



TEZĂ DE ABILITARE

**Creșterea competitivității organizațiilor de pe piața serviciilor educaționale
prin implementarea unor strategii de marketing sustenabil**

Conf.dr. Dana Boșcor

Universitatea Transilvania din Brașov

- ▶ **Strategiile de marketing** folosite de universități au ca scop:
- ▶ îmbunătățirea poziției în clasamentele internaționale
- ▶ creșterea vizibilității programelor de studiu
- ▶ creșterea calității serviciilor educaționale
- ▶ creșterea gradului de internaționalizare.
- ▶ **Tendențele în educația universitară** la nivel internațional:
- ▶ folosirea noilor tehnologii în procesul de predare
- ▶ dezvoltarea de cursuri online de către numeroase universități
- ▶ creșterea investițiilor în săli de curs, biblioteci, campusuri,
- ▶ introducerea unor noi sisteme de predare bazate pe jocuri și simulări
- ▶ creșterea numărului de parteneriate naționale și internaționale între universități și firme.

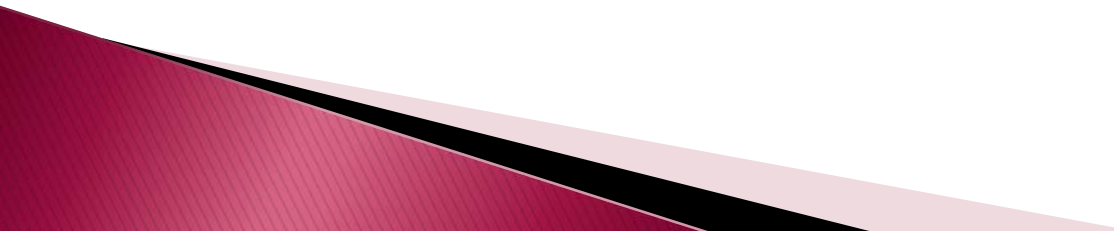
- ▶ Legătura între universitate și studenți se creează din timpul studiilor liceale, continuă în timpul studiilor universitare și apoi legătura se menține pe tot parcursul vieții prin intermediul rețelelor de alumni.
- ▶ Această legătură este prezentată în primul capitol prin intermediul cercetărilor realizate pe piața educației universitare din România, cercetări care analizează
- ▶ consilierea vocațională a elevilor pentru alegerea studiilor universitare și a carierei viitoare
- ▶ satisfacția studenților referitoare la calitatea serviciilor educaționale
- ▶ inserția tinerilor absolvenți pe piața forței de muncă din România.

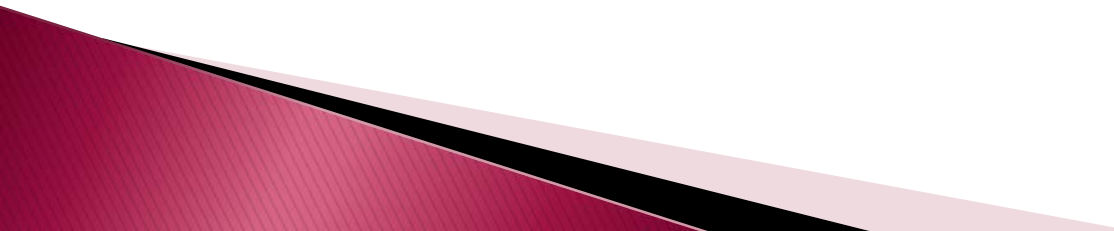
- ▶ Rezultatele cercetărilor realizate sunt comparate cu rezultatele altor cercetări realizate pe diferite piețe internaționale și arată că sistemul educațional trebuie să se bazeze mai mult pe:
 - ▶ gândire critică,
 - ▶ studiu individual și în echipe
 - ▶ experiențe interdisciplinare care implică o comunitate de oameni implicați în procesul educațional- practicieni, oameni de afaceri, alumni.
- ▶ Profesorii trebuie să fie pregătiți să ofere permanent răspunsuri studenților și să se transforme **în ghizi care consiliază studenții** în activitatea educațională.
- ▶ În acest fel, universitățile ajung să adopte **strategii personalizate, centrate pe student**, care le dă posibilitatea să se diferențieze pe această piață foarte competitivă. Studenții ajung să controleze procesul de învățare și să se implice activ, crescând eficiența procesului de învățare și a gândirii critice.

- ▶ Misiunea unei universități este de a facilita o educație adaptabilă, flexibilă și personalizată care generează inovare și bunăstare pentru indivizi, comunitate și societate, implicarea în rezolvarea problemelor comunității și asigurarea unor cunoștințe care generează abilități care să permită o bună dezvoltare personală pe tot parcursul vieții.
- ▶ Factorii care au o influență importantă asupra sistemului educațional universitar sunt :
 - ▶ *internaționalizarea și globalizarea pieței educaționale și a pieței muncii,*
 - ▶ *aparitia rețelelor de universități și fuziuni între universități pentru creșterea competitivității,*
 - ▶ *creșterea importanței educației antreprenoriale*
 - ▶ *creșterea importanței învățării pe tot parcursul vieții*
 - ▶ *creșterea importanței opiniei studenților cu privire la calitatea educației*

- ▶ Educația antreprenorială devine tot mai importantă deoarece absolvenții trebuie încurajați să-și dezvolte propriile afaceri. Comisia Europeană susține că educația antreprenorială ar trebui realizată în toate universitățile prin intermediul cursurilor, planurilor de afaceri, studiilor de caz și prin crearea de incubatoare și prin formarea de echipe interdisciplinare de studenți
- ▶ Accesul la noi tehnologii avantajează educația antreprenorială deoarece permite forme de educație și pregătire flexibile și individualizate
- ▶ Referitor la parteneriate, Uniunea Europeană acordă o mare atenție Alianțelor Bazate pe Cunoaștere, care stimulează schimbul de cunoștințe între instituțiile educaționale și firme

- ▶ Strategia Europa 2020 este menită să transforme Europa în **cea mai dinamică și competitivă economie bazată pe cunoștințe** din întreaga lume prin susținerea unei dezvoltări sustenabile, prin generarea de locuri de muncă și prin crearea unei mai mari coeziuni sociale.
- ▶ Firmele trebuie să investească tot mai mult în capitalul uman și să-i asigure posibilitatea învățării pe tot parcursul vieții. Sistemul de învățare pe tot parcursul vieții este impus de nevoia adaptării la cerințele profesionale, sociale și economice ale pieței muncii.
- ▶ La nivel European au existat mai multe inițiative, începând cu Strategia Lisabona care au menționat cum pot fi depășite barierele între educația formală și non-formală și recunoașterea faptului că educația non-formală crește șansele tinerilor de a dezvolta noi abilități și de a găsi un loc de muncă. În România, **învățarea pe tot parcursul vieții trebuie să devină un proces funcțional** iar universitățile trebuie să se implice activ în realizarea unor cursuri care ar aduce avantaje foarte mari tuturor părților implicate

- ▶ Îmbunătățirea relațiilor între universități și mediul de afaceri se poate realiza prin:
 - ▶ includerea reprezentanților firmelor în consiliile de conducere ale universităților
 - ▶ prin implicarea alumni să medieze legătura cu piața muncii,
 - ▶ furnizarea unor cursuri extra-curiculare în parteneriat cu firme sau crearea unor structuri specializate pentru legătura cu mediul economic și social.
- 

- ▶ Marketingul educațional presupune
 - ▶ evaluarea poziției universității pe piață în raport cu principalii concurenți
 - ▶ cercetarea strategiilor de marketing urmate de celelalte universități
 - ▶ cercetarea satisfacției studenților cu privire la serviciile educaționale.
 - ▶ Strategia de diferențiere adoptată de universități se poate realiza prin cuprinsul planurilor de învățământ, prin tehnicile de predare sau prin legăturile dintre universitate și mediul de afaceri.
- 

- ▶ Într-o cercetare referitoare la factorii care îi determină pe studenți să aleagă o anumită universitate se arată că pe primul loc în decizia de alegere a unei universități se află recunoașterea calificărilor din partea viitorilor angajatori, urmată de folosirea tehnologiei, calitatea personalului și a infrastructurii, gama de programe oferite, reputația universității, rețelele de alumni și gradul de răspuns la nevoile studenților precum și strategia de promovare adoptată.

- ▶ Universitățile trebuie
- ▶ să se implice în elaborarea unor planuri de sprijinire a afacerilor din comunitățile locale,
- ▶ să înființeze Centre de consiliere și orientare în carieră care să coreleze mai bine sistemul educațional cu piața muncii
- ▶ să realizeze cercetări permanente cu privire la inserția profesională a absolvenților pe piața forței de muncă și cercetări în rândul angajatorilor care să prezinte competențele cerute de aceștia de la absolvenți.
- ▶ să dezvolte noi programe de Master care să pornească de la cerințele firmelor și să implice în procesul de elaborare al curriculei cadre didactice, studenți, reprezentanți ai firmelor și altor instituții.

Tendențe în educația universitară la nivel internațional

- ▶ Creșterea costurilor și a taxelor de studii
- ▶ Investiții mari în noi tehnologii, în biblioteci moderne și campusuri.
- ▶ Creșterea numărului de cursuri online
- ▶ Programe flexibile de învățare pentru sistemele de educație continuă
- ▶ Sistemele de predare bazate pe jocuri se dezvoltă tot mai mult și presupun o mai mare implicare a studenților în rezolvarea unor situații concrete iar noile experiențe pe care studenții le obțin în clasă se bazează mai mult pe interactivitate decât pe învățare pasivă.
- ▶ Cursurile sunt înregistrate online și pot fi accesate oricând de către studenți iar timpul de la curs este dedicat discuțiilor și exercițiilor realizate în cadrul grupurilor

Strategii de îmbunătățire a poziției competitive a universității pe piața educațională

- ▶ Studenții sunt considerați consumatori de cunoștințe educaționale, precum și parteneri, colaboratori și promotori în marketingul educațional.
- ▶ Dezvoltarea unei identități a universității se realizează prin încurajarea studenților de a se implica activ în activități în cadrul universității și în menținerea și îmbunătățirea prestigiului universității.
- ▶ Calitatea actului educațional, valoarea profesorilor în desfășurarea activităților didactice și de cercetare, resursele financiare și impactul cercetărilor întreprinse asupra firmelor și asupra societății în general constituie strategii de diferențiere adoptate de universități în vederea obținerii celor mai bune poziții în ierarhiile globale.
- ▶ Universitățile de prestigiu sunt foarte atrăgătoare pentru candidați deoarece ele oferă garanția unor studii de înalt nivel, angajarea rapidă în firme de renume și apartenența la rețele de alumni foarte valoroase.

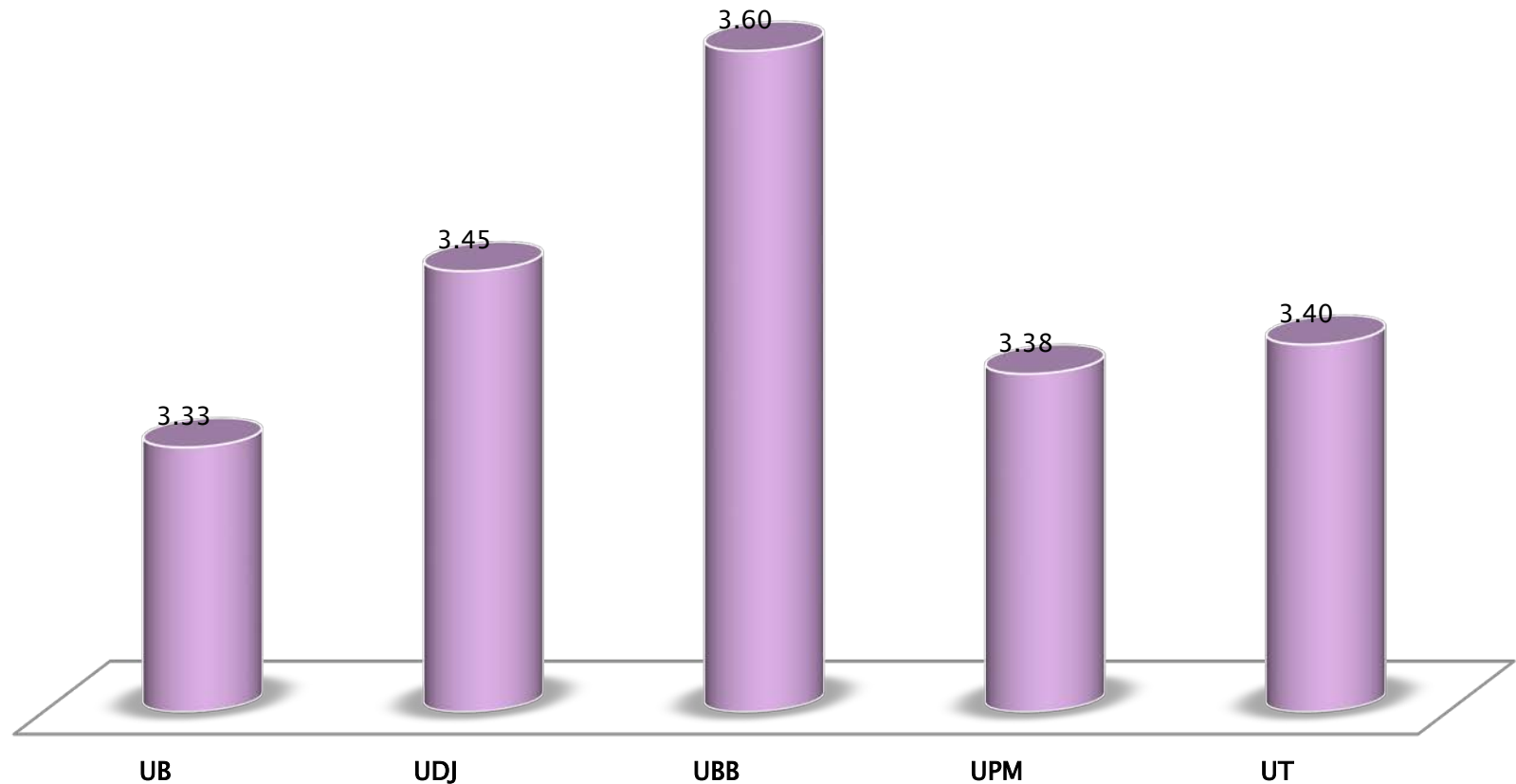
- ▶ Companiile multinaționale investesc la ora actuală în centre proprii de cercetare dezvoltare și își creează proprii specialiști, implicându-se tot mai mult pe piața educațională
- ▶ Această implicare a firmelor pe piața educațională aduce mari avantaje companiilor care își pot pregăti cursanții să cunoască și să rezolve problemele concrete dar creează o lipsă de flexibilitate pentru absolvenți care se specializează uneori în zone de nișă sau domenii înguste.
- ▶ Concurența pe piața educațională se intensifică prin intrarea companiilor multinaționale pe această piață, principalul lor avantaj fiind bazat pe resursele financiare impresionante și pe garantarea oferirii unor locuri de muncă stabile.
- ▶ Pentru a răspunde la aceste provocări, universitățile trebuie să creeze parteneriate cu firmele, adoptând o **strategie de cobranding**, trebuie să dezvolte programe internaționale de studii și să intensifice parteneriatele cu alte universități pentru programele de mobilități pentru cadre didactice și studenți.

- ▶ În contextul globalizării, universitățile pot rezista mai bine presiunilor concurenței dacă realizează parteneriate, consorții cu alte universități.
- ▶ Implementarea tehnologiilor Internet în predare, programele avansate de pregătire derulate prin parteneriate cu universitățile străine, participarea profesorilor la conferințe internaționale ajută universitățile să câștige vizibilitate și să urce în clasamente.
- ▶ Strategia de promovare a universităților trebuie să se bazeze pe fapte concrete cum ar fi poziția în clasamentele internaționale, acreditările obținute, reputația profesorilor, procentul de angajare al absolvenților, acordurile cu parteneri prestigioși, ceea ce reprezintă o dovadă a calității serviciilor educaționale.

Satisfacția studenților referitoare la calitatea serviciilor educaționale

- ▶ În vederea cercetării satisfacției studenților din România cu privire la programele de studii urmate, Brătucu, Palade, Madar, Neacșu, Boșcor și Băltescu (2017) au realizat o analiză comparativă a programelor de studii oferite de către cinci universități românești reprezentative la nivel național.
- ▶ Cercetarea s-a realizat în cadrul centrelor universitare București, Cluj-Napoca, Brașov, Târgu Mureș și Galați.
- ▶ Principalul instrument de culegere a datelor în cadrul cercetării cantitative a fost chestionarul administrat prin calculator și au fost validate 438 de răspunsuri, obținute de la studenții din toate universitățile cercetate în toate cele trei cicluri de studii universitare: licență, masterat și doctorat

Nivelul de mulțumire al respondenților față de serviciile educaționale



Cel mai mare punctaj se regăsește la studenții de la Universitatea Babeș Bolyai din Cluj- Napoca, urmat de punctajele obținute de universitățile din Galați și Brașov.

- ▶ Referitor la aprecierea activității didactice din cadrul universităților analizate, 66,7% dintre respondenți au indicat că activitatea didactică este focalizată pe transmiterea de cunoștințe și formarea de abilități, 34% au menționat accentul pe înțelegere și învățare, adaptate nevoilor studentului, 19% au menționat prezentarea de studii de caz și exemple concrete iar 17,5% au subliniat concentrarea activității didactice pe aplicarea teoriei în practică.
- ▶ Varianta de răspuns alte aprecieri, cu un procent de 8% a făcut referire la răspunsurile referitoare la accentul prea mare pus pe teorie comparativ cu partea practică, accentul pe memorare, atitudinea profesorilor, faptul că activitatea didactică nu este actualizată și corelată cu cerințele pieței, accentul prea mare pe cercetare empirică și studiu individual și o importanță mai mică acordată înțelegerii materiei.

- ▶ În vederea realizării unei mai bune colaborări între firme și universități, firmele trebuie să fie dispuse să primească studenți în practică pe termen lung, să ofere burse private, să propună și să finanțeze lucrări de diplomă și să se implice în înființarea unor clustere care să includă Universități, Institute de Cercetare și Camere de Comerț.
- ▶ Adoptarea unor sisteme similare de educație cu cele care se practică în Finlanda, prin care se pune accentul pe realizarea unor proiecte concrete propuse de firme, ar reprezenta un pas înainte către un învățământ care pune accentul pe rezolvarea unor situații concrete, pe aplicarea teoriei în practică și pe obținerea unui feedback permanent din partea firmelor.
- ▶ Sistemul britanic care presupune alegerea temelor pentru lucrările de licență, disertație doar din cadrul temelor propuse de firme sau organizații și participarea acestora la stabilirea notei obținută de student este un model demn de luat în seamă de către universitățile românești.

Internaționalizarea universităților

- ▶ Gradul de internaționalizare al universităților este influențat de mobilitățile studenților,
- ▶ de numărul studenților străini,
- ▶ de internaționalizarea programelor analitice,
- ▶ programele de studiu în limbi străine,
- ▶ de programele de pregătire interculturală,
- ▶ atragerea de profesori străini și specialiști din cadrul firmelor și mobilitățile pentru cercetare.
- ▶ Participarea în cadrul programelor internaționale de cercetare, scrierea de articole în parteneriat cu profesori de la universități din străinătate, participarea la consorții între universități la nivel internațional și realizarea unei legături mai strânse cu mediul de afaceri și cu foștii absolvenți, inclusiv cu cei care lucrează în străinătate, sunt parte integrantă a strategiei de internaționalizare a universităților.

Internaționalizarea universităților

- ▶ O influență pozitivă asupra calității învățământului superior o au programele internaționale de mobilitate ca Erasmus + și Work&Travel, care oferă studenților posibilitatea de a învăța și a face practică în medii culturale foarte diferite.
- ▶ Băltescu, Brătucu și Boșcor (2017) au realizat un studiu referitor la motivele implicării în mobilități internaționale ale studenților de la Facultatea de Științe Economice și Administrarea Afacerilor din Brașov. Au fost analizate și avantajele mobilităților pentru studenți precum și experiența dobândită, cu o anumită influență asupra deciziilor de a continua studiile în alte țări sau de a emigra.
- ▶ Cercetarea s-a bazat pe un eșantion format din 20 de studenți de la programele de licență și master, din care 11 au participat la programul Erasmus+ și 9 la Work&Travel.

- ▶ Evaluarea experienței totale în urma participării la aceste programe a arătat că 73% din subiecți au considerat experiența profesională obținută ca fiind foarte bună.
- ▶ Cele mai importante **avantaje** menționate de respondenți au fost:
- ▶ **oportunitatea de a vizita și crearea unor prietenii solide cu studenții din alte țări.**
- ▶ **cunoștințe mai solide în universitățile străine datorită metodelor interactive de predare- 30% din răspunsuri**
- ▶ **experiența culturală**
- ▶ Din procentul de 55% care și-au exprimat intenția de a continua studiile, 73% doreau să continue studiile în universități din străinătate pentru a obține mai multe cunoștințe teoretice și practice, pentru a obține mai ușor un loc de muncă și pentru că mediul din universitățile străine este mai profesionist și mai plăcut. 38% dintre respondenți au menționat ca motiv dezamăgirea față de universitățile românești.

Consilierea vocațională a elevilor pentru alegerea studiilor universitare și a carierei viitoare

- ▶ Brătucu, Madar, Neacșu, Boșcor și Băltescu (2014) au realizat o cercetare cantitativă de tipul sondajului de opinie pe un număr de 2364 elevi de liceu din clasa a XII-a din rândul instituțiilor de învățământ național,.
- ▶ În cadrul cercetării au fost colectate informații privind apelarea la serviciile de orientare și consiliere școlară, evaluarea serviciilor de orientare și consiliere școlară și percepția asupra integrării pe piața muncii.
- ▶ Cercetarea a urmărit obținerea unui feedback privind utilizarea de către elevii de liceu a serviciilor de orientare profesională și a factorilor care influențează alegerile cu privire la carieră și a fost realizată cu ajutorul companiei Multi Consulting Group Brașov
- ▶ Cele mai importante motive ale apelării la serviciile de orientare și consiliere școlară sunt consilierea carierei pentru alegerea studiilor, solicitată de 28,7% dintre elevii intervievați, consilierea carierei privind alegerea profesiei viitoare, în proporție de 26% și aplicarea tehnicilor de autocunoaștere și dezvoltare personală- 25,6%.

- ▶ Interesul elevilor de liceu pentru urmarea unei facultăți și interesul scăzut pentru școlile postliceale a rezultat din cercetare, 90% din cei chestionați dorind să urmeze o facultate față de 7% care doresc să urmeze cursurile unei școli postliceale. Majoritatea respondenților doresc să-și continue studiile și să găsească un loc de muncă în timp ce varianta căutării unui loc de muncă în străinătate este o alternativă doar pentru 3,9% dintre respondenți.
- ▶ Cooperarea între licee, universități și firme ar putea să îmbunătățească activitățile de consiliere vocațională, în vederea dezvoltării unor resurse umane foarte bine calificate, care să reprezinte avantaje cheie pentru creșterea performanței firmelor și pentru creșterea prestigiului sistemelor educaționale.

Insertia tinerilor pe piata fortei de munca din Romania

- ▶ Cercetarea realizată de Brătucu, Boşcor, Boitor și Tălpău este parte a unui studiu amplu referitor la situația pieței muncii din România, politica de angajare în cadrul Uniunii Europene și evoluția ocupațiilor pe piața muncii din România către 2020 și a fost realizată pe studenții din ultimul an de la programele de licență și master de la 33 de specializări diferite.
- ▶ Cercetarea s-a bazat pe un chestionar cu 32 de întrebări și au fost intervievați 2047 de studenți de la 26 de universități din întreaga țară.
- ▶ Cele mai importante obiective ale cercetării au fost legate de studierea opiniei studenților cu privire la sistemul național de educație, motivele alegerii studiilor universitare și percepția asupra integrării pe piața forței de muncă.

Tabel nr.1. Distribuția răspunsurilor la întrebarea *Câtă încredere aveți în sistemul național de educație?*

Nivelul de încredere	Frecvențe absolute	Frecvențe relative
Nici mult, nici puțin	878	43.9%
Mult	530	26.5%
Puțin	383	19.2%
Foarte puțin	116	5.8%
Foarte mult	92	4.6%
Total	1999	100%

Tabel nr.2. Scorurile medii pentru afirmațiile care ilustrează imaginea sistemului educațional

Afirmații	Scoruri medii
Sistemul educațional reprezintă cea mai importantă sursă pentru dobândirea abilităților necesare pentru viața profesională.	3.62
Școala joacă un rol decisiv în pregătirea unei persoane.	4.05
Nu voi întâmpina dificultăți în găsirea unui loc de muncă, după absolvire.	2.58
Voi găsi un loc de muncă în domeniul de specializare.	3.08
Știu ce meserie voi practica după absolvire	3.41

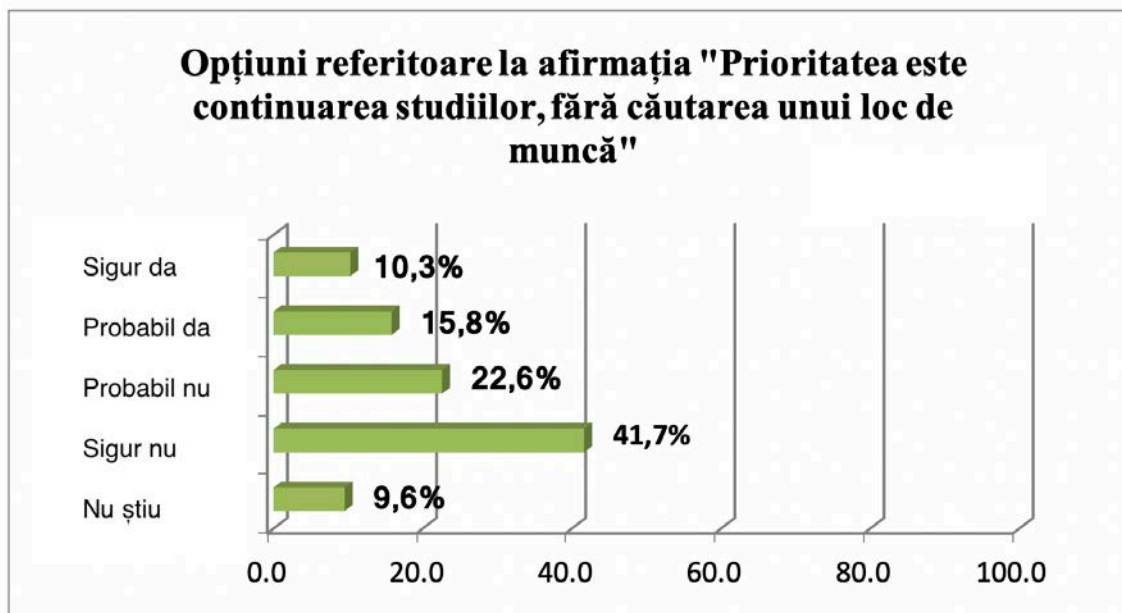
- ▶ În cadrul acestei cercetări studenții au fost rugați să menționeze motivele alegerii facultății pe care o urmează. Principalul motiv menționat de 49,1% din studenți este legat de dorința de specializare în domeniu, urmat de reputația facultății și de cerințele de pe piața muncii. În alegerea specializării pentru cursurile universitare respondenții au fost ajutați de către părinți, prieteni sau colegi dar și de profesori sau reprezentanți ai instituțiilor de educație, așa cum rezultă din tabelul de mai jos.

	Frecvențe absolute	Frecvențe relative
Părinți	766	29.7%
Prieteni/colegi	435	16.9%
Părinți/reprezentanți ai instituțiilor educaționale	400	15.5%
Internet/media	214	8.3%
Consilier în orientarea educațională și vocațională	40	1.6%
Nimeni	720	28%
Total	2575	100%

- ▶ Procentul studenților care realizează o activitate în domeniul de studiu este de 44,6% iar cele mai importante criterii pentru a fi acceptat la un loc de muncă sunt legate de experiența în domeniu-28,2%, de abilitățile obținute în timpul studiilor de specializare-27,2%, de relațiile personale-18%, de pregătirea adecvată pentru concursuri, interviuri-17,9% și de urmărirea anunțurilor de angajare-7,1%.
- ▶ Studenții din ultimul an au fost întrebați și cu privire la gradul de satisfacție pentru cunoștințele acumulate în timpul studiilor universitare și peste jumătate din persoanele intervievate s-au declarat a fi satisfăcuți de cursurile urmate în cadrul universității.

	Frecvențe absolute	Frecvențe relative
Total nesatisfăcuți	42	2.1%
Nesatisfăcuți	137	6.8%
Nici satisfăcuți nici nesatisfăcuți	475	23.4%
Satisfăcuți	1207	59.5%
Foarte satisfăcuți	166	8.2%
Total	2027	100%

- ▶ Pentru 41,7% dintre studenții din anii finali, continuarea studiilor nu reprezintă o prioritate fără să caute un loc de muncă. Studenții doresc să se angajeze pentru a avea o stabilitate financiară și apoi se gândesc să urmeze studii postuniversitare. Doar 10,3% dintre respondenți doresc să continue studiile, indiferent de poziția pe care o au pe piața muncii, în timp ce 15,8% sunt de acord că în perioada următoare prioritatea va fi continuarea studiilor, fără să caute un loc de muncă așa cum rezultă din figura de mai jos.



O concluzie care se desprinde din cercetare este că, după absolvire, absolvenții doresc în primul rând să găsească un loc de muncă și apoi se gândesc să continue studiile, procentul celor care au ales varianta de răspuns „probabil nu” sau „sigur nu” fiind de 64,3%.

- ▶ Universitățile britanice au ca strategie selectarea celor mai buni studenți din întreaga lume, ceea ce le permite menținerea pe cele mai bune locuri în clasamentele internaționale, cu impact pozitiv asupra imaginii universităților respective. Unele universități britanice oferă un program de licență de 4 ani, dintre care 3 ani sunt pentru studiu și un an pentru realizarea unor activități practice plătite sau neplătite la firme găsite de universitate și în diferite locații din întreaga lume. Un sistem similar este folosit și pentru realizarea unui an de studiu la o universitate din străinătate.
- ▶ Cursurile sunt predate în clasă dar sunt și înregistrate și plasate online. Prezența la cursuri este obligatorie într-un procent de 75% iar absențele trebuie justificate către tutor sau managerul de department.
- ▶ Organizarea examenelor presupune ca numele studenților să nu apară pe foaia de examen, fiecare student având un număr de identificare iar nota este dată de o comisie de profesori. Evaluarea profesorilor se realizează online, anonim, la sfârșitul cursului, înainte de examen.

- ▶ Taxele în universitățile britanice sunt mai mici decât în cele americane dar pot fi acoperite prin împrumuturi guvernamentale și trebuie returnate de către studenți doar dacă salariul depășește o anumită limită, ceea ce oferă o garanție a calității sistemului educațional britanic.
- ▶ În cadrul universităților există societăți care finanțează diferite idei și proiecte propuse de studenți iar universitățile finanțează diferite evenimente, cum ar fi concursuri, maratoane de programare.
- ▶ Numeroase firme postează anunțuri de practică sau de angajare pentru studenți iar universitatea recomandă de multe ori studenți pentru diferite companii. Rețelele sociale ca Facebook și LinkedIn sunt folosite pentru comunicare.
- ▶ Universitățile dețin centre de distracție, săli de fitness, bazine de înot cu prețuri mult mai mici pentru studenți. Legătura între universitate și alumni este foarte puternică, absolvenții fiind invitați să țină conferințe iar accesul absolvenților la resursele universității este permis în continuare și după absolvire.

- ▶ Similar cu modelul britanic, și în universitățile românești trebuie să se creeze departamente care să ofere locuri de muncă și locuri de practică pentru studenți, oferind consultanță și pregătire studenților pentru ca aceștia să fie mai ușor acceptați pe piața muncii.
- ▶ Strategia de predare personalizată trebuie să presupună cooperarea între companii, profesori și studenți. În universitățile românești ar trebui introdus sistemul conform căruia studenții pot lucra un an într-o firmă, înainte de a continua studiile.
- ▶ Reprezentanții companiilor trebuie să fie atrași să ofere feedback studenților implicați în diferite proiecte. Temele realizate de studenți la lucrările de licență și dizertație trebuie să reprezinte propunerea firmelor. Studenții români trebuie încurajați să **dezvolte companii de tip start-up**, cu finanțare de la stat sau prin diferite programe europene. Studenții vor fi astfel atrași în cercetare și în implementarea diferitelor proiecte și vor beneficia de pe urma parteneriatului între universitate, firme și diferite organizații. Universitatea va reuși astfel să atragă studenți valoroși.

EDUCAREA CONSUMATORULUI DE SERVICII TURISTICE ȘI A MANAGERILOR UNITĂȚILOR DE TURISM PENTRU ABORDAREA UNOR PRACTICI DE DEZVOLTARE SUSTENABILĂ

- ▶ Lipsa de cunoștințe și abilități pentru implementarea sustenabilității în practică se observă la multe guverne locale, de aceea este necesară educarea următoarelor grupuri: agenții schimbării (guvern, industrie, educație), liderii de opinie (directori, antreprenori, lideri ai comunității) și rețelele sociale (colegi și prieteni). Implementarea măsurilor de turism sustenabil trebuie să implice comunicarea cu toate părțile interesate, cu populația locală, consumatori sau turiști (Paunovic ș.a,2017).
- ▶ În industria hotelieră din România, în 2015, procentul firmelor mici și mijlocii a fost de 93.6%(INSSE, 2015). Managerii acestor unități de cazare au un comportament diferit iar atitudinea față de implementarea măsurilor de dezvoltare sustenabilă este marcată **de lipsa de resurse, rezistență față de aplicarea măsurilor, ignoranță și scepticism** (Hillary,2004). În acest context nu există o dorință evidentă de a schimba practicile actuale. Această barieră poate fi depășită prin dezvoltarea unui sistem de informații pentru manageri și diseminarea experiențelor în domeniul.

Analiza practicilor de dezvoltare sustenabilă în turismul montan din Carpații românești

- ▶ Cercetarea realizată de Brătucu, Băltescu, Boșcor, Neacșu, Țierean și Madar cu privire la practicile de dezvoltare sustenabilă în turismul montan din Carpații Românești a avut ca principale obiective identificarea gradului în care managerii din această zonă au implementat măsuri de dezvoltare sustenabilă și cuantificarea disponibilității lor de a fi informați și de a aplica instrumente voluntare pentru dezvoltarea sustenabilă.
- ▶ Ca tehnică de cercetare calitativă a fost aleasă metoda interviului de profunzime semistructurat.
- ▶ Eșantionul final a fost compus din 37 de manageri de unități de cazare din care 24 din stațiuni de interes național și 13 din stațiuni de interes local. Principalele teme abordate în ghidul de interviu au fost legate de implementarea măsurilor de dezvoltare sustenabilă pentru energie, apă și deșeuri, informarea, conștientizarea și acumularea de cunoștințe pentru manageri pentru dezvoltarea unor strategii de dezvoltare sustenabilă care să crească eficiența unităților de cazare, aplicarea principiilor de dezvoltare sustenabilă în unitățile de cazare, folosirea instrumentelor voluntare de dezvoltare sustenabilă de către managerii unităților de cazare și presiuni și bariere pentru introducerea practicilor sustenabile.

- ▶ Managerii au acuzat lipsa de sprijin din partea guvernului și a autorităților locale pentru informarea managerilor cu privire la impactul negativ al activității turistice asupra mediului.
- ▶ Principalul motiv al implementării măsurilor de dezvoltare sustenabilă rămâne în continuare reducerea costurilor, fiind neglijat impactul asupra mediului.
- ▶ Conform cercetării, în opinia managerilor, printre efectele adoptării măsurilor de dezvoltare sustenabilă se numără: îmbunătățirea imaginii firmei și posibilitatea de a folosi aceste măsuri în campaniile de marketing, avantaje competitive și posibilitatea adoptării unor strategii de diferențiere, reducerea costurilor operaționale și facilități în accesarea unor fonduri pentru dezvoltarea firmei și creșterea loialității clienților.
- ▶ În aplicarea practicilor sustenabile, principalele bariere întâmpinate de manageri sunt lipsa resurselor financiare, lipsa de timp și motivație, creșterea inițială a costurilor și imposibilitatea de a le recupera foarte rapid și lipsa de cunoștințe.

- ▶ Realizarea unor programe de informare ale managerilor cu privire la practicile de dezvoltare sustenabilă și organizarea unor programe de pregătire de către Ministerul Turismului pot sprijini eforturile managerilor din turism în aplicarea practicilor sustenabile.
- ▶ Problema creșterii costurilor operaționale poate fi parțial rezolvată prin oferirea de către guvern a unor stimulente firmelor care adoptă practici de dezvoltare sustenabilă. **Programele finanțate de Uniunea Europeană pot constitui o sursă importantă de finanțare iar investițiile realizate de firme pot fi încurajate prin scutirea de la plata unor taxe și impozite.**
- ▶ **În cadrul Ministerului Turismului ar trebui să existe departamente care să ofere consultanță firmelor care doresc să acceseze fonduri europene** iar băncile ar trebui să se implice în creditarea firmelor care doresc să facă astfel de investiții. Pe piața românească se observă o slabă implicare a băncilor în finanțarea acestor proiecte, mai ales pentru beneficiari din categoria firmelor mici și mijlocii.
- ▶ Adoptarea măsurilor de dezvoltare sustenabilă în turismul montan se poate realiza prin intermediul unor **reglementări mai stricte**, prin sprijin financiar și logistic în realizarea activităților sustenabile, **prin diseminarea de cunoștințe pentru aplicarea instrumentelor specifice voluntare.**

STRATEGII DE MARKETING ÎN DOMENIUL SIGURANȚEI RUTIERE

- ▶ Programele de educare a participanților la trafic presupun campanii de promovare, programe de pregătire pentru pietoni, motocicliști și bicicliști precum și cursuri pentru conducătorii auto mai în vârstă în scopul îmbunătățirii siguranței rutiere
- ▶ Educația trebuie să acopere factorii de risc care contribuie la accidentele rutiere, cum ar fi viteza, consumul de alcool, nepurtarea centurii de siguranță, nefolosirea căștii de protecție de către motocicliști și bicicliști și slaba vizibilitate a participanților la trafic
- ▶ Banca Mondială a făcut parteneriate cu Organizația Mondială a Sănătății pentru a publica Raportul Global pentru Prevenirea Accidentelor în Traficul Rutier și a realizat următoarele recomandări: identificarea unei agenții guvernamentale care să ghideze efortul național de siguranță rutieră, pregătirea unei strategii naționale a siguranței rutiere și alocarea de resurse financiare și umane, implementarea unor acțiuni pentru prevenirea accidentelor rutiere și cooperarea internațională.

Educarea comportamentului participanților la trafic în România cu privire la purtarea centurii de siguranță în scopul creșterii siguranței rutiere

- ▶ O cercetare cantitativă realizată de Brătucu, Madar, Boșcor, Băltescu și Neacșu cu ajutorul companiei Profiles International România și a Inspectoratului General al Poliției Române a fost realizată la nivel național pe un număr de 4346 de subiecți.
- ▶ Principalul obiectiv al articolului a fost identificarea comportamentului participanților la trafic din România cu privire la purtarea centurii de siguranță în timpul conducerii vehiculelor.
- ▶ În urma analizei datelor cercetării cu privire la pasagerii care poartă centura de siguranță, se observă că un număr mai mare de femei poartă centura, fie că se află pe locurile din spate sau din față, în cazul călătoriilor în oraș sau în afară, ceea ce arată un grad de responsabilitate mai mare.
- ▶ Referitor la vârstă, cercetarea a scos în evidență că pentru grupa de vârstă 26-35 de ani există cel mai mare procent de persoane care nu poartă centura de siguranță.

- ▶ 72,1% dintre respondenți au menționat că nu poartă centura de siguranță când conduc pe distanțe scurte și 30,4% dintre respondenți nu poartă centura de siguranță când călătoresc în oraș. Alte situații menționate de respondenți pentru nepurtarea centurii de siguranță sunt legate de motive medicale, situația conducerii mașinii firmei, situația precară a drumurilor, situația în care conducătorul auto este foarte grăbit, în cazul în care traficul este blocat sau în cazul exercitării profesiei de instructor auto.
- ▶ Cercetarea scoate în evidență și anumite elemente care sunt prezentate mai puțin în alte studii, cum ar fi procentul de conducători auto penalizați pentru nepurtarea centurii de siguranță, 33,4% dintre subiecți fiind amendați cel puțin odată pentru acest lucru. 28,1% dintre respondenți declară că nu poartă centura de siguranță deși au fost amendați.

- ▶ Rezultatele cercetării sunt foarte utile Poliției Române care poate coordona măsuri de prevenire a accidentelor rutiere și care poate convinge populația despre utilitatea și obligația de purtare a centurii de siguranță.
- ▶ Rezultatele cercetării au fost baza adoptării unor măsuri specifice incluse în noul Cod Rutier din România, care a intrat în vigoare în 2015 și care prevede creșterea amenzilor pentru cei care nu poartă centura de siguranță.
- ▶ Schimbarea comportamentului conducătorilor auto este posibilă prin adoptarea de măsuri coercitive.
- ▶ Companiile producătoare de centuri de siguranță pot folosi rezultatele studiului pentru a îmbunătăți confortul centurilor și pentru a reduce riscul rănirii datorită accidentelor

Planuri de evoluție și dezvoltare a carierei

- ▶ Principalele obiective pe care mi le propun pentru dezvoltarea carierei sunt:
- ▶ **creșterea eficienței activității didactice prin introducerea unor noi metode de predare** prin care profesorul să îndrume și să consilieze studentul în procesul de învățare;
- ▶ **realizarea unor materiale didactice noi**, care să îmbine aspectele teoretice cu aspectele practice și care să faciliteze învățarea;
- ▶ **stimularea studenților de a lucra individual și în echipe** pentru realizarea unor proiecte care să soluționeze diverse probleme întâmpinate de firme sau organizații, inclusiv realizarea proiectelor de licență și disertație pe baza temelor propuse de firme;
- ▶ **continuarea colaborării în domeniul cercetării științifice** cu colegii din facultate dar și cu colegii de la universități din străinătate, colaborări posibile prin intermediul proiectelor de mobilitate.

- ▶ Dezvoltarea suporturilor de curs va ține cont și de experiența specialiștilor din cadrul firmelor, experiență care se va concretiza prin studiile de caz abordate. Colaborarea dintre universitate și firme este o condiție a integrării studenților pe piața muncii și a dezvoltării unor competențe care se cer pe această piață.
- ▶ În cadrul cursurilor de la nivel de licență și master am invitat numeroși reprezentanți ai mediului de afaceri care au prezentat studenților teme foarte interesante legate de strategiile de export adoptate de firmele românești, poziția României pe piața mondială de outsourcing, desfășurarea activităților de import-export pentru firme din domeniul auto.
- ▶ Această colaborare trebuie să continue prin organizarea activităților de practică în cadrul acestor companii, prin propunerea de către firme a unor teme pentru lucrările de licență și disertație precum și participarea la evaluarea finală a lucrării, în proporție de 50%, similar cu modelul adoptat de universitățile britanice.

- ▶ Îmi propun să dezvolt mai mult activitatea de consultanță pentru firme și activitatea de supervizare a proiectelor realizate de studenți la cererea firmelor, similar cu modelul pe care îl regăsim în anumite universități din Finlanda. Doresc să contactez mai multe companii cu care să colaborez și prin intermediul foștilor absolvenți, pe care consider că este oportun să-i invit să țină prelegeri, să participe la conferințe și alte evenimente organizate de facultate.
- ▶ Referitor la activitatea de evaluare a studenților, îmi propun să dezvolt mai multe proiecte care să se realizeze în echipe iar studenții manageri de proiect să dea note membrilor echipei în funcție de efortul depus. Oferirea de feedback studenților este una dintre cele mai importante componente ale procesului de predare-învățare, de aceea îmi propun să ofer mai mult feedback în timpul cursurilor, în timpul activităților aplicative realizate la programele de master și pentru proiectele realizate de studenți.
- ▶ Consider că universitatea ar trebui să colaboreze cu bănci, firme și alte instituții pentru a finanța start-up-uri ale studenților și pentru a-i încuraja să devină antreprenori și nu doar angajați în cadrul unor firme.

Plan de dezvoltare a carierei de cercetare

- ▶ Studiile referitoare la posibilitățile de internaționalizare a universităților românești pot fi continuate prin realizarea unor cercetări care să prezinte modalitățile de atragere a studenților străini în cadrul universității Transilvania din Brașov. Un alt domeniu de cercetare va fi legat de creșterea competitivității firmelor românești la export precum și abordarea unor strategii care să le asigure succesul în lupta cu firmele globale.
- ▶ În perioada următoare îmi propun să particip la mai multe conferințe internaționale și să public articole încadrate la Q1 prin realizarea unor echipe de cercetare interdisciplinare. Colaborarea cu colegi de la alte facultăți ar putea determina conceperea unor articole care să realizeze legătura între mai multe discipline, cum ar fi domeniul economic și domeniul IT.
- ▶ Doresc să mă implic în realizarea unor cercetări care să rezolve probleme practice și să pornească de la firme deoarece mediul de afaceri este cel care validează cercetarea realizată în universități. În acest fel se pot obține și fonduri pentru finanțarea proiectelor de cercetare respective.
- ▶ Prin participarea la mobilitățile internaționale, prin publicarea unor articole în reviste recunoscute la nivel internațional doresc să am o mai mare contribuție la îmbunătățirea imaginii și la creșterea prestigiului facultății la nivel internațional.

- ▶ Pe viitor doresc să dezvolt activitatea de consultanță cu mediul de afaceri pentru a îmbina mai bine conceptele teoretice cu latura practică și doresc să dezvolt noi colaborări cu diverse firme cu activitate de export.
- ▶ În concluzie, apreciez că abilitățile, competențele, experiența de predare și cercetare științifică și experiența obținută din relația cu mediul de afaceri îmi vor fi deosebit de utile în derularea procesului de îndrumare și coordonare a activităților de cercetare întreprinse de doctoranzi în domeniul Marketing, și cu precădere în domeniul Marketingului internațional și a Marketingului educațional.

- Va mulțumesc pentru atenție!

