

Thesis summary

The Habilitation Thesis entitled **MARKETING – (un)EXPLORED RESEARCH DOMAIN** is structured in three components, justifying - each one and all together - the results of 21 years of academic career.

The first part is a chronological presentation of the university career, probing it by quantitative data. There are mentioned the studies, the research internships and the evolution of the candidate career, but also the research activity, starting with the doctoral studies, continuing with the postdoctoral ones, mentioning, of course, all the publications made as sole author or in research groups, conferences and research projects. But, because the main reason for this Habilitation Thesis is to guide young people with potential for scientific research in order to increase the prestige and visibility of valuable Romanian research, as well as its international recognition, also in the first part the work is highlighted the coordinating activity of the candidate. So, in this tutelage activities are included the scientific work of the students for the Academic Olympiads, the bachelor/dissertation thesis, the participation in doctoral thesis guidance committees mainly in the field of Marketing and other such activities.

The second part of the Habilitation Thesis presents the academic research results in the field of Marketing, classified by areas of interest:

Research in the Field of Consumer Behaviour:

- ✓ Research regarding the determinants of consumer behaviour
- ✓ Research regarding the consumer satisfaction and loyalty
- ✓ Research regarding the consumer oriented companies
- ✓ Research regarding the “green consumer”

Research in the Field of Service Marketing

- ✓ Research regarding the educational services
- ✓ Research regarding the tourism services

Research in the Field of International Marketing

- ✓ Research regarding the international marketing environment
- ✓ Research regarding globalization/globalization

New Areas of Interest in the Marketing Field

- ✓ Research regarding marketing stimuli reception
- ✓ Research regarding marketing through social networks
- ✓ Research regarding brand perception

Because the Habilitation Thesis is aiming to target the Marketing field, which is very comprehensive, the candidate has narrowed it by referring to the areas of interest reached by her publications. The main area of interest is that of consumer behaviour, around which all the marketing strategies of companies are relying on. The candidate’s research has also been

applied on the example of services (especially education) - given her university career. Another area of her involvement is that of the international or even global perspective of marketing, justified both by the nature of the subjects of her teaching potofolio (International Marketing) and by the postdoctoral scholarship gained in the thematic area Europeanization and Globalization.

All the researcher's work of the candidate has been under the sign of cooperation and collaboration with other researchers for publication or participation in scientific conferences. Perhaps that is this reason why the results are often inter- and/or transdisciplinary, linking management and marketing as major research areas.

This second part of the empowerment thesis sums up representative pieces of published papers, summarizing the researched aspects, taking into account the general context of the research, the goals and objectives proposed, the research methodology, as well as the results obtained.

The third part of the Habilitation Thesis presents a list of the main scientific papers consulted by the candidate for the preparation of his own materials, articles or other papers.

Rezumat

Teza de abilitare cu titlul **MARKETING – DOMENIU (ne)EXPLORAT DE CERCETARE** – este structurată pe trei părți, fiecare și toate împreună justificând rezultatele a 21 de ani de carieră universitară a candidatei.

Prima parte este o prezentare cronologică a carierei universitare, probând-o prin date cantitative. Sunt amintite studiile, stagiile de cercetare și evoluția carierei candidatei, dar și activitatea de cercetare, începând cu studiile doctorale, continuând cu cele postdoctorale, menționându-se, bineînțeles, toate publicațiile realizate în calitate de unic autor sau în colective de cercetare, participările la conferințe și în cadrul unor proiecte de cercetare. Dar, pentru că principalul motiv al realizării acestei teze de abilitare este îndrumarea tinerilor cu potențial pentru cercetarea științifică cu scopul creșterii prestigiului și a vizibilității cercetării de valoare din România, cât și a recunoașterii acesteia pe plan internațional, tot în cadrul primei părți este evidențiată activitatea de coordonator a candidatei. Sunt incluse lucrările participante la Olimpiadele Studențești, lucrările de finalizare a studiilor de licență/disertație, participările în comisii de îndrumare a tezelor de doctorat preponderent în domeniul Marketing și alte astfel de activități.

Partea a doua a tezei de abilitare prezintă rezultatele activității de cercetare științifică în domeniul Marketing, grupate pe arii de interes :

Cercetări în domeniul comportamentului consumatorului

- ✓ Cercetări privind factorii de influență ai comportamentului consumatorului
- ✓ Cercetări privind satisfacția și fidelitatea consumatorilor
- ✓ Cercetări privind orientarea spre consumatori a firmelor
- ✓ Cercetări privind „consumatorul verde”

Cercetări în domeniul marketingului serviciilor

- ✓ Cercetări privind serviciile educaționale
- ✓ Cercetări privind serviciile turistice

Cercetări în domeniul marketingului internațional

- ✓ Cercetări privind mediul de marketing internațional
- ✓ Cercetări privind globalizarea/globalizarea

Noi domenii de cercetare aferente Marketingului

- ✓ Cercetări privind receptarea stimulilor de marketing
- ✓ Cercetări privind marketingul online
- ✓ Cercetări privind percepția brandului

Deoarece teza de abilitare este realizată pentru domeniul Marketing, care este foarte vast, candidata a realizat o îngustare a acestuia prin raportare la ariile de interes, la care face referință publicațiile ei. Principala zonă de interes este cea a comportamentului consumatorului, în jurul căruia gravitează, de altfel, toate strategiile de marketing ale firmelor. De asemenea, cercetările candidatei au fost aplicate pe exemplul serviciilor (în

special educaționale) – dată fiind cariera ei universitară. O altă arie a preocupărilor ei este cea a perspectivei internaționale sau chiar globale a marketingului, justificată atât prin natura disciplinelor predate (Marketing Internațional), cât și datorită bursei postdoctorale câștigate pe aria tematică Europeanizare și Globalizare.

Întregul demers de cercetător al candidatei a stat sub semnul cooperării și colaborării cu alți cercetători în vederea publicării sau participării la conferințe științifice. Poate și din acest motiv, rezultatele sunt de multe ori inter- și/sau transdisciplinare, ce fac legătura dintre management și marketing ca domenii majore de cercetare.

Această parte a doua a tezei de abilitare însumează fragmente reprezentative ale unor lucrări publicate, prezentându-se succint aspectele cercetate, având în vedere contextul general al cercetării, scopurile și obiectivele propuse, metodologia de cercetare, precum și rezultatele obținute.

Partea a treia a tezei de abilitare prezintă o listă principalelor lucrări științifice consultate de candidată în vederea elaborării propriilor materiale, articole sau a altor lucrări.