

Instituția de învățământ superior: **Academia de Studii Economice București**
 Facultatea: **Marketing**
 Departamentul: **Marketing**
 Poz. Postului: **123** Disciplina postului: **Marketing**
 Domeniul: **Marketing**

Fișa de verificare a îndeplinirii standardelor pentru ocuparea postului de ASISTENT UNIVERSITAR pe perioadă nedeterminată

publicat în Monitorul Oficial al României nr. 569 din 28.04.2017,

Candidat: **Munteanu Claudiu-Cătălin** Data nașterii: **16.03.1987**
 Instituția: **Academia de Studii Economice București**

1. Studiile universitare de licență

Nr. crt.	Instituția de învățământ superior și facultatea absolvită	Domeniul	Perioada	Titlul acordat
1.	A.S.E. București / Facultatea de Marketing	Marketing	2006-2009	Licențiat în științe economice

2. Studiile universitare de masterat

Nr. crt.	Instituția de învățământ superior și programul de masterat absolvit	Domeniul	Perioada	Titlul acordat
1.	A.S.E. București Managementul Marketingului	Marketing	2009-2011	Master

3. Studiile de doctorat

Nr. crt.	Instituția organizatoare de doctorat	Domeniul	Perioada	Titlul științific acordat
1.	A.S.E. București	Marketing	2011-2015	Doctor în marketing

4. Studii și burse postdoctorale (stagii de cel puțin 6 luni)

Nr. crt.	Țara/ instituția	Domeniul / specializarea	Perioada	Tipul de bursă
1.	-	-	-	-

5. Grade didactice/profesionale

Nr. crt.	Instituția	Domeniul	Perioada	Titlul/postul didactic sau gradul profesional
1.	A.S.E. București	Marketing	2011-2015	Cadru didactic asociat

6. Realizările profesional-științifice

În vederea dovedirii îndeplinirii standardelor minimale necesare și obligatorii pentru conferirea titlului didactic de asistent universitar, realizările profesional-științifice se vor structura conform Anexei 2 la Metodologia de ocupare a posturilor vacante din ASE aferentă domeniului științific al postului scos la concurs.

Data

Candidat,
Munteanu Claudiu-Cătălin

.....

**STANDARDE MINIMALE NECESARE ȘI OBLIGATORII PENTRU CONFERIREA
TITLURILOR DIDACTICE DIN ÎNVĂȚĂMÂNTUL SUPERIOR ȘI A GRADELOR
PROFESIONALE DE CERCETARE – DEZVOLTARE
(FIȘA DE VERIFICARE A REALIZĂRILOR PROFESIONAL-ȘTIINȚIFICE)**

<i>Activitatea didactică și profesională (A1)</i>

Total punctaj A1 (punctaj acordat + punctaj suplimentar): 0

<i>Activitatea de cercetare (A2)</i>			
2.1. Articole care prezintă contribuții științifice originale, in extenso, publicate de candidat ca autor sau coautor, în reviste cotate ISI sau BDI			
2.1.1. Articol care prezintă contribuții științifice originale, in extenso, publicat într-o revistă cotată ISI cu factor de impact mai mare ca 0 indexate în Science Citation Index – expanded și Social Sciences Citation Index			
<i>Referința bibliografică aferentă fișei de lucrări (Anexa 3)</i>	<i>Număr autori</i>	<i>Punctaj acordat (pi)</i>	<i>Punctaj suplimentar(ps)</i>
Ri1. Florea, Dorian Laurențiu, Munteanu Claudiu-Cătălin & Poștoacă, Alexandra Elena (2016). Integrating risk literacy into brand management. <i>Review of International Business and Strategy</i> , vol. 26(2), p. ISSN: 2059-6014 indexat in EBSCO, Cabell's Directories, Scopus, Inspec, Gale. Dovada: Anexa 6	3	8/3=2.66p	***
Ri4. Munteanu Claudiu-Cătălin , Florea Dorian-Laurențiu, Pagalea Andreea (2014), <i>The effects of faulty or potentially harmful products on brand reputation and social responsibility of business</i> , Amfiteatru Economic, vol. 16(35), p. 58-72, ISSN: 2247-9104, cotația CNCS: categoria A, indexat în: ISI Social Sciences citation index (FI 2014: suspendat), Ebsco, Scopus, Proquest, Doaj, Econlit, Repec, UlrichsWeb Global Serials Directory, Socionet, Cabell's Directories, GIF. Dovada: Anexa 6	3	8/3=2.66p	***
2.1.2. Articol care prezintă contribuții științifice originale, in extenso, publicat într-o revistă indexată de cel puțin 2 din bazele de date internaționale recunoscute			
<i>Referința bibliografică aferentă fișei de lucrări (Anexa 3)</i>	<i>Număr autori</i>	<i>Punctaj acordat (pi)</i>	<i>Punctaj suplimentar(ps)</i>
Ri2. Munteanu Claudiu-Cătălin (2015), <i>Brand extensions differentiation: implications for strategy</i> , vol. 1(1/2015), p. 115-119 ISBN: 976-606-505-897-2, cotația CNCS: categoria B+, indexat în Repec, EconPapers, EBSCO, Cabell's Directories, Index Copernicus, Google scholar.	1	6p	
Ri3. Munteanu Claudiu-Cătălin (2014), <i>Competitive differentiation through brand extensions in the era of hyper competition</i> , The Romanian Economic Journal, vol.18(55), pp. 59-71, ISSN: 2286-2056, cotația CNCS: categoria B+, indexat în: RePec, EconLit, Ebsco Host, Cabell's Directories, Scirus, Doaj, Ulrichs Periodicals Director, J-Gate, Index Copernicus, VBU	1	6p	

Ri5. Munteanu Claudiu-Cătălin , Pagalea Andreea (2014), <i>Brands as a mean of consumer self-expression and desired personal lifestyle</i> , Procedia - Social and Behavioral Sciences, vol. 109, pp. 103-107, ISSN: 1877-0428; indexat în: ISI Thompson Conference Proceedings Citation Index, Scopus, Science Direct	2	6/2=3p	
Ri6. Florea Dorian-Laurențiu, Munteanu Claudiu-Cătălin (2014), <i>Radical brand extensions and consumer profile - a new perspective on innovation and consumer innovativeness</i> , Procedia - Social and Behavioral Sciences, vol. 109, pp. 108-112, ISSN: 1877-0428, indexat în: Thompson Reuters Conference Proceedings Citation Index, Scopus, Science direct	2	6/2=3p	
Ri7. Munteanu Claudiu-Cătălin , Pagalea Andreea, Cristea Adina (2014), <i>A holistic approach on internal marketing implementation</i> , Business Management Dynamics, vol.3(11), pp. 9-17, ISSN: 2047-7031, indexat în: Ebsco Host, Cabell's Directories, Scirus, Doaj, UlrichsWeb Global Serials Directory, J-Gate, Index Copernicus, ZDB, WorldCat	3	6/3=2p	
Ri8. Munteanu Claudiu-Cătălin (2014), <i>Brand extensions positioning guidelines for competitive differentiation</i> , Business Management Dynamics, vol.4(4), pp. 19-26, ISSN: 2047-7031, indexat în: Ebsco Host, Cabell's Directories, Scirus, Doaj, UlrichsWeb Global Serials Directory, J-Gate, Index Copernicus.	1	6p	
Ri9. Ploscaru Claudia-Cristina, Munteanu Claudiu-Cătălin , Florea Dorian-Laurențiu (2014), <i>The implementation of corporate governance into brand management</i> , SEA - Practical Application of Science, vol.2(3), pp.527-532, ISSN:2360-2554, cotația CNCS: categoria B+,indexat în: RePec, Econpapers, Ulrichs Periodicals Director, EbscoHost, ScienceCentral, EuroInternet, Index Copernicus	3	6/3=2p	
Ri10. Munteanu Claudiu-Cătălin , Pagalea Andreea (2012), <i>A model for assessing the influence of lifestyle on brand equity</i> , "Ovidius" University Annals - Economic Sciences Series, vol. 12(2), pp. 226-231, ISSN: 2393-3127, cotația CNCS: categoria B+, indexat în: Ebsco Host, Cabell's Directories, Repec, Doaj, UlrichsWeb Global Serials Directory, J-Gate, ErihPlus	2	6/2=3p	
Ri11. Florea Dorian-Laurențiu, Munteanu Claudiu-Cătălin (2012), <i>A risk-based brand equity model</i> , Revista Economică, Supplement no. 3/2012, pp. 157-163, ISSN: 1582-6260, cotația CNCS: categoria B+, indexat în: RePec, Ebsco Host, DOAJ, UlrichsWeb Global Serials Directory	2	6/2=3p	
Ri12. Munteanu Claudiu-Cătălin , Florea Dorian-Laurențiu (2012), <i>A critical analysis of brand equity evaluation methods</i> , Revista Economică, Supplement no. 3/2012, pp. 254-260, ISSN: 1582-6260, cotația CNCS: categoria B+ indexat în: RePec, Ebsco Host, DOAJ, UlrichsWeb Global Serials Directory	2	6/2=3p	
Ri13. Munteanu Claudiu-Cătălin (2011), <i>The effect of the economic crisis on the value of global brands</i> , "Ovidius" University Annals - Economic Sciences Series, vol. 11(2), pp. 879-883, ISSN: 2393-3127, cotația CNCS: categoria B+ indexat în: Ebsco Host, Cabell's Directories, Repec, Doaj, Ulrich's Web	1	6p	

2.1.3. Articole / studii publicate în volumele conferințelor indexate ISI Proceedings sau internaționale desfășurate în țară sau străinătate (cu ISSN sau ISBN)					
<i>Referința bibliografică aferentă fișei de lucrări (Anexa 3)</i>	<i>Număr autori</i>	<i>Punctaj acordat (pi)</i>	<i>Punctaj suplimentar(ps)</i>		
Vi1. Florea Dorian-Laurențiu, Munteanu Claudiu-Cătălin (2012), <i>Managing brand equity risk: an evaluation model</i> . Proceedings of 2012 International Conference on Applied Business and Economics, ISSN:1108-2976, susținut la conferința: "International Conference of Applied Business and Economics 2012" (ICABE - 2012), 11-13 octombrie 2012, Nicosia – Cyprus	2	4/2=2p			
2.2. Proprietate intelectuală, brevete de invenție și inovație, etc					

2.3. Granturi/proiecte câștigate prin competiție					
2.3.1. Director/ responsabil					

2.3.2. Membru în echipă					
Autoritatea contractantă și titlul proiectului	Calitatea Perioada (Il..an)	Valoare finanțare (RON)	Tip	Punctaj acordat (pi)	Punctaj suplimentar(ps)
Academia Română - Proiect "Rute de excelență academică în cercetarea doctorală și post-doctorală Contract POSDRU/159/1.5/S/137926	Membru aug 2014 Sep 2015 (Anexa 7)	26.400	național	5p	10p
Condiții minime asistent universitar: minim 15 puncte					
Total punctaj A2 (punctaj acordat + punctaj suplimentar): 55.33 + 10 = 65.33p					

Recunoașterea și impactul activității (A3)		
3.1. Citări în reviste cărți și reviste ISI/BDI		
3.1.1 Citări în reviste ISI cu factor de impact/5 ani > 0.25		
Referința citată și articolul care citează	Punctaj acordat (pi)	Punctaj suplimentar(ps)
Ci1. Munteanu Claudiu-Cătălin , Pagalea Andreea (2014). <i>Brands as a mean of consumer self-expression and desired personal lifestyle</i> , Procedia - Social and Behavioral Sciences, vol. 109, pp. 103-107, ISSN: 1877-0428; indexat în: Thompson Reuters Conference Proceedings Citation Index, Scopus, Science Direct	7.5p	***
Citat în: Ci1.5. Watkins Leah, Aitken Robert, Robertson Kirsten, Thyne Maree & Williams John (2016). Advertising's impact on pre-schoolers' brand knowledge and materialism. <i>International Journal of Consumer Studies</i> , vol. 40(5), pp.583-591. ISSN: 1470-6431, indexat în ISI Web of Science (FI 2015: 1.086, FI - 5 ani 2015: 0.648) ProQuest, Cabell's Directories, CABI, IFIS, APA, T&F		

<p>Ci2. Munteanu Claudiu-Cătălin, Florea Dorian-Laurențiu, Pagalea Andreea (2014). <i>The effects of faulty or potentially harmful products on brand reputation and social responsibility of business</i>, Amfiteatru Economic, vol. 16(35), pp. 58-72, ISSN: 2247-9104, cotația CNCS: categoria A, indexat în: ISI Social Sciences citation index (FI 2014: suspendat), EBSCO, Scopus, ProQuest, DOAJ, Econlit, RePEc, UlrichsWeb Global Serials Directory, Socionet, Cabell's Directories</p> <p>Citat în: Ci2.4. Dabija Dan-Cristian, Dinu Vasile, Tăchiciu Laurențiu & Pop Ciprian-Marcel (2014). <i>Romanian consumers' behaviour towards counterfeit products</i>, Transformations in Business & Economics, vol. 13(2/32), pp.124-143, ISSN: 1648-4460, indexat în ISI Web of Science (FI 2014: 0.374, FI - 5 ani 2014: 0.75), EBSCO, Econlit, SCOPUS, Cabell's Directory.</p>	7.5p	***
3.1.2. Citări în reviste ISI cu factor de impact/5 ani < 0.25		

3.1.3. Citări în reviste BDI		
Referința citată și articolul care citează	Punctaj acordat (pi)	Punctaj suplimentar(ps)
<p>Ci1. Munteanu Claudiu-Cătălin, Pagalea Andreea (2014). <i>Brands as a mean of consumer self-expression and desired personal lifestyle</i>, Procedia - Social and Behavioral Sciences, vol. 109, pp. 103-107, ISSN: 1877-0428; indexat în: Thompson Reuters Conference Proceedings Citation Index, Scopus, Science Direct.</p> <p>Citat în: Ci1.3. Bozga Narcis Alexandru & Cristea Adina (2016). <i>Defining primary brand associations for the strategic positioning of certified organic products</i>. International Journal of Sustainable Economies Management (IJSEM), vol. 5(3), pp. 37-50, ISSN: 2160-9659, indexat în: Scopus, Google Scholar, RePEc, ProQuest</p> <p>Ci1.4. Hibic Sulejman & Poturak Mersid (2016), <i>Impact of a brand on consumer decision-making process</i>. European Journal of Economic Studies, vol. 17(3), pp. 405-4014. ISSN: 2304-9669, indexat în EBSCO, OAJI, DOAJ.</p> <p>Ci1.6. Escobar Andrea (2016). <i>The impact of the digital revolution in the development of market and communication strategies for the luxury sector (fashion luxury)</i>. Central European Business Review, vol. 5(2), pp.17-36, ISSN: 1805-4854, indexat în: EBSCO, DOAJ, Repec, ProQuest, Cabell's Directories, EconLit, Google Scholar, IndexCopernicus, EZB, CBI.</p> <p>Ci1.7. Bozga Ion, Bozga Alexandru Narcis, Nijloveanu Daniel, Tiță Victor, Cruceru Corina & Gheorghe Nicoleta (2016). <i>The role of agricultural consultancy in developing branding strategies for traditional Romanian brands</i>. Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development, vol. 16(2), pp. 37-42, ISSN: 2284-7995, indexat în: DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, Scipio, WorldCat, Google Scholar, CABI.</p> <p>Ci1.8. Shanmugan Joghee & Anil Roy Dube (2016). <i>Brand image and reflections: an empirical study in UAE with car buyers of UAE nationals</i>, International Journal of Economics, Commerce and Management, vol. 4(3), pp. 401-414, ISSN: 2348-0386, indexat în Cabell's Directories, Ulrich's WEB Global Serials, J-Gate, OAJI, World Cat, DOAJ, Advance Science Index, Cite Factor, EZB, Sherpa.</p>	2x17=34p	***

Ci1.10. Azam, A., Shoaib, M., Mohayuddin, A. & Ramzan, N. (2016). *Relationship among consumer behavior, purchasing power and brand selection*. Science International, vol. 28(1), pp. 705-708, ISSN: 1013-5316, indexat în: EBSCO, Ulrich's Periodicals Directory.

Ci1.11. Amaidas Shayna & Chiweshe Nigel (2015). *Youth consumer behaviour: a case of beauty product consumption*. Journal of Social Sciences, vol. 43(1), pp. 1-8, ISSN: 0971-8923, indexat în ProQuest, DOAJ, Pais, Ebsco Host.

Ci1.12. Isik Abdurrahman & Yasar Mehmet Fatih (2015). *Effects of brand on consumer preferences: a study in Turkmenistan*, Eurasian Journal of Business and Economics, vol. 8(16), pp. 139-150, ISSN: 1694-5972, indexat în: Cabell's Directories, DOAJ, Econlit, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO.

Ci1.13. Florea Dorian-Laurențiu (2015). *A theory of consumer's perceived risk under the halo effect*. Management and Marketing Journal, vol. 13(1), pp. 205-215. ISSN: 1841-2416, indexat în EBSCO, RePEc, Cabell's Directories, DOAJ, Index Copernicus.

Ci1.14. Florea Dorian-Laurențiu (2015). *The relationship between branding and diffusion of innovation: a systematic review*. Procedia Economics and Finance, vol. 23, pp. 1527-1534. ISSN: 2212-5671, indexat în: Thompson Reuters Proceedings Citation Index, Scopus, Science Direct.

Ci1.15. Ruane Lorna & Wallace Elaine (2015). *Brand tribalism and self-expressive brands: social influences and brand outcomes*. Journal of Product & Brand Management, vol. 24(4), pp. 333-348. ISSN:1061-0421, indexat în Scopus, Cabell's Directory, Red Cube, FNGE, ABS, Zetoc.

Ci1.16. Cristea Adina, Căpățînă Gabriela & Stoenescu Roxana-Denisa (2015). *Country-of-origin effects on perceived brand positioning*, Procedia Economics and Finance, vol. 23, pp. 422-427. ISSN: 2212-5671, indexat în: Thompson Reuters Proceedings Citation Index, Scopus, Science Direct.

Ci1.17. Sayed Ahmad M. Sarwary & Iffat S. Chaudhry (2015). *Role of private and social self-congruence in consumer's purchase intentions- Pakistani vs. Omani market*. Middle East Journal of Management, vol. 2(4), pp. 312-329. ISSN: 2050-3644, indexat în Cabell's Directories, Gale, Google Scholar.

Ci1.18. Gilli Monica (2015). *L'identità di un sistema organizzativo: riflessioni sul brand*. Sociologia e Ricerca Sociale. vol. 108, pp.137-155, ISSN: 1121-1148, indexat în DOAJ, IBZ online, International Political Science, Political Science Complete, Sociology database online.

Ci1.19. Milovanović Dragana (2014). *Spokespersons in media campaigns of non-profit organizations*. Marketing, vol. 45(4), pp. 312-318. ISSN: 0354-3471, indexat în EBSCO Ulrich's Periodicals Directory, DOAJ, Cabell's Directories.

Ci1.20. Cristea Adina (2014). *Positioning strategies for obtaining and sustaining competitive advantage*. International Journal of Economic Practices and Theories, vol. 4(5), pp. 894-902. ISSN: 2247 – 7225, indexat în RePEc, DOAJ, Cabell's Directories, EBSCO, Index Copernicus, World Cat, Econpapers, Ideas, EBSCO, Scirus, ISeek, New Jour, Science Central.

<p>Ci1.21. Florea Dorian-Laurențiu (2014). <i>The formation of consumers' perceived risk and risk aversion in the context of innovation adoption: a qualitative research</i>, Network Intelligence Studies, vol. 2(2), pp. 223-231, ISSN-L: 2344-1712, cotația CNCS: categoria B+, indexat în RePEc, DOAJ, EconPapers, EBSCO, Index Copernicus, New Jour, Ulrich's Periodicals Directory.</p>		
<p>Ci2. Munteanu Claudiu-Cătălin, Florea Dorian-Laurențiu, Pagalea Andreea (2014). <i>The effects of faulty or potentially harmful products on brand reputation and social responsibility of business</i>, Amfiteatru Economic, vol. 16(35), pp. 58-72, ISSN: 2247-9104, cotația CNCS: categoria A, indexat în: ISI Social Sciences citation index (FI 2014: suspendat), EBSCO, Scopus, ProQuest, DOAJ, Econlit, RePEc, UlrichsWeb Global Serials Directory, Socionet, Cabell's Directories, GIF.</p> <p>Citat în:</p> <p>Ci2.1. Mitra Crișan Cătălina, Dabija Dan-Cristian & Dinu Vasile (2015). <i>Social entrepreneurship in Romania: significance and models</i>. Montenegrin Journal of Economics, vol. 11(2), pp. 65-77, ISSN: 1800-6698, indexat în: Cabell's Directories, DOAJ, RePEc, New Jour, Scirus, EBSCO.</p> <p>Ci2.2. Cristea Adina, Căpățină Gabriela & Stoenescu Roxana-Denisa (2015). <i>Country-of-origin effects on perceived brand positioning</i>, Procedia Economics and Finance, vol. 23, pp. 422-427. ISSN: 2212-5671, indexat în: Thompson Reuters Proceedings Citation Index, Scopus, Science Direct.</p> <p>Ci2.3. Căpățină Gabriela (2014). <i>New product launch: a critical review and research directions</i>. International Journal of Economic Practices and Theories, vol. 4(5), pp. 607-621. ISSN: 2247-7225, indexat în RePEc, DOAJ, Cabell's Directories, EBSCO, Index Copernicus, World Cat, Econpapers, Ideas, EBSCO, Scirus, ISeek, New Jour, Science central, OCLC.</p> <p>Ci2.5. Cristea Adina (2014). <i>Positioning strategies for obtaining and sustaining competitive advantage</i>. International Journal of Economic Practices and Theories, vol. 4(5), pp. 894-902. ISSN: 2247 – 7225, indexat în RePEc, DOAJ, Cabell's Directories, EBSCO, Index Copernicus, World Cat, Econpapers, Ideas, EBSCO, Scirus, ISeek, New Jour, Science Central.</p>	4x2=8p	
<p>Ci3. Munteanu Claudiu-Cătălin, Pagalea Andreea, Cristea Adina (2014). <i>A holistic approach on internal marketing implementation</i>, Business Management Dynamics, vol. 3(11), pp. 9-17, ISSN: 2047-7031, indexat în: Ebsco Host, Cabell's Directories, Scirus, DOAJ, UlrichsWeb Global Serials Directory, J-Gate, Index Copernicus, ZDB, WorldCat.</p> <p>Citat în:</p> <p>Ci3.2. Dončić Dalibor, Perić Nenad & Prodanovic Radivoj (2015). <i>Holistic marketing in the function of competitiveness of the apple producers in Bosnia and Herzegovina</i>, Ekonomika Poljoprivrede (Economics of Agriculture), vol. 62(2), pp. 309-323, ISSN: 0352-3462, indexat în Index Copernicus, NewJour, EBSCO, ProQuest, Econlit, Ulrich's Periodicals.</p>	2p	
<p>Ci4. Munteanu Claudiu-Cătălin (2014). <i>Competitive differentiation through brand extensions in the era of hyper competition</i>, The Romanian Economic Journal, vol.18(55), pp. 59-71, ISSN: 2286-2056, cotația CNCS: categoria B+, indexat în: RePEc, EconLit, Ebsco Host, Cabell's Directories, Scirus, DOAJ, Ulrichs Periodicals Director, Index Copernicus.</p>	2p	

<p>Citat în: Ci4.1. Butcher, L., Tang, Y., & Phau, I. (2016). <i>Pawning n00bs: Insights into perceptions of brand extensions of the video game industry</i>. Australasian Marketing Journal (AMJ). Published ahead of print doi: 10.1016/j.ausmj.2016.11.008, indexat în Science Direct, Scopus, PsycInfo.</p>		
<p>Ci5. Florea Dorian-Laurențiu, Munteanu Claudiu-Cătălin (2012). <i>A risk-based brand equity model</i>, Revista Economică, Supplement no. 3/2012, pp. 157-163, ISSN: 1582-6260, cotația CNCS: categoria B+, indexat în: RePEc, Ebsco Host, DOAJ, UlrichsWeb Global Serials Directory.</p> <p>Citat în: Ci5.1. Căpățină Gabriela (2014). <i>New product launch: a critical review and research directions</i>. International Journal of Economic Practices and Theories, vol. 4(5), pp. 607-621. ISSN: 2247-7225, indexat în RePEc, DOAJ, Cabell's Directories, EBSCO, Index Copernicus, World Cat, Econpapers, Ideas, EBSCO, Scirus, ISeek, New Jour, Science central, OCLC.</p>	2p	
<p>Ci6. Munteanu Claudiu-Cătălin (2011). <i>The effect of the economic crisis on the value of global brands</i>, "Ovidius" University Annals - Economic Sciences Series, vol. 11(2), pp. 879-883, ISSN: 2393-3127, cotația CNCS: categoria B+, indexat în: Ebsco Host, Cabell's Directories, RePEc, DOAJ, UlrichsWeb Global Serials Directory, J-Gate, ErihPlus.</p> <p>Citat în: Ci6.1. Florea Dorian-Laurențiu (2015). <i>The relationship between branding and diffusion of innovation: a systematic review</i>. Procedia Economics and Finance, vol. 23, pp. 1527-1534. ISSN: 2212-5671, indexat în: Thompson Reuters Proceedings Citation Index, Scopus, Science Direct.</p> <p>Ci6.2. Florea Dorian-Laurențiu (2015). <i>A theory of consumer's perceived risk under the halo effect</i>. Management and Marketing Journal, vol. 13(1), pp. 205-215. ISSN: 1841-2416, indexat în EBSCO, RePEc, Cabell's Directories, DOAJ, Index Copernicus.</p> <p>Ci6.3. Florea Dorian-Laurențiu (2014). <i>The formation of consumers' perceived risk and risk aversion in the context of innovation adoption: a qualitative research</i>, Network Intelligence Studies, vol. 2(2), pp. 223-231, ISSN-L: 2344-1712, cotația CNCS: categoria B+, indexat în RePEc, DOAJ, EconPapers, EBSCO, Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory.</p>	3 x 2p = 6p	
<p>Ci7. Munteanu Claudiu-Cătălin, Florea Dorian-Laurențiu (2012). <i>A critical analysis of brand equity evaluation methods</i>, Revista Economică, Supplement no. 3/2012, pp. 254-260, ISSN: 1582-6260, cotația CNCS: categoria B+ indexat în: RePEc, Ebsco Host, DOAJ, UlrichsWeb Global Serials Directory.</p> <p>Citat în: Ci7.1. Bozga Ion, Bozga Alexandru Narcis, Nijloveanu Daniel, Tiță Victor, Cruceru Corina & Gheorghe Nicoleta (2016). <i>The role of agricultural consultancy in developing branding strategies for traditional Romanian brands</i>. Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development, vol. 16(2), pp. 37-42, ISSN: 2284-7995, indexat în: DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, Scipio, WorldCat, Google Scholar, CABI.</p>	2p	

3.1.4. Citări în carte de specialitate sau volum colectiv publicat în străinătate		
Referința citată și articolul care citează	Punctaj acordat (pi)	Punctaj suplimentar(ps)
<p>Ci1. Munteanu Claudiu-Cătălin, Pagalea Andreea (2014). <i>Brands as a mean of consumer self-expression and desired personal lifestyle</i>, Procedia - Social and Behavioral Sciences, vol. 109, pp. 103-107, ISSN: 1877-0428; indexat în: Thompson Reuters Conference Proceedings Citation Index, Scopus, Science Direct.</p> <p>Citat în:</p> <p>Ci1.1. McCrow-Young, A. (2016) <i>Changing the world through consumption</i>, în cartea Askanius Tina (Ed.) Excellent MSc Dissertations 2016 – Media and Communications studies, Lund University, pp 153-223, ISBN: 978-91-981614-3-4.</p> <p>Ci1.2. Kasemsap, K. (2016). <i>The roles of social media marketing and brand management in global marketing</i>, în cartea Ozuem Wilson & Bowen Gordon (Eds.), Competitive social media marketing strategies, IGI Global, pp. 173-200, ISBN: 978-14-666977-6-8.</p> <p>Ci1.9. Stoenescu Roxana-Denisa, Căpățîină Gabriela & Cristea Adina (2016). <i>The impact of country-of-origin on brand positioning for luxury goods</i>, In cartea: Mehmet Huseyin Bilgin & Hakan Danis (Eds.), Entrepreneurship, Business and Economics, vol. 3/1 in the series Entrepreneurship, Business and Economics, Springer International Publishing, pp. 467-483, ISBN: 978-3-319-27569-7.</p>	3x 4p = 12 p	
<p>Ci3. Munteanu Claudiu-Cătălin, Pagalea Andreea, Cristea Adina (2014). <i>A holistic approach on internal marketing implementation</i>, Business Management Dynamics, vol. 3(11), pp. 9-17, ISSN: 2047-7031, indexat în: Ebsco Host, Cabell's Directories, Scirus, DOAJ, UlrichsWeb Global Serials Directory, J-Gate, Index Copernicus, ZDB, WorldCat.</p> <p>Citat în:</p> <p>Ci3.1. Aghazadeh Hashem. <i>Principles of Marketology, Volume 2</i>. Palgrave Macmillan US, 2017. pp. 35-169, pp. 171-290. ISBN 978-1-137-37932-0.</p>	4p	
H-index (ISI Web of Science): 1		
Google Scholar index: 4		
3.2. – 3.6. / 3.7.1-3.7.3 (Nu este cazul)		
3.7.4. Membru în asociații profesionale internaționale		
Asociația internațională	Punctaj acordat (pi)	Punctaj suplimentar(ps)
Membru American Marketing Association (2016) – ID:03363504	3	
Total punctaj A3 (punctaj acordat + punctaj suplimentar): 90 + 0 = 90p		

Total punctaj A1 (punctaj acordat + punctaj suplimentar): 0
Total punctaj A2 (punctaj acordat + punctaj suplimentar): 55.33 + 10 = 65.33p
Total punctaj A3 (punctaj acordat + punctaj suplimentar): 90 + 0 = 90p
Punctaj total A1 + A2 + A3 = 155.33 puncte

Candidat: Dr. Munteanu Claudiu Cătălin