

INFORMAȚII PERSONALE	
Preda Gheorghe	
	 [Redacted Address]
	 [Redacted Phone Number]
	 gheorghe.preda@e-uvt.ro, gigi.preda@gmail.com
	Sexul Masculin Data nașterii 19/11/1983 Naționalitatea Română

EXPERIENȚA PROFESIONALĂ	
-------------------------	--

1 Octombrie 2023-prezent:	Conferențiar universitar Universitatea de Vest din Timișoara, str. V. Pârvan, nr. 4, cod poștal 300223, tel/fax:0256592310, pagina web: www.uvt.ro . Predare cursuri (Analiza datelor de marketing, Marketing strategic și Managementul noilor produse) și seminare (Analiza datelor de marketing, Marketing strategic, Marketing, Cercetări de marketing, Managementul noilor produse, Cercetări de marketing pentru publicitate, Cercetări de marketing internațional și Cercetare științifică) și activități de cercetare științifică Învățământ superior universitar
Martie 2014-Octombrie 2023:	Lector universitar Universitatea de Vest din Timișoara, str. V. Pârvan, nr. 4, cod poștal 300223, tel/fax:0256592310, pagina web: www.uvt.ro . Predare cursuri (Analiza datelor de marketing, Marketing strategic, Marketing, Managementul noilor produse și Inovare strategică în marketing) și seminare (Analiza datelor de marketing, Marketing strategic, Marketing, Cercetări de marketing, Managementul produsului și al brandului, Marketing bancar, Managementul noilor produse, Inovare strategică în marketing, Cercetări de marketing pentru publicitate, Cercetări de marketing internațional, Cercetări de marketing în mediul digital și Cercetare științifică) și activități de cercetare științifică Învățământ superior universitar
Martie 2013-Martie 2014:	Asistent universitar Universitatea de Vest din Timișoara, str. V. Pârvan, nr. 4, cod poștal 300223, tel/fax:0256592310, pagina web: www.uvt.ro Predare seminare (Marketing, Marketing strategic, Cercetări de marketing și Analiza datelor de marketing) și activități de cercetare științifică Învățământ superior universitar
Octombrie 2007-Martie 2013:	Preparator universitar Universitatea de Vest din Timișoara, str. V. Pârvan, nr. 4, cod poștal 300223, tel/fax:0256592310, pagina web: www.uvt.ro Predare seminare (Marketing, Marketing strategic și Cercetări de marketing) și activități de cercetare științifică Învățământ superior universitar

Martie 2018-Octombrie 2018:	Expert pe termen lung în cadrul proiectului „Stimularea spiritului antreprenorial în rândul tinerilor din Regiunea de Vest – Start Smart”, Contract POCU/82/3/7/104255 Universitatea de Vest din Timișoara, str. V. Pârvan, nr. 4, cod poștal 300223, tel/fax:0256592310, pagina web: www.uvt.ro Învățământ superior universitar
August 2015-Decembrie 2015:	Expert pe termen lung în cadrul proiectului „Ghidarea performantă a studenților la început de carieră - GPS în carieră!” , Contract POCU/189/2.1/G/156385 Universitatea de Vest din Timișoara, str. V. Pârvan, nr. 4, cod poștal 300223, tel/fax:0256592310, pagina web: www.uvt.ro Învățământ superior universitar
Februarie 2012-Mai 2012:	Expert pe termen scurt în cadrul proiectului „Dezvoltarea abilităților și competențelor practice prin întreprinderea simulată - SimBiz”, Contract POSDRU/109/2.1/G/82776 Universitatea de Vest din Timișoara, str. V. Pârvan, nr. 4, cod poștal 300223, tel/fax:0256592310, pagina web: www.uvt.ro Învățământ superior universitar
Noiembrie 2010-Ianuarie 2011:	Expert pe termen scurt în cadrul proiectului „Perfecționarea cadrelor didactice din învățământul liceal, care predau discipline economice”, Contract POSDRU/87/1.3/S/63908 Universitatea de Vest din Timișoara, str. V. Pârvan, nr. 4, cod poștal 300223, tel/fax:0256592310, pagina web: www.uvt.ro Învățământ superior universitar

EDUCAȚIE ȘI FORMARE

Noiembrie 2008-Noiembrie 2012:	Doctorand în domeniul fundamental Științe Economice, Domeniul Marketing Universitatea de Vest din Timișoara / Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor Teza de doctorat cu titlul: „Antecedentele și consecințele inovării strategice în marketing”. Conducător științific: Prof. univ. dr. Florin FOLTEAN
Octombrie 2007-Iulie 2009:	Studii aprofundate / Diplomă de studii aprofundate Universitatea de Vest din Timișoara / Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor Specializarea: Cercetări de Marketing
Octombrie 2003-Iulie 2007:	Licență în economie / Diploma de licență Universitatea de Vest din Timișoara/Facultatea de Științe Economice Specializarea: Managementul Firmei

COMPETENTE PERSONALE

Limba maternă	Română
Alte limbi străine cunoscute	INTELEGERE VORBIRE SCRIERE

	Ascultare	Citire	Participare la conversație	Discurs oral	
Limba franceză	B2 (UTILIZATOR INDEPENDENT)	B2 (UTILIZATOR INDEPENDENT)	B2 (UTILIZATOR INDEPENDENT)	B2 (UTILIZATOR INDEPENDENT)	B2 (UTILIZATOR INDEPENDENT)
Limba engleză	B2 (UTILIZATOR INDEPENDENT)	B2 (UTILIZATOR INDEPENDENT)	A2 (UTILIZATOR ELEMENTAR)	A2 (UTILIZATOR ELEMENTAR)	A2 (UTILIZATOR ELEMENTAR)

Competențe de comunicare	- Bune competențe de prezentare și comunicare în fața unui auditoriu dobândite în cadrul cursurilor și seminarelor desfășurate în cadrul Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor - Bune competențe de comunicare dobândite în cadrul proiectelor cu finanțare europeană
---------------------------------	---

Competențe dobândite la locul de muncă	Competențe de lucru în echipă dobândite în cadrul Departamentului de Marketing și Relații Economice Internaționale al Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor
---	--

Competențe informatice:	- Utilizator experimentat al programului SPSS - O bună cunoaștere a instrumentelor Microsoft Office - O bună cunoaștere a sistemului de operare Microsoft Windows
--------------------------------	---

Permis de conducere	B
----------------------------	---

INFORMATII SUPLIMENTARE

Cărți publicate	1. Preda G., (2013), „Antecedentele și consecințele inovării strategice în marketing”, Editura Mirton, Timișoara, ISBN: 978-973-52-1413-5.
Articole științifice publicate într-o revistă cotate ISI	1. Dobre, C., Milovan, A. M., Preda, G., Naghi, R. (2023). Post-purchase behaviour triggers in branded mobile shopping apps. Marketing Intelligence & Planning, ISSN 0263-4503, Vol. 41, Nr. 3, pp. 344-359, https://doi.org/10.1108/MIP-08-2022-0357 (AIS=0,671). 2. Dobre, C., Milovan, A. M., Duțu, C., Preda, G., Agapie, A. (2021). The Common Values of Social Media Marketing and Luxury Brands. The Millennials and Generation Z Perspective. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, ISSN 0718-1876, Vol. 16, Nr. 7, pp. 2532-2553, https://doi.org/10.3390/jtaer16070139 (AIS=0,462). 3. Gligor-Cimpoieru, D. C., Munteanu, V. P., Nițu-Antonie, R. D., Schneider, A., Preda, G. (2017). Perceptions of future employees toward CSR environmental practices in tourism. Sustainability, eISSN 2071-1050, Vol. 9, Nr. 9, 1631, https://doi.org/10.3390/su9091631 (AIS=0,515).
Articole științifice publicate și indexate în baze de date internaționale	1. Dobre, C., Preda, G., Milovan, A., Naghi, R.I., Prada, S.I. (2021). The Perceived Value of Higher Education and University Competitiveness-The Rubik Cube Metaphor. Review of Innovation and Competitiveness: A Journal of Economic and Social Research, Vol. 7, Nr. 1, pp. 33-59. 2. Naghi, R.I., Preda, G., Dragomir, A.C., (2018), „The Relationship Between Internal Market Orientation And Employee Job Satisfaction: The Case Of The Romanian Banking Sector”,

	Journal Studia Universitatis Babes-Bolyai Negotia, Vol. 63, Nr. 4, pp. 5-41. 3. Naghi, R., I., Preda, G. (2015), Individual Consequences of Internal Marketing, Studia Universitatis „Vasile Goldis” Arad–Economics Series, Vol. 25, Nr. 2, pp. 35-53. 4. Naghi, R., I., Preda, G., Para, I. (2015), Organizational Consequences of Internal Marketing, Ovidius University Annals, Series Economic Sciences, Vol. 15, Nr. 1, pp. 560-565. 5. Preda G. (2014), Organizational ambidexterity and competitive advantage: toward a research model, Management & Marketing (Craiova), Vol. 12, Nr. 1, pp. 67-74. 6. Preda G. (2013), The Influence of Entrepreneurial Orientation and Market-Based Organizational Learning on Strategic Innovation Capability, Management & Marketing (București), Vol. 8, Nr. 4, pp. 607-622. 7. Lala I., Preda G., Boldea M. (2010), A Theoretical Approach of the Concept of Innovation, Conferința Internațională "Managerial Challenges of the Contemporary Society", Universitatea „Babeș-Bolyai”, Cluj-Napoca, pp. 151. 8. Dobre, C., Dragomir, A., Preda G. (2009), Consumer Innovativeness: A Marketing Approach, Management & Marketing (București), Vol. 4, Nr. 2, pp. 19-36. 9. Preda G. (2009), The Strategic Innovation: Conceptual Framework, Conferința Internațională "Marketing - from information to decision", Universitatea „Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, vol. 2, pp. 387-398.
--	---

