



ROMÂNIA
UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI CLUJ-NAPOCA

Str. Mihail Kogălniceanu, nr. 1, 400084 Cluj-Napoca
Tel. (00) 40 - 264 - 40.53.00*; 40.53.01; 40.53.02 ; 40.53.22

Fax: 40 - 264 - 59.19.06

E-mail: staff@staff.ubbcluj.ro

RECTORATUL

Universitatea Babeș-Bolyai Competiția Excelenței 2010

Dosar individual

Notă: Toate datele se referă la perioada 2005-2009

Nume, prenume, grad did.	POP MARIUS DOREL – PROF. DR.
Facultatea, Catedra	FSEGA, Catedra de Marketing
Domeniul științific	Marketing
Adresa paginii web personale	http://www.econ.ubbcluj.ro/cv.php?id=117
Adresa e-mail	marius.pop@econ.ubbcluj.ro

Criteriaul I – Output

1. Articole științifice publicate în reviste indexate ISI (cu menționare factorului de impact în cazul celor cotate)

- Marius D. POP, Razvan NISTOR, Ramna LACUREZEANU: *A Study Regarding Change Management in Romanian Higher Education Institutions: An Internal Stakeholder's Perspective*, TRANSFORMATIONS IN BUSINESS & ECONOMICS, Vol. 8, No 3 (18), 2009.
FACTOR DE IMPACT; 1.711
http://apps.isiknowledge.com/full_record.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&qid=1&SID=X1BaaEn3Hm3llk25m3A&page=1&doc=1

2. Articole științifice publicate în ISI proceedings

-

3. Articole științifice indexate în BDI (din lista CNCSIS)

- BĂCILĂ Mihai-Florin, POP Marius Dorel, TIRCA Alexandra-Maria, *Marketing Research Regarding Faculty-Choise Criteria And Information Sources Utilised*, Analele Universitatii Din Oradea-Stiinte Economice, Tom XVIII, Vol. 4, 2009, P.66 – 72.
<http://econpapers.repec.org/scripts/search/search.asp?ss=1&adv=t&sslg=AND&ni=&nit=eupdate&mh=100&sort=rank>
<http://ideas.repec.org/a/ora/journal/v4y2009i1p556-560.html>
<http://www.doaj.org/doi?func=abstract&id=492384&q1=bacila&f1=all&b1=and&q2=&f2=all&recNo=1>
- TIRCA Alexandra-Maria, BĂCILĂ Mihai-Florin, CHIS Alexandru, POP Marius Dorel, *The Perceptions of the Religious Tourism Concept and its Implications in Romanian*

Monasteries, Cabell Directories, International Journal of Business Research, 2009, P.67-74

[Cabell's Refereed Publications](#)

[Ulrich's International Periodicals](#)

[EBSCO](#)

- POP Marius Dorel, BĂCILĂ Mihai-Florin, MOISESCU Ovidiu Ioan, ȚÎRCA Alexandra Maria, The Impact of Educational Experience on Students' Satisfaction in the Romanian Higher Education System, *International Journal of Business Research*, 3(8), 2008, p.188-194

[Cabell's Refereed Publications](#)

[Ulrich's International Periodicals](#)

[EBSCO](#)

- ȚÎRCA Alexandra Maria, POP Marius Dorel, BĂCILĂ Mihai-Florin, MOISESCU Ovidiu Ioan, Customer Centric Marketing and Customer Relationship Management: A Strategic Framework of Analysis For Tourism Industry, *Revista de Management și Inginerie Economică, Ediție Specială*, 2008, p.246-250

[Ulrich's International Periodicals](#)

[EBSCO](#)

[IndexCopernicus](#)

- CHIS Alexandru, LACUREZEANU Ramona, NISTOR Razvan Liviu, POP Marius Dorel, ȚÎRCA Alexandra-Maria, *Concept, Trends and Application in Distance Learning, Case of BBU*, WSEAS, 2008

www.wseas.com

4. Alte articole științifice/capitole publicate în reviste/volume cu referenți (peer-reviewed)

- ȚÎRCA Alexandra-Maria, POP Marius Dorel, BĂCILĂ Mihai-Florin, *Studiu privind comportamentul și atitudinile studenților Facultății de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor- specialiarile Marketing și Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor-fata de experienta educationala*, Revista de Studii Economice și Cercetări economice Virgil Madgearu nr.2, Cluj-Napoca, 2009, p.128-143.
- MOISESCU Ovidiu Ioan, POP Marius Dorel, BĂCILĂ Mihai Florin, ȚÎRCA Alexandra Maria, *Notorietatea și asocierile mărcii - componente fundamentale ale capitalului mărcii*, Revista de studii și cercetări economice „Virgil Madgearu”, 2(1), 2008, p.114-123
- ȚÎRCA Alexandra Maria, POP Marius Dorel, BĂCILĂ Mihai Florin, MOISESCU Ovidiu Ioan, *Aspecte privind particularitățile marketingului în industria farmaceutică*, Revista de studii și cercetări economice „Virgil Madgearu”, 1(1), 2008, p.66-74
- BĂCILĂ Mihai Florin, POP Marius Dorel, MOISESCU Ovidiu Ioan, ȚÎRCA Alexandra Maria, *Considerații privind planificarea strategică de marketing în domeniul educațional*, *Revista de studii și cercetări economice „Virgil Madgearu”*, Volum inaugural, 2008, p.327-332
- POP Marius Dorel, BĂCILĂ Mihai Florin, MOISESCU Ovidiu Ioan, ȚÎRCA Alexandra Maria, *Comunicarea integrată de marketing - definire, trăsături, obiective, etape de dezvoltare*, *Revista de studii și cercetări economice „Virgil Madgearu”*, Volum inaugural, 2008, p.349-355

- POP Marius Dorel, MOISESCU Ovidiu Ioan, BĂCILĂ Mihai Florin, ȚÎRCA Alexandra Maria, Managing the Change of Marketing Information Systems in Higher Education Institutions, *The Proceedings of the International Conference „Marketing – from information to decision. 1st Edition”*, Cluj-Napoca, 2008, p.9-34
- BĂCILĂ Mihai-Florin, POP Marius Dorel, *Strategies to Create and Launch New Products within the Romanian Small and Medium Enterprises*, Studia Universitatis Babes Bolyai. Oeconomica, 2, 2006, P.568 – 576.

5. Cărți științifice publicate în edituri internaționale

-

6. Cărți științifice publicate în edituri naționale acreditate

- POP Marius Dorel, BĂCILĂ Mihai Florin, MOISESCU Ovidiu Ioan, ȚÎRCA Alexandra Maria, *Marketing educațional - sistemul informațional de marketing*, Alma Mater, Cluj-Napoca, 2008, 441 p.
- POP Marius Dorel, *Conducerea și promovarea vanzarilor – teorie și practică*, Alma Mater - cu numărul de marca 42188 înregistrat la OSIM de către sc Print Art Prod srl, 2009, 260p.
- POP Marius Dorel, BACILA Mihai Florin, MOISESCU Ovidiu Ioan, POCOL Gabriel Adrian, *Cercetări de marketing – teste, aplicații, studii de caz*, Alma Mater - cu numărul de marca 42188 înregistrat la OSIM de către sc Print Art Prod srl, 2005, 260p

7. Editor de volume publicate în edituri naționale și internaționale

- POP Marius Dorel, MOISESCU Ovidiu Ioan, *Proceedings of the International Conference Marketing - from Information to Decision, 1st edition*, ALMA MATER - CU NUMARUL DE MARCA 42188 INREGISTRAT LA OSIM DE CATRE SC PRINT ART PROD SRL, CLUJ-NAPOCA, 2008, P. 473
- MOISESCU Ovidiu Ioan, PLAIAS Ioan, POP Marius Dorel, *Proceedings of the International Conference „Marketing – from information to decision. 2nd Edition”*, RISOPRINT , CLUJ-NAPOCA, 2009, P. 526.

8. Brevete internaționale

-

9. Brevete naționale

-

10. Impact tehnologic al brevetelor: resurse financiare extrabugetare atrase în relație cu economia

-

11. Realizări artistice naționale și internaționale (Domeniul Arte)

(Expoziții, spectacole, concerte, publicații, filme, înregistrări)

-

Criteriul II – Prestigiu profesional

1. Citări ale articolelor ISI listate la Criteriul I

- **Articol ISI citat:** POP Marius Dorel, *A Study Regarding Change Management in Romanian Higher Education Institutions: An Internal Stakeholder's Perspective, Transformation in Business & Economics, 2009* **IN:** Jarecki W., *Public and Individual Investment in Polish Higher Education, 2009, TRANSFORMATIONS IN BUSINESS & ECONOMICS*,
http://apps.isiknowledge.com/CitingArticles.do?product=WOS&UT=000273489200012&SID=W2E75k7c5Mmno@pMG9H&db_id=WOS&search_mode=CitingArticles&parentQid=1&parentDoc=1

2. Alte citări ale lucrărilor listate mai sus

-

3. Citări în perioada 2005-2009 ale articolelor anterioare anului 2005

- NC

4. Distincții, premii și alte recunoașteri naționale și internaționale

- i. POP Marius Dorel, *Premiu național*, Diploma de excelență în semn de apreciere a profesionalismului dovedit la evaluarea responsabilă a lucrărilor prezentate la Olimpiada Națională a Studenților Economisti – Secțiunea Marketing, București, AFER - Asociația Facultăților de Economie din România, 2009
- ii. POP Marius Dorel, *Premiu național*, Profesor Bologna - Mari Profesori care ne Inspira, ANOSR - Alianța Națională a Organizațiilor Studentești din România, 2009

5. Studenți naționali atrași :

- Îndrumare lucrări de licență: 450
- Îndrumare lucrări de disertație : 90
- Doctoranzi : 9
 - lista nominală a doctoranzilor înmatriculați
 1. Raluca CIORNEA
 2. Giovana POP
 3. Marius LAZIN
 4. Cristina FLESERIU
 5. Silvana SERB
 6. Florin DOBOCAN
 7. Robert PLESA
 8. Cosmin MIHALTAN
 9. Simona MARGINEAN
- Post-doctoranzi : -

6. Studenți internaționali atrași (activități de coordonare științifică și didactică)

- Îndrumare lucrări de licență : -
- Îndrumare lucrări de disertație : 2
- Doctoranzi : -
- Post-doctoranzi : -

7. Membru în comitetul de redacție la reviste ISI

-

8. Membru în comitetul de redacție la reviste BDI

1. Revista Română de Marketing - <http://www.revistademarketing.ro/?id=redactia>
2. Studia Universitatis Oeconomica - <http://www.studia.ubbcluj.ro/serii/oeconomica/>

9. Participări la programe/granturi de cercetare finanțate din sursă internațională

-

10. Participări la programe/granturi finanțate din sursă națională

- i. *Marius D. POP* – membru - GRANT nr. 401/2004/CNCSIS, „Cercetare comparativă privind factorii de influență a eficienței leadershipului strategic la întreprinderile mici și mijlocii în contextul globalizării și regionalizării”, Valoare: 100 mil. Lei, 204-2006.

11. Coordonări de programe/granturi finanțate din sursă internațională (se menționează și valoarea)

-

12. Coordonări de programe/granturi finanțate din sursă națională (se menționează și valoarea)

- i. *Marius D. POP* – Responsabil UBB Cluj-Napoca: “Cercetari privind dezvoltarea unui sistem integrat, complex si interactiv de informatii pentru asistarea deciziilor de marketing a;e organizatiilor romanesti in vederea cresterii competitivitatii”, 200.000 RON, ECONOMIE. ECONOMIE DE RAMURA, 2007-2010.
- ii. *Marius D. POP* – Director: “Marketing educational - elaborarea unui model de sistem informational de marketing pentru domeniul universitar conform standardelor europene in domeniu”, 150.000 RON, MARKETING, 2007-2008.

13. Profesor invitat la universitati de prestigiu, cu titlu oficial

-

14. Membru în comisii profesionale relevante, cu titlu oficial

Membru în Comisii de susținere a tezei de doctorat:

- i. 2 la Universitatea de Vest din Timișoara
- ii. 3 la ASE București
- iii. 1 la UAIC Iasi

15. Conferințe invitate internaționale

-

16. Membru în comitete de organizare sau științifice ale unor conferințe internaționale

- i. Membru în Comitetul Științific al Zilelor Științifice AUF – ediția a 9-a: “Entrepreneuriat developpement durable et mondialisation, Cluj-Napoca, 1-4 iunie 2005

III. Realizare remarcabilă

Experiența dobândită în calitate de membru al grantului de cercetare finanțat de Banca Mondială, derulat în perioada 1999-2002 și intitulat "Dezvoltarea învățământului de nivel universitar și de educație permanentă în domeniul marketingului" mi-a conferit aptitudinile de a concepe și coordona proiecte de cercetare – în calitate de director/responsabil - două granturi: “Marketing educational - elaborarea unui model de sistem informational de marketing pentru domeniul universitar conform standardelor europene in domeniu” cu finanțare CNCSIS, respectiv “Cercetari privind dezvoltarea unui sistem integrat, complex si interactiv de informatii pentru asistarea deciziilor de marketing a;e organizatiilor romanesti in vederea cresterii competitivitatii” finanțare CNMP.

Cercetările originale, multiple, diverse, complexe și interdisciplinare – documentare și de teren – întreprinse, mi-au permis să dobândesc cunoștințe teoretice noi dar și un savoir-faire deosebit. Utilizarea instrumentelor de cercetare pe care le-am conceput – împreună cu echipa de cercetare – mi-a permis crearea de baze de date extrem de complexe, cu informații actuale, pertinente despre diverse categorii de public cu care organizațiile românești se confruntă.

Pentru valorificarea rezultatelor cercetărilor întreprinse am utilizat mai multe modalități și – considerăm noi – am reușit să implementăm o abordare profesionistă de lucru în catedra în care ne desfășurăm activitatea. Ca urmare a finalizării unuia din cele două granturi, pe lângă publicarea unei cărți – din cunoștințele noastre – cu caracter de pionierat în România: „*Marketing educațional - sistemul informațional de marketing*”, am inițiat și organizat – în 2008 - prima ediție a conferinței de comunicări științifice internaționale „Marketing from Information to Decision” (MID) pe care am impus-o în lumea academică națională și internațională. În anul 2009, a avut loc cea de-a doua ediție a MID și – împreună cu colegii de la catedra de Marketing – intenționăm să o perenizăm.

De asemenea publicarea de articole în reviste indexate în BDI și participarea la conferințe de comunicări științifice internaționale de impact au constituit realizări pe care le consider demne de apreciere.

Apreciez că un alt aspect relevant al activității mele de cercetare științifică – și de care suntem foarte satisfacți - îl constituie cooptarea a sute de studenți – de la nivel licență și masterat – în conceperea și punerea în operă a activităților de cercetare întreprinse.

Un moment de referință în cariera mea profesională îl reprezintă anul 2009 când activitatea mea cu studenții a fost apreciată și recompensată de către aceștia - prin *Asociația Națională a Organizațiilor Studențești din România (ANOSR)* - care mi-au conferit titlul de „*Profesor Bologna – Mari Profesori care ne Inspiră*”. Satisfacția profesională pe care am resimțit-o a fost potențată și de faptul că alături de mine au fost onorați cu această distincție încă patru tineri colegi/colaboratori de la catedra de Marketing toți foști studenți de-ai mei. Aceasta reprezintă pentru mine o confirmare a faptului că demersul pedagogic, stilul, valorile și principiile pe care le respect și promovez sunt viabile și performante, constituind un imbold pentru întreaga mea activitate.

Pe lângă toate acestea, în contextual actual, probabil că publicarea – în anul 2009 – unui articol într-o revistă ISI constituie cea mai remarcabilă realizare științifică de până acum. Articolul intitulat „*A Study Regarding Change Management in Romanian Higher Education Institutions: An Internal Stakeholder's Perspective*” a fost publicat în revista „*Transformations in Business & Economics*” cu un factor de impact de 1.711. Articolul abordează problematica deosebit de complexă și de actualitate a Managementului Schimbării în instituțiile de învățământ superior, și prezintă o parte din rezultatele a două cercetări întreprinse în rândul a două categorii de public: studenții și cadrele didactice.

Valoarea articolului poate fi relevantă și de faptul că – într-un timp relativ foarte scurt de la publicare – lucrarea a fost deja citată într-un articol ISI de către Jarecki W.

Nu în ultimul rând, consider că trebuie să menționăm și faptul că în anul 2008 am reușit să punem bazele Școlii Doctorale de Marketing în Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor din Universitatea „Babeș-Bolyai” din Cluj-Napoca.

Data: 15 februarie 2009

Semnătura:
prof. dr. Marius D. POP

Certific validitatea datelor prezentate

Sef de catedră,
prof. dr. Ioan PLĂIAȘ