



Universitatea
Transilvania
din Braşov

ŞCOALA DOCTORALĂ
INTERDISCIPLINARĂ
Bulevardul Eroilor 29
500036 - Braşov
tel.: (+40) 268.413.000 | fax: (+40) 268.410.525
secretariat-sdi@unitbv.ro | www.unitbv.ro

Anexa 5

RAPORT DE EVALUARE AL COMISIEI DE ABILITARE

Din data de: 14.05.2020

Numele și prenumele candidatului: **BLEOJU Gianita**

Titlul tezei de abilitare: **Consolidarea expertizei de marketing prin opțiuni strategice de partajare a cunoștințelor**

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:

- Abordarea unei teme de actualitate în domeniul Business Intelligence.
- Abordarea interdisciplinară a tezei prin abordarea unor concepte de management, cibernetică și marketing.
- Orientarea temei abordate spre conceptele de Sisteme expert și Automation Marketing.

Punctele slabe ale tezei de abilitare:

- Planul de evoluție și dezvoltare a carierei este foarte puțin dezvoltat în teză.
- În cazul multor realizări științifice menționate în teză nu se face trimitere directă la articolele în care au fost publicate.
- Definierea insuficient de clară a conceptului de disonanță culturală și a posibilităților de operaționalizare.

Întrebările formulate de comisie și răspunsurile candidatului

Prof.dr. Zaharia Răzvan

Întrebare:

Care sunt articolele ISI cu factor de impact pe care le-ați utilizat în teza de abilitare?

Răspuns:

În teză nu au fost citate explicit articolele ISI cu factor de impact dar ele au fost folosite în redactarea acesteia. Au fost date exemple în acest sens.

Întrebare:

Teza de abilitare ar trebui să conțină un plan de evoluție și dezvoltare a carierei, vă rog să specificați câteva aspecte în această direcție



Răspuns:

Aspectele legate de planul de evoluție și dezvoltare a carierei se pot deduce din liniile și direcțiile viitoare de cercetare prezentate în teză. Doresc să continui cariera didactică și să conduc doctoranzi.

Prof.dr. Orzan Gheorghe

Întrebare:

Referitor la partajarea cunoștințelor, vă rog să detaliați de ce cultura corporativă și cultura managerială în raport cu cultura profesională reprezintă o frână, un obstacol?

Răspuns:

Cultura corporativă față de cea managerială au dinamici diferite, se schimbă cu frecvențe diferite, au inerții diferite, cauze diferite și caractere diferite. Acestea se încurcă reciproc ceea ce se poate surmonta prin structuri organizaționale hibride. Cultura profesională trebuie să intervină în tensiunile dintre cele două. Expertiza de marketing se recomandă prin ea însăși.

Întrebare:

Cum vedeți partea de achiziție a cunoștințelor în sistemele expert de marketing?

Răspuns:

Achiziția cunoștințelor se poate automatiza și se poate valorifica experiența dar nu orice achiziție de cunoștințe este automatizabilă. Achiziția de cunoștințe reprezintă un diferențial între accesul și neaccesul la informație.

Întrebare:

Cum vedeți relația cu viitorii doctoranzi, în cazul în care veți obține atestatul de abilitare?

Răspuns:

Cred că voi fi capabilă să-mi aduc contribuția la o școală doctorală din perspectiva faptului că m-am deprins cu formarea discipolilor de 20 de ani. Sunt focalizată pe interacțiunea directă cu cei care aspiră la a mă însoți. Mă interesează ca relația cu doctoranzii să fie o relație creatoare.

Prof.dr. Epuran Gheorghe

Întrebare:

Cum s-ar putea valorifica disonanța culturală în instituțiile de învățământ superior?

Răspuns:

Disonanța culturală, cultura corporatistă și cultura managerială se manifestă cu ritmuri diferite. Există tensiuni cu privire la viitorul universităților. Universitatea trebuie să surmonteze disonanța culturală prin dezbateri a criteriilor și printr-o strategie agresivă, vocație spre internaționalizare și identitate regională.

Întrebare:

Care credeți că este relația dintre conținutul online și axul psihologic al comunicării?

Răspuns:

Sunt de acord, conținutul este mai important decât clientul. Referitor la markerii culturali trebuie găsite acele ancoră de comunicare care să răspundă predispoziției și comportamentului psihologic al consumatorului, să îi afirme așteptările.

Observațiile comisiei

Candidata îndeplinește criteriile minimale de abilitare. În teza de abilitare ar fi trebuit să fie mai bine evidențiată legătura dintre contribuțiile aduse de candidată în plan științific și articolele în care acestea au fost publicate, precum și planul de evoluție și dezvoltarea a carierei, dar candidata a oferit informații lămuritoare prin răspunsurile



date la întrebările formulate de membrii comisiei. Este necesară mai multa coerență și claritate în organizarea cercetărilor, în sistematizarea datelor și în sintetizarea rezultatelor.

Rezultatul votului:

Votul membrilor comisiei a fost în favoarea propunerii de acordare a atestatului de abilitare.

CONCLUZIA COMISIEI DE ABILITARE:

Comisia de abilitare propune CNATDCU acordarea atestatului de abilitare.

COMISIA DE ABILITARE

Nume și prenume:

Prof.dr. Zaharia Răzvan

Semnătura

Prof.dr. Orzan Gheorghe

Prof.dr. Epuran Gheorghe

PROCES VERBAL

încheiat cu ocazia susţinerii publice a tezei de abilitare elaborată de conf.dr. **BLEOJU Gianita**, 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. Orzan Gheorghe

SPECIALIST: prof.dr. Epuran Gheorghe

Se dă cuvântul dnei conf.dr. Bleoju Gianita, 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. *Care sunt articolele ISI cu factor de impact pe care le-aţi utilizat în teza de abilitare?*

Răspuns:

În teză nu au fost citate explicit articolele ISI cu factor de impact dar ele au fost folosite în redactarea acesteia. Au fost date exemple în acest sens.

2. *Teza de abilitare ar trebui să conţină un plan de evoluţie şi dezvoltare a carierei, vă rog să specificaţi câteva aspecte în această direcţie*

Răspuns:

Aspectele legate de planul de evoluţie şi dezvoltare a carierei se pot deduce din liniile şi direcţiile viitoare de cercetare prezentate în teză. Doresc să continui cariera didactică şi să conduc doctoranzi.

3. *Referitor la partajarea cunoştinţelor, vă rog să detaliaţi de ce cultura corporativă şi cultura managerială în raport cu cultura profesională reprezintă o frână, un obstacol?*

Răspuns:

Cultura corporativă faţă de cea managerială au dinamici diferite, se schimbă cu frecvenţe diferite, au inerţii diferite, cauze diferite şi caractere diferite. Acestea se incurcă reciproc ceea ce se poate surmona prin structuri organizaţionale hibride. Cultura profesională trebuie să intervină în tensiunile dintre cele două. Expertiza de marketing se recomandă prin ea însăşi.

4. *Cum vedeţi partea de achiziţie a cunoştinţelor în sistemele expert de marketing?*

Răspuns:

Achiziţia cunoştinţelor se poate automatiza şi se poate valorifica experienţa dar nu orice achiziţie de cunoştinţe este automatizabilă. Achiziţia de cunoştinţe reprezintă un diferenţial între accesul şi neaccesul la informaţie.

5. *Cum vedeţi relaţia cu viitorii doctoranzi, în cazul în care veţi obţine atestatul de abilitare?*

Răspuns:

Cred că voi fi capabilă să-mi aduc contribuția la o școală doctorală din perspectiva faptului că m-am deprins cu formarea discipolilor de 20 de ani. Sunt focalizată pe interacțiunea directă cu cei care aspiră la a mă însoți. Mă interesează ca relația cu doctoranzii să fie o relație creatoare.

6. Cum s-ar putea valorifica disonanța culturală în instituțiile de învățământ superior?

Răspuns:

Disonanța culturală, cultura corporatistă și cultura managerială se manifestă cu ritmuri diferite. Există tensiuni cu privire la viitorul universităților. Universitatea trebuie să surmonteze disonanța culturală prin dezbateri a criteriilor și printr-o strategie agresivă, vocație spre internaționalizare și identitate regională.

7. Care credeți că este relația dintre conținutul online și axul psihologic al comunicării?

Răspuns:

Sunt de acord, conținutul este mai important decât clientul. Referitor la markerii culturali trebuie găsite acele ancore de comunicare care să răspundă predispoziției și comportamentului psihologic al consumatorului, să îi afirme așteptările.

Observațiile comisiei

Candidata îndeplinește criteriile minimale de abilitare. În teza de abilitare ar fi trebuit să fie mai bine evidențiată legătura dintre contribuțiile aduse de candidată în plan științific și articolele în care acestea au fost publicate, precum și planul de evoluție și dezvoltarea a carierei, dar candidata a oferit informații lămuritoare prin răspunsurile date la întrebările formulate de membrii comisiei. Este necesară mai multă coerență și claritate în organizarea cercetărilor, în sistematizarea datelor și în sintetizarea rezultatelor.

Rezultatul votului:

Votul membrilor comisiei a fost în favoarea propunerii de acordare a atestatului de abilitare.

CONCLUZIA COMISIEI DE ABILITARE:

Comisia de abilitare propune CNATDCU acordarea atestatului de abilitare.

În final, după deliberări, președintele de comisie prezintă rezultatul propus de comisia de specialitate.

În încheierea ședinței, se dă cuvântul candidatului.

Președinte,
Prof.dr. Brătucu Gabriel



Secretar,
Conf.dr. Chițu Ioana

