

PLAN MANAGERIAL

PENTRU

CANDIDATURA LA FUNCȚIA DE DECAN AL FACULTĂȚII DE ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI
DREPT DIN CADRUL UNIVERSITĂȚII DIN PITEȘTI

Lect.univ.dr. Oancea Olimpia Elena Mihaela

PITEȘTI 2020

MOTIVAȚIA CANDIDATURII

În anul 2007 am devenit cadru didactic al Facultății de Științe Economice ocupând funcția de asistent universitar. În perioada respectivă am desfășurat activități de organizare și conducere de seminarii la disciplinele: Marketing, Comportamentul consumatorului, Marketingul serviciilor, Cercetări de marketing, Business to business marketing, Relații publice, Analiza informațiilor de marketing. În anul 2011 am obținut titlul de doctor în domeniul Marketing la Academia de Studii Economice din București. Traseul meu profesional a debutat simultan și în mediul privat în care am ocupat poziția de specialist marketing (2007-2008), respectiv marketing manager (2008-2011). Astfel, experiența de manager am acumulat-o în mediul privat prin desfășurarea unor activități precum: coordonarea echipei de agenți de vânzare; întocmirea de rapoarte privind îndeplinirea obiectivelor propuse; promovarea produselor companiei; propunerea și implementarea de strategii de marketing/vânzare; gestionarea unui portofoliu de clienți și lărgirea lui prin identificarea unor clienți noi; atragerea de clienți noi; întocmirea ofertelor generale și personalizate; purtarea negocierilor; întocmirea contractelor; urmărirea derulării lor; întocmirea și actualizarea bazelor de date. Din anul 2013, ocup funcția de lector universitar în cadrul departamentului de Management și Administrarea Afacerilor. În perioada 2014 – 2015, am beneficiat de o bursă postdoctorală în cadrul Academiei de Studii Economice București și am beneficiat de un stagiu de documentare și formare în cercetare științifică la Universitatea din , Lituania. Această perioadă a reprezentat etapa în care am evoluat semnificativ sub aspectul dezvoltării abilităților de cercetare științifică. În prezent ocup poziția de Responsabil marketing on-line în cadrul Centrului UPIT-MEDIA.

Candidatura mea la funcția de decan al Facultății de Științe Economice și Drept are la bază dorința de a asigura stabilitatea locului de muncă, continuitatea dezvoltării facultății pe direcțiile implementate de echipa managerială din ultimii patru ani, respectiv asigurarea unui mediu plăcut de lucru pentru colegii mei. Mai cred că forța unei comunități stă în membri ei și în puterea lor de a lucra împreună, liderii având rolul de a le arăta că pot fi o mare forță atunci când se unesc în jurul obiectivelor comune. Candidatura mea la funcția de Decan al Facultății de Științe Economice și Drept are la bază toate aceste aspecte, respectiv un mediu propice dezvoltării personale și profesionale pentru studenții noștri. Îmi propun ca din această poziție să contribui semnificativ la consolidarea și prestigiul Facultății de Științe Economice și Drept, asigurând, în același timp, susținerea implementării planului managerial al domnului Rector al Universității din Pitești, proces necesar în vederea asigurării Stabilității, Continuității și Dezvoltării durabile.

Prezentul plan managerial este definit prin următoarele direcții strategice de acțiune: Activitatea didactică, Cercetare științifică, Imagine și comunicare, Studenți și Managementul calității. Fiecare direcție de acțiune conține obiective operaționale și activități definite pentru atingerea acestora.

Mulțumesc comunității academice a Facultății de Științe Economice și Drept și doresc să îi asigur pe colegii mei că, în calitate de Decan al Facultății de Științe Economice și Drept, voi depune toate eforturile pentru stabilitatea și dezvoltarea comunității noastre.

Candidat,

Lect. univ. dr. Oancea Olimpia Elena Mihaela

DIRECȚII STRATEGICE, OBIECTIVE ȘI ACTIVITĂȚI

A. ACTIVITATEA DIDACTICĂ

OO1.1. Îmbunătățirea planurilor de învățământ și a fișelor de disciplină la cerințele actuale ale pieței muncii și la standardele ARACIS în vigoare.

Activități vizate pentru atingerea OO1.1.

A1.1.1. Realizarea unui studiu având ca scop analiza cerințelor de competențe ale absolvenților solicitate de angajatori în domeniile programelor de studiu prezente în oferta educațională a Facultății de Științe Economice și Drept, și stabilirea gradului de corespondență între competențele formate de instituția de învățământ superior și cerințele existente pe piața forței de muncă, precum și cu scopul identificării posibilităților de dezvoltare de noi programe de studii de master;

A1.1.2. Realizarea de focus-grupuri cu participarea angajatorilor și studenților la nivelul programelor de studii pentru validarea setului de competențe și abilități aferent fiecărui program de studii;

A1.1.3. Analiza rezultatelor la nivelul departamentelor și revizuirea planurilor de învățământ și a fișelor de disciplină în funcție de rezultatele studiului și focus-grupurilor, respectiv prin raportarea la standardele ARACIS în vigoare prin intermediul comisiilor CAEC-P constituite la nivelul departamentelor;

A1.1.4. Încheierea de parteneriate între Facultatea de Științe Economice și Drept și organizațiile din mediul socio-economic pentru a facilita desfășurarea activităților care au în vedere o mai bună corelare între competențele furnizate prin planurile de învățământ și cerințele de competențe ale absolvenților solicitate de angajatori;

A1.1.5. Organizarea anuală de întâlniri de lucru la nivelul departamentelor pe domeniile de studiu gestionate între cadrele didactice ale Facultății de Științe Economice și Drept și specialiști, reprezentanți ai organizațiilor socio-economice, respectiv absolvenți în domeniu, conform normelor ARACIS, pentru revizuirea planurilor de învățământ.

OO1.2. Adaptarea și actualizarea metodelor de predare și învățare centrate pe student și nevoile acestuia de formare - adoptarea de noi metode moderne și flexibile de învățare în procesul educațional.

Activități vizate pentru atingerea OO1.2.

A1.2.1. Stimularea cadrelor didactice pentru participarea la programe de mobilități de predare și formare;

A1.2.2. Organizarea semestrială la nivelul departamentelor a unor întâlniri de lucru pentru schimb de experiență între cadrele didactice ale facultății și specialiști în domeniul pregătirii personalului didactic;

A1.2.3. Actualizarea și îmbunătățirea conținutului materialelor didactice utilizate în activitatea didactică sub coordonarea CEAC-P;

A1.2.4. Revizuirea și evaluarea periodică a fiselor disciplinelor, astfel încât rezultatele învățării să corespundă prevederilor RNCIS, pe de-o parte, și pentru a corespunde cerințelor pieței muncii, pe de altă parte;

A1.2.5. Stabilirea prin parteneriat cu reprezentanții mediului socio-economic de teme pentru lucrările de licență/disertație, și asigurarea accesului studenților în cadrul organizațiilor în vederea documentării pentru elaborarea lucrărilor de licență/disertație;

A1.2.6. Încheierea de parteneriate cu organizații din jud. Argeș și județele limitrofe pentru asigurarea stagiilor de practică și internship pentru studenții Facultății de Științe Economice și Drept;

A1.2.7. Evaluarea periodică a procesului de didactic și analiza modului de realizare a standardelor și indicatorilor de performanță din învățământul superior prin comisiile de specialitate constituite la nivelul departamentelor.

A1.2.8. Organizarea și desfășurarea de misiuni de audit cu scopul evaluării modului de desfășurare a activităților didactice, respectiv cu scopul evaluării calității activităților didactice și implementarea de măsuri de corectare a deficiențelor / neconformităților constatate.

OO1.3. Consolidarea programelor de studii de licență și de masterat și pregătirea condițiilor pentru organizarea școlii doctorale.

Activități vizate pentru atingerea OO1.3.

A1.3.1. Asigurarea desfășurării în bune condiții a procesului de evaluare externă periodică, realizată de către ARACIS), pentru programe de studii ale Facultății de Științe Economice și Drept;

A1.3.2. Elaborarea și implementarea unei strategii de promovare a ofertei educaționale a Facultății de Științe Economice și Drept, prin contribuția fiecărui departament, centrată pe creșterea gradului de atractivitate a programelor de studii cu cerere mai mică.

A1.3.3. Analiza programelor de studii conținute în oferta educațională a Facultății de Științe Economice și Drept prin prisma cererii în rândul candidaților și a ofertelor de locuri de muncă la nivel local și regional. Constituirea și implementarea unui plan de măsuri pentru redresarea programelor de studii cu cerere scăzută.

A1.3.4. Analiza potențialului de abilitare la nivelul departamentelor și susținerea cadrelor didactice care pot îndeplini condițiile de abilitare pentru atingerea acestor criterii și realizarea demersurilor de abilitare.

B. CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ

OO2.1. Organizarea de manifestări științifice cu participare locală, națională și internațională

Activități vizate pentru atingerea OO2.1.

A2.1.1. Asigurarea continuității organizării manifestării științifice: International Conference on Emerging Trend and Approaches: *Creative Thinking and Innovation in Knowledge based Economy (ETAEC)* și identificarea a minim 3 parteneri externi (co-organizatori);

A2.1.2. Asigurarea continuității organizării manifestării științifice: *The International Conference "European Union's History, Culture and Citizenship* și creșterea participării internaționale;

A2.1.3 Identificarea și semnarea de parteneriate cu instituții / asociații / universități naționale / internaționale în vederea organizării de manifestări științifice naționale / internaționale;

A2.1.3 Organizarea de workshop-uri naționale / internaționale pe teme de cercetare de interes pentru cadrele didactice FSED;

A2.1.4. Sprijinirea inițiativelor de organizare a unor evenimente/manifestări științifice ale cadrelor didactice FSED;

A2.1.5 Identificarea de parteneri naționali și internaționali pentru participarea Facultății de Științe Economice și Drept în calitate de co-organizator în cadrul unor manifestări naționale / internaționale de prestigiu, găzduite de universități la nivel național / internațional.

OO2.2. Reorganizarea cadrului de desfășurare a activității de cercetare performante

Activități vizate pentru atingerea OO2.2.

A2.2.1. Analiza centrelor de cercetare și reorganizare structură a acestora pentru optimizarea modului de desfășurare a cercetării științifice. Actualizare ROF, organigramă etc.;

A2.2.2. Implementarea de măsuri pentru creșterea cercetării interdisciplinare și stimularea lucrului în echipe de cercetare inter-departamente;

A2.2.3. Organizarea activităților de cercetare pe colective și echipe de cercetare pe domenii și interdisciplinare;

A2.2.4. Desfășurarea de activități de cercetare științifică fundamentală și aplicată, în contextul unui cadru organizatoric nou;

A2.2.5. Implementarea de măsuri pentru stimularea formării de echipe de cercetare cu participare internațională.

OO2.3. Creșterea rezultatelor activității de cercetare științifică

Activități vizate pentru atingerea OO2.3.

A2.3.1. Organizarea de workshop-uri pe tema „Metodologia cercetării” și "Autorat științific" cu scopul creșterii abilităților și competențelor de cercetare ale cadrelor didactice titulare FSED;

A2.3.2. Organizarea unor mese rotunde la nivelul facultății între cadrele didactice titulare FSED și colegii din alte facultăți din cadrul Universității din Pitești pentru asigurarea transferului de experiență în cercetarea științifică și stimularea cercetării interdisciplinare;

A2.3.3. Desfășurarea activităților de cercetare științifică fundamentală și aplicată, în contextul formării de colective și echipe de cercetare pe domenii și interdisciplinare, coordonate unitar pe baza Planurilor de cercetare ale departamentelor cu integrare în strategia de cercetare generală a Universității din Pitești;

A2.3.4. Stimularea transferului de cunoștințe între membrii colectivelor/echipelor de cercetare, pentru creșterea abilităților de cercetare prin colaborare între cadrele didactice titulare ale Facultății de Științe Economice și Drept;

A2.3.5. Organizarea de workshop-uri cu reprezentanții mediului socio-economic pentru identificarea unor nevoilor de cercetare în domeniul economic. Discutarea rezultatelor la nivelul departamentelor și includerea unor teme de cercetare în planurile de cercetare ale departamentelor, respectiv constituirea unor echipe de cercetare în jurul acestor teme;

A2.3.6. Analiza nevoilor la nivelul departamentelor și realizarea demersurilor de extindere a infrastructurii de cercetare care să permită desfășurarea în bune condiții a activității de cercetare;

A2.3.7. Susținerea Editorului Buletinului Științific al Facultății de Științe Economice în vederea creșterii prestigiului și clasificării.

OO2.4. Creșterea gradului de accesare a fondurilor de cercetare și europene

Activități vizate pentru atingerea OO2.4.

A2.4.1. Asigurarea fluxului de informații și diseminarea oportunităților privind accesarea fondurilor de cercetare / europene, respectiv oportunitățile de participare în cadrul echipelor pentru scrierea cererilor de finanțare către toate cadrele didactice ale Facultății de Științe Economice și Drept;

A2.4.2. Asigurarea suportului necesar în scrierea cererilor de finanțare/aplicațiilor;

A2.4.3. Identificarea potențialilor parteneri naționali și internaționali pentru accesarea fondurilor de cercetare și / sau europene;

A2.4.4. Alocarea transparentă a resurselor umane pe proiectele de cercetare în funcție de necesarul de competențe și expertiză specific fiecărui proiect;

A2.4.5. Creșterea numărului de aplicații depuse pentru obținerea fondurilor de cercetare și/ sau europene pe diferite linii/programe de finanțare (programele UEFISCDI, fonduri europene (Erasmus +, POCU), alte linii/programe de finanțare etc.).

OO2.5. Creșterea implicării studenților Facultății de Științe Economice și Drept în activitatea de cercetare științifică.

Activități vizate pentru atingerea OO2.5.

A2.5.1. Asigurarea organizării și funcționării cercurilor științifice studențești pe domenii;

A2.5.2. Asigurarea continuității organizării sesiunilor de comunicări științifice studențești și atragerea unui număr cât mai mare de studenți în activitatea de cercetare științifică;

A2.5.3. Stimularea activității de publicarea de articole științifice elaborate de studenții și cadrele didactice ale Facultății de Științe Economice și Drept;

A2.5.4. Stimularea și premiarea performanței studenților în activitatea de cercetare științifică prin asigurarea condițiilor de participare în cadrul olimpiadelor/concursurilor naționale și internaționale, respectiv prin premiarea rezultatelor deosebite obținute.

C. VIZIBILITATE NATIONALĂ ȘI INTERNAȚIONALĂ

OO3.1. Creșterea notorietății Facultății de Științe Economice la nivel local, național și internațional.

Activități vizate pentru atingerea OO3.1.

A3.1.1. Asigurarea reprezentării și vizibilității Facultății de Științe Economice și Drept în cadrul comunității locale;

A3.1.2. Atragerea absolvenților în activitățile și evenimente de promovare, ca vectori de imagine ai Facultății de Științe Economice și Drept;

A3.1.3. Încheierea de noi parteneriate cu instituțiile școlare (învățământul preuniversitar) pentru asigurarea desfășurării de activități și evenimente comune pentru creșterea vizibilității Facultății de Științe Economice și Drept;

A3.1.4. Încheierea de noi parteneriate cu asociațiile / organizațiile care reprezintă mediul socio-economic în vederea organizării de activități și evenimente pentru creșterea vizibilității Facultății de Științe economice și Drept;

A3.1.5. Dezvoltarea parteneriatelor la nivel internațional pe diferite direcții de colaborare - educațional, cercetare, evenimente și manifestări internaționale, accesarea fondurilor de cercetare și / sau europene.

OO3.2. Promovarea imaginii globale a Facultății de Științe Economice și Drept

Activități vizate pentru atingerea OO3.2.

A3.2.1. Elaborarea strategiei de promovare a imaginii globale și adoptarea unui mix comunicațional pentru atingerea tuturor grupurilor interesate în vederea promovării imaginii Facultății de Științe Economice și Drept;

A3.2.2. Organizarea și implementarea de evenimente în liceele argeșene și limitrofe;

A3.2.3. Organizarea și implementarea evenimentului Zilele porților deschise la FSED;

A3.2.4. Asigurarea participării Facultății de Științe Economice și Drept în cadrul evenimentelor importante organizate de diferite organizații / asociații / instituții ale mediului socio-economic pentru promovării globale a imaginii și valorilor Facultății de Științe Economice;

A3.2.5. Organizarea și implementarea de campanii de promovare pe pagina de Facebook a facultății, respectiv a universității.

D. STUDENȚI

OO4.1. Asigurarea fluxului de informații și comunicarea transparentă, corectă și completă cu studenții.

Activități vizate pentru atingerea OO4.1.

A4.1.1. Asigurarea accesului rapid și complet al studenților la toate categoriile de informații de interes prin intermediul secretariatului, îndrumătorului de an, site-ului facultății, paginii de Facebook, avizier etc.;

A4.1.2. Desfășurarea de întâlniri semestriale între studenții și conducerea Facultății de Științe Economice și Drept (decan, directori de departamente) în vederea identificării problemelor și nevoilor studenților;

A4.1.3. Consultarea permanentă a studenților din Consiliul Facultății și implicarea acestora în identificarea și rezolvarea problemelor studenților;

A4.1.4. Asigurarea procesului de evaluare a gradului de satisfacție al studenților privind procesul de învățământ și implicarea acestora în evaluarea serviciilor administrative.

OO4.2. Crearea oportunităților de dezvoltare personală și profesională pentru studenți

Activități vizate pentru atingerea OO4.2.

A4.2.1. Informarea și încurajarea studenților pentru participarea la programe de mobilități ERASMUS;

A4.2.2. Informarea și încurajarea studenților să apeleze la serviciile oferite de CENTRUL DE CONSILIERE ȘI ORIENTARE ÎN CARIERĂ din cadrul Universității din Pitești;

A4.2.3. Sprijinirea diseminării oportunităților de dezvoltare oferite în cadrul AIESEC către studenții Facultății de Științe Economice;

A4.2.4. Dezvoltarea bazei de date și a parteneriatelor cu angajatori din jud Argeș și județele limitrofe pentru cunoașterea permanentă a ofertei de locuri de muncă și stagii de internship și transmiterea ofertei disponibile către studenții Facultății de Științe Economice și Drept;

A4.2.5. Organizarea de prezentări de companii și mese rotunde cu angajatori pentru studenții Facultății de Științe Economice și Drept pe teme de antreprenariat și accesul pe piața muncii;

A4.2.6. Organizarea și desfășurarea de cursuri extracurriculare ținute de membri de prestigiu ai mediului socio-economic pe teme de interes pentru studenții Facultății de Științe Economice și Drept.

E. MANAGEMENTUL CALITĂȚII

OO5.1. Organizarea eficientă a Sistemului de Management al Calității din cadrul FSED.

Activități vizate pentru atingerea OO5.1.

A5.1.1. Actualizarea documentelor din Sistemul de Management al Calității referitoare la activitatea didactică, activitatea de cercetare, activitatea administrativă etc.;

A5.1.2. Supunerea documentelor elaborate / actualizate în dezbaterile Consiliului facultății și aprobarea acestora;

A5.1.3. Diseminarea regulamentelor / metodologiilor aprobate către toate părțile interesate pentru asigurarea transparenței și accesului la informațiile de interes public - studenți, cadre didactice, conducerea universității (postarea pe site-ul facultății) etc.;

A5.1.4. Monitorizarea implementării documentelor de sistem din cadrul SMC la nivelul facultății/departamentelor .

OO5.2. Evaluarea și creșterea calității procesului educațional

Activități vizate pentru atingerea OO5.2.

A5.2.1. Integrarea strategiei, obiectivelor și prioritățile sistemului de management al calității din facultate în liniile directoare definite de conducerea Universității din Pitești;

A5.2.2. Elaborarea și implementarea anuală a planului de audit, respectiv desfășurarea de misiuni de audit pentru verificarea conformității aplicării documentelor de sistem și operaționale globale și proprii la nivelul departamentelor;

A5.2.3. Implementarea planurilor de măsuri corective rezultate în urma evaluărilor interne periodice și asigurarea monitorizării implementării acestora;

A5.2.4. Asigurarea funcționării în bune condiții a CAEC-F și CEAC-P la nivel de facultate / departamente/programe de studii;

A5.2.5. Încurajarea participarea tuturor membrilor comunității academice la dezvoltarea și implementarea unui sistem modern și eficient de asigurare a calității în domeniul educației prin organizarea de întâlniri lunare pe teme de dezbatere și consultare cu toate cadrele didactice ale Facultății de Științe Economice și Drept.

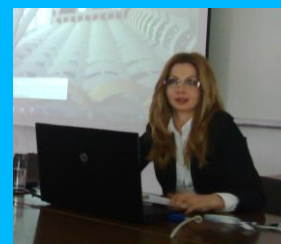
Mulțumesc comunității academice a Facultății de Științe Economice și Drept și doresc să îi asigur pe colegii mei că, în calitate de Decan al Facultății de Științe Economice și Drept, voi depune toate eforturile pentru stabilitatea și dezvoltarea comunității noastre.

Candidat,

Lect.univ.dr. Oancea Olimpia Elena Mihaela



Curriculum vitae Europass



Informații personale

Nume / Prenume	Oancea Olimpia Elena Mihaela		
Adresa(e)	Str. Bucovina, nr. 87, bl. BC 87, sc. A, Pitești, Argeș		
Telefon(-oane)	-	Mobil:	0746.138.381
E-mail(uri)	olimpiaoancea@yahoo.com		
Nationalitate(-tati)	Română		
Data nașterii	14 decembrie 1984		
Sex	Feminin		

Locul de muncă vizat / Domeniul ocupational

Experiența profesională

Perioada	2013 - prezent
Funcția sau postul ocupat	Lector universitar doctor
Principalele activități și responsabilități	Organizarea și conducerea de cursuri și seminarii la disciplinele: Marketing, Publicitate și promovarea vânzărilor, Marketing direct, Sisteme informaționale de marketing, Analiza informațiilor de marketing, Simulări de marketing.
Numele și adresa angajatorului	Universitatea din Pitești, str. Târgul din Vale nr.1, România
Tipul activității sau sectorul de activitate	Didactică; cercetare științifică.
Perioada	2007 - 2013
Funcția sau postul ocupat	Asistent universitar doctorand
Principalele activități și responsabilități	Organizarea și conducerea de seminarii la disciplinele: Marketing, Comportamentul consumatorului, Marketingul serviciilor, Cercetări de marketing, Business to business marketing, Relații publice, Analiza informațiilor de marketing.
Numele și adresa angajatorului	Universitatea din Pitești, str. Târgul din Vale nr.1, România
Tipul activității sau sectorul de activitate	Didactică; cercetare științifică.
Perioada	2011 - 2017
Funcția sau postul ocupat	Marketing Manager
Principalele activități și responsabilități	Elaborarea strategiei și politicilor de marketing ale companiei și asigurarea implementării acestora; elaborarea și realizarea planului de marketing; monitorizarea permanentă a pieței și a concurenței în vederea actualizării și/sau modificării strategiei și politicilor de marketing ale companiei; determinarea și gestionarea bugetului de marketing și stabilirea targetelor de marketing; proiectarea și implementarea campaniilor de marketing online (Google AdWords, Newsletter-e, Social Media); informarea clienților și a potențialilor clienți despre activitatea organizației, direct sau prin intermediul mass-mediei (știri, comunicate, interviuri); proiectarea materialelor publicitare (anunțuri, pliante, oferte); colaborarea cu agențiile de publicitate și mass-media în vederea promovării produselor; menținerea unei vizibilități ridicate a brand-urilor prin diverse evenimente.
Numele și adresa angajatorului	BRIT Motor AG, dealer Jaguar Land Rover, DN 65B, nr. 11, Pitești, Argeș

Tipul activității sau sectorul de activitate	Auto
Perioada	Iulie 2014 - august 2015
Funcția sau postul ocupat	Cercetător postdoctoral
Principalele activități și responsabilități	Continuarea demersurilor privind cercetarea științifică efectuată pe parcursul celor trei ani de Școală Doctorală. Participarea la Conferințe internaționale organizate în România și în țări membre UE. Publicarea de lucrări științifice în reviste indexate în baze de date internaționale. Publicarea unei cărți într-o editură recunoscută CNCSIS. Efectuarea unui stagiu de mobilitate în cadrul Institutului de Economie din Zagreb, Croația, în perioada 05 ianuarie - 04 martie 2015.
Numele și adresa angajatorului	Academia de Studii Economice, București
Tipul activității sau sectorul de activitate	Cercetare științifică
Perioada	2008 - 2010
Funcția sau postul ocupat	Marketing and sales manager
Principalele activități și responsabilități	Coordonare echipă agenți de vânzare; întocmirea de rapoarte privind îndeplinirea obiectivelor propuse; promovarea produselor companiei; propunerea și implementarea de strategii de marketing/vânzare; gestionarea unui portofoliu de clienți și lărgirea lui prin identificarea unor clienți noi; atragerea de clienți noi; întocmirea ofertelor generale și personalizate; purtarea negocierilor; întocmirea contractelor; urmărirea derulării lor; întocmirea și actualizarea bazelor de date.
Numele și adresa angajatorului	COMP-ARG S.R.L.
Tipul activității sau sectorul de activitate	Advertising & internet media
Educație și formare	
Perioada	1. 2011; 2. 2007
Calificarea / diploma obținută	1. Doctor în Marketing; 2. Licență în Management
Discipline principale studiate / competențe dobândite	Marketing, Comportamentul consumatorului, Cercetări de marketing, Business to business marketing, Marketing relațional, Metode și modele avansate de marketing, Planificarea activității de marketing, Managementul resurselor umane.
Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare	1. Academia de Studii Economice - București, Facultatea de Marketing 2. Universitatea din Pitești, Facultatea de Științe Economice
Nivelul în clasificarea națională sau internațională	Postuniversitar
Aptitudini și competențe personale	Bună organizare, capacitatea de judecată, analiză și sinteză, o bună orientare cu privire la țeluri, flexibilitate, creativitate. Capacitatea de a motiva și încuraja într-un mod armonios echipa din care fac parte. Perseverență, puterea de a învăța repede lucruri noi și a mă adapta cu ușurință la situații noi, sociabilitate, spirit de echipă și capacitate de a lucra în condiții de stres.
Limba(i) maternă(e)	Română
Limba(i) străină(e)	
Autoevaluare	
Nivel european (*)	
Engleză	
Germană	

Înțelegere		Vorbire		Scriere	
Ascultare	Citire	Participare la conversație	la Discurs oral	Exprimare scrisă	
☐ Foarte bine	☐ Foarte bine	☐ Foarte bine	☐ Foarte bine	☐ Foarte bine	☐ Foarte bine
☐ Bine	☐ Bine	☐ Bine	☐ Bine	☐ Bine	☐ Bine

(*) Nivelul cadrului european comun de referință pentru limbi

Competențe și abilități sociale	Abilități de comunicare și relaționare dobândite prin desfășurarea a numeroase activități didactice, participării în cadrul unor Conferințe la nivel național și internațional. Abilitatea de a lucra în echipă. Sociabilă, deschisă colaborărilor.
Competențe și aptitudini organizatorice	Spirit organizatoric obținut prin participarea/coordonarea unor proiecte de cercetare (în colaborare cu mediul de afaceri), prin coordonarea echipelor de studenți în cadrul diferitelor proiecte pentru disciplinele studiate, buna îndeplinire a sarcinilor în cadrul echipei de lucru pentru diverse activități (dosare de autorizare puncte de lucru, acreditare specializări etc.), implicare în organizarea de activități la nivelul Facultății de Științe Economice (Sesiuni de Comunicări Științifice Studențești), cooperare cu cadrele didactice. Capacitate de adaptare la cerințele diferiților clienți ca urmare a experienței practice. Responsabilitate, inițiativă.
Competențe și cunoștințe de utilizare a calculatorului	Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, Picture Manager), CorelDRAW, Internet Explorer, S.P.S.S.
Alte competențe și aptitudini	Echilibru emoțional în toate tipurile de situații, optimism și încredere în forțele proprii, spirit mobilizator Dedicată tuturor proiectelor în care se implică, ambițioasă Hobby: muzică, filme, literatură
Permis(e) de conducere	Categoria B

Lista lucrărilor științifice

Lect.univ.dr. Oancea Olimpia Elena Mihaela

A. Teza de doctorat

OANCEA Olimpia, *Dezvoltarea unui model conceptual de comunicare integrată de marketing, în cadrul industriei de panificație din Români*, 232 pagini, susținută public în data de 15.07.2011, coordonator: Prof. univ. dr. dr. H. C. Iacob CĂTOIU, doctor în domeniul Marketing în baza Ordinului Ministrului Educației, Cercetării și Tineretului nr. 6468 din 07.12.2011.

B. Cărți și capitole din cărți publicate în ultimii 10 ani

[1] **Olimpia Oancea**, *Comunicarea integrată de marketing*, Editura Sitech, Craiova, 2013, ISBN 978-606-11-3551-6.

[2] **Olimpia Oancea**, *Comunicarea integrată de marketing - abordări conceptuale și practice*, Editura ASE, București, 2015, ISBN 978-606-505-994-8.

C. Lucrări indexate ISI/BDI publicate în ultimii 10 ani 1. Mihaela Brînzea, **Olimpia Oancea**, „The label - an essential tool for keeping the consumer informed and for promoting products in the economic area” , Scientific Bulletin-Economic Sciences, vol. 15/ Issue 1, 2016, pp. 49-59, <http://economic.upit.ro/BS/Content.htm>, revistă indexată în bazele de date internaționale RePEc, IDEAS, DOAJ.

2. **Olimpia Oancea**, „Using integrated marketing communication to create long-term value for a sustainable organization. Case study: The bakery industry in Romania”, Analele Universității „Constantin Brâncuși” din Târgu-Jiu. Seria „Economie” , Vol 11/ Nr. 03/2015/130-138, ISSN-L: 1844 - 7007, http://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2015-03/20_Oancea%20Olimpia.pdf, indexat în următoarele baze de date: IDEAS, Genamics JournalSeek Database, EconPapers, EBSCO, SCPIO, Index Copernicus, DOAJ, REPEC, EconBiz, Ulrich's, Scirius.

3. **Olimpia Oancea**, „The influence of the integrated marketing communication on the consumer buying behavior” , Procedia Economics and Finance, Vol 23/ 2015/1446-1450, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115004463>, indexat în baza de date internațională Elsevier Science Direct.

4. **Olimpia Oancea**, „The Model of Integrated Marketing Communication: Who has the Role to Influence Consumer Behaviour”, Acta Universitatis Danubius. OEconomica, Februarie 2015, Print ISSN: 2065-0175, Online ISSN: 2067 - 340X, <http://journals.univ-danubius.ro/index.php/oeconomica/issue/view/196>, revistă indexată în bazele de date internaționale RePec, IDEAS, EconPapers, Index Copernicus, DOAJ, Scipio, Genamics, ProQuest, Cabell's Directories, EBSCO.

5. **Olimpia Oancea**, Victoria-Mihaela Brînzea, „Evolution of the main models of integrated marketing communications who have the role to influence consumer buying behavior”, Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu, Economy Series, Issue 1/2015, http://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2015-01.Volumul%202/41_Oancea,%20Branzea.pdf, revistă indexată în bazele de date internaționale IDEAS, Genamics JournalSeek Database, EconPapers, EBSCO, SCPIO, Index Copernicus, DOAJ, REPEC, EconBiz, Ulrich's, Scirius, YORK UNIVERSITY, GLOBAL IMPACT FACTOR, Directory of Research Journals Indexing.

6. **Olimpia Oancea**, „Quantitative research concerning the identification of the stimuli and communicative factors who can influence behavior of the bread consumers in Arges county”, Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu, Economy Series, Issue 1/2014, http://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2014-01/16_Oancea%20Olimpia.pdf, revistă indexată în bazele de date internaționale IDEAS, Genamics JournalSeek Database, EconPapers, EBSCO,

SCIPPIO, Index Copernicus, DOAJ, REPEC, EconBiz, Ulrich's, Scirius, YORK UNIVERSITY, GLOBAL IMPACT FACTOR, Directory of Research Journals Indexing.

7. Victoria-Mihaela Brînzea, **Olimpia Oancea**, Marinela Bărbulescu, „*The corporate social responsibility- an important aspect for consumers*”, Scientific Bulletin - Economic Sciences, Volume 13/ Issue 1, University of Pitesti, 2014,

http://economic.upit.ro/buletin_cd/Buletin_2014_1.pdf, revistă indexată în bazele de date internaționale **RePEc, IDEAS, DOAJ**.

8. **Olimpia Oancea**, Amalia Pandelică, „*Empirical analysis of the relation between organizational performance and integrated marketing communication within the Romanian bakery industry*”, International Conference on Marketing: Marketing - from information to decision, 5th Edition, University Babes Bolyai, Cluj-Napoca, 2012, Journal: Marketing - from information to decision, pg. 306-317, ISSN: 2067-0338, revistă indexată în bazele de date internaționale **Cabell's Directories, CEEOL, EBSCO și ProQuest**,

<https://www.cceol.com/search/article-detail?id=170124>

9. **Olimpia Oancea**, „*Qualitative research in order to determine a conceptual model of integrated marketing communication to increase the efficiency of communication within the bakery industry in Romania*”, International Conference on Marketing: Marketing - from information to decision, 4th Edition, University Babes Bolyai, Cluj-Napoca, 2011, Journal: Marketing - from information to decision, pg. 337-347, ISSN: 2067-0338, revistă indexată în bazele de date internaționale **Cabell's Directories, CEEOL, EBSCO și ProQuest**,

<https://www.cceol.com/search/article-detail?id=259110>

10. Iacob Cătoi, **Olimpia Oancea**, Amalia Pandelică, „*Marketing research on evaluation of the perception gap focused on the food security between bakers industry and market in Romania*”, Revista de Marketing Online, Volumul 4, Nr. 3, pg. 3-24, 2010, ISSN: 1843-0678, revistă indexată în baza de date internațională **REPEC**, <http://www.edituraauranus.ro/marketingonline/43/1.html>

11. Victoria Mihaela Brînzea, **Olimpia OANCEA**, Marinela Tanascovici, „*The consumers and the Corporate Social Responsibilities*”, Journal: Anale. Seria Științe Economice. Timișoara, Volumul XVI/2010, pg. 493-499, ISSN: 1582-6333, Timișoara, 2010, revistă cotate B+, indexată

în bazele de date internaționale **EconLit și CEEOL**, <http://fse.tibiscus.ro/anale/anale-2010.htm>

12. **Olimpia Oancea**, Amalia Pandelică, „*Integrated Marketing Communication and its role in increasing the efficiency of the approaches in communication*”, Journal: Anale. Seria Științe Economice. Timișoara, Volumul XVI/2010, pg. 500-504, ISSN: 1582-6333, Timișoara, 2010, revistă cotate B+, indexată în bazele de date internaționale **EconLit și CEEOL**,

<http://fse.tibiscus.ro/anale/anale-2010.htm>

13. **Olimpia Oancea**, „*Romanian integration into the european union - opportunities and potential risks for the bakery industry*”, Revista de Management Comparat Internațional, Academia de Studii Economice - București, pg. 553-555, ISSN: 1582-3458, Vol. 10 Nr. 1 / 2009, revistă cotate B+, indexată în bazele de date internaționale **REPEC și INDEX COPERNICUS**,

http://www.immromania.ro/evenimente_fisiere/Program-Conferinta-267.pdf.

14. **Olimpia Oancea**, Victoria Mihaela Brînzea, „*Implications of global economic crisis on the bakery industry in Romania*”, Analele Universității din Oradea, Seria: Științe Economice, Tom XVIII, 2009, Volum IV, pg. 770-773, ISSN: 1582 - 5450, revistă cotate B+, indexată în bazele de date internaționale **REPEC și DOAJ**, <http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2009/v4-management-and-marketing.pdf>

15. Victoria Mihaela Brînzea, **Olimpia OANCEA**, “*Les methodes de mesurage de la discrimination*” , Analele Universității din Oradea, Seria: Științe Economice, Tom XVIII, 2009, Volum IV, pg. 96-101, ISSN: 1582 - 5450, revistă cotată B+, indexată în bazele de date internaționale **REPEC** și **DOAJ**, <http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2009/v4-management-and-marketing.pdf>

16. **Olimpia OANCEA**, Amalia Pandelică, Victoria Mihaela Brînzea, “*The Roumania’s accession into the European Union – opportunities and potential risks for the bread industry*”, Anale. Seria Științe Economice. Timișoara, Vol. XV/2009, pg. 104-108, ISSN: 1582-6333, revistă cotată B+, indexată în bazele de date internaționale **EconLit** și **CEEOL**, <http://www.fse.tibiscus.ro/activitate/anale-seria-stiinte-economice-timisoara/lucrari/volumul-xv-2009-volume-xv-2009.html>

17. **Olimpia OANCEA**, “*Marketing communication in the bakery industry in Romania in the context of current crisis*”, Romanian Economic and Business Review, Special issue: ” Understanding economic crisis” , Volume 4, Number 3, Romanian-American University, 2009, pg.159-165, ISSN: 1842 - 2497, revistă cotată B+, indexată în baza de date internațională **RePec**, http://econpapers.repec.org/article/raujournal/v_3a4_3ay_3a2009_3ai_3a3_3ap_3a159-164.htm

D. Lucrări publicate în ultimii 10 ani în reviste și volume de conferințe cu referenți (neindexate)

- Reviste

1. **Olimpia Oancea**, „*Food safety assurance in bread industry in Romania*”, Scientific Workshop: The Economic and Ecological Dimension of Development in the Third Millennium, Second Edition, The Bucharest Academy of Economic Studies, Faculty of Agro-Food and Environmental Economics, Supplement of Quality-Access to success Journal, Number 111, 2010, ISSN: 1582-2559, **revistă cotată B+**, http://www.srac.ro/calitatea/arhiva/supliment/20100428_Contents_ASE_Workshop.pdf

2. Victoria Mihaela Brînzea, **Olimpia Oancea**, Marinela Tanascovici, “*Economic crisis and the Corporate Social Responsibility*” , Buletin Științific, Seria Științe Economice, Lucrările Conferinței Internaționale ” Sistemul economic în condiții de criză” , pg. 143-147, 2010, ISSN: 1583-1809, Nr. 9 (15), Pitești, http://economic.upit.ro/buletin_cd/Buletin2010.pdf.

3. Victoria Mihaela Brînzea, **Olimpia OANCEA** , “*The loyalty of the employees, an essential element in attracting and maintaining the customers*” , Buletin Științific, Seria Științe Economice, Lucrările Conferinței Internaționale ” Sistemul economic în condiții de criză” , Vol. 1/2009, Nr. 8(14), pg. 197-204, ISSN: 1583-1809, Pitești, 2009, http://economic.upit.ro/buletin_cd/Buletin2009.pdf

- Selecție cu maximum 20 lucrări în volume de conferințe

4. **Olimpia Oancea**, “*The role of the integrated marketing communication models in the context of economic, financial and monetary integration*”, Volumul Conferinței „Euro and the european banking system: evolutions and challenges” , Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” , Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor, Iași, 2015, ISBN: 978-606-714-142-9, <http://www.ebip-eu.uaic.ro/>

5. **Olimpia Oancea**, Carmen Secară, “*The empirical testing of a conceptual model of integrated marketing communication*”, “The 1st International Conference on Emerging Trends and Approaches: Creative Thinking and Innovation in Knowledge based Economy” , University din Pitesti, Romania, 2015, Special Issue of Scientific Bulletin, Economics Faculty, University of Pitesti, ISBN 1583-1809, <http://old.upit.ro/facultati/facultatea-de-tiin-e-economice/etaec-conference.html>

6. **Olimpia Oancea**, “*The use of relevant factors for consumers in designing a communicational message*”, ” The 6th SEA International Conference - Exploring Creativity: Practices And Patterns” , Universitatea Transilvania, Brașov, 17-18 octombrie 2014, Volume 2, Issue 2 (4),

pp. 639-644, ISSN: 2360-2554, <http://seaopenresearch.eu/14-exploring-creativity-practices-and-patterns-brasov-october-17th-18th/>

7. **Olimpia Oancea**, "*The influence of sociological variables on consumer behavior*", International Conference Financial and Actuarial Mathematics - FAM-2014, Sofia, Bulgaria, 06-07 septembrie 2014, http://www.sofia-top.com/conf_FAM_2014_2.htm

8. **Olimpia Oancea**, "*The Influence Of The Integrated Marketing Communication On The Consumer Buying Behaviour*", 2nd Global Conference on Business, Economics, Management and Tourism - BEMTUR 2014, Praga, Cehia, 30-31 octombrie 2014, Journal: Procedia Economics and Finance, Vol 23/ 2015/1446-1450, <http://www.worldeducationcenter.eu/new/index.php/Bemtur/BEMTUR2014>

9. **Olimpia Oancea**, Mihaela Diaconu, Dușu Amalia, "*Analyze the consumer profiling for improving efforts of integrated marketing communication*", "The creative potential of cross-cultural knowledge exchange", Iași, 2014, Volume 2, Issue 2 (4), pp. 101-108, ISSN: 2360-2554, <http://sea.bxb.ro/issue-4-empowering-practice/>

10. Pandelica Amalia, Pandelica Ionut, **Olimpia Oancea**, "*Market orientation: Identifying gaps between theory and practice*", 27th Industrial Marketing and Purchasing Conference - The Impact of Globalisation on Networks and Relationship Dynamics, Strathclyde University, Glasgow, Scotland, 2011, http://www.impgroup.org/paper_view.php?viewPaper=7741, indexat în **worldCat**.

11. **Olimpia Oancea**, Victoria Mihaela Brînzea, "*Marketing communications as a strategic function of marketing*", Conferința Internațională „Competitivitate și stabilitate în economia bazată pe cunoaștere”, Analele Universității din Craiova, Seria: Științe Economice, ISSN: 1223-365X, Craiova, 2010,

http://econpapers.repec.org/article/aioaucsse/v_3a3_3ay_3a2010_3ai_3a6_3ap_3a353-358.htm, revistă cotate B+, indexată în bazele de date internaționale REPEC și CEEOL.

12. Marinela Tanascovici, Ionel Sandu, **Olimpia Oancea**, "*Identifying IT solutions on fraud in electronic transactions of funds from banking system*", Conferința Internațională „Competitivitate și stabilitate în economia bazată pe cunoaștere”, Analele Universității din Craiova, Seria: Științe Economice, ISSN: 1223-365X, Craiova, 2010, http://econpapers.repec.org/article/aioaucsse/v_3a2_3ay_3a2010_3ai_3a6_3ap_3a514-520.htm, revistă cotate B+, indexată în bazele de date internaționale REPEC și CEEOL.

13. Victor Manole, **Olimpia Oancea**, Nicoleta Isac, "*Competitiveness of bakery industry in Romania. Case study*", Journal Agricultural Economics, Magazin: Industrija, Number: 3/2010, pg. 95-107, ISSN: 0350-0373, Economics Institute, Belgrad, Serbia, 2010, <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?query=ISSID%26and%268335&page=6&sort=8&stype=0&backurl=%2Fissue.aspx%3Fissue%3D8335>

14. Viorel Bucur, **Olimpia Oancea**, "*Marketing communication in the context of economic crisis: Bakery Industry Case*", Buletin Științific, Seria Științe Economice, Lucrările Conferinței Internaționale "Sistemul economic în condiții de criză", pg. 199-206, ISSN: 1583-1809, Nr. 9 (15), 2010, Pitești, http://economic.upit.ro/buletin_cd/Buletin2010.pdf.

15. **Olimpia Oancea**, Marinela Tanascovici, Mihaela Brînzea, "*Bakery Market Segmentation in Romania in the Context of Targeting Consumers for New Products*", 2nd International Conference on Marketing "Marketing from information to decision", University Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, 30-31 october 2009, pg. 287-297, ISSN: 2067 - 0338, <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=238470>, revistă indexată în bazele de date internaționale Cabell's Directories, CEEOL, EBSCO și ProQuest.

16. Victoria Mihaela Brînzea, **Olimpia Oancea**, "*The role of strategy and managerial style regarding the culture and the ethic climate of the organization*", 16th International Economic Conference "Industrial Revolutions, from the globalization and post-globalization perspective", Lucian Blaga

University Publishing House, Sibiu, 2009, pg. 25-31, ISBN: 978-973-739-775-1, revistă cotată B+, <http://iecs.ulbsibiu.ro/archive/2009/SECTION%20II%202009.pdf>

17. Olimpia Oancea, Amalia Pandelică, Victoria Mihaela Brînzea, “*Concerns of the panification industry in the European Union*”, Proceedings of the International Conference ” European Union’ s history, culture and citizenship - Current problems of European Integration” , 2nd edition” , University of Pitești, Romania, 17-18 of April 2009, Editura Universității din Pitești, 2009, pg. 426-432, ISBN: 978-973-690-884-2, <https://ideas.repec.org/s/pts/journl.html>

18. Olimpia Oancea, Victoria Mihaela Brînzea, “*Bakery industry in the globalization context. Food safety - the effect of this phenomenon and the importance given by companies in this field in Romania*” , 16th International Economic Conference ” Industrial Revolutions, from the globalization and post-globalization perspective” , Lucian Blaga University Publishing House, Sibiu, 2009, pg. 252-256, ISBN: 978-973-739-775-1, revistă cotată B+, <http://iecs.ulbsibiu.ro/archive/2009/SECTION%20III%202009.pdf>

19. Pandelică Amalia, Pandelică Ionuț, Negulescu Cristian, **Olimpia Oancea**, „ *Multinational companies impact on tobacco cultivation in Romania*”, Simpozionul Științific Internațional ” Management of Durable Rural Development” , organizat de Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară a Banatului Timișoara, volumul Mangement Agricol, seria I, vol X (2), 2008, ISSN: 1453-1410, revistă cotată B+, <http://www.usab-tm.ro/index.php?id=192>.

20. Olimpia Oancea, „*Modernizarea si diversificarea industriei de panificatie din Romania in contextul integrarii in Uniunea Europeana*”, Conferința Națională “Marketingul întreprinderilor românești în procesul integrării europene” Academia de Studii Economice București, 2008, ISBN: 978 - 606- 505 -094 - 5.

Data: Semnătura:

13.03.2020 Lect. univ. dr.

OANCEA Olimpia Elena Mihaela