



ANEXA 1a

Fișă de autoevaluare a îndeplinirii standardelor minime pe domenii ale universității

- domeniul Economie și Administrarea Afacerilor -

Post vizat: Profesor universitar, poziția 15

Departament Management, Marketing și Administrarea Afacerilor, FEAA, UAIC

Post publicat în Monitorul Oficial al României Nr.1251, partea a III-a, din data de 24.11.2022

Candidat: conf.univ.dr.habil. ANDREI Andreia Gabriela

Departament Management Marketing și Administrarea Afacerilor, FEAA, UAIC

SCOR (S) CALCULAT PE BAZA ARTICOLELOR ȘI CITĂRILOR

Articole în reviste cotate ISI cu scor de influență absolut (AIS) nenul (maxim 10 articole)					
Articol		M	N	AIS	Puncte
P	Vătămănescu, E.M., Mitan, A., Andrei, A.G. , Ghigiu, A.M. (2022), Linking coopetition benefits and innovative performance within small and medium-sized enterprises networks: a strategic approach on knowledge sharing and direct collaboration, <i>Kybernetes</i> , 51(7): 2193-2214. https://doi.org/10.1108/K-11-2020-0731	8 Infoeconomics	4	0.246	1.378
	Andrei A.G. , Zait A, Stoian C, Țugulea O., Manolica A. (2020). Citizen engagement in the 'post-truth era'. A knowledge management inquiry into the online spread of information. <i>Kybernetes</i> , 49(5), 1429-1443, https://doi.org/10.1108/K-03-2019-0178	8 Infoeconomics	5	0.246	1.181
	Alexandru, V., Bolisani, E., Andrei, A.G. , Cegarra-Navarro, J.G., Martínez, A.M, Paiola, M., Scarso, E., Vătămănescu, E. & Zieba, M. (2020). Knowledge management approaches of small and medium-sized firms: a cluster analysis, <i>Kybernetes</i> , 49(1): 73-87, https://doi.org/10.1108/K-03-2019-0211	8 Infoeconomics	2(9)	0.246	1.771
	Vătămănescu, E.M., Cegarra-Navarro, J.G., Andrei, A.G. , Dinca V., Alexandru, V.A. (2020), SMEs strategic networks and innovative performance: a relational design and methodology for knowledge sharing, <i>Journal of Knowledge Management</i> , 24 (6), 1369-1392. https://doi.org/10.1108/JKM-01-2020-0010	10 Core-economics	3(5)	1.156	9.248
	Gazzola, P., Vătămănescu, E. M., Andrei, A. G. , & Marrapodi, C. (2019). Users' motivations to participate in the sharing economy: Moving from profits toward sustainable development. <i>Corporate Social Responsibility and Environmental Management</i> , 26(4), 741-751, https://doi.org/10.1002/csr.1715	10 Core-economics	2(4)	0.976	8.784
	Vătămănescu E.M., Andrei A.G. , & Pînzaru F. (2018). Investigating the online social network development through the Five Cs Model of Similarity: The Facebook case. <i>Information Technology & People</i> , 31(1). 84-110, https://doi.org/10.1108/ITP-06-2016-0135	8 Infoeconomics	3	0.701	4.486
	Andrei, A.G. , Zait, A., Vătămănescu, E.M., & Pînzaru, F. (2017). Word of mouth generation and brand communication strategy: findings from an experimental study explored with PLS-SEM. <i>Industrial Management & Data Systems</i> , 117 (3), 478 – 495, https://doi.org/10.1108/IMDS-11-2015-0487	8 Infoeconomics	4	1.053	5,897
	Andrei, A.G. , Gazzola, P., Zbucnea, A., & Alexandru, V.A. (2017). Modeling socially responsible consumption and the need for uniqueness: a PLS-SEM approach. <i>Kybernetes</i> , 46(8): 1325 – 1340. https://doi.org/10.1108/K-03-2017-0103	8 Infoeconomics	2(4)	0.246	1.771
	Vătămănescu, E.M., Andrei, A.G. , Nicolescu, L, Pînzaru, F., & Zbucnea, A. (2017). The Influence of Competitiveness on SMEs Internationalization Effectiveness. Online versus Offline Business Networking. <i>Information Systems Management</i> , 34(3): 205-219. http://dx.doi.org/10.1080/10580530.2017.1329997	8 Infoeconomics	5	0.618	2.966
	Vătămănescu, E.M., Andrei, A. G. , Dumitriu, D, & Leovaridis, C. (2016). Harnessing network-based intellectual capital in online academic networks. From the organizational policies and practices towards competitiveness. <i>Journal of Knowledge Management</i> , 20(3): 594 – 619. https://doi.org/10.1108/JKM-05-2015-0208	10 Core-economics	4	1.156	8.092
TOTAL P		45.574			

Citări în reviste cotate ISI cu scor de influență absolut (AIS) nenul (maxim 10 citări)			
Citare		Cuartila Q	Puncte
C	Andrei, A.G., Zait, A., Vătămănescu, E.M., & Pînzaru, F. (2017). Word of mouth generation and brand communication strategy: findings from an experimental study explored with PLS-SEM. <i>Industrial Management & Data Systems</i>, 117 (3): 478 – 495. citat în Güntürkün, P., Haumann, T., & Mikolon, S. (2020). Disentangling the Differential Roles of Warmth and Competence Judgments in Customer-Service Provider Relationships. <i>Journal of Service Research</i>, 23(4), 476-503. https://doi.org/10.1177/1094670520920354	1	1,00
	Andrei, A. G., & Zait, A. (2014). Perceptions of Warmth & Competence in Online Networking: An Experimental Analysis of a Company Launch. <i>Review of Economic and Business Studies</i>, 7(1), 11-29. citat în: Peter, C., & Ponzi, M. (2018). The risk of omitting warmth or competence information in ads: Advertising strategies for hedonic and utilitarian brand types. <i>Journal of Advertising Research</i>, 58(4), 423-432. https://doi.org/10.2501/IAR-2018-005	1	1,00
	Vătămănescu E.M., Andrei A.G., & Pînzaru F. (2018). Investigating the online social network development through the Five Cs Model of Similarity: The Facebook case. <i>Information Technology & People</i>, 31(1). 84-110, citat în: Qie, X., Wu, J., Li, Y., & Sun, Y. (2022). A stage model for agent-based emotional persuasion with an adaptive target: From a social exchange perspective. <i>Information Sciences</i>, 610, 90-113. https://doi.org/10.1016/j.ins.2022.07.147	1	1,00
	Vătămănescu, E.M., Cegarra-Navarro, J.G., Andrei, A.G., Dinca V., Alexandru, V.A. (2020), SMEs strategic networks and innovative performance: a relational design and methodology for knowledge sharing, <i>Journal of Knowledge Management</i>, 24 (6), 1369-1392, citat în: Chopra, M., Saini, N., Kumar, S., Varma, A., Mangla, S. K., & Lim, W. M. (2021). Past, present, and future of knowledge management for business sustainability. <i>Journal of Cleaner Production</i>, 328, 129592. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.129592	1	1,00
	Vătămănescu, E. M., Andrei, A. G., Gazzola, P., & Dominici, G. (2018). Online academic networks as knowledge brokers: the mediating role of organizational support. <i>Systems</i>, 6(2), 11. citat în: Ho, J. L., Chen, K. Y., Wang, L. H., Yeh, S. S., & Huan, T. C. (2022). Exploring the impact of social media platform image on hotel customers' visit intention. <i>International Journal of Contemporary Hospitality Management</i>, 34(11):4206-4226. https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2021-1469	1	1,00
	Gazzola, P., Vătămănescu, E. M., Andrei, A. G., & Marrapodi, C. (2019). Users' motivations to participate in the sharing economy: Moving from profits toward sustainable development. <i>Corporate Social Responsibility and Environmental Management</i>, 26(4), 741-751 citat în: Jeon, M., Lee, S., & Jeong, M. (2020). Perceived corporate social responsibility and customers' behaviors in the ridesharing service industry. <i>International Journal of Hospitality Management</i>, 84, 102341. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102341	1	1,00
	Gazzola, P., Vătămănescu, E. M., Andrei, A. G., & Marrapodi, C. (2019). Users' motivations to participate in the sharing economy: Moving from profits toward sustainable development. <i>Corporate Social Responsibility and Environmental Management</i>, 26(4), 741-751 citat în: De las Heras, A., Relinque-Medina, F., Zamora-Polo, F., & Luque-Sendra, A. (2021). Analysis of the evolution of the sharing economy towards sustainability. Trends and transformations of the concept. <i>Journal of Cleaner Production</i>, 291, 125227. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125227	1	1,00
	Gazzola, P., Vătămănescu, E. M., Andrei, A. G., & Marrapodi, C. (2019). Users' motivations to participate in the sharing economy: Moving from profits toward sustainable development. <i>Corporate Social Responsibility and Environmental Management</i>, 26(4), 741-751 citat în: Chi, M., George, J. F., Huang, R., & Wang, P. (2020). Unraveling sustainable behaviors in the sharing economy: An empirical study of bicycle-sharing in China. <i>Journal of Cleaner Production</i>, 260, 120962. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120962	1	1,00
	Luca, F. A., Ciobanu, C. I., Andrei, A. G., & Horodnic, A. V. (2018). Raising awareness on health impact of the chemicals used in consumer products: Empirical evidence from east-central europe. <i>Sustainability</i>, 10(1), 209. citat în: Vikrant, K., Kumar, V., Vellingiri, K., & Kim, K. H. (2019). Nanomaterials for the abatement of cadmium (II) ions from water/wastewater. <i>Nano Research</i>, 12(7), 1489-1507. https://doi.org/10.1007/s12274-019-2309-8	1	1,00
	Alexandru, V., Bolisani, E., Andrei, A.G., Cegarra-Navarro, J.G., Martínez, A., Paiola, M., Scarso, E., Vătămănescu, E.M. & Zieba, M., (2020). Knowledge management approaches of small and medium-sized firms: a cluster analysis. <i>Kybernetes</i>, 49(1), 73-87, citat în: Sakellarios, N., Alonso, A. D., Kok, S. K., O'Brien, S., Fillis, I., & Vu, O. T. K. (2022). The long road to adaptation: Micro and small hospitality firms after the GFC. <i>International Journal of Hospitality Management</i>, 103, 103203. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103203	1	1,00
TOTAL C		10	
TOTAL S = P+C		55.574	

CONDIȚII MINIMALE

Nr. crt.	Profesor universitar, Cercetător științific I, Abilitare	REALIZAT
1	$S \geq 4$	55.574
2	$P \geq 2$	45.574
3	$C \geq 1,2$	10
4	Candidatul pentru titlul de profesor universitar, CS I și abilitare trebuie să aibă un număr minim de 4 articole ISI cu AIS nenul din care minim 2 din categoriile Core Economics și/sau Infoeconomics.	Condiții îndeplinite: DA. 10 articole ISI cu AIS nenul din care 10 din categoriile Core Economics și Infoeconomics.
5	Pentru profesor universitar, cercetător științific I și abilitare, trebuie îndeplinită una din condițiile: a) din cele maxim 10 articole, candidatul trebuie să fie autor sau coautor a cel puțin două articole publicate în reviste cotate ISI cu scor absolut de influență (AIS) mai mare decât 0,15; b) să fi câștigat în competiții naționale sau internaționale cel puțin 2 proiecte/granturi de cercetare, cu excepția proiectelor finanțate prin programe operaționale de tip POS-DRU, POS-CEE sau similare, dintre care unul în calitate de director de proiect sau responsabil partener; c) un articol de la punctul a) și un grant de la punctul b) în calitate de director.	Condiții îndeplinite: a) DA. 10 articole publicate în reviste ISI cu AIS mai mare decât 0,15; b) DA. Director proiect: PN-III-P1-1.1-MC-2017-1340 PN-III-P1-1.1-MC-2017-1487 PN-III-P1-1.1-MC-2018-1197 Membru proiect: PN-III-P1-1.1-TE-2019-1356 Responsabil partener: ERASMUS+ CitEuropass 2022-1-FR01-KA220-HED-000088786

SITUAȚIE FINALĂ

Nr	Criteriu	Profesor universitar	Punctaj realizat	Criteriu îndeplinit
1	Publicatii (P)	$P \geq 2$	45.574	DA
2	Citari (C)	$C \geq 1,2$	10	DA
3	Punctaj final (S)	$S \geq 4$	55.574	DA
4	Atestat de abilitare in domeniul de studii universitare de doctorat Marketing OMEN nr. 5522/14.11.2018 Conducător de doctorat la UAIC din 2018 cf. H.S. 22/13.12.2018			DA

Data 03.01.2023

Semnătură Andreia Gabriela ANDREI