



Universitatea
Transilvania
din Braşov

TEZĂ DE ABILITARE

**Titlu: Creşterea competitivităţii organizaţiilor de pe piaţa serviciilor
educaţionale prin implementarea unor strategii de marketing
sustenabil**

Domeniul: Marketing

Autor: Conf. dr. Dana BOŞCOR
Universitatea Transilvania din Braşov

BRAŞOV, 201

(A) Rezumat

În condițiile globalizării piețelor creșterea competitivității firmelor se bazează tot mai mult pe resursa umană calificată și bine educată, rolul sistemului educațional fiind de creare a unor specialiști care să corespundă cerințelor de pe piața muncii. Necesitatea educării consumatorului apare și în alte domenii deoarece un consumator educat crește eficiența strategiilor de marketing adoptate de firme. Teza de abilitare cu tema "**Creșterea competitivității organizațiilor de pe piața serviciilor educaționale prin implementarea unor strategii de marketing sustenabil**" prezintă strategiile adoptate de universități pentru creșterea calității procesului educațional, pentru creșterea satisfacției studenților în calitate de consumatori direcți și a firmelor în calitate de consumatori indirecți de servicii educaționale, strategiile de educare a operatorilor în turism și a turiștilor pentru o dezvoltare sustenabilă și strategiile de educare a participanților la trafic în vederea îmbunătățirii securității rutiere.

În partea introductivă a lucrării sunt prezentate strategiile de marketing folosite de universități pentru îmbunătățirea poziției în clasamentele internaționale, pentru creșterea vizibilității programelor de studiu, pentru creșterea calității serviciilor educaționale și pentru creșterea gradului de internaționalizare. Sunt analizate tendințele în educația universitară la nivel internațional legate de 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 precum și 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, cercetări privind satisfacția studenților referitoare la calitatea serviciilor educaționale și cercetări privind inserția tinerilor absolvenți pe piața forței de muncă din România. Rezultatele cercetărilor realizate împreună cu colegii de facultate 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 și experiențe interdisciplinare care implică o comunitate de oameni implicați în procesul educațional- practicieni, oameni de afaceri, alumni. Între educația centrată pe profesor și educația centrată pe student trebuie să existe un echilibru iar 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.

În strategia adoptată la nivelul Ministerului Educației Naționale se propune găsirea unor soluții pentru plasarea personalului didactic în anumite companii pe termen scurt pentru o informare mai bună cu privire la competențele și abilitățile cerute de firme de la absolvenți. Se propune și o regândire a sistemului fiscal astfel încât să existe un interes mai mare de colaborare între firme și universități.

Universitățile trebuie să se implice în elaborarea unor planuri de sprijinire a afacerilor din comunitățile locale, trebuie să înființeze Centre de consiliere și orientare în carieră care să coreleze mai bine sistemul educațional cu piața muncii și trebuie 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. În acest fel reprezentanții firmelor vor avea o influență mai mare asupra curriculei și asupra adaptării competențelor la cerințele și standardele firmelor.

Strategia națională pentru învățământul terțiar în România pune accentul pe reforma procesului didactic, realizarea unor parteneriate cu mediul de afaceri, dezvoltarea unei culturi a inovării și noi abordări pentru evaluarea calității. Se încearcă implementarea unor sisteme care să evalueze feedback-ul obținut de la firme privind competențele necesare absolvenților. Elementul central al strategiei Comisiei Europene pentru Educație și Formare 2020 este noțiunea de "triunghi al cunoașterii", bazat pe educație, cercetare și inovare. Se pune tot mai mult accentul pe parteneriatele între universități și companii private, institute de cercetare și societatea civilă.

Strategia de internaționalizare presupune promovarea mobilității cadrelor didactice, a cercetătorilor și a studenților, dezvoltarea unor programe online, creșterea cooperării la nivel internațional în domeniul inovării și creșterea calității învățământului superior european. Strategia

de internaționalizare adoptată de Facultatea de Științe Economice și Administrarea Afacerilor din Brașov este analizată prin intermediul unei cercetări calitative care prezintă experiențele studenților implicați în mobilități de tipul Erasmus + și Work&Travel și modul în care aceste experiențe îi ajută să se integreze pe piața muncii.

Cel de-al doilea capitol al tezei a evidențiat aspecte ale educării consumatorilor de servicii turistice și a managerilor unităților de turism pentru abordarea unor practici de dezvoltare sustenabilă. Educația sustenabilă în turism este un element cheie al creșterii competitivității destinației turistice și al adoptării unor strategii de diferențiere pe o piață foarte competitivă.

Sistemul educațional trebuie să îmbrățișeze valorile de sustenabilitate iar studenții trebuie să obțină cunoștințe și abilități prin care să integreze valorile sustenabilității în viața lor și a comunității din care fac parte. Dezvoltarea sustenabilă are dimensiuni economice, ecologice și sociale, fiind o preocupare pentru guverne, organizații și sistemele educaționale.

Inițiativa UNESCO “Decada educației pentru dezvoltarea sustenabilă 2005-2014” cere acțiuni din partea celor implicați în sistemul educațional pentru îmbunătățirea calității educației, pentru reorientarea educației actuale în sensul rezolvării unor probleme de dezvoltare sustenabilă, conștientizarea publicului cu privire la aceste probleme și furnizarea de pregătire practică. Ca răspuns la această inițiativă numeroase guverne au adoptat aceste recomandări pentru a integra dezvoltarea sustenabilă în programele educaționale.

În acest capitol sunt analizate practicile de dezvoltare sustenabilă în turismul montan din Carpații Românești și sunt prezentate barierele pe care le întâmpină firmele în procesul introducerii practicilor de dezvoltare sustenabilă, cum ar fi accesul la finanțare pentru realizarea unor investiții în tehnologii verzi, nivelul scăzut de educare al consumatorilor de servicii turistice.

Conform cercetării realizate, puțini manageri sunt interesați de efectul negativ al turismului asupra mediului și sunt mai mult preocupați de reducerea costurilor și acuză lipsa de sprijin din partea guvernului și a autorităților locale. Majoritatea managerilor intervievați doresc să participe la sesiuni de pregătire pentru îmbunătățirea cunoștințelor cu privire la managementul sustenabil și sunt doritori să plătească pentru aceste activități de pregătire. 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.

Principalele bariere în adoptarea măsurilor de dezvoltare sustenabilă sunt lipsa de bani și de cunoștințe, ceea ce demonstrează importanța componentei educaționale. 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.

În cadrul celui de-al treilea capitol este prezentată importanța educației în domeniul siguranței rutiere, fiind prezentate rezultatele unei cercetări realizate pe un eșantion alcătuit din 3120 de persoane, cercetare care prezintă educarea comportamentului participanților la trafic în România cu privire la purtarea centurii de siguranță în scopul creșterii siguranței rutiere. Cercetarea prezintă numeroase similarități cu alte studii realizate la nivel internațional și pune accentul pe măsurile coercitive care au un impact mai mare asupra educării conducătorilor auto și pasagerilor. 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.

În partea finală a tezei de abilitare sunt prezentate planurile de evoluție și dezvoltare ale carierei, deopotrivă în direcția activităților didactice cât și în ceea ce privește activitatea de cercetare.

