



**Universitatea *Transilvania*  
din Brașov**

**TEZĂ DE ABILITARE  
REZUMAT**

**Titlu: PROVOCĂRI CONTEMPORANE PRIVIND IMPACTUL  
CALITĂȚII ASUPRA DEZVOLTĂRII SUSTENABILE**

**Domeniul: MARKETING**

**Autor: Conf. Dr. Nicoleta Andreea NEACȘU  
Universitatea Transilvania din Brașov**

**BRAȘOV, 2018**

Teza de abilitare intitulată **PROVOCĂRI CONTEMPORANE PRIVIND IMPACTUL CALITĂȚII ASUPRA DEZVOLTĂRII SUSTENABILE** este împărțită în două părți și își propune să prezinte cele mai importante realizări în plan academic și științific, precum și planurile de dezvoltare viitoare ale carierei.

**Prima parte** prezintă principalele realizări științifice și profesionale și vizează perioada de după finalizarea studiilor doctorale. Aceasta prezintă domeniul de interes științific al cercetătorului și anume cel al cercetărilor de marketing aplicate în domeniul calității produselor și al dezvoltării sustenabile. Această secțiune este împărțită în trei capitole.

**Primul capitol** prezintă cercetări de marketing ale căror rezultate reliefează importanța calității serviciilor.

O primă cercetare de marketing inclusă în acest capitol analizează serviciilor educaționale universitare din România și protecția drepturilor și intereselor studenților pe această piață. Calitatea serviciilor educaționale reprezintă un criteriu esențial pentru alegerea de către viitorii studenți a programelor de studii la nivel de licență, master, doctorat sau postdoctorat ale instituțiilor de învățământ superior.

În vederea consolidării poziției pe piața serviciilor educaționale, instituțiile de învățământ superior implementează strategii adecvate de atragere și mai ales de menținere a studenților. La baza dezvoltării acestor strategii stau desigur interesele și drepturile studenților. Cercetarea a avut ca scop cuantificarea gradului în care universitățile incluse în populația cercetată protejează drepturile și interesele studenților, a măsurii în care programele de studii urmate de studenții din aceste centre universitare reușesc să le satisfacă așteptările, precum și a gradului în care serviciile oferite de universități îi mulțumesc.

Cea de-a doua cercetare de marketing, de natură cantitativă, a avut în vedere rolul serviciilor de consiliere vocațională a elevilor. Aceasta a urmărit obținerea unui feedback privind utilizarea de către elevii de liceu a serviciilor de orientare profesională pe de o parte, și a factorilor cu caracter mai general care influențează alegerile cu privire la carieră ale absolvenților de liceu, pe de altă parte.

Rolul serviciilor de consiliere vocațională devine tot mai important pentru dezvoltarea competențelor profesionale ale tinerilor. Ei vor trebui să facă față provocărilor complexe care se regăsesc pe piața muncii și să-și găsească poziția potrivită cu abilitățile și interesele lor. Obținerea mai ușoară a unui loc de muncă și dobândirea unui nivel de educație mai ridicat constituie factori care conduc la o societate sustenabilă.

Ultima cercetare de marketing prezentată în acest capitol se referă la calitatea serviciilor turistice din stațiunea Poiana Brașov. Imaginea și succesul unei destinații turistice sunt determinate de o varietate de elemente, calitatea serviciilor turistice oferite având o influență

esențială. Satisfacția turiștilor în urma consumării serviciilor, influențează dorința acestora de a se reîntoarce, de a deveni în timp consumatori fideli și de a împărtăși și altora experiența lor pozitivă de vacanță. Rezultatele obținute în urma cercetării au arătat un nivel mediu al satisfacției pentru consumul de servicii turistice în stațiunea Poiana Brașov. Cele mai bune evaluări au fost pentru serviciile de cazare, în timp ce serviciile de recreere și infrastructura turistică în general au fost evaluate slab.

**Cel de-al doilea capitol** al tezei este dedicat analizei calității produselor tangibile. O primă cercetare de marketing inclusă în acest capitol își propune determinarea rolului pe care îl au elementele de design și estetica în alegerea ținutelor vestimentare în rândul femeilor din România. Această cercetare cantitativă a fost realizată din perspectiva companiilor de pe piața vestimentară, care au identificat o importantă oportunitate de marketing în diversificarea gamei de produse și erau interesate să afle mai multe informații despre comportamentul clientelor și atitudinea acestora față de elementele de design și estetică ale produselor vestimentare.

Piața vestimentară se caracterizează printr-un ritm al schimbării extrem de rapid, impunând astfel producătorilor de produse vestimentare să aducă elemente vizuale noi cu fiecare colecție lansată. În funcție de tendințele locale sau internaționale, designerii modifică în mod constant anumite elemente de design și estetică ale produselor vestimentare – culori, materiale, croiuri, imprimeuri – sau le reinventează cu totul, în încercarea de a surprinde în mod pozitiv publicul țintă.

O provocare cu care se confruntă companiile din industria modei este gradul extrem de ridicat de subiectivitate pe care îl implică decizia de achiziție a produsului. Elementele de design și estetică ale unui produs vestimentar trebuie să creeze un tot unitar funcțional, confortabil și atrăgător în egală măsură. În caz contrar, neajunsul sau defectul unuia dintre elementele de design și estetică pune în umbră și restul elementelor. Rezultatele cercetării au scos în evidență că produsele vestimentare fac parte dintr-o categorie specială și că, în cazul lor, elementele de design și estetică sunt factori esențiali pentru evoluția favorabilă pe piață.

O a doua cercetare inclusă în acest capitol, a avut ca temă, determinarea modului cum este percepută calitatea cafelei de către consumatori, aceasta fiind în prezent un produs foarte consumat și apreciat. Consumatorul este pus în dificultatea de a alege din multitudinea de sortimente pe cel care corespunde cel mai bine preferințelor lui, știut fiind faptul că senzația oferită de licoarea neagră poate fi caracterizată calitativ în funcție de mai multe criterii.

**Capitolul al treilea** prezintă o serie de elemente privind impactul calității și siguranței asupra elementelor conceptuale și operaționale ale dezvoltării sustenabile. Preocupările privind siguranța alimentară, sustenabilitatea și abordarea strategică a acestora în contextul european actual au importanță diferă la nivelul companiilor și al producătorilor. ONU a lansat în anul 2015

Agenda 2030 pentru dezvoltare sustenabilă. Dezvoltarea durabilă este, în continuare, o temă extrem de actuală pentru evoluția viitoare a societății la nivel global.

În acest capitol sunt prezentate cercetări, de natură cantitativă sau calitativă, care au vizat aspecte privind dezvoltarea sustenabilă în diferite sectoare. Astfel, aceste cercetări au tratat teme privind: siguranța alimentară și sustenabilitatea în industria viticolă din România, practicile de dezvoltare sustenabilă în turismul montan din Carpați, dinamica zonelor agricole europene ecologice în contextul dezvoltării sustenabile și educația în domeniul siguranței rutiere în contextul dezvoltării sustenabile a societății în România.

Cea de-a **doua parte** a tezei este dedicată prezentării unui plan de dezvoltare a carierei profesionale pe termen mediu și lung. Acesta este conceput pornind de la realizările personale și ale echipelor de cercetare din care am făcut parte. Planul de dezvoltare a carierei a fost detaliat pe două direcții: dezvoltarea activității didactice și dezvoltarea activității de cercetare științifică, prin continuarea cercetărilor efectuate și abordarea unor noi direcții de cercetare. Obținerea abilitării reprezintă o oportunitate deosebită de dezvoltarea a carierei universitare din toate perspectivele sale.