



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 CIPRIAN-MARCEL, CONFERENȚIAR
Facultatea, Catedra	Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, Marketing
Domeniul științific	Științe Economice
Adresa paginii web personale	-
Adresa e-mail	marcel.pop@econ.ubbcluj.ro

Criteriaul 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 CNCSIS)

1. Pop Ciprian-Marcel, Rus Ciurea Delia, *Brand Management in the context of implementing the community trademark concept*, Revista Management & Marketing, București, 2009, P.133-144, Index Copernicus, EBSCO, Cabell's Directory, RePEc, http://econpapers.repec.org/article/ephjournal/v_3a4_3ay_3a2009_3ai_3a1_3an_3a8.htm

2. Pop Ciprian-Marcel, Nistor Voicu Cosmin, 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's Directory, Ulrich's, www.ebsco.com.

3. Pop Ciprian-Marcel, Dabija Dan Cristian, Pop Ioan, Covașă Ion, *Brand architecture – A Classification System of Branding Strategies*, Review of Management and Economic Engineering, Cluj-Napoca, 2009, P.165-178, Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO Publishing Business Source, <http://journals.indexcopernicus.com/karta.php?action=masterlist&id=4689>, <http://www.ebscohost.com/thisTopic.php?marketID=1&topicID=399>.

4. Pop Ciprian-Marcel, Maniu Andreea Ioana, Zaharie Monica-Maria, Pop Ioan, *Distribution positioning on Romanian beer market - Ursus model*, International Journal of Business Research, 2009, P.104-114, Cabell's Directories 2003 – 10.

5. Scridon Andrei Mircea, Pop Ciprian-Marcel, Dabija Dan Cristian, *A evaluation of Consumer's preferences in the Cluj-Napoca retail market based on a multinomial logit model*,

Revista Management & Marketing Craiova, 2009, P.69-74, RePEc, DOAJ, CEEOL, www.repec.org.

6. Pop Ciprian-Marcel, Dabija Dan Cristian, Scridon Andrei Mircea, Todt Horst, *Methods of evaluating and auditing events*, European integration new challenges for romanian economy, University of Oradea Publishing House, Editor: Prof. Nicolae Al. Pop PhD, 1582-5450, 2009, P. 798-803, RePEc, DOAJ, <http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2009/v4-management-and-marketing/161.pdf>.

7. Pop Ciprian-Marcel, Radomir Lăcrămioara, Maniu Andreea Ioana, Zaharie Monica-Maria, *Neuromarketing - getting inside the customer's mind*, European integration new challenges for romanian economy, University of Oradea Publishing House, Editor: Prof. Nicolae Al. Pop PhD, 1582-5450, 2009, P. 804-807, RePEc, <http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2009/v4-management-and-marketing/162.pdf>.

8. Pop Ciprian-Marcel, Maniu Andreea Ioana, Zaharie Monica-Maria, Pop Ioan, *Innovative method for beer distribution – the URSUS Breweries case*, IABE-2009 Las Vegas-Annual Conference, International Academy of Business and Economics, Editor: Bhavesh M. Patel, Tahi J. Gnepa, Scott K. Metlen, ISSN: 1932-7498, 2009, P. 253-258, Cabell's Directories 2003 – 10.

9. Scridon Andrei Mircea, Pop Ciprian-Marcel, *A multinomial logit based evaluation of clients preferences in the Cluj-Napoca retail market*, The 4th International Conference on Business Excellence, Infomarket Publishing House, Editor: Constantin Bratianu, Dorin Lixandriou, Nicolae Al. Pop, 978-973-1747-12-5, 2009, P. 106-109,

10. Pop Ciprian-Marcel, Abrudan Ioana Nicoleta, Dabija Dan Cristian, *Considerations on certification services marketing with exemplification in the organic certifications field*, , Revista de Management și Inginerie Economică, Cluj-Napoca, 2008, P. 11-26, Ulrich's Periodicals Directory, Index Copernicus, EBSCO Publishing Business Source, [www.ulrichsweb.com](http://journals.indexcopernicus.com/karta.php?action=masterlist&id=4689), <http://journals.indexcopernicus.com/karta.php?action=masterlist&id=4689>, <http://www.ebscohost.com/thisTopic.php?marketID=1&topicID=399>, http://rmee.amier.org/abstracturi/28/04_Pop,%20Dabija_RO_EN.doc

11. Dabija Dan Cristian, Pop Ciprian-Marcel, *Awareness – Indicator for measuring the equity of a retail brand*, Journal of International Business and Economics, 2008, P.54-61, Cabell's Directories 2003 – 10, Ulrich's International Periodicals, EBSCO Publishing and Cengage, Gale Group Publishing, <http://www.britannica.com/bps/additionalcontent/18/35637519/AWARENESS-INDICATOR-FOR-MEASURING-THE-EQUITY-OF-A-RETAIL-BRAND>, www.iabe.org.

12. Pop Ciprian-Marcel, Plăiaș Ioan, Dabija Dan Cristian, *Awareness Assessment and its Implications on Competition Practice of Retailers*, International Conference on Business Excellence, Todesk, Editor: Bratianu, C., Lixandriou, D., Pop, N. , 2008, Special Issue of Review of Management and Economical Engineering, Volume 7, No. 5, 2008, pp.165-169, ISSN 1583-624X, CNCSIS B+, cod 79, indexată Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO Publishing Business Source, <http://journals.indexcopernicus.com/karta.php?action=masterlist&id=4689>, <http://www.ebscohost.com/thisTopic.php?marketID=1&topicID=399>,

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

1. Pop Ciprian-Marcel, Pop Ioan, Maniu Andreea Ioana, Zaharie Monica-Maria, *The Need for Renewing the Distribution Strategy in Time of Crises - The Ursus Case*, Marketing from information to decision - second edition, Risoprint, Editor: Ovidiu I. Moisescu, Ioan Plaias, Marius D. Pop, 2009, P. 355-364

2. Pop Ciprian-Marcel, Dabija Dan Cristian, *Opportunities to penetrate the real estate market in Cluj-Napoca—analyzing the profile of the residential real estate customer*, Marketing - from information to decision, Alma Mater, Editor: Marius D. Pop, 2008, P. 303-316.

3. Pop Ciprian-Marcel, Maniu Andreea Ioana, Zaharie Monica-Maria, *Precision Marketing in services sector*, Marketing - from information to decision, Alma Mater, Editor: Marius D. Pop, Ovidiu I. Moisescu, 2008, P. 317-328
4. Pop Ciprian-Marcel, Rus Ciurea Delia, Radomir Lăcrămioara, *Brand Management and the Consequences of Adhering to the Community Brand*, Entrepreneurship and Economic Growth, Abel, Editor: Annamaria Benyovski, Stefan Pete, 2008, P. 120-125
5. Pop Ciprian-Marcel, Radomir Lăcrămioara, *Consideratii asupra conceptului de Neuromarketing*, Studii si Cercetari Economice, Cluj-Napoca, 2008, P.340-348.
6. Pop Ciprian-Marcel, Radomir Lăcrămioara, *The employee orientation - premise for developing competitive advantage*, Leadership and Organizational Culture, Risoprint, 2008, P. 167-171
7. Dabija Dan Cristian, Pop Ciprian-Marcel, Pop Nicolae Al., *Perception analysis of Romanian Consumers over different retail concepts – methodological consideration*, Competitiveness and European Integration, Alma Mater, Editor: Ioan Plăiaș, Raluca Comiati, 2007, P. 53-59
8. Pop Ciprian-Marcel, Nistor Voicu Cosmin, *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.
9. Pop Ciprian-Marcel, Pop Ioan, *Value-Driven Sales Management at Ursus Breweries*, vol. Strategic Leadership in the Context of Globalization and Regionalization, 2006, ISSN 1220-0506, Studia Universitatis Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, pag. 590-601.
10. Pop Ciprian-Marcel, Pop Ioan, *Building a Business Network – An Appropriate Solution in a Hypercompetitive Market*, acceptat pentru publicare în volumul Conferinței The New Frontiers of Europe – international, inter-ethnic and inter-confessional relations, Universitatea Babeș-Bolyai Cluj-Napoca, Facultatea de Studii Europene, aprilie 2006.
11. Pop Ciprian-Marcel, Pop Ioan, *Experience Distribution Network – The Case of Ursus Breweries Company*, vol. Economy and Management of Networks (CD), 2005, Corvinus University, Budapesta, Ungaria.
12. Pop Ciprian-Marcel, *Precision Marketing*, vol. The Impact of European Integration on the National Economy – Marketing section, 2005, ISBN 973-751-083-6, Risoprint, Cluj-Napoca, pag. 271-278.

5. Cărți științifice publicate în edituri internaționale

6. Cărți științifice publicate în edituri naționale acreditate

1. Pop Ciprian-Marcel, Dabija Dan Cristian, *Târgurile și expozițiile instrumente moderne de marketing*, Risoprint, Cluj-Napoca, 2009, ISBN 978-973-53-0045-6 (219 pagini, din care 174 apart propriu).
2. Plăiaș Ioan (coord.), Buiga Anuța, Comiati Raluca, Mureșan Anca, Nistor Voicu Cosmin, Pop Ciprian-Marcel, *Cercetări de marketing*, Risoprint, Cluj-Napoca, 2008, ISBN 978-973-751-764-7 (660 pagini, din care 110 apart propriu).
3. Vorzsak Almos (coord.), Pop Marius D., Paina Nicoleta, Pop Ciprian-Marcel, Szego Iosif, *Marketingul Serviciilor – Probleme de ansamblu ale terțiarului*, Alma Mater, Cluj-Napoca, 2006, ISBN 973-7898-49-4 (326 pagini, din care 77 apart propriu)
4. Vorzsak Almos, Pop Ciprian-Marcel (coordonatori), Paina Nicoleta, Nistor Voicu Cosmin, 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 60 apart propriu)
5. Pop Ciprian-Marcel (coord.), Ciușa Cristina, Beju Daniela, Paina Racolța Nicoleta, Nistor Voicu Cosmin, 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 53 apart propriu).

6. Vorzsak Almos, Pop Marius D., Paina Nicoleta, Pop Ciprian-Marcel, Szego Iosif, *Marketing în Terțiar*, Alma Mater, Cluj-Napoca, 2005, ISBN 973-7898-13-3 (316 pagini, din care 54 aport propriu).

7. Pop Ciprian-Marcel, *Implicațiile pieței asupra planificării strategice de marketing*, Risoprint, Cluj-Napoca, 2005, ISBN 973-656-839-3 (184 pagini).

8. Pop Ciprian-Marcel, *Târgurile și expozițiile în contextul marketingului*, Risoprint, Cluj-Napoca, 2005, ISBN 973-656-876-8 (170 pagini).

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 Comiați, Anca Mureșan, Voicu Cosmin Nistor, **Marcel C. Pop**, Asociația Facultăților de Economie din România, 2008.
2. Medalia Jubileu ASE București, *1971-2001 - 30 de ani de Învățământ Superior de Marketing în România*, Academia de Studii Economice București, 2001.

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

- Îndrumare lucrări de licență (număr lucrări susținute) - 30
- Îndrumare lucrări de disertație (număr lucrări susținute) - 15
- Doctoranzi (lista nominală a doctoranzilor înmatriculați resp. lista nominală a tezelor susținute)
- 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.

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

1. Coordonator instituțional din partea Universității Babeș-Bolyai Cluj-Napoca pentru proiectul, *“Centru Pilot integrat pentru initierea și sprijinirea afacerilor, în scopul creșterii competitivității economiei românești în condițiile aderării la Uniunea Europeană și a dezvoltării durabile”*, 2008, valoare 275000 RON, finanțat prin POSDRU, Axa prioritară 3, Domeniul major 3.1 Promovarea culturii antreprenoriale, Componenta “Fii întreprinzător”, solicitant principal ASE București, Facultatea de Marketing.

2. Coordonator instituțional din partea Universității Babeș-Bolyai Cluj-Napoca pentru *“Programul de formare continuă a personalului Companiei de Apă Someș SA. Cluj-Napoca”*, în colaborare cu DHV Water BV Olanda, filiala Cluj-Napoca, în cadrul proiectului “Reabilitarea și modernizarea sistemului de alimentare cu apă potabilă și canalizare pentru zona Cluj”, (Măsura ISPA: 2000/RO/16/P/PE/008). În perioada iunie 2005 – septembrie 2006 s-au pregătit circa 65 de angajați ai Companiei de Apă Someș SA. Cluj-Napoca, volumul veniturilor la universitate fiind de 7.600 RON, conform datelor înregistrate în evidențele Serviciului Contabilitate al UBB.

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

1. Directorul contractului de servicii educaționale (instruire și training) 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.

2. Coordonator instituțional din partea Universității Babeș-Bolyai Cluj-Napoca pentru *“Programul de formare și calificare a agenților imobiliari”*, în colaborare cu Uniunea Națională a Agențiilor Imobiliare filiala Cluj, program acreditat de Ministerul Educației și Cercetării, Ministerul Muncii și Solidarității Sociale și Consiliul Național al Formării Profesionale a Adulților. În perioada octombrie 2003 – ianuarie 2008 s-au pregătit peste 500 de agenți imobiliari, volumul veniturilor la universitate fiind de 107.600 RON, conform datelor înregistrate în evidențele Serviciului Contabilitate al UBB.

3. Directorul 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 13.520 RON, conform datelor înregistrate în evidențele Serviciului Contabilitate al UBB.

4. Directorul contractului de cercetare aplicativă 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

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

14. Membru în comisii profesionale relevante, cu titlu oficial

1. Referent științific în Comisia de Evaluare a Tezei de Doctorat cu titlul *Capoeira – suport de marketing și relații publice pentru promovarea spectacolului sportiv de loisir*, doctorand lect. Iulian DUMITRU, conducător științific prof. dr. Ștefan Prutianu, Universitatea Al. I. Cuza Iași, 2009.

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.

2. **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.)

Voi prezenta succint principalele particularități ale unui proiect cu finanțare internațională, pe care îl coordonez în calitate de responsabil instituțional din partea Universității Babeș-Bolyai Cluj-Napoca. Proiectul, cu titlul „*Centru pilot integrat pentru inițierea și sprijinirea afacerilor, în scopul creșterii competitivității economiei românești în condițiile aderării la Uniunea Europeană și a dezvoltării durabile*”, a fost scris în cadrul unei runde de finanțare a Programului Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane, Axa prioritară 3 - Creșterea adaptabilității lucrătorilor și a întreprinderilor, Domeniul major de intervenție 3.1 - Promovarea culturii antreprenoriale.

Proiectul propus va fi implementat la nivel național, fiind realizat de un consorțiu care include 4 universități publice, o cameră de comerț și industrie, cu activitate în domeniul susținerii și promovării IMM-urilor și microîntreprinderilor, respectiv un institut de cercetare și proiectare informatică, organizat ca și IMM.

Obiectivul general al proiectului constă în realizarea unui set vast de activități menite să promoveze și să asiste inițierea și activitatea microîntreprinderilor și IMM-urilor din România, în special în rândul tinerilor, în condițiile specifice ale Societății Cunoașterii și ale principiilor dezvoltării durabile, asigurând României o creștere a competitivității pe piața Uniunii Europene, pe termen lung. Grupurile țintă vizate de proiect includ angajați, manageri de microîntreprinderi și IMM-uri, întreprinzători și persoane care doresc să inițieze o activitate independentă (în primul rând studenți).

Proiectul propus este necesar deoarece are un grad de noutate semnificativ față de serviciile existente, oferind o soluție completă pentru dezvoltarea sau inițierea de afaceri (inclusiv online): prin centrele-pilot de la nivelul universităților participante, ce acoperă regiunile istorice ale țării și vor oferi asistență în inițierea și dezvoltarea afacerilor; prin programe de training și informare cu participare largă și gratuită; prin implementare unui serviciu inovator pentru susținerea culturii antreprenoriale, sub forma unui Centru-pilot de asistență online, accesibil gratuit și permanent. Proiectul propus are un caracter interdisciplinar și complex, ceea ce face ca și metodologia de implementare să se bazeze pe tehnici, modele și instrumente variate și complexe.

Așadar, pornind de la faptul că creșterea adaptabilității forței de muncă și întreprinderilor este o necesitate, proiectul abordează majoritatea problemelor cheie ale IMM-urilor, așa cum sunt ele definite în Planul Național de Dezvoltare. Antreprenorii trebuie să fie mai bine pregătiți, pentru a putea răspunde mai bine cererii crescute de locuri de muncă de calitate, atât pentru lucrători, cât și pentru angajatori, în contextul unor noi forme de muncă, al unei utilizări sporite a tehnologiei informației și comunicării. Promovarea culturii antreprenoriale prin sprijinul acordat educației inițiale și formării profesionale continue, reprezintă o soluție importantă pentru contracararea efectelor negative ale ajustării structurale și ale procesului de restructurare a economiei, generând alternative economice și sociale și îmbunătățirea situației economice a grupurilor sociale vulnerabile.

Data: 11.03.2010

Semnătura:

Certific validitatea datelor prezentate

Sef de catedră,