

Reproducerea integrală sau parțială a textului cărții, prin orice mijloace, fără acordul autorilor și al editurii, este interzisă.

Seria ȘTIINȚE SOCIALE

Editura Aeternitas este acreditată CNCSIS, cod 18.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

MARINA, LUCIAN

Studii de sociologie urbană: Centrul de Cercetări Sociologice Alba Iulia /
Lucian Marina (coord.), Vlad Millea, Andreea Muntean. - Alba Iulia: Aeternitas,
2011

Bibliogr.

ISBN 978-606-613-023-3

I. Millea, Vlad Zeno

II. Muntean, Andreea

316

Tiparul a fost executat la

Tipografia Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia.

© autorii, 2011

Editura Aeternitas

Universitatea „1 Decembrie 1918”

Str. Nicolae Iorga, nr. 13

RO 510009 Alba Iulia

Tel: 004-0258-811412/106

Fax: 004-0258-812630

E-mail: editura_aeternitas@yahoo.com

www.editura-aeternitas.ro

PARTEA ÎNTÂI

Analiza opțiunilor locuitorilor ca suport al regenerării sitului istoric al Cetății Vauban - *studiu 2007*

PREFAȚĂ	5
CAPITOLUL 1 FUNDAMENTELE STUDIULUI	13
1.1 Definirea problematicii	13
1.2 Obiectivele studiului	14
CAPITOLUL 2 METODOLOGIA STUDIULUI	17
CAPITOLUL 3 GRADUL DE INTERES PENTRU OFERTA TURISTICĂ	21
3.1 Interesul general pentru promovarea turistică a Cetății	21
3.2 Competitivitatea principalelor obiective turistice din Cetate prin prisma locuitorilor municipiului	25
CAPITOLUL 4 OPȚIUNEA PUBLICULUI INTERESAT ÎN CHESTIUNI DE PROMOVARE, VALORIFICARE (VALORIZARE) ȘI ADMINISTRARE	29
4.1 Prioritățile de promovare turistică în cadrul orașului	29
4.2 Prioritățile de promovare turistică în cadrul obiectivelor din Cetatea istorică sau conexe	30
4.3 Aprecierea calității reclamei, publicității în promovarea Cetății	32
4.4 Autoevaluarea nivelului de informare și comunicare cu privire la Cetatea istorică	33
4.5 Sursele informării turistice și atractivitatea acestora	37
4.6 Cuvinte cheie care ar trebui utilizate într-un mesaj de promovare a Cetății	39
4.7 Opțiuni în favoarea unor acțiuni de îmbunătățire a promovării Cetății	40
4.8 Opțiunile în favoarea autorității de supraveghere (supervizare) a promovării Cetății	41
CAPITOLUL 5 GRADUL POTENȚIAL DE IMPLICARE A PUBLICULUI ÎN CADRUL UNOR OFERTE TURISTICE INTERACTIVE	43
5.1 Utilitatea organizării unor spații pentru plimbare, relaxare în perimetrul Cetății	43
5.2 Gradul de atractivitate a unor potențiale amenajări de clădiri în spațiul istoric al Cetății	44
5.3 Gradul de atractivitate față de potențiala organizare a unor evenimente în aer liber, în ambianța și pe teritoriul Cetății	45
5.4 Gradul de interes față de posibila realizare a unor elemente ambientale care să pună în valoare evenimentele organizate în aer liber	56
5.5 Gradul de atractivitate a unor activități comerciale care s-ar încadra în specificul și spațiul Cetății	59
5.6 Gradul de atractivitate potențială a organizării unor evenimente în spațiile (sălile) din clădirile existente în perimetrul Cetății istorice	64
5.7 Observații finale	74
CAPITOLUL 6 DIRECȚII DE VALORIFICARE STRATEGICĂ A PATRIMONIULUI TURISTIC ÎN OPINIA PUBLICULUI INTERESAT	83
6.1 Opțiuni în privința bugetării locale a obiectivelor turistice din Cetate	83
6.2 Opțiuni în privința direcțiilor de dezvoltare a Cetății Alba Iulia	84
CAPITOLUL 7 PROPUNERI DE INTERVENȚIE ÎN ARIA URBANĂ STUDIATĂ	87
7.1 Marketingul patrimoniului cultural	87
7.2 Potențialul turistic al Cetății istorice Alba Iulia	88
7.3 Fișa de identitate turistică a Cetății istorice Alba Iulia	90
7.4 Piața turistică a orașului Alba Iulia	91

7.5	Direcții de valorificare turistică a patrimoniului cultural	94
7.6	Planul de marketing al cetății istorice	96

PARTEA A DOUA

Studiu de fundamentare a unor strategii sociale integrate pentru zona urbană și periurbană (municipiul Alba Iulia și zona adiacentă)-*studiu 2008*

CAPITOLUL 1	FUNDAMENTELE STUDIULUI	115
CAPITOLUL 2	PERCEPȚIA LIDERILOR COMUNITARI ASUPRA GRAVITĂȚII PROBLEMELOR SOCIALE CU CARE SE CONFRUNTĂ PROPRIA LOCALITATE	116
2.1	Probleme sociale vizând copiii din comunitate	116
2.2	Probleme sociale vizând adulții din comunitate (18-59 ani)	124
2.3	Problematika persoanelor sărace	130
2.4	Probleme sociale legate de sănătate	136
2.5	Probleme sociale ale femeilor	144
2.6	Probleme sociale ale tinerilor	148
2.7	Probleme sociale ale vârstnicilor	152

PARTEA A TREIA

Diagnoza cartierului Lumea Nouă și fundamentarea unor direcții de acțiune urbană - *studiu 2009-2010*

CAPITOLUL 1	FUNDAMENTELE STUDIULUI	161
1.1	Definirea problematicii	161
1.2	Obiectivele studiului	162
CAPITOLUL 2	DESCRIEREA GENERALĂ A CARTIERULUI LUMEA NOUĂ	165
2.1	Specificul cartierului-populația predominant de etnie roma	165
2.2	Situația socio-demografică a cartierului Lumea Nouă	166
2.3	Vecinătăți și planuri de dezvoltare urbanistică	167
CAPITOLUL 3	PROBLEMELE CHEIE ALE CARTIERULUI LUMEA NOUA	171
3.1	Locuirea și mediul	171
3.2	Viața cotidiană	173
3.3	Familia și educația	175
3.4	Economia și locurile de muncă	177
3.5	Probleme urgente	179
CAPITOLUL 4	PERCEPȚIA ROMILOR DE CĂTRE COMUNITATEA URBANĂ ȘI VECINĂTATEA LOCUITĂ A CARTIERULUI LUMEA NOUĂ	181
4.1	Prezentarea instrumentului de cercetare	181
4.2	Analiza datelor	181
CAPITOLUL 5	CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI	187

BIBLIOGRAFIE

ANEXA 1 **SOCIOLOGICAL RESEARCH CENTRE OF ALBA IULIA**

ANEXA 2 **PROIECTE DE CERCETARE**

CENTRUL DE CERCETĂRI SOCIOLOGICE ALBA IULIA 2002-2009