



## Fișă privind îndeplinirea standardelor minime pe domenii ale universității

**Candidat: Lector univ. dr. Nistor George Cristian**Departamentul de Management, Marketing și Administrarea Afacerilor  
Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași**Post vizat: Conferențiar universitar, poziția 47**Departamentul de Management, Marketing și Administrarea Afacerilor  
Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași**1. Calcularea valorii punctajului P:****1.1. Articole publicare în reviste indexate ISI cu scor absolut de influență (AIS) nenul (maxim 10 articole)**

Nr. crt.	Articol	M	N	AIS	Puncte
1	Matcu-Zaharia M; Horodnic, IA; Williams, CC; Nistor, GC; (2023). Self-Employed Workers and the Achievement of the 2030 Agenda for Sustainable Development: An Overview of Their Social Benefit Entitlements across 31 European Countries, <i>SUSTAINABILITY</i> , Volume16 Issue7, (ISI Web of Science, factor de impact, 3.3(2024) eISSN:2071-1050, WOS:001200913700001, <a href="https://doi.org/10.3390/su16072625">https://doi.org/10.3390/su16072625</a> , AIS 2024=0.533 (ENVIRONMENTAL SCIENCES)	6	4	0.533	2.2386
2	Manolica, A; Vulpe, A; Roman,T; Dragan LM; Nistor, GC; Matei, M; (2022). THE BRIGHT SIDE OF CONSUMER SUSPICIOUS, <i>TRANSFORMATIONS IN BUSINESS &amp; ECONOMICS</i> , Volume21, Issue2A, Page 594-608 (ISI Web of Science, factor de impact, 1.8 (2023), WOS:00092759210001, ISSN 1648-4460, <a href="http://www.transformations.knf.vu.lt/56a/article/theb">http://www.transformations.knf.vu.lt/56a/article/theb</a> , AIS 2024=0.170 (BUSINESS & ECONOMICS)	10	6	0.170	0,850
3	Manolica, A; Bahova ; Roman, T; Abrudan, MM; Nistor, GC; (2020) CULTURAL PROFILE OF A BRAND: STARBUCKS CASE, <i>TRANSFORMATIONS IN BUSINESS &amp; ECONOMICS</i> , Volume19 Issue2B Page767-782, (ISI Web of Science, factor de impact, 1.8 (2023), WOS:000630908100008, ISSN 1648-4460, <a href="http://www.transformations.knf.vu.lt/50b/article/cult">http://www.transformations.knf.vu.lt/50b/article/cult</a> , AIS 2024=0.170, (BUSINESS & ECONOMICS)	10	6	0.170	0,850
TOTAL 1.1					3,9386

**1.2. Publicați la edituri de prestigiu internațional în domeniul științelor sociale și alte edituri naționale și internaționale – maximum 0,1875 puncte****1.2.1. Articole în volume ISI Proceedings**

Nr. crt.	Articol	N	Puncte
TOTAL 1.2.		0	0

**TOTAL P (=TOTAL 1.1 + TOTAL 1.2): 3,9386 puncte**

**2. Calcularea valorii punctajului C: citări în reviste indexate ISI cu scor absolut de influență (AIS) nenul (maxim 10 citări)**

Nr. crt.	Citare	Cuartila (Q)	Puncte
	<b>Citări ale articolului:</b> Nistor GC. (2019). "AN EXTENDED TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL FOR MARKETING STRATEGIES IN SOCIAL MEDIA, Volume 12, Issue 1, pp. 127-136, 2019 ISSN: ISSN-1843-763X DOI 10.1515/rebs-2019-0086		
1	Haque, R; Senathirajah, Senathirajah, ARB; Khalil MI; Qazi, Ahmed, SZ; A Structural Path Analysis Bangladeshi SMEs' Sustainability through Social Media Market, <i>SUSTAINABILITY</i> , Volume16, Issue13, <a href="https://doi.org/10.3390/su16135433">https://doi.org/10.3390/su16135433</a> , EISSN 2071-1050, WOS:001269142800001	Q2	0,75
2	Constantinescu M, Orindaru A , Pachitanu A , Rosca L , Caescu SL & Orzan MC. Attitude Evaluation on Using the Neuromarketing Approach in Social Media: Matching Company's Purposes and Consumer's Benefits for Sustainable Business Growth , <i>Sustainability</i> 2019, 11(24), 7094 <a href="https://doi.org/10.3390/su11247094">https://doi.org/10.3390/su11247094</a> , EISSN 2071-1050, WOS:000506899000197	Q3	0,5
3	Rotsios K, Konstantoglou A, Folinas D, Fotiadis T, Hatzithomas L & Boutsouki C. Evaluating the Use of QR Codes on Food Products, <i>Sustainability</i> 2022, 14(8), 4437. <a href="https://doi.org/10.3390/su14084437">https://doi.org/10.3390/su14084437</a> , EISSN 2071-1050, WOS:000786839100001	Q3	0,5
4	Kim JH, Kang E., An Empirical Research: Incorporation of User Innovativeness into TAM and UTAUT in Adopting a Golf App, <i>Sustainability</i> 2023, 15(10), 8309. <a href="https://doi.org/10.3390/su15108309">https://doi.org/10.3390/su15108309</a> , EISSN 2071-1050, WOS 001033234400001	Q3	0,5
5	Armah AK, Li J. Generational cohorts' social media acceptance as a delivery tool in sub-Saharan Africa motorcycle industry: The role of cohort technical know-how in technology acceptance, <i>Science Direct- Technology in Society</i> Volume 75, November 2023, 102390. <a href="https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102390">https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102390</a> , ISSN: 0160-791X, WOS:001111483300001	Q1	1.00
<b>TOTAL C</b>			<b>3,25</b>

**TOTAL S (=P+C): 7,4386 puncte****Condiții minime**

Nr. crt.	Conferențiar universitar, cercetător științific II	Realizat
1	<b>S &gt; = 1,5</b>	<b>7,1886</b>
2	<b>P &gt; = 0,75</b>	<b>3,9386</b>
3	<b>C &gt; = 0,5</b>	<b>3,25</b>
4	Pentru conferențiar universitar, cercetător științific II trebuie îndeplinită una din următoarele condiții: a) din cele maximum 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.  b) să fi fost director responsabil partener/membru într-un proiect/grant de cercetare câștigat în competiții naționale sau internaționale, cu excepția proiectelor finanțate prin programe operaționale de tip POS-DRU, POS-CEE sau similare.	<b>Condiții îndeplinite:</b> a) <b>3</b> articole cu AIS nenul, din care <b>3 articole în reviste cotate ISI cu scor absolut de influență (AIS) mai mare decât 0,15.</b>  b)-N/A
5	Candidatul pentru titlul de Conferențiar, CS II trebuie să aibă un număr minim de 2 articole ISI cu AIS nenul din care 1 din categoriile Core Economics și/sau Infoeconomics.	<b>Condiții îndeplinite:</b> <b>3</b> articole ISI cu AIS nenul din care <b>2 din categoriile Core Economics și/sau Infoeconomics</b>

20.12.2024

Lect. univ. dr. George Cristian Nistor