

Anexa 3

Data 23.06.2021

Concurs pentru ocuparea postului de **ASISTENT UNIVERSITAR**, poz. **95**

Departamentul de **MARKETING**

Disciplinele: **LOGISTICĂ, MARKETING ÎN TURISM**

Domeniul: **MARKETING**

post publicat în Monitorul Oficial al României nr. 368 din 06.05.2021

L I S T A D E L U C R Ă R I

Candidat: MACOVEI E. OCTAV-IONUȚ
Doctor în Marketing din 19.12.2012,

Cadru didactic asociat la Departamentul de Marketing, ASE București din 2012

a) Lista celor maximum 10 lucrări considerate de candidat a fi cele mai relevante pentru realizările profesionale proprii, care sunt incluse în format electronic în dosar și care se pot regăsi și în celelalte categorii de lucrări din prezenta listă de lucrări:

1. Mihai Cristian Orzan, Sorin Burlacu, Margareta Stela Florescu, Olguta Anca Orzan, **Octav-Ionuț MACOVEI - The effects of online marketing on financial performance in the textile industry**, Revista Industria Textilă, Vol. 71, Nr. 3, pp. 288-293, 2020, Revistă indexată în ISI Web of Science (Knowledge) cu Factor de Impact 0.475 în 2013, inclusă în următoarele servicii ale Thomson Reuters: Science Citation Index Expanded, ISSN: 1222-5347, DOI: <https://doi.org/10.35530/IT>, disponibil online la:

http://www.certex.ro/Certex/IndustriaTextila/Textila%20nr%206_2013%20web.pdf

2. Liviu B. Vlad, Dragoș C. Vasile, **Octav-Ionuț MACOVEI**, Claudia E. Țuclea, – *Determinant Factors of Green Marketing Adoption in the Hospitality Sector*, Journal of Amfiteatru Economic, Vol. 18, Special Issue No. 10, 2016, pp. 862-874, Revistă indexată în ISI Web of Science (Knowledge) cu Factor de Impact 0.581 în 2016, ISSN: 1582-9146, DOI: disponibil online la:

<http://www.amfiteatruleconomic.ro/ArticolEN.aspx?CodArticol=2573>

3. Octav-Ionuț MACOVEI – Applying the Theory of Planned Behavior in Predicting Pro-environmental Behavior: The Case of Energy Conservation, Acta Universitatis Danubius. Œconomica, Vol. 11, Nr. 4, 2015, pp. 15-32, ISSN 2065-0175, available online at:

<http://journals.univ-danubius.ro/index.php/oeconomica/article/view/2958>

4. Octav-Ionuț MACOVEI – Determinants of Consumers' Pro-Environmental Behavior – Toward an Integrated Model, Journal of Danubian Studies and Research, Vol. 5, Nr. 2, 2015, pp. 261-275, ISSN 2284 – 5224, available online at:

<http://journals.univ-danubius.ro/index.php/research/article/view/2932>

5. Daniel Moise, Octav-Ionuț MACOVEI – Green Events - The New Responsibility of the Organizations, Romanian Journal of Marketing, Nr. 3, pp. 35-39, 2014, ISSN 1824 – 2454, CNCS B+ journal, indexed in international databases: **EBSCO, PROQUEST, CABEILLS**, informations available online at:

http://www.revistademarketing.ro/?operatie=arhiva_id&arhiva_id=384

6. Mihai Orzan, Călin Petrică Vegheș, Octav-Ionuț MACOVEI, Claudia ICONARU – Impact of Privacy Perceptions in Social Media Marketing, International Journal of Business Strategy, IABE Publishing, Camarillo, CA, SUA ,Vol.14, Nr.1, pp. 95-100, 2014, ISSN: 1553–9563, indexed in international databases: **EBSCO, CABEILLS**;

7. Iacob Cătoi, Mihai Orzan, Octav-Ionuț MACOVEI, Claudia Iconaru – Modeling Users' Confidence in Online Social networks, Journal of Amfiteatru Economic, Vol. 16, Nr. 35, pp. 257-271, 2014, ISSN: 1582-9146, Revistă indexată în ISI Web of Science (Knowledge) cu Factor de Impact 0.838 în 2013, inclusă în următoarele servicii ale Thomson Reuters: Social Sciences Citation Index®, disponibil online la:

8. Gheorghe Orzan, **Octav-Ionuț MACOVEI**, Mihai Orzan, Claudia Iconaru – *The Impact of Blogs over Corporate Marketing Communications: An Empirical Model*, Journal of Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research, Vol. 47, Nr. 1, pp. 79-96, 2013, ISSN: 0424-267X , Revistă indexată în ISI Web of Science (Knowledge) cu Factor de Impact 0.42 în 2013, inclusă în următoarele servicii ale Thomson Reuters: Science Citation Index Expanded, Social Sciences Citation Index®, Social SciSearch®, Journal Citation Reports/Social Sciences Edition, disponibil online la:

http://www.ecocyb.ase.ro/nr_2013_pdf/ORZAN%20Gh..pdf

9. Gheorghe Orzan, Mihai Orzan, Claudia Iconaru, **Octav-Ionuț MACOVEI**, Ioana Cecilia Popescu – *PLS-based SEM analysis of apparel online buying behavior: The importance of eWOM*, Revista Industria Textilă, Vol. 64, Nr. 6, pp. 362-367, 2013, Revistă indexată în ISI Web of Science (Knowledge) cu Factor de Impact 0.475 în 2013, inclusă în următoarele servicii ale Thomson Reuters: Science Citation Index Expanded, ISSN: 1222-5347, DOI: <https://doi.org/10.35530/IT>, disponibil online la:

http://www.certex.ro/Certex/IndustriaTextila/Textila%20nr%206_2013%20web.pdf

10. Octav-Ionuț MACOVEI, Claudia Iconaru, Alexandra Perju – *Romanian SMEs Overall Satisfaction With the Use of Online Marketing Techniques: An Empirical Model*, Revista Economică, nr. 3, 2012, pp. 235-244, ISSN 1582-6260, Revista CNCS B+, indexată în bazele de date internaționale REPEC, EBSCO, DOAJ, disponibil online la:

<http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/suplimente/Volume3-2012.pdf>

b). Teza(-ele) de doctorat

T1. Octav-Ionuț MACOVEI – *Elaborarea și implementarea strategiilor de marketing online*, Teză de Doctorat, Academia de Studii Economice din București, domeniul Marketing, 393 pg., coordonator științific prof. univ. dr. Gheorghe Orzan, susținută în sedință publică în 29.10.2012, titlul de Doctor obținut prin Ordin de Ministru în data de 19.12.2012, detalii online la:

http://tinread.biblioteca.ase.ro/opac/bibliographic_view/191871;jsessionid=2911CE6F06906D32A95FAD8940DC0611

d) Cărți/cursuri publicate în edituri recunoscute(Ca1, Ca2 etc.), îndrumare publicate(I1, I2 etc.), capitole publicate în volume colective, capitole teoretice redactate, (D1, D2 etc.), după caz, prin care se aduc contribuții a dezvoltarea activităților didactice/profesionale.

Ca1. Octav-Ionuț MACOVEI – *Modelarea prin ecuații structurale în cercetarea de marketing. Aplicație practică*, Colecția Științe Economice, Editura Universitară, București, 220 pg., 2014, ISBN: 978-606-28-0044-4, DOI: 10.5682/9786062800444 detalii online la:

<https://www.editurauniversitara.ro/stiinte-economice-3/modelarea-prin-ecuatii-structurale-in-cercetarea-de-marketing-aplicatie-practica.html>

Ca2. Mihai ORZAN, **Octav-Ionuț MACOVEI** – *Metode avansate de analiză a datelor de marketing*, Colecția Științe Economice, Editura Universitară, București, 216 pg., 2016, ISBN: 978-606-28-0542-5, DOI: 10.5682/9786062805425, detalii online la:

<https://www.editurauniversitara.ro/stiinte-economice-3/metode-avansate-de-analiza-a-datelor-de-marketing.html>

e) Cărți de specialitate publicate în edituri recunoscute(Cb1, Cb2 etc.), **articole/studii** publicate in extenso în reviste de specialitate de circulație internațională recunoscute (reviste cotate ISI sau indexate în baze de date internaționale specifice domeniului)(Ri1, Ri2etc.), **articole/studii** in extenso publicate în volumele unor manifestări științifice internaționale recunoscute din țară și din străinătate (cu ISSN/ISBN)(Vi1,Vi2 etc.), precum și **alte lucrări similare**: articole/studii publicate in extenso în reviste de specialitate de circulație națională recunoscute CNCSIS (Rn1, Rn2 etc.), articole/studii publicate in extenso în volumele unor manifestări științifice naționale (cu ISSN/ISBN)(Vn1,Vn2 etc.), lucrări prezentate la diferite seminarii/expoziții, inovații etc.(E1, E2 etc.), după caz, prin care se aduc contribuții la dezvoltarea *domeniului*.

Articole/studii publicate in extenso în reviste de specialitate de circulație internațională recunoscute (reviste cotate ISI sau indexate în baze de date internaționale specifice domeniului):

Ri1. Mihai Cristian Orzan, Sorin Burlacu, Margareta Stela Florescu, Olguta Anca Orzan, **Octav-Ionuț MACOVEI - The effects of online marketing on financial performance in the textile industry**, Revista Industria Textilă, Vol. 71, Nr. 3, pp. 288-293, 2020, revistă **indexată în baze de date internaționale EBSCO, ProQuest și ISI Web of Science**, ISSN: 1222-5347, DOI: <https://doi.org/10.35530/IT>, disponibil online la:

http://www.certex.ro/Certex/IndustriaTextila/Textila%20nr%206_2013%20web.pdf

Ri2. Liviu B. Vlad, Dragoș C. Vasile, **Octav-Ionuț MACOVEI**, Claudia E. Tuclea, – *Determinant Factors of Green Marketing Adoption in the Hospitality Sector*, Journal of Amfiteatru Economic, Vol. 18, Special Issue No. 10, 2016, pp. 862-874, **Revistă indexată în ISI Web of Science (Knowledge) cu Factor de Impact 0.581 în 2016**, ISSN: 1582-9146, DOI: disponibil online la:

<http://www.amfiteatrueconomic.ro/ArticolEN.aspx?CodArticol=2573>

Ri3. Orzan, Mihai, Vegheș, C.P., Acatrinei, C., Iconaru, C. și **MACOVEI, Octav-Ionuț**. – *Privacy Concerns of Social Networking Websites in the Age of Mobile Marketing: A Study of Users' Perceptions and Their Segmentation*, Journal of International Business and Economics, Vol.16, Nr.1, p.57-64, martie 2016, revistă **indexată în baze de date internaționale EBSCO și PROQUEST**, ISSN: 1544-8037, DOI: 10.18374/JIBE-16-1.5:

<https://www.econbiz.de/Record/privacy-concerns-of-social-networking-websites-in-the-age-of-mobile-marketing-a-study-of-users-perceptions-and-their-segmentation-orzan-mihai/10011459235>

Ri4. Octav-Ionuț MACOVEI – Octav-Ionuț MACOVEI – Applying the Theory of Planned Behavior in Predicting Pro-environmental Behavior: The Case of Energy Conservation, Acta Universitatis Danubius. Œconomica, Vol. 11, Nr. 4, 2015, pp. 15-32, **indexată în bazele de date internaționale: EBSCO, REPEC, DOAJ, ProQuest , Cabells**, ISSN 2065-0175, disponibil online la:

<http://journals.univ-danubius.ro/index.php/oeconomica/article/view/2958>

Ri5. Octav-Ionuț MACOVEI – Determinants of Consumers' Pro-Environmental Behavior – Toward an Integrated Model, Journal of Danubian Studies and Research, Vol. 5, Nr. 2, 2015, pp. 261-275, ISSN 2284 – 5224, **indexată în bazele de date internaționale: EBSCO, DOAJ**, disponibil online la:

<http://journals.univ-danubius.ro/index.php/research/article/view/2932>

Ri6. Daniel Moise, **Octav-Ionuț MACOVEI – Green Events - The New Responsibility of the Organizations**, Romanian Journal of Marketing, Nr. 3, pp. 35-39, **2014**, ISSN 1824 – 2454, **CNCS B+ journal**, indexed in international databases: **EBSCO, DOAJ**, informatii disponibile online la:

http://www.revistademarketing.ro/?operatie=arhiva_id&arhiva_id=384

Ri7. Mihai Orzan, Călin Petrică Vegheș, **Octav-Ionuț MACOVEI**, Claudia IICONARU – *Impact of Privacy Perceptions in Social Media Marketing*, International Journal of Business Strategy, , IABE Publishing, Camarillo, CA, SUA ,Vol.14, Nr.1, pp. 95-100, 2014, **indexată în bazele de date internaționale EBSCO, CABELLS**, ISSN: 1553–9563, DOI: 10.18374/IJBS-14-1.11

Ri8. Anamaria-Cătălina Radu, Mihai Orzan, **Octav-Ionuț Macovei**, Olguța Anca Orzan – *Impact of Online Tourism Marketing in Modern Business: An Overview of Romania's Market*, International Journal of Economic Practices and Theories, Vol. 4, Nr.2, pp. 318-321, 2014, **indexată în bazele de date internaționale DOAJ, REPEC, EBSCO**, E-ISSN 2247-7225, disponibil online la:

<http://www.ijepet.org/index.php/ijepet>

Ri9. Iacob Cătoiu, Mihai Orzan, **Octav-Ionuț MACOVEI**, Claudia Iiconaru – *Modeling Users' Confidence in Online Social networks*, Journal of Amfiteatru Economic, Vol. 16, Nr. 35, pp. 257-271, 2014, **Revistă indexată în ISI Web of Science (Knowledge) cu Factor de Impact 0.838 în 2013**, inclusă în următoarele servicii ale **Thomson Reuters: Social Sciences Citation Index®**, ISSN: 1582-9146, disponibil online la:

http://www.amfiteatrueconomic.ro/RevistaDetalii_RO.aspx?Cod=51

Ri10. Gheorghe Orzan, Mihai Orzan, Claudia Iiconaru, **Octav-Ionuț MACOVEI**, Ioana Cecilia Popescu – *PLS-based SEM analysis of apparel online buying behavior: The importance of eWOM*, CERTEX - Industria Textilă, Vol. 64, Nr. 6, pp. 362-

367, 2013, Revistă indexată în ISI Web of Science (Knowledge) cu Factor de Impact 0.475 în 2013, inclusă în următoarele servicii ale Thomson Reuters: Science Citation Index Expanded, ISSN 1222-5347, disponibil online la:
http://www.certex.ro/Certex/IndustriaTextila/Textila%20nr%206_2013%20web.pdf

Ri11. Gheorghe Orzan, **Octav-Ionuț MACOVEI**, Mihai Orzan, Claudia Iconaru – *The Impact of Blogs over Corporate Marketing Communications: An Empirical Model*, Journal of Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research, Vol. 47, Nr. 1, pp. 79-96, 2013, ISSN: 0424-267X , Revistă indexată în ISI Web of Science (Knowledge) cu Factor de Impact 0.42 în 2013, inclusă în următoarele servicii ale Thomson Reuters: Science Citation Index Expanded, Social Sciences Citation Index®, Social Scisearch®, Journal Citation Reports/Social Sciences Edition, disponibil online la:

http://www.ecocyb.ase.ro/nr_2013_pdf/ORZAN%20Gh..pdf

Ri12. Gheorghe Orzan, Corina Serban, Claudia Iconaru, **Octav-Ionuț MACOVEI** – *Modeling the Impact of Online Social Marketing Campaign on Consumers' Environmentally Friendly Behavior*, Research Journal of Recent Studies, Vol. 2. Nr. 3, pp. 14-21, ISSN: 2277-2502, 2013, disponibil online la:

<http://www.isca.in/rjrs/archive/v2i3/3.ISCA-RJRS-2012-298.pdf>

Ri13. Corina Serban, Claudia Iconaru, **Octav-Ionuț MACOVEI**, Alexandra Perju – *Modeling Romanian Consumers' Behaviour Case Study: Cause-related Marketing Campaigns*, Research Journal of Recent Studies, Vol. 1, Nr. 10, pp. 27-32, 2012, ISSN: 2277-2502, disponibil online la:

<http://www.isca.in/rjrs/V1I10.php>

Ri14. Claudia Iconaru, **Octav-Ionuț MACOVEI** – *From searching on the Internet to buying online: A simple linear regression model*, International Journal of Marketing and Technology, Vol. 2, Nr. 8, pp. 1-13, 2012, ISSN: 2249-1058, disponibil online la:

http://www.ijmra.us/project%20doc/IJMT_AUGUST2012/IJMRA-MT1432.pdf

Ri15. Claudia Iconaru, Alexandra Perju, **Octav-Ionuț MACOVEI** – *The influence of perceived risk on consumers' intention to buy online: A meta-analysis of empirical results*, Journal of Information Systems & Operation Management, Vol. 6, Nr. 1, 2012, Revista CNCS B+, indexată în bazele de date internaționale PROQUEST, REPEC, EBSCO, ISSN: 1843 – 4711, detalii online la:

<http://www.rebe.rau.ro/RePEc/rau/jisomg/SP12/JISOM-SP12-A15.pdf>

Ri16. Gheorghe Orzan, **Octav-Ionuț MACOVEI**, Claudia Iconaru, Alexandra Perju – *An empirical TAM-based model of Romanian SMEs' intention to continue using online marketing techniques*, Metalurgia International, Vol. XVII, Nr. 8, pp. 147-153, 2012, ISSN 1582-2214, indexată în ISI Web of Science (Knowledge) cu Factor de Impact 0.134 în 2012, indexată în bazele de date internaționale EBSCO, SCOPUS, disponibil online la:

http://www.metalurgia.ro/Metalurgia_International_8_2012.pdf

Ri17. **Octav-Ionuț MACOVEI**, Claudia Iconaru, Alexandra Perju – *Romanian SMEs Overall Satisfaction With the Use of Online Marketing Techniques: An Empirical Model*, Revista Economică, nr. 3, 2012, pp. 235-244, Revista CNCS B+, indexată în bazele de date internaționale REPEC, EBSCO, DOAJ, ISSN 1582-6260, disponibil online la:

<http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/suplimente/Volume3-2012.pdf>

Ri18. Gheorghe Orzan, Claudia Iconaru, **Octav-Ionuț MACOVEI** – *An Empirical Model of Online Buying Continuance Intention*, Revista Economică, nr. 3/ 2012, pp. 296-305, Revista CNCS B+, indexată în bazele de date internaționale REPEC, EBSCO, DOAJ, ISSN 1582-6260, disponibil online la:

<http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/suplimente/Volume3-2012.pdf>

Ri19. Corina Serban, **Octav-Ionuț MACOVEI** – *Innovative Strategies in Online Environment: Planning Social Activities for Nonprofit Organizations*, Actual Problems of Economics Journal, Vol. 130, Nr. 4, pp. 440-448, 2012, ISSN 1993-6788, indexată în bazele de date internaționale SCOPUS, EBSCO, ECONLIT, PROQUEST, CABEILLS, , detalii online la:

<http://connection.ebscohost.com/c/articles/74565495/innovative-strategies-online-environment-planning-social-activities-nonprofit-organizations>

Ri20. Corina SERBAN, Alexandra PERJU, **Octav-Ionuț MACOVEI** – *Using the Online Environment as a Strategic Tool in Social Communication Campaigns: A Case Study Regarding School Dropout Prevention Programs in Romania*, African Journal of Business Management, Vol. 5, Nr. 22, pp. 9623-9634, 2011, ISSN 1993-8233, indexată în bazele de date internaționale DOAJ, PROQUEST, disponibil online la:

<http://www.academicjournals.org/ajbm/PDF/pdf2011/30Sept/Serban%20et%20al.pdf>

f) Articole/studii in extenso publicate **în volumele unor manifestări științifice internaționale** recunoscute din țară și din străinătate (cu ISSN/ ISBN):

Vi1. Octav-Ionuț MACOVEI – *Pro-environment Behaviour: Present, Past and Future Orientations (short paper)*, International Conference on Economics and Business (ICEA – FAA) 2015, Universitatea din București, 5-6 Iunie, Editura Universității din București, pp. 213-217, **2015**, ISSN: 2284-9580, disponibil online la:

http://itchannel.ro/faa-sesiune/sites/default/files/ConferenceagendaICEA2015_Final.pdf

http://icea-conference.eu/icea/wp-content/uploads/2015/07/FF_FINAL_31mai_ICEA-2015.pdf

Vi2. Gheorghe Orzan, Octav-Ionuț MACOVEI, Claudia Iconaru, Alexandra Perju – *Modeling Romanian SME's intention to continue using online marketing tools: An information system theories approach and empirical results*, Proceedings of the 7th Accounting and Management Information Systems (AMIS) 2012, Academia de Studii Economice din București, 13-14 Iunie, Editura ASE, pp. 1173-1197, 2012, ISSN: 2247-6245, **indexată în ISI Proceedings în Web of Science (Knowledge)**, disponibil online la:

<http://www.cig.ase.ro/amis2012/image/amis2012.pdf>

Vi3. Octav-Ionuț MACOVEI, Ivona Stoica - *Forecasting Conceptual Model Regarding the Growth on Online Business among Romanian Companies*, The Eleventh International Conference on Informatics in Economy ICIE, Bucharest University of Economic Studies 2012, Romania, 10-11, May, ASE Bucharest Press, pp. 305-313, 2012, ISSN 2284-7472, ISSN-L 2247-1480, **indexată în ISI Proceedings în Web of Science (Knowledge)**

http://tinread.biblioteca.ase.ro/opac/bibliographic_view/196645;jsessionid=06F87A9BD4790AE47ADD165456F91E7D

Vi4. Alexandra Perju, Claudia Iconaru, Octav-Ionuț MACOVEI - *The Impact of E-WOM Spread through Social Networks on the Decision Making Process: a Romanian Online Community Analysis*, 12th WSEAS International Conference on Mathematics and Computers in Business and Economics, Transilvania University of Brasov, Romania, Aprilie 11- 13, WSEAS Press, pg. 66-70, 2011, ISBN: 978-960-474-293-6, disponibil online la:

<http://www.wseas.us/e-library/conferences/2011/Brasov2/MCBANTA/MCBANTA-10.pdf>

Vi5. Claudia Iconaru, Octav-Ionuț MACOVEI – *Modeling online consumer behavior through online shopping experience: Theoretical issues*, International Conference in Administration and Business (ICEA – FAA) 2010, Universitatea din București, 4-5 Iunie, Editura Cartea Studențească, pp. 306-312, 2010, ISBN: 978-606-501-070-3, disponibil online la:

<http://www.wseas.us/books/2011/Brasov2/MCBANTA.pdf>

http://www.itchannel.ro/faa-sesiune/sites/default/files/ICEA_FAAC_2010_final.pdf

g) Citări ale lucrărilor publicate: referința bibliografică a lucrării citate(Ci1, Ci2) și referința / ele bibliografică / e a / ale lucrării care citează (Ci1.1, Ci1.2...., Ci2.1, Ci2.2, etc.)

Notă: Sursa citărilor este Google Scholar Citations:

Număr total de citări: 177

<https://scholar.google.com/citations?hl=ro&user=GCChmuYAAAAJ>

Candidat,

MACOVEI OCTAV-IONUT

.....