



**ROMÂNIA**  
 MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII ȘTIINȚIFICE  
**UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU**  
 Calea Mărășești, Nr. 157, Bacău 600115  
 Tel. +40-234-542411, tel./fax +40-234-545753  
[www.ub.ro](http://www.ub.ro); e-mail: [rector@ub.ro](mailto:rector@ub.ro)



## FIȘĂ DE AUTOEVALUARE ȘI DE VERIFICARE A ÎNDEPLINIRII STANDELELOR UNIVERSITĂȚII „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU PENTRU OCUPAREA POSTURILOR DIDACTICE

Standarde minimale pentru ocuparea postului de **lector universitar/șef de lucrări**

Nr. crt.	Standard	Autoevaluare candidat	Verificare comisie
		Îndeplinire/ Punctaj	Îndeplinire / Punctaj
1.	Deținerea diplomei de doctor ❖ <i>“Implementarea modelelor matematice în procesele decizionale de distribuție”</i> , Facultatea de Științe Economice și Administrarea Afacerilor, Universitatea Transilvania din Brașov, domeniul Marketing, susținută în septembrie 2014.	DA  50	
2.	Minim: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 articole publicate în reviste indexate BDI, din care minim 3 ca autor principal (definit conform reglementărilor în vigoare);</li> </ul> Lista articolelor: ❖ <b>Olariu, I.</b> - <i>Decision-Making Strategies Regarding Logistics Organization</i> , Studies and Scientific Researches. Economics Edition, nr. 19, 2014, ISSN 2066-561X (print), 2344-1321 (online), 5 pg., indexată RePEc, DOAJ, WorldCat, Ulrich’s Periodicals Directory, BASE ; ❖ <b>Olariu, I.</b> - <i>An Overview On Retail Reverse Logistics</i> , Studies and Scientific Researches. Economics Edition, nr. 19, 2014, ISSN 2066-561X (print), 2344-1321 (online), 7 pg., indexată RePEc, DOAJ, WorldCat, Ulrich’s Periodicals Directory, BASE; ❖ <b>Olariu, I.</b> - <i>Selling, Delivery And Trade Marketing – An Operational Trident Of The Distribution System</i> , Studies and Scientific Researches. Economics Edition, nr. 18, 2013, ISSN 2066-561X (print), 2344-1321 (online), 5 pg., indexată RePEc, DOAJ, WorldCat, Ulrich’s Periodicals Directory, BASE; ❖ <b>Olariu, I.</b> - <i>Conceptual Issues Regarding Reverse Logistics</i> , Studies and Scientific Researches. Economics Edition, nr. 18, 2013, ISSN 2066-561X (print), 2344-1321 (online), 6 pg., indexată RePEc, DOAJ, WorldCat, Ulrich’s Periodicals Directory, BASE; ❖ <b>Olariu, I.</b> , Epuran, Ghe. - <i>Performing Detailed Diagnostics Using a Hypothesis Driven Approach</i> , International Conference “Risk in Contemporary Economy”, XIIIth Edition, 2012, Galați, România, ISSN 2067-0532, 6 pg., indexată RePEc, EconPapers, DOAJ; ❖ <b>Olariu, I.</b> - <i>Implications of the main mathematical methods on marketing decision making process</i> , Studies and Scientific Researches. Economic Edition, vol. 16-17, 2011-2012, ISSN 2066 - 561X, 4 pg., indexată RePEc,	DA  10  10  10  10  10/2  10	

<p>DOAJ, WorldCat, Ulrich's Periodicals Directory, BASE;</p> <p>❖ <b>Olariu, I.</b> - <i>Integration of mathematical models in marketing theory and practice</i>, Studies and Scientific Researches. Economic Edition, vol. 16-17, 2011-2012, ISSN 2066 - 561X, 5 pg., indexată RePEc, DOAJ, WorldCat, Ulrich's Periodicals Directory, BASE;</p> <p>❖ <b>Olariu, I.</b> - <i>The importance of efficient territory management in distribution planning</i>, Studies and Scientific Researches - Economic Edition, vol. II, nr. 15, 2010, ISSN 2066 - 561X, 5 pg., indexată RePEc, DOAJ, WorldCat, Ulrich's Periodicals Directory, BASE;</p> <p>❖ <b>Olariu, I.</b> - <i>Implementation of RCM (Retail Classification Methodology) concept in the distribution system</i>, Studies and Scientific Researches - Economic Edition, nr. 14, 2009, ISSN 2066 - 561X, 5 pg., indexată RePEc, DOAJ, WorldCat, Ulrich's Periodicals Directory, BASE;</p> <p>❖ <b>Olariu, I.</b> - <i>FMCG companies specific distribution channels</i>, Studies and Scientific Researches - Economic Edition, nr. 14, 2009, ISSN 2066 - 561X, 5 pg., indexată RePEc, DOAJ, WorldCat, Ulrich's Periodicals Directory, BASE;</p> <p>❖ Nichifor, B, <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>Consumer Products and Services Value Perception</i>, Studies and Scientific Researches - Economic Edition, nr. 13, 2008, ISSN 1224 – 9858, 5 pg., indexată RePEc, DOAJ, WorldCat, Ulrich's Periodicals Directory, BASE;</p> <p>❖ <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>The use of reading nonverbal messages from customers</i>, Analele Universitatii din Oradea. Științe Economice, Volumul IV - Secțiunea: Management, Marketing and Economic Informatics TOM XVIII, 2009, ISSN 1582 – 5450, 4 pg., indexată RePEc, DOAJ, EBSCO, SCPIO;</p> <p>❖ <b>Olariu (Barin), I.</b>, Prihoancă, D. - <i>Regulation and marketing to children</i>, Analele Universității din Oradea. Științe Economice, Volumul IV - Secțiunea: Management, Marketing and Economic Informatics, TOM XVIII, 2009, ISSN 1582 – 5450, 5 pg., indexată RePEc, DOAJ, EBSCO, SCPIO;</p> <p>❖ Epuran, Ghe., <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>The Postmodernism of Modern Marketing</i>, The Ninth International Conference: The Risk in the Contemporary Economy (RCE 9 – 2007), Universitatea „Dunărea de Jos” Galați, 29-30 Noiembrie 2007, ISBN 978-973-7845-58-0, 8 pg., indexată RePEc, EconPapers, DOAJ.</p>	<p>10</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10/2</p> <p>10</p> <p>10/2</p> <p>10/2</p>	<p>120</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 articol publicat într-o revistă cotate ISI (article/review/proceedings paper/book review);</li> </ul> <p><i>Lista articolelor:</i></p> <p>❖ <b>Olariu, I.</b>, Prihoancă, D. - <i>Design of effective distribution channels</i>, Proceedings of the 5th International Conference on Business Excellence, 2010, Universitatea "Transilvania" din Brașov, România, ISSN 978-973-1747-23-1, 4 pg., ISI PROCEEDINGS, Web of Science;</p> <p>❖ <b>Olariu (Barin), I.</b>, Epuran, Ghe. - <i>What makes a successful salesperson?</i>, Proceedings of the 4th International Conference on Business Excellence 2009, Universitatea "Transilvania" din Brasov, ISBN 978-973-1747-11-8, 4 pg., ISI PROCEEDINGS, Web of Science.</p>	<p>DA</p> <p>15/2</p> <p>15/2</p>	<p>30</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 prezentări la conferințe internaționale.</li> </ul> <p><i>Lista prezentărilor:</i></p> <p>❖ <b>Olariu, I.</b> - <i>Implications of the main mathematical methods on marketing decision making process</i>, International Conference "Contemporary Economy and Romanian Realities", 6th Edition, „Vasile Alecsandri” University of Bacău, Faculty of Economic Sciences, 22-24 November 2012;</p>	<p>DA</p> <p>7</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ <b>Olariu, I.</b> - <i>Integration of mathematical models in marketing theory and practice</i>, International Conference “Contemporary Economy and Romanian Realities”, 6th Edition, „Vasile Alecsandri” University of Bacău, Faculty of Economic Sciences, 22-24 November 2012;</li> <li>❖ <b>Olariu, I.</b>, Epuran, Ghe. - <i>Performing Detailed Diagnostics Using A Hypothesis Driven Approach</i>, International Conference “Risk in Contemporary Economy”, XIIIth Edition, „Dunărea de Jos” University Of Galați, Faculty of Economics and Business Administration, 26-27 October 2012;</li> <li>❖ <b>Olariu, I.</b>, Prihoancă, D. - <i>Design of effective distribution channels</i>, „International Conference on Business Excellence”, Universitatea ”Transilvania” din Brașov, 15-16 Octombrie 2010;</li> <li>❖ <b>Olariu, I.</b> - <i>An overview of why sales jobs are so rewarding</i>, The International Conference „European Integration – New Challenges”, 6th Edition, Universitatea din Oradea, 28-29 mai 2010;</li> <li>❖ <b>Olariu, I.</b> - <i>The importance of efficient territory management in distribution planning</i>, The Fifth International Conference "Contemporary Economy and Romanian Realities", Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, Facultatea de Științe Economice, 16-18 Aprilie 2010;</li> <li>❖ <b>Olariu (Barin), I.</b>, Epuran, Ghe. - <i>What makes a successful salesperson?</i>, „International Conference on Business Excellence”, Universitatea ”Transilvania” din Brașov, 16-17 Octombrie 2009;</li> <li>❖ <b>Olariu (Barin), I.</b>, Prihoancă, D. - <i>Regulation and marketing to children</i>, Conferința Internațională de Comunicări Științifice "Integrarea Europeană - noi provocări pentru economia României", Ediția a V-a, Oradea, 29-30 Mai 2009;</li> <li>❖ <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>The use of reading nonverbal messages from customers</i>, The International Conference „European Integration – New Challenges”, Ediția a V-a, Oradea, 29-30 Mai 2009;</li> <li>❖ <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>Consumer Dialogue – A Two-Way Approach to Building Relationships with Customers</i>, Conferința internațională: “Marketing - from Information to Decision”, FSEGA, Cluj-Napoca, 30-31 Octombrie 2008;</li> <li>❖ Prihoancă, D., <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>Sales Promotion Abuse</i>, Conferința internațională: “Marketing - from Information to Decision”, FSEGA, Cluj-Napoca, 30-31 Octombrie 2008;</li> <li>❖ Prihoancă, D., <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>In-store Brand Communication</i>, Conferința internațională: “International Conference on Business Excellence-ICBE”, Facultatea Transilvania din Brașov, 17-18 Octombrie 2008;</li> <li>❖ <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>Ethics in Tobacco Business - An Approach in the Context of CSR</i>, Conferința internațională: “International Conference on Business Excellence-ICBE”, Facultatea ”Transilvania” din Brașov, 17-18 Octombrie 2008;</li> <li>❖ Epuran, Ghe., <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>The Postmodernism of Modern Marketing</i>, The Ninth International Conference: The Risk in the Contemporary Economy (RCE 9 – 2007), Universitatea „Dunărea de Jos” Galați, 29-30 Noiembrie 2007;</li> <li>❖ Epuran, Ghe., <b>Olariu (Barin), I.</b>, Duhalm, S. - <i>An Overview on the Romanian Market for Cosmetics and Toiletries</i>, Conferința Internațională „Marketing and Development 1971- 2006: 35 Years of Marketing in Romania,, Academia de Studii Economice București, 23-24 Noiembrie 2006.</li> </ul>	<p style="text-align: right;">7</p> <p style="text-align: right;">7/2</p> <p style="text-align: right;">7/2</p> <p style="text-align: right;">7</p> <p style="text-align: right;">7</p> <p style="text-align: right;">7/2</p> <p style="text-align: right;">7/2</p> <p style="text-align: right;">7</p> <p style="text-align: right;">7</p> <p style="text-align: right;">7/2</p> <p style="text-align: right;">7/2</p> <p style="text-align: right;">7</p> <p style="text-align: right;">7/2</p> <p style="text-align: right;">7/2</p> <p style="text-align: right;">7</p> <p style="text-align: right;">7/2</p> <p style="text-align: right;">7/3</p> <p style="text-align: right;"><b>75.83</b></p>	
	<p>Pentru posturile din domeniile Științelor Socio-Economice și Umaniste, articolul publicat într-o revistă ISI se poate echivala cu o carte științifică/de autor publicată cel puțin într-o editură recunoscută CNCSIS/CNCS.</p>	<p style="text-align: right;">DA</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ <b>Olariu, I.</b> - „<i>Distribuția inversă în retailingul modern</i>”, Editura Alma Mater a Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău, 2015; ISBN 978-973-1833-87-3; 201 pg.;</li> <li>❖ <b>Olariu, I.</b> - „<i>Tehnici de vânzare – note de curs</i>” Editura Alma Mater a Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău, 2015; ISBN 978-606-527-464-8; 103 pg.</li> </ul>	40  20  <b>60</b>	
3.	<p>Cel puțin un material didactic pentru uzul studenților în domeniul postului scos la concurs (monografii, cărți, note de curs, caiet de seminar, caiet de laborator, îndrumar de practică).</p> <p><i>Lista materialelor publicate:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Nichifor, B., Olariu, I. – „<i>Comportamentul consumatorului – suport de curs</i>” (destinat studenților de la programul de studii Marketing ID), Editura Alma Mater, Bacău, 2012, 96 pg.;</li> <li>❖ Nichifor, B., Olariu, I. – „<i>Gestiunea forțelor de vânzare – suport de curs</i>”, (destinat studenților de la programul de studii Marketing ID), Editura Alma Mater, Bacău, 2009, 114 pg.</li> </ul>	DA  9.6  11.4  <b>21</b>	
4.	<p>Alte criterii relevante considerate de candidat</p> <p>Alte criterii specifice fiecărei Facultăți/ departament, aprobate de Consiliul Facultății/Departamentului – Conform Metodologiei privind stabilirea criteriilor specifice pentru ocuparea funcției de lector universitar la Facultatea de Științe Economice a Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău cod: <i>R-12-01-03</i> din data de 16.01.2014, intrat în vigoare începând cu data de 23.01.2014, aprobate în Consiliul profesoral al Consiliului Facultății de Științe Economice din data 03.02.2014.</p>	(a se vedea standardele și punctajele necesare elaborării fișei de autoevaluare pentru ocuparea posturilor didactice vacante – lector universitar în cadrul FSE)	
4.1.	<p>Articole în reviste / volume ale conferințelor neindexate cu ISSN sau ISBN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ <b>Olariu, I.</b> - <i>An overview of why sales jobs are so rewarding</i>, Proceedings of the International Conference European Integration – New Challenges., 6th Edition, ISBN 978-606-10-0149-1, 5 pg., Universitatea din Oradea, 2010;</li> <li>❖ Epuran, Ghe., <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>The Tobacco Category Management</i>, Supplement - The Annals of Valahia University of Târgoviște; Section Economic Sciences – “Redesign of the Supply Chain Management for an Efficient Consumer Response in Terms of Crisis”, ISSN 2065-4058, 9 pg., Târgoviște, 2009;</li> <li>❖ Prihoancă, D., <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>Administrarea lanțului secundar de aprovizionare</i>, „Al treilea Simpozion ECR Academic Partnership-România - Reproiectarea managementului lanțului logistic pentru un răspuns eficient consumatorului în condiții de criză”, ISSN 2066-7841, 9 pg., Universitatea Valahia, Târgoviște, 24-25 Aprilie 2009;</li> <li>❖ <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>Consumer Dialogue – A Two-Way Approach to Building Relationships with Customers</i>, The Proceedings of the International Conference “Marketing – from Information to Decision”, 2008, Alma Mater Publishing House, Cluj Napoca, ISBN 978-606-504-054-0, 13 pg.;</li> <li>❖ Prihoancă, D., <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>Sales Promotion Abuse</i>, The Proceedings of the International Conference “Marketing – from Information to Decision”, 2008, Alma Mater Publishing House, Cluj Napoca, ISBN 978-606-504-054-0, 14 pg.;</li> </ul>	5 puncte / nr. autori / articol  5  5/2  5/2  5  5/2	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Prihoancă, D., <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>In-Store Brand Communication</i>, Proceedings of the 3<sup>rd</sup> International Conference on Business Excellence, Special Issue of "Review of Management and Economic Engineering", vol 7, nr. 7, 2008, ISSN 1583-624X, 4 pg.;</li> <li>❖ <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>Ethics in Tobacco Business an Approach in the Context of CSR</i>, Proceedings of the 3<sup>rd</sup> International Conference on Business Excellence, Special Issue of "Review of Management and Economic Engineering", vol. 7, nr. 5, 2008, ISSN 1583-624X, 4 pg., Universitatea "Transilvania" din Braşov, 17-18 Octombrie 2008;</li> <li>❖ Prihoancă, D., <b>Olariu (Barin), I.</b>, Duhalm, S. - <i>Aspecte privind Internetul și contribuțiile acestuia la dezvoltarea mediului de afaceri</i>, „Contabilitatea și Tehnologiile Informației și Comunicării”, Editura EduSoft, ISBN 978-973-1882-04-8, 11 pg., Bacău, 2007;</li> <li>❖ Nichifor, B., Zaiț, L., <b>Olariu (Barin), I.</b> - <i>Organizarea demersului publicitar în contextul piețelor internaționale</i>, Revista de marketing online, ISSN 1843/0678, 7 pg., 2007.</li> </ul>	<p>5/2</p> <p>5</p> <p>5/3</p> <p>5/3</p> <p><b>28.33</b></p>	
4.2. Desfășurarea diverselor activități cu studenții (coordonare de cercuri științifice studentești, îndrumare an, coordonare practică de specialitate/pedagogică, coordonare lucrări de licență și disertație)	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Îndrumător de an, Program de studii Marketing ID (2010-2015);</li> <li>❖ Coordonare lucrări de licență în cadrul Facultății de Științe Economice (2009-2015).</li> </ul>	<p>5 puncte/ activitate / an</p> <p>25</p> <p>30</p> <p><b>55</b></p>	
4.3. Membru în diferite comisii de nivelul Universității / Facultății (comisii de admitere, comisii de finalizare a studiilor, comisii de evaluare a programelor de studii, comisia de evaluare a calității etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Membru în comisia de evaluare și asigurare a calității la nivelul programului de studii de licență Marketing ID (2014 și 2015);</li> <li>❖ Membru în comisia de evaluare și asigurare a calității la nivelul programului de studii de masterat universitar "Marketing și Comunicare în Afaceri" (2010 și 2012);</li> <li>❖ Membru în comisia de la Facultatea de Științe Economice pentru aducerea la îndeplinire a Ordinului MECTS nr. 5703/2011 privind implementarea Cadrului Național al Calificărilor din Învățământul Superior – responsabil program de studii de masterat "Marketing și Comunicare în Afaceri" (2012);</li> <li>❖ Membru în comisia de înscriere/admitere în cadrul Facultății de Științe Economice (2007-2014).</li> </ul>	<p>3 puncte / comisie / an</p> <p>3+3</p> <p>3+3</p> <p>3</p> <p>24</p> <p><b>39</b></p>	
4.4. Efectuarea de activități destinate bunei desfășurări a procesului didactic (întreținerea site-ului facultății/centrului de cercetare, elaborarea orarului)	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Responsabil cu întocmirea orarului la programul de studii de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri (2009-2015).</li> </ul>	<p>5 puncte / activitate / an</p> <p><b>30</b></p>	
4.5. Implicarea în activități de promovare a imaginii departamentului / facultății / universității (elaborarea de materiale promoționale, participarea la târguri / expoziții / prezentări ale ofertei educaționale)	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Participare la acțiunea "Porțile deschise" organizată de Universitatea "Vasile Alecsandri" din Bacău (2007-2015);</li> <li>❖ Promovarea ofertei educaționale oferite de Universitatea "Vasile Alecsandri" din Bacău (2007- 2015).</li> </ul>	<p>5 puncte / activitate / an</p> <p>45</p> <p>45</p> <p><b>90</b></p>	
<b>PUNCTAJ TOTAL</b>		<b>599.16</b>	

Data  
11.06.2015

Semnătura  
Asist.univ.dr. **Olariu Ioana**