

## Lista de lucrări

### Cărți:

#### Cărți (editura internațională):

1. **Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, *L'influence du brand sur le comportement de l'électeur*, Éditions Universitaires Européennes, 2011, ISBN 978-3-8417-8058-4, 474 pagini; (domeniu marketing, management)

#### Cărți (editura internațională):

2. **Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, *Brandul: ce este și cum îl construim*, Editura Tehnopress, Iași, 2015, ISBN 978-606-687-199-0; (domeniu marketing, management)

### Articole științifice:

#### Articol care prezintă contribuții științifice originale, in extenso, publicat într-o revistă indexată de cel puțin 2 din bazele de date internaționale recunoscute

3. **Ghiuța, Ovidiu-Aurel**, Brand components in electoral debates. Presidential elections Romania 2009, *ECONOMIA. seria MANAGEMENT*, 2015, nr.1, pp.27-48; (domeniu marketing, management)

BDI: RePEc, EBSCO, DOAJ, Cabells,

4. **Ghiuța, Ovidiu-Aurel**, The value of a personal brand in the elections. the quantitative analysis for election laws applied in local elections in Romania, *Analele Universitatii Constantin Brancusi, seria știinte economice*, 2015, nr.1, vol.1, pp.85-91; (domeniu marketing)

BDI: RePEc, EBSCO, DOAJ, Cabells,

5. **Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, The motivations of electoral absenteeism, "*Ovidius*" *University Annals, Economic Sciences Series*, nr.2, 2014, pp.177-181; (domeniu marketing)

BDI: RePEc, EBSCO, DOAJ, Cabells,

6. **Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, Prelipcean, Gabriela, Communication in the emergency situations management, *The USV Annals of Economics and Public Administration*, nr.2 (20), 2014, pp. 122-130; (domeniu marketing, management)

BDI: RePEc, EBSCO, DOAJ, Cabells,

7. **Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, Marketing concepts within the political field, *The USV Annals of Economics and Public Administration*, 2013, nr.1(17), 2013, pp.42-48; (domeniu marketing)

BDI: RePEc, EBSCO, DOAJ, Cabells,

8. **Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, Integrated marketing communication in politics?, *Analele științifice ale Universității Ștefan cel Mare Suceava, secțiunea Facultății de Științe Economice și Administrație Publică*, vol.9, nr.1, 2009, pp.88-93; (domeniu marketing, management)

BDI: RePEc, EBSCO, DOAJ, Cabells,

#### Articole/studii publicate în volumele conferințelor indexate ISI Proceedings sau internaționale desfășurate în țară sau străinătate (cu ISSN sau ISBN)

9. **Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, Measuring the personal brand of candidates at local elections in Romania 2012: Mayor's case in county capital city, volumul conferinței internaționale, 2<sup>nd</sup> *NORD Collaboration in Complex Systems Fusion between Arst, Theology, Engineering, Management & Social Sciences*, Sibiu, 5-6 iunie 2015, pp. 49-56; (domeniu marketing, management)

10. **Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, The connection between brand and vote explanatory models, volumul conferinței internaționale 7<sup>th</sup> SEA Conference Interdisciplinary Approaches between Traditional and Modern Methods, Iași, 24 – 25 aprilie 2015, pp. 21-28; (domeniu marketing)
11. **Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, Marketing evolution, volumul conferinței internaționale 7<sup>th</sup> SEA Conference Interdisciplinary Approaches between Traditional and Modern Methods, Iași, 24-25 aprilie 2015, pp. 29-38; (domeniu marketing)
12. Brătianu, Constantin, Hapenciuc, Valentin, Orzea, Ivona, Rauliuc, Ruxandra, **Ghiuță, Ovidiu**, Strategic Thinking Dimension in Emergent Economies Business Education, 8<sup>th</sup> International Conference on Intellectual Capital, Knowledge Management & Organisational Learning, The Institute for Knowledge and Innovation Southeast Asia (IKI-SEA) of Bangkok University, Bangkok, Thailand, 27-28 octombrie 2011 în volumele conferințelor indexate ISI Proceedings; (domeniu management)
13. **Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, Le « brand » n'est pas l'équivalent de la marque: essai sur des concepts majeurs en marketing, *Les Annales Scientifiques de l'Université Valahia de Târgoviște, section sciences économiques*, nr.24, 2009, pp. 157-172; revistă B+, conferința internațională 56<sup>ème</sup> Congrès Association Internationale Des Économistes De Langue Française, 25-28 mai 2009, Târgoviște; (domeniu marketing, management)
14. **Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, The marketing research in tourism, *Revista de Turism*, număr special, vol.3, 2009, pp. 77-80; revistă B+, număr neindexat, conferința internațională Turismul între dezvoltarea regională și criza economică globală, 22-23 mai 2009, Sucevița; (domeniu marketing)
15. **Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, The Role of Research by Survey, în *Instituții și performanță economică*, coord. Pohoată Ion, Vodă Iolanda, editura Universității A.I.Cuza, Iași, 2009, pp. 345-352; conferința internațională Instituții și performanță economică, 21-22 noiembrie 2008, Iași. (domeniu marketing)

#### Alte reviste:

16. **Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, L'influence du brand politique sur le comportement de l'électeur : une théorisation du comportement du consommateur, *SEA – Practical Application of Science*, volume II, issue 2(4), 2014, pp. 563-574; (domeniu marketing, management)
17. **Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, L'identification du brand dans le discours d'Obama, *Revue Valaque d'Etudes Economiques*, 2010, vol. 1(15), nr. 3, pp. 57-64, revistă CNCSIS revistă B+; (domeniu marketing, management)
18. **Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, Dilema marcă sau brand?, *Revista de management intercultural*, nr.18, 2008, pp. 25-29, revistă CNCSIS categoria C; (domeniu marketing, management)

#### Articole în curs de apariție

**Ghiuță, Ovidiu-Aurel**, Enjeux de croissance, population, protection sociale : le choix électoral. Etude de cas sur l'utilisation du brand dans la campagne présidentielle d'Etats Unis 2008, conferința internațională 59<sup>ème</sup> Congrès Association Internationale Des Économistes De Langue Française, 18-20 mai 2015, Paris, pp.TBD; (domeniu marketing, management)

Lector univ.dr.ec. **GHIUȚĂ Ovidiu-Aurel**

Suceava, 08.06.2015

