

Recenzie de carte

A CONCEPE, A REDACTA ȘI A PUBLICA UN ARTICOL ȘTIINȚIFIC O ABORDARE ÎN CONTEXTUL CERCETĂRII ECONOMICE

Ion Stancu

*Academia de Studii Economice din București, Institutul de Studii Financiare,
București, România*

Strategia Lisabona 2000 și programul-cadru pentru cercetare Orizont 2020 au în vedere consolidarea poziției de lider a Europei în domeniul cercetării și inovării. În acest context, cercetătorii tineri și cei experimentați au nevoie de o astfel de lucrare-ghid pentru dezvoltarea competențelor și a carierei lor în cercetarea științifică, pentru elaborarea de articole științifice de înaltă ținută științifică, pentru dezvoltarea competențelor de diseminare a rezultatelor cercetării lor prin publicarea articolelor lor în reviste din fluxul principal al publicațiilor științifice internaționale.

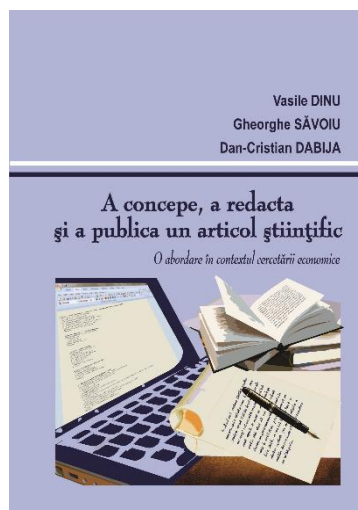
Cartea pe care v-o prezentăm este o lucrare despre cercetările științifice, destinată în principal studenților, doctoranzilor, profesorilor și, de fapt, tuturor categoriilor de autori pentru elaborarea de articole științifice de succes. Autorii merită felicitări sincere pentru un demers curajos, cuprinzător și util în planul cercetării științifice, dar și ca ghid de elaborare și publicare a unei cercetări științifice autentice.

Lucrarea conține cinci capitole referitoare la: cercetarea economică și comunicarea rezultatelor acesteia, în contextul general al cercetării științifice (capitolul 1); structura și optimizarea citării unui articol științific (capitolul 2); redactarea unui articol științific (capitolul 3); plagiat, legislația antiplagiat și etica cercetării (capitolul 4) și publicarea unui articol din domeniul științelor economice (capitolul 5).

Lucrarea cuprinde nu numai recomandări pentru elaborarea materialelor științifice dar și elemente epistemologice ale cercetării științifice. Din această perspectivă, autorii reușesc un excelent echilibru între epistemologia cercetării (inclusiv, elemente de statistică-matematică) și bune practici de elaborare a unui articol științific.

Cercetarea economică și comunicarea rezultatelor acesteia în contextul general al cercetării științifice, identifică și evaluează elementele specifice științei economice. Capitolul este structurat pe următoarele patru cicluri:

- primar care se referă la date – informații – indicatori - sisteme de indicatori – erori;
- secundar privind natura strategico - metodologică a cercetării;
- terțiar privind elementele de natură inferențială (ipoteze, teste, modelare);
- cuaternar privind rezultatele cercetării științifice.



Capitolul întâi cuprinde o amplă analiză a tipologiei cercetărilor științifice cu evidențierea interconexiunilor dintre diferitele domenii științifice și a aspectelor teoretice și practice privind comunicarea în cercetarea științifică.

Structura și optimizarea citării unui articol științific prezintă arhitectura generală a unui articol științific, cerințele și regulile de bază privind redactarea fiecărei părți componente ale unui articol. În mod necesar, autorii pun accent pe structurarea adecvată a articolelor publicabile în revistele din domeniul economic cu cea mai mare vizibilitate, îndeosebi cele indexate și cotate Thomson Reuters Web of Science și Scopus. Capitolul prezintă regulile de redactare a unui articol, redactarea bibliografiei și regulile privind tehnoredactarea, recenzarea lucrărilor științifice și realizarea corectă a citărilor. Demersul teoretic este însoțit de numeroase exemple și recomandări de natură să faciliteze lecturarea capitolului.

Capitolul trei prezintă *problematica redactării articolelor științifice* din punct de vedere al stilului, cu rigorile conceptuale și formale ale textului scris, tabelor și figurilor cu detalierea regulilor privind punctuația. Pentru redactarea și tehnoredactarea adecvată a articolelor științifice, respectiv pentru citarea în text și în lista finală a referințelor bibliografice, autorii recomandă cu precădere stilul Harvard. Capitolul cuprinde numeroase exemple foarte utile (cum ar fi tabelele de conectori de limbaj care pot fi utilizați), precum și sistemele de referințe bibliografice.

Tema privind *plagiatul, legislația antiplagiat și etica cercetării* abordează o problemă extrem de importantă în domeniul realizării lucrărilor științifice, în special în România, pentru eliminarea împrumuturilor neautorizate. Este firesc să regăsim în acest capitol dimensiunea etică a cercetării și evidențierea pericolului preluării neautorizate a ideilor și/sau a textelor deja publicate. Originalitatea dă valoare adăugată unei lucrări științifice și de aceea ea trebuie asigurată și protejată prin sisteme electronice antiplagiat și mai ales, printr-o legislație specifică a drepturilor de autor care să asigure recunoașterea valorilor autentice și respectarea proprietății intelectuale.

Publicarea unui articol științific se referă la principalele criterii de selecție a revistei din domeniul economic unde autorul urmează să se publice astfel încât să se asigure cea mai bună vizibilitate a rezultatelor cercetării. Pentru aceasta, autorii acestei cărți prezintă în detaliu procesul de evaluare a performanței științifice din mediul academic, principalele baze de date internaționale care indexează reviste economice, editurile și grupurile editoriale din domeniul economic, conturând profilul științific al unei reviste și/sau edituri economice în funcție de indicatorii scientometrici din Web of Science și Scopus. Se identifică astfel criteriile relevante de alegere a revistelor științifice economice pentru publicarea cu succes a articolelor.

În concluzie, lucrarea „*A concepe, redacta și publica un articol științific. O abordare în contextul cercetării economice*” oferă cele mai bune cunoștințe legate de publicare și diseminare de la autori cu vastă experiență apreciată pe plan național și internațional și cu activitate directă de coordonare sau monitorizare a unei reviste de vizibilitate internațională. Cartea este rezultatul de maturitate intelectuală a cercetătorului, a editorului și a profesorului interdisciplinar, a experienței dobândite în calitate de peer reviewer, de redactor și chiar de redactor șef la prestigioasa revistă Amfiteatru Economic.

Încă odată, felicitări pentru cuprinderea exhaustivă a ceea ce este mai important în materie de publicare a unui articol și pentru excelența expertiză în materie.

Autorii



Vasile Dinu este profesor univ. dr. al Academiei de Studii Economice din București, activând în cadrul Departamentului de Business, Științele Consumatorului și Managementul Calității, din cadrul Facultății de Business și Turism. Ministerul Educației din România i-a acordat titlul de profesor evidențiat iar Academia de Studii Economice pe cel de profesor emerit. Este membru fondator și editor-șef al revistei *Amfiteatru Economic*, indexată și cotate de Thomson Reuters în Social Sciences Citation Reports din Web of Science. Raportul citărilor din iulie 2016 evidențiază un număr de 41 articole publicate, 214 citări cumulate (196, fără autocitări), 167 de articole în care se găsesc citări (153, fără autocitări) și un indice h de 9. În Scopus indicele h este 6, iar în Google Scholar este 10. Vasile Dinu este Președinte al Asociației pentru Protecția Consumatorilor *UniversCons*, Membru al *European Association for Research on Services* (RESER) și *Internationale Gesellschaft für Warenwissenschaften und Technologie* (IGWT).

Gheorghe Săvoiu este profesor univ. dr. habil. în cadrul Departamentului Finanțe, Contabilitate, Economie al Facultății de Științe Economice și Drept al Universității din Pitești. Este vicepreședinte al Societății Române de Statistică,



conducător de doctorate în domeniul statistică economică și cibernetică la Școala Doctorală a Universității din Craiova, cercetător asociat la Institutul Național de Cercetări Economice (INCE) „Costin C. Kirilțescu” al—Academiei Române, în cadrul noului Centrul de Economie Montană CE-MONT, respectiv în Comitetul Român de Istoria și Filosofia Științei și Tehnicii (CRIFST), aparținând tot Academiei Române. Gheorghe Săvoiu este editor și recenzor pentru diferite reviste științifice indexate și cotate de Thomson Reuters Web of Science (*Amfiteatru Economic*, *Current Science*, *International Review of Economics and Finance*), fiind autor a peste 30 de cărți și cursuri de specialitate, precum și a mai mult de 250 de articole. În iulie 2016, conform Thomson Reuters Web of Science prof. Săvoiu avea un H index = 4, respectiv un H index = 5 în Scopus. În anul 2012, în calitate de editor și coautor Gheorghe Săvoiu a publicat *Econophysics: Background and Applications in Economics, Finance, and Sociophysics*, London: Elsevier Academic Press, carte premiată în competiția din 2013, de către Asociația Facultăților de Economie din România (AFER).



Dan-Cristian Dabija este conferențiar univ. dr. habil. la Departamentul de Marketing al Facultății de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor din cadrul Universității Babeș-Bolyai Cluj-Napoca. Domeniile sale de predare și de cercetare sunt comerțul cu amănuntul, marketingul internațional, comportamentul românilor, dezvoltarea sustenabilă în comerțul de retail și marketingul turistic. El și-a finalizat studiile doctorale la Academia de Studii Economice din București și a obținut prin concurs mai multe burse doctorale și postdoctorale la universități din Germania și România. Din decembrie 2015 este îndrumător de doctorat în marketing. În prezent coordonează un proiect de cercetare

finanțat de către Unitatea Executivă pentru Finanțarea Învățământului Superior Cercetare Dezvoltare Inovare – UEFISCDI (Competiția Tinere Echipe 2014). În iulie 2016 Dan-Cristian Dabija avea un indice h de 4 în Web of Science și Scopus, respectiv unul de 9 în Google Scholar. De-a lungul carierei sale a publicat peste 120 de lucrări în reviste de prestigiu din Europa și America de Nord și în cadrul unor volume colective editate sub egida a numeroase conferințe internaționale (EMAC, World Marketing Congress, Annual MBAA International Conference, Annual North American ACR Conference, RESER, Logistic Network Conference UK etc.). El este recenzor la diferite reviste științifice (*Amfiteatru Economic, Romanian Marketing Journal, Journal of Global Marketing, Marketing Education Review*).