

UNIVERSITATEA DIN CRAIOVA  
 FACULTATEA DE ECONOMIE și ADMINISTRAREA AFACERILOR  
 DEPARTAMENTUL Management, Marketing, Administrarea Afacerilor  
 Postul scos la concurs: Conferențiar, poziția 22  
 Disciplinele postului: Marketing internațional; Managementul brandului, Marketing  
 Domeniul de competență: Marketing

**FIȘA DE VERIFICARE**  
 a îndeplinirii standardelor universității  
 pentru postul de conferențiar universitar

publicat Monitorul Oficial al României, partea a III-a, nr. 518, din 18 decembrie 2013

Candidat: Barbu Mihail Cătălin

Data nașterii: 10.03.1977

Funcția actuală: Lector univ. dr.

Instituția: Universitatea din Craiova, Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor

**1. Studiile universitare**

Nr. Crt.	Instituția de învățământ superior și Facultatea absolvită	Domeniul	Perioada	Titlul acordat
1.	Universitatea din Craiova; Facultatea de Științe Economice; Master Administrarea Afacerilor	Științe economice și administrarea afacerilor, Management	2000-2002	Master, în științe economice
2.	Universitatea din Craiova; Facultatea de Științe Economice; Specializarea: Tranzacții internaționale	Științe economice și administrarea afacerilor, Tranzacții internaționale	1995-1999	Licențiat în științe economice

**2. Studii de doctorat**

Nr. Crt.	Instituția organizatoare de doctorat	Domeniul	Perioada	Titlul științific acordat
1.	Universitatea din Craiova	Relații economice internaționale	2001-2006	Doctor în Științe Economice

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

Nr. Crt.	Instituția de învățământ superior și Facultatea absolvită	Domeniul/ Specializarea	Perioada	Tipul de bursă
1.	-	-	-	-

**4. Grade didactice/profesionale**

Nr. crt.	Instituția	Domeniul	Perioada	Titlul/postul sau gradul profesional
1.	Universitatea din Craiova Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor	Științe economice și administrarea afacerilor, Marketing	2007-prezent	Lector
2.	Universitatea din Craiova Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor	Științe economice și administrarea afacerilor, Marketing	2004-2007	Asistent
3.	Universitatea din Craiova Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor	Științe economice și administrarea afacerilor, Marketing	2001-2004	Preparator

## 5. Realizările profesional-științifice

Relevanța și impactul rezultatelor științifice ale candidatului	<p>Activitatea de cercetare s-a concretizat în publicarea unui număr de șase cărți și 28 de articole de specialitate, precum și într-un număr de 18 lucrări științifice prezentate la conferințe internaționale, desfășurate în țară și străinătate. Domeniile de interes în sfera cercetării au vizat marketingul internațional și managementul brandului.</p> <p>Din perspectiva marketingului internațional am elaborat două cărți de specialitate:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- <i>Marketing internațional</i>, Editura Universitaria, Craiova 2010;</li><li>- <i>Marketing internațional – aplicații și studii de caz</i>, Editura Universitaria, Craiova 2010.</li></ul> <p>Lucrarea <i>Marketing internațional</i>, Editura Universitaria, Craiova 2010, detaliază fundamentele teoretice ale marketingului internațional, fiind bogat ilustrată cu exemple sugestive, care au rolul de a facilita înțelegerea și aprofundarea conceptelor. Accentul se pune pe problematizare și sintetizare. Impactul lucrării în mediul academic poate fi evidențiat prin cele șase citări obținute de această lucrare.</p> <p>Lucrarea <i>Cultural adaptation of products</i>, Revista Management &amp; Marketing, Vol. IX, Nr. 1/2011, pp. 105-110, abordează problematica delicată a adaptării produselor pe diferite piețe, în funcție de subtilitățile culturale, pentru a favoriza consumul. Am arătat că întreprinderile performante sunt capabile să identifice și să valorizeze diferențele culturale dintre piețe. Lucrarea a obținut trei citări.</p> <p>Am aprofundat analiza conceptului „made in”, cu aplicabilitate la conceptul „made in Romania”. Astfel, am arătat că aprecierile românilor față de produsele românești se îndreaptă către dimensiunea „calitate” și mai puțin către dimensiunile „brand” și „inovație”. Consumatorii români sunt motivați să cumpere produse românești doar dacă acestea beneficiază de același nivel al calității ca și produsele străine și sunt mai puțin motivați să le cumpere din patriotism. Succesul unei mărci pe piața mondială este influențat, cel puțin în primii ani de viață ai mărcii, de susținerea din partea unei imagini de țară puternice. Cele mai avantajate sunt mărcile provenind din țările dezvoltate în care există sectoare economice puternice. Mărcile provenind din țările în curs de dezvoltare trebuie să investească în calitatea produselor și să se înarmeze cu răbdare, deoarece succesul are nevoie de timp. Cele mai reprezentative lucrări care tratează problematica detaliată în paragraful de mai sus sunt:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Liviu Crăciun, Cătălin Mihail Barbu, <i>Determining consumers' propensity to buy Romanian products</i>, Revista Management &amp; Marketing, Vol. IX, Nr. 2/2011, pp. 255-264;</li><li>- Cătălin Mihail Barbu, <i>The meanings of „made in Romania” among the Romanian consumers</i>, Revista ECTAP, 7/2011(560) 2011, pp. 31-42;</li><li>- Tudor Nistorescu, Cătălin Mihail Barbu, <i>Country of origin effect and the success of the brands on international market</i>, lucrările conferinței internaționale „Competivitate și stabilitate în economia bazată pe cunoaștere”, ISBN 978-606-510-162-3 organizator Universitatea din Craiova, Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor, Craiova, 30 mai – 1 iunie 2008.</li></ul> <p>Din perspectiva brandingului cele mai reprezentative lucrări sunt:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Cătălin Mihail Barbu, Radu Florin Ogarcă, Constantin Răzvan Barbu, <i>Branding in small business</i>, Revista Management &amp; Marketing, Vol. VIII, Special issue 1/2010, pp. S31-S38;</li><li>- Tudor Nistorescu, Cătălin Mihail Barbu, <i>Retail store design and environment as branding support in the services marketing</i>, Revista Management &amp; Marketing, Vol. VIII, year 6, issue 6/2008, pp. 11-17;</li><li>- Tudor Nistorescu, Cătălin Mihail Barbu, Roxana Ioana Dumitriu, <i>Study concerning customer's loyalty in the auto market</i>, Revista Management &amp;</li></ul>
---	--

Marketing, Vol. XI, Nr. 2/2013, pp. 332-339;

- Tudor Nistorescu, Cătălin Mihail Barbu, Roxana Ioana Dumitriu, *Trademark vs. brand: a conceptual approach*, Revista Management & Marketing, Vol. XI, Nr. 1/2013, pp. 29-39.

În lucrarea *Branding in small business* am arătat că sfera brandingului are aplicabilitate și în acest domeniu, în pofida unor alte priorități și a resurselor limitate. Întreprinderile mici și mijlocii fac branding, dar adesea într-un mod nesistematic. Lucrarea a fost citată de șase ori, în articole ISI și articole din străinătate din care evidențiem:

- Ruxandra Irina Popescu, *Creșterea competitivității unei destinații turistice prin brand și branding*. Studiu de caz: România”, *Revista Transilvană de Științe Administrative*, nr. 1(30), pp. 106-121;

- Sheetal Sangeeta, Rajiv Kumar, *Marketing Strategies of Small and Medium Enterprises: A Sample Survey*, *International Journal of Management Sciences*, Vol. 01, Issue 02, June 2012, pp. 60-71.

- U. Modum, Robinson O. Ugwoke and Edith O. Onyeau, *Content analysis of the effect of Ceo duality on the corporate performance of quoted companies on the Nigerian stock exchange 2006 -2012*, *European Journal of Business and Social Sciences*, Vol. 2, No.6 , pp 61-77, September 2013, pp. 61 – 77

- Grant Aguirre, *Brand development and management in the bed and breakfast industry*, *Proceedings of The Annual Meeting of The Association of Collegiate Marketing Educators New Orleans, LA, February 29 – March 3, 2012*, p. 2.

În lucrarea *Retail store design and environment as branding support in the services marketing*, am arătat că elementele care definesc ambianța serviciilor se pot concretiza într-un ajutor consistent pentru strategia de branding a întreprinderii de servicii. Lucrarea a fost citată de patru ori.

Lucrarea *Corporate governance and firm performance* realizată împreună cu colegul Claudiu Bocean a obținut un număr de șase citări din care evidențiem:

- U. Modum, Robinson O. Ugwoke and Edith O. Onyeau, *Content analysis of the effect of Ceo duality on the corporate performance of quoted companies on the Nigerian stock exchange 2006 -2012*, *European Journal of Business and Social Sciences*, Vol. 2, No.6, September 2013, pp 61-77;

- Qadir Ibrahim, Ramiz ur Rehman and Awais Raoof, *Role of Corporate Governance in Firm Performance: A Comparative Study between Chemical and Pharmaceutical Sectors of Pakistan*, *International Research Journal of Finance and Economics*, Issue 50/2010, pg.7-16;

- Chen Guo-hui Wang Yao-wen, *The Choice of Accounting and the Company Administration: An Empirical Investigation*, *Research on financial and economic issues*, no 01, january 2009, pp. 93-98.

Impactul activității de cercetare poate fi pus în evidență prin cele 32 de citări obținute de toate lucrările științifice realizate.

Relevanța activității științifice este dovedită prin prezența în colectivele editoriale a trei reviste internaționale de prestigiu:

- redactor șef adjunct al revistei Management&Marketing;

- membru în colegiul de redacției al revistei International Journal of Marketing Studies, Canada;

- membru în colegiul de redacției al revistei International Journal of Marketing Practices, Pakistan.

În calitate de redactor șef adjunct al revistei Management&Marketing am militat pentru creșterea calității și vizibilității revistei, aceasta fiind indexată în patru baze internaționale recunoscute. Pentru a crește calitatea articolelor publicate m-am implicat în crearea și managementul colectivului de evaluatori și am depus eforturi pentru a dispune de un consiliu științific puternic.

De asemenea, legat de recunoașterea prestigiului științific, am activat ca evaluator pentru *Analele Universitatis Apulensis* seria *Oeconomica*, Alba-Iulia și pentru conferința anuală a Academiei Europene de Marketing, al cărei membru sunt. Am fost coordonatorul lucrărilor secțiunii de marketing (*track chair*) la conferința științifică internațională „Competitiveness and Stability in the Knowledge Based Economy”, 14-15 mai 2010, Craiova.

<p>Capacitatea candidatului de a îndruma studenți sau tineri cercetători și competențele didactice ale candidatului</p>	<p>De-a lungul celor peste 12 ani de activitate didactică universitară am desfășurat atât activități de predare de cursuri cât și activități practice cu studenții.</p> <p>Ca titular de curs, am căutat să asigur condiții optime pentru desfășurarea orelor la disciplinele Marketing internațional; Managementul brandului, Marketing. Astfel am elaborat fișe de discipline judicioase, în calitate de coordonator al disciplinelor respective, cu care sunt însărcinat la nivelul Departamentului Management, Marketing, Administrarea Afacerilor din cadrul Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor.</p> <p>Materialul didactic propriu este reprezentat prin cursuri și cărți de specialitate ca unic autor și suporturi de curs în format electronic, cuprinzând informații culese din cele mai recente surse bibliografice, reprezentative pe plan național și internațional. Pentru activitatea practică, am elaborat și pus la dispoziția studenților studii de caz și îndrumătoare de aplicații practice. Am utilizat tehnici moderne de predare și comunicare în cadrul cursurilor și seminarilor: videoproiector, utilizarea metodelor de predare moderne prin folosirea canalelor de comunicare verbală, scrisă, audiovizuală (fișiere de tip media), nonverbală, jocuri de roluri. În procesul transmiterii de cunoștințe am căutat să evit învățarea mecanică din partea studenților și am pus accentul pe înțelegere, interpretare, formarea unui sistem propriu de gândire.</p> <p>Data fiind calitatea foarte bună a orelor de predare, precum și tactul pedagogic de care am dat dovadă la orele de curs, procentul de frecvență al studenților este foarte bun iar rezultatele acestora la colocvii, examene sunt de asemenea notabile. Pe linia evaluării studenților am abordat o procedură de evaluare transparentă, bazată pe acumularea de cunoștințe și competențe care să îi ajute pe studenți de-a lungul parcursului lor profesional.</p> <p>În ansamblu, calitatea activităților didactice a fost evaluată în fiecare an, ca urmare a introducerii sistemului de managementul calității la Universitatea din Craiova, în fișele de evaluare a performanțelor profesionale, obținând punctaje echivalente calificativului „foarte bine”. De asemenea, în cadrul evaluării anuale din partea directorului de departament am obținut numai rezultatul „foarte bine”.</p> <p>În vederea aprofundării pregătirii de specialitate, am participat la o serie de stagii de cercetare-documentare în străinătate, la universități de prestigiu dintre care amintesc Robert Gordon University Aberdeen, IUT Robert Schuman Strasbourg, Universidade Autonoma de Lisboa. Am avut astfel acces la vasta lor colecție de referințe bibliografice, pe care le-am integrat cu succes în lucrările de cercetare sau în suporturile de curs propuse studenților.</p> <p>An de an, am îndrumat studenții la lucrările de licență și lucrările de disertație, fiind membru în comisia de licență la programul de studiu Marketing și în comisia de disertație la programul de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri. Am făcut parte din echipa de lucru a dosarului de acreditare pentru programele de studii mai sus amintite. Pe linia atragerii tinerelor talente la Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor am fost secretarul comisiei de admitere la masterat în trei ani, obținând rezultate foarte bune, cantitative și calitative.</p> <p>Tot pe linie didactică am inițiat și condus o serie de cercuri studențești științifice. În acest context am contribuit la formarea profesională a mai multor generații de economiști. Rezultatele obținute se pot evidenția prin locul III obținut la Olimpiada națională de marketing, 2009, organizată de AFER, prin studenții Florea Dorian și Mirigel Mădălina.</p> <p>Pentru a asigura posibilitatea studenților din cadrul Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor din Craiova de a se integra în mediul academic, de a căpăta experiență în organizarea de proiecte și de a desfășura activități într-un cadru organizat, am oferit sprijin și consultanță studenților facultății organizați în Asociația Studenților Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor (ASFEEA). Înființarea ASFEEA a fost benefică, dovadă numărul mare de membrii și contribuția acestora în integrarea în activitatea studențească, organizarea diverselor concursuri și festivaluri studențești.</p> <p>Capacitatea de a lucra cu tinerii studenți este subliniată și de faptul că, an de</p>
---	---

	<p>an, sunt tutore pentru studenții programelor de studiu Marketing și Marketing și Comunicare în Afaceri. În această calitate am abordat cu tact și diplomatie problemele studențești, fiind preocupat de crearea unui mediu favorabil învățării.</p> <p>Pentru viitorul profesional al absolvenților, am depus eforturi pentru a încheia convenții cu centrele de practică, astfel încât studenții să beneficieze de posibilitatea acumulării de experiență practică. Am fost responsabil de practică la programul de studiu Marketing, iar dintre întreprinderile cu care am stabilit contacte în vederea încheierii de convenții amintesc: Elpreco, Gazeta de Sud, Dedeman. De asemenea, prin proiectul Praxis am fost coordonator practică pentru un grup de șase studenți care au beneficiat de posibilitatea de a face practica de specialitate în Portugalia. Responsabilitățile mele au vizat stabilirea detaliilor privind organizarea practicii și discuții cu reprezentanții firmelor portugheze, dintre care amintesc Portugal Telecom.</p> <p>Prin participarea cu lucrări la manifestările științifice de profil din țară și din străinătate și prin publicarea de cărți și articole științifice, prin participarea ca reprezentant al instituției, am contribuit la promovarea imaginii instituției, a învățământului economic din Universitatea din Craiova.</p> <p>Am fost invitat la televiziunea Universității din Craiova, Tele U, pentru a promova imaginea facultății și pentru a vorbi despre rolul marketingului în societate, despre importanța marketingului pentru întreprinderi și pentru consumatori.</p> <p>Am căutat să extind colaborarea pe latura didactică și de cercetare cu cadre didactice și cercetători de la alte facultăți din țară și străinătate. În acest sens am primit recomandări elogioase de la prof. univ. dr. Nicolae Al. Pop de la Academia de Studii Economice București, Facultatea de Marketing, prof. univ. dr. Ioana Cecilia Popescu de la Academia de Studii Economice București, prodecan al Facultății de Marketing, și conf. univ. dr. Dan Cristian Dabija de la Universitatea Babeș-Bolyai Cluj-Napoca, Facultatea de Economie și de Gestione a Afacerilor.</p>
<p>Capacitatea candidatului de a conduce proiecte de cercetare-dezvoltare</p>	<p>Am participat ca membru în următoarele proiecte de cercetare/educaționale:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>PRAXIS - Buni practicieni in domeniul economic in tranziție de la școală la viața activă</i>, proiect POS-DRU, axa DM 2.1, ID 61477, Universitatea din Craiova, Universitatea de Vest Timișoara, ISCTE Portugalia, Supeuropa Franța, valoare: 10213028 lei, director proiect: lect. univ. dr. Oana Gherghinescu, perioada 2013;</li> <li>2. <i>Calitate și competențe la standarde europene pentru personalul didactic din învățământul superior în vederea creșterii competitivității școlii de economie din România</i>, axa 1, 86/1.2/S/53365, Universitatea de Vest Timișoara, Universitatea din Craiova, valoare: 1208383 lei, director proiect: lect. univ. dr. Ovidiu Megan, perioada 2012;</li> <li>3. <i>Marketing Research Project Europe (MARPE)</i>, proiect internațional EU Lifelong Learning Programme- Erasmus DE-2010-ERA/MOBIP-Ant-1-215399-1-26, valoare: 78405,55 EUR perioada 2011;</li> <li>4. <i>Development of Lifelong Learning Framework in Serbia (DELFI)</i>, proiect internațional de cercetare TEMPUS IV, nr. 145010 – TEMPUS – 2008 – RS – JPHE – ETF- JP – 00059-2008 director de grant lector univ. dr. Călina Gelu, perioada de desfășurare 2009-2012;</li> <li>5. <i>Negocierea și derularea contractelor comerciale de import</i>, contract cu mediul social și de afaceri, beneficiar: S.C. GEOSPECT S.A., nr. 64C/23.12.2008, valoare: 11912 euro, director lect. univ. dr. Luminița Vochița, perioada 2008-2009;</li> <li>6. <i>Planificarea activității de marketing S.C. ELPRECO S.A. – abordări strategice, operaționale și în situații de criză</i>, contract cu mediul social și de afaceri, beneficiar: S.C. ELPRECO S.A., nr. 41C/10.06.2009, valoare: 12233.2 euro, director prof. univ. dr. Gheorghe Meghișan, perioada 2009;</li> <li>7. <i>Strategii de valorificare a potențialului turistic al regiunii Oltenia în perspectiva dezvoltării economice și sociale și integrării europene</i>, grant CNCISIS tip AT, nr. 29, valoare: 4900 lei, director lect. univ. dr. Gruescu Ramona, perioada 2006;</li> <li>8. <i>Studiu privind reconsiderarea funcției și optimizarea implementării</i></li> </ol>

	<p><i>auditului intern ca mijloc de asigurare a organizației</i>, beneficiar SC Complexul Energetic Craiova SA, nr. 60C/29.12.2006, valoare: 11.621 lei (3537 euro), director conf. univ. dr. Sorinel Domnișoru, perioada 2006.</p> <p>9. <i>Centrul Regional Universitar de Formare, Asistență și Consultanță în resursele Umane- CRUFACRUM</i>, proiect PHARE RO -2002/000-586.05.02.178, valoare 42.360 EUR, director prof univ. dr. Mihai Vărzaru, perioada 2005-2006;</p> <p>10. <i>Cercetări privind dezvoltarea managementului strategic al resurselor umane în întreprinderile românești, în contextul integrării în Uniunea Europeană</i> (continuare proiect), grant CNCISIS tip AT, nr. 64, valoare: 2700 lei, director conf. univ. dr. Adriana Burlea Schiopoiu, perioada 2003;</p> <p>11. <i>Cercetări privind dezvoltarea managementului strategic al resurselor umane în întreprinderile românești, în contextul integrării în Uniunea Europeană</i>, grant CNCISIS tip AT, nr. 489, valoare: 3450 lei, director conf. univ. dr. Adriana Burlea Schiopoiu, perioada 2002.</p>
--	--

### 6. Îndeplinirea standardelor universității:

- deținerea diplomei de doctor în domeniul postului sau într-o ramură înrudită: **îndeplinit**

- îndeplinirea standardelor minime naționale de ocupare a posturilor didactice, specifice funcției didactice de conferențiar universitar, aprobate prin O.M.E.C.T.S. nr. 6560/20.12.2012, publicat în M.O. 890 bis/27.12.2012 și modificat cu O.M.E.N. nr. 4204/15.07.2013, publicat în M.O. nr. 440/18.07.2013 potrivit art. 219 alin. (1) al Legii Educației Naționale nr. 1/2011: **îndeplinit**

Domeniul de activitate (Indicator, Criteriu)	Punctaj minim	Punctaj realizat
Activitatea didactică / profesională (A1)	10	24
	Minim o carte	3 cărți
Activitatea de cercetare (A2)	35	89,65
	Minim 8 articole	29 articole
Recunoașterea impactului activității (A3)	5	88
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>201,65</b>

\* Justificarea îndeplinirii standardelor minime naționale în Anexa 1

### 7. Îndeplinirea standardelor facultății: **îndeplinit**

**Candidat**  
**Lect. univ. dr.**  
**Barbu Mihail Cătălin**

**Detalierea punctajului realizat necesar  
îndeplinirii standardelor minimale naționale pentru conferirea titlului de conferențiar**

<b>A1. Activitatea didactică și profesională</b>			
<b>1.1. Cărți și capitole/studii în cărți de specialitate sau volume colective</b>	$A_{1.1} = \sum k_i \times p_i$		
<b>1.1.1.2. Cărți de specialitate naționale</b>	$p_i$	$k_i$	Punctaj
<b>Cătălin Mihail Barbu, <i>Marketing internațional</i></b> , Editura Universitaria, Craiova 2010, 272 p., ISBN 978-666-510-0004-1	8	100%	8
<b>Cătălin Mihail Barbu, <i>Marketing internațional – aplicații și studii de caz</i></b> , Editura Universitaria, Craiova 2010, 214 p., ISBN 978-666-14-0007-2	8	100%	8
<b>Cătălin Mihail Barbu, <i>Globalizare și creștere economică</i></b> , Editura Universitaria, Craiova 2010, 276 p., ISBN 978-666-14-0000-3	8	100%	8
<b>Total A1.1.1.2</b>	24 puncte		
<b>1.2 Material didactic/Lucrări didactice</b>			
<b>1.2.1 Manuale didactice/monografii</b>			
<b>Cătălin Mihail Barbu, <i>Marketing</i></b> , suport de curs electronic pentru studenții specializării Finanțe-Bănci și Economie și afaceri internaționale, cu predare în limba engleză			
<b>Cătălin Mihail Barbu, <i>Managementul brandului</i></b> , suport de curs electronic, pentru studenții specializării Marketing și comunicare în afaceri			
Dumitru Constantinescu, Radu Ogarcă, Claudiu Bocean, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , Cosmin Băloi, <i>Management – funcții, structuri, procese</i> , Editura Sitech, Craiova, 2008, 432 p., ISBN 978-606-510-202-6			
<b>1.2.2 Îndrumătoare de lucrări practice</b>			
Liviu Crăciun, Radu Ogarcă, <b>Cătălin Mihail Barbu, <i>Economia întreprinderii – aplicații și studii de caz</i></b> , Tipografia Universității din Craiova, 2003, 235 p.			
<b>TOTAL A1</b>	<b>24 puncte</b>		
<b>A2. Activitatea de cercetare</b>			
<b>2.1. Articole care prezintă contribuții specifice originale, în extenso, publicate ca autor sau coautor, în reviste cotate ISI sau BDI</b>	$A_{2.1.1.}, A_{2.1.2.}, A_{2.1.3.} = \sum \frac{p_i}{a_i}$		
<b>2.1.2. Articole care prezintă contribuții științifice, în extenso, publicate în reviste indexate de cel puțin două din bazele de date internaționale recunoscute*</b>	$p_i$	$a_i$	Punctaj
Tudor Nistorescu, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , Roxana Ioana Dumitriu, <i>Study concerning customer's loyalty in the auto market</i> , Revista Management & Marketing, Vol. XI, Nr. 2/2013, pp. 332-339, ISSN 1841-2416, indexată Repec, Doaj, Ebsco, Cabell; <a href="http://www.mnmk.ro/documents/PDF_MNMK_2_2013/12-18-2-3.pdf">http://www.mnmk.ro/documents/PDF_MNMK_2_2013/12-18-2-3.pdf</a>	6	3	2
Tudor Nistorescu, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , Roxana Ioana Dumitriu, <i>Trademark vs. brand: a conceptual approach</i> , Revista Management & Marketing, Vol. XI, Nr. 1/2013, pp. 29-39, ISSN 1841-2416, indexată Repec, Doaj, Ebsco, Cabell; <a href="http://www.mnmk.ro/documents/2013-01/2-20-1-13.pdf">http://www.mnmk.ro/documents/2013-01/2-20-1-13.pdf</a>	6	3	2
<b>Cătălin Mihail Barbu</b> , Flaviu Meghișan, <i>Brands internationalization</i> , Suplimentul revistei Calitatea – acces la succes, volumul 14, S2/2013, pp. 464-471, ISSN 1582-2559, indexată Scopus, Ebsco, Cabell's, Proquest; <a href="http://www.calitatea.srac.ro/arhiva/supliment/2013/Q-as_Vol.14_S2_May-2013_Content.pdf">http://www.calitatea.srac.ro/arhiva/supliment/2013/Q-as_Vol.14_S2_May-2013_Content.pdf</a>	6	2	3

\* Bazele de date internaționale recunoscute sunt ISI Web ob Knowledge, Scopus, EBSCO, EconLit, REPEC, DOAJ, Cabells, JSTOR, Science Direct, SpringerLink, ProQuest, DBLP, ACM, INFOSCI

Tudor Nistorescu, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , Valentin Stanciu, <i>Profile analysis of the employees of commercial banks in Romania</i> , Revista Management & Marketing, Vol. IX, Nr. 1/2012, pp. 37-52, ISSN 1841-2416, indexată Repec, Doaj, Ebsco, Cabell; <a href="http://www.mnmk.ro/documents/2012-first/3_25_1_12_FFF.pdf">http://www.mnmk.ro/documents/2012-first/3_25_1_12_FFF.pdf</a>	6	3	2
<b>Cătălin Mihail Barbu</b> , Flaviu Meghișan, <i>Considerations on the Future of Globalization</i> , Analele Universității Ovidius din Constanța, Seria Științe Economice, Volume XII, Issue 1 /2012, pp. 14-19, ISSN 1582-9383, indexată REPEC Doaj, Ebsco, Cabell; <a href="http://www.ovidius-stec.ro/html/anale/RO/cuprins%20rezumate/cuprins2012p1.pdf">http://www.ovidius-stec.ro/html/anale/RO/cuprins%20rezumate/cuprins2012p1.pdf</a>	6	2	3
Flaviu Meghișan, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>Globalization Between Agony and Ecstasy</i> , Analele Universității Ovidius din Constanța, Seria Științe Economice, Volume XII, Issue 1 /2012, pp. 92-97, ISSN 1582-9383, indexată REPEC Doaj, Ebsco, Cabell; <a href="http://www.ovidius-stec.ro/html/anale/RO/cuprins%20rezumate/cuprins2012p1.pdf">http://www.ovidius-stec.ro/html/anale/RO/cuprins%20rezumate/cuprins2012p1.pdf</a>	6	2	3
Liviu Crăciun, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>Determining consumers' propensity to buy Romanian products</i> , Revista Management & Marketing, Vol. IX, Nr. 2/2011, pp. 255-264, ISSN 1841-2416, indexată Repec, Doaj, Ebsco, Cabell; <a href="http://mnmk.ro/documents/2011-2/8_Barbu_FFF.pdf">http://mnmk.ro/documents/2011-2/8_Barbu_FFF.pdf</a>	6	2	3
<b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>The meanings of „made in Romania” among the Romanian consumers</i> , Revista ECTAP, 7/2011(560) 2011, pp. 31-42, ISSN 1841-8678, indexată Econlit, Repec, Doaj, Ebsco; <a href="http://ideas.repec.org/a/agr/journal/v7%28560%29y2011i7%28560%29p31-42.html">http://ideas.repec.org/a/agr/journal/v7%28560%29y2011i7%28560%29p31-42.html</a>	6	6	6
<b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>Cultural adaptation of products</i> , Revista Management & Marketing, Vol. IX, Nr. 1/2011, pp. 105-110, ISSN 1841-2416, indexată Repec, Doaj, Ebsco, Cabell; <a href="http://www.mnmk.ro/documents/2011/9_Barbu%20FFF.pdf">http://www.mnmk.ro/documents/2011/9_Barbu%20FFF.pdf</a>	6	6	6
Constantin Răzvan Barbu, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>The management of a public funded sport club in times of crisis - a case study at CSM Craiova</i> , Journal of Physical Education and Sport, Vol 11 issue 4 December 2011, pp. 455 – 460, ISSN 2247 – 8051, indexată Scopus, Ebsco, Proquest, Doaj; <a href="http://efsupit.ro/images/stories/imgs/JPES/2011/12/14Art70.pdf">http://efsupit.ro/images/stories/imgs/JPES/2011/12/14Art70.pdf</a>	6	2	3
<b>Cătălin Mihail Barbu</b> , Flaviu Meghișan, <i>Considerations on the Future of Globalization</i> , Analele Universității Ovidius din Constanța, Seria Științe Economice, Volume XI, Issue 1 /2011, pp. 173-176, ISSN 1582-9383, indexată REPEC Doaj, Ebsco, Cabell; <a href="http://www.ovidius-stec.ro/html/anale/RO/cuprins%20rezumate/cuprins2011p1.pdf">http://www.ovidius-stec.ro/html/anale/RO/cuprins%20rezumate/cuprins2011p1.pdf</a>	6	2	3
<b>Cătălin Mihail Barbu</b> , Radu Florin Ogarcă, Constantin Răzvan Barbu, <i>Branding in small business</i> , Revista Management & Marketing, Vol. VIII, Special issue 1/2010, pp. S31-S38, ISSN 1841-2416, indexată Repec, Doaj, Ebsco, Cabell; <a href="http://www.mnmk.ro/documents/2010special/3BarbuOgarca.pdf">http://www.mnmk.ro/documents/2010special/3BarbuOgarca.pdf</a>	6	3	2
Flaviu Meghișan, Liviu Crăciun, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>Corporate Social Responsibility And Marketing</i> , Revista Tinerilor Economisti, volume 1, issue 15, 2010, pp. 78-84, ISSN 1583-9982, indexată Repec Ebsco; <a href="http://ideas.repec.org/a/aio/rtevej/v1y2010i15p78-84.html">http://ideas.repec.org/a/aio/rtevej/v1y2010i15p78-84.html</a>	6	2	3



Tudor Nistorescu, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>Retail store design and environment as branding support in the services marketing</i> , Revista Management & Marketing, Vol. VIII, year 6, issue 6/2008, pp. 11-17, ISSN 1841-2416, indexată Repec, Doaj, Ebsco, Cabell; <a href="http://www.mnmk.ro/documents/2008/2008-2.pdf">http://www.mnmk.ro/documents/2008/2008-2.pdf</a>	6	2	3
Tudor Nistorescu, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>Relația competențe profesionale – competențe individuale</i> , Calitatea – acces la succes, numărul 9/2008, pp. 514-525, ISSN 1582-2559, indexată Scopus, Ebsco, Cabell's, Proquest; <a href="http://calitatea.srac.ro/arhiva/2008/09_2008.pdf">http://calitatea.srac.ro/arhiva/2008/09_2008.pdf</a>	6	2	3
Dragomir Laurențiu, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , George Ciobanu, <i>The correlation between research&amp;development and the economic growth in Romania</i> , Analele Universității Din Oradea, Stiințe Economice, Volumul I, International business and European Integration, Tom XVII, 2008, pp. 110-118, ISSN 1582 – 5450, indexată Repec, Doaj, Ebsco; <a href="http://ideas.repec.org/a/ora/journal/v1y2008i1p294-299.html">http://ideas.repec.org/a/ora/journal/v1y2008i1p294-299.html</a>	6	3	2
Claudiu Bocean, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>Corporate performance and firm performance</i> , Revista Management & Marketing, anul 5, numărul 1/2007, pp. 125-131, ISSN 1841-2416, indexată Repec, Doaj, Ebsco, Cabell; <a href="http://mnmk.ro/documents/2007/2007-14.pdf">http://mnmk.ro/documents/2007/2007-14.pdf</a>	6	2	3
Tudor Nistorescu, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>A model for enterprises' environmental scanning</i> , Revista Management & Marketing, anul 4, numărul 1/2006, pp. 57-62, ISSN 1841-2416, indexată Repec, Doaj, Ebsco, Cabell; <a href="http://www.mnmk.ro/documents/2006/2006-4.pdf">http://www.mnmk.ro/documents/2006/2006-4.pdf</a>	6	2	3
<b>Total A 2.1.2.</b>	55 puncte		
<b>2.1.3. Articole/studii publicate în volumele conferințelor indexate ISI proceedings sau internaționale desfășurate în țară sau străinătate (cu ISSN sau ISBN)</b>	$p_i$	$a_i$	Punctaj
<b>Cătălin Mihail Barbu</b> , Flaviu Meghișan, <i>Revenues management in the marketing of services</i> , CONFERINȚA INTERNAȚIONALĂ „Competivitate și stabilitate în economia bazată pe cunoaștere” Craiova, 14-15 mai 2010, ISBN 978-606-510-888-2;	4	2	2
Tudor Nistorescu, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>Country of origin effect and the success of the brands on international market</i> , Lucrările conferinței internaționale „Competivitate și stabilitate în economia bazată pe cunoaștere”, organizator Universitatea din Craiova, Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor, Craiova, 30 mai – 1 iunie 2008, ISBN 978-606-510-162-3.	4	2	2
<b>Cătălin Mihail Barbu</b> , Sorinel Domnișoru, Radu Ogarcă, <i>National culture and decision making process</i> , microCAD 2007 International Scientific Conference University of Miskolc, 22-23 March 2007, University of Miskolc, pp. 81-86, ISBN 978-963-742-4	4	3	1.33
Tudor Nistorescu, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>Competitive Advantages and the Risks of Outsourcing as Long-Term Strategy</i> , The International Conference Competitiveness and Stability in the Knowledge Based Economy, University of Craiova, Faculty of Economics and Business Administration, 20-21th October 2006, pp. 916-923, ISBN (10) 973-742-445-x.	4	2	2
Claudiu Bocean, Adriana Scrișoteanu, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>Trends in the Theory and Practice of Management</i> , The International Economic Conference, Lucian Blaga University Sibiu, 4-5th May, 2006, Volume IV, pp. 20-26, ISBN (10) 973-739-259-0	4	3	1.33

Constantin Tumbăr, Ilie Budică, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>Rethinking economic growth in globalization</i> , 5 <sup>th</sup> International Symposium Economy and Business, "Economic Development and Growth", organized by Bulgarian Academy of science, 11-15 September 2006, Sunny Beach, Bulgaria, ISBN 954-9368-17-3	4	3	1.33
Constantin Tumbăr, Adriana Scioșteanu, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>The Rural Tourism in Romania</i> , 4th International Symposium Economy and Business, "Economic Development and Growth", organized by Bulgarian Academy of Science, 12-17 September 2005, Sunny Beach, Bulgaria, pp. 198-210, ISBN 954-9368-12-2	4	3	1.33
Flaviu Meghișan, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>Globalizarea conduce la o reînnoire a conceptului de creștere economică?</i> , Simpozionul național „Probleme actuale ale economiei globale”, Universitatea Ovidius Constanța, Facultatea de Științe Economice, Catedra de Administrarea Afacerilor, Constanța, 14 octombrie 2005, Volumul I, pp. 568-563, ISBN 973-742-164-7	4	2	2
Tudor Nistorescu, Cătălina Sitnikov, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>Regional Development in Romania – Perspectives and Strategies</i> , 2nd International Conference on European and International Political & Economic Affairs, May 27-29, 2004, Athens, Greece, pp. 221-234, ISBN 960-88331-4-0	4	3	1.33
Radu Ogarcă, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>Building a Creative Organisation</i> , The Proceedings of the 5 <sup>th</sup> Biennial International Symposium, SIMPEC 2004, University of Transilvania Brașov, Faculty of Economic Science, 14-15 May 2004, Brașov, Vol II, pp. 40-46, ISBN 973-8204-58-5	4	2	2
Tudor Nistorescu, <b>Cătălin Mihail Barbu</b> , <i>Adaptarea organizațională a întreprinderilor în economia bazată pe cunoaștere</i> , Simpozionul internațional „Probleme regionale în contextul procesului de globalizare”, Academia de Studii Economice din Moldova, Chișinău, Republica Moldova, 9-10 octombrie 2002, pp. 359-360, ISBN 9975-75-164-4	4	2	2
<b>Total A 2.1.3.</b>	18,65 puncte		
<b>Total A 2.1.</b>	73,65 puncte		
<b>2.3. Granturi/proiecte câștigate prin competiție</b>	$A_{2.3} = \sum p_i \times n_i$		
<b>2.3.2.2. Granturi/proiecte câștigate prin competiție – naționale (membru în echipă)</b>	Punctaj		
<i>Strategii de valorificare a potențialului turistic al regiunii Oltenia în perspectiva dezvoltării economice și sociale și integrării europene</i> , grant CNCISIS tip AT, nr. 29, valoare: 4900 lei, director lect. univ. dr. Gruescu Ramona, perioada 2006	5		
<i>Cercetări privind dezvoltarea managementului strategic al resurselor umane în întreprinderile românești</i> , în contextul integrării în Uniunea Europeană, grant CNCISIS tip AT, nr. 489, valoare: 3450 lei, director conf. univ. dr. Adriana Burlea Schiopoiu, perioada 2002	5		
<b>2.3.2.3. Granturi/proiecte câștigate prin competiție – cu mediul de afaceri (membru în echipă) (valoare minimă 10.000 euro, cumulativ pentru maxim 3 contracte)</b>	Punctaj		
<i>Planificarea activității de marketing S.C. ELPRECO S.A. – abordări strategice, operaționale și în situații de criză</i> , contract cu mediul social și de afaceri, beneficiar: S.C. ELPRECO S.A., nr. 41C/10.06.2009, valoare: 10000 euro, director prof. univ. dr. Gheorghe Meghișan, perioada 2009	3		
<i>Negocierea și derularea contractelor comerciale de import</i> , contract cu mediul social și de afaceri, beneficiar: S.C. GEOSPECT S.A., nr. 64C/23.12.2008, valoare: 11912 euro, director lect. univ. dr. Luminița Vochița, perioada 2008-2009	3		
<b>Total A 2.3.</b>	16 puncte		
<b>TOTAL A2</b>	<b>89,65 puncte</b>		

<b>A3. Recunoașterea și impactul activității</b>		
<b>3.1. Citări în cărți și reviste ISI/BDI</b>		$A_{3.1.} = \sum p_i \times n_i$
<b>3.1.1. Citări în reviste ISI cu factor de impact mai mare ca 0 sau indexată BDI</b>		Punctaj
<b>Lucrarea care citează</b>	<b>Lucrarea citată</b>	
Ishizaka, A., Blakiston, R., <i>The 18C's model for a successful long-term outsourcing arrangement</i> , Industrial Marketing Management volume 41, issue 7, year 2012, pp. 1071 – 1080	Nistorescu, Tudor, Cătălin Mihail Barbu, <i>Outsourcing: long-term competitive strategy</i> Metalurgia International, volume 14, issue 6, year 2010, pp. 22 – 26.	2
Popescu, R.I., Profiroiu, A.G. (2012). "Comparative study regarding EU urban areas tourism promotion using official websites-examples of good practices for Romania's capital city", Transylvanian Review of Administrative Sciences, No. 35E, pp. 203-221.	Tudor Nistorescu, Cătălin Mihail Barbu, <i>Retail store design and environment as branding support in the services marketing</i> , Revista Management & Marketing, Vol. VIII, year 6, issue 6/2008, pp. 11-17	2
Ruxandra Irina Popescu, <i>Creșterea competitivității unei destinații turistice prin brand și branding. Studiu de caz: România</i> ", Revista Transilvană de Științe Administrative, nr. 1(30), pp. 106-121	Cătălin Mihail Barbu, Radu Florin Ogarcă, Constantin Răzvan Barbu, <i>Branding in small business</i> , Revista Management & Marketing, Vol. VIII, Special issue 1/2010, pp. S31-S38	2
Ruxandra Irina Popescu, <i>Rolul strategiei de brand a Japoniei în dezvoltarea turistică a țării</i> , Revista Transilvană de Studii Administrative, 1(28)/2011, pp. 144-165	Cătălin Mihail Barbu, Radu Florin Ogarcă, Constantin Răzvan Barbu, <i>Branding in small business</i> , Revista Management & Marketing, Vol. VIII, Special issue 1/2010, pp. S31-S38	2
Cristinel Constantin, <i>Coordinates of postal services market in Romania</i> , Management&Marketing, vol X, nr. 2/2012, pp. 261-272.	Craciun, Liviu and Catalin Barbu (2011), "Determining consumers' propensity to buy Romanian products, <i>Management &amp; Marketing</i> , 9, 255-264	2
Claudiu Bocean, <i>Human resources compensation in time of crisis</i> , Management&Marketing, vol X, nr. 2/2012, pp. 285-292.	Nistorescu T. and Barbu C. M. C.A. (2006), A Model for Enterprises' Environmental Scanning, <i>Management &amp; Marketing</i> , pg. 57-62, Anul IV, nr. 1.	2
Sheetal Sangeeta, Rajiv Kumar, <i>Marketing Strategies of Small and Medium Enterprises: A Sample Survey</i> , International Journal of Management Sciences, Vol. 01, Issue 02, June 2012, pp. 60-71.	Cătălin Mihail Barbu, Radu Florin Ogarcă, Constantin Răzvan Barbu, <i>Branding in small business</i> , Revista Management & Marketing, Vol. VIII, Special issue 1/2010, pp. S31-S38	2
U. Modum, Robinson O. Ugwoke and Edith O. Onyeanu, <i>Content analysis of the effect of Ceo duality on the corporate performance of quoted companies on the Nigerian stock exchange 2006 -2012</i> , European Journal of Business and Social Sciences, Vol. 2, No.6, September 2013, pp 61-77.	Claudiu Bocean, Cătălin Mihail Barbu, <i>Corporate governance and firm performance</i> , Revista Management & Marketing, anul 5, numărul 1/2007, pp. 125-131	2
Răzvan-Andrei Corboș, Ruxandra-Irina Popescu, <i>Prado museum - Succesful model for raising competitiveness in the Romanian cultural organizations in the context of urban development</i> , Management&Marketing, vol X, nr. 2/2012, pp. 341-351.	Tudor Nistorescu, Cătălin Mihail Barbu, <i>Retail store design and environment as branding support in the services marketing</i> , Revista Management & Marketing, Vol. VIII, year 6, issue 6/2008, pp. 11-17	2
Silvia Puiu, Bogdan Andrei Budică, Dalina Ochetan, Adrian Florin Budică, <i>The export of furniture from Romania at present</i> , Management&Marketing, vol X, nr. 2/2012, pp. 393-400.	Cătălin Mihail Barbu, <i>Cultural adaptation of products</i> , Revista Management & Marketing, Vol. IX, Nr. 1/2011, pp. 105-110	2

Cătălin Radu Criveanu, <i>Effects of the increase of youth unemployment on the labour market</i> , Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu, Economy Series, Issue 3/2012, pp. 92-97.	Tumbăr, C. Budică, I., Barbu, C.M., <i>Rethinking economic growth in globalization</i> , Journal of International Research Publications: Economy & Business, 2007	2
Răzvan-Andrei Corboș, Ruxandra-Irina Popescu, <i>Study on Spectators' Perception on Theatre Consumption as Competitive Advantage at Urban Level</i> , Revista de Administratie si Management Public, nr. 18/2012 pp. 89-107	Cătălin Mihail Barbu, <i>Cultural adaptation of products</i> , Revista Management & Marketing, Vol. IX, Nr. 1/2011, pp. 105-110	2
Grant Aguirre, <i>Brand development and management in the bed and breakfast industry</i> , Proceedings of The Annual Meeting of The Association of Collegiate Marketing Educators New Orleans, LA, February 29 – March 3, 2012, p. 2	Cătălin Mihail Barbu, Radu Florin Ogarcă, Constantin Răzvan Barbu, <i>Branding in small business</i> , Revista Management & Marketing, Vol. VIII, Special issue 1/2010, pp. S31-S38	2
Erika Kulksar, <i>Brand loyalty of female consumers – study carried in Sfântu Gheorghe and the surrounding areas</i> , Management&Marketing, vol IX, nr. 2/2011, pp. 323-330	Cătălin Mihail Barbu, Radu Florin Ogarcă, Constantin Răzvan Barbu, <i>Branding in small business</i> , Revista Management & Marketing, Vol. VIII, Special issue 1/2010, pp. S31-S38	2
Răzvan-Andrei Corboș, Ruxandra-Irina Popescu, <i>Study regarding the National Museum of Art of Romania Visitors` Perception on Improving Its Competitiveness</i> , Administration and Public Management, no. 19/2012, 62-84.	Cătălin Mihail Barbu, <i>Cultural adaptation of products</i> , Revista Management & Marketing, Vol. IX, Nr. 1/2011, pp. 105-110	2
Alex Gavrilesco, <i>Study of wines positioning on the Romanian market</i> , Management&Marketing, vol IX, nr. 2/2011. pp. 298-302	Cătălin Mihail Barbu, <i>Marketing internațional</i> , Editura Universitaria, Craiova 2010	2
Claudiu Bocean, <i>Project based organization – an integrated approach</i> , Management&Marketing, vol IX, nr. 2/2011. pp. 265-273	Constantinescu D., Ogarcă R., Bocean C., Barbu C., Băloi C. (2008), <i>Management. Structuri. Procese</i> , Editura Universitaria Craiova.	2
Roxana Dumitriu, <i>The Role of Branding in marketing strategy</i> , Management&Marketing, vol X, nr. 1/2012. pp. 105-132	Cătălin Mihail Barbu, <i>Marketing internațional</i> , Editura Universitaria, Craiova 2010	2
Popescu, R.I., Corboș, R.A. “The role of libraries in the improvement of urban competitiveness. The contribution of the "Carol I" Central University Library to the development of Bucharest”, <i>Administration and Public Management Review</i> , 2011, nr. 17, pp. 82-95	Cătălin Mihail Barbu, Radu Florin Ogarcă, Constantin Răzvan Barbu, <i>Branding in small business</i> , Revista Management & Marketing, Vol. VIII, Special issue 1/2010, pp. S31-S38	2
Monica Cojocaru, <i>The Dissemination of Knowledge in Organizations as a Result of Multicultural Learning</i> , Revista de management comparat internațional, vol 12, no. 3 (2011), pp. 507-512	Cătălin Mihail Barbu, <i>Marketing internațional</i> , Editura Universitaria, Craiova 2010	2

Chen Guo-hui Wang Yao-wen, <i>The Choice of Accounting and the Company Administration: An Empirical Investigation</i> , Research on financial and economic issues, no 01, january 2009, pp. 93-98.	Claudiu Bocean, Cătălin Mihail Barbu, <i>Corporate governance and firm performance</i> , Revista Management & Marketing, anul 5, numărul 1/2007, pp. 125-131	2
Georgeta Vintilă și Ștefan Cristian Gherghina, <i>An Empirical Investigation of the Relationship between Corporate Governance Mechanisms, CEO Characteristics and Listed Companies'</i> , Performance International Business Research; Vol. 5, No. 10; 2012, ISSN 1913-9004	Claudiu Bocean, Cătălin Mihail Barbu, <i>Corporate governance and firm performance</i> , Revista Management & Marketing, anul 5, numărul 1/2007, pp. 125-131	2
Qadir Ibrahim, Ramiz ur Rehman and Awais Raoof, <i>Role of Corporate Governance in Firm Performance: A Comparative Study between Chemical and Pharmaceutical Sectors of Pakistan</i> , International Research Journal of Finance and Economics, Issue 50/2010, pg.7-16, ISSN 1450-2887,	Claudiu Bocean, Cătălin Mihail Barbu, <i>Corporate governance and firm performance</i> , Revista Management & Marketing, anul 5, numărul 1/2007, pp. 125-131	2
Dr. Waseem Al- Haddad Dr. Saleh Taher Alzurqan Dr. Fares Jamil Al_Sufy , <i>The Effect of Corporate Governance on the Performance of Jordanian Industrial Companies: An empirical study on Amman Stock Exchange</i> , International Journal of Humanities and Social Science, Vol. 1 No. 4; April 2011, pp. 55-69	Claudiu Bocean, Cătălin Mihail Barbu, <i>Corporate governance and firm performance</i> , Revista Management & Marketing, anul 5, numărul 1/2007, pp. 125-131	2
Ruxandra-Irina Popescu, Răzvan-Andrei Corboș, <i>Successful Strategic Practices in Building Malaysia's Country Brand</i> , Administration and Public Management Review, issue 16/July 2011,	Tudor Nistorescu, Cătălin Mihail Barbu, <i>Retail store design and environment as branding support in the services marketing</i> , Revista Management & Marketing, Vol. VIII, year 6, issue 6/2008, pp. 11-17	2
Monica Cojocaru, <i>Cultural diversity in international management</i> , Revista de management și Inginerie Economică, Volume 9, no. 4, 2010, pp. 187-196	Cătălin Mihail Barbu, <i>Marketing internațional</i> , Editura Universitaria, Craiova 2010	2
Monica Cojocaru, <i>Impact of culture on global marketing</i> , Revista Tinerilor Economişti, Special issue 15, year 8, 2010, pp. 53-58	Cătălin Mihail Barbu, <i>Marketing internațional</i> , Editura Universitaria, Craiova 2010	2
Vasile Anton, <i>Organization and Environment of Marketing</i> , <i>Annals of the Oradea University</i> , Fascicle of Management and Technological Engineering, Volume VI (XVI), 2007, pp. 2531-2539	Nistorescu, Tudor, Sandu, Alexandra; Barbu, Mihail Cătălin, <i>Supravegherea mediului întreprinderii</i> , în: "Marketing-Management", vol.VI/2004(81).	2
<b>Total A 3.1.1.</b>		56 puncte
<b>3.1.2.1. Citări în carte de specialitate sau volum colectiv publicate în străinătate</b>		Punctaj
<b>Lucrarea care citează</b>	<b>Lucrarea citată</b>	
Wen-Chuan Chang, Li-Hui Chang, Shih-Shuo Yeh (2013), <i>Customers' Perceived Experiences of Restaurant Environment</i> , in Joseph S. Chen (ed.) <i>Advances in Hospitality and Leisure (Advances in Hospitality and Leisure, Volume 9)</i> , Emerald Group Publishing Limited, pp.185-205	Tudor Nistorescu, Cătălin Mihail Barbu, <i>Retail store design and environment as branding support in the services marketing</i> , Revista Management & Marketing, Vol. VIII, year 6, issue 6/2008, pp. 11-17	4

Samuel O. Idowu, Nicholas Capaldi, Liangrong Zu, Ananda Das Gupta (Editors), <i>Encyclopedia of Corporate Social Responsibility</i> , ISBN: 978-3-642-28035-1 (Print) 978-3-642-28036-8 (Online) pp. 2558-2564.	Claudiu Bocean, Cătălin Mihail Barbu, <i>Corporate governance and firm performance</i> , Revista Management & Marketing, anul 5, numărul 1/2007, pp. 125-131	4
<b>Total A. 3.1.2.1.</b>		8 puncte
<b>3.1.2.2. Citări în carte de specialitate sau volum colectiv publicate în țară</b>		Punctaj
<b>Lucrarea care citează</b>	<b>Lucrarea citată</b>	
Daniela Popescu, <i>Marketingul bunurilor de producție</i> , Editura Universitaria, Craiova, 2011	Cătălin Mihail Barbu, <i>Marketing internațional</i> , Editura Universitaria, Craiova 2010	2
Daniela Popescu, <i>Marketing business to business</i> , Editura Universitaria, Craiova, 2009	D. Constantinescu (coord.), <i>Managementul întreprinderii</i> , Editura Sitech, Craiova, 2005	2
<b>Total A 3.1.2.2.</b>		4 puncte
<b>Total A 3.1.</b>		68 puncte
<b>3.3. Membru în colectivele de redacție sau comitetele științifice al revistelor și manifestărilor științifice, organizator de manifestări științifice/recenzor pentru reviste și manifestări științifice naționale și internaționale indexate ISI</b>		$A_{3.3} = \sum p_i \times n_i$
<b>3.3.2. Membru în colectivele de redacție sau comitetele științifice al revistelor și manifestărilor științifice, organizator de manifestări științifice BDI</b>		Punctaj
Redactor șef adjunct al revistei Management&Marketing, <a href="http://www.mnmk.ro">www.mnmk.ro</a>		2
Membru în colegiul de redacție al revistei International Journal of Marketing Studies, Canada, <a href="http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/">http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/</a>		2
Membru în colegiul de redacție al revistei International Journal of Marketing Practices, Pakistan, <a href="http://aiars.org/ijmp/">http://aiars.org/ijmp/</a>		2
<b>3.3.3 Organizator de manifestări științifice naționale și internaționale</b>		
Membru în comitetul de organizare al conferinței științifice internaționale „Competitiveness and Stability in the Knowledge Based Economy”, Universitatea din Craiova, Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor, 3-5 noiembrie 2011, Craiova		1
<b>Total A3.3.</b>		7 puncte
<b>3.4. Experiență de management, analiză și evaluare în cercetare și/sau învățământ</b>		$A_{3.4} = \sum p_i \times n_i$
<b>3.4.2. Experiență de management, analiză și evaluare în cercetare și/sau învățământ – Membru</b>		Punctaj
Membru în Consiliul profesoral al Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor		2
Membru în comisiile de specialitate ale Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor		2
Membru în comisiile de susținere a examenului de licență		2
Membru în comisiile de susținere a examenului de disertație		2
Membru în comisiile de susținere a referatelor la doctorat		2
<b>Total A3.4.</b>		10 puncte
<b>3.7. Membru în academii, organizații, asociații profesionale de prestigiu, naționale și internaționale, apartenență la organizații din domeniul educației și cercetării</b>		$A_{3.7} = \sum p_i \times n_i$
<b>3.7.4.1. Membru în asociații profesionale internaționale</b>		
Membru al Academiei Europene de Marketing		3
<b>Total A 3.7.</b>		3 puncte
<b>TOTAL A3</b>		<b>88 puncte</b>
<b>TOTAL INDICATOR DE MERIT A = A1+A2+A3</b>		<b>201,65 puncte</b>