

FIȘĂ DE VERIFICARE A ÎNDEPLINIRII STANDARDELOR MINIMALE PENTRU CONFERIREA TITULUI DIDACTIC DE CONFERENȚIAR UNIVERSITAR

Oprean (Trif) Simona-Mihaela

A. Publicații

A. 1. Articole în reviste cotate ISI cu scor de influență absolut (Article Influence Score - AIS) nenul (maxim 10 articole)

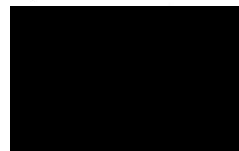
Nr. crt.	Publicație	M (coeficient de multiplicare)	N (număr de autori)	AIS	Punctaj final
1.	Foltean, F. S., Trif, S. M., & Tuleu, D. L. (2019), „Customer relationship management capabilities and social media technology use: Consequences on firm performance”, Journal of Business Research, Vol. 104, pp. 563-575. (AIS=1.941)	10	3	1,941	15,528
2.	Trif, S., Noja, G., Cristea, M., Enache, C., & Didraga, O. (2022). Modelers of students' entrepreneurial intention during the COVID-19 pandemic and post-pandemic times: The role of entrepreneurial university environment. Frontiers in Psychology, 13.	6	5	1,072	3,859
3.	Noja, G. G., Cristea, M., Panait, M., Trif, S. M., & Ponea, C. Ș. (2022). The impact of energy innovations and environmental performance on the sustainable development of the EU countries in a globalized digital economy. Frontiers in Environmental Science, 777.	6	5	1,165	4,194
Total punctaj articole publicate in reviste indexate ISI cu AIS nenul		23,581			

A. 2. Publicații la edituri de prestigiu internațional și la alte edituri naționale (maxim 0,1 puncte)

A.2.1. Carte publicată la o editură internațională din Anexa 1 (punctaj individual 0,5/N)

Nr.	Publicație	N (număr de autori)	Pi	Punctaj final
-				
Total punctaj capitol în carte publicată la o editură internațională				

A.2.2. Capitol în carte publicată la o editură internațională din Anexa 1 (punctaj individual 0,25/N)



Nr.	Publicație	N (număr de autori)	Pi	Punctaj final
-				
	Total punctaj capitol în carte publicată la o editură internațională			

A. 2.3. Carte publicată la o editură națională sau internațională, altele decât în Anexa 1 (punctaj individual 0,2/N)

Nr.	Publicație	N (număr de autori)	Pi	Punctaj final
4	Trif Simona-Mihaela, Efectul calității relației client-furnizor asupra loialității clientului, Editura de Vest, Timișoara, 2019, ISBN: 978-973-36-0760-1.	1	0,2/1	0,2
	Total punctaj carte publicată la o editură națională sau internațională, din care		0,2	

A. 2.4. Articol în volume ISI Proceedings (punctaj individual 0,1/N)

Nr.	Publicație	N (număr de autori)	Pi	Punctaj final
-				
	Total punctaj articol în volume ISI Proceedings			

TOTAL PUNCTAJ PUBLICAȚII (criteriu minim $P \geq 0.75$) $P = 23,781$

B. Citări în reviste cotate ISI cu scor de influență absolut (Article Influence Score - AIS) nenul (maxim 10 citări)

Nr.	Citare	AIS (octombrie 2022/ JCR 2021)	Cuartila	Punctaj final
1	Suoniemi, S., Meyer-Waarden, L., Munzel, A., Zablah, A. R., & Straub, D. (2020). Big Data and Firm Performance: The Roles of Market-Directed Capabilities and Business Strategy. Information & Management, 103365. citează Foltean, F. S., Trif, S. M., & Tuleu, D. L. (2019). Customer relationship management capabilities and social media technology use: Consequences on firm performance. Journal of Business Research, 104, 563-575.	1,970	Q1	1.00
2	Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., ... & Kumar, V. (2020). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. International Journal of Information Management, 102168. citează Foltean, F. S., Trif, S. M., & Tuleu, D. L. (2019). Customer relationship management capabilities and social media technology use: Consequences on firm performance. Journal of Business Research, 104, 563-575.	3,063	Q1	1.00
3	Hubona, G. S., Schuberth, F., & Henseler, J. (2021). A clarification of confirmatory composite analysis (CCA). International Journal of Information Management, 61, 102399. citează Foltean, F. S., Trif,	3,063	Q1	1.00

	S. M., & Tuleu, D. L. (2019). Customer relationship management capabilities and social media technology use: Consequences on firm performance. <i>Journal of Business Research</i> , 104, 563-575.			
4	Youn, S., & Jin, S. V. (2021). In AI We Trust?" The Effects of Parasocial Interaction and Technopian versus Luddite Ideological Views on Chatbot-Based Customer Relationship Management in the Emerging "Feeling Economy. <i>Computers in Human Behavior</i> , 106721. citează Foltean, F. S., Trif, S. M. , & Tuleu, D. L. (2019). Customer relationship management capabilities and social media technology use: Consequences on firm performance. <i>Journal of Business Research</i> , 104, 563-575.	2,199	Q1	1.00
5	Lin, J., Luo, Z., Benitez, J., Luo, X. R., & Popovič, A. (2021). Why do organizations leverage social media to create business value? An external factor-centric empirical investigation. <i>Decision Support Systems</i> , 113628. citează Foltean, F. S., Trif, S. M. , & Tuleu, D. L. (2019). Customer relationship management capabilities and social media technology use: Consequences on firm performance. <i>Journal of Business Research</i> , 104, 563-575.	1,536	Q1	1.00
6	Itani, O. S., Kalra, A., & Riley, J. (2022). Complementary effects of CRM and social media on customer co-creation and sales performance in B2B firms: The role of salesperson self-determination needs. <i>Information & Management</i> , 103621. citează Foltean, F. S., Trif, S. M. , & Tuleu, D. L. (2019). Customer relationship management capabilities and social media technology use: Consequences on firm performance. <i>Journal of Business Research</i> , 104, 563-575.	1,970	Q1	1.00
7	Meier, A., & Peters, M. (2023). Limited engagement of SMEs with social media: A structuration and sensemaking perspective. <i>Information & Management</i> , 60(7), 103853. citează Foltean, F. S., Trif, S. M. , & Tuleu, D. L. (2019). Customer relationship management capabilities and social media technology use: Consequences on firm performance. <i>Journal of Business Research</i> , 104, 563-575.	1,970	Q1	1.00
8	Luo, Z., Guo, J., Benitez, J., Scaringella, L., & Lin, J. (2023). How do organizations leverage social media to enhance marketing performance? Unveiling the power of social CRM capability and guanxi. <i>Decision Support Systems</i> , 114123. citează Foltean, F. S., Trif, S. M. , & Tuleu, D. L. (2019). Customer relationship management capabilities and social media technology use: Consequences on firm performance. <i>Journal of Business Research</i> , 104, 563-575.	1,536	Q1	1.00
9	Feng, C., Yu, J., Fan, Y., & Chen, H. (2023). Performance implications of match between social media-enabled interactions and contracts in interfirm governance. <i>Internet Research</i> . citează Foltean, F. S., Trif, S. M. , & Tuleu, D. L. (2019). Customer relationship management capabilities and social media technology use: Consequences on firm performance. <i>Journal of Business Research</i> , 104, 563-575.	1,409	Q1	1.00
10	Wu, C. W., Botella-Carrubi, D., & Blanco-González-Tejero, C. (2024). The empirical study of digital marketing strategy and performance in small and medium-sized enterprises (SMEs). <i>Technological Forecasting and Social Change</i> , 200, 123142. citează Foltean, F. S., Trif, S. M. , & Tuleu, D. L. (2019). Customer relationship management capabilities and	1,846	Q1	1.00

	social media technology use: Consequences on firm performance. Journal of Business Research, 104, 563-575.			
	Total punctaj citari (criteriu minim C ≥ 0,50)			10,00

Îndeplinirea condițiilor minime prevăzute pentru Conferențiar universitar:

	Punctaj minim pentru Conferențiar	Punctaj obținut de candidat
Punctaj publicații (P)	0,75	23,781
Punctaj citări (C)	0,5	10,00
Punctaj final (S)	1,5	33,781
Număr articole ISI cu AIS > 0,15	2	3
Număr articole ISI publicate în Core Economic & Infoeconomics	1	1

NOTA BENE: AIS este preluat din Journal Citation Reports – Thomson Reuters (JCR) <https://jcr.incites.thomsonreuters.com/JCRJournalHomeAction.action>.

Data: 03.06.2024

Nume și prenume: Oprean (Trif) Simona-Mihaela

Semnătura:

