



**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 |

Anexa 4

RAPORT DE EVALUARE AL COMISIEI DE ABILITARE

Din data de: 25.06.2021

Numele și prenumele candidatului: **TECĂU ALINA SIMONA**

Titlul tezei de abilitare: "Valențe ale sustenabilități sociale în educație, muncă și turism analizate prin cercetări calitative și cantitative de marketing"

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:

- complexitatea multiplelor cercetări realizate,
- bogată și diversă experiență în realizarea acestor cercetări,
- promovarea unor concepte noi în relația marketing și sustenabilitate,
- coerența cercetărilor și orientarea acestora către domeniile de competență ale candidatei.

Punctele slabe ale tezei de abilitare:

- orientarea către publicarea rezultatelor cercetărilor în reviste Core Economics de specialitate,
- recomandăm creșterea nivelului de complexitate/profunzime a metodelor și tehnicilor de prelucrare, analiză și interpretare a rezultatelor.

Întrebările formulate de comisie și răspunsurile candidatului

Prof. dr. Răzvan ZAHARIA

Ce înțeles i-ați dat conceptului de universitate antreprenorială, care ar fi avantajele și dezavantajele pentru universitate?

Institutul de cercetare-dezvoltare al Universității Transilvania poate să ofere servicii, să pregătească antreprenori și acest lucru se realizează prin Incubatorul de afaceri unde studenții sunt sprijiniți de specialiști și se realizează colaborări cu oamenii de afaceri. Consider că este important ca piața și oamenii de afaceri să beneficieze de cercetări realizate în cadrul universității. Există multe avantaje, dar cred că principalul avantaj este apropierea de mediul de afaceri ceea ce poate oferi noi direcții de cercetare și orientarea mai bună a studenților către necesitățile pieței. Principalul dezavantaj este reprezentat de resursele limitate de care dispune universitatea (resurse care trebuie direcționate spre

activitatea didactică, activitatea de cercetare și activitatea antreprenorială) și ar trebui gândită o strategie clară în acest sens.

Care este, după părerea dumneavoastră, cea mai importantă contribuție la dezvoltarea teoriei/științei marketingului în urma cercetărilor pe care le-ați efectuat?

În urma cercetărilor pe care le-am realizat am aflat informații noi prin utilizarea mai multor metode și tehnici de cercetare, interviuri dar și cercetare etnografică. În perioada viitoare am putea gândi metode noi de cercetare în marketing contribuind astfel la dezvoltarea științei marketingului. Am putea concepe tipuri de cercetări care să se plieze pe domeniul marketingului social.

Prof. dr. Gheorghe ORZAN

Referitor la universitatea antreprenorială, prezentați 2-3 concluzii referitoare la modul în care gândesc studenții cu privire la participarea și înființarea firmelor și statutul de salariat.

Studenții vor să dezvolte afaceri, sunt bucuroși că universitatea are această orientare, simt că universitatea a făcut eforturi de transformare. În raport cu statutul de salariat, ei privesc în viitor mai degrabă din perspectiva statutului de salariat decât din cea de antreprenor. Ei nu au fost mulțumiți de colaborarea cu antreprenorii, doresc o altă orientare. Ei vor respect. Am sesizat o schimbare de atitudine față de dorința de a munci, vor să muncească mai puțin și să câștige mai mult, își doresc respect în calitate de angajat. Portretul antreprenorului este conturat în această direcție.

Ce domenii/ce teme ați dori să scoateți la concurs în cazul în care veți obține atestatul de abilitare și vă veți afilia la Școala doctorală?

Aș dori să continui pe direcția îmbinării marketingului cu sustenabilitatea socială, cu investiția masivă în muncă, în direcția realizării de cercetări fundamentale pe aceste teme, dezvoltarea de noi metode de cercetare. Îmi doresc să contribui la dezvoltarea unor teorii noi în legătură cu instrumentarul de cercetare în domeniul marketingului social.

Prof. dr. Gheorghe EPURAN

Vă rog să faceți un comentariu privind abordarea din perspectiva de marketing a realității și viitorului sustenabilității.

Cercetările pe care le-am realizat au reliefat faptul că valorile materiale sunt foarte importante și definitorii pentru oameni și pentru existența lor, dar există și oameni (puțini) care preferă să își schimbe viața, au altă percepție asupra calității vieții iar persoanele atașate de aceste valori exprimă acest lucru prin comportament. Există ipocrizie în problema dezvoltării durabile dar suntem oameni cu valori și culturi diferite care sunt greu de schimbat. Nu există egalitate între oameni, putem spera dar dezvoltarea durabilă vine cu multe sacrificii, pe care puțini sunt dispuși să le facă.

Observațiile comisiei
Nu este cazul.

Rezultatul votului:
Trei voturi pentru.

CONCLUZIA COMISIEI DE ABILITARE:

Propunem comisiei de specialitate din CNATDCU acordarea atestatului de abilitare dnei TECĂU ALINA SIMONA.

COMISIA DE ABILITARE

Nume și prenume: Semnătura

Prof. dr. Răzvan ZAHARIA



Prof. dr. Gheorghe ORZAN



Prof. dr. Gheorghe EPURAN



Universitatea Transilvania din Braşov
Facultatea de Ştiinţe economice şi administrarea afacerilor

PROCES VERBAL

încheiat cu ocazia susţinerii publice a tezei de abilitare elaborată de conf.dr. TECĂU ALINA SIMONA, în vederea obţinerii atestatului de abilitare, în domeniul MARKETING.

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

SPECIALIST: Prof. dr. Răzvan ZAHARIA
SPECIALIST: Prof. dr. Gheorghe ORZAN
SPECIALIST: Prof. dr. Gheorghe EPURAN

Se dă cuvântul dnei conf.dr. Alina Simona Tecău, 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. *Ce înţeles i-aţi dat conceptului de universitate antreprenorială, care ar fi avantajele şi dezavantajele pentru universitate?*

Răspuns: Institutul de cercetare-dezvoltare al Universităţii Transilvania poate să ofere servicii, să pregătească antreprenori şi acest lucru se realizează prin Incubatorul de afaceri unde studenţii sunt sprijiniţi de specialişti şi se realizează colaborări cu oamenii de afaceri. Consider că este important ca piaţa şi oamenii de afaceri să beneficieze de cercetări realizate în cadrul universităţii. Există multe avantaje, dar cred că principalul avantaj este apropierea de mediul de afaceri ceea ce poate oferi noi direcţii de cercetare şi orientarea mai bună a studenţilor către necesităţile pieţei. Principalul dezavantaj este reprezentat de resursele limitate de care dispune universitatea (resurse care trebuie direcţionate spre activitatea didactică, activitatea de cercetare şi activitatea antreprenorială) şi ar trebui gândită o strategie clară în acest sens.

2. *Care este, după părerea dumneavoastră, cea mai importantă contribuţie la dezvoltarea teoriei/ştiinţei marketingului în urma cercetărilor pe care le-aţi efectuat?*

Răspuns: În urma cercetărilor pe care le-am realizat am aflat informaţii noi prin utilizarea mai multor metode şi tehnici de cercetare, interviuri dar şi cercetare etnografică. În perioada viitoare am putea gândi metode noi de cercetare în marketing contribuind astfel la dezvoltarea ştiinţei marketingului. Am putea concepe tipuri de cercetări care să se plieze pe domeniul marketingului social.

3. *Referitor la universitatea antreprenorială, prezentaţi 2-3 concluzii referitoare la modul în care gândesc studenţii cu privire la participarea şi înfiinţarea firmelor şi statutul de salariat.*

Răspuns: Studenţii vor să dezvolte afaceri, sunt bucuroşi că universitatea are această orientare, simt că universitatea a făcut eforturi de transformare. În raport cu statutul de salariat, ei privesc în viitor mai degrabă din perspectiva statutului de salariat decât din cea de antreprenor. Ei nu au fost mulţumiţi de colaborarea cu antreprenorii, doresc o altă orientare. Ei vor respect. Am sesizat o schimbare de

atitudine față de dorința de a munci, vor să muncească mai puțin și să câștige mai mult, își doresc respect în calitate de angajat. Portretul antreprenorului este conturat în această direcție.

4. Ce domenii/ce teme ați dori să scoateți la concurs în cazul în care veți obține atestatul de abilitare și vă veți afilia la Școala doctorală?

Răspuns: Aș dori să continui pe direcția îmbinării marketingului cu sustenabilitatea socială, cu investiția masivă în muncă, în direcția realizării de cercetări fundamentale pe aceste teme, dezvoltarea de noi metode de cercetare. Îmi doresc să contribui la dezvoltarea unor teorii noi în legătură cu instrumentarul de cercetare în domeniul marketingului social.

5. Vă rog să faceți un comentariu privind abordarea din perspectiva de marketing a realității și viitorului sustenabilității.

Răspuns: Cercetările pe care le-am realizat au reliefat faptul că valorile materiale sunt foarte importante și definitorii pentru oameni și pentru existența lor, dar există și oameni (puțini) care preferă să își schimbe viața, au altă percepție asupra calității vieții iar persoanele atașate de aceste valori exprimă acest lucru prin comportament. Există ipocrizie în problema dezvoltării durabile dar suntem oameni cu valori și culturi diferite care sunt greu de schimbat. Nu există egalitate între oameni, putem spera dar dezvoltarea durabilă vine cu multe sacrificii, pe care puțini sunt dispuși să le facă.

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

În încheierea ședinței, se dă cuvântul candidatului.

Președinte,
Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU

Secretar,
Conf.dr. Ioana Bianca CHIȚU

