



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.	NISTOR COSMIN VOICU, LECTOR UNIVERSITAR
Facultatea, Catedra	Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, Marketing
Domeniul științific	Științe Economice
Adresa paginii web personale	-
Adresa e-mail	voicu.nistor@econ.ubbcluj.ro

Criteria I – Output

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

2. Articole științifice publicate în ISI proceedings

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

1. Nistor Cosmin Voicu, Pop Ciprian Marcel, Radomir Lăcrămioara, Scridon Andrei Mircea, *The “People” Component of Knowledge Management: an important asset for a leading romanian banking institution*, Journal of Academy of Business and Economics, 2009, P.121-131, EBSCO, Cabell, Ulrich's, www.ebsco.com.

2. Nistor Cosmin Voicu, Ioan Plăiaș, Raluca Comiati, Trends in Romanian Organizational Consumer Behaviour, International Journal of Business Strategy, IABE Las Vegas, SUA, vol I, 2009, Cabell's Directory; Ulrich's International Periodicaly Directory; EBSCO Publishing, (ISSN: 1555-1296)..The IJBR is available online from the EBSCO Publishing and Gale Group/ Thomson Publishing. www.iabe.org.domains/iabe/journals.aspx..

3. Nistor Cosmin Voicu , Ioan Plăiaș, Raluca Comiati, *Exploratory Research Concerning Organizational Consumers Behavior in a Tranzition Economy; A Case of Romania.*, International Journal of Business Strategy, IABE Las Vegas, SUA, vol II, 2008, Cabell's Directory; Ulrich's International Periodicaly Directory; EBSCO Publishing, , (ISSN: 1555-1296)..The IJBR is available online from the EBSCO Publishing and Gale Group/ Thomson Publishing. www.iabe.org.domains/iabe/journals.aspx..

4. Nistor Cosmin Voicu, Ioan Plăiaș, Raluca Comiati, *Traditionalism and Modernism in Organizational Consumer's Behaviour in Romania*, International Conference on Business Excellence Brasov, 2008, pp. 230-234. ISSN: 1583-624X, Ulrich's International Periodicaly Directory.

5. Nistor Cosmin Voicu, Ioan Plăiaș, Raluca Comiati, *Consideration Concerning the Interest of the Romanian Companies in Customer Satisfaction*, International Journal of Business Strategy, IABE Las Vegas, SUA, vol I, 2007, Cabell's Directory; Ulrich's International Periodicaly Directory;

EBSCO Publishing. , (ISSN: 1555-1296)..The IJBR is available online from the EBSCO Publishing and Gale Group/ Thomson Publishing. www.iabe.org.domains/iabe/journals.aspx..

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

1. Nistor Cosmin Voicu, Ioan Plăiaș, Raluca Comiati, Lăcrămioara Radomir, *Considerații privind comportamentul de cumpărare al IMM-urilor din România*, Revista de Marketing – Management, AROMAR, nr. 2, 2008, ISSN 1222-9105.

2. Nistor Cosmin Voicu, Radomir Lacramioara, Cata Simona *The Importance of contact personnel in the banking sector*, Marketing - from information to decision, 2008, pag.363-376.

3. Nistor Cosmin Voicu, *Influences Generated in Bank Marketing as a Result of the Organizational Issues*, 2007, Competitiveness and European Integration, October 26-27, 2007, Cluj-Napoca, Romania, Editura Alma Mater ISBN - 978-606-504-009-0, pag. 113-117.

4. Nistor Cosmin Voicu, Raluca Comiati *Considerations Regarding the Preoccupation of Romanian Firms in Attaining Client Satisfaction*, 2005, Conferinta TRANS 'o5 – Common Europe – Sustainable Growth of Company and the Relations with its Stakeholders, pag.65-69.

5. Nistor Cosmin Voicu, Raluca Comiati *Marketing Inferences Regarding the Romanian Currency Denomination*, 2005, The Impact of European Integration on the National Economy. Marketing, pag. 237-241.

6. Nistor Cosmin Voicu, Pop Ciprian Marcel *The Particularities of the Marketing Audit in Local Public Administration*, vol. Public and Non-Lucrative Marketing, 2006, ISBN 978-973-751-241-3, Risoprint, Cluj-Napoca, pag. 237-243.

7. Nistor Cosmin Voicu, Raluca Comiati *The Importance of Attaining Client Satisfaction for the Romanian SME*, volumul olumul Strategic leadership in the context of globalization and regionalization, Section Management and Marketing, 2006 Supliment al revistei Studia Universitatis Babes-Bolyai, Studia Universitatis Babes Bolyai Oeconomica, pag. 602-608.

5. Cărți științifice publicate în edituri internaționale

6. Cărți științifice publicate în edituri naționale acreditate

1. Plăiaș Ioan (coord.), Buiga Anuța, Comiati Raluca, Mureșan Anca, Nistor Cosmin Voicu, Pop Ciprian-Marcel, *Cercetări de marketing*, Risoprint, Cluj-Napoca, 2008, ISBN 978-973-751-764-7 (660 pagini, din care 58 aport propriu).

2. Vorzsak Almos, Pop Ciprian-Marcel (coordonatori), Paina Nicoleta, Nistor Cosmin Voicu, Chiș Alexandru, Nedelea Alexandru, Cosma Smaranda, Comiati Raluca, Băcilă Mihai, Cocean Radu, Abrudan Ioana, Moisescu Ovidiu, Juhasz Monika Anetta, Dabija Cristian, Ilieș Radu, Bene Marius, *Marketingul Serviciilor – Ramuri și domenii prestatoare*, Alma Mater, Cluj-Napoca, 2006, ISBN 973-7898-50-8 (540 pagini, din care 42 aport propriu)

3. Pop Ciprian-Marcel (coord.), Ciumaș Cristina, Beju Daniela, Paina Racolța Nicoleta, Nistor Cosmin Voicu, Harosa Marius, Oprean Victor, Moisescu Ovidiu, Nuțiu Carmen, Cramarenco Romana, *Manualul Agentului Imobiliar*, Risoprint, Cluj-Napoca, 2006, ISBN 978-973-751-285-7 (269 pagini, din care 33 aport propriu).

7. Editor de volume publicate în edituri naționale și internaționale

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

2. Alte citări ale lucrărilor listate mai sus

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

4. Distincții, premii și alte recunoașteri naționale și internaționale

1. Premiu AFER pentru literatura științifică - cartea *Cercetări de Marketing*, autori Ioan Plăiaș (coord.), Anuța Buiga, Raluca Comiati, Anca Mureșan, **Voicu Cosmin Nistor**, Marcel C. Pop, Asociația Facultăților de Economie din România, 2008.

2. Premiul „Profesor Bologna 2009” Alianța Națională a Organizațiilor Studentești din România.

5. Studenți naționali atrași (activități de coordonare științifică și didactică)

- Îndrumare lucrări de licență (număr lucrări susținute) - 150
- Îndrumare lucrări de disertație (număr lucrări susținute) - 15
- Doctoranzi (lista nominală a doctoranzilor înmatriculați resp. lista nominală a tezelor susținute)
 - Îndrumare în cadrul scolii doctorale:
 1. Cordovan Sorin – 2006
 2. Bolocan Dragos – 2007
 3. Nechimis Anca – 2007
 4. Brandusa Sterpu – 2007
 5. Fekete Zoltan – 2008
 6. Matis Eugenia – 2008
 7. Metes Angela – 2008
 8. Pal Zussa – 2008
 9. Zaharie Monica – 2008
 10. Morar Anamaria – 2009
 11. Mosoni Anca – 2009
 12. Pochea Miruna – 2009
 13. Radu Ioana – 2009
 14. Salanta Irina – 2009
 15. Zifceac Adela - 2009
- Post-doctoranzi (lista nominală)

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

- Îndrumare lucrări de licență (număr lucrări susținute)
- Îndrumare lucrări de disertație (număr lucrări susținute)
- Doctoranzi (lista nominală a doctoranzilor înmatriculați resp. lista nominală a tezelor susținute)
- Post-doctoranzi (lista nominală)

7. Membru în comitetul de redacție la reviste ISI

8. Membru în comitetul de redacție la reviste BDI

9. Participări la programe/granturi de cercetare finanțate din sursă internațională (se menționează și valoarea)

10. Participări la programe/granturi finanțate din sursă națională (se menționează și valoarea)

1. Membru în colectivul academic al proiectului, *“Evaluarea potențialului și a oportunităților de valorificare a resurselor în economia regiunilor montane - Workshop internațional”*, 2008, valoare 24333 RON, finanțat de CNCSIS în cadrul PNCDI II, programul IDEI, secțiunea Workshopuri Exploratorii, director de proiect prof. dr. Ioan Plăiaș.

2. Membru în colectivul academic al proiectului, *“Cercetarea și dezvoltarea unei platforme interactive, multidisciplinare și complexe pentru îmbunătățirea sistemului educațional de marketing prin interconectarea mediului universitar cu piața muncii din România, în contextul dezvoltării durabile”*, 2008, valoare 120000 RON, finanțat de CNMP București, solicitant principal ASE București, Facultatea de Marketing, coordonator instituțional UBB prof. dr. Ioan Plăiaș.

3. Membru în colectivul academic al proiectului, *“Studiu exploratoriu privind potențialul natural și uman al zonei Munților Apuseni - bază de elaborare a unei posibile strategii de dezvoltare economico-socială durabilă”*, 2008, valoare 989000 RON, finanțat de CNCSIS în cadrul PNCDI II, programul IDEI, secțiunea Proiecte de Cercetare Exploratorie, director de proiect prof. dr. Ioan Plăiaș.

4. Membru în colectivul academic al contractului de cercetare aplicativă cu tema „Strategii de agromarketing” septembrie – octombrie 2007, beneficiar Oficiul Județean de Consultanță Agricolă Satu Mare, valoare contract 11.100 RON, conform datelor înregistrate în evidențele Serviciului Contabilitate al UBB.

5. Membru în colectivul academic al contractului de cercetare aplicativă cu tema „Studiu de piață asupra canalelor de distribuție și comportamentul de consum al populației pentru o serie de produse agroalimentare”, decembrie 2005 – februarie 2006, beneficiar SC. Nervia Consultores SRL. Cluj-Napoca, valoare contract 16.100 RON, conform datelor înregistrate în evidențele Serviciului Contabilitate al UBB.

6. Membru în colectivul academic al contractului de cercetare cu tema „Potențialul pieței centrelor comerciale la nivelul Municipiului Cluj-Napoca”, decembrie 2004 – ianuarie 2005, beneficiar SC. D’Effect Design SRL. Cluj-Napoca, valoare contract 4.600 RON, conform datelor înregistrate în evidențele Serviciului Contabilitate al UBB.

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)

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

14. Membru în comisii profesionale relevante, cu titlu oficial

15. Conferințe invitate internaționale

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

1. Conferința *Marketing from information to decision* - second edition, Universitatea Babeș-Bolyai Cluj-Napoca, Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, Catedra de Marketing, octombrie 2009.

1. **III. Realizare remarcabilă**

(Descrieți într-o manieră cât mai accesibilă (în maximum 1 pagină) cea mai importantă realizare științifică/tehnică/artistică din ultimii 5 ani și impactul acesteia.)

În mod succint, principala realizare științifică este reprezentată de finalizarea cercetării implicate de realizarea tezei de doctorat. Astfel, teza de doctorat cu titlul „Considerații privind strategia și planul de marketing financiar bancar” a presupus dezvoltarea unor propuneri ce implicau concepția unui model viabil de organizarea a activității de marketing pentru băncile din România.

Dificultățile pe care le implica un astfel de demers proveneau din elementele de dezvoltare ce caracterizează piața bancară din România. Astfel, momentul desfășurării cercetării oferea un context în care putem afirma, cu certitudine, că existau posibilități de realizare a unor îmbunătățiri în ceea ce privește activitatea de marketing bancar, pentru a ajunge la nivelul impus de alte sectoare ale economiei și de cerințele mondiale. Aceste îmbunătățiri vizau, în principal, procesul de dezvoltare a unor strategii specifice și de cuprindere a lor în cadrul unui plan de marketing coerent.

În acest context, cercetarea desfășurată își propunea să abordeze problematica dezvoltării strategiei și a planului de marketing bancar având la bază următoarea succesiune:

- Abordarea problematicii organizării sistemului bancar cu scopul evidențierii influențelor pe care aceasta le are asupra modului de determinare a strategiilor și a planului de marketing;
- Prezentarea aspectelor legate de determinarea strategiei, a procesului de planificare strategică precum și descrierea specificului elaborării planului de marketing bancar;
- Caracterizarea principalelor modele de strategii specifice sistemului bancar;
- Evidențierea elementelor de control în fundamentarea și analiza planificării strategice de marketing bancar.

Prin abordarea problemelor enunțate mai sus s-a desprins necesitatea creării unui model de plan de marketing aplicabil unor bănci din România care să pună în valoare aspecte relevante pentru asigurarea succesului băncilor pe piață. Astfel, acesta a fost elaborat ținând cont de specificul pieței românești și cu aplicabilitate pentru o instituție financiară cu o rețea teritorială bine dezvoltată.

Caracterul mulțumitor al acestui demers științific derivă, în primul rând, din finalitatea pe care această cercetare a avut-o și anume implementarea soluțiilor identificate în parteneriat cu două dintre băncile care au susținut cercetarea la momentul derulării acesteia.

Data: 12.03.2010

Semnătura:

Certific validitatea datelor prezentate

Sef de catedră,