

UNIVERSITATEA *SPIRU HARET*
 FACULTATEAȘtiințe Economice București.....
 DEPARTAMENTUL : Științe Economice
 FUNCȚIA DIDACTICĂ : Profesor
 POZIȚIA POSTULUI DIN STATUL DE FUNCȚII: nr. 9

**FIȘA DE VERIFICARE
 A ÎNDEPLINIRII STANDARDELOR (MINIMALE)
 PROPRII UNIVERSITĂȚII
 PENTRU OCUPAREA POSTULUI DIDACTIC DE
 – PROFESOR UNIVERSITAR –**

Candidat NUMELE ȘI PRENUMELE Gârdan Daniel Adrian
 GRADUL DIDACTIC (FUNCȚIA ACTUALĂ) Conferențiar universitar
 Data nașterii 11.06.1977

I. STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ

Nr. crt.	Instituția de învățământ superior/Facultatea	Programul de studii	Perioada	Titlul acordat	Media generală de licență
1	Universitatea Spiru Haret/Facultatea de Marketing și Comerț Exterior,	Marketing și Comerț Exterior	1996-1999	Licențiat, licență susținută în cadrul ASE București, Facultatea de Comerț	9,50

II. STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT

Nr. crt.	Instituția de învățământ superior/Facultatea	Domeniul	Specializarea	Media generală
1	Academia de Studii Economice din București, Facultatea de Comerț	Marketing	Sisteme de marketing – studii aprofundate	9.00
2				

III. STUDII UNIVERSITARE DE DOCTORAT

Nr. crt.	Instituția organizatoare de doctorat	Domeniul	Nr. ordin al M.E.
1	Academia de Studii Economice din București, Școala Doctorală de Marketing	Marketing	6508 din 19.12.2012
2			

IV. STUDII ȘI BURSE POSTDOCTORALE

Nr. crt.	Instituția organizatoare/Țara	Domeniul/Specializarea	Tipul de bursă

1	Academia Română, Institutul de Economie Mondială, România	Cercetări fundamentale economice, sănătate, materiale, produse și procese inovative, Marketing medical	Program de studii postdoctorale
2			

V. GRADE DIDACTICE / FUNCȚIA PROFESIONALĂ

Nr. crt.	Instituția	Domeniul	Perioada	Gradul didactic sau funcția profesională
1.	S.C. Metalurgica S.A.	Marketing / Comercial	2000–2001	Economist, consultant marketing
2.	Universitatea Spiru Haret, București	Marketing	2000–2002	Preparator universitar
3.	Academia de Studii Economice din București, Facultatea de Marketing	Marketing	2001–2002	Cadru didactic asociat – Preparator universitar
4.	Universitatea Spiru Haret, București	Marketing	2002–2006	Asistent universitar
5.	Academia de Studii Economice din București, Facultatea de Marketing	Marketing	2002–2015	Cadru didactic asociat – Asistent / Lector universitar
6.	Camera de Comerț și Industrie a României, Școala Română de Afaceri	Formare profesională continuă	2004–2009	Lector – trainer
7.	Universitatea Spiru Haret, București	Marketing	2006–2012	Lector universitar doctorand
8.	Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare Chimico-Farmaceutică (ICCF) București	Cercetare științifică și aplicată / Marketing	2011–2015	Specialist marketing
9.	Universitatea Spiru Haret, București	Marketing	2012–2016	Lector universitar doctor
10.	Universitatea Spiru Haret, Facultatea de Științe Economice, București	Marketing	2016–prezent	Conferențiar universitar doctor
11.	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, Facultatea de Științe Economice	Marketing	2020–2023	Cadru didactic asociat – Conferențiar / Lector universitar doctor
12.	Academia de Studii Economice din București, Facultatea de Marketing	Marketing	2022–prezent	Cadru didactic asociat – Lector / Asistent universitar doctor
13.	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați, Școala Doctorală de Științe Sociale și Umane	Marketing	2022–prezent	Conducător de doctorat

VI. STANDARDE MINIMALE NECESARE OBLIGATORII PENTRU CONFERIREA TITLURILOR DIDACTICE DIN ÎNVĂȚĂMÂNTUL SUPERIOR ȘI A GRADELOR PROFESIONALE DE CERCETARE-DEZVOLTARE: completate conform Anexelor prevăzute în O.M. 6129/2016, publicat în M.O. partea I, Nr. 123/15.02.2017.

A. Publicații		A.1. Articole în reviste cotate ISI cu Scor de Influență Absolut (AIS) nenui (maxim 10 articole)						
Nr. crt.	Publicație	M (coeficient de multiplicare)	N (număr de autori cu afiliere în România)	AIS (Scor de Influență Absolut) 2020-2024	PI=8*MI* AIS/Ni Punctaj	Core economics	AIS > 0,15	
1	Gârdan, D. A., Bryla, P., Dumitru, I., & Gârdan, I. P. (2025). Industry and individuals: branding, labelling, and marketing of food products. <i>Frontiers in Nutrition</i> , 12, 1555875. doi: 10.3389/fnut.2025.1555875. https://www.frontiersin.org/journals/nutrition/articles/10.3389/fnut.2025.1555875/full AIS (2024) 1,026	6	4	1.026	4.309	NU	DA	
2	Gârdan, D.A., State, O., Gârdan, I.P., Baicu, C.G., Hristea, A.M., Moise, D. (2024). Acceptance of Biometric Payment Security Technology among Romanian Consumers*, <i>Transformations in Business & Economics</i> , vol. 23, No 2(62), pp.510-532. ISSN: 1648 - 4460, http://www.transformations.knf.vu.lt/62/article/acce , WOS:001247516600023 (reviză cotată ISI) AIS (2024) 0.170	10	6	0.17	0.850	DA	DA	
3	Baicu, C.G., State, O., Gârdan, D.A., Gârdan, I.P., & Țicău, I.R. (2022). Financial and Competitive Implications of the European Green Deal – Perceptions of Retail Managers. <i>Amfiteatru Economic</i> , 24(61), pp. 683-700, ISSN: 1582 - 9146, https://www.amfiteatrueconomic.ro/ArticolEN.aspx?CodArticol=3137 , doi: 10.24818/EA/2022/61/683 (reviză cotată ISI) AIS (2023) 0.282	10	5	0.282	1.692	DA	DA	
4	Gârdan IP, Mauri A, Dumitru I, Gârdan D.A., Maican ȘȘ, Moise D. (2022). User-Generated Multimedia Content Impact on the Destination Choice: Five Dimensions of Consumer Experience. <i>Electronics</i> . 11(16):2570. doi:10.3390/electronics11162570, https://www.mdpi.com/2079-9292/11/16/2570 , ISSN: 2079-9292 (reviză cotată ISI) AIS 0.631 (2023)	6	6	0.631	1.893	NU	DA	
5	Gârdan DA, Euran G, Paștiu CA, Gârdan IP, Jiroveanu DC, Tecău AS,(2021) Prihoaneă DM. Enhancing Consumer Experience through Development of Implicit Attitudes Using Food Delivery Applications. <i>Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research</i> . 2021; 16(7):2858-2882. Volum 16 Problema 7 Pagină 2858-2882 AIS (2023) 0.685 https://doi.org/10.3390/jtaer16070157 , ISSN 0718-1876, WOS:000737742200001	10	7	0.685	2.740	DA	DA	

6	Gărdan IP, Micu A, Paștiu CA, Micu AE, Gărdan DA. Consumers' Attitude towards Renewable Energy in the Context of the Energy Crisis. <i>Energies</i> . 2023; 16(2):676. https://doi.org/10.3390/en16020676	6	5	0.444	1.598	NU	DA
7	Gărdan DA, Dumitru I, Gărdan IP, Paștiu CA. Touristic SME's Competitiveness in the Light of Present Challenges—A Qualitative Approach. <i>Sustainability</i> . 2020; 12(21):9191. Volum 12 Problema 21 Nr. pag. 9191 ISSN 2071-1050 https://doi.org/10.3390/su12219191 WOS:000589410600001 AIS (2023) 0.533	6	4	0.533	2.239	NU	DA
8	Dumitru, I., Gărdan, D.A., Paștiu, C.A., Gardan, I.P., Muntean, A. On the Mechanism of the Label Perception: How Does Labeling Change Food Products Customer Behavior? Economic computation and economic cybernetics studies and research / Academy of Economic Studies June 2021, Volum 55 Problema 2 Pagina 193-210 55(2/2021):193-210 ISSN 0424-267X WOS:0000661631600012 AIS(2021) 0,143	10	5	0.143	0.858	DA	NU
9	Gărdan, I.P.; Roșca, M.I.; Gărdan, D.A.; Andronie, M.; Roșca, L.D.; Paștiu, C.A. (2025) Adoption of 3D-Printed Food in Romania: Price Perception as a Key Determinant of Consumer Acceptance. <i>Foods</i> 2025, 14, 4306. https://doi.org/10.3390/foods14244306 , WOS:001647322400001, AIS (2024) 0.744	6	6	0.744	2.232	NU	DA
10	Andronie, M., Gărdan, D.A., Dumitru, I., Gărdan, I.P., Andronie, I.E., & Ujă, C. (2019). Integrating the Principles of Green Marketing by Using Big Data. <i>Good Practices. Amfiteatru Economic</i> , 21(50), pp. 258-269. doi:10.24818/EA/2019/50/258. ISSN:1582-9146, eISSN:2247-9104, https://www.amfiteatrueconomic.ro/temp/Article_2804.pdf (revistă cotată ISI) AIS (2023) 0.282	10	6	0.282	1.410	DA	DA
Total A. I.					19.821		
A.2. Publicații la edituri de prestigiu internațional și la alte edituri naționale							
A.2.1 Capitol în carte publicată la o editură internațională din Anexa 1 (punctaj individual 0,25(N))							
		N (număr de autori)	Pi	Punctaj final			
A.2.2. Carte publicată la o editură națională sau internațională, tabel 3 și 4 (punctaj individual 0,2(N))							

	Publicație	N (număr de autori)	Pi	Punctaj final Pi/Ni
1	Gârdan D.A. (2016). Marketing în sport, Editura Universitară, București, 196p, ISBN: 978-606-28-0544-9, DOI: 10.5682/9786062805449, Colecția ȘTIINȚE ECONOMICE, din 2006 Editură recunoscută de Consiliul Național al Cercetării Științifice (C.N.C.S.) și inclusă de Consiliul Național de Atestare a Titlurilor, Diplomelor și Certificatelor Universitare (C.N.A.T.D.C.U.) în categoria editurilor de prestigiu recunoscut. https://www.editurauniversitara.ro/stiinte-economice-3/marketing-in-sport.html	1	0.2	0.2
2	Gârdan D.A. (2017). Influențarea comportamentului consumatorilor de servicii medicale în contextul optimizării motivației personalului medical, Editura Universitară, București, 138p, ISBN: 978-606-28-0547-0. Colecția ȘTIINȚE ECONOMICE, din 2006 Editură recunoscută de Consiliul Național al Cercetării Științifice (C.N.C.S.) și inclusă de Consiliul Național de Atestare a Titlurilor, Diplomelor și Certificatelor Universitare (C.N.A.T.D.C.U.) în categoria editurilor de prestigiu recunoscut. https://www.editurauniversitara.ro/stiinte-economice-3/influentarea-comportamentului-consumatorilor-de-servicii-medicale-in-contextul-optimizarii-motivatiei-personalului-medical.html	1	0.200	0.200
Total A.2.2.				0.400
Total A.2.2. luat în calcul				0.400
A2.3.	Articol in volume ISI Proceedings (punctaj individual 0.1/N)			
	Publicație	N (număr de autori)	Pi	Punctaj final
Total A.2. (maxim posibil)				0.400
TOTAL PUNCTAJ PUBLICATII (P)				20.221
TOTAL PUNCTAJ PUBLICATII (P)				
46A4	Citări în reviste cotate ISI cu scor de influență absolut (AIS) nenul (maxim 10 citări)			
	Citare	AIS	Cuartila(Q)	Cj Punctaj citare
1	2020. "The Perspective of E-Business Sustainability and Website Accessibility of Online Stores" Sustainability 12, no. 22: 9780. https://doi.org/10.3390/su12229780 Muntaser Mohamed, et al. "The Short-and Long-Term Impacts of COVID-19 Pandemic on the Sharing Economy: Distinguishing Between "Symptomatic" and "Asymptomatic" Platforms." Journal of the Knowledge Economy 15.2 (2024): 9238-9287.	0.414	Q1	1
2	Gârdan, I.P.; Roșca, M.I.; Gârdan, D.A.; Andromie, M.; Roșca, L.D.; Paștiu, C.A. Adoption of 3D-Printed Food in Romania: Price Perception as a Key Determinant of Consumer Acceptance. Foods 2025, 14, 4306. https://doi.org/10.3390/foods14244306 CITAT DE : Puelles-Gallo, M., J.Pelegrin-Borondo, M.Arias-Oliva, and M.Souto-Romero. 2026. "Toward Sustainable Food Systems Through Responsible Innovation: An Integrated Behavioral Model of Consumer Acceptance of Genetically Modified Foods." Corporate Social Responsibility and Environmental Management 1–13. https://doi.org/10.1002/csr.70519	1.457	Q1	1
3	Paștiu, C.A.; Oncioiu, I.; Gârdan, D.A.; Maican, S.S.; Gârdan, I.P.; Muntean, A.C. The Perspective of E-Business Sustainability and Website Accessibility of Online Stores. Sustainability 2020, 12, 9780. https://doi.org/10.3390/su12229780 Citat Cai L, Yuen KF, Fang M, Wang X (2023), "A literature review on the impact of the COVID-19 pandemic on consumer behaviour: implications for consumer-centric logistics". Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 35 No. 11 pp. 2682–2703, doi: https://or10ym8dv-y-https-doi-org.z-e-nformation.ro/10.1108/APJML-08-2022-0731	0.638	Q1	1

4	On the Mechanism of the Label Perception: How Does Labeling Change Food Products Customer Behavior? Economic computation and economic cybernetics studies and research / Academy of Economic Studies June 2021, Volum 55 Problema 2 Pagina 193-210 55(2/2021):193-210 ISSN 0424-267X WOS:000661631600012 AIS(2021) 0,132 Citat de Pérez-Armijo P, Durán-Agüero S, Echevarría-Orellana E, Abecia-Inchaurregui LC, Pérez de Arrilucea Le Floch UA and Almendra-Pegueros R (2026) Front-of-pack labeling and perceived nutritional quality in adults with and without chronic disease: results from a quasi-experimental study. Front. Nutr. 12:1736934. doi: 10.3389/fnut.2025.1736934	0.831	Q1	1
5	Gărdan DA, Dumitru I, Gărdan IP, Paștiu CA. Touristic SME's Competitiveness in the Light of Present Challenges—A Qualitative Approach. Sustainability. 2020; 12(21):9191. Volum 12 Problema 21 Nr.pag. 9191 ISSN 2071-1050 https://doi.org/10.3390/su12219191 WOS:000589410600001 AIS (2023) 0.533 Citat de Khan S, Wahab A (2024), "Engaging customers through satisfaction; does social media marketing and perceived innovativeness really matter? A time-lagged study in the	0.555	Q1	1
6	Dumitru Ionel, Daniel Adrian Gărdan, Carmen Adina Paștiu, Gardan Geangu Petronela, Muntean Andreea On the Mechanism of the Label Perception: How Does Labeling Change Food Products Customer Behavior? Economic computation and economic cybernetics studies and research / Academy of Economic Studies June 2021, Volum 55 Problema 2 Pagina 193-210 55(2/2021):193-210 ISSN 0424-267X WOS:000661631600012 AIS(2021) 0,132 Citat de Huang Z, Li H and Huang J (2024) Chinese consumers' psychology and behavior of the foods with nutrition claims based on AISAS model. Front. Nutr. 11:1309478. doi: 10.3389/fnut.2024.1309478	0.831	Q1	1
7	Paștiu, Carmen A., Ionica Oncioiu, Daniel A. Gărdan, Silvia Ș. Matean, Iuliana P. Gărdan, and Andreea C. Muntean 2020. "The Perspective of E-Business Sustainability and Website Accessibility of Online Sustainability 12, no. 22: 9780. https://doi.org/10.3390/su12229780 Citat de Ulko, J., Saunila, M., Nasiri, M., & Kantala, T. (2022). The importance of sustainability engagement in small businesses supplier collaboration. Sustainable Development, 30(1), 1–9. https://doi.org/10.1002/sd.2224	1.341	Q1	1
8	Atanasov, N.T.; Atanasova, G.L.; Gărdan, D.A.; Gărdan, I.P. Experimental Assessment of Electromagnetic Fields Inside a Vehicle for Different Wireless Communication Scenarios: A New Alternative Source of Energy. Energies 2023, 16, 5622. https://doi.org/10.3390/en16155622 Citat de Salina Daud, Wan Noordiana Wan Hamafi, Sabihah Hitam, Maryam Jamilah Ashaari, Mariam Abdul Majid, Wan Fadzilah Wan Yusoff, Maisarah Ahmad Sofi, Linking attitude and ethical practices to energy efficiency: The mediating role of house-hold lifestyle, Environmental and Sustainability Indicators. Volume 26 2025. 1006889. ISSN.2665-0777	0.808	Q1	1
9	Gărdan DA, Epuran G, Paștiu CA, Gărdan IP, Jiroveanu DC, Tecău AS, Prihoancă DM. Enhancing Consumer Experience through Development of Implicit Attitudes Using Food Delivery Applications. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research. 2021; 16(7):2858-2882. Volum 16 Problema 7 Pagina 2858-2882 https://doi.org/10.3390/jtaer16070157, ISSN 0718-1876, Citat de Calderón-Fajardo, V., Carrasco-Santos, M. J., & Rossi Jiménez, C. (2022). The intention of consumers to use augmented reality apps in gastronomy – case of Málaga. Current Issues in Tourism, 26(9), 1446–1462. https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2056002	1.215	Q1	1
10	Dumitru Ionel, Daniel Adrian Gărdan, Carmen Adina Paștiu, Gardan Geangu Petronela, Muntean Andreea On the Mechanism of the Label Perception: How Does Labeling Change Food Products Customer Behavior? Economic computation and economic cybernetics studies and research / Academy of Economic Studies June 2021, Volum 55 Problema 2 Pagina 193-210 55(2/2021):193-210 ISSN 0424-267X WOS:000661631600012 AIS(2021) 0,132 Citat de : Silas Souza AH, Passos LP, Amorim KA, Galdino M, Guimarães JS, Freire AP, Nunes CA, Pinheiro ACM. Which On-Pack Information Drives a Marketable Specialty Coffee Label? Unfolding Purchase Intention and Visual Attention with Eye-Tracking. Foods. 2025; 14(24):4235	0.744	Q1	1
TOTAL PUNCTAJ CITARI (C)				10.000

Indeplinirea conditiilor minime pentru profesor

	Punctaj minim pentru profesor	Punctaj obținut
Punctaj publicații (P)	$P \geq 2$	20.221
Punctaj citări (C)	$C \geq 1,2$	10.000
Punctaj final (S)	$S \geq 4$	30.221
Număr articole ISI cu AIS > 0,15	2	9
Număr articole ISI publicate în Core Economic & Infoeconomics	2	5
<p>Pentru profesor universitar, cercetător științific I și abilitare, trebuie îndeplinită una din următoarele condiții:</p> <p>a) din cele maxim 10 articole, candidatul trebuie să fie autor sau coautor a cel puțin două articole publicate în reviste cotate ISI cu scor absolut de influență (AIS) mai mare decât 0,15;</p> <p>b) să fi câștigat în competiții naționale sau internaționale cel puțin 2 proiecte/granturi de cercetare, cu excepția proiectelor finanțate prin programe operaționale de tip POSDRU, POS-CEE sau similare, dintre care unul în calitate de director de proiect sau responsabil partener</p> <p>c) un articol de la punctul a) și un grant de la punctul b) în calitate de director.</p>		
Condiții îndeplinite: articole cu AIS > 0.15		
		10

SEMNĂTURA CANDIDATULUI,



DATA, 02.06.2026