

Instituția de învățământ superior Academia de Studii Economice din București
 Facultatea de Marketing
 Departamentul de Marketing
 Poz. Postului 26 Disciplinele postului: Marketing (engleză), Marketing internațional (engleză)
 Domeniul Marketing

**Fișa de verificare a îndeplinirii standardelor pentru ocuparea postului de
 CONFERENȚIAR UNIVERSITAR,**
 publicat în Monitorul Oficial al României, partea a III-a, nr. 1242 din 03.12.2021

Candidat **IONIȚĂ DANIELA** Data nașterii: 25 ianuarie 1973
 Funcția actuală: LECTOR UNIVERSITAR DOCTOR Data numirii în funcția actuală: octombrie 2014
 Instituția: Academia de Studii Economice din București

1. Studiile universitare

Nr.crt.	Instituția de învățământ superior și facultatea absolvită	Domeniul	Perioada	Titlul acordat
1.	Academia de Studii Economice din București, Facultatea de Comerț	ECONOMIC	1991-1996	Licențiat în Economie

2. Studiile de doctorat

Nr.crt.	Instituția organizatoare de doctorat	Domeniul	Perioada	Titlul științific acordat
1.	Academia de Studii Economice din București	MARKETING	2008-2013	Doctor în Științe Economice

3. Studii și burse doctorale (stagii de cel puțin 6 luni)

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

4. Atestat de abilitare

Nr.crt.	Instituția	Domeniul	Perioada	Titlul științific acordat
1.	-	-	-	-

5. Grade didactice / profesionale

Nr.crt.	Instituția	Domeniul	Perioada	Titlul / postul didactic sau gradul profesional
1.	Academia de Studii Economice din București, Departamentul de Marketing	MARKETING	2014 - prezent	Lector Universitar
2.	Academia de Studii Economice din București, Departamentul de Marketing	MARKETING	2009 - 2014	Asistent Universitar

6. Îndeplinirea obligatorie, în conformitate cu Anexa 1 la Metodologia de concurs, a cerințelor pentru obținerea calificativului FOARTE BINE.

a) $S \geq 1,5$; $P \geq 0,75$; $C \geq 0,5$

Criterii minime	Punctaj / standard obținut	Îndeplinire criteriu
$S \geq 1,5$	$S = 12,226$	Criteriu îndeplinit
$P \geq 0,75$	$P = 7,726$	Criteriu îndeplinit
$C \geq 0,5$	$C = 4,50$	Criteriu îndeplinit

b) Publicarea unui curs universitar în calitate de unic autor sau co-autor în domeniul disciplinelor postului scos la concurs, în edituri naționale sau internaționale de prestigiu.

Daniela IONIȚĂ - Strategii de marketing ale IMM-urilor, Editura ASE, București, 228pg, 2014, ISBN 978-606-505-784-5 disponibil la biblioteca ASE online
http://opac.biblioteca.ase.ro/opac/bibliographic_view/198539;jsessionid=DB1995AAA070AC37AA624C89A699DF3D#multimediaArea

7. Realizări profesional-științifice

În vederea dovedirii îndeplinirii standardelor minimale necesare și obligatorii pentru conferirea titlului didactic de conferențiar universitar, realizările profesional-științifice se vor structura conform Anexei 1 la *Metodologia de concurs*, aferentă domeniului științific al postului scos la concurs.

Standarde minimale pentru conferirea titlurilor didactice din învățământul superior, a gradelor profesionale de cercetare-dezvoltare, a calității de conducător de doctorat și a atestatului de abilitare

(potrivit Ordinului de Ministru 6129/20.12.2016)

Lect. univ. dr. IONIȚĂ Daniela

Instituția: ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Domeniul: MARKETING

Nr	Articole publicate în reviste indexate ISI cu scor absolut de influență (AIS) nenul	M	N	AIS 2020	Punctaj P
1.	Lucian-Florin Onișor, Daniela Ioniță , HOW ADVERTISING AVOIDANCE AFFECTS VISUAL ATTENTION AND MEMORY OF ADVERTISEMENTS, <i>Journal of Business Economics and Management</i> , Vol. 22, No. 3, pp. 656-674, 2021, ISSN 1611-1699; https://doi.org/10.3846/jbem.2021.14546 WOS:000648590300004	10	2	0,361	3,249
2.	Alin Stancu, Alina Filip, Mihai Ioan Roșca, Daniela Ioniță , Raluca Căplescu, Andrei Cînda and Laura Daniela Roșca, VALUE CREATION ATTRIBUTES - CLUSTERING STRATEGIC OPTIONS FOR ROMANIAN SMES, <i>Sustainability</i> , Volume 12, Issue 17, 7007, 2020, eISSN 2071-1050; https://doi.org/10.3390/su12177007 WOS:000571043200001	6	6*	0,462	1,386
3.	Daniela Ioniță , Ionel Dumitru, Mihaela Constantinescu, Ștefan Căescu, ENTREPRENEURIAL CLUSTERS IN EUROPEAN UNION. A MACROECONOMIC COMPARATIVE ANALYSIS, <i>Amfiteatru Economic</i> , 17(38), pp. 93-106, 2015, ISSN 1582-9146; http://www.amfiteatruconomic.ro/temp/Article_2373.pdf WOS:000352213800006	10	4	0,169	1,183
4.	Carmen Bălan, Daniela Ioniță , EXPLORATORY RESEARCH ON THE ORGANIZATIONAL LEARNING IN SMALL ENTERPRISES AND IMPLICATIONS FOR THE ECONOMIC HIGHER EDUCATION. <i>Amfiteatru Economic</i> , 13(30), pp. 464-481, 2011, ISSN 1582-9146; http://www.amfiteatruconomic.ro/temp/Article_1057.pdf WOS:000297929000010	10	2	0,169	1,521
TOTAL ISI					7,339

*Numărul de autori luat în calcul se referă doar la cei cu afiliere la instituțiile de învățământ și cercetare din România

	Cărți/capitole publicate în edituri naționale sau articole publicate în ISI Proceedings, ce pot substitui o parte dintre cele 10 articole ISI maxim admise în calcul punctajului P	N	Punctaj maxim	Categorie	Punctaj P
5.	Daniela Ioniță - STRATEGII DE MARKETING ALE IMM-URILOR, <i>Editura ASE</i> , București, 228pg, 2014, ISBN 978-606-505-784-5	1	0,2	Carte	0,187
6.	Daniela Ioniță , SUCCESS AND GOALS: AN EXPLORATORY RESEARCH IN SMALL ENTERPRISES, International Economic Conference Of Sibiu 2013 POST CRISIS ECONOMY: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES, DOI: 10.1016/S2212-5671(13)00168-8, pp. 503-511, WOS:000396454100062	1	0,1	ISI Proceedings	0,100
7.	Daniela Ioniță , SMALL ENTERPRISES AND STRATEGIC ORIENTATIONS DURING ECONOMIC CRISIS, , 18th International Economic Conference on Crisis After the Crisis - Inquiries from a National European and Global Perspective, Sibiu 2011 CRISES AFTER THE CRISIS: INQUIRIES FROM A NATIONAL, EUROPEAN AND GLOBAL PERSPECTIVE, VOL III, pp. 130-139, WOS:000396640100019	1	0,1	ISI Proceedings	0,100
TOTAL CĂRȚI/ISI PROCEEDINGS					0,387
TOTAL P					7,726

Nr	Articol citat	Revista / cartea și articolul în care a fost citat	Cuarțilă	Categorie	Punctaj C
1.	Daniela Ioniță - ENTREPRENEURIAL MARKETING: A NEW APPROACH FOR CHALLENGING TIMES în <i>Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society</i> , Vol. 7, Nr. 1, 2012, pp. 131-150, ISSN 2069-8887; http://www.managementmarketing.ro/home.php?var[1]=1&var[3]=2012&var[2]=259	Ahmet Bayraktar, Emine Erdogan, Can Uslay and Olivia F. Lee (2020), MINDFUL ENTREPRENEURIAL MARKETING FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES in Handbook of Entrepreneurship and Marketing, <i>Edward Elgar Publishing Limited</i> , Cheltenham ISBN: 9781785364563, DOI: https://doi.org/10.4337/9781785364570	Q4	Edward Elgar	0,25
2.		Izabela Kowalik, Lidia Danik & Barbara Francioni (2020) SPECIALIZED MARKETING CAPABILITIES AND FOREIGN EXPANSION OF THE INTERNATIONAL NEW VENTURES în <i>Journal of Small Business Management</i> , eISSN 1540-627X DOI: 10.1080/00472778.2020.1750621	Q2	Management	0,75
3.		Bandyopadhyay, C. and Ray, S. (2020), SOCIAL ENTERPRISE MARKETING: REVIEW OF LITERATURE AND FUTURE RESEARCH AGENDA, <i>Marketing Intelligence & Planning</i> , Vol. 38 No. 1, pp. 121-135, ISSN 0263-4503 https://doi.org/10.1108/MIP-02-2019-0079	Q3	Business	0,50
4.		Nora Sadiku-Dushi, Léo-Paul Dana, Veland Ramadani (2019), ENTREPRENEURIAL MARKETING DIMENSIONS AND SMES PERFORMANCE în <i>Journal of Business Research</i> , 2019, Vol 100, July 2019, pp. 86-99, ISSN 0148-2963, https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.025	Q2	Business	0,75
5.		Hisrich R.D., Ramadani V. (2017) ENTREPRENEURIAL MARKETING MIX. In: Effective Entrepreneurial Management. Springer Texts in Business and Economics. <i>Springer</i> , Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-50467-4_5	Q4	Springer	0,25
6.		Hapenciuc Cristian Valentin, Pînzaru Florina, Vătămănescu Elena-Mădălina Stanciu, Pavel, (2015) CONVERGING SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP AND THE CONTEMPORARY MARKETING PRACTICES. AN INSIGHT INTO ROMANIAN START-UPS (2015) în <i>Amfiteatru Economic</i> , 2015, Vol 17 (40), pp. 938-954, ISSN 2247-9104,	Q4	Business	0,25

		https://www.amfiteatruconomic.ro/ArticolEN.aspx?CodArticol=2440			
7.		Freiling J., Kollmann T. (2015) BESONDERHEITEN UND AUSGESTALTUNGSMÖGLICHKEITEN. In: Freiling J., Kollmann T. (eds) Entrepreneurial Marketing. Springer Gabler, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-05026-9_1	Q4	Springer	0,25
8.		Hedley Smyth (2014), MARKET MANAGEMENT AND PROJECT BUSINESS DEVELOPMENT, Routledge, London, https://doi.org/10.4324/9781315889993	Q4	Routledge	0,25
9.	Carmen Bălan, Daniela Ioniță, EXPLORATORY RESEARCH ON THE ORGANIZATIONAL LEARNING IN SMALL ENTERPRISES AND IMPLICATIONS FOR THE ECONOMIC HIGHER EDUCATION. <i>Amfiteatru Economic</i> , 13(30), pp. 464-481, 2011, ISSN 1582-9146; http://www.amfiteatruconomic.ro/temp/Article_1057.pdf	Plotnikova, M., Romero, I. & Martínez-Román, J.A.(2016) PROCESS INNOVATION IN SMALL BUSINESSES: THE SELF-EMPLOYED AS ENTREPRENEURS in <i>Small Business Economics</i> , 2016, 47, pp. 939–954 ISSN 0921-898X https://doi.org/10.1007/s11187-016-9743-8	Q1	Management	1
10.		Nistoreanu Bogdan Gabriel, Gheorghe Georgica.(2014) THE PERCEPTION OF THE ACADEMICS AND STUDENTS REGARDING THE ENTREPRENEURIAL EDUCATION IN ECONOMIC EDUCATION in <i>Amfiteatru Economic</i> 2014, 16(37), pp. 811-826, ISSN 2247-9104 https://www.amfiteatruconomic.ro/temp/Article_1316.pdf	Q4	Business	0,25
TOTAL P					4,50

Scor final $S = 7,726 + 4,50 = 12,226$

Membru în proiecte/granturi de cercetare câștigate în competiții naționale sau internaționale (cu excepția proiectelor finanțate prin programe operaționale de tip POS-DRU, POS-CEE sau similare):

Programul – Sursa de finanțare, Număr / dată contract, Denumire proiect	Funcția, perioada
Proiectul POC 40_382 Titlu: <i>Parteneriate pentru competitivitate în vederea transferului de cunoștințe prin dezvoltarea unor modele computaționale inovative pentru creșterea economică și sustenabilitatea sectorului de afaceri din România</i> Director proiect: Prof. univ. dr. Ionel Dumitru Autoritatea contractantă: UEFISCDI Instituția coordonatoare: Academia de Studii Economice din București Durata: 4 iulie 2018 – 2023	Responsabil dezvoltare platforma de cercetarea dezvoltarea 2018 - prezent

Situația îndeplinirii criteriilor:

Criterii minime	Punctaj / standard obținut	Îndeplinire criteriu
$S \geq 1,5$	$S = 12,226$	Criteriu îndeplinit
$P \geq 0,75$	$P = 7,726$	Criteriu îndeplinit

$C \geq 0,5$	$C = 4,50$	Criteriu îndeplinit
Din cele maxim 10 articole, candidatul trebuie să fie autor sau coautor a cel puțin un articol publicat în reviste cotate ISI cu scor absolut de influență (AIS) mai mare decât 0,15 (cf. Art.4/anexa ordin 6129/2016)	coautor a 4 articole ISI cu AIS mai mari decăt 0,15	Criteriu îndeplinit
Minim 2 articole ISI cu AIS nenul din care 1 din categoriile Core Economics și/sau Infoeconomics (cf. Art.5/anexa ordin 6129/2016)	4 articole ISI cu AIS nenul din care 3 din categoriile Core Economics	Criteriu îndeplinit

Data
17.01.2022

Lect. Univ. Dr. Daniela Ioniță