



RAPORT DE EVALUARE AL COMISIEI DE ABILITARE

Din data de: 18.11.2021

Numele și prenumele candidatului: GÂRDAN Daniel-Adrian

Titlul tezei de abilitare: **Integrarea fidelizării clienților în fundamentarea marketingului sustenabil - expresie a adaptării organizațiilor la situațiile de criză**

Domeniul de studii universitare de doctorat: Marketing

Denumirea Instituției Organizatoare de Studii Universitare de Doctorat (IOSUD) unde a avut loc ședința publică de susținere a tezei de abilitare: Universitatea Transilvania din Braşov

Punctele tari ale tezei de abilitare:

- existența unor cercetări interdisciplinare,
- au fost folosite concepte noi (exemplu: adaptare hedonică, creștere organică) corelate cu interdisciplinaritatea,
- focalizarea pe teme actuale și continuitatea în cercetarea temelor respective.

Punctele slabe ale tezei de abilitare:

- insuficienta diversitate a metodelor de prelucrare, analiză și interpretare a instrumentelor folosite în cercetările realizate,
- articolele luate în considerare sunt în mai mică măsură publicate în reviste din domeniul marketing,

Întrebările formulate de comisie și răspunsurile candidatului

1. Prof. dr. ZAHARIA Răzvan: Recomandare ca în cazul cercetărilor calitative să fie evitate rezultatele numerice.

Răspuns: În cercetările realizate s-a încercat evitarea acestui aspect și de asemenea va fi considerat și în viitor.

2. Prof. dr. ZAHARIA Răzvan: În studiul realizat care implică utilizarea datelor personale ale unor pacienți din cadrul unui cabinet medical, au fost respectate normele GDPR? Cum s-a făcut accesul la baze de date cu pacienții cabinetului respectiv?

Răspuns: Studiul respectiv a fost făcut cu acord deplin al pacienților respectivi, fiind respectate toate normele GDPR. În acest sens, a existat și o colaborare cu un jurist specializat. În plus, și în analiza serviciilor bancare au fost respectate toate prevederile GDPR., existând consimțăminte ale persoanelor implicate.

3. Prof. dr. ANGHEL Laurențiu Dan: La ce școală doctorală intenționați să vă afiliați?

Răspuns: La acest moment, Universitatea 1 Decembrie din Alba Iulia nu are școală doctorală în domeniul marketing, dar dacă în viitor va avea, va exista intenția de afiliere.

4. Prof. dr. ANGHEL Laurențiu Dan: Care sunt două titluri ale unor posibile teze de doctorat pe care doriți să le scoateți la concurs?

Răspuns: Deoarece este un domeniu de interes satisfacția consumatorului precum și a viitorilor consumatori în contextul marketingului sustenabil pot propune: Importanța strategiilor de marketing în marketingul sustenabil și Managementul relațiilor cu consumatorul în contextul implementării unui marketing sustenabil.

5. Prof. dr. EPURAN Gheorghe: Există o legătură duală între marketing și sustenabilitate?

Răspuns: Cheia în management o reprezintă gestiunea fidelizării consumatorilor. Se urmărește o relație de parteneriat strategic cu consumatorul.

6. Prof. dr. EPURAN Gheorghe: Legat de inovarea în marketing, cum vedeți legătura cu gestionarea relațiilor cu clienții?

Răspuns: Trebuie avute în vedere cercetări interdisciplinare. Un domeniu actual este neuromarketingul. Trebuie urmărit cum se poate educa consumatorul astfel încât să integreze sustenabilitatea.

Observațiile comisiei

Reanalizarea fișei de autoevaluare în privința încadrării revistelor în care au fost citate articolele în quartile bazate pe AIS.

Rezultatul votului:

Trei voturi pentru.

CONCLUZIA COMISIEI DE ABILITARE:

Comisia propune CNATDCU acordarea atestatului de abilitare.

COMISIA DE ABILITARE

Nume și prenume:

Semnătura

prof. dr. ZAHARIA Răzvan



prof. dr. ANGHEL Laurențiu

Dan



prof. dr. EPURAN Gheorghe



Universitatea Transilvania din Braşov
Facultatea de Ştiinţe Economice şi Administrarea Afacerilor

PROCES VERBAL

Încheiat cu ocazia susţinerii publice a tezei de abilitare **elaborată de dl. GÂRDAN Daniel-Adrian, în vederea obţinerii atestatului de abilitare, în domeniul MARKETING.**

Preşedintele deschide şedinţa, anunţă scopul şi prezintă comisia de specialişti, formată din:

SPECIALIST: prof. dr. ZAHARIA Răzvan
SPECIALIST: prof. dr. ANGHEL Laurenţiu Dan
SPECIALIST: prof. dr. EPURAN Gheorghe

Se dă cuvântul d-lui GÂRDAN Daniel-Adrian, care prezintă sinteza tezei de abilitare.

Se dă cuvântul, în continuare, specialiştilor din componenţa comisiei de specialitate pentru evaluarea tezei de abilitare.

Se consemnează întrebările formulate de membrii comisiei de specialitate şi de publicul participant, precum şi răspunsurile candidatului:

1. Prof. dr. ZAHARIA Răzvan: Recomandare ca în cazul cercetărilor calitative să fie evitate rezultatele numerice.

Răspuns: În cercetările realizate s-a încercat evitarea acestui aspect şi de asemenea va fi considerat şi în viitor.

2. Prof. dr. ZAHARIA Răzvan: În studiul realizat care implică utilizarea datelor personale ale unor pacienţi din cadrul unui cabinet medical, au fost respectate normele GDPR? Cum s-a făcut accesul la baze de date cu pacienţii cabinetului respectiv?

Răspuns: Studiul respectiv a fost făcut cu acord deplin al pacienţilor respectivi, fiind respectate toate normele GDPR. În acest sens, a existat şi o colaborare cu un jurist specializat. În plus, şi în analiza serviciilor bancare au fost respectate toate prevederile GDPR., existând consimţăminte ale persoanelor implicate.

3. Prof. dr. ANGHEL Laurenţiu Dan: La ce şcoală doctorală intenţionaţi să vă afiliaţi?

Răspuns: La acest moment, Universitatea 1 Decembrie din Alba Iulia, nu are şcoală doctorală în domeniul marketing, dar dacă în viitor va avea, va exista intenţia de afiliere.

4. Prof. dr. ANGHEL Laurenţiu Dan: Care sunt două titluri ale unor posibile teze de doctorat pe care doriţi să le scoateţi la concurs?

Răspuns: Deoarece este un domeniu de interes satisfacţia consumatorului precum şi a viitorilor consumatori în contextul marketingului sustenabil pot propune: Importanţa strategiilor de marketing în marketingul sustenabil şi Managementul relaţiilor cu consumatorul în contextul implementării unui marketing sustenabil.

5. Prof. dr. EPURAN Gheorghe: Există o legătură duală între marketing şi sustenabilitate?

Răspuns: Cheia în management o reprezintă gestiunea fidelizării consumatorilor. Se urmăreşte o relaţie de parteneriat strategic cu consumatorul.

6. Prof. dr. EPURAN Gheorghe: Legat de inovarea în marketing, cum vedeţi legătura cu gestionarea relaţiilor cu clienţii?

Răspuns: Trebuie avute în vedere cercetări interdisciplinare. Un domeniu actual este neuromarketingul. Trebuie urmărit cum se poate educa consumatorul să integreze sustenabilitatea.

În final, după deliberări, președintele de comisie prezintă rezultatul propus de comisia de specialitate. În încheierea ședinței, se dă cuvântul candidatului.

Președinte,
Conf. dr. CHIȚU Ioana



Secretar,
Conf. dr. LIXĂNDROIU Radu

