

Universitatea Transilvania din Braşov

Poz. postului 28

Facultatea Ştiinţe Economice şi Administrarea Afacerilor

Disciplinele postului Strategii de marketing în turism, Resurse şi destinaţii turistice, Politici şi strategii pentru dezvoltare durabilă, Politici şi strategii internaţionale pentru dezvoltare durabilă, Marketingul destinaţiei turistice internaţionale, Metode de cercetare a pieţei turistice, Marketing

Departamentul Marketing, Turism-Servicii şi Afaceri Internaţionale

FIŞA DE VERIFICARE A ÎNDEPLINIRII STANDARDELOR UNIVERSITĂŢII

Postul: lector universitar, poziţia 28,

publicat în Monitorul Oficial al României¹ nr. 93 din data de 10.04.2025

Candidat: IVASCIUC Ioana-Simona

Data naşterii 26.06.1982

Funcţia actuală: asistent universitar

Instituţia: Universitatea Transilvania din Braşov

1. Studii universitare (licenţă şi masterat)

Nr. crt.	Instituţia de învăţământ superior şi facultatea	Domeniul	Perioada	Titlul acordat
1.	UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRASOV, FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE	ECONOMIC, specializarea TURISM ŞI SERVICII	2001-2005	ECONOMIST LICENŢIAT
2.	UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRASOV, FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE	ECONOMIC	2005-2007	MASTER ÎN POLITICI ŞI STRATEGII ÎN DEZVOLTAREA TURISMULUI

2. Studii de doctorat

Nr. crt.	Instituţia organizatoare de doctorat	Domeniul	Perioada	Titlul ştiinţific acordat
1.	UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRASOV	MARKETING	2013-2016	DOCTOR

3. Studii şi burse postdoctorale (stagii de cel puţin 6 luni)

Nr. crt.	Instituţia	Domeniul/ Specializarea	Perioada	Tipul de bursă
	-			

¹ Numărul documentului se completează numai în cazul posturilor pe perioadă nedeterminată.



4. Standarde minimale ale universității

Post didactic (se menține în tabel numai postul pentru care se candidează)	Realizări conform standardelor proprii ale universității
Lector	a) deținerea diplomei de doctor în domeniul postului; - Diploma de doctor în domeniul Marketing în baza Ordinului Ministerului Educației Naționale nr. 4384 din 18.07.2017 b) îndeplinirea standardelor proprii ale universității: <i>b1) 5 articole/studii în domeniul disciplinelor postului publicate în reviste sau în volumele manifestărilor științifice recunoscute la nivel național sau internațional</i> ✓ 10 Articole în reviste indexate WOS Ivasciuc, I. S., Candrea, A. N., & Ispas, A. (2025). Exploring Tourism Experiences: The Vision of Generation Z Versus Artificial Intelligence. <i>Administrative Sciences</i>, 15(5), 186, WOS:001495875800001, https://doi.org/10.3390/admsci15050186, Ivasciuc, I. S., Candrea, A. N., Ispas, A., & Piuaru, B. A. (2024). A Bibliometric Analysis of Generation Z and Tourism Research: Insights from VOSviewer Mapping. <i>Administrative Sciences</i>, 14(12), 337. WOS:001384279000001, https://doi.org/10.3390/admsci14120337 Ivasciuc, I. S., Constantin, C. P., Candrea, A. N., & Ispas, A. (2024). Digital Landscapes: Analyzing the Impact of Facebook Communication on User Engagement with Romanian Ecotourism Destinations. <i>Land</i>, 13(4), 432. WOS:001210696000001, https://doi.org/10.3390/land13040432 Ciociu, P. E., Ivasciuc, I. S., & Ispas, A. (2024). Decoding Consumer Minds in the Age of Online Accommodation Reviews: A Client Profiling Approach. <i>Sustainability</i>, 16(24), 11085. WOS:001386814200001, https://doi.org/10.3390/su162411085 Piuaru, B. A., Tescașiu, B., Epuran, G., Mosora, M. H., & Ivasciuc, I. S. (2024). Information Asymmetry in the European Funds Market: Impact on Resource Allocation and Sustainable Development. <i>Sustainability</i>, 16(24), 11101. WOS:001386920200001, https://doi.org/10.3390/su162411101 Ivasciuc, I. S., & Ispas, A. (2023). Exploring the Motivations, Abilities and Opportunities of Young Entrepreneurs to Engage in Sustainable Tourism Business in the Mountain Area. <i>Sustainability</i>, 15(3), 1956, WOS: 000930217400001, http://dx.doi.org/10.3390/su15031956 Zamfirache, A., Suci, T., Anton, C. E., Albu, R. G., & Ivasciuc, I. S. (2023). The Interest Shown by Potential Young Entrepreneurs in Romania Regarding Feasible Funding Sources, in the Context of a Sustainable Entrepreneurial Education. <i>Sustainability</i>, 15(6), 4823. WOS:000959740300001, https://doi.org/10.3390/su15064823 Ivasciuc, I. S., Epuran, G., Vuță, D. R., & Tescașiu, B. (2022). Telework Implications on Work-Life Balance, Productivity, and Health of Different Generations of Romanian Employees. <i>Sustainability</i>, 14(23), 16108. WOS:000665353000001, http://dx.doi.org/10.3390/su142316108



9. Epuran, G., Tescașiu, B., Tecău, A. S., Ivasciuc, I. S., & Candrea, A. N. (2020). Permaculture and downshifting-sources of sustainable tourism development in rural areas. *Sustainability*, 13(1), 230, WOS:000606401700001, <http://dx.doi.org/10.3390/su13010230>
10. Epuran, G., Dovleac, L., Ivasciuc, I. S., & Tescașiu, B. (2015). Sustainability and organic growth marketing: an exploratory approach on valorisation of durable development principles in tourism. *Amfiteatru Economic Journal*, 17(40), 927-937, WOS:000365317700006, https://www.amfiteatruconomic.ro/RevistaDetalii_RO.aspx?CodArticol=2439,

✓ **5 Articole publicate în reviste sau în volumele manifestărilor științifice recunoscute la nivel național sau internațional**

1. Ivasciuc, I. S. (2020). Augmented reality and facial recognition technologies: Building bridges between the hospitality industry and tourists during pandemic. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences*, 75-92. <http://dx.doi.org/10.31926/but.es.2020.13.62.2.8>
2. Epuran, G., Chi u, I. B., & Ivasciuc, I. S. (2019). The Augmented Reality Technologies in Tourism: A State of Art. *Risk in Contemporary Economy*, 501-505. <https://bit.ly/3DTMCq5>
3. Ivasciuc, I. S., & Epuran, G. (2015). A Marketing approach on how continuous processes improvement can contribute to hotel business Organic Growth. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V*, 8(2), 185. http://webbut2.unitbv.ro/BU2015/series%20v/BILETIN%20I/24_Ivasciu.pdf
4. Epuran, G., Ivasciuc, I.S., Micu, A. (2015), From 4P's to 4 E's – How to Avoid the Risk of Unbalancing the Marketing Mix in Today Hotel Businesses, *Revista de economie si informatica aplicata Universitatea "Dunarea de Jos" Galati*. no2/2015ISSN-L 1584-0409 <https://bit.ly/3InCCQg>
5. Ivasciuc, I.S., (2014). Organic Growth Marketing Strategies in Hospitality Industry. *Journal of Economic Practices and Theories*, 4 (5), p. 626-636. <https://bit.ly/3YRWVQv>

b2) media de absolvire a ciclului licență cel puțin 8,50 (opt și 50%), [(media anilor de studii+media la examenul de licență/diplomă)/2];

Media anilor de studii= (9,50+9,80)/2=9,65

b3) un volum de specialitate pentru una din disciplinele postului aflat în concurs.

Ivasciuc, I.S. (2022). Marketing hotelier. Fii oaspetele hotelului tău! Harta experiențelor unui turist văzută prin ochii unui manager, ISBN 978-606-26-1658-8, Editura Pro Universitaria, București
<https://www.prouniversitaria.ro/carte/marketing-hotelier-fii-oaspetele-hotelului-tau-harta-experientelor-unui-turist-vazuta-prin-ochii-unui-manager-2/>

Candidat,
IVASCIUC Ioana-Simona

