IN ACTION: FROM THEORY TO PRACTICE AND BACK” (CIA 2023), „ALEXANDRU IOAN CUZA” UNIVERSITY OF IAȘI, IAȘI, ROMANIA, 9TH–11TH NOVEMBER 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 3RD EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE „COMMUNICATION IN ACTION: FROM THEORY TO PRACTICE AND BACK” (CIA 2023), „ALEXANDRU IOAN CUZA” UNIVERSITY OF IAȘI, IAȘI, ROMANIA, 9TH–11TH NOVEMBER 2023.
- Lucrarea prezentată: „RETAIL TRANSFORMATIONS GENERATED BY THE RECENT TECHNOLOGY DEVELOPMENTS” la THE 3RD EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE „COMMUNICATION IN ACTION: FROM THEORY TO PRACTICE AND BACK” (CIA 2023), „ALEXANDRU IOAN CUZA” UNIVERSITY OF IAȘI, IAȘI, ROMANIA, 9TH–11TH NOVEMBER 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, 6TH–10TH 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 9TH–10TH 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, 25TH–27TH 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, 27TH–30TH MAY 2021.
- Lucrarea prezentată: „EXPLORING UNDERGRADUATES' FAKE NEWS CONSUMPTION USING EYETRACKING” la 7TH LUMEN ONLINE INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE NASHS 2020, CHIȘINĂU, REPUBLIC OF MOLDOVA, 25TH–26TH JUNE 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 OF IAȘI, IAȘI, ROMANIA, 7TH–9TH NOVEMBER 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 IAȘI, IAȘI, ROMANIA, 17TH–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 EMOȚIONALE 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, 15–16 NOIEMBRIE 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 IAȘI, IAȘI, ROMANIA, 8TH–10TH NOVEMBER 2018.
- Lucrarea prezentată: „POTENTIAL SOURCES OF ERROR IN MEASURING ONLINE RADIO AUDIENCE” la 23E COLLOQUE FRANCO-ROUMAIN EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION: INFORMATION, COMMUNICATION ET HUMANITÉS NUMÉRIQUES, BABEȘ-BOLYAI UNIVERSITY, CLUJ-NAPOCA, ROMANIA, 18TH–20TH OCTOBER 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, 12TH–14TH SEPTEMBER 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, 14TH–16TH JUNE 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, 14TH–16TH JUNE 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 IAȘI, IAȘI, ROMÂNIA, 23RD–24TH MAY 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, 27TH–28TH APRIL 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 TIMIȘOARA, TIMIȘOARA, ROMÂNIA, 20TH–22ND SEPTEMBER 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, 16TH–18TH SEPTEMBER 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, 7TH–10TH 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”, THE UNIVERSITY OF ECONOMICS IN KATOWICE, POLAND, 24TH–26TH SEPTEMBER 2014.
- Lucrarea prezentată: „INNOVATION IN MEASURING THE PERCEIVED QUALITY OF E-COMMERCE WEBSITES: A CRITICAL REVIEW OF EXTANT KNOWLEDGE” la THE 18TH INTERNATIONAL CONFERENCE „INVENTICA 2014”, IAȘI, ROMÂNIA, 2ND–4TH JULY 2014.
- Lucrarea prezentată: „METHODOLOGICAL CHALLENGES AND INNOVATIONS IN STUDYING ONLINE FLOW INFLUENCE ON PERCEIVED QUALITY OF AN E-COMMERCE WEBSITE” la CONFERINȚA ȘTIINȚIFICĂ INTERNAȚIONALĂ, EDIȚIA A X-A – DEZVOLTARE ECONOMICĂ SOCIAL DURABILĂ A EUROREGIUNILOR ȘI A ZONELOR TRANSFRONTALIERE ÎN CADRUL 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, 10TH–11TH APRIL 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, 10TH–11TH APRIL 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, 24TH–27TH OCTOBER 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, RUSIA, 25TH SEPTEMBER 2013.

Participarea la conferințe și colocvii naționale

Lucrarea prezentată: „O CERCETARE COMPORTAMENTALĂ ASUPRA IMPACTULUI PROPAGĂRII ȘTIRILOR FALSE LEGAT DE CONFLICTUL ARMAT RUȘO-UCRAINEAN” la ACADEMIA OAMENILOR DE ȘTIINȚĂ DIN ROMÂNIA – FILIALA CLUJ ȘI UNIVERSITATEA DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE „IULIU HAȚIEGANU”, CLUJ-NAPOCA, ROMÂNIA, 3–5 NOIEMBRIE 2022.

Lucrarea prezentată: „ROLUL DIFERENȚELOR DE GEN ÎN PERCEPȚIA CONSUMATORILOR BRANDURILOR SUSTENABILE DE COSMETICE DIN ROMÂNIA” la 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).

2 septembrie 2026

Conf. univ. dr. Daniel-Rareș Obadă

