

**UNIVERSITATEA DE MEDICINĂ, FARMACIE, ȘTIINȚE ȘI
TEHNOLOGIE “ GEORGE EMIL PALADE” DIN TÂRGU MUREȘ**

**ȘCOALA DOCTORALĂ DE LITERE, ȘTIINȚE UMANISTE ȘI APLICATE
DOMENIUL: INGINERIE ȘI MANAGEMENT**

**TEZĂ DE DOCTORAT
REZUMAT**

Doctorand:

Ioan-David LEGMAN

Conducător științific:

Prof. univ. dr. habil. Manuela Rozalia GABOR

TÂRGU MUREȘ

2021

**UNIVERSITATEA DE MEDICINĂ, FARMACIE, ȘTIINȚE ȘI
TEHNOLOGIE “ GEORGE EMIL PALADE” DIN TÂRGU MUREȘ**

**ȘCOALA DOCTORALĂ DE LITERE, ȘTIINȚE UMANISTE ȘI APLICATE
DOMENIUL: INGINERIE ȘI MANAGEMENT**

**METODA SIX SIGMA – ELEMENT IMPORTANT AL
SUSTENABILITĂȚII. CERCETARE APLICATIVĂ ȘI
CONTRIBUȚII ÎN INDUSTRIE ȘI SERVICII: ANALIZA
IMPACTULUI ȘI CONEXIUNI DINTRE SATISFAȚIA
ANGAJAȚILOR ȘI SATISFAȚIA CLIEȚILOR**

REZUMAT

Doctorand:

Ioan-David LEGMAN

Conducător științific:

Prof. univ. dr. habil. Manuela Rozalia GABOR

TÂRGU MUREȘ

2021

CUPRINS

INTRODUCERE.....	
CAPITOLUL 1 SIX SIGMA – CONCEPTE ȘI EVOLUȚIE TEORETICĂ ȘI PRACTICĂ/APLICATIVĂ	
1.1. Evoluții conceptuale ale metodelor Six Sigma și Lean Six Sigma în industrie	
1.1.1. Metoda Six Sigma – Îmbunătățirea proceselor de management	
1.1.2. Reducerea costurilor element important în metoda Six Sigma	
1.1.3. Metoda Lean Six Sigma - Îmbunătățirea proceselor de management	
1.1.4. Analiza comparativă Six Sigma – Lean Six Sigma	
1.2. Adaptări și particularități ale metodelor Six Sigma și Lean Six Sigma în domeniul serviciilor conexe din industrie	
1.2.1. Serviciile – intangibilitate și particularități în industrie	
1.2.2. Locul serviciilor în context european și global	
1.2.3. Locul și importanța serviciilor în economia românească	
CAPITOLUL 2 SATISFAȚIA CLIENTULUI ELEMENT DE BAZĂ AL CREȘTERII ȘI DEZVOLTĂRII UNEI COMPANII	
2.1. Satisfacția clienților - element de bază al dezvoltării activității economice	
2.1.1. Evoluția metodelor de evaluare a satisfacției clienților	
2.2. Corelarea calității cu performanța	
2.2.1. Conceptul de Mystery Shopper - element de creștere a calității serviciilor	
2.2.2. Importanța și impactul satisfacției clienților și eficienței angajaților asupra performanței unei afaceri	
2.2.3. Atmosfera de cumpărare – factor important al asigurării performanței	
2.2.4. Analiza concurenței din perspectiva calității/performancei	

2.3. Triada dintre satisfacția clientului – metoda de îmbunătățire a satisfacției clientului – sistem de evaluare a satisfacției	
2.3.1. Factorul uman - element esențial în obținerea satisfacției clienților	
2.3.2. Satisfacția clientului - element esențial al relației consumator-producător	
2.3.3. Sistemul de evaluare a performanțelor angajaților în funcție de satisfacția clienților – descriere, concepte, aplicare	
2.4. Perfecționarea continuă a angajaților factor esențial în performanța unei firme	
2.4.1. Forța de muncă - element de bază al activității economice	
2.4.2. Metoda propusă ITA (Instruire – Testare – Aplicare) pentru creșterea sustenabilă a eficienței economice	

CAPITOLUL 3 MODELAREA GRADULUI DE SATISFACȚIE A CLIENTULUI CU SCOPUL OPTIMIZĂRII MANAGEMENTULUI CALITĂȚII – PROPUNEREA UNUI NOU INDICATOR	
3.1. Satisfacția clientului element definitoriu al indicatorului <i>Sistemul de evaluare a performanțelor angajaților în funcție de satisfacția clientului</i>	
3.2. Așteptările clienților influențate de comunicarea orală fizică (WOM) și comunicarea orală electronică (EWOM)	
3.3. Procesul de comunicare și efectul asupra relațiilor cu clientul în cazul reclamațiilor	

CAPITOLUL 4 SIX SIGMA ELEMENT IMPORTANT ÎN SUSTENABILITATEA PERFORMANȚEI DIN INDUSTRIE. STUDIU DE CAZ ÎN DOMENIUL ALIMENTAȚIEI PUBLICE	
4.1 Prezentarea afacerii și domeniul cercetării aplicative	
4.2. Analiza corelației Six Sigma și performanța unei firme	
4.3. Concluziile studiului	

CAPITOLUL 5 CONTRIBUȚII CONCEPTUALE ȘI SOLUȚII PRACTICE DE ÎMBUNĂTĂȚIRE A PERFORMANȚELOR ÎN INDUSTRIE PRIN IMPLEMENTAREA INDICATORULUI SPC CU AJUTORUL TEHNOLOGIEI AUGMENTED REALITY

5.1. Tehnologia AR (Augmented reality) ca metodă de învățare - adaptarea pentru sectorul industrial și servicii

5.2. Propuneri de aplicare a Tehnologiilor AR (Augmented reality) și VR (Virtual reality) suport al îmbunătățirii indicatorului Spc (Sistemul de evaluare a performanțelor angajaților în funcție de satisfacția clientului)

5.3. Propunere de dezvoltare, adaptare și perfecționare metodologică a programului SIM (Sistemul de evaluare a performanțelor angajaților în funcție de satisfacția clientului – Metoda Instruire – Testare – Aplicare – Metoda Mystery Shopper) testat pentru servicii în noul program SIAR (Sistemul de evaluare a performanțelor angajaților în funcție de satisfacția clientului – Metoda Instruire – Testare – Aplicare – Tehnologia Augmented Reality) pentru sectorul industrial

5.3.1. Implementarea indicatorului Spc (Sistemul de evaluare a performanțelor angajaților în funcție de satisfacția clientului) în sectorul comerțului online – cercetare aplicativă

5.3.2. Adaptarea indicatorului Spc (Sistemul de evaluare a performanțelor angajaților în funcție de satisfacția clientului) și implementarea în servicii de curierat pentru firme din industrie

5.3.3. Adaptarea indicatorului Spc (Sistemul de evaluare a performanțelor angajaților în funcție de satisfacția clientului) și implementarea acestuia în industria auto

CONCLUZII

Bibliografie

METODA SIX SIGMA – ELEMENT IMPORTANT AL SUSTENABILITĂȚII. CERCETARE APLICATIVĂ ȘI CONTRIBUȚII ÎN INDUSTRIE ȘI SERVICII: ANALIZA IMPACTULUI ȘI CONEXIUNI DINTRE SATISFAȚIA ANGAJAȚILOR ȘI SATISFAȚIA CLIEȚILOR

REZUMAT

Filozofia oricărei firme centrată pe client ar trebui să fie clientul înainte de toate. Această strategie ar trebui să aibă la bază îmbunătățirea continuă atât a produselor, cât și a serviciilor pe care firma le oferă pe piață indiferent de domeniul în care acționează.¹

Ideea creării unui astfel de indicator a pornit de la una din lecțiile de economie, *Utilitatea economică*. Atunci când prezentam elevilor acest concept a venit vorba despre măsurarea utilității, care este de fapt satisfacția clientului. Utilitatea pentru a putea fi măsurată s-a introdus conceptul de unități de utilitate, acesta fiind doar un concept teoretic. De aici a pornit ideea creării unui indicator care să combine atât satisfacția clientului, cât și indicatorii clasici de eficiență economică.

Obiectul cercetării actuale îl reprezintă problematica creșterii insatisfacției clienților în urma interacțiunilor cu reprezentanții companiilor, element cu consecințe directe în scăderea numărului de clienți și implicit, reducerea performanțelor companiilor. Cauzele acestor rezultate, la nivel de firmă, rezultă din lipsa unor formări continue ale angajaților, stagnarea procesului de pregătire și astfel limitarea la activitatea de rutină desfășurată în cadrul societății.

Tema abordată în timpul cercetării doctorale este de actualitate deoarece, la nivel național și internațional, companiile identifică permanent noi modalități de creștere și dezvoltare sustenabilă a afacerilor.

¹ Ioan David Legman, Manuela Rozalia Gabor, *Increase economic efficiency by improving customer satisfaction*, articol în curs de publicare Universitatea Sapientia, Tg-Mureș, 2021

În **Capitolul 1** sunt incluse referiri la metoda **Six Sigma – concepte și evoluție teoretică și practică/aplicativă**, fiind prezentate evoluții conceptuale ale metodelor Six Sigma și Lean Six Sigma, adaptări și particularități ale acestora, precum și o analiză comparativă între ele. Capitolul conține și aspecte referitoare la sectorul terțiar, cu prezentarea particularităților, atât la nivel național cât și european.

Orice afacere poate fi îmbunătățită atâta timp cât există deschidere spre inovație și dezvoltare. Six Sigma a fost inventată în anii '80 de un inginer de la Motorola și anume Bill Smith. Acesta a identificat o corelare între complexitatea produsului, capabilitatea procesului și eșuarea sistemului.

Această metodă este un mod prin care se rezolvă problemele, iar în literatura de specialitate, se susține faptul că ar fi cea mai eficientă metodă de îmbunătățire a unei afaceri.

Putem spune că metoda Six Sigma urmărește să îi creeze clientului satisfacție și mai mult de atât urmărește să îi câștige loialitatea. Metoda se poate aplica în orice tip de organizații.

Modul prin care Six Sigma identifică problemele poartă denumirea DMAIC: definește, măsoară, analizează, implementează și controlează.²

Performanța Six Sigma este termenul statistic pentru un proces care produce 3 sau 4 defecte, dintr-un milion de posibile defecte.

Folosirea acestei metode urmărește îmbunătățirea performanțelor, începând de la venituri cât mai ridicate obținute cu costuri reduse care sunt vizate de orice organizație și continuând cu creșterea gradului de satisfacție al clienților. Mai mult de atât, se urmărește și o minimizare a defectelor.

Putem deduce faptul că *Six Sigma minimizează erorile și maximizează valoarea*. În orice afacere, unul dintre principalele obiective îl constituie reducerea costurilor.

Lean Six Sigma este un concept introdus de Michael George în anul 2002, în cartea *Lean Six Sigma*. El este un concept despre schimbare și îmbunătățire de procese, despre eliminarea și reducerea variației proceselor.³ Introducerea lui a dus la o scădere a costului și o

² Alan Larson, *Demystifying Six Sigma*, American Management Association, New York, 2003, p. 44

³ Randy K. Kesterson, *The Intersection of Change Management and Lean Six Sigma*, Ed. CRC Press, USA, 2018, p. 30

creștere a profitabilității. Schimbarea unui proces, aproape întotdeauna, cere o schimbare a ceea ce fac oamenii și CUM anume se realizează. De reținut că tot acest proces implică persoane/angajați/etc.

Deși argumentele pro privind eficiența acestor metode sunt foarte multe, există și păreri care susțin că aceste metode, Six Sigma și Lean Six Sigma, ignoră factorul uman.

Lean Six Sigma este o tehnică care îmbunătățește productivitatea și crește valoarea, aducând îmbunătățiri, atât în ceea ce privește satisfacția clienților, nivelul prețului, calitate și alte aspecte importante.

În *Capitolul 2 Satisfacția clientului element de bază al creșterii și dezvoltării unei companii* este prezentat conceptul de *Satisfacție a clienților*, ca element de bază a dezvoltării activității. Este analizată balanța între satisfacția clienților și eficiența angajaților, concepte care au stat la baza cercetărilor aplicative din teză. Tot în acest capitol e descris și *Sistemul de evaluare a performanțelor angajaților în funcție de satisfacția clienților*, modul de aplicare și elementele componente. Acest concept, construcție proprie a stat la baza cercetărilor aplicative din Capitolul 5, evidențiind necesitatea aplicării unor elemente inovative pe piață, care să realizeze legătura între indicatorii economici și opiniile clienților, pentru că la baza derulării activității economice satisfacția clientului ar trebui să fie primordială.

Ideea acestui indicator, vine să creeze un sistem în cadrul căruia fiecare angajat să devină responsabil de acțiunile sale.

Formula de calcul a indicatorului se prezintă sub forma:

$$Spc = \frac{WmL * Maps}{Cha * t} * \frac{\sum c}{1000}$$

Scopul principal al întreprinzătorului nu trebuie să fie doar obținerea profitului, el trebuie să înțeleagă că o activitate economică sustenabilă presupune mai mult decât atât.

Prin prezenta teză propun alături de indicatorul Spc și o metodă inovativă, **metoda ITA**, ambele elemente fiind părți componente ale programului SIM. Această metodă presupune instruirea, testarea și aplicarea cunoștințelor acumulate de către angajați în urma procesului de formare continuă derulat.

Metoda propusă are la bază funcțiile managementului. Pentru prima dată în 1916 Henry Fayol formulează funcțiile ca însușiri esențiale ale activității de conducere: prevedere, organizare, comandă, coordonare și control.

Este important ca obiectivele organizației să fie compatibile cu obiectivele individuale. Pentru aceasta este necesar ca managerul, înainte de a iniția o acțiune, să stabilească, să înțeleagă și să prezinte cu claritate obiectivele.

Obiectivul principal al metodei ITA poate fi considerat creșterea și dezvoltarea activității economice. Pentru aceasta au fost operaționalizate mai multe obiective.

Prima componentă a metodei ITA este funcția de instruire. În literatura de specialitate acest element mai este cunoscut sub denumirea de training. Această instruire permite persoanei să găsească soluții la activitățile pe care le desfășoară și să realizeze o schimbare a acesteia în mod voit.

Instruirea angajaților în cercetarea doctorală s-a efectuat atât prin prezentări cât și prin seminarii. În această instruire s-au folosit atât dispozitivele clasice pentru a transmite informația într-un mod cât mai eficient, spre exemplu fișe de lucru, prezentări PPT, laptopul, cât și dispozitive cum ar fi ochelari de realitate virtuală VR-BOX v 2.0.

Al doilea element al metodei ITA este testarea. Activitățile pe care angajații le desfășoară, ar trebui să rezolve problemele. Pentru a vedea gradul de pregătire al angajaților în rezolvarea unei probleme este nevoie de o testare. Acesta presupune evaluarea angajaților, adică măsurarea și aprecierea cantitativă a efectelor instruirii.⁴ Cu alte cuvinte, în etapa de testare se poate observa dacă angajatul respectiv este potrivit pentru poziția respectivă în cadrul firmei.

Testarea angajaților pune în evidență volumul de cunoștințe pe care angajații îl dețin după o perioadă de pregătire. Etapa de testare presupune realizarea unor teste cu posibilitatea de rezolvare atât fizic, cât și online. După această etapă de testare au loc discuții libere cu fiecare participant la testare, în urma cărora angajații vor primi feedback-uri.

În Capitolul 3, Evaluarea satisfacției clientului parte integrantă a managementului calității-propunerea unui nou indicator, e prezentată satisfacția clientului, ca parte

⁴ Volker Gadenne, *Theorie und Erfahrung in der psychologischen Forschung*, Mohr, Tübingen, 1984

integrantă a indicatorului Spc, precum și procesul comunicațional și efectul său asupra relațiilor cu clientul.

Multe companii consideră că o rată scăzută a reclamațiilor primite asigură un grad ridicat de satisfacție a clientului, ceea ce este o percepție greșită. La nivel managerial, se evită de multe ori folosirea termenului *reclamație*.

Într-o economie de piață în care clientul devine uneori suprasaturat de ofertele de pe piață, capacitatea de a păstra clientul a revenit în atenția multor analize de specialitate. Firmele continuă să caute creșterea economică sustenabilă a vânzărilor și a profitului, întărind relațiile cu actualii clienți printr-o extindere a loializării clientului.⁵

Reclamațiile clienților nu sunt altceva decât o expresie a nemulțumirilor, ce poate fi exprimată atât verbal, cât și în scris. Aceste reclamații pot fi individuale sau colective (ca de exemplu în cazul poluărilor). Reclamațiile se pot adresa direct firmei în cauză, sau uneori se pot adresa în mod indirect companiei printr-o instituție specializată în aceste demersuri. Clienții folosesc aceste reclamații pentru a obține despăgubiri.

Prin faptul că EWOM ca formă electronică de comunicare orală presupune interacțiunea de cele mai multe ori, prin cuvinte scrise, este discutabil de ce nu e încadrată la comunicarea scrisă sau mai exact la comunicarea electronică scrisă. Comunicarea scrisă folosește cuvântul scris.⁶ Atunci când clientul folosește acest mod de comunicare, el practic transmite informațiile în format electronic, care cel mai adesea se concretizează în mesaje scrise, ce iau forma unor feedback-uri. În al doilea rând, firmele pun la dispoziția clienților aceste metode de exprimare a feedback-ului atât în cazul unor achiziții, cât și de exprimare cu privire la o viitoare achiziție prin chaturile deschise pe site-ul firmei, și în aceste cazuri metoda folosită este cea scrisă.

În concluzie consider că această formă de comunicare electronică scrisă ar fi mai potrivită sub forma EWOH(Electronic Word Of Hand).

În **Capitolul 4, Six Sigma element important în sustenabilitatea performanței din industrie, cercetare aplicativă/empirică**, este prezentat modul în care metoda Six Sigma este un model de creștere sustenabilă a performanțelor economice la nivel de companie. Metoda

⁵ Bernd Stauss, *Effective Complaint Management, The Business Case for Customer Satisfaction*, Ed. Springer, 2019, Switzerland, p. 6

⁶ Blaga Petruța, *Management general și industrial*, Ed. Petru Maior, Tg-Mureș, 2006, p. 120

Six Sigma fiind conceptul care a stat la baza constituirii indicatorului Spc folosit în Capitolul 5.

Metoda Six Sigma a fost implementată pe piață în cadrul unor companii fără ca acestea să-și fi dat seama de acest fapt. În Capitolul 4 este analizat un asemenea caz în care o companie din industria alimentară a dezvoltat un model de creștere a sustenabilității economice introducând un element inovator pe piață, care s-a concretizat atât în creșterea profitului cât și în reducerea costurilor.

În *Capitolul 5, Contribuții conceptuale privind soluțiile de îmbunătățire a performanțelor economice în industrie prin implementarea indicatorului Spc cu ajutorul tehnologiei Augmented Reality*, este prezentată tehnologia AR, ca metodă de învățare-adaptare pentru sectorul industrial și servicii. Acest capitol conține aspecte referitoare la modul de aplicare al tehnologiei AR, în vederea îmbunătățirii implementării indicatorului Spc și în alte sectoare. În partea a doua a capitolului, se prezintă analiza și interpretarea rezultatelor cercetării, folosindu-se ca metodă de bază analiza-diagnoza. În acest capitol, s-a realizat dezvoltarea și completarea programului SIM, fiind propus la final programul SIAR, evidențiind importanța inovației în activitatea companiilor pe piață.

Teza se finalizează cu concluziile obținute în urma cercetărilor aplicative realizate, sunt precizate contribuțiile personale și se precizează direcțiile viitoare de cercetare.

Teza conține și Anexe ce prezintă informații detaliate referitoare la modul de calcul, măsurătorile și simulările efectuate prin aplicarea indicatorului Spc.

Pe viitor aş dori să efectuez cercetări la nivel internațional, pentru a vedea aplicabilitatea acestui indicator în alte țări, unde percepția angajaților față de clienți este diferită. De asemenea, interesant ar fi și o comparație între aplicarea indicatorului Spc într-o firmă din România și o firmă din străinătate.

BIBLIOGRAFIE

1. Albulescu Ion, *Sinteze de pedagogie generală*, Ed. Didactica Publishing House, București, 2020
2. Alecu Ciprian, Gherasim Ovidiu, *Metode și tehnici utilizate în Managementul organizației*, Ed. Pro Universitaria, București, 2015
3. Allen Penny, Bonazzi Christophe, Gee David, *Sustainable development*, 2001. In: Penny P, Bonazzi C, Gee D (eds) *Metaphors for change—partnership, tools and civic action for sustainability*. Greenleaf Publishing Limited, Sheffield
4. Amedeo Istocescu, *Management comparat*, Ed. ASE, 2006
5. Androniceanu Armenia, Mihalcea Radu, *Management*, Ed. Economică, București, 2000
6. Angelescu Coralia, *Economie, ediția a V-a*, ed. Economică, București, 2000
7. Anghel Maria, *Economie*, Ed. Niculescu, București, 2001
8. Anghelache Constantin, *România 2011 “Starea economică a României în malaxoarul crizei”*, Ed. Economică, București, 2011
9. Apostol P. Gheorghe, *Economie politică*, Ed. Didactică și pedagogică, București, 1985
10. Armin Trost, *Human Resources Strategies*, Ed. Springer, SW, 2020
11. Bergman Bo, Klefsjo Bengt, *Quality From Customer Needs to Customer Satisfaction*, Ed. Studentlitteratur, Hungary, 2010
12. Bîrsan Jullia, *Immersive education in smart educational buildings*, The International Scientific Conference eLearning and Software for Education; Bucharest, Vol. 2, 2020
13. Blaga Petruța, Ardelean Flavia, *Economia întreprinderii*, Ed. Petru Maior, Tg-Mureș, 2005
14. Blaga Petruța, *Economia ramurilor*, Ed. Petru Maior, Tg-Mureș, 2005
15. Blaga Petruța, *Logistică*, Ed. Petru Maior, Tg-Mureș, 2010
16. Blaga Petruța, *Management general și industrial*, Ed. Petru Maior, Tg-Mureș, 2006
17. Blaga Petruța, *Management general*, Ed. Petru Maior, Tg-Mureș, 2008
18. Blaga Petruța, *Managementul calității*, Ed Universitatea Petru Maior, Tg-Mureș, 2009
19. Bloom Daniel, *The Field Guide to Achieving HR Excellence through Six Sigma*, Ed. CRC Press, NW, 2016

20. Bruce Williams, DeCarlo Neil, *Six Sigma for Dummies*, Wiley Publishing, Inc., Indiana, US, 2005
21. Burgess Peter, *Integrating the Packaging and Product Experience in Food and Beverages*, Ed. Elsevier, MA, USA, 2016
22. Burja Vasile, *Didactica Științelor Economice*, Ed. Irecson, București, 2006
23. Butscher A. Stephen, *Customer loyalty programmes and clubs*, 2nd edn. Routledge, London, 2016
24. Carroll T. Charles, *Six Sigma for Powerful Improvement*, Ed. CRC Press, NW, 2013
25. Cava Roberta, *Comunicarea cu oamenii dificili*, Ed. Curtea Veche, București, 2012
26. Cerdin Jean Luc, Peretti Jean Marie, *The Success of Apprenticeships*, Ed. Wiley, NJ, 2020
27. Chiru Irene, *Comunicarea interpersonală*, Ed. Tritonic, București, 2003
28. Chris Daffy, *Client o dată, client mereu: cum să oferi servicii care îți fidelizează clienții*, Ed. Publica, București, 2008
29. Coase Ronald, *The nature of the firm*, Ed. Economică Vol. 4, 1937
30. Colander C. David, *Microeconomics 9th edition*, Ed. McGraw-Hill/Irvin, 2013
31. Cook J. Kenneth, *Planificarea strategică pentru întreprinderi mici*, Ed. Teora, București, 1994
32. Cucoș Constantin, *Psihopedagogie*, Ed. Polirom, București, 2005
33. Dalotă Marius-Dan, *Analiză microeconomică*, Ed. Orizonturi Universitare, Timișoara, 2003
34. Didier Michel, *Economia: Regulile jocului*, Ed. Humanitas, București, 1992
35. Dijmărescu Ion, *Managementul și Neteconomia*, Ed. Lumina Lex, București, 2001
36. Dimitriu Sorin, Popescu Nela, *Analiza deciziilor*, Ed. Matrix Rom, București, 2004
37. Dinga Emil, *Studii de teorie și modelare economică*, Ed. Academiei Române, București, 2018
38. Dobrotă Niță, *ABC-ul Economiei de piață moderne*, Ed. Casa de editură și presă "Viața românească", București 1991
39. Dobrotă Niță, *Economie ASE*, Ed. Economică, 2000
40. Dobrotă Niță, *Economie politică – o tratare unitară a problemelor vitale ale oamenilor*, Ed. Economică, București, 1997
41. Dobrotă Niță, *Economie politică*, Ed. Economică, București, 1995
42. Drăgoiu Carpen Gina, *Ghid practic de economie*, Ed Paralela 45, Pitești, 2015

43. Drucker Peter F., *Despre decizie și eficacitate*, Ed. MeteorPress, București, 2007
44. Drucker Peter F., *Innovation and Entrepreneurship*, Ed. Elsevier, Oxford, UK, 2007
45. Drucker Peter F., *Managementul strategic*, Ed. Teora, București, 2001
46. Drucker Peter F., *The Essential Drucker*, Ed. Meteor Press, București, 2010
47. Duckworth A. Holly, Hoffmeier Andrea, *A Six Sigma Approach to Sustainability*, Ed. CRC Press, NW, 2016
48. Duță Florin, *Motivația economică*, Ed. Economica, București, 1999
49. Enache Constantin, Mecu Constantin, *Economie politică*, Ed. Fundația România de mâine, București, 2009
50. Fader S. Peter, *Customer centricity: focus on the right customers for strategic advantage*, Wharton Digital Press, Philadelphia, 2012
51. Fayol Henri, *General and Industrial Management*, London, 1984 disponibil online la <https://www.jstor.org/stable/258475?seq=1>
52. Fisher D. Cynthia, *Human Resources Management*, New Jersey, 1996
53. Frank H. Robert, *Microeconomics and Behavior*, Ed. McGraw-Hill Irwin, NY, 2008
54. Gabor Manuela Rozalia, *Analiza și inferența statistică a datelor de marketing*, Ed. C.H. Beck, 2016
55. Gabor Manuela Rozalia, *Comportamentul consumatorului*, Ed. Universității Petru Maior, Tg-Mureș, 2011
56. Gabor Manuela Rozalia, Oltean Flavia Dana, *Economia comerțului și turismului*, Ed. Petru Maior Tg-Mureș, 2015
57. Gabor Manuela Rozalia, *Prospectarea pieței prin metoda statistică*, Ed. C.H. Beck, București, 2013
58. Gadenne Volker, *Theorie und Erfahrung in der psychologischen Forschung*, Mohr, Tübingen, 1984
59. Gheorghiu Alexandru, *Analiză economico-financiară la nivel microeconomic*, Ed. Economică, București, 2004
60. Goffee Rob, Jones Gareth, *Why should anyone be led by you? What takes to be an authentic leader*, Harvard Business School Press, Boston, 2006
61. Gogoneață Constantin, Gogoneață Basarab, *Microeconomie*, Ed. Economică, București, 1999
62. Hill Nigel, *Customer satisfaction*, Ed. Cogent, London, 2007
63. Jinga Ion, *Bazele managementului educațional*, Ed. ASE, București, 2009

64. Jivan Alexandru, *Managementul serviciilor*, Editura de Vest, Timișoara, 1998
65. Johns Gary, *Comportament organizațional*, Ed. Economică, București, 1998
66. Jones Peter, Robinson Peter, *Operations Management*, Ed. Oxford University Press, UK, 2012
67. Jula Dorin, *Microeconomie*, Ed. Mustang, București, 2008
68. Kahneman Daniel, Amos Tversky, *Choices, Values, and Frames*, 1983, disponibil online pe <http://web.missouri.edu/~segerti/capstone/choicesvalues.pdf>
69. Kahneman Daniel, *Gândire rapidă, gândire lentă*, Ed. Publica, București, 2012
70. Keki Bhote, *Ultimate Six Sigma: Beyond Quality Experience*, Ed. Anacom, 2001
71. Kesterson K. Randy , *The Intersection of Change Management and Lean Six Sigma*, Ed. CRC Press, USA, 2018
72. Kotter John, *Ce fac liderii cu adevărat*, Ed. Meteor Press, București, 2008
73. Kruger Franziska, *The Influence of Culture and Personality on Customer Satisfaction*, Ed. Springer Gabler, 2016
74. Larson Alan, *Demystifying Six Sigma*, American Management Association, New York, 2003
75. Linda Daniela, *New Perspectives on Virtual and Augmented Reality*, Ed. Routledge, New York, 2020
76. Livy Brzan, *Corporate Personnel Management*, London, Pitman Publishing, 1988
77. Lunt Peter Kenneth, Livingstone Sonia, *Mass consumption and personal identity: everyday economic experience*, Ed. Open University Press, Pennsylvania, 1992
78. McConnell R. Campbell, *Microeconomics, Principles, Problems and Policies*, Ed. McGraw Hill Education, Ny, 2015
79. Mehrabian Albert, Russell A. James, *An approach to environmental psychology*, Ed. MIT Press, Massachusetts, 1974
80. Mihăilescu Savel, *Memorator de Economie*, Booklet, București, 2013
81. Mihuț Ioan, *Euromanagement*, Ed. Economică, București 2002
82. Militaru Gheorghe, *Comportament organizațional*, Ed. Economică, București, 2005
83. Mockler Robert, *Management Strategic Multinational*, Ed. Economică, București, 2001
84. Moldovan Liviu, *Managementul activităților de logistică*, Ed. “Petru Maior” University Press, Tg-Mureș, 2014

85. Moldovan Liviu, *Managementul aprovizionării*, Ed. Universității Petru Maior, Tg-Mureș, 2014
86. Moldovan Liviu, *Managementul calității*, Ed. Universitatea Petru Maior, Tg-Mureș, 2008
87. Moldovan Liviu, *Metode de analiză și evaluare a calității*, Ed. Universității Petru Maior, Tg-Mureș, 2011
88. Moldoveanu George, Dobrin Cosmin, *Management operațional*, Ed. Pro Universitaria, București, 2016
89. Moldoveanu Maria, Dobrescu Emilian, *Știința afacerilor*, Ed. Expert, București 1995
90. Murphy A. Herta, Hildebrandt W. Herbert, *Effective Business Communications*, Ed. McGRAW- HILL, Singapore, 1991
91. Nedelcu Monica, Bâgu Constantin, *Managementul producției*, Ed. ASE, București, 2017
92. Nelson Bruce, Sproull Bob, *The Critical Methodology for Theory of Constraints, Lean, and Six Sigma*, Ed. CRC Press, NW, 2016
93. Newton Richard, *Managementul schimbării*, Ed. ALL, București, 2009
94. Nicolescu Ovidiu, Verboncu Ion, *Management*, Ed. Economică, București, 1997
95. Nicolescu Ovidiu, Verboncu Ion, *Managementul pe baza centrelor de profit*, Ed. Tribuna Economică, București, 1998
96. Nicolescu Ovidiu, Verboncu Ion, *Metodologii manageriale*, Ed. Universitară, București, 2008
97. Noel Kapferer Jean, *The New Strategic Brand Management*, Ed. Kogan Page, London, UK, 2008
98. Nuțiu Emil, *Tehnologii de montaj*, Ed. Universitatea Petru Maior, Tg-Mureș, 2001
99. Olariu Cornel, *Conducerea întreprinderii prin costuri*, Ed. Facla, București, 1975
100. PaminCa, *The Essential Guide to Mystery Shopping*, California, 2009
101. Petelean Adrian, *Principiile managementului modern*, Ed. Dacia, Cluj-Napoca, 2004
102. Plenert Gerhard, *Strategic Excellence in the Architecture, Engineering and Construction Industries*, Ed. Routledge, USA, 2018
103. Porter Michael, *Despre concurență*, Ed. Meteor Press, București, 2008
104. Potolea Dan, *Pregătire Psihopedagogică*, Ed. Polirom, București, 2008

105. Prahoveanu Eugen, *Economie politică – Fundamente de teorie economică*, Ed. Eficient, București, 1997
106. Ringlstetter Stephan Kaiser, , *Strategic management of Professional Service Firms*, Ed. Springer, Ny, 2011
107. Roatis Florian, *Economie – Sinteze și comentarii de texte*, Ed. Polirom, Iași 1998
108. Ronald G. Capelle, *Optimizing Organization Design*, Ed. Jossey-Bass, San Francisco, 2014
109. Rovinaru Flavius, *Economie politică – Sistematizări și aplicații*, Ed. Risoprint, Cluj-Napoca, 2003
110. Schmidpete Renner, *The Future of the UN Sustainable Development Goals*, Ed. Springer, London Uk., 2020
111. Sebastian Kaiser, *Sustainable Event Management*, Ed. Tirol, Kufstein, 2010
112. Șerban Doina, *Marketing*, Ed. Printech, București, 2008
113. Simionescu Aurelian, *Manual de inginerie economică*, Ed. Dacia, Cluj-Napoca, 2002
114. Siskos Yannis, *Customer Satisfaction Evaluation*, Ed. Springer, New York, 2010
115. Stan Vasile, *Falimentarea economiei naționale*, Ed. Saeculum Vizual, București 2009
116. Stauss Bernd, *Effective Complaint Management, The Business Case for Customer Satisfaction*, Ed. Springer, 2019, Swizerland
117. Ștefănescu Florica, *Dezvoltare durabilă și calitatea vieții*, Ed. Universității din Oradea, Oradea, 2007
118. Tanzer Oliver, *Lilith și demonii capitalului*, Ed. Publica, București, 2017
119. Tetteh G. Edem, *Lean Six Sigma Approaches in Manufacturing, Services and Production*, Ed. IGI Global, 2015
120. Thaler H. Richard, *Comportament inadecvat*, Ed. Publica, București, 2015
121. Vâlceanu Gheorghe, Robu Vasile, Georgescu Nicolae, *Analiză economico-financiară*, Ed. Economică, București, 2005
122. Von Mises Ludwig, *Acțiunea umană-tratat de teorie economică*, Ed Henry Regnery, Chicago, 1966
123. Von Weizsacker Ernst, *Factor Four, Doubling Wealth- Halving Resource Use*, New York, 2006
124. Weiss Dimitri, *Les Ressources Humaines*, Paris, Editions d'Organisation, 1999
125. Williamson E. Oliver, *Markets and hierarchies: Analysis and antitrust implications*, New York: The Free Press, 1975

Legislație

1. Centrul European al Consumatorilor din România, *Directiva privind serviciile*, disponibil online pe <http://www.eccromania.ro/teme-ecc/directiva-privind-serviciile/>
2. Economist Intelligence Unit, *The 2007 e-readiness rankings*, disponibil online la https://graphics.eiu.com/files/ad_pdfs/2007Ereadiness_Ranking_WP.pdf
3. OECD, OECD updates G20 summit on outlook for global economy, disponibil online pe <http://www.oecd.org/newsroom/oecd-updates-g20-summit-on-outlook-for-global-economy.htm>
4. UN Document, *Our Common Future*, 1987, disponibil online la <http://www.un-documents.net/ocf-03.htm#IV>

Articole de specialitate

- ✓ Andaleeb S. Syed, *The trust concept: Research issues for channel distribution*. In J. N. Shteh Ed., *Research in marketing*, Greenwich, CT: Jai Press, Vol. 11, 1992
- ✓ Andersen Poul Houman, Kumar Rajesh, *Emotions, trust and relationship development in business relationships: A conceptual model for buyer-seller dyads*, *Industrial Marketing Management*, Vol. 35, Nr. 4, 2006
- ✓ Anderson C. James, Narus A. James, *A model of distributor firm and manufacturer firm working partnership*. *Journal of Marketing*, Vol. 54(ianuarie), 1990
- ✓ Anderson Erin, Weitz Barton, *Determinants of continuity in conventional industrial channel dyads*. *Marketing Science*, Vol. 8(Fall), Nr. 4, 1989
- ✓ Babin J. Barrz, Darden R. William, Griffin Mitch, *Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value*, *Journal of Consumer Research*, 1994, disponibil online pe <https://academic.oup.com/jcr/article-abstract/20/4/644/1798609?redirectedFrom=fulltext>
- ✓ Backstrom Kristina, *Understanding Recreational Shopping: A new approach*, *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 2006, disponibil online la <https://portal.research.lu.se/portal/en/publications/understanding->

recreational-shopping-a-new-approach(d7a2de6c-331e-4b0c-b23f-106706773333).html

- ✓ Benko Hrvoje, Jota Ricardo, Wilson Andrew, *MirageTable: freehand interaction on a projected augmented reality tabletop*, 2012 In: Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems (CHI 12), ACM, New York, NY, USA, pp 99208. doi:<http://dx.doi.org.am.e-nformation.ro/10.1145/2207676.2207704>
- ✓ Boone Laurence, *Coronavirus:the world economy at risk*, 2020, disponibil online pe <https://www.oecd.org/economic-outlook/#data>
- ✓ Boyd Joshua, *How to do an Effective Competitive Analysis*, 2019, disponibil online la <https://www.brandwatch.com/blog/competitive-analysis/>
- ✓ Chandrashekar Murali, Rotte N. Kristin, Tax S. Stephen S., Grewal Rajdeep, *Satisfaction strength and customer loyalty*, Journal of Marketing Research, Vol. 44, Nr. 1, 2007
- ✓ Chappelow Jim, *Purchasing Manager's Index*, 2020, disponibil online pe <https://www.investopedia.com/terms/p/pmi.asp>
- ✓ Chebat Jean-Charles, Morrin Maureen, *Colors and cultures exploring the effects of mall décor on consumer perceptions*, Journal of Business Research
- ✓ Chung Suwan, *Smart Facility Management Systems Utilizing Open BIM and Augmented/Virtual Reality*, 35th International Symposium on Automation and Robotics in Construction (ISARC 2018), Vol 35
- ✓ Crosby A. Lawrence, Evans R. Kenneth, Cowles Deborah, *Relationship quality in services selling: An interpersonal influence perspective*, Journal of Marketing, Vol. 54(July), 1990
- ✓ Darroch Jenny, *Knowledge management, innovation and firm performance*, Journal of knowledge management, Vol. 9, Nr. 3, 2005,
- ✓ Dholakia Ruby Roy, *Going shopping: key determinants of shopping behaviors and motivations*, International Journal of Retail & Distribution Management, 1999, disponibil online la <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09590559910268499/full/html>
- ✓ Farfan Barbara, *Amazon's Mission Statement*, 2019 disponibil online pe <https://www.thebalanceeveryday.com/amazon-mission-statement-4068548>
- ✓ Fletcher P. Keith, Peters D. Linda, *Trust and direct marketing environments: A consumer perspective*, Journal of Marketing Management, Vol. 13, 1997

- ✓ Giese L. Joan, Cote A. Joseph, *Defining Customer Satisfaction*, Academy of Marketing Science Review, Vol. 2000, Nr.1
 - ✓ Gijsbrechts Els, van Heerde J. Harald, Pauwels Koen, *Winners and losers in a major price war*. Journal of Marketing Research, Vol. 45(October), 2008
 - ✓ Gisbert Merce, Esteve Vanessa, Camacho Mar, *Delve into the deep: Learning potential in Metaverses and 3D worlds*, eLearning Papers, Vol. 25, 2011
 - ✓ Gnyawali R. Devi, Fan Weiguo, Penner James, *Competitive actions and dynamics in the digital age: An empirical investigation of social networking firms*. Information Systems Research, Vol 21, Nr.3, 2010
 - ✓ Grayson Kent, Ambler Tim, *The dark side of long-term relationships in marketing services*, Journal of Marketing Research, Vol. 36, 1999
 - ✓ Gurviez Patricia, *The trust concept in the brand-consumer relationship*. In J. Beràcs, A. Bauer, & J. Simon (Eds.), "Marketing for an expanding europe", Proceedings of the 25th EMAC Conference European Marketing Academy, Budapest ,Vol. I, 1996,
 - ✓ Heo Heeok, Joung Sunzoung, *Self-regulation strategies and technologies for adaptive learning management systems for web-based instruction*, 2004, accesat în April 6, 2019, from ERIC <https://files.eric.ed.gov/f>
 - ✓ Hussain Kramat, He Zhen, Ahmad Naveed, *Green, lean, Six Sigma barriers at a glance: A case from the construction sector of Pakistan*, Elsevier, Building and Environment, Vol. 161, 15 august 2019 disponibil online la <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0360132319304354>
 - ✓ Hyllegard H. Karen, Ogle Jenifer Paff, *Consumer response to exterior atmospherics at a university-branded merchandise store*, 2016, disponibil online la <https://link.springer.com/article/10.1186/s40691-016-0056-y>
 - ✓ Ikumapayi M. Omolayo, Akinlabi Ester, *Six Sigma versus lean manufacturing- An overview*, Proceedings, Vol. 26, Part. 2, 2020, p. 3275-3281 disponibil online la <https://www-sciencedirect-com.am.e-information.ro/science/article/pii/S2214785320324202#b0030>
- International Journal of Advance Research in Science and Engineering, Vol. 6, Feb. 2017
- ✓ Ismgilova Elvira, Slade Emma, *The Effect of Electronic Word of Mouth Communication on Intention to Buy: A Meta Analysis*, Sringer Link, 2020, disponibil online la <https://link.springer.com/article/10.1007/s10796-019-09924-y>

- ✓ Jackson Tim, *Motivating Sustainable Consumption: A Review of Evidence on Consumer Behaviour and Behavioural Change*, ResearchGate, 2005
- ✓ Jones O. Thomas, Sasser Jr. Earl, *Why Satisfied Customers Defect*, Harvard Business Review, 1995 disponibil online la <https://hbr.org/1995/11/why-satisfied-customers-defect>
- ✓ Kaswan Mahender Singh, Rathi Rajeev, *Analysis and modeling the enablers of Green Lean Six Sigma implementation using Interpretive Structural Modeling*, Elsevier, J. Clean. Prod., 231 (2019), p. 1182-1191 disponibil online la <https://www-sciencedirect-com.am.e-nformation.ro/science/article/pii/S0959652619317895>
- ✓ Katarzyna, *Competition analysis: definition, objective, scope and the most common mistakes*, disponibil online pe <https://www.pmrmarketexperts.com/en/competition-analysis-definition-scope/>
- ✓ Lee Yen Nee, *7 charts show how the coronavirus pandemic has hit the global economy*, 2020, disponibil online la <https://www.cnbc.com/2020/04/24/coronavirus-pandemics-impact-on-the-global-economy-in-7-charts.html>
- ✓ Legman Ioan David, Blaga Petruța, (2019), *Six Sigma Method Important Element of Sustainability*. Acta Marisiensis, Seria Oeconomica, vol. 13 (1), pp. 37-68, DOI: <https://doi.org/10.2478/amso-2019-0003>, <https://sciendo.com/article/10.2478/amso-2019-0003>
- ✓ Legman Ioan David, Gabor Manuela Rozalia, (2021), *Increase economic efficiency by improving customer satisfaction*, Acta Sapientia. Seria Philologica (in press). 15th International Conference on Economics and Business, [http://csik.sapientia.ro/data/Program%20 %20Final.docx](http://csik.sapientia.ro/data/Program%20%20Final.docx)
- ✓ Legman Ioan-David, Gabor Manuela-Rozalia, *New Optimization Technique for Sustainable Manufacturing: the Implementation of the Spc Indicator as Important Element of Satisfaction Measurement*, Presented at the 14th International Conference INTER-ENG 2020 Interdisciplinarity in Engineering, 8-9 October 2020. *Proceedings* Vol.63(1), 4, MDPI, <https://doi.org/10.3390/proceedings2020063004>, <https://www.mdpi.com/2504-3900/63/1/4>
- ✓ Legman Ioan David; Gabor Manuela Rozalia, (2020). *Augmented Reality technology - a sustainable element for Industry 4.0*. Acta Marisiensis. Seria Oeconomica, vol. 14(2), pp. 9-18, DOI: <https://doi.org/10.2478/amso-2020-0008>, <https://sciendo.com/article/10.2478/amso-2020-0008>

- ✓ Legman DI; Gabor M.R. (2020), *Increase company sustainability by improving customer satisfaction*, The Doctoral School of I.O.S.U.D. of George Emil Palade University of Medicine, Pharmacy, Sciences and Technology of Târgu-Mureș, The 13th PhD Students Conference 2020 UMFST Tg-Mureș.
- ✓ Moldovan Liviu, *Buletin Științific*, Ed. Universitatea Petru Maior, Tg-Mureș, 2000-2001
- ✓ Moorman Christine, Deshpandè Rohit, Zaltman Gerald, *Factors affecting trust in market research relationship*, Journal of Marketing, Vol. 57(ianuarie), 1993
- ✓ Moorman Christine, Zaltman Gerald, Deshpandè Rohit, *Relationships between providers and users of market research: The dynamics of trust within and between organizations*, Journal of Marketing Research, Vol. 29(august), 1992
- ✓ Morgeson V. Forrest, Mithas Sunil, Keiningham L. Timothy, Aksoy Lerzan, *An Investigation of the Cross-National Determinants of Customer Satisfaction*, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 39, 2011
- ✓ News RX, *Computing; Investigators at National Taiwan Normal University Detail Findings in Computing (Using Augmented Reality To Experiment With Elements In a Chemistry Course)*
- ✓ Oh Hyunjoo, Petrie Jenny, *How to storefront window displays influence entering decisions of clothing stores*, Journal of Retailing and Consumer Services, p. 27-35 disponibil online la https://econpapers.repec.org/article/eeejoreco/v_3a19_3ay_3a2012_3ai_3a1_3ap_3a27-35.htm
- ✓ Pai Bhale G. Niraj, *Six Sigma in Service: Insights from Hospitality Industry*, International Journal of Advance Research in Science and Engineering, Vol. 6, Feb. 2017
- ✓ Parasuraman A., Zeithaml A. Valarie, L. Berry L. Leonard, *SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality*, Journal of Retailing(Spring), 1989
- ✓ Pârvu Iuliana, *Managementul serviciilor*, disponibil online la https://sjsect.spiruharet.ro/images/secretariat/secsjsect/biblioteca_virtuala_management/sinteze_si_intrebari_orientative/2015-2016/an_3_man_2015-

- ✓ Riva Giuseppe, Mantovani Fabrizia, Capideville Claret Samantha, Preziosa Alessandra, Morganti Francesca, Villani Daniela, Alcañiz Mariano, *Affective interactions using virtual reality: The link between presence and emotions*, CyberPsychology & Behavior, 10(1). doi:10.1089/ cpb.2006.9993, 2007, accesat la 1 septembrie 2019
- ✓ Sabin Nicolae, *Cercetările de tip “clientul misterios” –Repere ale evoluției marketingului modern*, Revistă de Marketing Online, Vol.2, Nr. 1
- ✓ Saxon David , *In praise of Lord Kelvin*, 17 decembrie 2007, disponibil online pe <https://physicsworld.com/a/in-praise-of-lord-kelvin/>
- ✓ Seal Alan, *Top 7 Augmented Reality Statistics for 2020*, 2020 disponibil la <https://www.vxchnge.com/blog/augmented-reality-statistics>
- ✓ Segovia Daniel, Mendoza Miguel, Gonzalez Eduardo, *Augmented Reality as a Tool for Production and Quality Monitoring*., 2015 International Conference on Virtual and Augmented Reality in Education
- ✓ Shurr H. Paul, Ozanne L. Julie, *Influence on exchange processes: Buyer’s preconceptions of a seller’s trustworthiness and bargaining toughness*, Journal of Consumer Research, Vol. 11(March), 1985
- ✓ Srinivasan Shuba, Hanssens M. Dominique, *Marketing and firm value: Metrics, methods, findings, and future directions*, Journal of Marketing research, Vol. 46, Nr. 3, 2009
- ✓ Tauber M. Edward, *Why do people shop*, Journal of Marketing, 1972, disponibil online la https://www.researchgate.net/publication/248439623_Why_do_people_shop_Journal_of_Marketing
- ✓ Thomas J. Andrew, *Implementing Lean Six Sigma to overcome the production challenges in an aerospace company* Prod. Plan. Control, 27 (7) (2016), p. 591-603, disponibil online la <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09537287.2016.1165300>
- ✓ Vrontis Demetris, Thrassou Alkis, *A new conceptual framework for businessconsumer relationships*, Marketing Intelligence & Planning, Vol. 25, Nr. 7, 2007

- ✓ Wang Fu-Kwun, Yen Ching-Tan, Chu Tao-Peng, *Using the design for Six Sigma approach with TRIZ for new product development*, Elsevier, Vol. 98, Aug. 2016, p. 522-530 disponibil online la <https://www.sciencedirect.com.am.e-nformation.ro/science/article/pii/S0360835216302091>
- ✓ Westlake Jonathan, *Exploring the potential of using augmented reality and virtual reality for STEM education*, 2019. In Learning Technology for Education Challenges: 8th International Workshop, LTEC 2019, July 15–18, 2019, Proceedings (p. 36). Zamora, Spain: Springer.
- ✓ Wu Juhua, Ding Fang, Xu Meng, Mo Zan, Anran Jin Zan, *Investigating the Determinants of Decision-Making on Adoption of Public Cloud Computing in E-government*, Journal of Global Information Management, Vol. 24, Nr. 3, 2016, p. 71–89. doi:10.4018/JGIM.2016070104
- ✓ Yang Hailan, Morgan Stephen, *The Strategies of China's Firms*, Elsevier, 2015, disponibil online la https://books.google.ro/books?hl=en&lr=&id=b8kHBgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&ots=2ORXE_uCCU&sig=Hv72HgSB6Y7MOovlWV0WtJ4koUI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- ✓ Yen Chih-Lun, Tang Chun-Hung, *Hotel attribute performance, eWOM motivations and media choice*, Science Direct, International Journal of Hospitality Management, Vol. 46, Aprilie 2015, disponibil online la https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431915000043?casa_token=5ePObXECORsAAAAA:tWm5DN0TLsHPZqsa8GI-3MgYJoNdfxM-6KaLp0R--w_ZzlJKFsNlvF2SAHxXwWkdX2upGrDXPY
- ✓ Yim (Bennett) Chi Kin, Tse David Kwai Che, Chan Kimmy Wa, *Strengthening customer loyalty through intimacy and passion: Roles of customer–firm affection and customer– staff relationships in services*, Journal of Marketing Research, Vol. 45, Nr. 6, 2008
- ✓ Young Robin, *The Future of Artificial Intelligence in Orthopaedics*: disponibil online la <https://ryortho.com/2019/04/the-future-of-artificial-intelligence-in-orthopedics/>, 2019, Aprilie 2020
- ✓ Zainal Nur Thara Atikah, Harun Amran, *Examining mediating effect of attitude towards electronic words-of mouth (eWOM) on the relation between the trust in eWOM source and intention to follow eWOM among Malaysian travellers*, Science

Direct, Asia Pacific Management Review, Vol. 22, No. 1, Martie 2017, disponibil online la <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1029313215301305>

- ✓ Zeithaml A. Valarie, Parasuraman A., Berry L. Leonard, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*, NY, Ed. The Free Press, 1990
- ✓ Zeki Semir, Bartels Andreas, (2006, August). *The temporal order of binding visual attributes*, august 2006, Vision Research, 46(14), 2280–2286. accesat la Septembrie 1, 2019, disponibil online la www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0042698905005997
- ✓ Ziegele Marc, *Example, please! Comparing the effects of single customer reviews and aggregate review scores on online shoppers' product evaluations*, Wiley Online Library, 27 Noiembrie 2014, disponibil online la https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/cb.1503?casa_token=kRX5fYjQax0AAAAA%3A98dgF_TwYQGtso2xAs2CyRtUcd54U3P8BD528TXCTrVXfZT1bxt6-jz9XuDJ20QjPj1dOH6X8IPnKyqX

Resurse electronice

1. Anuarul Statistic al României 2015
2. Eurostat
3. <http://doingbusiness.ro/financiar/raport/956874/>
4. <http://publications.europa.eu/webpub/com/general-report-2016/ro/#chapter5>
5. ISSN
6. PwC, *The VR Advantage: How virtual reality is redefining soft skills training*, 2020, disponibil online pe <https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/technology/emerging-technology/vr-study-2020.html>
7. Școlile viitorului care folosesc puterea realității virtuale și augmentate pentru educația și instruirea în clasă, Erasmus+, Ghidul profesorului pentru utilizarea realității virtuale în educația școlară, 2018, disponibil online la https://www.vr-school.eu/uploads/io2/RO/Module%206_Pregatirea%20Orei_RO.pdf

8. <https://www.stiucum.com/management/managementul-calitatii/Definirea-calitatii71918.php>