

Universitatea Alexandru
Ioan Cuza din Iași
Facultatea de Economie și
Administrarea Afacerilor
Departamentul Management, Marketing și
Administrarea Afacerilor

Prof.univ.dr. **Constantin Sasu**

ACTIVITATE ȘTIINȚIFICĂ

- Stagii de pregătire:
- Fulbright Fellow – University of Nebraska at Omaha - Small Business Management (SUA) 1997-1998.
- Stagiul de specializare de 6 luni în Marketing la Universidad de las Islas Baleares, Palma de Mallorca, Spania, 1993.
- 1989-1991, Doctor în economie, Tema tezei de doctorat: “Productivitatea muncii - criteriu fundamental în restructurarea industriei și asigurarea dinamismului economic”, Universitatea "Alexandru Ioan Cuza" din Iași.
- Stagiul de specializare de 6 săptămâni în Managementul micilor afaceri la University of Nebraska at Omaha, S.U.A. 1981.
- Cursul postuniversitar de "Management-Marketing", organizat de Universitatea "Alexandru Ioan Cuza" din Iași, City University Business School of London și Fundația Drăgan, 1978.
- Cursul de specializare în Organizarea și planificarea întreprinderilor industriale la Universitatea din Galați, 1971.
- Cursul postuniversitar de Programarea calculatoarelor electronice, organizat de CTCE Cluj-Napoca, 1971.
- Participări la congrese și conferințe
 - The international conference on cross-cultural competence, [Prague, Czech Republic](#), 2016,

- Rethinking Global Space, Culture and Change in Organizations , Iași, Mai, 2016.
 - The 5th International Teleconference Creation of consciousness society, Boston, Chicago, Los Angeles, Chisinau, Iasi,Cluj–Napoca, Bucharest, April, 2016.
 - GEBA, Iasi, 2015.
 - I.CO.D.ECON., International Conference of Development and Economy, September, 2015, Kalamata, Grecia.
 - International conference “Emerging Market Queries in Finance and Business”, Bucharest, Romania, October, 2014
 - International Conference Quality in Higher Education, UTI, Iasi, 2012
 - International Conference on Management of Technological Changes, Democritus University of Thrace, Greece, 2011.
 - International Conference on Business Excellence ICBE 2013, October, Brașov.
 - Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences (ARA)- (2010-2015)
 - GEBA, Iasi, 2015, 2014, 2013, 2012, 2011).
 - Conferinta internationala “Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii”, Chișinău (2015-2010)
-
- Articole științifice publicate in extenso în reviste cotate Web of Science **cu factor de impact**
- C. Sasu, H. S. Korichi, K. Abdelmadjid, The Role of Environmental Responsibility in the Adoption of Green Marketing: The Case of Petroleum Companies in Arab Countries, International Journal for Innovation Education and Research, Vol 5 No 11 (2017), _Factor impact: 4.565.
 - C. Sasu, C. Ioan, F. Luca, The Impact of Public Health care Services on the Patient’s Perception as Regards the Health Institutions on the Background of the Health Reform in Romania, în Revista de cercetare și intervenție socială, vol. 49/June, 2015, ISSN: 1584-5397, Factor de impact 1,141.
 - C. Sasu, C. Ioan, F. Luca, The Role of Marketing in Consciousness and Awareness Raising on the Information about the Rights and Obligations Applying in the Field of Fundamental Intangible Services in a Predominant Digital Era, În: Pensée Journal, Vol. 76, No. 3, Martie, 2014, p. 283-293, ISSN: 0031-4773, Factor impact: 0,063.
 - C. Sasu., International Marketing. Theory and Practice, În Amfiteatru Economic, Nr. 32/2012, p. 451-453, ISSN 1582 – 9146, Factor impact: 0,320. 44.2 puncte
- Articole științifice publicate in extenso în reviste sau volume de conferințe cotate Web of Science **fără factor de impact**

- Sasu; L. Sasu; Demographic Determinants of the Entrepreneurial Process. The Case of Romania, *Procedia Economics and Finance*, Volume 20, 2015, Pages 580-585.
- C. Sasu; L. Sasu; Attitude of Romanian University Students Toward a Career in Personal Selling, În: *Proceedings of the 7th International Conference Quality in Higher Education*, Oesterreichische Computer Gessellschaft, 2012, p. 303-308, ISBN: 978-3-85403-291-7.
- C. Sasu; L. Sasu; Attitude of Romanian University Students Toward Entrepreneurship, În: *Proceedings of the 7th International Conference Quality in Higher Education*, Oesterreichische Computer Gessellschaft, 2012, p. 309-314, ISBN: 978-3-85403-291-7.
- C. Sasu, Fl. Luca. C. Ioan; The Need to Implement E-learning Platforms for Continuing Education: A Measure for Adapting the Educational System to Today's Student Profile, În: *Proceedings of the 7th International Conference Quality in Higher Education*, Oesterreichische Computer Gessellschaft, 2012, p. 93-98, ISBN: 978-3-85403-291-7.
- C. Sasu, Fl. Luca. C. Ioan; Impact of E-learning Platforms Development on the Choice of Bachelors's Degree Studies, În: *Proceedings of the 7th International Conference Quality in Higher Education*, Oesterreichische Computer Gessellschaft, 2012, p. 99-104, ISBN: 978-3-85403-291-7.
- C. Sasu, Fl. Luca. C. Ioan; A Critical Analysis of the State of Quality Systems Implemented Within State-Owned Higher Education Institutions in the Context of Developing E-Learning, În: *Proceedings of the 7th International Conference Quality in Higher Education*, Oesterreichische Computer Gessellschaft, 2012, p. 239-246, ISBN: 978-3-85403-291-7.
- C. Sasu, Fl. Luca. C. Ioan; Lifelong E-Learning for Private Companies as a Human Resources Improvement Measure, În: *Proceedings of the 7th International Conference Quality in Higher Education*, Oesterreichische Computer Gessellschaft, 2012, p. 431-436, ISBN: 978-3-85403-291-7. C. Sasu; L. Sasu; Functional conflicts within the marketing function, În: *Globalization and higher education in economics and business administration*, Iași, 2012, p. 1095-1102, ISBN: 978-973-703-766-4.
- C. Sasu; A. Brunello; Brand influenced buying decisions in car industry, În: *Globalization and higher education in economics and business administration*, Iași, 2012, p. 1051-1058, ISBN: 978-973-703-766-4.
- C. Sasu; L. Sasu; Business Students Perceptions Toward Marketing as a Discipline, *Proceedings of the 5th International Conference on Globalization and Higher Education in Economics and Business Administration*, AL.I. Cuza University Iași, Romania, 2011, Vol 1, p. 837-843, ISBN: 978-973-703-697-1.

- C. Sasu; L. Sasu; A Comparative Approach to the Cause Related Marketing, Proceedings of the 7th International Conference on Management of Technological Changes, Democritus University of Thrace, Greece, 2011, p. 201-204, ISBN: 978-960-99486-2-3.
- C. Sasu; L. Sasu; Integrated Marketing Communications Between Company Objectives and Client benefits, Proceedings of the 7th International Conference on Management of Technological Changes, Democritus University of Thrace, Greece, 2011, p. 205-208, ISBN: 978-960-99486-2-3.
- C. Sasu, A. Manolica, O, Ciobanu; A Method to Asses Credibility of Commercial Web Sites. One Level to Change Consumer's Attitude and Behavior, Proceedings of the 7th International Conference on Management of Technological Changes, Democritus University of Thrace, Greece, 2011, p. 157-160, ISBN: 978-960-99486-2-3
- C. Sasu; L. Sasu; A Marketing Approach of the Concept of E-Government, Proceedings of the 35th Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences, Presses Internationales Polytechnique, Montreal, Quebec, 2011, p. 8-11, ISBN: 978-2-553-01596-0.
- C. Sasu; L. Sasu; Exploring the Tourism Image of Romania, Proceedings of the 35th Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences, Presses Internationales Polytechnique, Montreal, Quebec, 2011, p. 67-70, ISBN: 978-2-553-01596-0.
- C. Sasu; L. Sasu; Cause-Related Marketing a New Marketing Strategy in Romania, Proceedings of the 34th ARA Congress, Presses Internationales Polytechnique, Montreal, Quebec, 2010 (6p).
- Articole științifice publicate in extenso în reviste clasificate CNCSIS B+ și BDI
 - C. Sasu. M. Danga, A Unified Theory on the Action of Political Describers, Law, Society & Organisations, Volume III, Issue 4 (1/2018).
 - C. Sasu, C. Pravaț, A. Luca, Ethics and Advertising, The international conference on cross-cultural competence, [Prague, Czech Republic](#), 2016.
 - C. Sasu, D. Ichim, Qualitative Analysis of the Digital Marketing Influence on the Behaviour of the Organizational Consumer, Management (18544223) . 2016, Vol. 11 Issue 2, p171-184. 14p
 - C. Sasu, A. Juravle, L. Terek-Vlad - The Destination Image of Bucovina among Romanian Tourists, Cross-Cultural Management Journal, Volume XVIII, Issue 2 (10) / 2016.
 - C. Sasu, D. Ichim, Overview of the industrial market in Romania. Implications from the organizational consumer perspective, Network Intelligence Studies, NIS 7, Volume IV, Issue 1/2016, Part I, p. 33-49.
 - C. Sasu, A. Juravle; G. Pravat, Religious Marketing, GEBA, Iași, 2015.
 - C. Sasu. O. Goziker, How to Improve, the Survival Chances of Microenterprises? GEBA, Iași, 2015.
 - C. Sasu; G. Pravat; A. Juravle, Ocupational [Safety And Health– Vector Of Corporate Social Responsibility In Romanian Companies](#), SEA – Practical Application of Science, Brașov, 23-24 octombrie.

- C. Sasu, Fl. Luca. C. Ioan; Brandul personal - de la teorie la practică în societatea contemporană, În Management intercultural, Volumul XV, Nr. 29/2013, p. 165-170, ISSN-L: 1454-9980, <http://mi.bxb.ro/management-intercultural-nr-29/2013/>.
 - C. Sasu, Fl. Luca. C. Ioan; Specificitatea brandului personal, În Management intercultural, Volumul XV, Nr. 29/2013, p. 171-1182, ISSN-L: 1454-9980, <http://mi.bxb.ro/management-intercultural-nr-29/2013/>. Social Networks – Chalanges and Opportunity in the Development of Personal Brand Marketing Strategies in the Virtual Environment, În: Ovidius University Annals, Economic Sciences Series, Volume VIII, Issue 1, 2013, p. 800-806, ISSN 1582-9383, <http://www.ovidius-stec.ro/html/anale/RO/>.
 - C. Sasu, Fl. Luca. C. Ioan; Implementation and Development of the „Employer Branding Management” Concept on the Romanian Labor Market in the Current Economic and Social Context, În: Ovidius University Annals, Economic Sciences Series, Volume VIII, Issue 1, 2013, p. 848-855, ISSN 1582-9383, <http://www.ovidius-stec.ro/html/anale/RO/>.
 - C. Sasu, Fl. Luca. C. Ioan; The Importance of Technical Profile University for Developing a Good Career in the Romanian Business Environment, În: International Conference on Business Excellence ICBE 2013, 18-19 October, Braşov, <http://www.bizexcellence.ro/>.
 - C. Sasu, Fl. Luca. C. Ioan; Theory versus Practice in the Development of Human Skills in Order to Improve the Romanian Business Environment, În: International Conference on Business Excellence ICBE 2013, 18-19 October, Braşov, <http://www.bizexcellence.ro/>.
 - C. Sasu, L. Sasu; Models of entrepreneurship in the globalization era, În: “European economy: present and future”, Suceava, 2010, p.186-191, ISSN 2065-085X.
- Articole ştiinţifice publicate in extenso în reviste clasificate CNCSIS B
 - C. Sasu, D. Ichim, Overview of the industrial market in Romania. Implications from the organizational consumer perspective, The international conference on cross-cultural competence, [Prague, Czech Republic](#), 2016.
 - C. Sasu, Marketingul personal în mediul online – dezvoltarea brandului prin intermediul reţelelor de socializare, În: Management intercultural, Volumul XVI, Nr. 1(30), 2014.
 - C. Sasu, S. Matei; The importancee of marketing mix in the wine industry – global and European trends, International conference “Emerging Market Queries in Finance and Business”, Bucharest, Romania, 24th-25th, October 2014, <http://www.rorcf.ro/openconf/>.
 - C. Sasu, L. Sasu; Strategii competitive de gestiune a conflictelor organizaţionale, În: „Competitivitatea şi inovarea în economia cunoaşterii”, Chişinău, 2012.
 - C. Sasu, L. Sasu; Gestiunea inovativă a conflictelor interpersonale, În: „Competitivitatea şi inovarea în economia cunoaşterii”, Chişinău, 2012.
 - C. Sasu, L. Sasu; Gestiunea conflictelor dintre marketing şi vânzări, În: Republica Moldova: 20 de ani de reforme economice, Chişinău, 2011, p. 458-461. ISBN 978-9975-75-587-0.

- C. Sasu, L. Sasu; Factori care configurează relația dintre inovare și avantajul competitiv, În: "Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii", Chișinău, 2010.
- Articole științifice publicate in extenso în volumele conferințelor, în dicționare și enciclopedii
- C. Sasu; L. Sasu; Demographic Determinants of the Entrepreneurial Process. The Case of Romania, Globalization and Higher Education in Economics and Business Administration, Iași, 2013.
- C. Sasu; L. Sasu; Attitude of Romanian University Students Toward a Career in Personal Selling, În: Proceedings of the 7th International Conference Quality in Higher Education, Oesterreichische Computer Gessellschaft, 2012, p. 303-308, ISBN: 978-3-85403-291-7.
- C. Sasu; L. Sasu; Attitude of Romanian University Students Toward Entrepreneurship, În: Proceedings of the 7th International Conference Quality in Higher Education, Oesterreichische Computer Gessellschaft, 2012, p. 309-314, ISBN: 978-3-85403-291-7.
- C. Sasu, Fl. Luca. C. Ioan; The Need to Implement E-learning Platforms for Continuing Education: A Measure for Adapting the Educational System to Today's Student Profile, În: Proceedings of the 7th International Conference Quality in Higher Education, Oesterreichische Computer Gessellschaft, 2012, p. 93-98, ISBN: 978-3-85403-291-7.
- C. Sasu, Fl. Luca. C. Ioan; Impact of E-learning Platforms Development on the Choice of Bachelors's Degree Studies, În: Proceedings of the 7th International Conference Quality in Higher Education, Oesterreichische Computer Gessellschaft, 2012, p. 99-104, ISBN: 978-3-85403-291-7.
- C. Sasu, Fl. Luca. C. Ioan; A Critical Analysis of the State of Quality Systems Implemented Within State-Owned Higher Education Institutions in the Context of Developing E-Learning, În: Proceedings of the 7th International Conference Quality in Higher Education, Oesterreichische Computer Gessellschaft, 2012, p. 239-246, ISBN: 978-3-85403-291-7.
- C. Sasu, Fl. Luca. C. Ioan; Lifelong E-Learning for Private Companies as a Human Resources Improvement Measure, În: Proceedings of the 7th International

Conference Quality in Higher Education, Oesterreichische Computer Gessellschaft, 2012, p. 431-436, ISBN: 978-3-85403-291-7.

- C. Sasu; L. Sasu; Functional conflicts within the marketing function, În: Globalization and higher education in economics and business administration, Iași, 2012, p. 1095-1102, ISBN: 978-973-703-766-4.
- C. Sasu; A. Brunello; Brand influenced buying decisions in car industry, În: Globalization and higher education in economics and business administration, Iași, 2012, p. 1051-1058, ISBN: 978-973-703-766-4.
- C. Sasu; L. Sasu; Business Students Perceptions Toward Marketing as a Discipline, Proceedings of the 5th International Conference on Globalization and Higher Education in Economics and Business Administration, AL.I. Cuza University Iași, Romania, 2011, Vol 1, p. 837-843, ISBN: 978-973-703-697-1.
- C. Sasu; L. Sasu; A Comparative Approach to the Cause Related Marketing, Proceedings of the 7th International Conference on Management of Technological Changes, Democritus University of Thrace, Greece, 2011, p. 201-204, ISBN: 978-960-99486-2-3.
- C. Sasu; L. Sasu; Integrated Marketing Communications Between Company Objectives and Client benefits, Proceedings of the 7th International Conference on Management of Technological Changes, Democritus University of Thrace, Greece, 2011, p. 205-208, ISBN: 978-960-99486-2-3.
- C. Sasu, A. Manolica, O. Ciobanu; A Method to Asses Credibility of Commercial Web Sites. One Level to Change Consumer's Attitude and Behavior, Proceedings of the 7th International Conference on Management of Technological Changes, Democritus University of Thrace, Greece, 2011, p. 157-160, ISBN: 978-960-99486-2-3.
- C. Sasu; L. Sasu; A Marketing Approach of the Concept of E-Government, Proceedings of the 35th Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences, Presses Internationales Polytechnique, Montreal, Quebec, 2011, p. 8-11, ISBN: 978-2-553-01596-0.
- C. Sasu; L. Sasu; Exploring the Tourism Image of Romania, Proceedings of the 35th Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences, Presses Internationales Polytechnique, Montreal, Quebec, 2011, p. 67-70, ISBN: 978-2-553-01596-0.

- C. Sasu; L. Sasu; Cause-Related Marketing a New Marketing Strategy in Romania, Proceedings of the 34th ARA Congress, Presses Internationales Polytechnique, Montreal, Quebec, 2010 (6p).
- Cărți științifice de autor publicate în edituri
 - C. Sasu, Inițierea și administrarea micilor afaceri, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza Iași, 2014, 128p, ISBN: 978-6060687-138-9 .
 - C. Sasu, Management international, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza Iași, 2014, 128p, ISBN: 978-6060687-139-6.
 - C. Sasu, Managementul întreprinderilor mici și mijlocii, Editura Performantica, Iași, 2014, 350p, ISBN: ISBN: 978-606-685-124-4.
 - C. Sasu, Comunicare managerială internațională, Editura Tehnopress, Iași, 2013, 185 p, ISBN: 978-606-687-059-7.
- Capicole în cărți științifice de autor publicate în edituri
 - C. Sasu, E. Maxim, T. Roman, Studiu privind cerințele stakeholderilor, Editura Sedcom Libris, 2013, (colab. cu 60p).
 - C. Sasu, ș. a., Marketing, Ediția a III-a, Editura Sedcom Libris, Iași, 2011, (colab cu 42p). ISBN: 978-973-670-409-3.
- Contracte de cercetare științifică derulate doar prin Universitate
 - Proiect POSDRU/86/1.2/S/61959 „Comunitate universitară pentru managementul calității în învățământul superior”, membru, valoare proiect 288.517 Ron, membru.
 - Proiect POSDRU/92/3.1/S/56330 “Academia de antreprenariat bazată pe cunoaștere”, membru, valoare proiect: 1.474.000 Ron, membru.
 - Proiect POSDRU/87/1.3/S/63908, “Perfecționarea cadrelor didactice din învățământul liceal care predau discipline economice”, membru, valoare proiect 2.359.795 Ron, membru.
 - Proiect POSDRU/86/1.2/S/53202, „Competențe avansate profesionale și de cercetare în managementul riscului internațional”, membru, valoare proiect: 2.389.503 Ron, membru.
- Citări și recenzii ale creației de autor (exclus autocitări)

j1) Citari

- Mirjana Pejić Bach / Marjana Merkač Skok / Dalia Suša, Determinants of Entrepreneurial Intentions in ICT Industry: Gender and country of origin perspective (Mar 2016), Journal of contemporary issues in economics and business Naše gospodarstvo/Our Economy, 62 (1), 37–45. DOI: 10.1515/ngoe-2016-000; citat: Sasu, C., & Sasu, L. (2015). Demographic determinant of the entrepreneurship intentions. The case of Romania. *Procedia Economics and Finance*, 20, 580–585.
- Naveed Ahmed, Zhou Lulin, Ali Abudllah Bajwa, Service Quality at Business Schools and its Correlation with Students' Satisfaction and Entrepreneurial Self-efficacy, The

Online Journal of Quality in Higher Education - January 2016, Volume 3, Issue 1 p. 66-78; citat: Sasu, C., & Sasu, L. (2015). Demographic determinant of the entrepreneurship intentions. The case of Romania. *Procedia Economics and Finance*, 20, 580–585.

- Puke, Ieva; Batraga, Anda, Adaptation of International Marketing Communication Mix in Exporter Companies of Latvia. *Economic Science for Rural Development Conference Proceedings* . Apr. 2016, Issue 43, p181-188, Citare: *International Marketing*, Polirom, 2005.
- JL Scarpaci, CS Burke, Tailoring but not targeting: a critical analysis of “the Meth Project” aimed at Hispanic youth *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* Volume 21, Issue 3 August 2016 Pages 168–179, Citare: *International Marketing*, Polirom, 2005.
- Adrian Brunello, The consumer, caught between economic theory and marketing , *Romanian Journal of Artistic Creativity*, Issue Year: 4/2016 issue No: 2 page Range: 3-6, citat: *Marketing*, SedcomLibris, 2011.
- Apostu, I., Feminine Resources of Power, *Cross-Cultural Management Journal* Volume XVIII, Issue 2 (10) / 2016, citat: Gavra Juravle, A., Sasu, C., Bubăscu, G., (2015), citat: *Qualitative Analysis regarding the Decision-Makers in Terms of Tourism Promotion, SEA –Practical Applications of Science*, Volume III, Issue 1(7), pp. 329-340
- Liliana Hincu, Tourist Destination Marketing Radauti *Management Intercultural* Volumul XVIII, Nr . 3 (37) 2016 citat: Juravle, A.I., Sasu, C., Spătaru, G.C., (2016), *Religious marketing, SEA –Practical Application of Science*, Volume IV, Issue 2 (11), pp. 335-340
- Ciprian Gavra, Promoting Traditional Family by the Church – Religious Marketing Strategies, 171-174 *Ecoforum Journal*, Volume 5, Special Issue, 2016, citat: *Religious marketing, SEA –Practical Application of Science*, Volume IV, Issue 2 (11), pp. 335-340.
- Apostu, I., Feminine Resources of Power, *Cross-Cultural Management Journal* Volume XVIII, Issue 2 (10) / 2016, citat: Gavra Juravle, A., Sasu, C., Bubăscu, G., (2015), citat: *Religious marketing, SEA –Practical Application of Science*, Volume IV, Issue 2 (11), pp. 335-340.
- Paul Taylor-West, Jim Saker, Donna Champion, *Segmenting for complexity: persuading people to buy what they don't understand*, *Journal of Strategic Marketing* 07/2013 21(4), citare articol: *Factors Influencing Passenger Car Consumer Behavior and their Use in the Environmental Public Policy*.
- Ovidiu Ghiuță, *L'influence du brand sur le comportement de l'électeur*, Editions universitaires européennes, 2011 ISBN-10: 384178058X, citat cartea *Marketing internațional*, Editura Polirom, Ediția a III-a, 2005.
- Larisa Bugaian (coord), *Antreprenoriat*, Editura Tehnică a Moldovei, 2010, p. 73: citată lucrarea Sasu, C., Bernier, R., *Enciclopedia întreprinzătorului*, Editura Economica, București, 1998.
- Nicoleta Dospinescu, *Relații publice, comunicare media și managementul reputației*, Editura, Tehnopress, Iași, 2014, citare carte: *Marketing internațional*, Editura Polirom, 2005, p. 255, 25 puncte.

- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare carte: Managementul întreprinderilor mici și mijlocii, Editura Performantica, Iași, 2014, p.214, 25 puncte.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare carte: Marketing, Editura Sedcom Libris, Iași, 2011, p. 214.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare carte: Management internațional, Editura Universității, Al.I.Cuza” Iași, 2007, p. 215.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: „Study on quality processes in hospitals from the perspective of decision makers and health professionals”, *Management in health*, XVI/3/2012, pp. 12-18.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare carte: Studiu privind cerințele stakeholderilor, Editura Sedcom Libris, Iași, 2013, p. 215.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: „Marketingul personal în mediul online” în Management intercultural, vol. XVI, nr.1(30), p.21.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: „Marketingul personal în mediul online” în Management intercultural, vol. XVI, nr.1(30), p.21.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Marketingul personal în mediul online” în Management intercultural, vol. XVI, nr.1(30), p.22.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Marketingul personal în mediul online” în Management intercultural, vol. XVI, nr.1(30), p.22. Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Specificitatea brandului personal, în Management intercultural, vol. XV, nr.3(29), p.22.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Marketingul personal în mediul online” în Management intercultural, vol. XVI, nr.1(30), p.23.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Marketingul personal în mediul online” în Management intercultural, vol. XVI, nr.1(30), p.24.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Marketingul personal în mediul online” în Management intercultural, vol. XVI, nr.1(30), p.27.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Marketingul personal în mediul online” în Management intercultural, vol. XVI, nr.1(30), p.27.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Marketingul personal în mediul online” în Management intercultural, vol. XVI, nr.1(30), p.32.

- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Marketingul personal în mediul online” în Management intercultural, vol. XVI, nr.1(30), p.32..
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Brandul personal în societatea contemporană, în Management intercultural, vol XV, nr. 3(29), p.39.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Specificitatea brandului personal, în Management intercultural, vol. XV, nr.3(29), p.45.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Marketingul personal în mediul online” în Management intercultural, vol. XVI, nr.1(30), p.50.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Brandul personal în societatea contemporană, în Management intercultural, vol XV, nr. 3(29), p.50.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Brandul personal în societatea contemporană, în Management intercultural, vol XV, nr. 3(29), p.50.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Brandul personal în societatea contemporană, în Management intercultural, vol XV, nr. 3(29), p.51.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Marketingul personal în mediul online” în Management intercultural, vol. XVI, nr.1(30), p.51.
- Corina Anamaria Ioan, Florin Alexandru Luca, Brand, de la teorie la practică, Editura Performantica, Iași, 2014, citare articol: Brandul personal în societatea contemporană, în Management intercultural, vol XV, nr. 3(29), p.62.
- Oana Țugulea, Marketing turistic, Editura Tehnopress, 2013, citare articol: citat articolul C. Sasu; L.Sasu: *Exploring the Tourism Image of Romania*, Exploring the Tourism Image of Romania, Proceedings of the 35th Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences, Presses Internationales Polytechnique, Montreal, Quebec, 2011 12.
- Grigore, A., M., Managementul micilor afaceri, Editura Hyperion, București, 2012, p. 31, 45, p. 124, citată cartea: Inițierea și dezvoltarea afacerilor, Ediția a II-a, Editura Polirom, Iași, 2003.
- Grigore, A., M. Antreprenoriat și managementul pentru afaceri mici și mijlocii, Editura C. H. Beck, 2012, citată cartea Inițierea și dezvoltarea afacerilor, Ediția a II-a, Editura Polirom, Iași, 2003.
- Fl. Al. Luca: Marketingul afacerilor, Editura Performantica Iași, 2013, citare articol: C. Sasu: „*Strategic Opportunities Afforded by Integrated Marketing*”, Scientific Annals of the „Alexandru Ioan Cuza” University of Iasi, Vol. 2006.
- Fl. Al. Luca: Marketingul afacerilor, Editura Performantica Iași, 2013, citare articol: C. Sasu: „*A managerial perspective on international marketing research*”, În: Analele științifice ale Univ. "Al.I.Cuza" Iași, Special Issue, 2011, p.137-149, ISSN: 0379-7864.
- Fl. Al. Luca: Marketingul afacerilor, Editura Performantica Iași, 2013, citare articol: C. Sasu: „*Cause-Related Marketing a New Marketing Strategy in Romania*”,

Proceedings of the 34th ARA Congress, Presses Internat. Polytechnique, Montreal, Quebec, 2010 .

- Fl. Al. Luca: Marketingul afacerilor, Editura Performantica Iași, 2013, citare articol: C. Sasu: „*International Marketing. Theory and Practice*”, În Amfiteatru Economic, Nr. 32/2012, p. 451-453, ISSN 1582 – 9146, Factor impact: 0,320.
- Fl. Al. Luca: Marketingul afacerilor, Editura Performantica Iași, 2013, citare articol: C Sasu, L. Sasu: “*Marketing Approach of the Concept of E-Government*”, Proceedings of the 35th Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences, Presses Internationales. .
- N. Al. Pop (coordonator), Marketing internațional, Editura Uranus, București, 2011, citare carte: C. Sasu, Marketing internațional, Editura Polirom, Iași, 2005, pagini: 57, 163, 270, 315, 330, 390, 474..
- Matei-Gherman, C., Marketing. Diferențiere și poziționare, Editura Tehnopress, 2010, Citare: Comunicarea integrată de marketing, F&F International, p. 386. (2 autori). .
- Matei-Gherman, C., Marketing. Diferențiere și poziționare, Editura Tehnopress, 2010, Citare: Marketing internațional, Graphix, 1994, p. 247. .
- Matei-Gherman, C., Marketing. Diferențiere și poziționare, Editura Tehnopress, 2010, Citare: Marketing internațional, Polirom, 2005, p. 229, p. 245.
- Matei-Gherman, C., Marketing. Diferențiere și poziționare, Editura Tehnopress, 2010, Citare: Inițierea și dezvoltarea afacerilor, Polirom, 2003, p.307.
- Matei-Gherman, C., Marketing. Diferențiere și poziționare, Editura Tehnopress, 2010, Citare: Enciclopedia întreprinzătorului, Economica, 1999, p. 299.
- Matei-Gherman, C., Marketing. Diferențiere și poziționare, Editura Tehnopress, 2010, Citare: Marketing antreprenorial, F&F International, 2002, p. 155.
- Matei-Gherman, C., Marketing. Diferențiere și poziționare, Editura Tehnopress, 2010, Citare: Marketing, Editura Universității Al.I.Cuza, 1995, p. 298.
- Matei-Gherman, C., Marketing. Diferențiere și poziționare, Editura Tehnopress, 2010, Citare: Marketing, Editura SedcomLibris (colectiv), p. 147, p. p. 192, p. 270.
- Maxim, E., Strategie și planificare strategică, Editura SedcomLibris, 2010, Citare: Inițierea și dezvoltarea afacerilor, Polirom, 2003, p.301.

j2) Recenzii ale lucrărilor științifice

- Brand, de la teorie la practică”, elaborată de lect. dr. Corina Anamaria Ioan și conf. dr. Florin-Alexandru Luca, Editura Performantica, Iași, 2014.
- Managementul relațiilor cu clienții în marketing direct”, eaborată de lect. dr. Claudia Iuliana Bobâlcă, Editura Universității „Al.I. Cuza” Iași, 2013.
- “Marketing în era digitală”, elaborată de lect. dr. CIOBANU Carmen Oana (căș. Țugulea), Editura Universității „Al.I. Cuza” Iași, 2013. .
- „Marketingul afacerilor”, elaborată de Lect. dr. Florin Alexandru LUCA, Editura Performantica Iași, 2013. .
- „Diagnostic intercultural” elaborată de prof. dr . Dumitru Zaiț, Editura Universității „Al.I. Cuza” Iași, 2013. .
- „Marketingul afacerilor”, elaborată de conf. dr. Florin Alexandru Luca, Editura Performantica Iași, 2013. .
- N. Al. Pop (coordonator), Marketing internațional, Editura Uranus, București, 2011.

- Editor, Membru în Editorial Board la reviste și edituri recunoscute
 - Membru Editorial Board: Review of Economic and Business Studies, ISSN 1843-763X.
 - Membru Editorial Board: EuroEconomica, ISSN: 1582-8859.
 - Membru Scientific Comitee: Sustainable socio-economic development of the Euroregions and cross-border areas.
 - Membru Advisory Board - Center for Socio-Economic Studies and Multiculturalism.
 - Membru Editorial Board: SEA Practical Application of Science, ISSN-L 2360-2554.
 - Membru Editorial Board: Cross-Cultural Management, ISSN-L 2286-045.
 - Membru Editorial Board: Management intercultural, ISSN-L 1454-9980.
 - Membru Editorial Board: Network Intelligence Studies, ISSN-L 2344-1712.
 - Membru Editorial Board: Management&Marketing, ISSN 1842-0206.

- Materiale suport curs, seminar, lucrări practice și programe analitice detaliate
 - Materiale suport curs „Marketing internațional” – licență.
 - Materiale suport curs „Management internațional”.
 - Materiale suport curs „Inițierea și administrarea micilor afaceri” – licență.
 - Materiale suport curs „Crearea afacerilor” – master.
 - Materiale suport curs „Comunicare managerială internațională” – master.
 - Materiale suport curs „Strategii de marketing internațional” – master.
 - Materiale suport curs „Proiecte economice” – master.
 - Materiale suport curs „Marketing internațional” – master.
 - Materiale suport curs „Management internațional comparat” – master.
 - Materiale suport curs „Fundamentele marketingului în sport” – master.
 - Materiale suport curs „Inițierea afacerilor în sport” – master.
 - Materiale suport curs „Comunicarea de marketing” – master.
 - Materiale suport curs Managementul afacerilor mici și mijlocii” – master.
 - Materiale suport curs „Comunicare interculturală” – master.
 - Materiale suport curs „Marketing” – licență.
 - Materiale seminar „Marketing internațional” – licență.
 - Materiale seminar „Management internațional” – licență.
 - Materiale seminar „Inițierea și administrarea micilor afaceri” – licență.
 - Materiale seminar „Crearea afacerilor” – master.
 - Materiale seminar „Comunicare managerială internațională” – master 5.
 - Materiale seminar „Strategii de marketing internațional” – master.
 - Materiale seminar „Proiecte economice” – master.
 - Materiale seminar „Marketing internațional” – master.
 - Materiale seminar „Management internațional comparat” – master.
 - Materiale seminar „Fundamentele marketingului în sport” – master.

- Materiale seminar „Inițierea afacerilor în sport” – master.
 - Materiale seminar „Comunicarea de marketing” – master.
 - Materiale seminar Managementul afacerilor mici și mijlocii” – master.
 - Materiale seminar „Comunicare interculturală” - master 2.
 - Materiale seminar „Marketing” – licență.
 - Materiale lucrari practice „Marketing internațional” – licență.
 - Materiale lucrari practice „Management internațional” – licență.
 - Materiale lucrari practice „Inițierea și administrarea micilor afaceri” – licență.
 - Materiale lucrari practice „Crearea afacerilor” – master.
 - Materiale lucrari practice „Comunicare managerială internațională” – master.
 - Materiale lucrari practice „Strategii de marketing internațional” – master.
 - Materiale lucrari practice „Proiecte economice” – master.
 - Materiale lucrari practice „Marketing internațional” – master.
 - Materiale lucrari practice „Management internațional comparat” – master.
 - Materiale lucrari practice „Fundamentele marketingului în sport” – master.
 - Materiale lucrari practice „Inițierea afacerilor în sport” – master.
 - Materiale lucrari practice „Comunicarea de marketing” – master.
 - Materiale lucrari practice Managementul afacerilor mici și mijlocii” – master.
 - Materiale lucrari practice „Comunicare interculturală” – master.
 - Materiale lucrari practice „Marketing” – licență.
 - Programa analitică „Marketing internațional” – licență.
 - Programa analitică „Management internațional” – licență.
 - Programa analitică „Inițierea și administrarea micilor afaceri” – licență.
 - Programa analitică „Crearea afacerilor” – master
 - Programa analitică „Comunicare managerială internațională” – master.
 - Programa analitică „Strategii de marketing internațional” – master.
 - Programa analitică „Proiecte economice” – master.
 - Programa analitică „Marketing internațional” – master.
 - Programa analitică „Management internațional comparat” – master.
 - Programa analitică „Fundamentele marketingului în sport” – master.
 - Programa analitică „Inițierea afacerilor în sport” – master.
 - Programa analitică „Comunicarea de marketing” – master.
 - Programa analitică „Managementul afacerilor mici și mijlocii” – master.
 - Programa analitică „Comunicare interculturală” – master.
 - Programa analitică „Marketing” – licență.
- **Tratate și manuale universitare**
 - Managementul întreprinderilor mici și mijlocii, Editura Performantica, Iași, 2014, 350p, ISBN: 978-606-685-124-4.

- Comunicare managerială internațională, Editura Tehnopress, Iași, 2013, 285 p, ISBN: 978-606-687-059-7.
 - Marketing, Ediția a III-a, Editura Sedcom Libris, Iași, 2011, (colab cu 42p). ISBN: ISBN: 978-973-670-409-3.
 - Management internațional, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași ” – 2014.
 - Inițierea și administrarea micilor afaceri” – Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2014.
 - Crearea afacerilor” – Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza, Iași ” – 2013.
 - Comunicare managerială internațională – Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2013.
 - Strategii de marketing internațional – Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2014.
 - Management internațional comparat – Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2014.
 - Fundamentele marketingului în sport - Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2012.
 - Inițierea afacerilor în sport - Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2011.
 - Comunicarea de marketing - Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași – 2011.
- Alte activități
 - Materiale seminar „Marketing internațional” – master.
 - Aplicații disciplina „Proiecte economice” master Negocieri–Relații publice.
 - Aplicații disciplina „Fundamentele marketingului în sport” licenta.
 - Aplicații disciplina „Inițierea afacerilor în sport” licenta.
 - Coordonare 21 teze de doctorat in ultimii cinci ani.
 - Membru in 20 de comisii de evaluare doctorat in ultimii cinci ani.
 - Membru in 21 de comisii de sustinere publica in ultimii cinci ani