

LISTA COMPLETĂ DE LUCRĂRI ȘTIINȚIFICE PUBLICATE
Candidat: **GABOR I. MANUELA ROZALIA - Dr. din 2011, Lector universitar din 2009**

a) Lista 10 publicații relevante pentru realizările profesionale proprii

1. **M. R. Gabor** – *Positioning of brand concerning durable goods and other variables used in the Romanian consumer's acquisition process*, **Actual Problems of Economics**, Ucraina, nr. 8 (134)/2012, ISSN: 1993-6788, pp. 357 -372, Ed. National Academy of Management, Kiev, Ucraina, revistă cotată ISI Web of Science
2. **M. R. Gabor, L. C. Conțiu** - *Is Dacia-Logan car brand on the first place of Romanian youth preferences? Testing the influence of advertising campaigns with nonparametric statistics*, **Procedia Social and Behavior Science**, vol 58/2012, pp. 1344-1352, ISSN 1877-0428, publishing by **ELSEVIER, SCOPUS, Science Direct**, revistă indexată ISI Web of Science
3. **M. R. Gabor, L. C. Conțiu** - *Measuring the impact of promotion campaigns intended to educate tourism services consumers from Romania using Kelly's theory*, **Procedia Social and Behavior Science**, vol. 46/2012, pp. 5558 – 5562, ISSN 1877-0428, publishing by **ELSEVIER, SCOPUS; Science Direct**, revistă indexată ISI Web of Science
4. **M. R. Gabor** - *A "new" non-parametrical statistics instruments: Friedman test. Theoretical considerations and particularities for marketing data*, Proceeding of "International Day in Statistics & Economics in Prague", vol. pe CD, pp. 1-8, 2012, ISBN 978-80-86175-79-9, editor Tomas Pavelka, ed. Melandrium, Praga, Cehia
5. **L.C. Conțiu, M.R. Gabor, F. Oltean** - *An Analysis of the Communication Approach of the Adventure Tourism Providers from Romania*, Proceedings of "2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference", Corfu, Grecia 2012, editat de **Alexander Technological Institute of Thessaloniki - Grecia, Democritus University of Thrace – Grecia, Washington State University - SUA, Research Institute for Tourism – Grecia**
6. (capitol de carte editată în străinătate) **M. R. Gabor** - *Transnational study regarding organizational innovation by global brand's logo and effects for SMEs*, în cartea „Management consulting for business and public administration”, editori: M. Cwiklicki, M. Jablonski și V. Potočan, Cracow, 2012, Polonia, Publishing House Cracow University of Economics Foundation, pp. 112 – 126, ISBN 978-83-62511-06-8
7. (capitol de carte editată în străinătate) **M. R. Gabor, F. D. Oltean** – *Development of entrepreneurship in adventure tourism – a new form within Romanian tourism – a possible solution for tourism to leave the crisis in Romania*, titlul cărții: „Management Consulting. The Central and Eastern European Perspective”, editori: Marek Cwiklicki și Marek Jablonski, Cracow, 2011, Polonia, ISBN 978-83-62511-06-8, Publishing House Cracow University of Economics Foundation, pp. 56-72
8. **M. R. Gabor, Al. Isaic – Maniu** – *Analysis of the discriminating – applications identifying the preference of endowment with goods*, **Revista Română de Statistică**, nr. 10/2011, pp. 51 –77, ISSN 1844-7694, Ed. Institutului Național de Statistică, București
9. **M.R. Gabor, F. Oltean** *Study of perception concerning „emblematic” objectives of the world tourism within Romanian youth by means of the Kelly grid* Proceedings of the 2011 Conference on Social Media in Hospitality and Tourism, volum editat de Ed. **University of Virginia Press & Routledge, SUA**, ISBN: 978-0-615-56225- 4, 2011
10. **M. R. Gabor, D. Ștefănescu, L. C. Conțiu** – *The application of the principal component analysis method on specific indicators of the activity of the National Authority for Consumer Protection from Romania*, **Amfiteatru Economic**, nr. 28/2010, pp. 313 – 330, ISSN 1582-9146, Ed. ASE București, revistă cotată ISI Web of Science, factor de impact 2010 = 0,320

B) TEZA DE DOCTORAT – Manuela Rozalia Paraschivescu (Gabor), conducător științific: prof. univ. dr. Alexandru Isaic – Maniu, titlul tezei: Prospectarea pieței bunurilor de consum prin metode statistice, Academia de Studii Economice din București, Facultatea de Cibernetică, Statistică și Informatică Economică, susținută în data de 22 Februarie 2011, confirmată în 6 Iunie 2011 pentru specializarea Cibernetică și Statistică economică, atestată cu Diploma de doctor seria H, nr. 0001696/7 Iulie 2011.

b.1.) Rezumat în limba română

Desprinderea din marketing a altor discipline - ca *de exemplu*, comportamentul consumatorului, cercetări calitative de marketing, cercetări cantitative de marketing, etc. -, a dus la extinderea aplicării metodelor statistice și în acest domeniu și implicit a rigurozității acestor metode. Ținând cont de complexitatea problemelor și a variabilelor de marketing, de dinamismul pieței, a schimbărilor factorilor endogeni și exogeni ai pieței și ai procesului decizional de cumpărare al consumatorilor, de schimbările din stilurile de viață ale consumatorilor, este din ce în ce mai dificil să analizezi această complexitate cu metode simple (corelație și regresie, etc.), sau de statistică descriptivă. Mai mult, clienții devin din ce în ce mai exigenți, dorințele lor sunt din ce în ce mai precise, toate acestea extinzându-se asupra produselor și a piețelor lor, a mărcilor. Această necesitate - de a cunoaște din ce în ce mai profund produsele, piața, consumatorii, concurența, etc., - a dus la implementarea și utilizarea intensivă a metodelor statistice în prospectarea pieței. Pentru investigarea pieței și a variabilelor aferente, respectiv a percepțiilor, atitudinilor, opiniilor sau comportamentului clienților, cercetarea de marketing nu dispune de alte instrumente de captare decât observarea pe teren și ancheta pe bază de chestionar, și nici de aparate de măsură/interpretare a datelor altele decât metodele statistice - matematici cunoscute sub numele de „*statistică descriptivă*”, „*analiza datelor*” și „*statistică inferențială*”. Progresele înregistrate în ultimii ani atât pe linia dezvoltării metodelor cât și pe cea a implementării lor prin intermediul unor programe sau sisteme informatice complexe, dar ușor de manipulat, au oferit cercetării de marketing un instrument redutabil de introspecție.

Deoarece piața bunurilor de folosință îndelungată este una deosebit de complexă, pornind de la considerentele - teoretice și practice - enumerate mai sus, am abordat-o și analizat-o complex, adică atât cu metode „clasice” de cercetare a pieței cât și cu metode noi, moderne concretizate, din punct de vedere practic în cinci studii de caz. Teza de doctorat este structurată pe trei părți, astfel:

- **PARTEA a I a** cuprinde *evoluții conceptuale ale abordării cercetărilor de piață, respectiv incursiuni bibliografice* - ordonate cronologic pentru ultimii 50 de ani - și pe care o consider a fi una din contribuțiile proprii în plan teoretic. Am urmărit astfel, evoluțiile - atât în România cât și la nivel mondial - a „parcursului” integrării și dezvoltării metodelor statistice pentru studiul datelor de marketing, respectiv pentru prospectarea pieței, menționând pentru fiecare autor caracterul de noutate al abordării metodelor statistice în prospectarea pieței

- **PARTEA a II a** cuprinde *cadru teoretic și metodologic* ce a stat la baza studiilor de caz practice. Această parte a tezei este structurată în trei capitole, astfel:

1. *Metode statistice de culegere a datelor de marketing,*
2. *Metode statistice de analiză a datelor de marketing,*
3. *Teste statistice specifice datelor de marketing și particularitățile metodologice ale acestora pentru datele de marketing.*

În plan teoretic, una din contribuțiile proprii s-a concretizat în dezvoltarea sondajului non - probabilistic, în special a sondajului „bulgăre de zăpadă”, sondajului de conveniență, pe bază de voluntariat, sondajul pe bază de accesibilitate, sondajul pe baza criteriilor raționale de selecție. Pentru fiecare din cele cinci studii de caz din teza de doctorat, am folosit o formulă combinată de sondaj probabilistic și non - probabilistic având în vedere particularitățile datelor de marketing și necesitatea creșterii reprezentativității eșantioanelor folosite. Au fost folosite atât eșantioane de subiecți dar și eșantion de opinii, aceasta fiind una din contribuțiile personale, în plan practic, ale prospectării pieței bunurilor de folosință îndelungată atât în România cât și în străinătate.

- **PARTEA a III a** conține *aplicațiile practice* concretizate în *cinci studii de caz* care abordează complementar - atât din punct de vedere al utilizării combinate al metodelor calitative și al celor cantitative, cât și al utilizării complementare al metodelor statistice - problematici diverse ale pieței bunurilor de folosință îndelungată (procesul de achiziție cu toate variabilele socio-demografice și de marketing implicate, publicitate, preferințe, opinii, etc.). Cele cinci studii de piață sunt „sudate” între ele și urmează o succesiune logică de analiză a pieței, astfel:

- 1) *Cercetare prin sondaj privind dotarea gospodăriilor cu bunuri de folosință îndelungată;*
- 2) *Testarea preferințelor privind publicitatea hunurilor de folosință îndelungată;*
- 3) *Compararea ordinii preferințelor referitoare la clipurile publicitare ale mărcii Arctic;*
- 4) *Studiul pieței autoturismelor utilizând grila Kelly*
- 5) *Caracterizarea opiniilor referitoare la piața bunurilor de folosință îndelungată utilizând metodologia Q (analiza factorială de tip Q)*

Folosite separat sau în combinație cu *metodele calitative de cercetare a pieței*, metodele cantitative bazate pe tehnici statistice de colectare și prelucrare a datelor de marketing sunt cele care răspund cerințelor unei cercetări științifice complete și complexe, respectiv a desfășurării cercetării într-un timp scurt și cât mai operativ cu un buget redus și obținând informații de calitate.

PROSPECTING CONSUMER GOODS MARKET BY STATISTICAL METHOD

The separation from marketing of other disciplines - such as consumer behavior, marketing research qualitative, quantitative marketing research, etc. - led to the extension of statistical methods in this field and hence the rigor of these methods. Given the complexity and variables of marketing, market dynamics, changes of endogenous and exogenous factors on market and consumer buying decision process, changes in consumer lifestyles, it becomes increasingly difficult to analyze this complexity with simple methods (regression and correlation, etc.) or descriptive statistics. Furthermore, clients are becoming more demanding; their wishes are becoming more accurate, however extending over the products and their markets, respectively and various from a region to another, even in a same country. This necessity - to know even more deeply the products, markets, consumers, competition, etc., - led to the implementation and widespread use of statistical methods in prospecting the market.

For market research and related variables, namely the perceptions, attitudes, opinions or customer behavior, marketing research has no other capturing tools than the field observation and questionnaire-based survey, and no instrumentation/data interpretation other than statistical - mathematical methods known as “**descriptive statistics**”, “**data analysis**” and “**inferential statistics**”. The progress recorded in recent years, both on the development and implementation of methods through complex computer programs or systems, but easily to handle, have provided to marketing research a powerful tool of introspection.

Since the durable goods market is a highly complex one, starting from theoretical and practical considerations mentioned above, we approached and analyzed it complexly, namely by both “**traditional**” market research methods and new, modern methods materialized from the practical point of view in five case studies (use subject – individual and households - from Tîrgu Mureş, Mureş county, Centre Development Region of Romania, at urban level).

The thesis is divided into three parts, as follows:

- **PART I** includes the *conceptual development of the market research approach, bibliographical insights* - chronologically ordered for the past 50 years - and which we consider to be one of our own theoretical contributions. We analyzed such developments - both in Romania and worldwide - a “*journey*” of integration and development of statistical methods for the study of marketing data, respectively for market prospecting, indicating for each author's the novel character of the approach of statistical methods in prospecting the market.
- **PART II** contains the *theoretical and methodological basis for practical case studies*. This part is divided into three chapters, as follows:
 1. *Statistical Methods in gathering marketing data*
 2. *Statistical Methods in analysis marketing data*
 3. *Statistical tests specific to marketing data and their methodological features for marketing data.*

In theory, one of our own contributions was materialized in approach a non – probabilistic survey, in particular the “**snowball**” survey, convenience survey, survey on a voluntary basis, the survey based on accessibility, the survey based on reasonable selection criteria, convenience sampling. For each of the five case studies of the thesis, we used a combined formula of probabilistic and non - probabilistic sampling due to the peculiarities of marketing data and the need to increase the representativeness of samples used. Samples were used as subjects and sample of opinions, which is one of our personal approach in practice, exploring the durable goods market in Romania and abroad.

- **PART III** contains the *practical applications* embodied in the five case studies which address complementary - both in terms of the combined use of quantitative and qualitative methods and the complementary use of statistical methods - miscellaneous issues of the durable goods market (the acquisition process with all socio-demographic and marketing variables involved, advertising, preferences, opinions, etc.). The five studies of the market are “**welded**” together and they follow a logical market analysis, as follows:

- 1) **Survey research regarding the households endowment with durable goods**
- 2) **Testing the advertising preferences regarding durable goods** contains the *testing of preferences in Romania regarding advertising of durable goods on different brands*
- 3) **Comparison of preferences ranks regarding the commercials on Arctic brand** is an application of the Kolmogorov - Smirnov test.
- 4) **Car market analysis using Kelly scale** - combines qualitative methods and statistical methods, namely principal components analysis and descriptive statistics.
- 5) **Characterization of opinions on durable goods market using Q methodology (Q-type factor analysis)** - is based, in the hypotheses construction, on the results of the horizontal and vertical analysis of case study no. 1, using these results as a **sample of opinions** used in the study. Q methodology application required data processing with **PQ Method software** which is another personal contribution in practice for the durable goods market prospecting.

Used alone or in combination with qualitative market research methods, quantitative methods based on statistical techniques for collecting and processing marketing data are those that meet the requirements of a complete and complex scientific research, namely to conduct research on a short period of time and more rapidly, as well as budget efficiently and getting quality information.

c) CĂRȚI ȘI CAPITOLE DE CĂRȚI

d.1) Cărți și materiale didactice

1. **M. R. Gabor** – *Comportamentul consumatorului – studii de caz, aplicații, cercetări*, Ed. Universității „Petru Maior” din Tg. Mureș, 2011, 198 pagini, ISBN 978-606-581-042-6
2. **D. Ștefănescu, M. R. Gabor** – *Metode statistice și econometrice aplicate în economie – culegere de probleme*, Ed. Universității „Petru Maior” din Tîrgu Mureș, 2011, 190 pagini, ISBN 978-606-581-039-6
3. **D. Ștefănescu, M. R. Gabor** – *Culegere de aplicații pentru econometrie*, Editura Departamentului cu Frecvență Redusă al Universității „Petru Maior” – Tîrgu Mureș, 2009, 192 pagini (material didactic)
4. **E. Enache, M. R. Gabor** – *Comportamentul consumatorului – note de curs pentru master*, Universitatea “Constantin Brâncoveanu” – Pitești, 165 pagini (material didactic)

d.2) Capitole de cărți editate în străinătate

1. **M. R. Gabor, L. C. Conțiu** – *Brand – communication tool versus social responsibility tool* în cartea *Social Science – Communication Studies*, Ed. **Cambridge Scholars Publishing, Marea Britanie, 2013** – în curs de apariție
2. **M. R. Gabor** – *Transnational study regarding organizational innovation by global brand's logo and effects for SMEs*, în cartea „Management consulting for business and public administration”, editori: M. Cwiklicki, M. Jablonski și V. Potočan, **Cracovia, 2012, Polonia**, Ed. Publishing House Cracow University of Economics Foundation, pp. 112 – 125, ISBN 978-83-62511-06-8
3. **M. R. Gabor, L.C. Conțiu** – *Brand - tool of intercultural communication*, în cartea „Culture, elites and European integration”, vol. 2 – Communication, editor I. Boldea, ISBN 978-3-7497-0112-7, Ed. Prodif Multimedia Publishing House, **Paris, Franța**, pp. 106 - 115
4. **M. R. Gabor, F. D. Oltean** – *Development of entrepreneurship in adventure tourism – a new form within romanian tourism – a possible solution for tourism to leave the crisis in Romania*, în cartea: „Management Consulting. The Central and Eastern European Perspective”, editori: M. Cwiklicki și M. Jablonski, **Cracovia, 2011, Polonia**, Ed. Publishing House Cracow University of Economics Foundation, pp. 56-72, ISBN 978-83-62511-06-8
5. **M.R. Gabor** – *Non – probabilistic sampling use in qualitative marketing research. Haphazard sampling. Volunteer sampling*, în volumul “The distinct evaluation of information in a new managerial function of information – decision”, Ed. **University Library of Munich, Germania**, MPRA Paper no. 13561, pp. 920 – 925, 2009, coordonator Gh. Săvoiu și V. Pîrlîci
6. **L. C. Conțiu, D. Ștefănescu, M. R. Gabor** – *Cultural dimensions that may influence of students' entrepreneurial capabilities*, în cartea „Comparative study on entrepreneurship education – national case study”, editori: Zs. K. Szabó și A. Szabó, Ed. **Universității din Kosice, Slovacia, 2009**, pp. 372 – 388, ISBN 978 – 80 – 553 – 0332 – 1
7. **D. Ștefănescu, L. C. Conțiu, M. R. Gabor** – *Do we need entrepreneurial ship education?*, în cartea „Comparative study on entrepreneurship education – national case study”, editori: Zs. K. Szabó și A. Szabó, 2009, Ed. **Universității din Kosice, Slovacia**, pp. 390 – 394, ISBN 978 – 80 – 553 – 0332 – 1
8. **M.R. Gabor** – *Comparative analysis of the main economics indicators of the Romanian agriculture in European context*, în cartea “Economic indicators used for EU projects, in other criteria of aggregation than national /regional”, pp. 797 – 803, Ed. **University Library of Munich, Germania**, MPRA Paper no. 13560, 2007, coordonator Gh. Săvoiu

d.3) Capitole de cărți editate la edituri recunoscute CNCS

1. **M. R. Gabor, F. D. Oltean** – *Antreprenoriatul – componentă a indicelui de dezvoltare a turismului de aventură*, titlul cărții “Sustenabilitatea dezvoltării resurselor umane. Provocări pentru România - selecție de studii și cercetări”, editori Avram Tripon și Valentina Vasile, Ed. Universității “Petru Maior”-Tîrgu Mureș, 2011, pp. 5 – 10, ISBN 978-606-581-005-1
2. **F. D. Oltean, M. R. Gabor** – *Turismul de aventură – oportunitate de afaceri pentru antreprenori*, titlul cărții “Sustenabilitatea dezvoltării resurselor umane. Provocări pentru România - selecție de studii și cercetări”, editori Avram Tripon și Valentina Vasile, Ed. Universității “Petru Maior”-Tîrgu Mureș, 2011, pp. 11 – 16, ISBN 978-606-581-005-1
3. **I. Isaic Maniu, G. Grădinaru, A. Danciu, M. R. Gabor** – *Elaborarea unui sistem statistic de indicatori*

pentru caracterizarea calitatii vietii, adecvat specificului Romaniei armonizat cerintelor UE, "Seminarul Stiintific al Departamentului de cercetari economice", ASE, Bucuresti, septembrie 2006, publicată în volumul "Cercetare științifică în Academia de Studii Economice din București 2006", Rezultate obținute în cadrul temelor finanțate prin granturi CNCISIS tip At, volumul II, Editura ASE București, 2008, pp. 72 - 89, ISBN 978-606-505-052-5, 978-606-505-054-9

D) ARTICOLE/STUDII ÎN EXTENSO, PUBLICATE ÎN REVISTE DIN FLUXUL INTERNATIONAL PRINCIPAL

e.1.) articole în reviste cotate ISI Web of Science, cu factor de impact

1. **M. R. Gabor** – *Positioning of brand concerning durable goods and other variables used in the Romanian consumer's acquisition process*, **Actual Problems of Economics**, nr. 8 (134)/2012, ISSN: 1993 - 6788, pp. 357 - 372, Ed. National Academy of Management, Kiev, Ucraina (factor de impact 2011 = 0,039)
2. **M. R. Gabor, D. Ștefănescu, L. C. Conțiu** – *The application of the principal component analysis method on specific indicators of the activity of the National Authority for Consumer Protection from Romania*, **Amfiteatru Economic**, nr. 28, 2010, pp. 313 – 330, ISSN 1582-9146, Ed. ASE București, (factor de impact 2011 = 0,757)

e.2.) articole indexate în baze de date internaționale sau cotate categoria B+ CNCS

1. **M. R. Gabor** - *Are the differences referring to the living standard in Romania according to the occupational status? Empiric research referring to the endowment with durable goods in Romanian households*, **Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu, Economy Series**, nr. 3/2012, pp. 117 – 124
2. **M. R. Gabor, L. C. Conțiu** - *Is Dacia –Logan car brand on the first place of Romanian youth preferences? Testing the influence of advertising campaigns with nonparametric statistics*, **Procedia Social and Behavior Science**, vol. 58/2012, pp. 1344-1352, ISSN 1877-0428, publicată de ELSEVIER, SCOPUS; Science Direct
3. **M. R. Gabor, L. C. Conțiu** - *Measuring the impact of promotion campaigns intended to educate tourism services consumers from Romania using Kelly's theory*, **Procedia Social and Behavior Science**, vol. 46/2012, pp. 5558 – 5562, ISSN 1877-0428, publicată de ELSEVIER, SCOPUS; Science Direct
4. **L. C. Conțiu, M. R. Gabor, D. Ștefănescu** - *Hofstede's cultural dimensions and students' ability to develop an entrepreneurial spirit*, **Procedia Social and Behavior Science**, vol. 46/2012, pp. 5553 – 5557, ISSN 1877-0428, publicată de ELSEVIER, SCOPUS; Science Direct
5. **M. R. Gabor, L. C. Conțiu, F. D. Oltean** - *A comparative analysis regarding European tourism competitiveness: emerging versus developed markets*, **Procedia Economics and Finance**, vol. 3C/2012, pp. 362 - 367, publicată de ELSEVIER, SCOPUS; Science Direct, ISSN: 2212-5671
6. **L. C. Conțiu, M. R. Gabor, F. D. Oltean** - *Employee's motivation from a cultural perspective – a key element of the hospitality industry competitiveness*, **Procedia Economics and Finance**, vol. 3C/2012, publicată de ELSEVIER, SCOPUS; Science Direct, ISSN: 2212-5671
7. **M. R. Gabor, Al. Isaic – Maniu** – *Analysis of the discriminating – applications identifying the preference of endowment with goods*, **Revista Română de Statistică**, nr. 10/2011, pp. 51 –77, ISSN 1844-7694, Ed. Institutului Național de Statistică, București
8. **M. R. Gabor, Al. Isaic – Maniu** - *Identificarea principalelor surse de informații în achiziționarea bunurilor de folosință îndelungată folosind analiza factorială a corespondențelor*, **Studii si Cercetări de Calcul Economic si Cibernetică Economică**, nr. 1-2/2011, ISSN 0585-7511, pp. 55 – 67, Ed. ASE, București
9. **M. R. Gabor, D. Ștefănescu, L. C. Conțiu** – *Statistical methods – components of differentiation strategies of durable goods market in Romania*, **Revista Economică**, nr. 4(57), 2011, pp. 84 - 90, ISSN 1582-6260, Ed. Universității „Lucian Blaga” din Sibiu
10. **L. Ciucan – Rusu, M. R. Gabor, I. Apăvăloaie** - *Marketing research, a success factor for an entrepreneur*, **Revista Română de Economie**, nr. 2/2011, Ed. Institutului de Economie Națională, București, pp. 125 – 137
11. **M. R. Gabor** – *Descriptive methods of data analysis for marketing data – theoretical and practical considerations. (Factor analysis, principal component analysis, correspondence analysis, canonical*

- analysis*), *Management & Marketing*, nr. 3/2010, Ed. Economică, București, pp. 119 – 134, ISSN 1842 – 0206
12. **M. R. Gabor** - *Explanatory methods of marketing data analysis – theoretical and methodological considerations*, *Management Marketing (Craiova)*, vol. VIII, nr. 2/2010, Ed. Universitaria, Craiova, pp. 373 – 385, ISSN 1841 - 2416
 13. **M. R. Gabor** – *Typological analysis as analysis method of marketing data*, *Management & Marketing*, nr. 4, 2009, Ed. Economică, București, pp. 125-132, ISSN 1842 – 0206
 14. **M. R. Gabor** – *Statistics tests used in data analysis*, *Revista de Management și Inginerie Economică*, Ed. AMIER Cluj, Volum 6, nr. 3, 2009, pp. 185 – 194, ISSN 1583 – 624X
 15. **M. R. Gabor** - *Data analysis - evolution approach*, *Analele Universității din Oradea. Seria Științe Economice*, Ed. Universității din Oradea, tom XIX, 2009, pp. 676 – 680, ISSN 1582 – 5450
 16. **M. R. Gabor** – *Q factor analysis (Q methodology) as data analysis technique*, *Analele Universității din Oradea. Seria Științe Economice*, Ed. Universității din Oradea, tom XVII, vol. IV, 2008, pp. 871 -876, ISSN 1582 – 5450
 17. **M. R. Gabor** – *Practical examples concerning application of the Q factor analysis for marketing data*, *Analele Universității din Oradea. Seria Științe Economice*, Ed. Universității din Oradea, tom XVII, vol. IV, 2008, pp. 866 – 870, ISSN 1582 – 5450
 18. **M. R. Gabor** -*Types of non – probabilistic sampling used in marketing research. Quota sampling. Purposive (judgment) sampling*, *Revista de Management și Inginerie Economică*, Ed. AMIER Cluj, Volum 6, nr. 2 (22), 2007, pp. 197 – 207, ISSN 1583 – 624X
 19. **M. R. Gabor** – *Types of non – probabilistic sampling used in marketing research. Snowball sampling*, *Management & Marketing nr. 3*, 2007, Ed. Economică, București, pp. 61 – 70, ISSN 1842 – 0206
 20. **M. R. Gabor** – *The stage of Romanian agriculture in the context of Romanian's new status as the member of the European Union*, *Lucrări Științifice. Seria Agronomie*, vol. 9 (50), 2007, Ed. Universității de Științe Agricole și Medicină Veterinară Ion Ionescu de la Brad din Iași, pp. 364 – 372, ISSN 1454 – 7414
 21. **M. R. Gabor** – *Comparative analysis of the main economics indicators of the Romanian agriculture in European context*, *Analele Universității din Oradea. Seria Științe Economice*, Ed. Universității din Oradea, tom XVI, vol. II, 2007, p. 797 – 803, ISSN-1582 – 5450
 22. **M. R. Gabor** - *Non – probabilistic sampling use in qualitative marketing research. Haphazard sampling. Volunteer sampling*, *Analele Universității din Oradea. Seria Științe Economice*, Ed. Universității din Oradea, tom XVI, vol. I, 2007, p. 920 – 925, ISSN - 1582 – 5450

e) PUBLICAȚII ÎN EXTENSO, APĂRUTE ÎN VOLUME ALE PRINCIPALELOR CONFERINȚE INTERNAȚIONALE DE SPECIALITATE

f.1) Publicatii în extenso indexate Proceedings ISI Web of Science

1. **M. R. Gabor** - *A “new” non-parametrical statistics instruments: Friedman test. Theoretical considerations and particularities for marketing data*, *Proceeding of “International Day in Statistics & Economics in Prague”*, vol. CD, pp. 1 - 8, 2012, ISBN 978-80-86175-79-9, editor T. Pavelka, Ed. Melandrium, Praga, Cehia
2. **M. R. Gabor** - *Kelly grid – a quantitative or qualitative method for marketing data?*, *Proceeding of „International collection of scientific work on the occasion of 60th anniversary of university education at faculty of Business Economy with seat in Košice of University of Economics in Bratislava”*, 2012, Ed. Melandrium, Praga, Cehia, volum pe CD, ISBN 978-80-86175-80-5
3. **M. R. Gabor**, L.C. Conțiu – *Brand - tool of intercultural communication*, 2011, în volumul “Intercultural Perspectives on European Integration between Tradition and Modernity” editor I. Boldea, pp. 829 – 841, ISBN 978-606-581-011-2, Ed. Univ. Petru Maior – Tg. Mureș
4. **D. Ștefănescu**, **M. R. Gabor**, L. C. Conțiu - *Changes of the European countries distributions based on entrepreneurship and social economic sustainable development indicators*, în volumul “Proceedings of The 6th WSEAS Conference (Economy and Management Transformation EMT 2011)”, Angers, Franța, 17 – 19 nov. 2011, pp. 153- 159, Ed. WSEAS Press, ISBN: 978-1-61804-053-4
5. **M. R. Gabor** - *Quantitative research versus qualitative research – implications for the communication policy of a company*, volumul “GEBA 2011”, Iași, Romania, 20 – 22 oct. 2011, pp. 358 – 361, Ed. Univ. „Al. I. Cuza” - Iași
6. **M. R. Gabor**, **D. Ștefănescu**, L. C. Conțiu – *Statistical methods – components of differentiation*

- strategies of durable goods market in Romania*, volumul "The 18th International Economic Conference - IECS 2011 - Crises after crises. Inquiries from a national, European and global perspective", Sibiu, Romania, 19- 20 mai, 2011, pp. 86 – 91, Ed. Universității „L. Blaga” din Sibiu
7. D. Ștefănescu, M. R. Gabor, L. C. Conțiu - *A Comparative Study Regarding Students' Entrepreneurial Skills*, volumul "The 6th International Seminar on Quality Management in Higher Education", Tulcea, 8 – 9 iulie 2010, vol. 1, Ed. UT Press Cluj Napoca, pp. 703 - 706
 8. D. Ștefănescu, M. R. Gabor, L. C. Conțiu - *Students' Preferences and Needs Regarding Entrepreneurship Education*, volumul "The 6th International Seminar on Quality Management in Higher Education", Tulcea, 8 – 9 iulie 2010, vol. 1, Ed. UT Press Cluj Napoca, pp. 707 - 710
 9. M. R. Gabor, D. Ștefănescu, L. C. Conțiu - *Marketing research regarding the technological changes and the endowment with durable goods of Romanian households*, volumul "The 6th International Conference "Management of Technological Changes", 3-5 sept. 2009, Alexandroupolis, Grecia
 10. M. R. Gabor, L. C. Conțiu, D. Ștefănescu - *A preliminary study of the entrepreneurial culture in Romania*, volumul "The 6th International Conference "Management of Technological Changes", 3 - 5 septembrie 2009, Alexandroupolis, Grecia.
 11. M. R. Gabor, D. Ștefănescu, L. C. Conțiu - *Entrepreneurship education – outside or within the university curricula?*, volumul "The 5th International Seminar on Quality Management in Higher Education", Tulcea, 12 – 14 iunie 2008
 12. L. C. Conțiu, M. R. Gabor, D. Ștefănescu - *Is there a link between students' entrepreneurial spirit and cultural values? A case study developed at "Petru Maior" University*, volumul "The 5th International Seminar on Quality Management in Higher Education", Tulcea, 12 – 14 iunie 2008
 13. I. Mihuț, L. Ciucan Rusu, M. R. Gabor - *The impact of the ICT use on management behavior in Romanian organizations*, volumul "The 5th International Conference "Management of Technological Changes", 25 -26 august 2007, Alexandroupolis, Grecia, vol II, pp. 83 – 93

f.2) Publicatii în extenso la conferințe internaționale desfășurate în străinătate

1. L. C. Conțiu, M. R. Gabor, F. Oltean - *An Analysis of the Communication Approach of the Adventure Tourism Providers from Romania*, 2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference, 31 mai – 3 iunie 2012, Corfu, Grecia
2. M. R. Gabor, L. C. Conțiu - *Measuring the impact of promotion campaigns intended to educate tourism services consumers from Romania using Kelly's theory*, 4th World Conference on Educational Sciences, Barcelona, Spania, 2 – 5 febr. 2012
3. L. C. Conțiu, M. R. Gabor, D. Ștefănescu - *Hofstede's cultural dimensions and students' ability to develop an entrepreneurial spirit*, 4th World Conference on Educational Sciences, Barcelona, Spania, 2 – 5 febr. 2012
4. M. R. Gabor, L. C. Conțiu - *Is Dacia-Logan car brand on the first place of Romanian youth preferences? Testing the influence of advertising campaigns with nonparametric statistics*, 8th International Strategic Management Conference, Barcelona, Spania, 21 – 23 iunie 2012
5. M.R. Gabor - *Transnational study regarding organizational innovation by global brand's logo and effects for SMEs*, "2th consulting for SMEs. Central and Eastern European Perspectives", Cracovia, Polonia, oct. 2012
6. E. Herman, G. Drăgan, M.R. Gabor - *Employment between economic welfare and poverty in European Union*, Beyond the short run: productivity growth, market imperfections and macroeconomic disequilibrium, Roma, Italia, 11 – 13 mai 2012
7. M. R. Gabor - *Study of perception for Romanian tourist objectives representative nationally within Romanian youth using the Kelly grid*, Second International Conference Tourism and Business TB-2011, sept. 2011, Sofia, Bulgaria. ISBN 978-954-9440-12-6, pp. 60 - 81, editor P. Stoynov, Ed. Direct Services-Ltd, Perun - Sprint-Ltd.
8. M. R. Gabor, F. D. Oltean - *Study of perception concerning „emblematic” objectives of the world tourism within Romanian youth by means of the Kelly grid*, 2011 Conference on Social Media in Hospitality and Tourism, 21 – 22 oct. 2011, Verona, Italia, editat de Virginia Tech – Pamplin College of Business din SUA, College of Charleston, Management Center Innsbruck, pp. 42 – 71, ISBN: 978-0-615-56225-4, editori Crotts, J., Magnini, V. și Zehrer, A.
9. M. R. Gabor, F. D. Oltean - *Development of entrepreneurship in adventure tourism – a new form within Romanian tourism – a possible solution for tourism to leave the crisis in Romania*, „Management Consulting. The Central and Eastern European Perspective”, Cracovia, 2011, Polonia, ISBN 978-83-

- 62511-06-8, Ed. Publishing House Cracow University of Economics Foundation, pp. 56-72
10. D. Ștefănescu, L. C. Conțiu, M. R. Gabor - *Personal motivations and leadership styles in Romanian Enterprises*, 8th International Symposium "Economy & Business 2008, 3 - 7 sept. 2009, Sunny Beach, Bulgaria
 11. D. Ștefănescu, M. R. Gabor - *Statistical analysis of indicators concerning activity carried out by the National Authority of Consumer protection*, 7th International Symposium "Economy & Business 2008, 3 - 7 sept. 2008, Sunny Beach, publicată în "Economy & Business. International Scientific Publications", Ed. Science Invest - Bourgas, Bulgaria, ISSN 1311 - 8978
 12. L. C. Conțiu, D. Ștefănescu, M. R. Gabor- *A comparative analysis of the corporate culture and HRM practices in Romanian public and private organizations*, 7th International Symposium "Economy & Business 2008, 3 - 7 sept. 2008, Sunny Beach, Bulgaria, publicată în "Economy & Business. International Scientific Publications", Ed. Science Invest - Bourgas, Bulgaria, ISSN 1311 - 8978
 13. M. R. Gabor, M. C. Niță - *Structural fund, agriculture, marketing. Quantitative aspects and particularities of agricultural field from Romania*, 6th International Symposium "Economy & Business 2007, 10 -14 sept. 2007, Sunny Beach, publicată în "Economy & Business. International Scientific Publications", vol.1, 2007, p. 351 - 372, ISBN 978 - 954 - 9368 - 27 - 7, Ed. Science Invest - Bourgas, Bulgaria

f.3) Publicații în extenso la conferințe internaționale desfășurate în țară

1. M.R. Gabor, L.C. Conțiu - *Brand - communication tool versus social responsibility tool*, ISSA - Applied Social Science International Conference. Communication studies, Timișoara, 18 - 20 iunie 2012
2. M.R. Gabor, L.C. Conțiu, F. Oltean - *A comparative analysis regarding European tourism competitiveness: emerging versus developed markets*, "Emerging Market Queries in Finance and Business", organizată de Universitatea "Petru Maior" din Tîrgu Mureș, 24-27 octombrie 2012
3. M.R. Gabor, L.C. Conțiu, F. Oltean - *Employee's motivation from a cultural perspective - a key element of the hospitality industry competitiveness*, "Emerging Market Queries in Finance and Business", organizată de Universitatea "Petru Maior" din Tîrgu Mureș, 24-27 octombrie 2012
4. M. R. Gabor, L. C. Conțiu - *Marca - instrument de comunicare interculturală*, volumul (CD) conferinței „European integration between tradition and modernity”, vol. 4, Tg. Mureș, 2011, Ed. Universității „Petru Maior” Tg. Mureș, ISBN 978-606-581-011-2, coord. I. Boldea, C. Sigmiream, S. Costea, 2011, pp. 898 - 909
5. L. Ciucan-Rusu, M.R. Gabor, I. E. Apăvăloaie - *Marketing research, a success factor for an entrepreneur*, International conference "The need of reform in law and public administration", Tg. Mureș, nov. 2011
6. M.R. Gabor, F.D. Oltean - *Antreprenoriatul - componentă a indicelui de dezvoltare a turismului de aventură*, Conferință RECADD - Dezvoltarea durabilă a resurselor umane - adaptabilitate și flexibilitate, Tg. Mureș, nov. 2010
7. F.D. Oltean, M.R. Gabor - *Turismul de aventură - oportunitate de afaceri pentru antreprenori*, Conferință RECADD - Dezvoltarea durabilă a resurselor umane - adaptabilitate și flexibilitate, Tg. Mureș, nov. 2010
8. M. R. Gabor - *Data analysis- evolution approach*, volumul "Sesiunii de Comunicări Științifice Internaționale "Integrarea Europeană - noi provocări pentru România" ediția a V-a, Oradea, mai 2009, Ed. Universității din Oradea
9. M. R. Gabor - *Q factor analysis (Q methodology) as data analysis technique*, Sesiunea de Comunicări Științifice Internaționale „Integrarea Europeană - noi provocări pentru România” ed. a IV-a, Oradea, 30 - 31 mai 2008, p. 847 - 853
10. M. R. Gabor - *Practical examples concerning application of the Q factor analysis for marketing data*, volumul "Sesiunii Internaționale de Comunicări Științifice Internaționale "Integrarea Europeană - noi provocări pentru România" ediția a IV-a, Oradea, 30 -31 mai 2008
11. L. C. Conțiu, D. Ștefănescu, M. R. Gabor - *Cultural dimensions that may influence students' entrepreneurial capabilities*, volumul conferinței (CD) "International Conference on Economics, Law and Management ICELM 3", Tîrgu Mureș, 1 - 4 iunie 2008, Ed. Universității "Petru Maior", Tg. Mureș, ISSN 1843 -2964
12. M. R. Gabor - *Comparative analysis of the main economics indicators of the Romanian agriculture in European context*, volumul "Sesiunii Internaționale de Comunicări Științifice Internaționale "Integrarea Europeană - noi provocări pentru România" ed. a III-a, Oradea, 25 - 26 mai 2007, p. 797 - 803

13. **M. R. Gabor** - *Non – probabilistic sampling use in qualitative marketing research. Haphazard sampling. Volunteer sampling*, volumul “Sesiunii Internaționale de Comunicări Științifice Internaționale „Integrarea Europeană – noi provocări pentru România” ed. a III-a, Oradea, 25 – 26 mai 2007
14. **M. R. Gabor** – *The stage of Romanian agriculture in the context of Romanian's new status as the member of the European Union* – volumul “Simpozionul Științific Agricultură românească în UE – oportunități și perspective”, 18 -19 oct. 2007, organizat de Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară „Ion Ionescu de la Brad” Iași
15. **M. R. Gabor** – *Marketingul activității de invenție și inovare în institutele de cercetare din România, Marketingul întreprinderilor românești la ora integrării europene*, Editura ASE București, 11 mai 2007, ISBN 972 – 973 – 594 – 945 – 7, p. 187 – 192
16. I. Isaic Maniu, G. Grădinaru, A. Danciu, **M. R. Gabor** – *Elaborarea unui sistem statistic de indicatori pentru caracterizarea calitatii vieții, adecvat specificului României armonizat cerințelor UE*, “Seminarul Științific al Departamentului de cercetări economice”, ASE, București, septembrie 2007, publicată în volumul “Cercetare științifică în Academia de Studii Economice din București 2006”, Rezultate obținute în cadrul temelor finanțate prin granturi CNCSIS tip At, volumul II, Editura ASE București, 2008, pp. 72-89, ISBN 978-606-505-052-5, 978-606-505-054-9
17. **M. R. Paraschivescu** - *Marketing previsions – scientific decision management tool and key factor for the national and international success of Romanian firms. The Box – Jenkins procedure for marketing data forecast*, The International Economic Conference, Sibiu, 4 - 5 mai 2006, volume 4, Ed. Universității “Lucian Blaga” din Sibiu, ISBN (10) 973 – 739 – 259 - 0, ISBN (13) 978 –973-739- 259 – 6, p. 298 -304
18. **M. R. Gabor** - *Marketingul, instrument de importanță majoră pentru creșterea eficienței managementului institutelor de cercetare- dezvoltare din România*, volumul (CD) Simpozionului Internațional, Pitești, 26 - 27 mai 2006, Ed. Independența Economică, 2007, Universitatea “Constantin Brâncoveanu”, Pitești, ISBN 978 – 973 – 7732 - 58 - 3
19. **M. R. Gabor** - *Qualitative and quantitative techniques concerning consumer attitudinal research. The Kelly grid (repertory grid interview)*, volumul conferinței (CD) International Conference on Economics, Law and Management, Tîrgu Mureș, 31 mai - 3 iunie 2006, Ed. Universității “Petru Maior”, Tg. Mureș, ISBN-13-978 -973 –7794-43-7, ISBN 10 -973-7794-43-5
20. **M. R. Gabor** - *Investigating method of decisions. “Snowball” sampling*, Volumul conferinței (CD) “Al III-lea Simpozion Științific Internațional de Statistică”, 16 – 18 nov. 2006, Ed. ASE București, ISBN 973 – 594 – 884 – 2, ISBN 978 – 973 – 594 – 884 – 9
21. **M. R. Gabor** - *Unequal probability sampling. The splitting method*, volumul conferinței (CD) “The 3rd International Scientific Conference ECO – TREND2, 24 – 25 nov. 2006, organizată de Universitatea “Constantin Brâncuși ” Tg. Jiu, Editura Universitaria, Craiova, 2007, ISBN (10) – 973 -742 - 321 – 0; ISBN(13)978 - 973– 742 – 321 – 1

g) ALTE LURĂRI ȘI CONTRIBUTII ȘTIINȚIFICE

g.1) articole în reviste cotate categoria C CNCS

1. **M. R. Gabor, L.C. Conțiu** – *Brand- communication tool versus social responsibility tool*, Revista ISSA - International Journal of Applied Social Science, vol. 1, nr. 1/2012, Ed. Universității de Vest, Timișoara, ISSN 2285 – 2263, pp. 173 - 174
2. **M. R. Gabor** – *Analiza de regresie ca metodă de analiză a datelor de marketing*, Revista **Economia XXI**, editată de Universitatea „Petre Andrei”, Iași, Nr. 4 (21)/2008, ISSN 1584 – 1170,
3. **M. R. Gabor** – *Regression analysis as analysis method*, **Economia XXI**, editată de Universitatea „Petre Andrei”, Iași, Nr. 4 (21)/2008, pp. 32 – 36, ISSN 1584 – 1170
4. **M. R. Gabor** - *Measurement and scaling of marketing data*, revista **Studia Universitates Petru Maior. Series Oeconomica** nr.1/2007, ISSN 1843 – 1127, p. 45 - 53
5. **M. R. Gabor** – *Eșantionările aleatoare și non - aleatoare utilizate în cercetările de marketing*, revista **Economia XXI**, editată de Universitatea „Petre Andrei”, Iași, Nr. 2 (16)/2007, ISSN 1584 – 1170, p. 66 – 68
6. **M. R. Gabor** – *Experimentul, observarea și ancheta statistică ca metode de cercetare a pieței – avantaje, dezavantaje, utilizare*, revista **Economia XXI** nr. 4 (18)/2007, editată de Universitatea „Petre Andrei”, Iași, ISSN 1584 – 1170

**g.2) Popularizarea rezultatelor științifice în publicații de largă audiență
(sau pentru specialiști din alte domenii decât cel economic)**

1. **M.R. Gabor, L. C. Conțiu** - *Impactul asupra tinerilor al campaniilor de promovare a turismului din România*, cotidianul *Cuvântul Liber*, Tîrgu Mureș, nr. 167, p. 6, 29 august 2012
2. **L. C. Conțiu, M.R. Gabor** - *Ocupă marca Dacia – Logan locul I în preferințele tinerilor din România? Testarea influenței publicitare cu ajutorul instrumentelor statistice*, cotidianul *Cuvântul Liber*, Tîrgu Mureș, nr. 172, 5 septembrie 2012
3. **M.R. Gabor, L. C. Conțiu** - *Marca – instrument de comunicare interculturală*, cotidianul *Cuvântul Liber*, Tîrgu Mureș, nr. 194, 5 octombrie 2012
4. **M.R. Gabor** – *statistical methods use for measure the advertising preferences Case study: advertising for Dacia Logan brand*, „Nature in Mathematics”, Universitatea Tehnică din Kosice, Slovacia, 12 iulie 2012
5. **M.R. Gabor** – *Use of statistical methods and statistical soft for measure of marketing data. Case study: measure of Romanian tourism destination*, „Congress of Junior Mathematics”, Universitatea din Miskolc, Ungaria, Departamentul de Analiză, 11 iulie 2012

g.3) Membru în echipe editoriale ale unor reviste din străinătate indexate BDI

1. *American International Journal of Social Science*, SUA, <http://www.ajssnet.com/contact.html>
2. *International Journal of Marketing Studies*, Toronto, Canada, <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/about/editorialTeam>
3. *International Business Research*, Toronto, Canada, <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ibr/about/editorialTeam>
4. *International Journal of Economic Research*, India, <http://www.ijeronline.com/eb.php>

g.4) Recenzor la reviste cotate ISI Web of Science sau indexate BDI, din străinătate

1. *Engineering Economics*, cotată ISI Web of Science, factor de impact 2011 =1,468, editată de Kaunas University of Technology, Kaunas, Lituania
2. *International Journal of Marketing Studies*, Toronto, Canada, indexată BDI: Cabell's, DOAJ, EBSCOhost, Electronic Journals Library, Gale's Academic Databases, Google Scholar, LOCKSS, Open J-Gate, PKP Open Archives Harvester, ProQuest, Standard Periodical Directory, Ulrich's, Universal Digital Library, WorldCat
3. *International Business Research*, Toronto, Canada, indexată BDI: Cabell's, DOAJ, EBSCOhost, Electronic Journals Library, Gale's Academic Databases, Google Scholar, LOCKSS, Open J-Gate, PKP Open Archives Harvester, ProQuest, Standard Periodical Directory, Ulrich's, Universal Digital Library, WorldCat

g.5) citări în reviste indexate BDI, cărți editate în străinătate, cărți editate în țară, teze de doctorat

1. Lucrarea „*Types of non – probabilistic sampling used in market research. Snowball sampling*”, publicată în revista *Management & Marketing* nr. 3, 2007, editată de Editura Economică București, pp. 61 – 70, cotată B+ CNCIS, ISSN 1842 – 0206 (autor: **Manuela Rozalia GABOR**) citată de:

- 1.1 **M. Bunda (Marișescu) în teza de doctorat** cu titlul „*Utilizarea metodelor statistico – matematice în analiza performanțelor întreprinderii*”, susținută în cadrul ASE București, Facultatea de Cibernetică, Statistică și Informatică Economică, coordonator – prof. univ. dr. Constantin Anghelache, susținută în 2010
- 1.2 **M. C. Voicu în teza de doctorat** cu titlul „*Utilizarea metodei sondajului în studierea comportamentului consumatorului*”, susținută în cadrul ASE București, Facultatea de Cibernetică, Statistică și Informatică Economică, coordonator – prof. univ. dr. Constantin Anghelache, susținută în 2010
- 1.3 **M. Anghelache (Dumbravă) în teza de doctorat** cu titlul „*Metode și modele de măsurare a performanțelor societăților comerciale*”, susținută în cadrul ASE București, Facultatea de Finanțe,

- Asigurări, Bănci și Burse de Valori, coordonator – prof. univ. dr. Georgeta Vintilă, susținută în 2010
- 1.4 S. M. A. Lima Costa, E. D. de Carvalho, C. A. Moraes e Araújo, A. L. Sant'Ana, E. da Silva Militão în lucrarea “O perfil sócio – econômico do pescador artesanal do reservatório de Ilha Solteira, estado de São Paulo”, publicată în revista „Informações Econômicas”, SP, v.39, n.12, dez. 2009, ISSN 0100 – 4409, **Brazilia, revistă BDI**
 - 1.5 Monitorul Oficial al statului Mexic, Bruno Ferrari García de Alba (DIARIO OFICIAL - Segunda Sección, Poder Ejecutivo, Secretari de Economia) din data de 2 august 2010, cu titlul “RESOLUCION final de la investigación antidumping sobre las importaciones de tuercas de acero al carbón negras o recubiertas originarias de la República Popular China, independientemente del país de procedencia. Esta mercancía se clasifica en las fracciones arancelarias 7318.16.03 y 7318.16.04 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación. Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos”, **publicație în străinătate**
 - 1.6. M. C. Voicu, A.M. Babonea – *Using snowball method in marketing research on hidden population*, Ed.ProUniversitaria, București, vol. “CKS 2011”, p. 1342, **revistă BDI**
 - 1.7. D. Pająk - *The Shadow of Hierarchy - How to Sample a Hidden Population of Former Employees?*, Proceedings of ISNIE 2011, Stanford University, SUA, **publicație în străinătate**
 - 1.8. M. Dumbravă – *Analiza performanței firmei. Metode și modele*, Ed. Economică, București, 2010
 - 1.9. Drăgan, I.M., Isaic – Maniu, Al. - *Snowball Sampling Developments used in Marketing Research*, *International Journal of Arts and Commerce*, Marea Britanie, ISSN : 1929-7106, vol. 1, nr. 6, nov. 2012, pp. 214 – 223, **revistă BDI**

2. Lucrarea „Non – probabilistic sampling use in qualitative marketing research. Haphazard sampling. Volunteer sampling”, publicată în revista **Analele Universității din Oradea. Seria Științe Economice**, Editura Universității din Oradea, tom XVI, vol. I, 2007, p. 920 – 925, cotate B+ CNCIS, ISSN - 1582 – 5450 citată de:

- 2.1 M. Bunda (Marîțescu) **în teza de doctorat** cu titlul „Utilizarea metodelor statistico – matematice în analiza performanțelor întreprinderii”, susținută în cadrul ASE București, Facultatea de Cibernetică, Statistică și Informatică Economică, coordonator – prof. univ. dr. Constantin Anghelache, susținută în 2010
- 2.2 M. C. Voicu **în teza de doctorat** cu titlul „Utilizarea metodei sondajului în studierea comportamentului consumatorului”, susținută în cadrul ASE București, Facultatea de Cibernetică, Statistică și Informatică Economică, coordonator – prof. univ. dr. Constantin Anghelache, susținută în 2010
- 2.3 M. Anghelache (Dumbravă) **în teza de doctorat** cu titlul „Metode și modele de măsurare a performanțelor societăților comerciale”, susținută în cadrul ASE București, Facultatea de Finanțe, Asigurări, Bănci și Burse de Valori, coordonator – prof. univ. dr. Georgeta Vintilă, susținută în 2010
- 2.4. M. C. Voicu, A.M. Babonea – *Using snowball method in marketing research on hidden population*, Ed.ProUniversitaria, București, vol. “CKS 2011”, p. 1341, **revistă BDI**
- 2.5. M. Dumbravă – *Analiza performanței firmei. Metode și modele*, Ed. Economică, București, 2010, **carte la editură recunoscută CNCIS**

3. Lucrarea “Adventure tourism business opportunity for entrepreneurs”, publicată la ed. Universității Petru Maior, 2011, citată de:

- 3.1. C.I. Răbonțu, M.Durbăcea, D. Șerbanoiu – *Expenditures and consumer behavior of the tourism sports in Romania*, Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu, Economy Series, Issue 4/2011, pp. 165 – 170, **revistă BDI**

4. Lucrarea „The Application of main component analysis method on indicators of Romanian National Authority for Consumers Protection Activities”, publicată în revista ISI Amfiteatru Economic, nr. 28/2010, citată de:

- 4.1. R. Popescu - *The evolution of the regional investment climate in Romania*, Revista International Journal of Business and Management Tomorrow, India, vol.1, nr.1, oct. 2011, p. 326, **revistă BDI**

- 4.2. **R.G. Popescu** – *The regional climate of foreign direct investments in Romania*, Review of Economic & Business Studies, vol. 4, issue 2, 2011, ISSN 1843 – 763X, pp. 321 – 30, Ed. Universității Al. I. Cuza, Iași, **revistă BDI**
- 4.3. **E. Herman, M-A. Georgescu** -*Is there a trade-off between employment and labour productivity in new EU member states?*, revista The Romanian Economic Journal, nr. 46/2012, pp. 303 – 318, **revistă BDI**
5. Lucrarea „*Descriptive Methods of Data Analysis for Marketing Data- Theoretical and Practical Considerations*” publicată în revista Management Marketing, București, 2010, citată de:
- 5.1. **R. A. Heeiens, L. P. Pleshko** - *A contingency theory approach to market orientation and related marketing strategy concepts: does fit relate to profit performance?*, Revista Management – Marketing, Ed. Economică, București, Vol. 6, No. 4, 2011, p. 489, **revistă BDI**
- 5.2. **Herman, E.** – *Rural employment in the context of Romanian regional development*, Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu, Economy Series, Issue 3/2012, pp. 131- 140, **revistă BDI**
6. Lucrarea „*Comparative analysis of the main economics indicators of the Romanian agriculture in European context*”, publicată în Analele Universității din Oradea. Seia Economice, 2007, citată de:
- 6.1. **Herman, E.** – *Rural employment in the context of Romanian regional development*, Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu, Economy Series, Issue 3/2012, pp. 131- 140, **revistă BDI**
7. Lucrarea „*Statistics tests used in data analysis*” publicată în revista Management and Engineering Economic, 2009, citată de:
- 7.1. **Coțiu, L.C., M.N. Bocella** – *Consulting for improving technological and organisational innovation of SMEs in Central and Eastern Europe*, pp. 95 - 109, Cracow, Poland, **carte în străinătate**
8. Lucrarea “*Types of non-probabilistic sampling used in marketing research. Quota sampling. Purposive (judgement) sampling*”, **M.R. Gabor**, 2007, citată de:
- 8.1. **Apăvăloaie, I.** - *Marketing research regarding the Internet usage among the population of the Mures County*, Procedia Economics and Finance, vol. 3C/2012, pp. 930-936, 2012, DOI 10.1016/S2212-5671(12)00252-3, **revistă BDI**
9. Lucrarea “*Changes of the European Countries Distributions based on Entrepreneurship and Social Economic Sustainable Development Indicators*”, autori: D Ștefănescu, **M.R. Gabor**, L.C. Coțiu, 2011, citată de:
- 9.1. **Kardos, M.** - *The Relationship between Entrepreneurship, Innovation and Sustainable Development. Research on European Union Countries*, Procedia Economics and Finance, vol. 3C/2012, pp. 1037-1043, DOI 10.1016/S2212-5671(12)00269-9, **revistă BDI**

Candidat,

Lector univ. dr. **Manuela Rozalia Gabor**

.....
