



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.	Băcila, Mihai-Florin, Lector
Facultatea, Catedra	Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, Marketing
Domeniul științific	Științe Economice
Adresa paginii web personale	
Adresa e-mail	mihai.bacila@econ.ubbcluj.ro

Criteriul I – Output

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

Băcilă Mihai-Florin, Moiescu Ovidiu Ioan, Tirca Alexandra-Maria, A Study Regarding The Influence Of Business Size On The Availability Of Business Organizations To Develop Alliances With Higher Education Institutions, *Transformations in Business & Economics*, 3(8), 2009, p. 160-177.

Factor de impact: 1,711.

http://apps.isiknowledge.com/full_record.do?product=WOS&search_mode=DaisyOneClickSearch&qid=2&SID=V21KCF1bCeEgM5fDBCc&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=epdate&mh=100&sort=rank>

<http://ideas.repec.org/a/ora/journal/v4y2009i1p556-560.html>

<http://www.doaj.org/doaj?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](#)

Băcilă Mihai-Florin, 12th grade students' behavior in the decision making process of educational choices, *Management&Marketing, Vol 3, no.4 2008, p. 82-91.*

<http://ideas.repec.org/cgi-bin/htsearch?q=bacila&cmd=Search!&form=extended&m=all&ps=10&fmt=long&wm=wr&sp=1&sy=1&wf=4BFF&dt=range&db=&de=>
<http://ideas.repec.org/a/eph/journal/v3y2008i4n6.html>

Chis Alexandru, Lacurezeanu Ramona, Nistor Razvan Liviu, Băcilă Mihai-Florin, *The role of universities in cluster development, BBU case*, 28th Conference on Innovation and Entrepreneurship, The Power of Networking, Univerzitetna knjiznica Maribor, 2008, P. 63-77.

http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1358332

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](#)

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 experiența educațională*, 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

Moisescu Ovidiu Ioan, Băcilă Mihai Florin, Aspects Regarding Branding in the Non-profit Sector, *The Proceedings of the International Conference „The 5th Congress of the Public and Non Lucrative Marketing International Association”*, Cluj-Napoca, 2006, p.228-236

Băcilă Mihai Florin, Moisescu Ovidiu Ioan, Considerations Regarding Marketing in Institutions of Higher Education, *The Proceedings of the International Conference „The 5th Congress of the Public and Non Lucrative Marketing International Association”*, Cluj-Napoca, 2006, p.371-381

Băcilă Mihai-Florin, Gica Oana Adriana, *An Overview Of The Causes, Factors And Advantages Of Strategic Alliances Between Companies And Universities. The Case Of Romania*, Studia Universitatis Babes Bolyai. Oeconomica, 2, 2006, P.53 – 67.

Băcilă Mihai-Florin, POP Nicolae Alexandru, POP Liviu, *Client's Satisfaction Research Premise of Customer Relationship Management*, Studia Universitatis Babes Bolyai. Oeconomica, 2, 2006, P.484 – 494.

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.

Băcilă Mihai-Florin, *Analysis of the Institutions of Higher Education Macroenvironment*, Studia Universitatis Babes Bolyai. Oeconomica, XI, 1, 2005, P.173 – 179.

Băcilă Mihai-Florin, *Critica modelelor de sisteme informationale de marketing existente*, Studia Universitatis Babes Bolyai. Oeconomica, Xlix, Nr. 1, 2004, P.197 – 205.

Băcilă Mihai-Florin, *Conceptul Si Componentele Sistemului Informational De Marketing*, Studia Universitatis Babes Bolyai. Oeconomica, Xlviii, Nr. 2, 2003, P.179 – 185.

Băcilă Mihai-Florin, *Impactul Negativ Al Reclamelor Asupra Consumatorilor*, Studia Universitatis Babes Bolyai. Oeconomica, Xlviii, Nr. 1, 2003, P.201 – 205.

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.

Băcilă Mihai Florin, *Marketingul serviciilor de curierat rapid*, în: Vorzsák Álmos, Pop Marcel Ciprian (coord.), *Marketingul serviciilor. Ramuri și domenii prestatoare*, Alma Mater, Cluj-Napoca, 2006, p. 342-378

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

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

- Îndrumare lucrari de licență (45)
- Îndrumare lucrări de disertație (0)
- Doctoranzi (0)
- Post-doctoranzi (0)

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

- Îndrumare lucrari de licență (0)
- Îndrumare lucrări de disertație (0)
- Doctoranzi (0)
- Post-doctoranzi (0)

7. Membru in comitetul de redacție la reviste ISI

8. Membru in 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)

Marketing educational - elaborarea unui model de sistem informational de marketing pentru domeniul universitar conform standardelor europene in domeniu (150000 RON). MARKETING. Pop Marius Dorel/director, Chis Alexandru/membru echipa , Matis Dumitru/membru echipa , Tiron-Tudor Adriana/membru echipa , Chis George Sebastian/membru echipa , Bako Elena Dana/membru echipa , Varvari Stefana Alexandra/membru echipa , Bacila Mihai Florin/membru echipa , Moiescu Ovidiu Ioan/membru echipa , Nistor Razvan Liviu/membru echipa , Tirca Alexandra-Maria/membru echipa .

Cercetari privind dezvoltarea unui sistem integrat, complex si interactiv de informatii pentru asistarea deciziilor de marketing a;e organizatiilor romanesti in vederea cresterii competitivitatii (200000 RON). ECONOMIE . ECONOMIE DE RAMURA. Pop Marius Dorel/Director, Bacila Mihai Florin/Membru Echipa, Moiescu Ovidiu Ioan/Membru Echipa, Tirca Alexandra-Maria/Membru Echipa, Facultatea De Marketing/Academia De Studii Economice Din Bucuresti/Partener, ITC/Institutul De Tehnica De Calcul ITC SA Din Bucuresti/Partener, Catedra De Marketing/Universitatea De Vest Din Timisoara/Partener, Catedra De Marketing/Universitatea Alexandru Ioan Cuza Din Iasi/Partener .

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

Membru în comitetul de organizare, Conferința internațională „Marketing – from information to decision, 1st Edition”, Romania, Cluj-Napoca, Universitatea Babes-Bolyai. Facultatea de Stiinte Economice si Gestiunea Afacerilor, 2008

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 perioada 2002-2008, mi-am elaborat și finalizat teza de doctorat intitulată "Cercetări de marketing în instituțiile de învățământ superior".

Teza s-a concretizat în crearea unor instrumente de culegere a datelor necesare instituțiilor de învățământ. Rezultatele tezei s-au concretizat în mai multe articole publicate în diferite reviste indexate în baze de date. Mai mult, pe baza experienței acumulate în cadrul pregătirii doctorale, în anul 2009 am publicat un articol într-o revistă indexată ISI conținând o cercetare de marketing privind influența mărimii companiilor asupra disponibilității lor de a dezvolta parteneriate cu universitățile.

Data:

12.03.2010

Semnătura:

Certific validitatea datelor prezentate

Sef de catedră,

Prof. univ. dr. Ioan Plăiaș