UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!

Instrumente Structurale 2014-2020

ACADEMIA ROMÂNĂ

„Dezvoltarea capacității Ministerului Educației Naționale de monitorizare și prognoză a evoluției învățământului superior în raport cu piața muncii", cod SIPOCA 3

R5 – Ghid de bune practici realizat privind consilierea în universități

MODULUL 1:

ANALIZA REZULTATELOR ȘI RELEVANȚA ACTIVITĂȚILOR DE CONSILIERE ȘI ORIENTARE PROFESIONALĂ REALIZATE DE CENTRELE SPECIALIZATE ALE INSTITUȚIILOR DE ÎNVĂȚĂMÂNT SUPERIOR DE STAT, CU REFERIRE LA DEZVOLTAREA COMPETENȚELOR ÎN DOMENIUL ȘTIINȚELOR UMANISTE ȘI ARTE, PENTRU 7 UNIVERSITĂȚI RELEVANTE

Elaborată de către autor:
Expert în orientare și consiliere
Prof. univ. dr. **Nicu GAVRILUȚĂ**

ACADEMIA ROMÂNĂ
Proiect SIPOCA 3
NIRARE ... NR. 6338
ziua 03 luna 08 anul 2018

București (august, 2018)

MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE

CUPRINS

1. **INTRODUCERE / 3**
1.1. Importanța temei studiate și motivația abordării / 3
1.2. Scopul cercetării / 3
1.3. Obiectivele cercetării / 3
1.4 Aspecte introductive de ordin legislativ și normativ privind organizarea și funcționarea centrelor de consiliere și orientare în carieră / 4
1.4.1. Universitatea „Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca / 4
1.4.2. Universitatea din București / 4
1.4.3. Universitatea Națională de Arte „George Enescu" din Iași / 4
1.4.4. Universitatea „Ovidius" din Constanța / 5
1.4.5. Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi" din Iași / 5
1.4.6. Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași / 5
1.4.7. Universitatea „Dunărea de Jos" din Galați / 6
1.5. Elementele de originalitate ale lucrării / 6
1.6. Structura raportului de cercetare științifică / 6

2. **METODOLOGIA CERCETĂRII / 7**
2.1. Obiectivul principal al cercetării / 7
2.2. Obiectivele specifice ale cercetării / 7
2.2.1. *Obiectivele studiului realizat în rândul studenților* / 7
2.2.2. *Obiectivele studiului realizat în rândul managerilor* / 8
2.3. Elemente de ordin metodologic / 9

3. **CERCETARE PRIVIND ACTIVITĂȚILE DE CONSILIERE ȘI ORIENTARE PROFESIONALĂ REALIZATE DE CENTRELE SPECIALIZATE ALE INSTITUȚIILOR DE ÎNVĂȚĂMÂNT SUPERIOR DE STAT. RAPORT DE CERCETARE STUDENȚI / 12**
3.1. Analiză comparativă studenți arte versurs științe umaniste / 49
3.1.1. *Rezultate studiu cantitativ - studenți Arte* / 49
3.1.2. *Rezultate studiu cantitativ – studenți Științe umaniste* / 53
3.1.3. *Concluzii studiu comparativ Arte – Științe umaniste* / 56
3.2. Date socio-demografice ale studenților / 58
3.3. Concluzii generale. Studiu realizat în rândul studenților / 63

4. **RAPORT DE CERCETARE. MANAGEMENT UNIVERSITAR / 68**
4.1. Modele de succes de integrare a absolvenților de studii superioare pe piața muncii în universitățile europene / 78
4.1.1. Model 1 - University of Edinburgh / 78

4.1.2. Model 2 - University of Padova / 79
4.1.3. Model 3 - University of Helsinki / 79
4.2. Analiză privind gradul de pregătire a personalului din centrele de consiliere și orientare în carieră / 80
4.2.1. Universitatea „Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca / 80
4.2.2. Universitatea din București / 80
4.2.3. Universitatea Națională de Arte „George Enescu" din Iași / 81
4.2.4. Universitatea „Ovidius" din Constanța / 81
4.2.5. Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi" din Iași / 82
4.2.6. Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași / 82
4.2.7. Universitatea „Dunărea de Jos" din Galați / 82

5. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI / 83

BIBLIOGRAFIE / 88

ANEXE / 91

Anexa nr. 1 - Listă grafice/ tabele / 91
Anexa nr. 2 - Listă abrevieri și acronime / 93
Anexa nr. 3 – Chestionar adresat studenților / 94
Anexa nr. 4 - Ghid de interviu adresat studenților / 98
Anexa nr. 5 - Chestionar adresat managementului universitar / 100
Anexa nr. 6 - Ghid de interviu adresat managementului universitar / 104

1. INTRODUCERE

Primul capitol al lucrării are rolul de contextualiza demersul empiric realizat, fiind redate aspecte legate de importanța temei și motivația abordării, scopul și obiectivele generale ale cercetării, elementele de originalitate ale lucrării, precum și o descriere succintă a structurii raportului.

1.1. Importanța temei studiate și motivația abordării

Analiza de față s-a desfășurat prin implicarea a două instituții importante din România: **Ministerul Educației Naționale** (MEN) și **Academia Română** (AR). Împreună, cele două instituții au demarat un proiect pentru *„**Dezvoltarea capacității MEN de monitorizare și prognoză a evoluției învățământului superior în raport cu piața muncii**”.* Unul dintre aspectele acestui proiect presupune *„Analiza rezultatelor și relevanța activităților de consiliere și orientare profesională realizate de Centrele specializate ale instituțiilor de învățământ superior de stat*, cu referire la dezvoltarea competențelor în domeniul științelor umaniste și arte” (date extrase din Fișa de obiective). Importanța unei asemenea cercetări în România actuală este incontestabilă, ținând cont de procentele referitoare la inserția pe piața muncii a absolvenților de studii superioare din România. Ele sunt modeste în raport cu gradul de inserție pe piața muncii a absolvenților de învățământ terțiar din țarile UE.

1.2. Scopul cercetării

Scopul final al prezentei cercetări este de a evalua rezultatele concrete ale activităților de consiliere și orientare profesională din șapte universități de stat din România anului 2018. Am avut în atenție două mari domenii de specialitate: domeniul umanist și domeniul arte. În baza rezultatelor cercetării cantitative și calitative, vom elabora un *„Ghid de bune practici realizat privind consilierea în universități”*. Acesta va conține și un model de bune practici pentru eficientizarea inserției pe piața muncii a absolvenților de științe umaniste și arte din România.

1.3. Obiectivele cercetării

Obiectivul principal al prezentei cercetări are în atenție „Analiza activităților de consiliere și orientare profesională realizate prin Centrele specializate din 6 instituții de învățământ superior relevante pentru domeniul științelor umaniste și arte” (date extrase din Fișa de obiective). Am extins eșantionul la 7 universități pentru a cuprinde și domeneniul *arte*.

Obiectivele specifice se referă la modalitățile concrete de „realizare a activităților de consiliere și orientare profesională" (date extrase din Fișa de obiective) în eșantionul celor 7 universități de stat din România. Fiecare centru universitar are, pe lângă legislația europeană și națională, reglementari proprii și strategii specifice de consiliere a studenților umaniști și de la arte, dar și de orientare spre viitoarea lor carieră profesională. Ne propunem să evidențiem aceste particularități și date profesionale specifice, precum și modul în care ele sunt puse în practică.

1.4 Aspecte introductive de ordin legislativ și normativ privind organizarea și funcționarea centrelor de consiliere și orientare în carieră

În cadrul prezentului subcapitol au fost realizate trimiteri la legislația națională și normele/ metodologiile universitare ce vizează organizarea centrelor de consiliere și orientare în carieră - CCOC, fiind elaborate scurte descrieri privind maniera în care acestea funcționează în șapte instituții academice de stat.

1.4.1. Universitatea „Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca

Conform informațiilor furnizate de site-ul oficial, din punct de vedere normativ, Centrul de Carieră, Alumni și Relația cu Mediul de Afaceri al Universității „Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca, a fost acreditat la trei ani după fondare, în anul 2008 - de Agenția Județeană pentru Ocuparea Forței de Muncă Cluj, să deruleze *activități de informare și consiliere profesională*, precum și *servicii de mediere a muncii pe piața internă prin Dispoziția de Acreditare pe Termen Nelimitat nr. 1624/ 20.10.2008 (sursa:* http://ccarma.centre.ubbcluj.ro, *accesată la data de 31.07.2018).*

1.4.2. Universitatea din București

Activitatea Departamentului de Consiliere și Orientare pentru Carieră – DCOC, din cadrul Universității din București este reglementată printr-un Regulament de Organizare și Funcționare al DCOC, aliniat atât legislației în vigoare în domeniul educației naționale, cu completările și modificările ulterioare, cât și documentelor interne ale instituției de învățământ superior – spre exemplu, Carta Universității (sursa: https://drive.google.com/file/d/0B-WydKlC-sxCRV9ZaGw4NXoybjQ/view, accesată la data de 30.07.2018).

1.4.3. Universitatea Națională de Arte „George Enescu" din Iași

Universitatea Națională de Arte „George Enescu" din Iași cuprinde în structura sa un Centru de Consiliere și Orientare în Carieră – CCOC, aflat în componența Departamentului pentru Pregătirea

Personalului Didactic – DPPD, acesta fiind reorganizat în baza unei decizii a Senatului Universității odată cu anul universitar 2012-2013. Baza legislativă după care este reglementată activitatea Centrului o reprezintă Legea educației nr. 1/ 2011, cu completările și modificările ulterioare și O.M. 5745/ 13.09.2012. Totodată, CCOC dispune de un Regulament de funcționare.

1.4.4. Universitatea „Ovidius" din Constanța

Activitățile Centrului de Consiliere și Orientare în Carieră – CCOC din cadrul Universității „Ovidius" din Constanța sunt derulate în baza unui *Regulament privind Organizarea și Funcționarea CCOC*. Regulamentul este constituit în baza unui cadru legal mai larg, care cuprinde:

- *Legea Educației Naționale nr. 1/2011, publicată în Monitorul Oficial nr. 179/18 ianuarie 2011;*
- *Ordinul Ministrului Educației Naționale nr.650/19 noiembrie 2014 pentru aprobarea Metodologiei – cadru privind organizarea și funcționarea centrelor de consiliere și orientare în carieră în sistemul de învățământ superior din România;*
- *Ordinul Ministrului Educației și Cercetării Științifice, nr.3070/14 ianuarie 2015 pentru modificarea Metodologiei – cadru privind organizarea și funcționarea centrelor de consiliere și orientare în carieră în sistemul de învățământ superior din România;*
- *Legea 213/2004 privind exercitarea profesiei de psiholog cu drept de liberă practică, înființarea, organizarea și funcționarea Colegiului Psihologilor din România.*

1.4.5. Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi" din Iași

Centrul de Consiliere, Orientare în Carieră și Incluziune Socială al Universității Tehnice „Gheorghe Asachi" din Iași (TUIAȘI) funcționează în baza regulamentelor interne, aliniate legislației naționale în domeniul educației.

1.4.6. Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași

Departamentul de Servicii pentru Studenți și Absolvenți – DSSA ce aparține de Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași funcționează în baza Legii Educației Naționale nr. 1/ 2011, Ordinului de Ministru nr. 650 din 19.11.2014, precum și a reglementărilor interne ale UAIC. Structura a fost fondată în urma deciziei Biroului Executiv al Consiliului Administrativ (BECA) 18A/ 21.05.2014. DSSA este continuatoarea Centrului de Informare Profesională, Orientare în Carieră și Plasament, înființată în anul 1995, în urma unei Hotărâri a Senatului Universității. De asemenea, Departamentul dispune de un Regulament propriu de Organizare și Funcționare (documentul poate fi consultat pe

adresa web: http://www.uaic.ro/wp-content/uploads/2018/02/2017.11.27_ROF_DSSA_din_UAIC.pdf, accesat la data de 30.07.2018).

1.4.7. Universitatea „Dunărea de Jos" din Galați

Între serviciile oferite de Universitatea „Dunărea de Jos" din Galați se numără Centrul de Consiliere și Orientare în Carieră – CCOC. Acesta funcționează în acord cu regulamentele și normele interne, aliniate legilor educaționale în vigoare.

1.5. Elementele de originalitate ale lucrării

Principalele elemente de noutate ale prezentei lucrări se referă la utilizarea unei metodologii clasice mixte, cantitative și calitative, în analiza activităților de consiliere și orientare profesională a studenților din 7 universități de stat din România ce conțin domenii umaniste și arte. Un alt element de noutate este adus de dubla investigare cuprinsă în eșantion (a studenților și managerilor universitari). Rezultatele cercetării sunt semnificative pentru domeniile *umaniste* și *arte* din România. Ele vor deveni repere pentru noile politici sociale ale MEN și a altor instituții de specialitate din România, în vederea creșterii gradului de inserție pe piața muncii a absolvenților de studii superioare cu profil umanist și arte.

1.6.Structura raportului de cercetare științifică

Prezenta cercetare științifică privind *„Analiza rezultatelor și relevanța activităților de consiliere și orientare profesională realizate de Centrele specializate ale instituțiilor de învățământ superior de stat"* conține o primă parte referitoare la importanța și relevanța temei alese. Tot în partea introductivă sunt trimiteri concise la scopul cercetării, la obiective (principal și specifice) și la elementele de noutate aduse de acest raport de analiză științifică.

Metodologia cercetării prezintă scopul principal, obiectivele specific celor două gupuri-țintă, metodele și tehnicile de investigație sociologică utilizate, elementele privind eșantionarea ș.a.

Partea a treia a cercetării conține investigarea pe teren și analiza comparativă a situației activităților de consiliere și orientare profesională a studenților din domeniul *Științelor umaniste și arte* din cele șapte universități cuprinse în eșantion. În partea finală sunt analizate ideile, opiniile și reprezentările managerilor universitari cu privire la specificul dinamizării activităților de consiliere și orientare profesională a studenților.

2. METODOLOGIA CERCETĂRII

Prezenta cercetare a avut loc în contextul în care **Ministerul Educației Naționale** (MEN) și **Academia Română** (AR) au demarat un proiect pentru **Dezvoltarea capacității MEN de monitorizare și prognoză a evoluției învățământului superior în raport cu piața muncii.** Una dintre componentele acestui proiect vizează *„Analiza rezultatelor și relevanța activităților de consiliere și orientare profesională realizate de Centrele specializate ale instituțiilor de învățământ superior de stat*, cu referire la dezvoltarea competențelor în domeniul Științelor umaniste și arte", iar rezultatul acestui demers constă în redactarea unui **„Ghid de bune practici realizat privind consilierea în universități"** (date preluate din documentul *Fișa de obiective*).

2.1. Obiectivul principal al cercetării

Conform documentelor aferente modulului 1, obiectivul principal constă în *„Analiza rezultatelor și relevanța activităților de consiliere și orientare profesională realizate de Centrele specializate ale instituțiilor de învățământ superior de stat, cu referire la dezvoltarea competențelor în domeniul științelor umaniste și arte, pentru 6 universități, relevante*" (date preluate din documentul *Fișa de obiective*).

2.2.Obiectivele specifice ale cercetării

„Analiza modului de realizare a activităților de orientare și consiliere la nivelul celor 6 universități relevante. Analiza trebuie să pornească de la metodologiile/ regulamentele/ normele din cadrul fiecărui Centru specializat al instituțiilor de învățământ superior vizate; va urmări modul de respectare și de punere în aplicare a acestora.

In final analiza prezintă rezultatele obținute de Centrele specializate, incluzând și o radiografie a gradului de pregătire a personalului din aceste centre" (date preluate din documentul *Fișa de obiective*).

2.2.1.Obiectivele studiului realizat în rândul studenților (cantitativ și calitativ)

- Stabilirea gradului în care studenții au recurs la serviciile de consiliere și orientare profesională din cadrul facultății.
- Trasarea punctelor tari și slabe aferente serviciilor de consiliere și orientare profesională existente în facultate.
- Evidențierea perspectivelor studenților privind modalitățile prin care universitatea ar putea sprijini o mai bună inserție pe piața muncii a absolvenților.
- Conturarea caracteristicilor care conferă eficiență unui serviciu de consiliere.

- Stabilirea principalelor instanțe care au oferit consiliere și orientare educațională/ profesională tinerilor în momentul tranziției de la studii liceale la cele universitare.
- Evaluarea gradului de cunoaștere de către studenți al oportunităților privind viitoarea carieră.
- Evidențierea principalelor tipuri de activități de consiliere la care au participat studenții.
- Relevarea organizațiilor din universitate care sprijină studenții în procesul de orientare în carieră.
- Stabilirea tipurilor de servicii folositoare pentru viața profesională, în viziunea studenților.
- Identificarea principalelor surse de informare folosite de tineri cu privire la posibilitățile de angajare.
- Evidențierea perspectivelor studenților privind domeniul în care doresc să activeze după absolvirea studiilor, precum și a locului în care își doresc să se dezvolte profesional.
- Ierarhizarea celor mai relevante elemente în procesul de aplicare pentru un job.
- Trasarea unor soluții care pot contribui la o mai bună pătrundere pe piața muncii a absolvenților din ciclul terțiar.
- Evidențierea modalităților pe care tinerii le au în vedere pentru identificarea unui job după absolvire.

2.2.2. Obiectivele studiului realizat în rândul managerilor (cantitativ și calitativ)

- Evidențierea serviciilor specializate de orientare și consiliere în carieră din instituțiile în care managerii activează, precum și a caracteristicilor acestora.
- Stabilirea – din perspectiva managerilor - a ratei de absorbție pe piața muncii (din țară/străinătate) a absolvenților din universitate, respectiv domeniul Științe umaniste și arte.
- Trasarea unor perspective privind eficiența serviciilor CCOC din universitate.
- Evidențierea unor activități derulate de univesitățile pe care le reprezintă subiecții cu impact pozitiv asupra planurilor de carieră ale tinerilor.
- Trasarea unor modele eficiente de consiliere și integrare pe piața muncii a absolvenților din perspectiva managerilor.
- Identificarea – în viziunea managerilor - a oportunităților de angajare specifice studenților de la Științe umaniste și arte.
- Relevarea perspectivelor managerilor cu privire la motivațiile tinerilor în optarea pentru un job, precum și a gradului acestora de flexibilitate în tranziția spre viața profesională.
- Redarea punctelor de vedere ale managerilor în legătură cu problematica consilierii și angajabilității în contextul dezvoltării noilor tehnologii.

- Identificarea opiniilor managerilor privitoare la șansele absolvenților din domeniul Științe umaniste și arte pe piața muncii.
- Trasarea planurilor de viitor ale universităților în vederea conectării mai intense cu piața muncii.
- Stabilirea gradului de monitorizare a parcursului profesional al absolvenților din universitățile incluse în eșantion, din perspectiva managerilor.
- Evidențierea viziunii managerilor privind tipurile de activități de orientare și consiliere profesională care beneficiază de succes în rândul studenților.
- Redarea – potrivit managerilor, a unor modele de succes de integrare pe piața muncii din universitățile europene.
- Evidențierea tipurilor de parteneriate existente între universități și potențialii angajatori/ mediul de afaceri.
- Stabilirea principalelor tipuri de activități care – din punctul de vedere al managerilor, intră în sfera de competențe a universităților.

2.3. Elemente de ordin metodologic

Prezenta cercetare a vizat culegerea de date cantitative și calitative din șapte universități de stat din România, având la bază două grupuri țintă: studenți și manageri. Eșantionul proiectat cuprinde următoarele instituții de învățământ superior: Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași, Universitatea din București, Universitatea „Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca, Universitatea „Ovidius" din Constanța, Universitatea „Dunărea de Jos" din Galați, Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi" din Iași, Universitatea Națională de Arte „George Enescu" din Iași.

Din cele șapte universități de stat anterior enumerate, au fost extrase 24 de facultăți care dețin specializări în domeniul *Științelor umaniste și arte* (Tabel 2.3.1.). Eșantionarea neprobabilistă, pe cote, a fost proiectată proporțional pornind de la ratele de școlarizare cuprinse în Hotărârea nr. 140/ 2014 privind *Nomenclatorului domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare și a structurii instituțiilor de învățământ superior pentru anul universitar 2017-2018*. Ramurile vizate au fost: Filosofie, Istorie, Teologie, Arhitectură și urbanism, Arte, respectiv Filologie.

Eșantionarea pe cote are valoare științifică, acest tip dovedindu-se „uneori mai relevant decât unul probabilist inadecvat realizat (ceea ce conduce la distorsiuni importante și abateri de la reprezentativitate)" (Mărginean, 2004: 159). În total au fost colectate **270 chestionare**, din care **200** au stat la baza analizei datelor, alte 70 completând rezultatele secțiunii consacrate studenților de la Arte (întrucât în cadrul Facultății de Arte Vizuale și Design - Universitatea de Arte „George Enescu" Iași - a fost posibilă aplicarea unui număr mai ridicat de chestionare: 95). La acestea se adaugă un număr **15**

interviuri și chestionare aplicate managementului universitar, respectiv **35 de interviuri adresate studenților** (Tabel 2.3.2.).

Pentru culegerea de date relevante din cele două grupuri țintă – studenți și manageri - a fost utilizată o cercetare mixtă, care a vizat utilizarea **metodelor și tehnicilor de ordin cantitativ și calitativ**. Pentru fiecare grup țintă au fost realizate câte două instrumente de lucru (chestionar și ghid de interviu). În construcția acestora s-a urmărit atât înregistrarea unor date cuantificabile, descriptive (în special în demersul cantitativ), cât și evidențierea unor perspective mai ample, de detaliu (demersul calitativ), care să permită în final conturarea unui ***Ghid de bune practici realizat privind consilierea în universități.***

- Modalitatea de culegere a chestionarelor a fost **auto-administrarea**, instrumentele fiind însoțite de instrucțiuni clare pentru fiecare item în parte. **Întrebările** incluse în cele două instrumente de ordin cantitativ au fost din mai multe categorii: *închise* – cu răspunsuri prestabilite, din care respondenții au indicat varianta/variantele corespunzătoare opiniilor acestora, *semi-închise* și *deschise* – care au permis consemnarea răspunsurilor libere ale subiecților în legătură cu temele de interes.
- În ceea ce privește componenta calitativă, culegerea interviurilor s-a făcut atât online, cât și direct, fiind avuți în vedere studenți și manageri din universitățile eșantionate.

Cercetarea derulată este în acord cu normele de etică ale cercetării, fiind respectat principiul confidențialității datelor. Prin urmare, informațiile colectate au fost utilizate și interpretate doar în scopul cercetării.

Prelucrarea și interpretarea datelor cantitative au fost realizate prin intermediul soft-ului SPSS Data Analysis, iar reprezentările grafice și tabelele au fost efectuate cu ajutorul pachetului Microsoft Office.

Perioada de colectare a datelor a fost iunie-iulie 2018.

Tabelul 2.3.1: Structura eșantionului pe universități (studiu cantitativ studenți)

Denumirea universității	Facultăți incluse	Număr chestionare
UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA" DIN IAȘI	Facultatea de Filosofie și Științe Social Politice Facultatea de Istorie Facultatea de Litere Facultatea de Teologie Ortodoxă Facultatea de Teologie Romano-Catolică	45
UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI	Facultatea de Filosofie Facultatea de Istorie Facultatea de Litere Facultatea de Limbi și Literaturi Străine Facultatea de Teologie Ortodoxă Facultatea de Teologie Romano-Catolică	58
UNIVERSITATEA „BABEȘ-	Facultatea de Litere	31

BOLYAI" DIN CLUJ-NAPOCA	Facultatea de Istorie și Filosofie Facultatea de Teologie Ortodoxă Facultatea de Teologie Greco-Catolică	
UNIVERSITATEA "OVIDIUS" DIN CONSTANȚA	Facultatea de Litere Facultatea de Teologie Facultatea de Istorie și Științe Politice	17
UNIVERSITATEA "DUNĂREA DE JOS" DIN GALAȚI	Facultatea de Litere Facultatea de Istorie, Filosofie și Teologie	16
UNIVERSITATEA TEHNICĂ "GHEORGHE ASACHI" DIN IAȘI	Facultatea de Arhitectură	3
UNIVERSITATEA NAȚIONALĂ DE ARTE "GEORGE ENESCU" DIN IAȘI	Facultatea de Interpretare, Compoziție și Studii Muzicale Teoretice Facultatea de Teatru Facultatea de Arte Vizuale și Design	30

Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Tabelul 2.3.2: Distribuția numărului de interviuri pe universități: manageri și studenți

Denumirea universității	Număr interviuri studenți	Număr interviuri și chestionare manageri
UNIVERSITATEA "ALEXANDRU IOAN CUZA" DIN IAȘI	4	1
UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI	7	1
UNIVERSITATEA "BABEȘ-BOLYAI" DIN CLUJ-NAPOCA	14	1
UNIVERSITATEA "OVIDIUS" DIN CONSTANȚA	1	1
UNIVERSITATEA "DUNĂREA DE JOS" DIN GALAȚI	4	1
UNIVERSITATEA TEHNICĂ "GHEORGHE ASACHI" DIN IAȘI	1	1
UNIVERSITATEA NAȚIONALĂ DE ARTE "GEORGE ENESCU" DIN IAȘI	4	9

Sursa: *centralizare proprie a datelor culese de pe teren*

3. CERCETARE PRIVIND ACTIVITĂȚILE DE CONSILIERE ȘI ORIENTARE PROFESIONALĂ REALIZATE DE CENTRELE SPECIALIZATE ALE INSTITUȚIILOR DE ÎNVĂȚĂMÂNT SUPERIOR DE STAT. RAPORT DE CERCETARE STUDENȚI

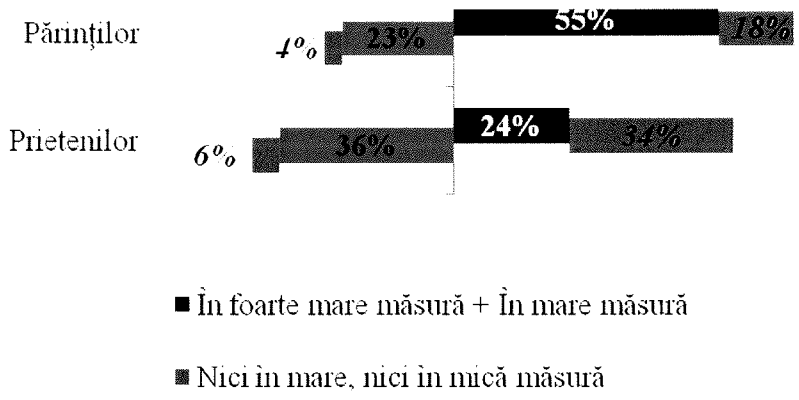
În cadrul celui de-al treilea capitol sunt cuprinse principalele rezultate ale studiului consacrat studenților, având drept scop „analiza activităților de consiliere și orientare profesională realizate de centrele specializate" ale unităților de învățământ superior de stat (după cum este precizat și în *Fișa de obiective*).

Instanțe care au oferit consiliere și orientare educațională și profesională pentru înscrierea în învățământul superior

Premergător înregistrării datelor despre comportamentul subiecților din perioada ciclului superior de învățământ cu privire la activitățile de consiliere, subiecții au fost rugați să menționeze principalele surse care au oferit sprijin educațional, respectiv profesional, în momentul în care au hotărât să urmeze studii superioare. Așadar, acest prim item din cadrul cercetării derulate în rândul studenților permite trasarea unei imagini de ansamblu în legătură cu instanțele care ocupă o poziție relevantă în tranziția de la ciclul liceal la cel universitar.

Pentru o efectua o analiză diferențiată – în funcție de specificul categoriilor, acestea au fost împărțite în trei secțiuni: prima conține informații cu privire la influența oamenilor din cercul apropiat al tinerilor: familie și prieteni; cea de a doua aduce în atenție un alt agent socializator puternic, cu influență relevantă în formarea indivizilor – școala, cu referire la profesori și colegi, iar cea de-a treia are o dimensiune instituționalizată - raportat la dimensiunea de orientare educațională, fiind incluse în acest sens centrele de consiliere din liceu, respectiv universitate.

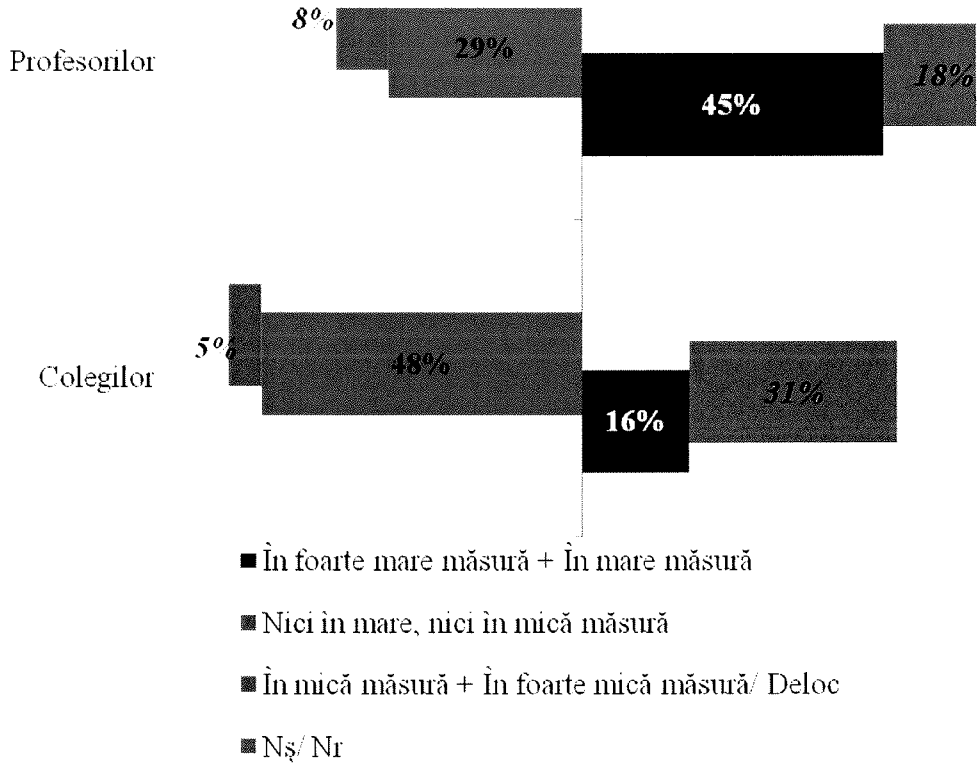
Graficul 3.1: Surse care au oferit consiliere și orientare educațională și profesională la înscrierea la facultate (1)



Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Potrivit datelor înregistrate, părinții au constituit principala sursă de consiliere și orientare educațională, 55% dintre subiecți declarând că au beneficiat de sprijinul lor (30% - *în foarte mare măsură*; 25% - *în mare măsură*) în pregătirea pentru studiile universitare, iar 18% că acest tip de contribuție nu a fost nici mare, nici mică. 23% dintre tineri au evidențiat o influență redusă a părinților: *în mică măsură* (11%) și *în foarte mică măsură* (12%). Rolul prietenilor este vizibil mai redus, ocupând a treia poziție – după părinți și profesori, ca factor de influență. 24% dintre tineri au spus că au avut parte *în foarte mare* și *mare măsură* de consiliere din partea grupului de egali apropiat, iar 34% au susținut că aceasta nu a fost nici mare, nici mică. O opinie fermă cu privire la lipsa de implicare a prietenilor în acest proces a fost conturată de 36% dintre subiecți (*în mică măsură* – 18% *și în foarte mică măsură* – 18%), iar 6% nu au răspuns. Așadar, la nivelul actorilor celor mai apropiați din viața studenților, părinții au avut un rol semnificativ, în timp ce pentru doar 1 din 4 subiecți prietenii au jucat un rol relevant în acest sens.

Graficul 3.2: Surse care au oferit consiliere și orientare educațională și profesională la înscrierea la facultate (2)

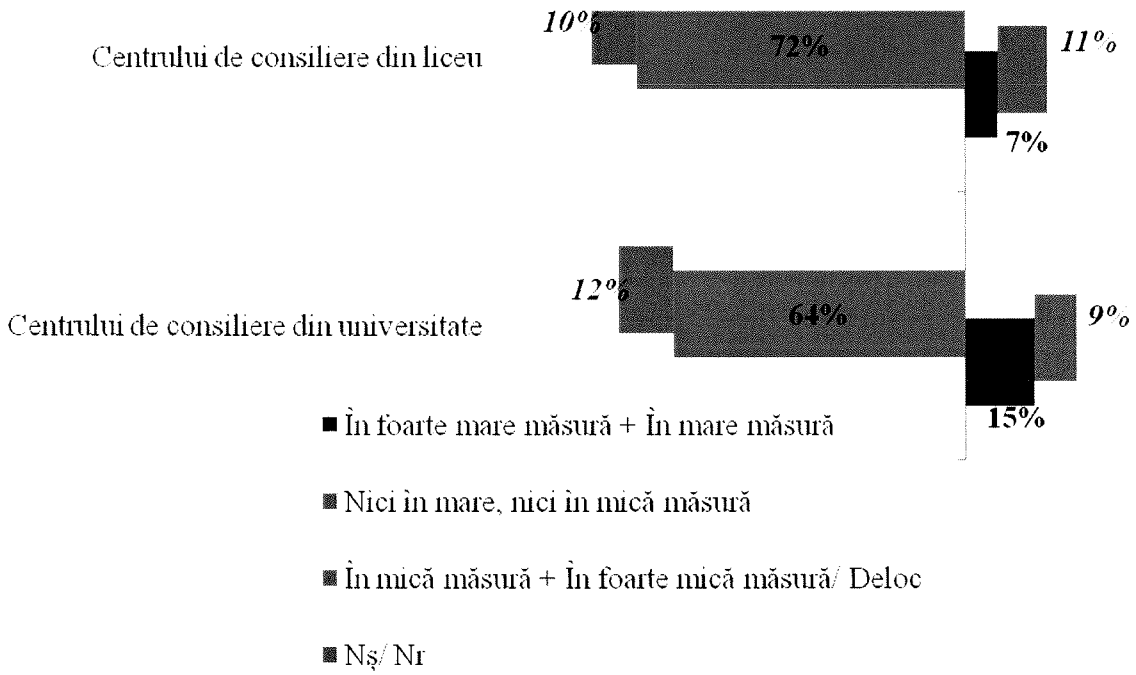


Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

45% dintre persoanele chestionate au declarat că au avut parte de „consiliere și orientare educațională/profesională" în momentul venirii la universitate din partea profesorilor (12% - *în foarte*

mare măsură; 33% - *în mare măsură),* iar 18% au menționat că aceasta a fost vizibilă nici în mică, nici în mare măsură. 29% dintre tineri au beneficiat în mică măsură sau deloc un astfel de sprijin (*în mică măsură* – 14% și *în foarte mică măsură* -15%), iar 8% nu au dat un răspuns. Consultările cu colegii de liceu au jucat un rol important pentru 16% dintre subiecți (*în mare* și *foarte mare măsură*), iar pentru 31% consilierea primită nu a fost nici în mare, nici în mică măsură. 48% dintre studenți nu s-au orientat pentru următorul pas academic cu sprijinul colegilor (*în mică măsură* – 15% și *în foarte mică măsură* -33%),

Graficul 3.3: Surse care au oferit consiliere și orientare educațională și profesională la înscrierea la facultate (3)



Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Rezultatele studiului arată că influența centrelor de consiliere din mediul liceal/ universitar a fost cea mai redusă în etapa de trecere la studiile superioare, pe ultima poziție clasându-se centrul de consiliere din liceul absolvit. Astfel, 7% dintre participanții la studiu au avut parte de astfel de servicii de consiliere din partea departamentului specializat din liceu, 11% au declarat că maniera în care au avut parte de o astfel de îndrumare nu a fost nici mare, nici mică, în timp ce 72% au menționat că aceasta nu s-a produs decât în mică sau foarte mică măsură. Cu toate că rolul centrului de consiliere din universitate este ușor mai vizibil comparativ cu cel liceal, și în acest caz avem un procentaj semnificativ de subiecți (64%) care au primit consiliere în mică și foarte mică măsură premergător înscrierii la universitate, doar 15% beneficiind de orientare educațională în foarte mare, respectiv mare

măsură. Aceste date contribuie la înțelegerea modului în care se absolvenții de liceu sunt influențați și pregătiți de către instanțele cu care intră în contact pentru traseul academic. După cum s-a putut constata, consilierea specializată constituie un element străin celor mai mulți dintre absolvenți, pregătirea făcându-se mai degrabă prin intermediul familiei și al cadrelor didactice. Creșterea rolului centrelor de consiliere premergător procesului de admitere la programe universitare ar putea contribui la formarea unor deprinderi care pot fi manifestate și pe timpul studiilor: de a solicita sprijin educațional/ profesional de la organismele competente și de a ajunge la decizii asumate, documentate pentru următorii pași. Tabelul de mai jos conține situația detaliată a procentajelor pentru categoriile de răspunsuri.

Tabelul 3.1: Surse care au oferit consiliere și orientare educațională și profesională la înscrierea la facultate

	În foarte mare măsură	În mare măsură	Nici în mare, nici în mică măsură	În mică măsură	În foarte mică măsură/ Deloc	Ns/ Nr
Părinților	25%	30%	18%	11%	12%	4%
Colegilor	5%	11%	31%	15%	33%	5%
Prietenilor	9%	15%	34%	18%	18%	6%
Profesorilor	12%	33%	18%	14%	15%	8%
Centrului de consiliere din liceu	3%	4%	11%	16%	56%	10%
Centrului de consiliere din universitate	6%	9%	9%	9%	55%	12%

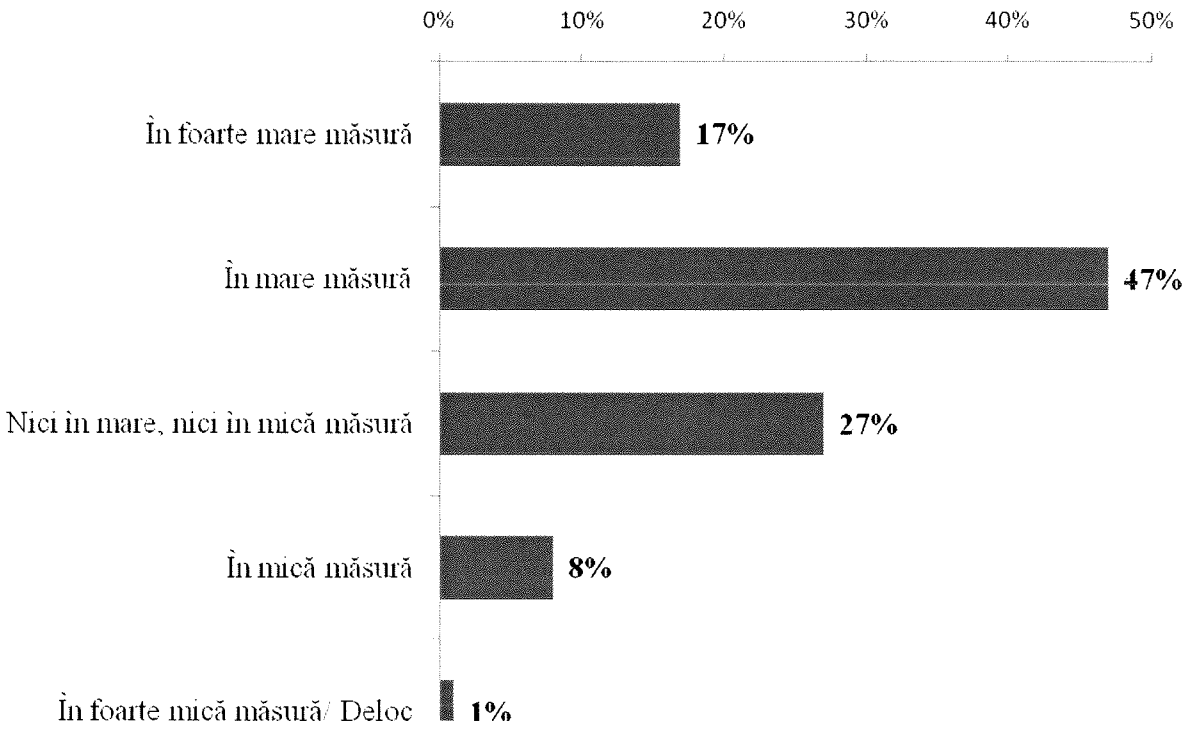
Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Totuși, unul dintre subiecții de la cercetarea de ordin calitativ a evidențiat că serviciile oferite de Centrele de consiliere din universități sunt benefice, mai ales în contextul tranziției spre studiile superioare:

> „*Cuvântul descriptiv pentru această experiență* (n.a. apelul la CCOC din universitate) *cred că ar fi: benefic. Am realizat, prin apelarea la acest serviciu de orientare profesională, că informarea cu privire la programul de studiu al fiecărei facultăți este un lucru important pentru un elev care a terminat stadiul liceal. Eu, în urma acestei experiențe, am optat pentru studii de licență doar la o singură facultate, nu două, cum îmi propusesem inițial.*" (Student Universitatea din București, Facultatea de Teologie Ortodoxă „Justinian Patriarhul", m., anul III de studiu, 21 de ani)

Gradul de cunoaștere al oportunităților privind viitoarea carieră pe care studenții doresc să o urmeze

Graficul 3.4: Gradul de cunoaștere al oportunităților privind viitoarea carieră pe care studenții doresc să o urmeze



Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

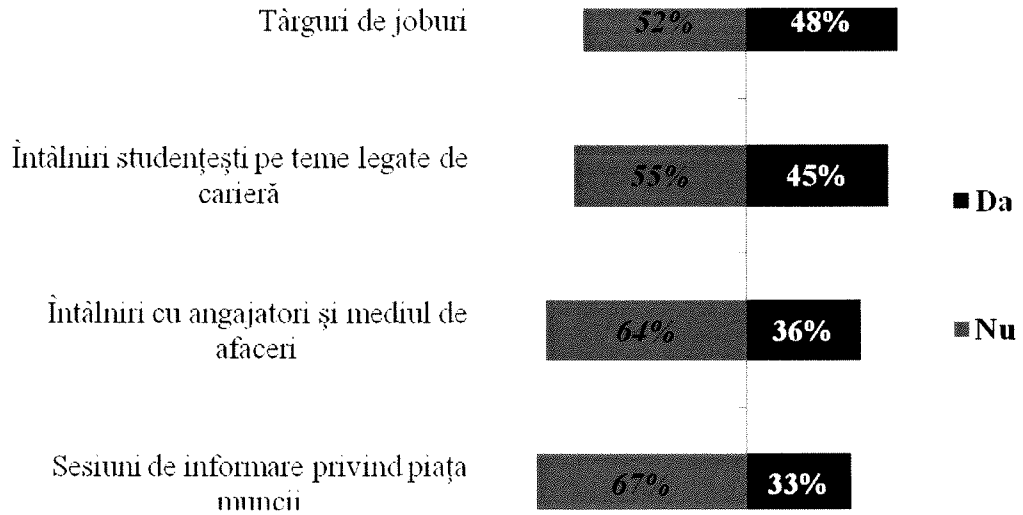
În general, tinerii s-au declarat informați cu privire la șansele oferite de piața muncii, aspect confirmat de cele 47 puncte procentuale aferente celor care cunosc *în mare măsură*, respectiv 17% - *în foarte mare măsură* aceste informații. 27% dintre tineri nu sunt familiarizați *nici în mare, nici în mică măsură* cu oportunitățile profesionale, iar aproape unul din zece nu este informat cu privire la această chestiune (9% - *în mică măsură*, 1% - *în foarte mică măsură/deloc*).

Tipuri de activități de consiliere și orientare profesională la care au participat studenții

O altă întrebare din studiul dedicat studenților a urmărit stabilirea tipurilor de activități de consiliere și orientare profesională la care aceștia au participat. Centralizarea datelor a permis trasarea a două grupe de activități – plecând de la măsura în care au fost accesate de către tineri: prima conține

informații despre evenimentele la care au luat parte peste o treime dintre subiecți, iar a doua este dedicată activităților în care s-au implicat sub o treime dintre respondenți.

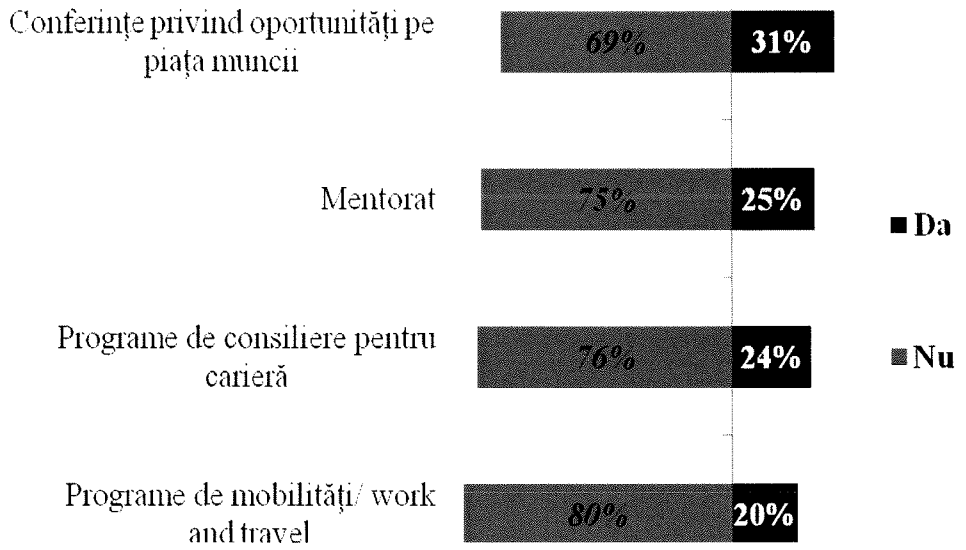
Graficul 3.5: Tipuri de activități de consiliere și orientare profesională la care au participat studenții (I)



Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Rezultatele obținute pentru Categoria I arată că cei mai mulți dintre subiecți au vizitat *târguri de joburi* (48%), fiind urmate - la o diferență redusă, de 3 p.p., de *întâlnirile studențești pe teme legate de carieră* (45%). Cât privește *întâlnirile cu angajatorii și mediul de afaceri*, 36% din subiecți au beneficiat de o astfel de oportunitate, în timp de o treime a asistat la *sesiuni de informare privind piața muncii.* Observăm însă că între jumătatate și două treimi dintre subiecți nu au participat la activitățile enumerate anterior, așadar o categorie însemnată de studenți poate fi inclusă într-un proces riguros de informare în legătură cu opțiunile de ordin profesional. Rezultatele semnalează însă și faptul că astfel de evenimente fie trebuie să devină mai vizibile (în cazul în care există în preajma centrelor universitare), fie trebuie să se multiplice, pentru a facilita accesul cât mai multor studenți la o gamă variată de tipuri de activități de informare și formare.

Graficul 3.6: Tipuri de activități de consiliere și orientare profesională la care au participat studenții (2)



Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

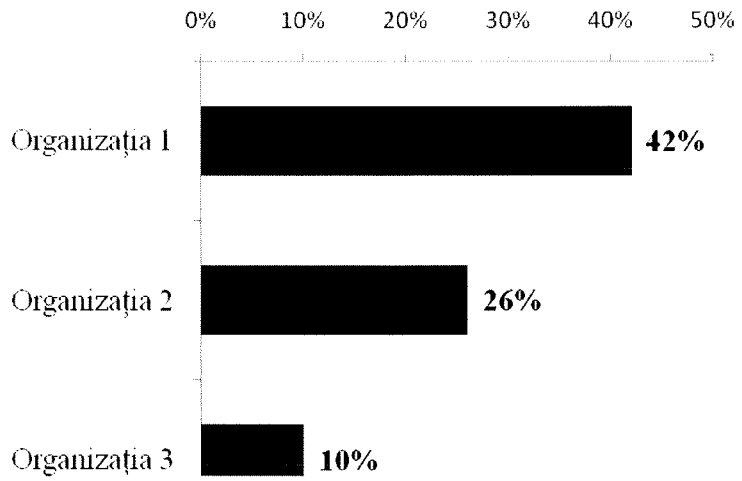
Categoria a II-a aduce în atenție faptul că 31% dintre studenți au frecventat – cel puțin o dată, *conferințe tematice privind oportunitățile pe piața muncii*. Un sfert dintre studenții chestionați au participat la activități de *mentorat*, iar 24% la *programe de consiliere pentru carieră*. Legat de programele de mobilități/ Work&Travel, unul din cinci studenți a beneficiat de o astfel de oportunitate. Atrage atenția numărul ridicat al studenților care nu au fost implicați niciodată în aceste 4 tipuri de activități: între 69% și 80%.

Pe fondul numărului ridicat de subiecți care nu au participat deloc la astfel de activități, se recomandă o creștere a promovării conferințelor tematice, a activităților de mentorat, precum și a programelor de consiliere pentru carieră și a mobilităților de tip Work& Travel în universități.

Consilierea și orientarea profesională încă din timpul facultății – prin implicarea în acțiuni specifice, specializate, pot sprijini tinerii în cunoașterea oportunităților de carieră, dar și în descoperirea și dezvoltarea unor competențe, abilități și aptitudini de ordin socio-profesional pe care le pot utiliza și valorifica ulterior.

Exemple de trei organizații din universitate care ajută studenții să se orienteze în carieră

Graficul 3.7: Ponderea studenților care au oferit exemple de organizații



Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Dincolo de implicarea în diferite activități de consiliere și orientare profesională sau de cunoașterea oportunităților de ordin profesional, s-a urmărit și stabilirea nivelului de informare al tinerilor în legătură cu organizațiile din universitate care sprijină tinerii să se orienteze în carieră, prin oferirea de trei exemple de organisme. De precizat este faptul că în cadrul primei opțiuni și-au exprimat opinia 42% dintre studenți, a doua a cumulat răspunsuri de la aproximativ un sfert (26%) și doar 10% au precizat și un al treilea nume de organizație. Prin urmare, la nivel general nu putea vorbi despre o bună cunoaștere a acestor entități.

Pentru a urmări mai ușor răspunsurile oferite de studenți, au fost extrase datele specifice pe fiecare universitate în parte. După cum indică și cele trei tabele de mai jos (cu toate răspunsurile centralizate), informațiile primite de la studenți pot fi încadrate în 3 grupe: organizații generale/ centre de consiliere care aparțin universitate; organizații specifice pe specializări – în acest caz atrage atenția faptul că răspunsurile nu se concentrează doar asupra organizațiilor corespunzătoare facultăților/specializărilor pe care le studiază respondenții, ci au fost invocate și departamente din cadrul altor specializări, aspect care denotă faptul că schimbul de informații sau utilitatea anumitor servicii transced domeniul efectiv de pregătire, iar o a treia conține organizații externe mediului universitar sau alte surse (exemplu: cadre didactice). Numărul ridicat de non-răspunsuri poate semnala necesitatea unei promovări mai bune a organizațiilor, o creștere a vizibilității acestora, în special a CCOC-urilor.

Tabelul 3.2: Tipuri de organizații care ajută studenții să se orienteze în carieră – Opțiunea 1

	Organizația 1
Universitatea din București	• ASLS - Asociația Studenților de la Facultatea de Limbi și Literaturi Străine – 12 mențiuni • ASUB – Asociația Studenților din Universitatea București – 6 mențiuni • PHILOS - Asociația Studenților din Filosofie – 5 mențiuni • ASID - Asociația Studenților de Istorie „Dacia" – 4 mențiuni • AS-SAS – Asociația Studenților la Sociologie și Asistență Socială București • ASAA – Asociația Studenților din Administrație și Afaceri • ASTO – Asociația Studenților Teologi Ortodocși • Cercul Studențesc de Etnologie „Mihai Pop" București • JRS România – Asociația Serviciul Iezuiților pentru Refugiați din România • USR – Uniunea Studenților din România • *Nu știu/ Nu răspund – 41%*
Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca	• Consiliul Studenților din Universitatea Babeș-Bolyai – 6 mențiuni • **CCARMA – Centrul de Carieră, Alumni și Relația cu mediul de afaceri al Universității Babeș-Bolyai – 4 mențiuni** • ASPR – Asociația Studenților Psihologi din România Cluj-Napoca • CSLUBB - Consiliul Studenților de la Litere • *Nu știu/ Nu răspund 61%*
Universitatea Ovidius din Constanța	• AIESEC Constanța – Asociația Internațională a Studenților în Economie și Științe Comerciale - 2 mențiuni • Asociația Tineretului ONU România Filiala Constanța – 2 mențiuni • Profesorii – 2 mențiuni • *Nu știu/ Nu răspund – 59%*
Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași	• LS Iași – Liga Studenților din Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași – 5 mențiuni • **DSSA - Departamentul „Servicii pentru Studenți și Absolvenți" – 4 mențiuni** • **Centrul Alumni**

	• ASFI (Asociația Studenților Francofoni Iași) – 2 mențiuni • Colegiul Sfântul Nicolae – 2 mențiuni • DAAD – Serviciul German pentru Schimburi Academice • ASCOR – Asociația Studenților Creștini Ortodocși Filiala Iași • LSI - Liga Studenților de la Istorie
Universitatea Națională de Arte „George Enescu din Iași"	• ARTIUM - Asociația Studenților de la Universitatea Națională de Arte „George Enescu" Iași – 2 mențiuni • Erasmus – 2 mențiuni • **Centrul de consiliere și orientare în carieră** • DPPD – Departamentul pentru Pregătirea Personalului Didactic • *Nu știu/ Nu răspund – 80%*
Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi" din Iași	• ASAI - Asociația Studenților Arhitecți Iași – 2 mențiuni • AIESEC Iași – Asociația Internațională a Studenților în Economie și Științe Comerciale
Universitatea „Dunărea de Jos" din Galați	• **Centrul de Consiliere și orientare în carieră** – 3 mențiuni • CRU – Centre de reussite universitaire • AIESEC Galați • *Nu știu/ Nu răspund – 69%*

Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Organizația 1: În ceea ce privește un prim exemplu de organizație care ajută studenții să se orienteze în carieră, atrage atenția faptul că tinerii chestionați din cadrul Universității din București nu au invocat *Departamentul de Consiliere și Orientare pentru Carieră*, fiind menționate ca exemple doar asociații studențești cu caracter general (exemplu: Asociația Studenților din Universitatea București)/ particular (exemplu: PHILOS) sau alte tipuri de structuri (cerc studențesc, asociație externă mediului universitar). Același lucru poate fi constatat și când vine vorba despre răspunsurile studenților de la Universitatea Ovidius din Constanța și Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi" din Iași, aspect care semnalează nevoia creșterii vizibilității CCOC-urilor în rândul studenților, pentru a juca – alături de organizațiile studențești, roluri importante în ghidarea tinerilor. La nivelul Universității Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca, *Centrul de Carieră, Alumni și Relația cu mediul de afaceri* a fost organizația care s-a plasat pe locul 2 ca număr de mențiuni, după Consiliul Studenților.

În ceea ce privește Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași, *Departamentul „Servicii pentru Studenți și Absolvenți"* și *Centrul Alumni* (componentă a celui dintâi) au cumulat 5 mențiuni, plasându-se pe aceeași poziție cu Liga Studenților, fiind invocate ca principale organisme care sprijină studenții în alegerea unui traseu profesional. În cadrul Universității „Dunărea de Jos" din Galați, cele

mai multe mențiuni au revenit *Centrului de Consiliere și orientare în carieră*, fiind considerat o sursă importantă pentru studenți în ghidarea profesională. Și în cadrul Universității Naționale de Arte „George Enescu din Iași" regăsim pe listă *Centrul de consiliere și orientare în carieră*, după ARTIUM și Programul Erasmus.

Tabelul 3.3: Tipuri de organizații care ajută studenții să se orienteze în carieră – Opțiunea 2

	Organizația 2
Universitatea din București	• ASLS - Asociația Studenților de la Facultatea de Limbi și Literaturi Străine – 6 mențiuni • ASUB – Asociația Studenților din Universitatea București – 4 mențiuni • ASLUB – Asociația Studenților de la Litere București – • ASD – Asociația Studenților în Drept • ASID - Asociația Studenților de Istorie „Dacia" – 2 mențiuni • AS-SAS – Asociația Studenților la Sociologie și Asistență Socială București – 4 mențiuni • ASAA – Asociația Studenților din Administrație și Afaceri – 2 mențiuni • ASAFF – Asociația Studenților și Absolvenților Filierei Francofone • Asociația Caritas București • *Nu știu/ Nu răspund – 60%*
Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca	• Organizația Studenților din Universitatea „Babeș-Bolyai" – 2 mențiuni • ASCOR - Asociația Studenților Creștini Ortodocși din Cluj-Napoca • Organizația de Tineret Gutenberg Cluj • **CCARMA – Centrul de Carieră, Alumni și Relația cu mediul de afaceri al Universității Babeș-Bolyai** • ASPR – Asociația Studenților Psihologi din România Cluj-Napoca • Uniunea Studențească Maghiară din Cluj – Biroul pentru carieră • FSPAC UBB - Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării • Liga Studenților din Cluj • *Nu știu/ Nu răspund – 71%*
Universitatea Ovidius din Constanța	• AIESEC Constanța – Asociația Internațională a Studenților în Economie și Științe Comerciale • **Centrul de consiliere și orientare în carieră**

	• Work and Travel • Profesorii • *Nu știu/ Nu răspund – 77%*
Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași	• ASCOR – Asociația Studenților Creștini Ortodocși Filiala Iași – 2 mențiuni • ELSA – Asociația Europeană a Studenților la Drept – 2 mențiuni • ASFI - Asociația Studenților Francofoni Iași • Colegiul Sfântul Nicolae • AIESEC Iași – Asociația Internațională a Studenților în Economie și Științe Comerciale • DPPD – Departamentul pentru Pregătirea Personalului Didactic • Asociația Studenți pentru viață Iași • USR – Uniunea Studenților din România • *Nu știu/ Nu răspund – 78%*
Universitatea Națională de Arte „George Enescu din Iași"	• DPPD – Departamentul pentru Pregătirea Personalului Didactic • Asociația Absolvenților UAGE Iași • *Nu știu/ Nu răspund – 93%*
Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi" din Iași	• ASAI - Asociația Studenților Arhitecți Iași • BEST – Board of European Students of Technology • *Nu știu/ Nu răspund – 33%*
Universitatea „Dunărea de Jos" din Galați	• AIESEC Galați – Asociația Internațională a Studenților în Economie și Științe Comerciale • Erasmus • *Nu știu/ Nu răspund – 88%*

Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

În cadrul celei de a doua opțiuni privind organizațiile care sprijină orientarea în carieră, singurele răspunsuri care au inclus și *Centrele de consiliere și orientare în carieră* din universități vin din partea subiecților de la Universitatea Babeș-Bolyai și Universitatea Ovidius din Constanța, însă cu o singură mențiune. În acest caz, predomină organizațiile studențești sau de tineret (Tabelul 3.3.).

Tabelul 3.4: Tipuri de organizații care ajută studenții să se orienteze în carieră – Opțiunea 3

	Organizația 3
Universitatea din București	• ASLS - Asociația Studenților de la Facultatea de Limbi și Literaturi Străine – 3 mențiuni • ASD – Asociația Studenților în Drept – 3 mențiuni • ASUB – Asociația Studenților din Universitatea București

	• ASMI – Asociația Studenților la Matematică și Informatică • ASPSE – Asociația Studenților la Psihologie și Științele Educației din București • ELSA – Asociația Europeană a Studenților la Drept • USR - Uniunea Studenților din România • *Nu știu/ Nu răspund – 71%*
Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca	• Organizația Studenților din Universitatea „Babeș-Bolyai" • Colegiul Studențesc de Performanță Academică al Universității „Babeș-Bolyai" (conferințe, ateliere ș.a.) • *Nu știu/ Nu răspund – 94%*
Universitatea Ovidius din Constanța	• *Nu știu/ Nu răspund – 100%*
Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași	• ASCOR – Asociația Studenților Creștini Ortodocși Filiala Iași • AIESEC Iași – Asociația Internațională a Studenților în Economie și Științe Comerciale • AGLT – Asociația Grupurilor Locale de Tineret • ATOR – Asociația Tineretul Ortodox Român • Departamentul de Cercetare Interdisciplinar • Liga Studenților din Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași • LSE – Liga Studenților Economiști • *Nu știu/ Nu răspund – 82%*
Universitatea Națională de Arte „George Enescu din Iași"	• *Nu știu/ Nu răspund – 100%*
Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi" din Iași	• BEST – Board of European Students of Technology • *Nu știu/ Nu răspund – 67%*
Universitatea „Dunărea de Jos" din Galați	• LSG - Liga Studenților din Galați • *Nu știu/ Nu răspund – 94%*

Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

În cadrul celei de a treia opțiune – dincolo de numărul mic de răspunsuri, se constată absența referințelor la CCOC-uri.

Rata modestă de frecventare a centrelor specializate este reflectată și în cadrul interviurilor, numai opt din cei 35 de studenți intervievați afirmând că au recurs ocazional la CCOC:

„Am apelat o singură dată la serviciile de consiliere și orientare profesională din Universitatea București, prin participarea la Târgul Educației organizat de această instituție.

Recomandarea a venit din partea unui membru al Asociației Studenților din Uninersitatea București, în contextul finalizării ciclului liceal și optării pentru studiile de licență la o anumită facultatea din UB." (Student Universitatea din București, Facultatea de Teologie Ortodoxă, m., anul III de studiu, 21 de ani)

„Am participat de două ori, la începutul perioadei de studenție, într-un moment în care doream să aflu care sunt, în mod concret, oportunitățile de carieră pe care mi le deschide facultatea aleasă. (...) Am aflat de aceste evenimente prin intermediul asociației studențești a facultății și am luat decizia de a participa în urma discuțiilor purtate între colegi" (Student Universitatea din București, Facultatea de Filosofie, f., anul III de studiu, 21 de ani)

Același respondent a mai afirmat că a participat la un evenimentul intitulat Zilele Carierei, unde a cunoscut absolvenți ai facultății care sunt realizați profesional. Totodată, a luat parte la un workshop dedicat modalităților de realizare ale CV-ului și altor elemente relevante pentru un potențial interviu de angajare.

„Am apelat o singură dată – la sugestia unui profesor, in perioada premergătoare alegerii temei de licență deoarece am considerat oportune niște sugestii cu privire la ceea ce se căuta pe piața muncii și abilitățile și înclinațiile mele." (Student Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași, Facultatea de Teologie Romano-Catolică, m., 23 de ani)

„Da. Am apelat la serviciile de consiliere și orientare în carieră în cadrul universității, am participat la un training in acest sens, am învățat să întocmesc un CV și o scrisoare de intenție și am completat fișe psihologice în acest sens." (Student Universitatea „Dunărea de Jos" din Galați, specializarea: Teologie, f., anul II de studiu, 20 de ani)

Concluzionând, din observațiile respondenților reiese că lipsa frecventării CCOC-urilor este generată de nivelul redus de notorietate al acestora, documentarea în legătură cu serviciile oferite efectuându-se prin intermediul cunoștințelor, prietenilor, profesorilor sau colegilor.

Caracteristici ale serviciilor de consiliere și orientare profesională sesizate de studenții care au participat la activitățile unor astfel de centre

Studenții intervievați au caracterizat serviciile de consiliere și orientare în carieră ca fiind benefice, plăcute, interesante, formative și constructive prin prisma acțiunilor la care au participat. De altfel, aceste atribute au fost atașate ca urmare a evaluării experiențelor și interacțiunilor pe care le-au avut cu centrele de resort, printre beneficiile sesizate numărându-se:

- Asimilarea de informații referitoare la competențele și aptitudinile solicitate pe piața muncii, alături de mijloacele prin care acestea ar putea fi puse în valoare cu ajutorul unui C.V. reușit;

- Participarea la evenimente de informare și orientare dedicate studenților axate pe alegerea unei cariere care să corespundă intereselor individuale și abilităților profesionale;
- Sprijinirea fixării de obiective realiste în funcție de abilitățile și interesele de ordin socio-profesional.

De asemenea, unul dintre studenții incluși în eșantionul cercetării calitative a menționat că și-a format *„o viziune mai puternică cu privire la profesiile pe care le pot exercita la finalul studiilor de licență*". (Student Universitatea din București, specializarea: Filosofie, f., anul III de studiu, 21 de ani)

La polul opus, au fost consemnate și două evaluări negative, cauzate în special de lipsa de feedback:

> *„Una interesantă, dar nu foarte benefică. Mi-aș fi dorit să și primim un răspuns la acele chestionare privind ce job-uri ni s-ar potrivi după profilul psihologic și competențele actuale.*" (Student Universitatea „Dunărea de Jos" din Galați, specializarea: Istorie, f., anul III de studiu, 22 de ani)
>
> *„Nu consider că m-a ajutat deloc intrucât nu mi-a prezentat nicio soluție viabilă pe piața muncii!*" (Student Universitatea „Babeș Bolyai", specializarea: Litere)

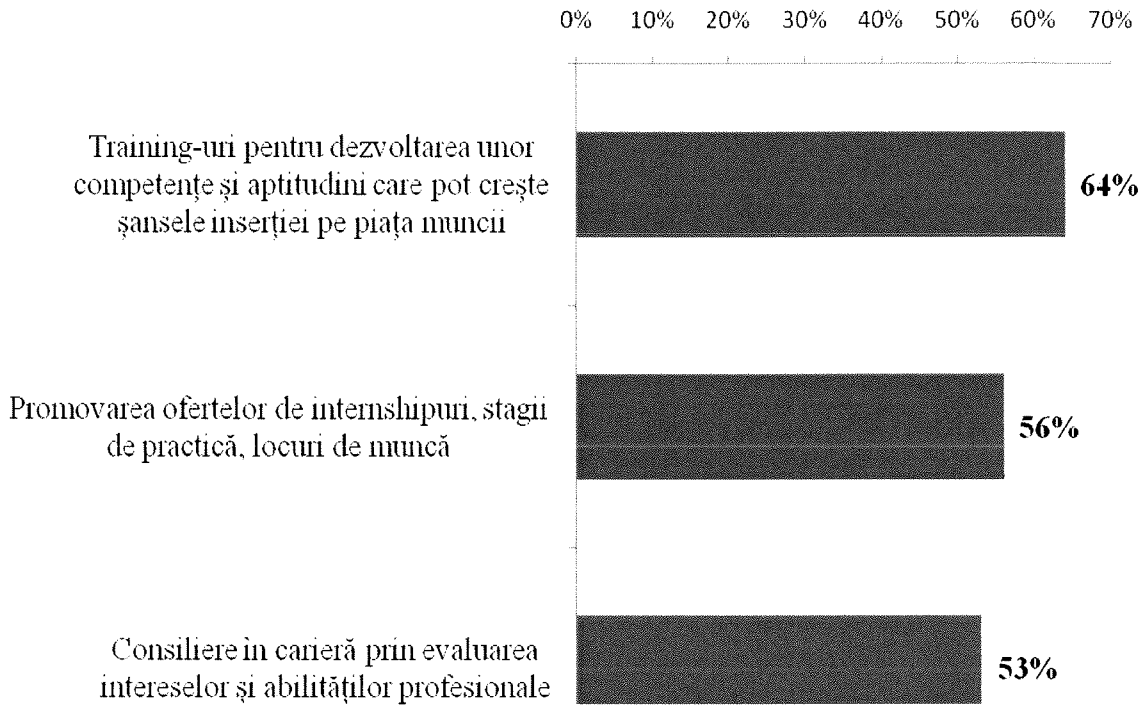
Gradul de informare al studenților privind inserția pe piața muncii a absolvenților din universitățile occidentale

Cercetarea calitativă a relevat faptul că studenții intervievați nu dețin numeroase informații privind maniera în care instituțiile de învățământ superior occidentale gestionează și realizează tranziția la viața profesională a absolvenților. Unii dintre respondenți au punctat că față de România, în Occident se pune un accent mai ridicat pe încheierea de parteneriate cu mediul de afaceri în urma cărora studenții sunt angrenați în stagii de internship de la debutul facultății, dar și pe colectarea constantă de date statistice privind parcursul absolvenților, care permit monitorizarea evoluției profesionale a acestora.

Servicii utile pentru carieră în accepțiunea studenților

Pentru a identifica nevoile studenților privind pregătirea pentru viitoarea carieră, tinerii au selectat dintr-o listă cu 15 servicii pe cele utile pentru dezvoltarea profesională. În urma înregistrării răspunsurilor, acestea au fost grupate în trei categorii: 1) cele de relevanță sporită - care au cumulat peste 50% răspunsuri favorabile (cu mențiunea că limita superioară este de 64%); 2) cele de relevanță medie - care au cumulat între 40 și 49 puncte procentuale și 3) cele mai puțin importante - între 25 și 39%.

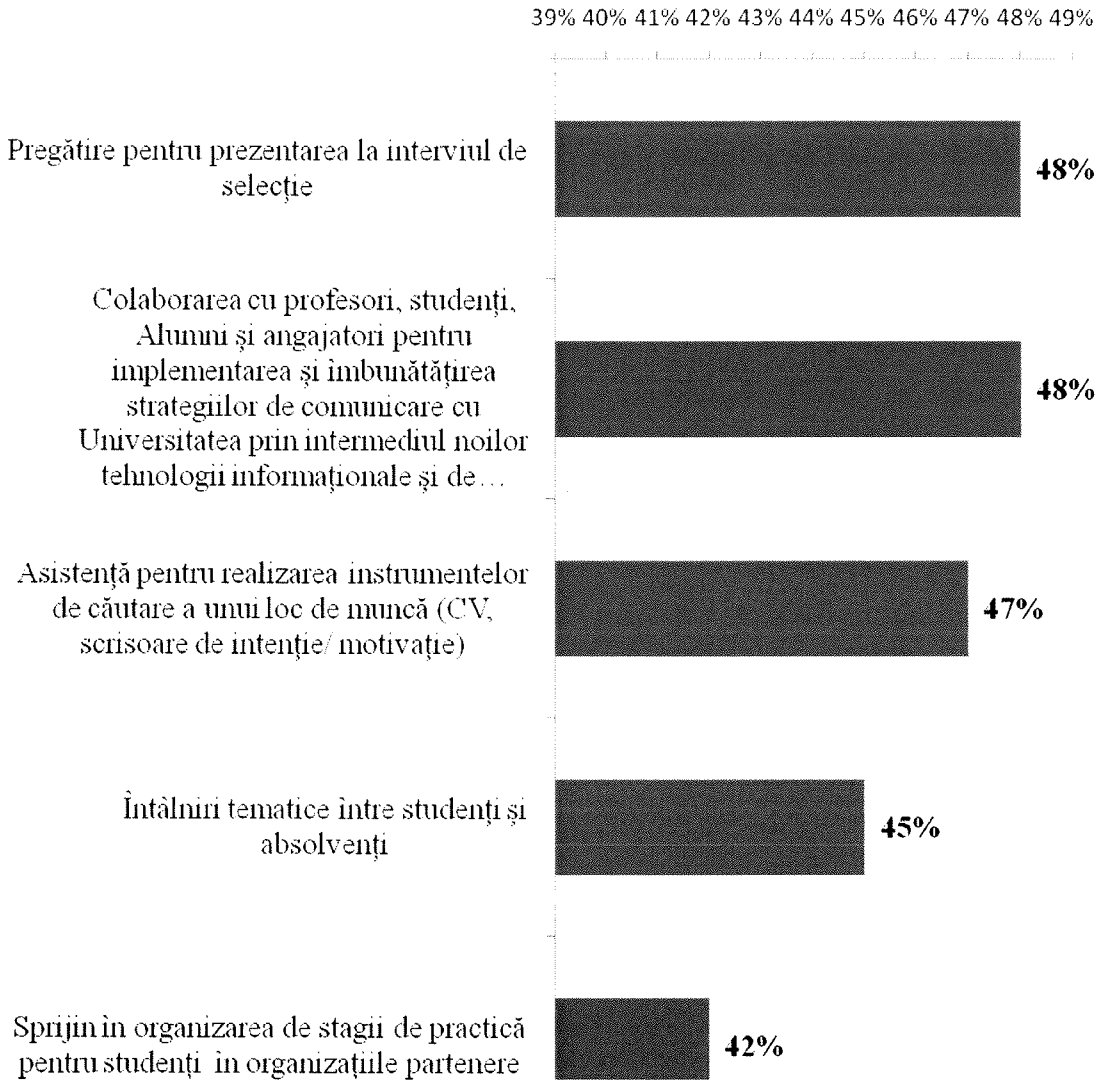
Graficul 3.8: Tipuri de servicii utile pentru carieră – Categoria 1



Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Categoria I: Pentru 64% dintre studenți, *training-urile pentru dezvoltarea unor competențe și aptitudini care pot crește șansele inserției pe piața muncii* constituie cel mai util serviciu pentru viitoarea carieră. Pe cea de-a doua poziție se clasează *promovarea ofertelor de internship-uri, stagii de practică, locuri de muncă*, element considerat benefic pentru tranziția la viața profesională de către 56% dintre studenți. Așadar, o bună informare privind oportunitățile de angajare sau de efectuare a internship-urilor, precum și organizarea unor training-uri care să permită dobândirea unor abilități specifice pentru câmpul muncii constituie elemente esențiale pentru majoritatea tinerilor chestionați din cele șapte universități. De asemenea, un alt element semnalat de mai bine de jumătate dintre subiecți (53%) este *consilierea în carieră prin evaluarea intereselor și abilităților profesionale*, unul din doi studenți fiind de părere că o astfel de expertiză avizată poate sprijini alegerea unei cariere.

Graficul 3.9:. Tipuri de servicii utile pentru carieră – Categoria 2



Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

De relevanță medie – în cadrul celei de a doua categorii, figurează aspecte ce țin atât de îndrumarea în depunerea unei aplicații și participarea la interviu: *pregătire pentru prezentarea la interviul de selecție* (48%), *asistență în realizarea instrumentelor de căutare a unui loc de muncă* (CV, scrisoare de intenție/ motivație) – 47%, cât și de strategiile de comunicare, întâlnirile tematice și colaborarea pentru facilitarea accesului la internship-uri. Astfel, 48% dintre subiecți sunt de părere că este utilă pentru viitoarea carieră *colaborarea cu profesori, studenți, Alumni și angajatori pentru implementarea și îmbunătățirea strategiilor de comunicare cu Universitatea prin intermediul noilor tehnologii informaționale și de comunicare*. Adaptarea la noile tehnologii constituie un element

dezirabil pentru creșterea accesului la ofertele de muncă, dar și pentru o comunicare mai ușoară și rapidă între studenți și cadrele didactice/ absolvenți.

Un alt aspect semnalat de 45% dintre studenți este *realizarea de întâlniri tematice între studenți și absolvenți*, strategie considerată eficientă pentru dezvoltarea profesională, mai ales că de la alumni pot fi obținute informații de interes cu privire la provocările întâmpinate în momentul intrării în câmpul muncii, cunoștințele dobândite din facultate care pot fi considerate puncte tari pentru angajatori, aspecte pe care trebuie să se centreze în pașii următori etc. Al cincilea element inclus în această categorie este alocarea de *sprijin în organizarea de stagii de practică pentru studenți în organizațiile partenere*, 43% dintre tineri considerând că ar fi util pentru viața profesională.

Tabelul 3.5: Tipuri de servicii utile pentru carieră – Categoria 3

Identificarea oportunităților pentru dezvoltarea abilităților și competențelor profesionale	**39%**
Promovarea în campusul universitar a ofertelor de muncă din partea firmelor (mese rotunde, paneluri profesionale etc.)	**39%**
Asistarea absolvenților în căutarea unui loc de muncă pe baza profilului lor psihologic și profesional realizat în colaborare cu celelalte centre ale Departamentul Servicii pentru Studenți și Absolvenți (DSSA)	**39%**
Facilitarea organizării unor programe de mentorat cu specialiști din firme sau antreprenori pentru studenți și absolvenți	**39%**
Organizarea, la cerere, de selecții și recrutări pentru companii	**33%**
Intermedierea comunicării dintre profesori și Alumni pe piața muncii în vederea organizării unor sesiuni interactive de formare pentru studenți în domeniile vizate de aceștia	**27%**
Altele	**4%**

Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Cea de-a treia categorie de servicii considerate utile pentru dezvoltarea în carieră aduce în atenție patru elemente reprezentate de același procentaj: 39% (tabelul 3.5.). Accentul cade pe un proces de căutare a locurilor de muncă personalizat – în funcție de profilul fiecărui student, pentru a putea beneficia de oferte în acord cu competențele și caracteristicile proprii, respectiv pe găsirea de ocazii favorabile dezvoltării competențelor de ordin profesional, pe expunerea publică a ofertelor de muncă în campusurile universitare prin evenimente interactive. Totodată, a fost subliniat importanța mentoratului. De altfel, datele cercetării au arătat că doar un sfert dintre studenți au participat la sesiuni de mentorat, în timp ce procentajul celor care sunt de părere că astfel de servicii ar fi folositoare pentru

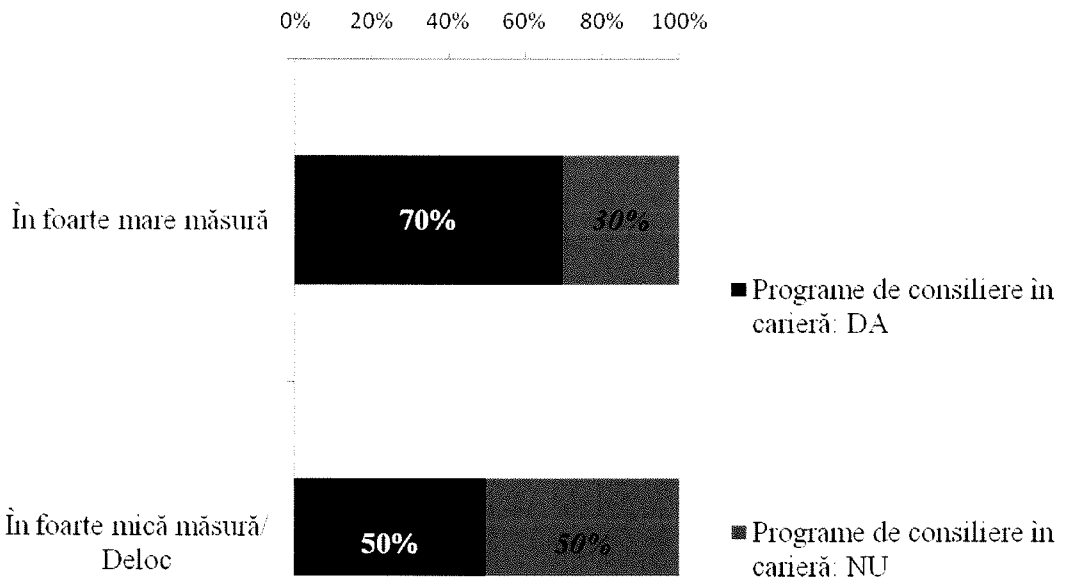
viitoarea carieră este de 39%. O treime dintre studenți consideră că organizarea, la cerere, de selecții și recrutări pentru companii ar putea fi utilă pentru viitoarea carieră.

4% dintre studenții chestionați au declarat și un alt serviciu, toate răspunsurile fiind concentrate către mediul on-line: site-uri de angajare, site-uri de recrutare, platforme specializate pentru job-uri, rețeaua LinkedIN ș.a. Așadar, există un grup de studenți care consideră că internetul poate constitui un mijloc util pentru viitoarea carieră. Toate aceste date indică faptul că în general, tinerii își doresc mai degrabă elemente concrete pentru sprijinirea viitoarei cariere: training-uri, informare și promovare privind oportunitățile de angajare sau de efectuare a stagiilor de practică, consiliere în carieră.

Profilul studentului care a participat la programe de consiliere în carieră

Secțiunea următoare este dedicată trasării unui profil al studentului care a participat la programe de consiliere în carieră (N=97). În acest sens, au fost selectate o serie de date de ordin socio-demografic, dar și itemi de altă natură din cadrul cercetării, pentru a evidenția principalele caracteristici ale persoanelor care au beneficiat de astfel de servicii.

Graficul 3.10: Participarea la programe de consiliere pentru carieră în funcție de cunoașterea oportunităților privind viitoarea carieră pe care doresc să o urmeze



Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Un prim aspect urmărit este evidențierea modului în care cunoașterea oportunităților din câmpul muncii este influențată de implicarea în programe de consiliere de carieră. Datele arată că în general, studenții care cunosc în foarte mare măsură aceste opțiuni au participat în proporție mai mare la servicii de consiliere pentru carieră comparativ cu cei care nu sunt informați în legătură cu acestea. Astfel, 70% dintre cei care menționat că sunt informați *în foarte mare măsură* în legătură cu locurile de muncă corespunzătoare traseului pe care și-l doresc să urmeze au fost în timpul studenției la programe de consiliere pentru carieră, în timp ce același lucru este specific pentru 50% dintre cei care cunosc *în foarte mică măsură/deloc* aceste informații.

Tabelul 3.6: Participarea la programe de consiliere pentru carieră în funcție de beneficierea de consiliere și orientare educațională din partea centrului de consiliere din universitate în tranziția liceu-facultate

Participarea la programe de carieră:	În foarte mare măsură + În mare măsură	Nici în mică, nici în mare măsură	În mică măsură + În foarte mare măsură
Da	63%	27%	48%
Nu	37%	73%	52%

Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Tinerii care au primit sprijin din partea CCOC din instituția de învățământ superior în momentul luării deciziei de înscriere la facultate sunt mai predispuși la a se implica în programe de consiliere și pe parcursul ciclului universitar. Astfel, dacă 48% dintre cei care au menționat că nu au beneficiat deloc/au primit în foarte mică măsură orientare educațională din partea centrului de consiliere din universitate au fost angrenați în programe de consiliere pentru carieră pe parcursul studenției, același lucru este specific unui număr de 63% dintre persoanele care în tranziția către mediul universitar au avut parte de consultanță din partea instanței specializate a universității.

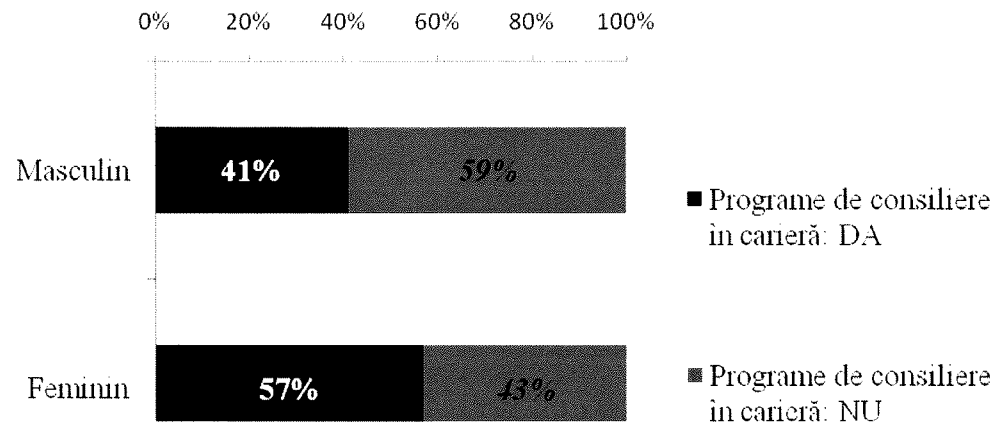
Tabelul 3.7: Participarea la programe de consiliere pentru carieră în funcție de vârsta respondenților

Participarea la programe de carieră:	19-20 ani	21-22 ani	23-25 ani	Peste 26 ani
Da	60%	47%	57%	25%
Nu	40%	53%	43%	75%

Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Se disting două intervale de vârstă mai active referitor la implicarea în programe de carieră: 19-20 ani (60%) și 23-25 ani (57%). Cea mai redusă activitate o regăsim în cazul celor cu vârsta peste 26 ani (25%).

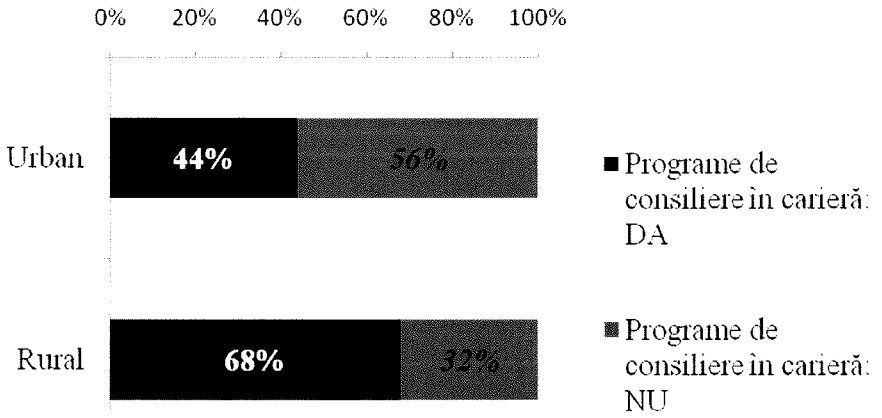
Graficul 3.11: Participarea la programe de consiliere pentru carieră în funcție de genul respondenților



Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Fetele sunt mai active când vine vorba despre programele de consiliere spre deosebire de băieți. Astfel, dacă 57% dintre tinere au luat parte la astfel de programe pe parcursul studenției, situația este similară pentru 41% dintre tineri. De altfel, se pot contura strategii de creștere a interesului pentru astfel de activități și în funcție de componenta gen.

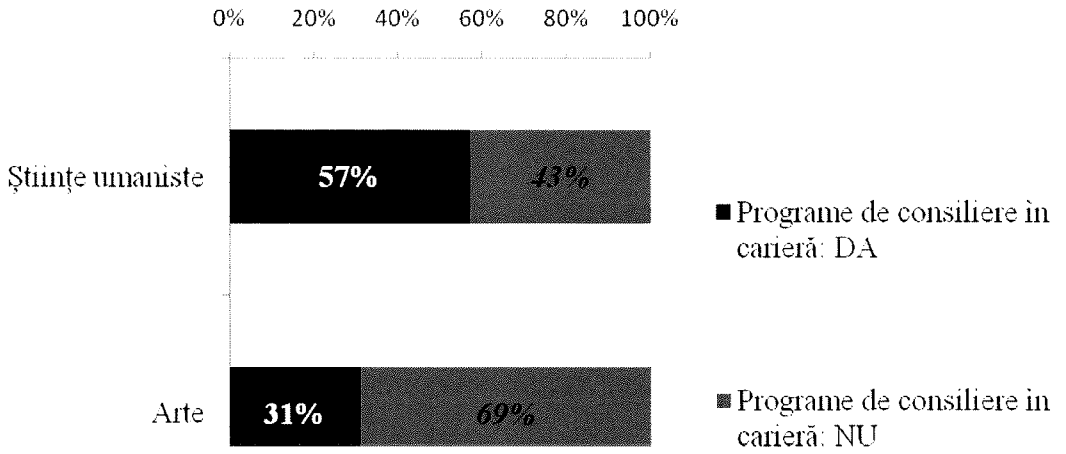
Graficul 3.12: Participarea la programe de consiliere pentru carieră în funcție de mediul de rezidență



Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Studenții din mediul rural au participat în mai mare măsură la programe de consiliere în carieră, spre deosebire de cei din mediul urban: 68% versus 44%.

Graficul 3.13: Participarea la programe de consiliere pentru carieră în funcție de domeniul de studii

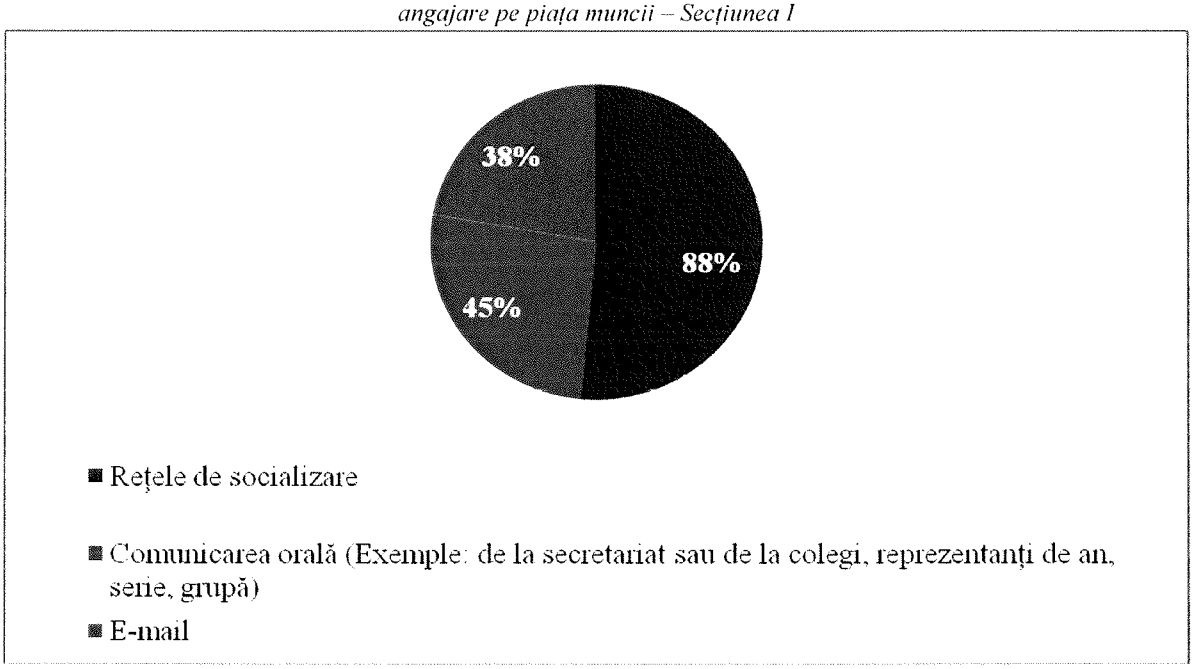


Sursa: *bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Studenții de la Științele umaniste au participat într-un număr mai ridicat la programe de consiliere pe parcursul facultății în raport cu cei de la Arte: 57% versus 31%.

Instanțe de informare utilizate de studenți privind oportunitățile de angajare pe piața muncii

Graficul 3.14: Surse de informare utilizate de studenți în ceea ce privește oportunitățile de angajare pe piața muncii – Secțiunea I



Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Studiul a mai urmărit și reliefarea acțiunilor efective pe care studenții le pun în practică în momentul în care doresc să își găsească un job. În analiza acestei întrebări, sursele de informare au fost defalcate ierarhic în trei secțiuni majore, în ordinea procentajelor aferente fiecărei categorii de răspuns:

secțiunea I – cuprinde podiumul surselor de informare evocate de subiecți, **secțiunea II** – în care au fost introduse sursele de informare ce au întrunit între 20 și 37% din totalul răspunsurilor consemnate, respectiv **secțiunea III**, în care au fost încadrate canalele menționate cu mai puțin de 20 puncte procentuale.

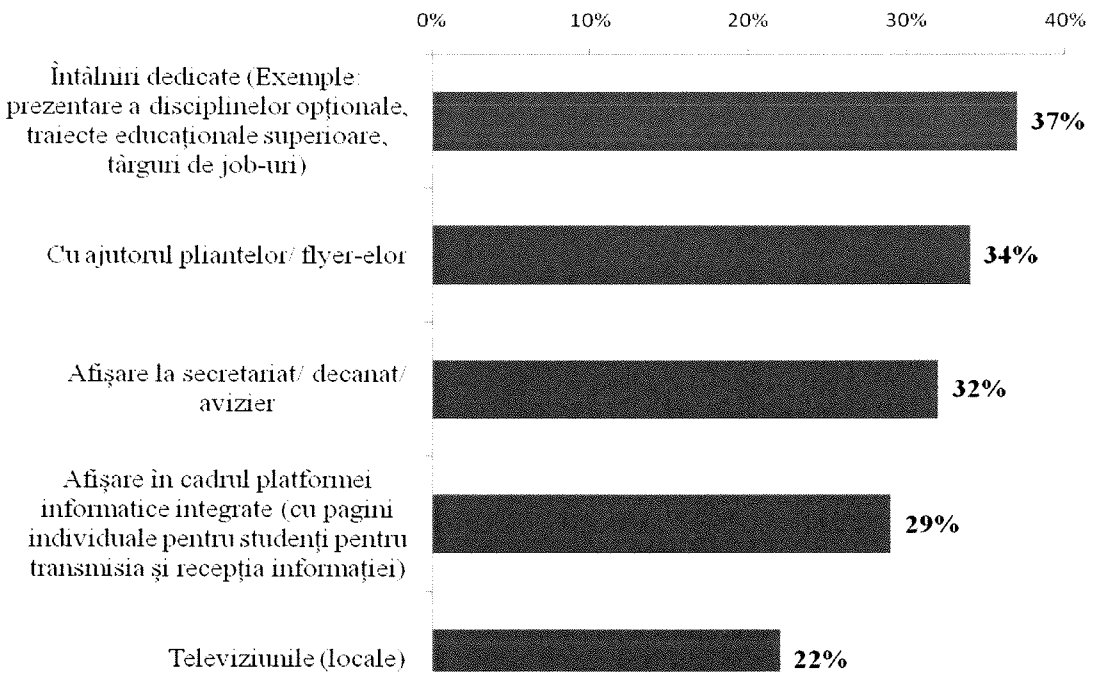
Secțiunea I: Principalele canale informaționale utilizate de studenți în legătură cu locurile de muncă disponibile sunt reprezentate de *rețelele de socializare*, menționate de majoritatea respondenților – 88%. Astfel, prelucrarea statistică a datelor cercetării sociologice relevă o predispoziție a studenților de a apela la surse specifice erei digitale, dezvoltarea fulminantă a rețelelor de socializare (regăsite în literatura de specialitate sub denumirea de *social media*) din ultimul deceniu punându-și evident amprenta asupra mijloacelor la care aceștia apelează în perspectiva dezvoltării lor profesionale. Aplicații și platforme de socializare/ multimedia precum Facebook, LinkedIn, Twitter, Google+, Youtube ș.a. beneficiază de o largă răspândire în rândul tinerilor, valențele lor pozitive fiind tot mai cunoscute de studenți, în calitatea lor de reprezentanți ai *nativilor digitali*. Organizațiile publice și private, alături de unitățile educaționale apelează într-o grad tot mai crescut la platformele de socializare (în special Facebook) ca interfață de promovare a oportunităților de angajare și internship, acest fapt - coroborat cu rata înaltă de folosire a acestora de către studenți, conducând la o sporire semnificativă a graduluide informare legat de opțiunile de pe piața muncii. Totodată, LinkedIn oferă posibilitatea construirii unui Curriculum Vitae (C.V.) și a unei fișe de parcurs educaționale și profesionale în variantă online, documente accesibile în format digital în cadrul companiilor și organizațiilor care își doresc să identifice potențiali angajați în conformitate cu profilurile socio-profesionale căutate. În plus, platformele de job-uri utilizează rețelele de socializare ca extensii ale website-urilor oficiale, tocmai pentru a-și lărgi aria de informare asupra locurilor de muncă și posibilităților de internship disponibile. Toate aceste constatări preliminare sunt parte a noilor realități impuse de progresul digital la care tinerii încearcă să se adapteze și sub aspectul dezvoltării lor profesionale.

Pe poziția secundă în cadrul ierarhiei mijloacelor de informare despre locurile de muncă se plasează *comunicarea orală* (spre exemplu, de la secretariat, colegi, reprezentanții de an, grupă ș.a.), categorie ce însumează 45 de puncte de procentuale, la o diferență de 43% față de rețelele de socializare. Chiar dacă este un mijloc cu evidente caracteristici tradiționale, acesta se bucură de o rată ridicată de utilizare în rândul respondenților, fiind dezvoltat în jurul rețelelor sociale pe care studenții și le construiesc în interiorul câmpului academic: secretariat, colegi, reprezentanți ai studenților în structurile de management etc.

Podiumul primei secțiuni este închis de categoria de subiecți care au declarat că obișnuiesc să utilizeze *e-mailul*, acest instrument digital fiind evocat în 38% din răspunsurile consemnate. Față de primele două surse din ierarhie, e-mailul nu beneficiază de atu-ul unei interacțiuni în timp real, feedback-ul imediat fiind în anumite contexte dificil de obținut. De altfel, feedback-ul imediat - posibil de cele mai multe ori în cazul rețelelor de socializare sau în situația comunicării orale, este relevant pentru lămurirea aspectelor mai puțin concludente ce reies din informările privind job-urile disponibile.

Așadar, categoria dominantă de respondenți este compusă din studenții care au punctat că utilizează rețelele de socializare pentru a afla informații despre job-urile puse la dispoziție de angajatori. Acest *status quo* evidențiat prin intermediul analizei statistice a datelor, confirmă că dezvoltarea digitală comportă o serie de efecte și mutații asupra manierei în care studenții se raportează la piața forței de muncă, mijloacele tehnologice deținând un rol tot mai important în perspectiva dezvoltării socio-profesionale și educaționale.

Graficul 3.15: Surse de informare utilizate de studenți în ceea ce privește oportunitățile de angajare pe piața muncii Secțiunea II



Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

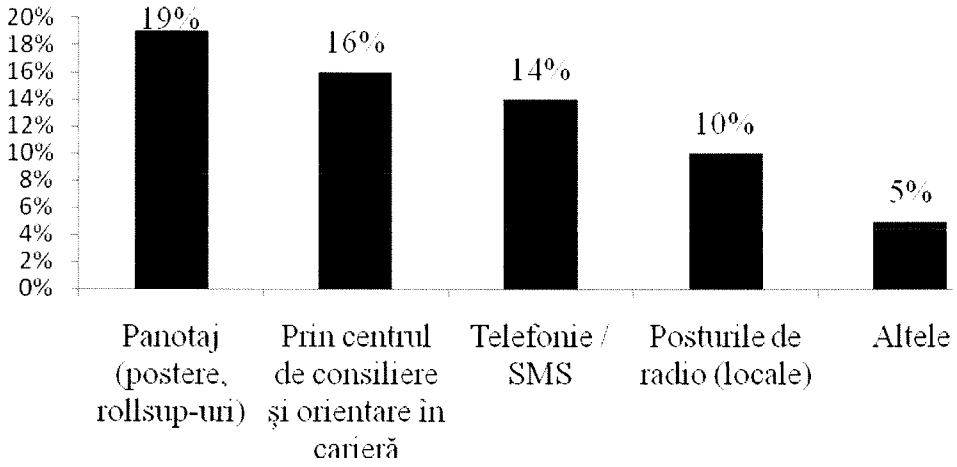
Secțiunea II: 37% dintre participanții la cercetarea sociologică au declarat că acordă o importanță ridicată întâlnirilor dedicate pentru a lua la cunoștință despre oportunitățile de ordin

profesional existente. Asemenea întâlniri dedicate cuprind sesiuni de prezentare a disciplinelor opționale, dar și ore de consiliere socio-educațională sau târguri de job-uri.

Tot câte aproximativ o treime dintre subiecți au menționat că se informează cu ajutorul pliantelor sau flyer-elor (34%) sau prin intermediul afișelor expuse în zonele aferente secretariatelor, decanatului sau avizierelor (32%). Trei din zece respondenți au punctat că preiau detalii cu privire la oportunitățile existente pe piața muncii de pe platformele informatice integrate, care cuprind pagini individuale dedicate studenților în vederea transmisiei și recepției informației. În schimb, televiziunile, cu preponderență cele cu emisie locală, dețin o pondere relativ scăzută în rândul studenților, numai unul din cinci respondenți afirmând că se informează prin intermediul acestora (22%).

Așadar, din analiza categoriilor cuprinse în a doua secțiune de răspunsuri, se poate desprinde ideea că studenții preferă o informare directă, de tip față-în-față, sub forma interacțiunilor dedicate și axate pe tematici specifice.

Graficul 3.16: Surse de informare utilizate de studenți în ceea ce privește oportunitățile de angajare pe piața muncii – Secțiunea III



Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Secțiunea III (mijloacele cele mai puțin utilizate): Interesant de observat în cadrul acestei secțiuni este ponderea superioară a respondenților care utilizează *panotajul*, respectiv posterele și rollsup-urile (19%) față de cei care apelează la *CCOC-urile* din universități (16%) pentru cumularea de date despre locurile de muncă existente. Totodată, se mai remarcă faptul că doar unul din șapte subiecți (14%) a optat pentru serviciile de *telefonie/ sms*, în vreme ce o zecime dintre cei chestionați au menționat drept sursă de informare *posturile de radio (locale)*.

Tabelul următor cuprinde *alte răspunsuri* oferite de respondenți, categorie ce însumează 5 puncte procentuale:

Tabelul 3.8: Alte surse de informare utilizate de studenți în ceea ce privește oportunitățile de angajare pe piața muncii

ALTE RĂSPUNSURI	% (N=200)
Site-uri de angajare	3%
Site-uri de job-uri	
Site-uri de recrutare	
Platforme specializate pentru job-uri	
Ejobs, Bestjobs ș.a.	
Internet, în general	1%
LinkedIn	0,5%
Profesori	0,5%

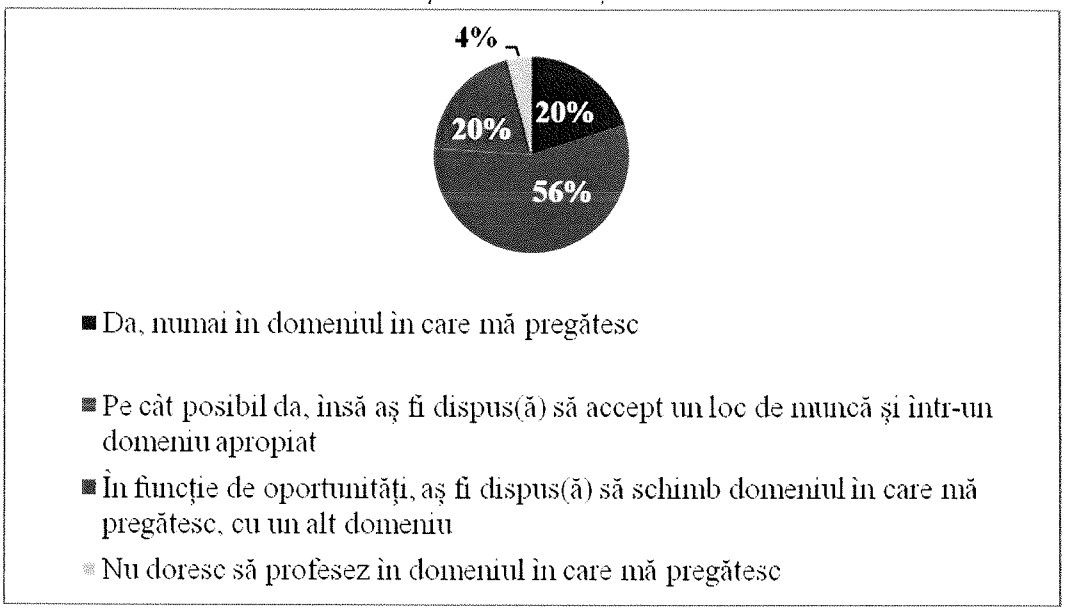
Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

3% dintre subiecți au punctat că platformele online dedicate promovării locurilor de muncă reprezintă instrumente utile ce le-ar putea facilita integrarea pe piața muncii. Totodată, 1% au menționat Internet-ul, în general, iar câte un singur respondent a declarat că fie LinkedIn-ul, fie profesorii sunt surse importante de informare în legătură cu job-urile disponibile.

În concluzie, odată cu progresul masiv al tehnologiei înregistrat în noul mileniu, resursele digitale dețin un rol tot mai important pentru tinerii care vor să se angajeze. Aplicațiile mobile, rețelele de socializare, poșta electronică, website-urile și platformele online integrate și specializate oferă posibilitatea studenților de a-și rafina și actualiza căutările în acord cu interesele și așteptările pe care aceștia le au de la un potențial angajator. În contrapondere cu resursele digitale, se evidențiază proporția scăzută a studenților care apelează la serviciile de consiliere profesională și orientare în carieră special constitutite chiar în interiorul instituțiilor de învățământ superior. De altminteri, atrage atenția faptul că aceste servicii depășesc ca rată de utilizare doar telefonia/ sms-ul, respectiv posturile de radio cu acoperire locală.

Perspective de dezvoltare profesională ale studenților

Graficul 3.17: Ponderea studenților care doresc să profeseze în domeniul de licență (academic) în care se pregătesc pe parcursul studenției



Sursa: Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)

Majoritatea studenților chestionați (56%) au afirmat că ar vrea să profeseze în specializarea academică urmată, însă, în funcție de circumstanțe, ar fi dispuși să accepte un job și într-un domeniu complementar. În același timp, 20% dintre studenți au menționat că în funcție de oportunități, și-ar schimba domeniul de pregătire cu un altul. Interesant este faptul că aceeași pondere (20%) este întrunită și de categoria de respondenți care și-ar dori să profeseze numai în domeniul de licență. Cei care se plasează la polul opus și care exclud în totalitate ideea unui job conform cu specializarea de licență urmată alcătuiesc o minoritate care cumulează 4 puncte procentuale din totalul eșantionului.

Studiul de ordin calitativ a avut în vedere identificarea perspectivelor studenților cu privire la planul de carieră. Majoritatea dintre cei 35 de respondenți au menționat că și-ar dori o traiectorie profesională în conformitate cu specializările studiilor urmate, având drept obiective principale:

- continuarea studiilor după finalizarea ciclului de licență;
- integrarea imediată în câmpul muncii (spre exemplu, prin participarea la examenul de titularizare sau prin căutarea unui job);
- aprofundarea și dezvoltarea competențelor profesionale, respectiv a cunoștințelor acumulate pe perioada facultății;
- deschiderea de microafaceri în sfera domeniului academic urmat;
- obținerea unei alte specializări care să completeze domeniul academic urmat și care să le deschidă noi oportunități profesionale.

La nivel general, se observă faptul că studenții sunt relativ atașați specializărilor și domeniilor urmate, asumându-și în mare măsură alegerile pe care le-au realizat cu ocazia admiterii la universitate. Totuși, subiecții nu exclud pe termen mediu și lung o abordare flexibilă în legătură cu traiectoriile lor profesionale. Pe acest fond, nu mai puțin de trei sferturi dintre studenți ar accepta o reconfigurare a planului de carieră fie către o arie profesională conexă, fie chiar prin schimbarea radicală a domeniului academic.

Factori care îi motivează pe studenți să aplice pentru obținerea unui loc de muncă

Tabelul 3.9: Factori motivatori ai studenților în aplicarea pentru obținerea unui loc de muncă

CARACTERISTICI	Medie	N
O bună pregătire practică	7,93	195
Nivelul de salarizare	7,92	191
Capacitatea de adaptare și învățare permenentă	7,65	192
Stimulentele financiare (altele în afară de salarii) și non-financiare	7,63	186
Oportunitățile de dezvoltare profesională și afirmare	7,59	190
Concordanța dintre pregătirea universitară și domeniul în care urmează să activez	7,46	190
Provocările pe care le poate aduce noutatea întâlnită la locul de muncă	7,22	174
Colectivul	7,10	192
O bună pregătire teoretică	6,82	190
Situarea în mediul urban	6,76	176
Apropierea de casă	5,47	189

Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

În vederea evidențierii celor mai importante aspecte relevante pentru studenți atunci când aplică pentru obținerea unui job, a fost folosită o întrebare scalată, cu variante codificate și numerotate de la 1 la 10, în care 1 a reprezentat *în foarte mică măsură*, iar 10 a fost echivalentul categoriei de răspuns *în foarte mare măsură*.

În analiza răspunsurilor, se distinge faptul că principala caracteristică pe care studenții o caută în aplicarea pentru dobândirea unui job este legată de buna pregătire practică, media răspunsurilor fiind de 7,93 (cea mai apropiată de valoarea maximă 10, aferentă variantei de răspuns *în foarte mare măsură*), cu 1,11 puncte mai mult comparativ cu buna pregătire practică. La o diferență minimă față de prima poziție, de doar o sutime, se plasează nivelul de salarizare, categorie urmată de capacitatea de adaptare și învățare permanentă (media răspunsurilor este de 7,65). Pe poziția a patra se plasează stimulentele financiare (altele în afară de salarii) și non-financiare, media statistică obținută fiind de 7,63. Un alt element de importanță majoră pentru studenți îl constituie oportunitățile de dezvoltare

profesională și afirmare (media răspunsurilor este 7,59). De asemenea, cu o medie de 7,46 este regăsită concordanța dintre pregătirea universitară și domeniul în care respondenții urmează să activeze. Subiecții studiului sociologic acordă o atenție sporită și provocărilor generate de noutatea întâlnită la locul de muncă (media răspunsurilor este de 7,22). La 12 sutimi distanță este plasat colectivul. Cele mai puțin importante elemente țin, din perspectiva studenților, de locația jobului, pe ultimele două poziții fiind plasate categoriile ce privesc situarea în mediul urban (cu o medie a răspunsurilor de 6,76), respectiv apropierea de casă (5,47).

Printre alte răspunsuri oferite de studenții chestionați s-au numărat:

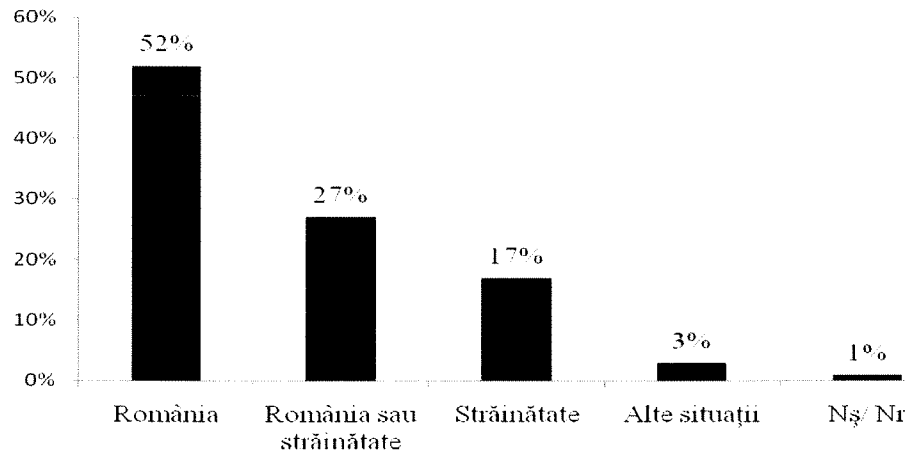
- *Mediu de lucru agil;*
- *Posibilitatea de avansare mai rapidă, ținând cont că este greu, nu cum este spus la interviu;*
- *Programul de lucru.*

Astfel, se desprind o serie de concluzii referitoare la elementele care contează pentru studenți în momentul aplicării pentru dobândirea unui job:

- Este acordat un rol ridicat pregătirii practice, fiind apreciată într-o măsură mult mai mare pregătirii teoretice;
- Stimulentele financiare (salariale și extra-salariale), precum și bonusurile non-financiare reprezintă factori motivatori deosebit de importanți;
- Studenții sunt înzestrați cu o perspectivă pe termen mediu și lung, fiind interesați de un job în care să învețe permanent și care să le confere oportunități reale de dezvoltare socio-profesională.

Locații de destinație ale studenților care doresc să își dezvolte o carieră

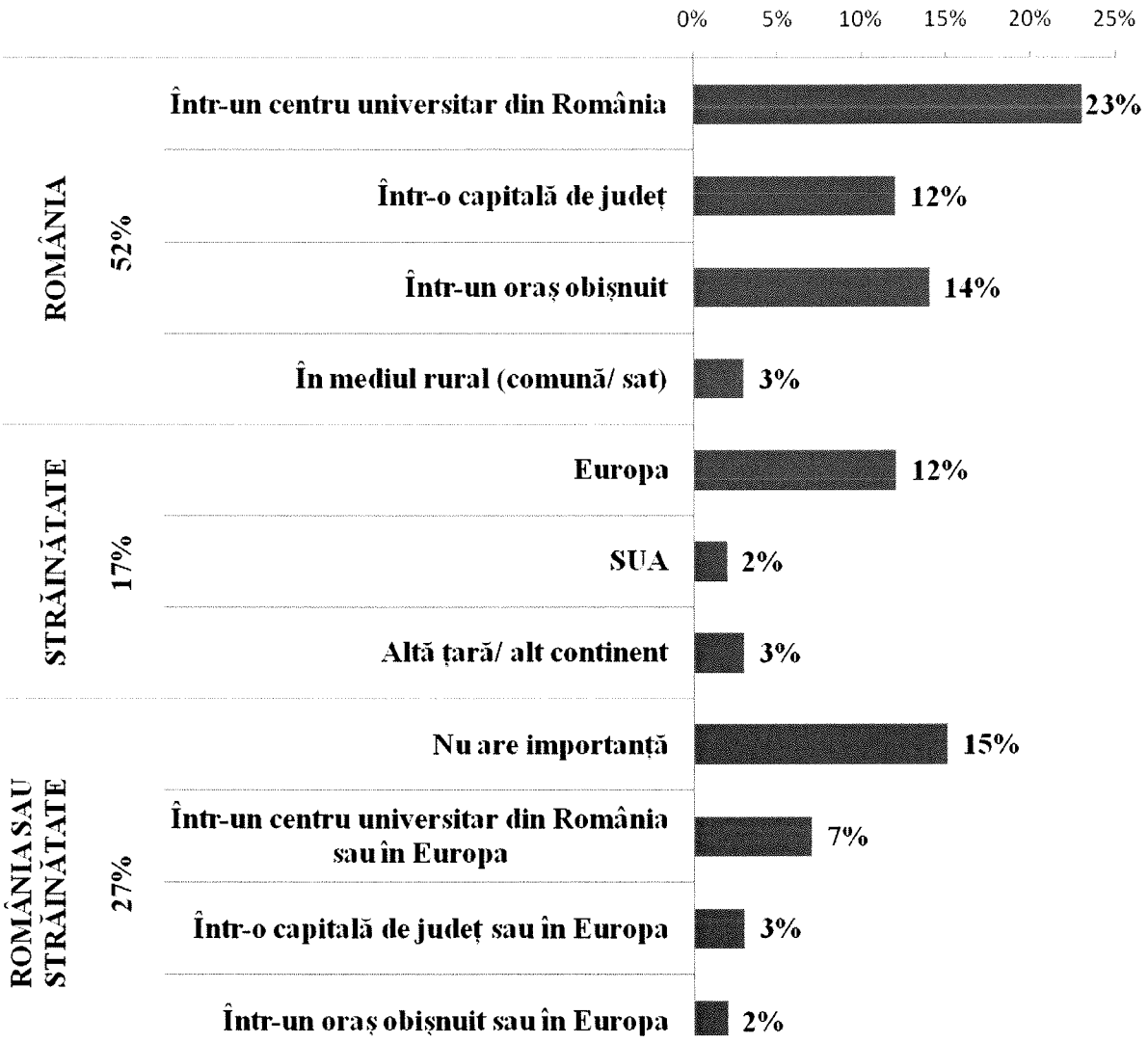
Graficul 3.18: Locații de destinație pentru studenții care doresc să își dezvolte o carieră



Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Majoritatea respondenților (57%) au subliniat că preconizează faptul că se vor activa profesional în România, ponderea acestora depășind cu 35 puncte procentuale categoria de subiecți care se văd urmând o carieră exclusiv în străinătate. De remarcat ar fi că 27% dintre subiecți nu au o idee clar conturată privind propriul traseu socio-profesional, anticipând că vor profesa fie în România, fie într-o altă țară.

Graficul 3.19: Locații de destinație pentru studenții care doresc să își dezvolte o carieră (analiză aprofundată)



Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

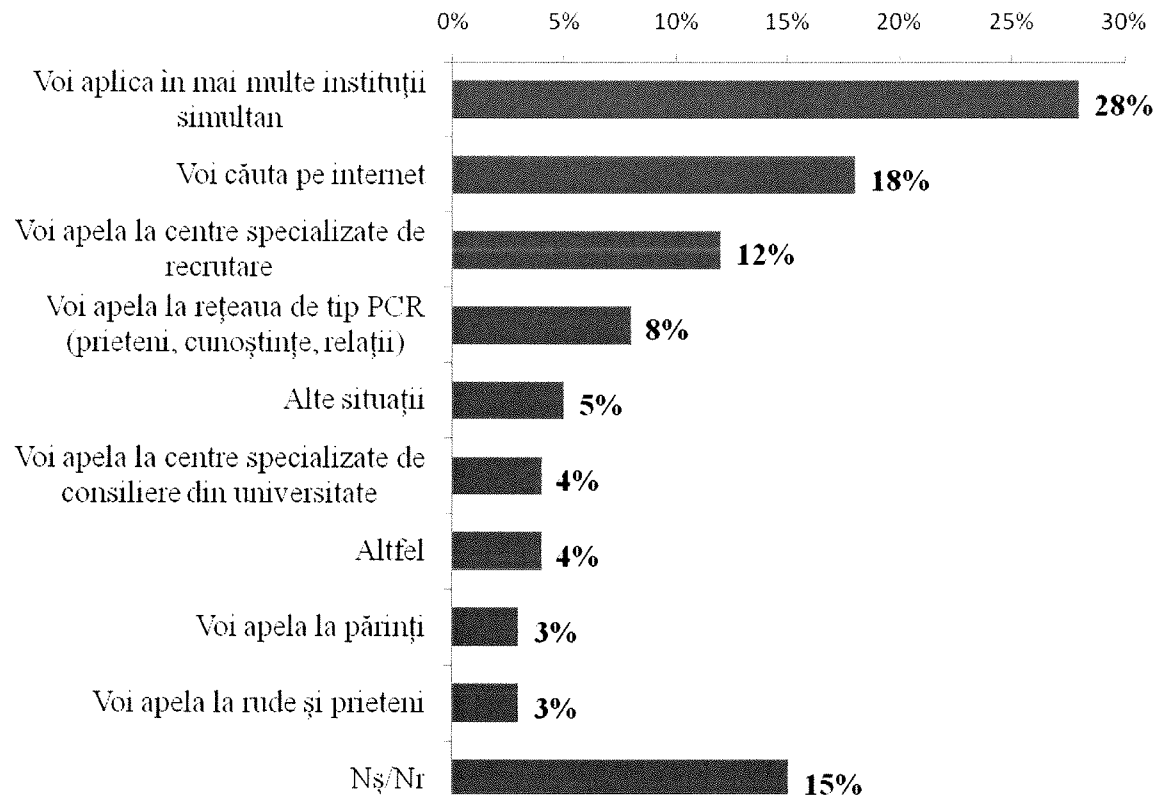
O analiză amănunțită a destinațiilor preconizate de studenți arată că 23% dintre aceștia au ca obiectiv să urmeze o carieră într-un centru universitar din România. Totodată, 15% au precizat că nu

conferă o importanță ridicată destinației, în vreme 14% au punctat că ar accepta un job într-un oraș obișnuit din România. Câte 12% dintre subiecții incluși în eșantionul cercetării sociologice au menționat că ar profesa fie într-o capitală de județ, fie într-o localitate situată pe teritoriul Europei. De asemenea, 7% au subliniat că și-ar dori să își consolideze cariera într-un centru universitar din România sau în Europa. Studenții care intenționează să urmeze o profesie în mediul rural (comună/ sat) însumează o pondere de 3%, la egalitate cu cei care se văd urmând o carieră într-o altă țară de pe un alt continent (în afară de Europa și America).

În concluzie, peste jumătate dintre studenții chestionați anticipează că vor urma o carieră profesională pe teritoriul României, majoritatea dintre aceștia dorindu-și să lucreze într-unul din centrele universitare din țară.

Modalități utilizate de studenți pentru identificarea locurilor de muncă

Graficul 3.20: Mijloace prin care studenții își vor căuta un loc de muncă după terminarea studiilor



Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Studiul sociologic a mai urmărit și evidențierea mijloacelor pe care tinerii le vor utiliza pentru a-și găsi un job, imediat după absolvirea facultății. Din analiza datelor se constată existența unui

nucleu format din 28% dintre subiecți care au declarat că vor încerca să aplice pentru găsirea unui job în mai multe instituții simultan. De asemenea, aproximativ o cincime dintre respondenți (18%) au menționat că vor apela la mijloacele digitale și vor căuta informații online, prin intermediul internetului. În același timp, unul din zece studenți incluși în eșantionul cercetării a punctat că vor merge la centrele specializate de recrutare (spre exemplu, AJOFM, companiile specializare pe recrutare ș.a.). 8% nu au ezitat să declare că vor apela la „rețele de tip PCR (prieteni, cunoștințe, relații)", proporția acestei categorii de respondenți fiind de două ori mai ridicată comparativ cu studenții care au menționat că se vor adresa centrelor specializate de consiliere din universitate (4%). De altfel, acest procentaj este apropiat de cel întrunit în cazul subiecților care au susținut că vor apela la părinți, rude și prieteni (3%).

Tabelul 3.10: Alte mijloace prin care studenții își vor căuta un loc de muncă după terminarea studiilor

ALTE SITUAȚII	% (N=200)
Voi căuta pe internet și voi aplica în mai multe situații simultan	4%
Voi căuta pe internet și voi apela la rețeaua de tip PCR (prieteni, cunoștințe și relații)	1%
Sfaturi cerute de la profesor, Participare la examenul de titularizare, Antreprenoriat ș.a.	

Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Soluții de creștere a absorbției pe piața muncii a absolvenților de învățământ superior

Unul din obiectivele centrale ale cercetării a constat în conturarea perspectivei studenților asupra potențialelor soluții ce ar putea fi implementate cu scopul de a mări rata absorbției în rândul absolvenților de învățământ superior. Subiecții au avut posibilitatea de a formula cinci răspunsuri libere, fără a fi limitați de selecția unei variante sau categorii precodificate/ prestabilite. Din rata ridicată de răspunsuri obținute, în special în cazul primelor două mențiuni, se poate observa că tinerii chestionați sunt deosebit de preocupați de problematica analizată, gama de soluții oferite fiind una relativ extinsă.

Tabelul 3.11: Soluții propuse de studenții chestionați în vederea creșterii ratei absorbției absolvenților de învățământ superior pe piața muncii – Mențiunea nr. 1

SOLUȚIE PROPUSĂ (1)	%
Dezvoltarea abilităților practice	11%
Asigurarea de salarii și stimulente financiare și non-financiare	11%
Crearea de locuri de muncă	7%
Organizarea de internshipuri	6%

Consilierea, orientarea și informarea studenților cu privire la inserția pe piața muncii	**6%**
Desfășurarea de traininguri	**5%**
Încheierea de parteneriate inter-instituționale	**5%**
Adaptarea cursurilor/ curriculei universitare la cerințele actuale ale pieței muncii	**4%**
Experiența anterioară	**4%**
Organizarea de târguri de joburi	**3%**
O mai bună promovare a informațiilor privind absorția pe piața muncii a absolvenților cu studii superioare	**3%**
Derularea de workshopuri si întâlniri dedicate	**2%**
O pregătire optimă teoretică si practică	**2%**
Alte soluții	**15%**
Nu știu/ Nu răspund	**16%**

Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Câte 11% dintre tineri consideră că evoluția ratei absorbției absolvenților de studii universitare pe piața muncii ar putea fi strâns legată de dezvoltarea abilităților practice, precum și de **asigurarea unor pachete salariale și non-financiare** atractive, convenabile, motivante sau/ și adecvate costurilor vieții.

În privința **dezvoltării abilităților practice** (11%), respondenții au menționat că universitățile ar trebui să aloce o importanță crescută stagiilor și programelor de practică, propunând acțiuni concrete de îmbunătățire a situației *de facto* precum:

- Introducerea unor cursuri de formare practică;
- Multiplicarea oportunităților de a urma internship-uri în specializarea urmată sau în organizații ce își desfășoară activitatea în sfera acesteia;
- Stabilirea obligativității efectuării de programe de practică pe toată perioada școlarizării;
- Axarea pe activități practice într-o măsură mai mare comparativ cu domeniile teoretice.

Adițional dezvoltării abilităților practice, 6% dintre subiecți au punctat faptul că ieșirea din acest impas ar putea fi facilitată prin **organizarea de internshipuri**, însoțite sau nu de diverse bonificații financiare sau stimulente non-materiale.

O altă soluție propusă de studenți – într-o proporție de 7% -, constă în **crearea de noi job-uri** destinate absolvenților, printre atributele atașate job-urilor fiind *diversitatea*, *atractivitatea* sau *compatibilitatea* acestora cu domeniile/ specializările academice urmate. În plus, 4% dintre subiecți au

punctat că o problemă majoră este aceea că angajatorii sunt orientați spre a solicita absolvenților **experiență profesională anterioară**, fapt care îi descurajează și contribuie la diminuarea ratei de absorbție pe piața muncii a tinerilor ce finalizează o instituție de de învățământ superior. În continuarea listei de soluții, 6% dintre studenții incluși în eșantionul cercetării sociologice au subliniat că ar fi necesară implementarea unui set coerent de **activtăți de consiliere, orientare și informare a absolvenților cu privire la inserția pe piața muncii**, acțiuni care ar trebui să beneficieze concomitent de **o promovare optimă** (3%). Printre activitățile specifice evocate se numără:

- Programe de mentorat particularizate domeniilor/ specializărilor academice urmate;
- Asistență pentru identificarea abilităților profesionale, respectiv consiliere și orientare în carieră prin evaluarea intereselor și aptitudinilor de ordin profesional;
- Acțiuni constante de consiliere profesională pe toată perioada studiilor universitare;
- Organizarea de adunări în cadrul facultăților cu scop de orientare profesională;
- Distribuția în rândul studenților de flyere informative în cadrul universităților.

Derularea de workshop-uri și întâlniri dedicate cu reprezentanți ai mediului de afaceri a fost amintită în 3% dintre răspunsurile consemnate. În același timp, numărul tinerilor care sunt de părere că **organizarea de traininguri** de specialitate, cu tematici prestabilite ar fi o măsură ce s-ar putea dovedi utilă, este de 5%, fiind la egalitate cu cei care au precizat că o creștere a ratei de absorbție pe piața muncii a licențiaților necesită un efort conjugat, cu potențial ridicat de reușită doar în condițiile **încheierii de parteneriate inter-instituționale** (spre exemplu, între universități și organizații/ instituții ce activează în sfera privată/ mediul public). De remarcat ar fi faptul că 4% dintre subiecți nu au ezitat să semnaleze drept o deficiență majoră **inadecvarea cursurilor/ curriculei universitare la exigențele actuale existente pe piața muncii**. Pe acest fond, solicitările studenților sunt privitoare la:

- Punerea în acord a pregătirii teoretice cu cerințele practice existente pe piața muncii;
- Adaptarea locurilor din facultăți în funcție de nevoile resimțite la nivel societal, respectiv racordarea ofertei educaționale la piața muncii;
- Adaptarea cursurilor și seminariilor la necesitățile de pe piață și o programă cât mai apropiată de mediul activ profesional;
- Cadre didactice pregătite în conformitate cu „ultimele tendințe" din industrie.

În cadrul ierarhiei se evidențiază existența unei categorii separate de cele anterior analizate și care întrunește **alte tipuri de soluții** oferite de studenți (15%):

- Restructurarea învățământului superior prin introducerea selecției prin examene la admiterea în universități, respectiv prin diminuarea numărului de locuri;
- Valorificarea potențialului absolvenților și al studenților dedicați;

- Valorizarea oricărui domeniu academic, nu doar a domeniilor tehnice;
- Facilitarea unor formări cu caracter interdisciplinar pentru studenți;
- Încurajarea alternanței studiu-viață profesională;
- Crearea de oportunități de angajare în zonele defavorizate (în special cele plasate în mediul rural);
- Conturarea unei strategii guvernamentale coerente;
- Crearea de către angajatori de programe și activități special consacrate tinerilor.

Tabelul 3.12: Soluții propuse de studenții chestionați în vederea creșterii ratei absorbției absolvenților de învățământ superior pe piața muncii – Mențiunea nr. 2

SOLUȚIE PROPUSĂ (2)	%
Asigurarea de salarii și stimulente financiare și non-financiare	11%
Dezvoltarea abilităților practice	7%
Derularea de workshopuri și întâlniri dedicate	5%
Organizarea de internshipuri	4%
Adaptarea cursurilor/ curriculei universitare la cerințele actuale ale pieței muncii	4%
Consilierea, orientarea și informarea studenților cu privire la inserția pe piața muncii	4%
Încheierea de parteneriate inter-instituționale	4%
Crearea de locuri de muncă	3%
Echivalarea voluntariatului ca experiență profesională	3%
Organizarea de târguri de joburi	2%
Desfășurarea de traininguri	2%
Experienta anterioara	2%
O mai bună promovare a informațiilor privind absorția pe piața muncii a absolvenților cu studii superioare	2%
Nu știu/ Nu răspund	25%
Alte soluții	22%

Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

În cazul ierarhiei secunde, 11% dintre respondenți au punctat faptul că soluția optimă ține de *asigurarea de salarii și stimulente financiare și non-financiare*. La patru puncte procentuale distanță s-a plasat categoria de respondenți ce au specificat că este necesară *dezvoltarea abilităților practice*, în special a celor din domeniul academic urmat (7%), în timp ce 4% au sublinitat că *internship-urile* ar trebui să fie organizate cu o regularitate mai ridicată.

De asemenea, între 4 și 5% dintre studenți au declarat că printre soluțiile de rezolvare a problemelor legate de slaba incluziune profesională a tinerilor s-ar putea număra:

- *derularea de workshop-uri și întâlniri dedicate*, în special cu specialiști, angajați din rândul absolvenților, angajatori sau exponenți ai firmelor/instituțiilor;
- *încheierea de parteneriate strategice inter-instituționale* – între firme, companii străine sau instituții publice și universități;
- *consilierea, orientarea și informarea absolvenților* privind cariera, inclusiv prin intermediul centrelor și departamentelor din interiorul unităților de învțământ superior;
- *adaptarea cursurilor/ curriculei universitare la cerințele actuale ale pieței muncii.*

De remarcat ar fi faptul că 3% dintre studenții eșantionați au solicitat *echivalarea activităților de voluntariat întreprinse ca experiență profesională*, măsură care consideră că le-ar spori șansele de a-și găsi un job după finalizarea studiilor superioare.

Tabelul 3.13: Soluții propuse de studenții chestionați în vederea creșterii ratei absorbției absolvenților de învățământ superior pe piața muncii – Mențiunile nr. 3 și nr. 4

SOLUȚIE PROPUSĂ (3 și 4)	Mențiunea 3	Mențiunea 4
Dezvoltarea abilităților practice	7%	3%
Asigurarea de salarii și stimulente financiare și non-financiare	6%	3%
Consilierea, orientarea și informarea studenților cu privire la inserția pe piața muncii	4%	1%
Derularea de workshopuri si întâlniri dedicate	4%	3%
O mai bună promovare a informațiilor privind absorția pe piața muncii a absolvenților cu studii superioare	3%	1%
Crearea de locuri de muncă	2%	
Desfășurarea de traininguri	2%	3%
Organizarea de internshipuri	2%	1%
Experienta anterioara	2%	
Încheierea de parteneriate inter-instituționale	2%	2%
Adaptarea cursurilor/ curriculei universitare la cerințețele actuale ale pieței muncii	1%	2%
Echivalarea voluntariatului ca experiență profesională	1%	
Organizarea de târguri de joburi		1%
Alte soluții	22%	20%
Nu știu/ Nu răspund	42%	60%

Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Mențiunile 3 și 4 nu aduc schimbări majore în ceea ce privește soluțiile propuse de studenții chestionați, ierarhiile prelucrate statistic păstrându-și, pe fondul creșterii ratei de non-răspunsuri, o structură relativ omogenă.

În extensia datelor statistice prelucrate în urma cercetării cantitative, studenții au înaintat în cadrul studiului de ordin calitativ, axat pe interviuri semi-structurate, câteva recomandări prin care universitatea ar putea sprijini inserția pe piața muncii a tinerilor absolvenți. Printre sugestiile oferite de respondenți se numără:

- Orientarea învățământului superior și spre pregătirea practică, elementele teoretice dobândind astfel un caracter aplicativ;
- Crearea de parteneriate cu firme și companii de profil astfel încât tinerii să poate acumula experiența profesională încă din perioada studiilor;
- Promovarea locurilor de muncă ale angajatorilor care au ca domeniu de activitate cel în care studenții se specializează;
- Organizarea de târguri de internship pentru cel puțin două domenii asemănătoare la fiecare specializare precum și derularea de vizite la firme, inclusiv din alte județe;
- Introducerea de cursuri de perfecționare profesionale, diferite de cele cuprinse în curricula universitară;
- Introducerea în programa de învățământ a unui curs opțional care să prezinte într-o manieră realistă aspectele pozitive și negative legate de piața muncii din România;
- Abordarea transdisciplinară a mai multor servicii/ subiecte/ discipline de studiu;
- Organizarea disciplinelor de studiu conform cerințelor actuale existente pe piața muncii;
- Deschiderea de multiple internship-uri care să permită studenților să pună în aplicare cunoștințele teoretice asimilate;
- Derularea de întâlniri dedicate cu persoane avizate (specialiști) care ar putea facilita înțelegerea realităților macroeconomice la un nivel optim;
- Încurajarea participării studenților încă din perioada studiilor superioare la activități care presupun relaționarea și interacțiunea cu specialiști din domeniu;
- Organizarea de întâlniri studenți-absolvenți (Alumni) care să ofere modele de succes în integrarea pe piața muncii;
- Desfășurarea de proiecte comune inter-instituționale, în parteneriat public-privat.

În concluzie, soluțiile propuse de studenți se concentrează în jurul unor activități ce au drept scop primordial dezvoltarea abilităților și aptitudinilor de ordin practic. Astfel, respondenții au subliniat faptul că universitățile sunt nevoite să se adapteze cerințelor actuale existente pe piața muncii

și tocmai de aceea ar trebui să implementeze prin parteneriate solide inter-instituționale diverse programe, acțiuni și stagii de practică (internship-uri) în acord cu domeniile și specializările academice. În același timp, subiecții au marcat faptul că programele, planurile de învățământ și pregătirea cadrelor didactice ar trebui adecvate exigențelor actuale ale pieței muncii, urmărindu-se *de facto* o mai bună corelare a pregătirii teoretice cu cea de ordin practic. Totodată, studenții au evocat importanța ridicată a interacțiunilor directe cu angajatorii și specialiștii din zona mediului de afaceri, public sau privat, acțiuni ce ar sprijini la formarea și, ulterior, la consolidarea identității profesionale a absolventului. Contextualizând, gama de interacțiuni solicitate de studenți ar trebui să cuprindă activități integrate precum: traininguri tematice, cursuri de consiliere, orientare sau/ și formare, întâlniri dedicate, târguri de job-uri ș.a., toate având ca spațiu de desfășurare proximitatea mediului academic. În privința CCOC-urilor existente în cadrul universităților, studenții au precizat că este necesar să dobândească notorietate și implicit un statut mai important în interiorul câmpului academic, mai ales că este sesizabil un relativ deficit informațional în legătură cu problematica inserției absolvenților de învățământ superior pe piața muncii.

3.1. Analiză comparativă studenți arte versurs științe umaniste

3.1.1. Rezultate studiu cantitativ - Studenți Arte

Întrucât studiul realizat în rândul studenților a urmărit colectarea de date pentru domeniul Arte și științe umaniste, pe lângă rezultatele generale, vor fi prezentate și datele specifice celor două grupe de lucru (Arte, respectiv Științe umaniste), în vederea formulării unor concluzii particulare și semnalării eventualelor diferențe între cele două categorii.

Așadar, următoarea analiză este dedicată doar chestionarelor completate de studenții care aparțin de subdomeniul Arte, totalul acestora fiind de 103. Întrucât în cadrul Facultății de Arte Vizuale și Design a fost posibilă aplicarea unui număr mai ridicat de chestionare (au fost validate 95), acestea au fost introduse pentru analiza prezentă, în vederea trasării unor concluzii specifice.

- Instanțele care au oferit tinerilor **consiliere și orientare educațională, respectiv profesională** în momentul în care au hotărât să urmeze o facultate: rezultatele studiului indică faptul că *părinții* au fost cei care au alocat în cea mai mare măsură sprijin (28% - în foarte mare măsură, 28% - în mare măsură), pe cea de-a doua poziție clasându-se *profesorii* - 45% dintre studenți menționând că avut parte de consiliere din partea acestora în mare și foarte măsură, fiind urmați de *prieteni* (14% - în foarte mare măsură, 16% - în mare măsură). Atrage atenția faptul că departamentele specializate (*centrul de consiliere din liceu*, respectiv *din universitate*) au constituit surse de informare și orientare pentru 16%, respectiv 19% dintre subiecții chestionați,

având aşadar un rol scăzut în acest proces. Astfel, datele au relevat că studenții de la Arte au fost sprijiniți într-o mai mare măsură de către apropiați (membri ai familiei, prieteni, colegi) și cadre didactice în momentul alegerii facultății și mai puțin de centrele de consiliere. 12% dintre studenți au declarat că au fost orientați educațional prin intermediul unei *alte surse*: efortul personal/ pasiunea, mediul online (forumuri specializate), alumni sau ajutorul lui Dumnezeu.

• 67% dintre studenții de la Arte s-au declarat informați despre **oportunitățile privind viitoarea carieră pe care doresc să o urmeze** (22% - în foarte mare măsură, 45% - în mare măsură), iar 22% au precizat că nu cunosc în acest moment nici în mare, nici în mică măsură posibilitățile legate de viitoarea carieră.

• Referitor la **activitățile de consiliere și orientare profesională** la care subiecții au participat în calitate de studenți, pe primele poziții se clasează: întâlniri studențești pe teme legate de carieră (40%), întâlniri cu angajatori și mediul de afaceri (37%) și conferințe privind oportunități pe piața muncii (32%). Aproape o treime (32%) dintre subiecți a fost la sesiuni de informare privind piața muncii, iar 29% la târguri de job-uri. Cele mai puține procentaje revin celor care au participat la programe pentru consiliere în carieră (22%) și la sesiuni de mentorat (18%). Atrage atenția faptul că peste 60% dintre studenți nu au luat parte la activități de consiliere și orientare profesională, indiferent de specificul acestora.

• Cât privește **organizațiile din universitate** care sprijină studenții să se orienteze pe plan profesional, subiecții au menționat ARTIUM - Asociația Studenților de la Universitatea Națională de Arte „George Enescu" Iași, CCOC, Departamentul de Pregătire a Personalului Didactic, AIESEC, ASAI, BEST și programul Erasmus+.

• Raportat la **serviciile pe care studenții le consideră cele mai utile pentru viitoarea carieră**, plecând de la răspunsurile oferite de studenții de la Arte, acestea au fost grupate în 2 grupe: cele cu o relevanță crescută – care au cumulat între 50 și 70%, și cele mai puțin importante – sub 50%. Dintre cele mai des invocate în prima categorie, precizăm: promovarea ofertelor de internship-uri, stagii de practică, locuri de muncă (pe locul întâi, cu 70% răspunsuri favorabile), training-uri pentru dezvoltarea unor competențe și aptitudini care pot crește șansele inserției pe piața muncii (62%), pregătirea pentru prezentarea la interviul de selecție (56%) și consilierea în carieră prin evaluarea intereselor și abilităților profesionale (56%). Aşadar, cele mai importante elemente vizează demersuri care permit studenților dobândirea unor abilități clare pentru viitorul traseu profesional atât prin stagii de practică, cât și prin sesiuni de formare și pregătire, în acord cu profilul studentului. Pe de altă parte, cea de-a doua categorie aduce în prim plan activitățile pe care studenții le consideră într-o mai mică măsură relevante pentru viitoarea carieră:

intermedierea comunicării dintre profesori și Alumni pe piața muncii în vederea organizării unor sesiuni interactive de formare pentru studenți în domeniile vizate de aceștia (30%), asistarea absolvenților în căutarea unui loc de muncă pe baza profilului lor psihologic și profesional realizat în colaborare cu celelalte centre ale DSSA (35%) și sprijin în organizarea de stagii de practică pentru studenți în organizațiile partenere (39%).

• Cel mai des utilizate **surse de informare** în ceea ce privește oportunitățile de angajare pe piața muncii sunt – pentru studenții de la Arte, *rețelele de socializare* (80% de răspunsuri favorabile), *afișarea la secretariat/decanat/avizier* (46%), *comunicarea orală* (46%) și *e-mail*-ul (43%). Așadar, în rândul studenților de la arte primează informarea prin social media, plasându-se la o diferență semnificativă de celelalte mijloace. La pol opus, datele arată că doar 8% dintre studenții chestionați se informează prin intermediul CCOC, 9% prin posturile de radio, 18% prin programele televizate și tot 18% prin telefonie/SMS. Rezultatele arată că peste 50% dintre studenți – exceptând categoria rețele de socializare, nu beneficiază de informare cu privire la oportunitățile de angajare din diferite surse (75% nu folosesc/nu au acces la platforma informatică integrată, 73% nu avut acces la flyere/pliante, iar 75% la întâlniri dedicate).

• 63% dintre studenții chestionați au declarat – legat de **perspectivele viitoare pe plan profesional**, că își doresc pe cât posibil să profeseze în acord cu specializarea urmată, însă că sunt dispuși să accepte și un loc de muncă într-un domeniu conex. O atitudine fermă față de angajarea în domeniu a fost exprimată de aproximativ un sfert dintre subiecți (26%).

• Studiul a mai urmărit să evidențieze și cele mai importante lucruri pentru tineri în aplicarea pentru **obținerea unui job.** În urma calculării mediilor pentru fiecare categorie în parte, datele au arătat că pentru subiecți contează cel mai mult *oportunitățile de dezvoltare profesională și afirmare* (cu o medie de 8,43), *o bună pregătire practică* (media 8,32) și *capacitatea de adaptare și învățarea permanentă* (8,12). La pol opus, cele mai puțin relevante în procesul de angajare sunt *apropierea de casă* (media 5,34), *situarea în mediul urban* (6,54) și *o bună pregătire teoretică* (6,92). Așadar, de interes pentru tinerii de la arte sunt în primul rând aspectele ce privesc dezvoltarea profesională și dobândirea de cunoștințe aplicate, elementele ce țin de plasarea locului de muncă fiind pe plan secund, la fel și accentul pe componenta teoretică.

• 18% dintre subiecți au declarat că doresc ca **pe viitor să urmeze o carieră** în Europa, iar 16% într-o capitală de județ, respectiv în Europa. Tot 16% au precizat că nu are importanță locul, iar 14% ar prefera să activeze într-un centru universitar din România. De asemenea, 16% dintre studenți nu sunt hotărâți în privința unei direcții clare, optând atât pentru o carieră în țară, cât și în străinătate.

• **Soluțiile** studenților de la Arte **pentru o mai bună absorbție pe piața muncii a absolvenților** de ciclu terțiar sunt concentrate în jurul câtorva idei principale: o mai bună colaborare și comunicare (atât profesor-student, cât și universitate-piața muncii), participarea și sporirea numărului de internship-uri (plătite) – urmate de posibilități de angajare, servicii de consiliere în carieră (încă din perioada studiilor), promovarea (absolvenților, job-urilor), alocarea de stimulente financiare, trainining-uri, organizarea de workshop-uri în domeniu, colocvii „pe tema carierelor și interviurilor", adaptarea programei „cât mai aproape de mediul activ profesional" etc. Pe plan secund – pe lângă o parte dintre aspectele deja menționate, au mai fost propuse soluții ca: acordarea de burse studenților eminenți, realizarea unei platforme de informare virtuală, posibilități de predare în școli private, eliminarea corupției și a nepotismului, crearea de locuri de muncă speciale pentru proaspeții absolvenți, realizarea de cursuri în programe soft specifice, utilizate în industrie, alocarea de salarii avantajoase și un accent deosebit pe utilitatea cursurilor și adaptarea acestora la domeniile din piața muncii. Cea de-a treia categorie de soluții formulate de studenții de la arte pentru o absorbție mai eficientă în câmpul muncii aduce ca elemente noi: facilitarea accesului la materialele necesare de lucru, crearea de portofolii artistice pentru accesarea posturilor, îndrumători pentru fiecare specializare, existența unor fonduri destinate eventualelor afaceri ale absolvenților/ acordarea de ajutor financiar pentru achitarea facturilor/chiriei la începutul carierei, promovarea prin mass-media, deschiderea către nou, update-uri constante la platforma online etc.

• Cum își vor **găsi un loc de muncă** după terminarea studiilor? 28% dintre subiecți vor apela la internet, iar 19% au menționat că vor aplica în mai multe locuri simultan. Din răspunsurile înregistrate, predomină cele care vizează efortul personal al viitorului absolvent și mai puțin al instanțelor specializate (spre exemplu, doar 3% au spus că vor recurge la centre de recrutare, mai puțin cu 6 p.p. de cei care ar opta pentru rețeaua de tip prieteni-cunoștințe-relații). De altfel, din datele înregistrate anterior, reiese că mulți dintre studenții chestionați nu sunt integrați în structuri de consiliere/ formare/ informare oficiale, care ar putea oferi o mai bună cunoaștere a ofertei de muncă.

• **Date socio-demografice**: Dintre subiecții care și-au declarat genul, 61% sunt de gen feminin și 39% masculin. 80% dintre subiecți sunt din mediul urban, iar 20% din rural. Cât privește statutul ocupațional, 68% dintre studenți nu erau angajați, iar 19% derulau o activitate full-time. 22% dintre subiecți au declarat că beneficiază de bursă de merit, iar 9% de bursă socială.

3.1.2. Rezultate studiu cantitativ – Studenți Științe umaniste

După modelul prezentat anterior, în continuare vor fi expuse principalele rezultate specifice studenților care aparțin de componenta *Științe umaniste*, fiind selectate în acest sens 167 de chestionare din centrele universitare incluse în așantion.

- Raportat la actorii care au jucat un rol relevant în acordarea de **consiliere și orientare educațională și profesională** în trecerea de la stadiul liceal la cel universitar, datele de la Științe umaniste arată că *părinții* au constituit principala sursă de sprijin: 29% - în foarte mare măsură, 25% - în mare măsură, fiind urmați de *profesori* (în foarte mare măsură - 10% și în mare măsură - 32%). *Prietenii* au reprezentat într-o mai mare măsură o instanță furnizoare de sugestii pentru universitate comparativ cu *colegii*: 24% versus 15% - în mare și foarte mare măsură. De semnalat este rolul scăzut ocupat de *centrele de consiliere* în ghidarea deciziei de urmare a unei anumite universități, doar 5% dintre studenții de la Științe umaniste declarând că au beneficiat în mare și foarte mare măsură de orientare educațională din partea centrului de consiliere din liceu și 13% din partea celui din universitate. Așadar, se constată o influcnță mai marc din partca mediului universitar comparativ cu cel liceal în consilierea premergătoare înscrierii la facultate, însă în ambele cazuri discutăm despre o prezență discretă a acestor organizații specializate în viața absolvenților de liceu. 4% dintre studenții acestui domeniu de studii au apelat și la *Altă sursă*, în cadrul căreia au fost precizate: biserică/ preot (6 mențiuni), familie/ rude (2 mențiuni), speaker motivațional, asociații de voluntari, informare personală/ decizie pe cont propriu, mediul online.
- Majoritatea studenților de la Științe umaniste apreciază că au cunoștință despre **oportunitățile privind viitoarea carieră:** 17% - în foarte mare măsură, 46% - în mare măsură, în timp ce 29% au declarat că gradul de informare nu este nici mare, nici mic.
- **Activități de consiliere:** Comparativ cu situația de la Arte, în cadrul Științelor umaniste se constată faptul că târgurile de joburi reprezintă activitatea la care au participat cei mai mulți dintre studenți (52%), fiind urmate de întâlniri studențești pe teme legate de carieră (46%), întâlniri cu angajatori și mediul de afaceri (35%). Și în acest caz, cele mai mici procentaje sunt corespunzătoare celor care au urmat programe pentru consiliere în carieră (23%), mentorat (23%) și programe de mobilități/ Work and Travel (20%). 48% și peste dintre subiecți nu au fost implicați în activități de consiliere și orientare profesională în timpul facultății.

• Raportat la **organizațiile din universitate** care sprijină tinerii să se orienteze profesional, se constată faptul că primează exemplele de asociații de studenți sau organizații generale, CCOC jucând mai degrabă un rol secund, obținând un număr redus de precizări.

• Legat de **serviciile pe care studenții le consideră cele mai utile pentru viitoarea carieră**, subiecții de la Științe umaniste au invocat trei elemente principale – susținute de 50-60% dintre aceștia. Astfel, în accepțiunea tinerilor, cele mai relevante servicii pentru traseul profesional ulterior sunt: training-urile pentru dezvoltarea unor competențe și aptitudini care pot crește șansele inserției pe piața muncii (63% răspunsuri afirmative), promovarea ofertelor de internship-uri, stagii de practică, locuri de muncă (51%) și *consilierea în carieră prin evaluarea intereselor și abilităților profesionale* (50%). Prin urmare, studenții își doresc să fie consiliați, să identifice pe baza profilului personal oportunitățile de carieră potrivite, să aibă posibilitatea de a-și dezvolta competențele prin participarea la activități organizate și să dețină acces la informație: ofertele de locuri de muncă sau stagii de practică să fie vizibile. Aspectele care sunt considerate mai puțin importante pentru viitoarea carieră se referă la: intermedierea comunicării dintre profesori și Alumni pe piața muncii în vederea organizării unor sesiuni interactive de formare pentru studenți în domeniile vizate de aceștia (27%), organizarea, la cerere, de selecții și recrutări pentru companii (29%) și facilitarea organizării unor programe de mentorat cu specialiști din firme sau antreprenori pentru studenți și absolvenți (35%).

• *Rețelele de socializare* (80% de răspunsuri favorabile), *comunicarea orală* (46%) și *e-mail-ul* (40%) reprezintă cele mai folosite **surse de informare** despre locurile de muncă pentru studenții de la Științe umaniste. Top trei cel mai puțin accesate surse este alcătuit din: posturile de radio (10%), telefonie/sms (14%) și *CCOC*. Așadar, apelarea la centrul de consiliere din universitate constituie o practică rar întâlnită între studenți, orientarea generală fiind spre mediile ușor de accesat – rețelele de socializare.

• Numărul studenților de la Științe umaniste care își doresc pe cât posibil să lucreze în acord cu specializarea urmată, însă care sunt dispuși să accepte și un job într-un domeniu apropiat însumnează 56 puncte procentuale, iar 17% au în vedere ca după absolvirea facultății să profeseze numai în domeniul pentru care se pregătesc.

• Un alt aspect inclus în cercetare este privitor la cele mai relevante lucruri – din perspectiva studenților, în procesul de **obținere a unui job.** Datele înregistrate (medii calculate pentru fiecare categorie) arată că pentru studenții de la Științe umaniste, cele mai importante aspecte țin de: *nivelul de salarizare* (media 7.78), *o bună pregătire practică* (7.77) și *concordanța dintre pregătirea universitară și domeniul în care urmează să activeze* (7.51). Cele mai puțin

importante elemente în procesul de angajare sunt: *apropierea de casă* (media 5,55), *situarea în mediul urban* (6,75) și *o bună pregătire teoretică* (6,79).

• 23% dintre studenții de la Științe umaniste își doresc ca **după absolvire să urmeze o carieră** într-un centru universitar din România, 14% într-un oraș obișnuit, tot 14% au spus că nu are importanță unde vor profesa, iar 11% și-ar dori să activeze în Europa. 16% dintre subiecți nu au o opțiune fermă în acest sens, indicând atât România, cât și străinătatea ca opțiune pentru viitor.

• **Soluțiile** studenților de la Științe umaniste **pentru o mai bună absorbție pe piața muncii a absolvenților** vizează câteva elemente centrale: derularea de activități practice în timpul facultății (practică mai multă, constantă etc.), adaptarea cursurilor la nevoile/ cerințele de pe piața muncii, existența unui colectiv bine organizat, stabilirea de întâlniri dedicate, creșterea ofertei de locuri de muncă, posibilități de internship-uri, organizarea de work-shop-uri, training-uri, târguri de locuri de muncă, salarizare corespunzătoare și satisfăcătoare etc. În plus, în cadrul celei opțiunii cu numărul 2, mai apar elemente privitoare la: echivalarea voluntariatului ca experiență de muncă, acordarea de consiliere studenților în vederea găsirii oportunităților de lucru potrivite/ realizarea de programe de orientare în carieră, cooperarea dintre universitate și angajatori, accesul la joburi a tinerilor fără experiență ș.a. Cea de-a treia categorie de soluții formulate de tinerii de la Științe umaniste aduce în atenție – pe lângă aspecte deja menționate, elemente ca: organizarea de vizite de lucru la companii, susținerea din partea profesorilor, luarea în considerare a rezultatelor obținute în timpul facultății, realizarea de campanii de recrutare din timpul studenților, promovarea concurenței loiale pe piața muncii, condiții (mai) bune de muncă etc.

• **Procedura preferată pentru identificarea unui job** constă în aplicarea în mai multe instituții în același timp (29%), fiind urmată de utilizarea internetului. Atrage atenția și în acest caz rolul redus alocat centrelor de consiliere din universitate (4%), acestea fiind situate în preferințele studenților sub rețeaua de tip prieteni-cunoștințe-relații, care a cumulat 7%. Ca alte proceduri invocate de studenți amintim: participarea la examenul de titularizare, cererea de sfaturi din partea profesorilor universitari sau consultările cu specialiștii în domeniu,

• **Date socio-demografice**: 62% dintre studenții de la Arte sunt de gen feminin și 38% masculin. 74% dintre subiecți au declarat că sunt din mediul urban, 20% din rural, iar 6% nu au precizat. Raportat la statutul ocupațional, 65% dintre studenți nu erau angajați, iar 17% desfășurau o activitate în regim full-time. 28% dintre studenții de la Științe umaniste au menționat că beneficiază de bursă de merit, iar 8% de bursă socială.

3.1.3. Concluzii studiu comparativ: Arte – Științe umaniste

- Analiza datelor pe domenii de studii a arătat faptul că studenții au fost sprijiniți - în ambele cazuri, într-o mai mare măsură de către apropiați și cadre didactice în momentul alegerii facultății și într-o mai mică măsură de centrele de consiliere din liceu și universitate. Raportat la cele din urmă, studenții de la Arte au beneficiat de orientare educațională și profesională din partea centrelor de consiliere într-o măsură ușor mai ridicată, mai ales când vine vorba despre cel din liceu (5% - Științe umaniste versus 16% - Arte). În ambele cazuri se impune însă o creștere a rolului acestor instanțe în procesul de trecere de la liceu la facultate.
- Studenții de la Arte sunt mai bine informați despre **oportunitățile privind viitoarea carieră** comparativ cu cei de la Științe umaniste (un plus de 5 p.p. pentru categoria de răspuns *în foarte mare măsură* în favoarea celor de la Arte).
- Există o serie de diferențe între studenții celor două subdomenii când vine vorba despre servicii considerate utile pentru viitoarea carieră. Astfel, tinerii de la Arte acordă într-o mai mare măsură importanță următoarelor aspecte: promovarea ofertelor de internship-uri/locuri de muncă (la o diferență de 19% față de cei de la Științe umaniste), promovarea în campusul universitar a ofertelor de muncă din partea firmelor (cu 14% mai multe procente favorabile comparativ cu cei de la Științe umaniste), organizarea, la cerere, de selecții și recrutări pentru companii (diferență de 18%) și pregătirea pentru prezentarea la interviul de selecție (10% diferență). De asemenea, studenții de la Arte au desemnat în proporție mai ridicată tipuri de servicii folositoare în trecerea la viața profesională, spre deosebire de cei de la Științe umaniste.
- În ambele cazuri, **CCOC-urile** joacă roluri modeste în viața studenților - ca mijloace de informare privind oportunitățile de pe piața muncii. Dacă în rândul tinerilor de la Arte, procentajul care revine centrelor de orientare este cel mai mic la nivelul întregii liste (8%), în rândul studenților de la Științe umaniste ajunge la 16%, ocupând a treia poziție de la finalul clasamentului. De semnalat este faptul că în ambele situații prima poziție este ocupată de rețelele de socializare, acestea fiind cel mai des utilizate pentru obținerea de date legate de oportunitățile de angajare.
- Legat de **planurile de viitor pe plan profesional,** studenții de la Arte sunt interesați într-o proporție ușor mai mare să profeseze doar în domeniul în care se specializează spre deosebire de cei de la Științe umaniste: 26% versus 17%. Se constată însă în ambele cazuri că mai bine de 55% dintre studenții proveniți din ambele subdomenii sunt deschiși și la a face anumite

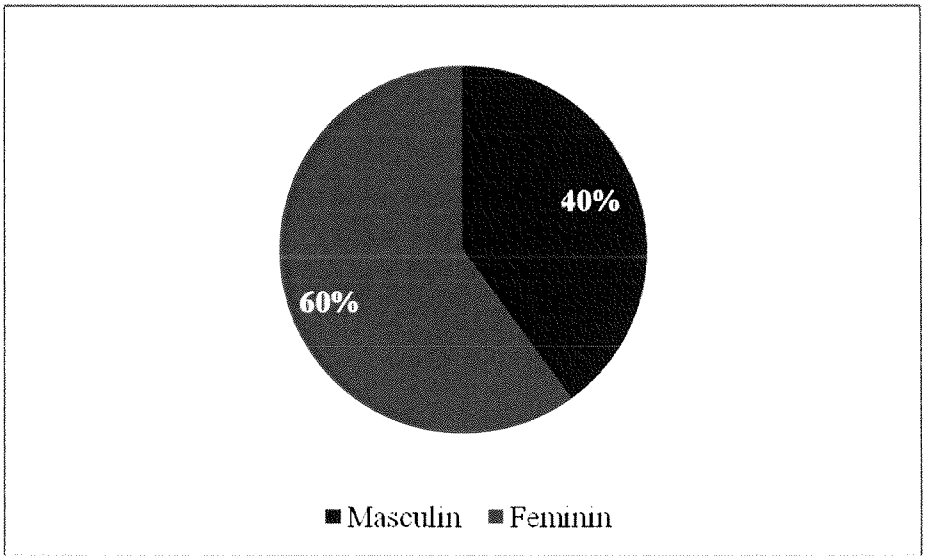
concesii în privința domeniului de activitate după absolvire (pentru unul apropiat), chiar dacă prioritar este cel pe care îl studiază în prezent.

- Studenții de la Arte sunt într-o măsură mai mare interesați să urmeze o carieră în străinătate, în timp ce tinerii de la Științe umaniste sunt orientați în proporție mai ridicată spre centrele universitare din țara noastră.
- Raportat la **procedura pe care o vor utiliza pentru găsirea unui job** după absolvire, în ambele situații se disting aceleași elemente centrale: *internetul* și *aplicarea în mai multe locuri simultan*. Diferența intervine când vine vorba de prima poziție, studenții de la Științe umaniste având ca principală soluție aplicarea simultană pentru mai multe job-uri, în timp ce tinerii de la Arte sunt mai orientați spre utilizarea internetului pentru găsirea de oportunități de angajare. De altfel, răspunsurile primite reflectă faptul că studenții acordă mai multă atenție efortului personal în detrimentul instanțelor specializate (centre speciale de recrutare, CCOC), aspect care poate fi corelat cu faptul că mulți dintre aceștia nici nu sunt integrați în programe de orientare/ formare în cadrul facultății.
- Studenții de la Științe umaniste sunt mai degrabă interesați de componenta salarială când vine vorba despre **aspectele care contează în aplicarea pentru obținerea unui job**, comparativ cu cei de la Arte. Pentru aceștia din urmă, oportunitățile de dezvoltare profesională și afirmare constituie cel mai relevant element, urmat de pregătirea practică – de interes sporit pentru ambele categorii. Când vine vorba despre lucrurile mai puțin importante, nu există diferențe între cele două cohorte de studenți, evidențiindu-se lipsa de interes față de plasarea locului de muncă și componenta teoretică, în raport cu alte aspecte.

3.2. DATE SOCIO-DEMOGRAFICE ALE STUDENȚILOR

În cadrul acestei părți sunt analizate principalele variabile socio-demografice care au stat la baza stratificării populației studiate.

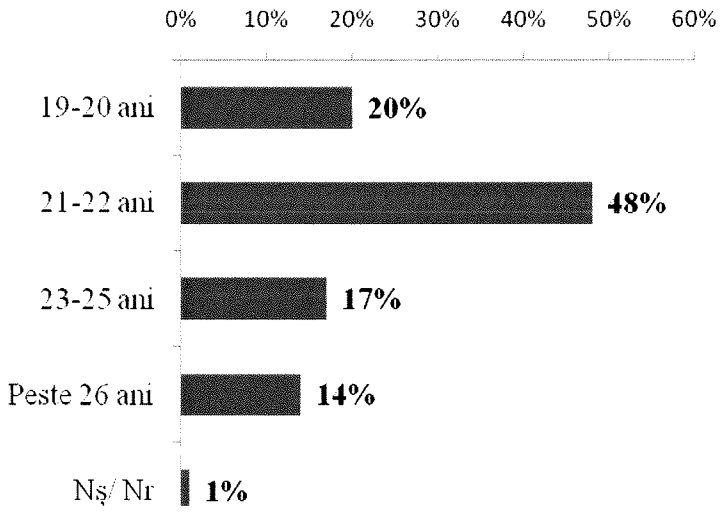
Graficul 3.2.1: Genul respondenților



Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Lotul eșantionat a cuprins 40% populație de gen masculin și 60% populație de gen feminin, distribuția procentajelor fiind corespunzătoare proporțiilor întâlnite la nivelul universului cercetării.

Graficul 3.2.2: Vârsta respondenților



Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Din totalul eșantionului - 200 de respondenți, 197 de subiecți și-au declarat vârstele, în timp ce numai trei au preferat să nu și le completeze.

48% dintre subiecți au o vârstă cuprinsă în intervalul 21-22 de ani, fiind urmați de studenții cu vârsta între 19 și 20 de ani (20%). Studenții care au specificat faptul că au o vârstă între 23 și 25 ani dețin o pondere de 17% din totalul eșantionului, în timp ce subiecții care au peste 26 de ani sunt prezenți într-o proporție de 14 puncte procentuale.

Tabelul 3.2.1: Statistici privind distribuția vârstei respondenților

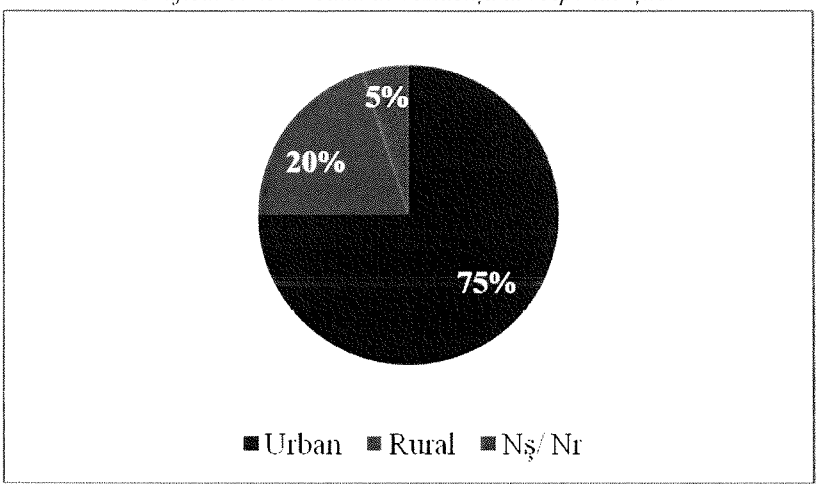
N	Valid	197
	Cazuri lipsă	3
Vârsta medie		23,22
Eroarea standard a mediei		,362
Vârsta mediană		22,00
Dominanta		22
Deviația Standard		5,081
Amplitudinea		30
Vârsta minimă		19
Vârsta maximă		49
Suma		4575

Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Vârsta medie a subiecților a fost de 23,2 ani, eroarea standard a mediei având o valoare 0.362. Totodată, vârsta mediană a fost 22 de ani, aceasta fiind și dominantă în structura eșantionului. Cel mai tânăr subiect a declarat că are 19 ani, în timp ce respondentul cel mai vârstnic a menționat că a împlinit 49 de ani, amplitudinea fiind așadar de 30 de ani. Nu în ultimul rând, deviația standard a vârstelor a avut o valoare de 5.081.

Așadar, sub aspectul vârstelor, s-a avut în vedere accesul la o populație eterogenă, care să dețină o anumită experiență în câmpul academic, majoritatea dintre respondenți provenind din ani terminali.

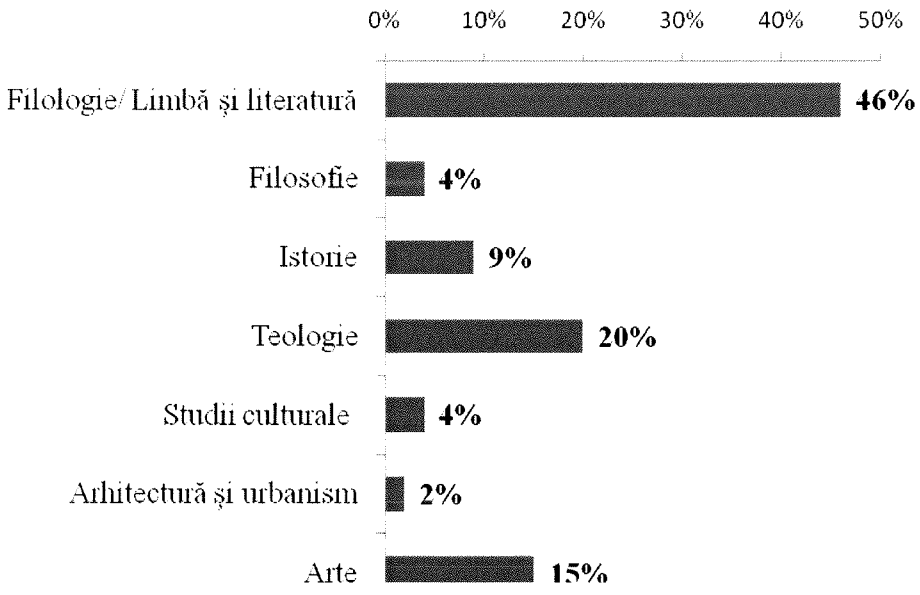
Graficul 3.2.3: Mediul de rezidență al respondenților



Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

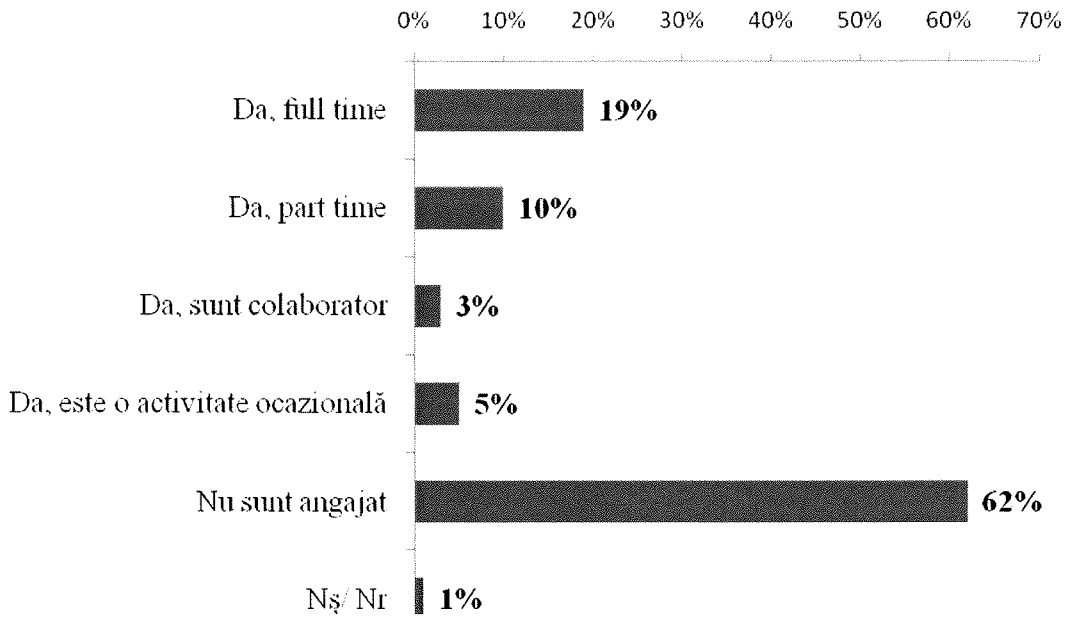
Trei sferturi dintre studenți au menționat că locuiesc în areale urbane, în timp ce 20% dintre respondenți au menționat că mediul rezidențial este plasat în zona rurală.

Graficul 3.2.4: Domeniul de studiu



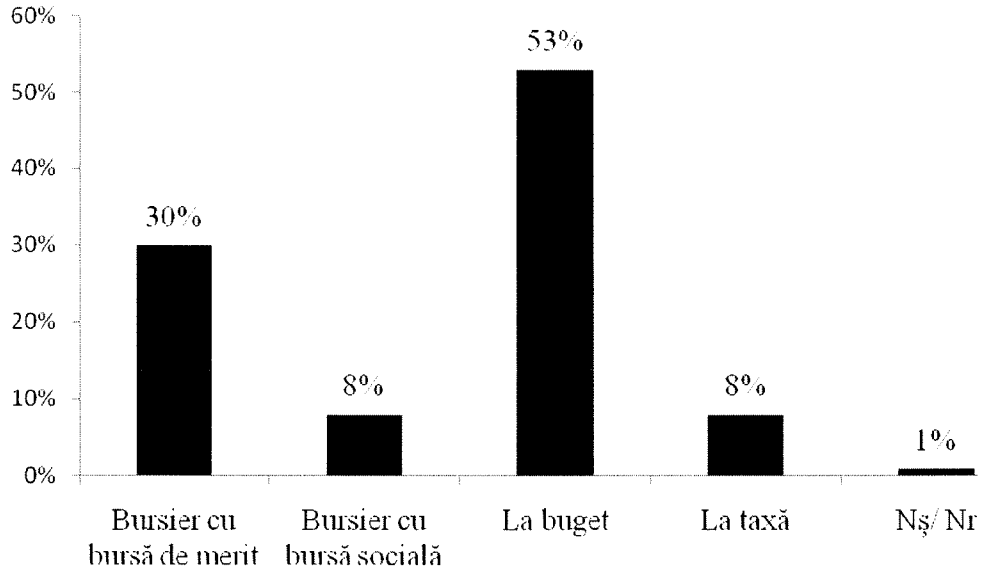
Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

Graficul 3.2.5: Statutul profesional al respondenților (Întrebarea: La momentul actual sunteți angajat?)



Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

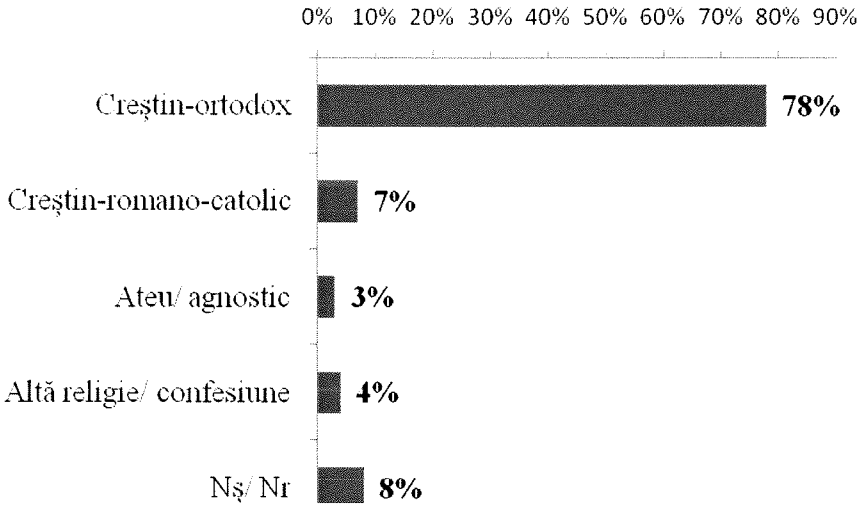
Graficul 3.2.6: Statutul studenților eșantionați



Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

53% dintre participanții la studiu au afirmat că urmează ocupă un loc finanțat de la buget, iar 38% beneficiază de o bursă (bursă de merit sau bursă socială).

Graficul 3.2.7: Confesiunea și religia respondenților



Sursa: *Bază de date studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

3.3. CONCLUZII GENERALE

Studiu studenți

Ulterior prelucrării datelor culese prin intermediul chestionarelor și interviurilor, au fost formulate o serie de concluzii privind perspectiva studenților asupra serviciilor oferite de Centrele de Consiliere și Orientare Profesională:

- În procesul de tranziție de la studiile liceale la cele universitare, orientarea specializată – prin intermediul *Centrelor de consiliere*, joacă un rol modest în rândul tinerilor, consilierea și orientarea educațională și profesională venind mai degrabă din partea familiei și a cadrelor didactice. Amplificarea rolului centrelor de consiliere anterior procesului de înscriere la studiile universitare ar putea sprijini formarea deprinderii de a solicita sprijin adaptat nevoilor și competențelor individuale, precum și luarea unor decizii pentru traseul educațional ulterior unui proces de documentare, interacțiune cu organisme competente, prospectare a cât mai multor opțiuni ș.a.
- 64% dintre studenți cunosc în mare și foarte mare măsură oportunitățile privind viitoarea carieră pe care doresc să o urmeze.
- Între 55 și 80% dintre subiecți nu au participat niciodată la diferite tipuri de activități de consiliere și orientare profesională. Târgurile de job-uri constituie calea cea mai accesată de a cunoaște oportunitățile de ordin profesional (45% dintre studenți), în timp ce programele de mobilități/work and travel cumulează cele mai reduse procentaje când vine vorba de frecventare (20%). Plecând de la aceste rezultate, este evidentă necesitatea implicării mai active a studenților în astfel de acțiuni: fie prin creșterea vizibilității – dacă acestea există, dar nu sunt accesate; fie prin multiplicarea lor, pentru a facilita accesul cât mai multor studenți la o gamă diversificată de activități de informare și formare.
- În general, studenții nu sunt informați în legătură cu organizațiile din instituțiile de învățământ superior care ajută studenții să se ghideze în carieră, doar 42% oferind un prim exemplu de o entitate de acest tip și 10% un al treilea nume. Numărul ridicat de non-răspunsuri semnalează necesitatea unei promovări mai bune a organizațiilor, o creștere a vizibilității acestora, în special a *CCOC-urilor* – care au parte de o recunoaștere redusă, aspect observat în special în cadrul opțiunilor 2 (cu mențiuni din partea subiecților de la 2 din cele 7 universități) și 3 (nu se regăsesc pe niciuna dintre liste).
- În general, tinerii consideră că pentru sprijinirea viitoarei cariere sunt utile în special elemente concrete: training-uri pentru dezvoltarea unor competențe și aptitudini care pot crește șansele

integrării pe piața muncii, promovarea ofertelor de internship-uri, stagii de practică, locuri de muncă și consiliere în carieră prin evaluarea intereselor și abilităților profesionale.

- Studenții se informează în legătură cu locurile de muncă disponibile utilizând instrumente online, cu preponderență rețelele de socializare (Facebook sau LinkedIn), e-mail sau platforme informatice integrate. Astfel, se remarcă faptul că mijloacele digitale - specifice progresului noilor tehnologii - sunt preferate într-o măsură mult mai ridicată canalelor tradiționale de comunicare – spre exemplu, distribuție de pliante, flyere, panotaj prin postere și rolls-upuri, afișare la secretariat, decanat sau avizier ș.a.m.d.
- Unul din șase studenți chestionați a afirmat că apelează la centrele de consiliere și orientare în carieră arondate centrelor universitare în care studiază, depășind ca pondere de utilizare doar serviciile de telefonie/ SMS și posturile de radio (locale). Așadar, centrele de consiliere și orientare în carieră reprezintă o sursă terțiară de informare cu privire la locurile de muncă.
- Unul din cinci studenți eșantionați este decis să profeseze în acord cu specializarea academică pe care o urmează. La polul opus, 25% dintre tineri au afirmat fie că în funcție de șansele apărute ar fi dispuși să își schimbe domeniul în care se pregătesc, fie că nu doresc să aibă o un loc de muncă în domeniul academic absolvit. La nivel general, studenții chestionați se declară atașați specializărilor pentru care au optat în momentul admiterii, având intenția de a-și dezvolta un traseu socio-profesional în acord cu alegerea academică efectuată.
- Puțin peste jumătate dintre studenți au menționat că și-ar dori să își dezvolte o carieră profesională în România, în special în marile centre universitare din țară. În contrapondere, unul din șase tineri a punctat că va pleca să profeseze în străinătate, în vreme ce peste un sfert au declarat că ori vor rămâne în România, ori vor alege să emigreze peste hotare în vederea construcției unei traiectorii profesionale conforme cu expectanțele lor.
- Principala modalitate prin care subiecții susțin că își vor căuta un job ulterior finalizării facultății constă în aplicarea în mai multe instituții simultan. Totodată, unul din cinci tineri își va căuta un job în mediul online, pe internet. Pe de altă parte, numai unul din 25 de studenți susține că va apela la centre specializate de consiliere și orientare în carieră din universitate, la egalitate - raportat la frecvențele relative, cu subiecții care au precizat că vor cere sprijinul părinților, rudelor sau prietenilor.
- Din perspectiva respondenților, o potențială soluție pentru creșterea ratei de absorbție a absolvenților de studii superioare pe piața muncii ar consta în dezvoltarea abilităților practice încă din timpul facultății printr-un set de programe și activități integrate – organizare de internship-uri, derulare de traininguri tematice, cursuri de consiliere, ghidare și formare,

întâlnire dedicate cu participare din partea specialiștilor și reprezentanților mediului de afaceri, atât din sfera privată, cât și din mediul public ș.a.

- Studenții care au evocat centrele de consiliere și orientare în carieră existente în spațiul universitar se află în minoritate. Totuși, subiecții au sesizat că aceste centre ar putea avea un rol relevant în creșterea ratei de absorbție a absolvenților de învățământ superior pe piața muncii.
- În studiul calitativ, studenții au fost invitați să enumere care sunt, din perspectiva lor, principalele puncte tari și puncte slabe ale serviciilor de consiliere și orientare profesională existente în universitate. La nivel general, principalele puncte tari evocate țin de faptul că asemenea servicii pot contribui la nuanțarea traiectoriei profesionale a absolvenților, facilitând tranziția către o carieră de succes. La polul opus, punctele slabe sunt legate de lipsa de promovare și notorietate a serviciilor, fapt consemnat și prin intermediul rezultatelor anchetei sociologice de ordin cantitativ.

Tabelul 3.3.1: Puncte tari și slabe ale serviciilor de consiliere și orientare profesională

Puncte tari ale serviciilor de consiliere și orientare profesională	**Puncte slabe ale serviciilor de consiliere și orientare profesională**
• Contribuie la susținerea, menținerea sau îmbunătățirea imaginii mediului universitar românesc. • Oferă informare și suport pentru autocunoaștere, pregătire și orientare profesională. • Facilitează crearea unei relații dinamice între mediul universitar și cel preuniversitar, precum și menținerea unei interacțiuni între studenți/ absolvenți și mediul de afaceri. • Sprijină depistarea, înțelegerea și valorificarea abilităților și aptitudinilor/ competențelor de ordin profesional. • Profesionalismul personalului implicat în oferirea serviciilor de consiliere și orientare în carieră. • Transparența și seriozitatea cu care se realizează procesul comunicațional.	• Atribuțiile secundare și terțiare ale departamentelor de consiliere și orientare în carieră sunt insuficient cunoscute. • Lipsa de promovare pe scară largă a serviciilor oferite de Centrele de Consiliere și Orientare în Carieră, ceea ce conduce la o rată de notorietate scăzută. • Insuficienta promovare în universități și facultăți a trainingurilor, workshopurilor tematice dedicate studenților. • Pregătirea deficitară a personalului specializat și dezintersul față de implementarea unor servicii de interes pentru studenții/ absolvenții interesați să urmeze o carieră.

• Poate deschide perspective în carieră și contribuie la construcția identității socio-profesionale a studenților. • Oferă răspunsuri la întrebări legate de maniera în care se poate contura și gestiona o carieră în domeniul specializării urmate.	

Tabelul 3.3.2: Caracteristicile unui serviciu de consiliere eficient

Dimensiuni și atribute generale ale serviciilor de consiliere	Dimensiunile și atributele generale menționate de studenții intervievați pot sta la baza conturării culturii organizaționale a Centrelor de Consiliere și Orientare în Carieră. Între acestea se regăsesc: ▪ Transparență ▪ Profesionalism ▪ Accesibilitate și disponibilitate (nebirocratic) ▪ Eficiență ▪ Deschidere ▪ Corectitudine și încredere ▪ Dezvoltare
Structura personalului	Studenții și-ar dori ca serviciile să fie efectuate de profesioniști informați cu privire la tendințele existente pe piața muncii, iar personalul să dețină calificare atestată în domeniul consilierii și orientării profesionale, cu bună cunoaștere psihosocială și de psihologie a vârstelor. Personalul ar trebui să manifeste disponibilitate, devotament, atitudine pro-activă, empatie la problemele/ nevoile studenților și să fie capabil să se apropie de aceștia printr-un dialog deschis.
Locație	Din analiza interviurilor, a reieșit faptul că respondenții și-ar dori ca asemenea servicii de consiliere și orientare profesională să se deruleze în locații cunoscute din interiorul universităților. Totodată, în extensia centrului principal, ar putea fi înființat un birou de consiliere specific domeniului *Științelor umaniste și arte*
Tipuri de servicii	Un punct central al cercetării sociologice de tip calitativ a urmărit identificarea tipurilor de servicii despre care studenții cred că ar putea asigura eficiența serviciului de consiliere și orientare profesională:

	▪ Identificarea principalelor probleme cu care se confruntă studenții, prin aplicarea unor instrumente empirice standardizate; ▪ Identificarea abilităților, aptitudinilor și competențelor socio-profesionale ale studenților; ▪ Stabilirea potențialului de performanță al studenților prin aplicarea de instrumente specializate; ▪ Determinarea identității profesionale și coordonarea tinerilor spre un traseu socio-profesional realist; ▪ Expunerea oportunităților de angajare existente în instituții și organizații publice sau/ și private în conformitate atât cu domeniile de specializare academică (la nivel macro), cât și cu abilitățile, aptitudinile și competențele socio-profesionale individuale (la nivel micro); ▪ Îndrumarea și oferirea de soluții concrete legate de dezvoltarea profesională a studenților; ▪ Încheierea de parteneriate cu mediul public și privat care să faciliteze organizarea de stagii de practică și internship; ▪ Dezvoltarea de programe/ activități și organizarea constantă de evenimente tematice legate de piața muncii și de provocările pe care le implică o profesie în domeniul *Științelor umaniste și arte.*
Tipuri de evenimente	Prin intermediul studiului calitativ, studenții au menționat o gamă variată de evenimente pe care asemenea centre ar trebui să le pună la dispoziție: ▪ Servicii de promovare a Centrelor de Consiliere și Orientare în Carieră ▪ Conferințe tematice privind piața muncii; ▪ Workshop-uri dedicate incluziunii profesionale; ▪ Training-uri gratuite susținute de specialiști din mediul de afaceri; ▪ Seminarii deschise, pe diverse tematici consacrate provocărilor existente pe piața muncii; ▪ Evenimente de carieră (spre exemplu, târguri de joburi și internshipuri)

Sursa: *Interviuri studiu realizat în rândul studenților (prelucrare proprie a datelor)*

4. RAPORT DE CERCETARE
Management universitar

La nivel general, managerii intervievați au evaluat într-o manieră pozitivă eficiența centrelor de consiliere și orientare în care activează și audiența serviciilor de resort. În aceeași notă se plasează și aprecierea lor legată de rata de absorbție a propriilor studenți pe piața muncii din România, toți menționând faptul că ponderea tinerilor care reușesc să se angajeze în decurs de cinci ani de la absolvire depășește 50%. De asemenea, universitățile incluse în eșantionul studiului au încheiate diverse parteneriate atât cu organizații din sfera privată, cât și din cea publică, managerii intervievați declarând că se pune un accent deosebit pe formarea teoretică, dar și practică a absolventului.

Aspecte generale privind serviciile de consiliere și orientare profesională realizate în domeniul Științelor umaniste și arte - Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca

Conform studiului empiric adresat managementului academic, în cadrul Universității Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca, principalele cinci tipuri de servicii pe care universitatea le oferă studenților cu privire la consilierea și orientarea profesională sunt:

- Teste de orientare în carieră
- Ședințe de consiliere
- Întâlniri cu reprezentanții angajatorilor
- Mentorat
- Participarea la târguri de muncă

De altfel, activitățile din Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca care au parte de succes în rândul studenților sunt:

- Conferințele și workshopurile
- Interacțiunile cu potențialii angajatori și mediul de afaceri
- Consilierea personalizată în funcție de specificul fiecărui student

De asemenea, caracteristicile specifice unui model de consiliere și orientare profesională reușit în România țin de:

- Testarea aptitudinilor și elaborarea unui plan de consiliere
- Organizarea de workshopuri și întâlniri cu angajatorii

Printre perspectivele de viitor ale Universității Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca legate de conectarea mai intensă cu piața muncii se numără:

- Organizarea de studii de licență și masterat în colaborare cu mediul de afaceri
- Dezvoltarea de cercetări aplicative
- Transferul de tehnologie
- Adaptarea curriculei universitare la cerințele pieței muncii.

Aspecte generale privind serviciile de consiliere și orientare profesională realizate în domeniul Științelor umaniste și arte - Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi" din Iași

Facultatea de Arhitectură „G.M. Cantacuzino"

Principalele 5 servicii pe care Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi"/ Facultatea de Arhitectură „G.M. Cantacuzino" din Iași le pune la dispoziția studenților cu privire la consilierea și orientarea profesională sunt:

- Centrul de Consiliere în Carieră, înființat în anul 2016 și care este condus de un Director specialist în domeniul Științelor educației. În cadrul centrului activează și un psiholog.
- Asistență din partea Responsabililor pe ani de studii
- Întâlniri cu angajatorii
- Târguri de carieră
- Programe de informare

Conform interviului aplicat, activitățile din Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi"/ Facultatea de Arhitectură „G.M. Cantacuzino" din Iași privind orientarea și consilierea profesională care se bucură de succes în rândul studenților sunt:

- Târgurile de joburi
- Campaniile de informare
- Practica de specialitate
- Întâlnirile studențești

Cele cinci caracteristici ale unui model de consiliere și orientare profesională de succes în spațiul românesc propuse de managerul intervievat sunt:

- Orientarea în carieră a elevilor
- Orientarea în carieră a studenților prin Centrele de Consiliere de specialitate
- Dezvoltarea de relații cu mediul economic
- Efectuarea stagiilor de practică în mediul economic
- Participarea la târguri de joburi

Potrivit interviului, modelul eficient de consiliere și integrare pe piața muncii a absolvenților este *„un model complex, care presupune o orientare in carieră a elevului, pentru alegerea unei facultăți anumite și a unui anumit program de studii. Apoi urmează o consiliere pe parcursul facultății, din partea responsabilului de program de studii, a profesorilor si a consilierului în carieră, la care se adaugă întâlnirile cu angajatorii.*"

Printre principalele activități de succes derulate în Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi"/ Facultatea de Arhitectură „G.M. Cantacuzino" din Iași cu efect pozitiv asupra tinerilor a planului lor de carieră se regăsesc:

- Proiecte de practică în unități industriale
- Activități de consiliere și dezvoltare personală în cadrul unor proiecte
- Activități de dezvoltare a aptitudinilor antreprenoriale

De asemenea, Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi"/ Facultatea de Arhitectură „G.M. Cantacuzino" din Iași are în vedere ca pe viitor să crească numărul de locuri de practică alocate studenților.

Nu în ultimul rând, cele mai eficiente metode de consiliere și informare sunt considerate a fi cele care sunt realizate prin mediul virtual.

Aspecte generale privind serviciile de consiliere și orientare profesională realizate în domeniul Științelor umaniste și arte - Universitatea Națională de Arte „George Enescu" din Iași

Facultatea de Arte Vizuale și Design și *Facultatea de Interpretare, Compoziție și Studii Muzicale Teoretice*

Principalele **servicii** pe care Universitatea Națională de Arte „George Enescu" din Iași le pune la dispoziția studenților cu privire la **consilierea și orientarea profesională** sunt:

- Consiliere pentru cariera didactică
- Consiliere curriculară

Managerii intervievați au punctat că **activitățile** din Universitatea Națională de Arte „George Enescu" din Iași privind **orientarea și consilierea profesională** care se bucură de succes în rândul studenților sunt:

- Campaniile de informare
- Practica de specialitate
- Interacțiunea cu potențialii angajatori și cu mediul de afaceri
- Consilierea personalizată în funcție de specificul fiecărui student
- Activitățile derulate de cadrele didactice

Potrivit datelor colectate din interviurile aplicate în cadrul Universității Naționale de Arte „George Enescu" din Iași, un **model eficient de consiliere și integrare pe piața muncii** a absolvenților ar trebui să cuprindă:

- Platformă on-line integrată, cu acoperire națională
- Consiliere prin Centrul de consiliere
- Informații furnizate de către profesorii de specialitate care fac aplicații și colaborări cu diverse firme
- Aplicații practice de specialitate
- Târguri de joburi
- Eficientizarea relațiilor cu mediul de afaceri prin programe de practică, workshopuri, schimburi de experiență ș.a.

Printre **activitățile de succes** derulate de Universitatea Națională de Arte „George Enescu" din Iași cu efect pozitiv asupra tinerilor și a planului lor de carieră se numără:

- Formarea practică și teoretică a absolvenților
- Consilierea individuală și de grup privind cariera și orientarea profesională
- Workshopuri cu diverse instituții publice din domeniul cultural-artistic
- Prezentări realizate de către firmele ce activează în domeniul de resort al specializării (spre exemplu, firme de restaurare)
- Stagii de practică coordonate de specialiști de resort (spre exemplu, specialiști în domeniul restaurării)
- Schimburi de experiență cu instituții de cultură
- Expoziții semestriale și anuale

Conform interviurilor, printre **planurile de viitor** ale Universității Naționale de Arte „George Enescu" din Iași privind conectarea profundă cu piața muncii se regăsesc:

- Corelarea cât mai bună cu piața muncii, prin încheierea de contracte, respectiv de acorduri de parteneriat cu angajatorii
- Continuarea și aprofundarea colaborărilor cu partenerii tradiționali (instituții de cultură și personalități juridice)
- Înființarea unui post de consilier în carieră și cu atribuții specifice inserției și monitorizării pe piața muncii
- Crearea unei baze de date

Cele mai eficiente **metode de consiliere și informare** sunt considerate a fi:

- Dialog direct cu studenții și particularizarea informațiilor oferite în funcție de domeniul academic
- Dialog și consiliere individuală și de grup
- Promovarea serviciilor de consiliere și orientare profesională prin afișe
- Realizarea unui site dedicat CCOC

Managerii intervievați au punctat că **oportunitățile specifice studenților din domeniul Științelor umaniste și arte** sunt:

- Activități de voluntariat educațional-artistic
- Proiecte artistice (spre exemplu, proiecte de restaurare a monumentelor de nivel național)
- O plajă largă de aplicare a cunoștințelor de specialitate în numeroase activități conexe
- Posibilitatea de dezvoltare a unei cariere individuale (liber-profesioniști)
- Angajare în domeniul publicitar

Managerii incluși în eșantionul studiului au avut ocazia să evoce perspectivele privind principalele șanse și provocări pe noua piață a muncii cu care se vor confrunta studenții din domeniul Științe umaniste și arte. Astfel, unul dintre respondenți este de părere că aceștia *„au șanse să se angajeze, mai ales în străinătate"*. Același subiect subliniază faptul că *„pe plan național și local este necesară o mai mare flexibilitate a firmelor."* Un alt manager intervievat a menționat faptul că șansele lor sunt ridicate, în contextul dezvoltării noilor tehnologii, studenții fiind flexibili, *„formați în societatea actuală versatilă"*.

Model de bune practici privind realizarea eficientă a serviciilor de consiliere și orientare profesională în domeniul Științelor umaniste și arte

Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași

Istoric

Serviciile de consiliere în carieră oferite studenților Universității „Alexandru Ioan Cuza" din Iași (UAIC) s-au dezvoltat începând cu anul 1997, odată cu înființarea *Centrului de Informare Profesională, Orientare în Carieră și Plasament* (CIPO). În 2014, s-a înființat *Departamentul de Servicii pentru Studenți și Absolvenți* (DSSA), structură care a absorbit CIPO.

Modelul de servicii integrate pentru studenți din cadrul UAIC a fost dezvoltat după modele de bune practici din universitățile de top în clasamentele internaționale. Urmând întreaga axă temporală a vieții de student, evaluarea completă acestor servicii ar trebui făcută pe parcurs și după toată această perioadă, adică înainte de înscrierea la facultate și după absolvirea studiilor.

Începând cu anul universitar 2018-2019 structura și titulatura DSSA se vor modifica pentru o mai bună centralizare a activităților pe care le oferă studenților și absolvenților, dar și celorlalți *stakeholderi* interesați de angajabilitatea studenților UAIC.

Tipuri de servicii oferite de UAIC prin DSSA:

- Consiliere educațională, psihologică și de carieră (individuală și de grup)
- Training-uri și workshop-uri pentru dezvoltarea de competențe
- Evenimente de carieră
- Facilitare pentru căutarea de internship-uri
- Consiliere de carieră online

Obiectivele generale ale DSSA:

- **Formarea și dezvoltarea de competențe de tip soft**

Activități specifice:

- Evaluare psihologică
- Consiliere educațională și psihologică
- Traininguri
- Evenimente de carieră
- Participare la stagii de practică ș.a.

- **Realizarea serviciilor de consiliere în carieră**

Etape specifice:

- Autocunoaștere
- Explorarea lumii ocupaționale
- Identificarea opțiunilor potrivite
- Luarea deciziilor
- Alcătuirea planului de carieră

Evaluarea serviciilor oferite de DSSA

Serviciile integrate dedicate studenților din cadrul UAIC sunt evaluate anual prin intermediul unui chestionar de satisfacție. Rezultatele obținute în urma prelucrării răspunsurilor indică un grad mare de mulțumire al studenților față de serviciile de consiliere și orientare în carieră.

Rezultate statistice privind rata de absorbție a absolvenților de studii superioare pe piața muncii

La nivel general, conform statisticilor care se fac anual la nivelul universității, peste 50% dintre respondenții la chestionarul adresat absolvenților - pe care aceștia îl completează la ridicarea diplomelor de studiu, sunt angajați.

Din statisticile obținute pe baza răspunsurilor absolvenților din domeniul *Științe umaniste și arte*, care răspund anual la chestionarul pentru absolvenți, reiese că peste 50% dintre aceștia sunt angajați.

Activități de succes derulate în universitate cu efect pozitiv asupra tinerilor și a planului lor de carieră

Combinarea consilierii de carieră cu sesiuni de autocunoaștere, training-uri și workshop-uri de formare/ dezvoltare de *soft skills*, interacțiuni cu profesioniști din domeniile de interes ale studenților și participarea la internship-uri, oferă un cadru propice pentru asigurarea inserției pe piața muncii a studenților.

Printre activitățile de succes derulate în cadrul UAIC cu efect pozitiv asupra tinerilor și a planului lor de carieră se numără.

1. Întâlniri ale studenților cu profesioniști din diverse domenii sub forma de **conferințe** organizate de DSSA și/ sau facultăți (spre exemplu, prezentări de firmă, metode de educație non-formală precum „Biblioteca vie")
2. Training-uri și workshop-uri pentru formarea de *soft skills* (seria de training-uri oferite lunar de DSSA pe diverse tematici: managementul timpului, utilizarea noilor tehnologii în dezvoltarea profesională și personală, managementul stresului, modalități de pregătire și susținere a unor prezentări)
3. Internship-uri pentru studenți asigurate de parteneri ai UAIC din mediul economic și sectorul public (spre exemplu, *Stagii pe bune* derulat anual, *Pașaport pentru angajabilitate* etc.)

Model de succes privind consilierea și integrarea absolvenților de studii superioare pe piața muncii

Conform managerului intervievat, un astfel de model ar trebui să fie dinamic să se adapteze mereu la așteptările și cerințele pieței și la nevoile de formare ale studenților. Respondentul susține că teoretic, consilierea de carieră începe să se desfășoare de timpuriu, încă din anii de studiu preuniversitar sub forma unor activități sau sesiuni de consiliere, dar nu într-un mod sistematizat (lipsa unei astfel de abordări coerente poate fi un factor care contribuie la rata mare de abandon universitar).

Managerul UAIC intervievat a punctat faptul că legislația în vigoare prevede ca centrele de carieră din universități să poată oferi consiliere educațională și de carieră elevilor care sunt clasa a XII-a, dar din cauza numărului scăzut de angajați din aceste centre de consiliere, este imposibil ca acest lucru să se concretizeze într-un singur an școlar. Așadar, în acest model, ar trebui integrată o colaborare obligatorie între toate centrele CJRAE din țară și centrele de consiliere din universități.

În continuare, subiectul a menționat că modelul acesta ar trebui să includă și o serie de activități de **consiliere de carieră specifică fiecărui domeniu de studiu** care să se desfășoare printr-o colaborare între centrele de carieră și profesorii din facultăți. De cele mai multe ori, practica de specialitate nu integrează și autocunoașterea și celelalte etape ale acesteia sau consilierea psihologică ori educațională. Astfel, pentru asigurarea replicării acestui model, un **modul de consiliere de carieră trebuie integrat obligatoriu în modulul pedagogic care reprezintă formarea inițială a viitoarelor cadre didactice** – studenții (în prezent, conform legislației, acest modul este opțional).

Un alt element într-un model eficient de consiliere și integrare pe piața muncii ar trebui să îl **constituie angajatorii** și implicarea lor în asigurarea unei imersii a studenților în ceea ce presupune cariera într-un anumit domeniu. Acest lucru poate fi asigurat prin prezentări de companie, evenimente de carieră la care să fie invitați reprezentanți ai angajatorilor, mentorat cu specialiști, activități didactice susținute de profesioniști care activează într-un anumit domeniu.

Evident, **dezvoltarea și adaptarea acestor modele se va face în contextul socio-economic și politic**. De aceea, abordările în consilierea în carieră și inserția pe piața muncii trebuie să fie în concordanță și cu strategiile globale pe această temă.

Asemenea unui demers de cercetare de tip acțiune, este de dorit ca rezultatele, feedback-ul și analiza dinamicii pieței muncii în implementarea unui ciclu al modelului, să fie folosite în adaptarea strategiei și metodelor necesare pătrunderii proaspeților absolvenți pe piața muncii, pentru următoarele generații.

Provocări privind consilierea și angajabilitatea în contextul dezvoltării noilor tehnologii

Potrivit managerului intervievat, dinamica pieței muncii este influențată de dezvoltarea noilor tehnologii. Multe locuri de muncă create în ultimele decenii implică utilizarea într-un grad mare a tehnologiei, aceasta regăsindu-se în: instrumentele care susțin comunicarea, mediul care păstrează informațiile și datele, instrumentele de lucru sau chiar rezultatul final al muncii angajaților.

Astfel, un aspect foarte important în ceea ce privește consilierea de carieră și angajabilitatea este monitorizarea dinamicii noilor locuri de muncă create datorită tehnologiei și adaptarea modelelor de consiliere în funcție de această dinamică prin: utilizarea de noi metode de lucru în consilierea de

carieră, dezvoltarea de noi conținuturi privind training-urile și workshop-urile de dezvoltarea a carierei.

Un alt aspect este legat de formarea competențelor digitale. Repondentul susține că deși disciplina TIC are caracter obligatoriu în programele din învățământul preuniversitar și universitar, încă sunt carențe în utilizarea adecvată a tehnologiei pentru eficientizarea activității, în general, din cauza a ceea ce specialiștii numesc *technology gap*. În formarea competențelor digitale, atât de necesare angajabilității, un model vehiculat în educație prevede utilizarea integrată a tehnologiei direct în procesul de predare-învățare. Astfel, tehnologia nu este folosită doar ca un instrument, ci ca o modalitate sau un mediu de lucru. De aceea, potrivit subiectului, serviciile de consiliere în carieră ar trebui să se adapteze și la astfel modele.

Studenții/ absolvenții și piața muncii

Într-un studiu efectuat în anul 2017 la UAIC (https://tinyurl.com/studiu-ACCESS-UAIC), cu studenți din ultimul an de studiu și angajatori a reieșit că studenții care sunt în căutarea unui loc de muncă preferă angajatorii mari, iar cele mai importante elemente pe care le urmăresc sunt:

- Plata salariilor la timp
- Posibilitățile de avansare
- Condițiile sigure de lucru
- Prezentarea clară a responsabilităților postului
- Mediul sănătos de lucru
- Echilibrul dintre carieră și familie

În funcție de domeniul în care studiază, studenții au o serie de angajatori preferați, aleși în funcție de aspectele enumerate mai sus. Potrivit intervievatului, dintre angajatorii menționați de studenții UAIC, cei mai invocați au fost: Antibiotice, laboratoare de analize medicale, cabinete de avocatură, Banca Comercială Română, centre de recuperare medicală, Amazon, Institutul Regional de Oncologie Iași, UAIC, Bitdefender, Centric, Continental, Mitropolia Moldovei și Bucovinei, Centrul Diecezan Iași.

Același studiu a relevat faptul că principalele motive pe care le au în vedere tinerii când își aleg un job sunt:

- flexibilitatea programului de lucru
- pachet salarial atractiv
- prestigiul companiei
- beneficiile extrasalariale

- cursuri de formare profesională
- training-uri de dezvoltare profesională organizate în străinătate
- tichete de masă
- abonamente medicale
- decontarea cheltuielilor de transport pentru deplasări
- organizarea unor evenimente informale în cadrul companiei

La nivel general, managerul UAIC intervievat a menționat că studenții caută joburi în domeniul în care studiază sau conexe acestuia. Cu toate acestea, angajatorii vin în sprijinul celor care doresc să se angajeze, oferind cursuri de formare internă. Dinamica pieței muncii de astăzi impune și acumularea de cunoștințe și competențe de antreprenoriat, acesta fiind considerat una dintre competențele cheie ale secolului XXI. Studenții care aleg să își dezvolte mai mult competențele antreprenoriale, au o flexibilitate și mai mare în alegerea unui job, pentru că își pot folosi aceste competențe în compania în care se angajează sau își pot dezvolta propria afacere.

Legat de domeniile de studiu și diferențele de pe piața muncii, acestea sunt existente pe fondul creșterii numărului companiilor multinaționale din regiune. Datorită acestui lucru, studenții și absolvenții care studiază informatica, informatică economică, finanțe, matematica, management, managementul resurselor umane, marketing, comunicare, educație sau limbi străine sunt considerați a fi mai avantajați la capitolul oportunități profesionale.

Oportunități de dezvoltare profesională dedicate studenților din domeniul Științelor umaniste și arte

Studenții și absolvenții care studiază în domeniul *Științelor umaniste și arte* au oportunități de angajare în domeniul educației, în instituțiile publice și sectorul ONG, în centre de cercetare, în muzee, ateliere de restaurare.

Șansele de angajare cresc pentru toți studenții, inclusiv pentru cei care urmează specializări aferente domeniului Științelor umaniste și arte, atâta vreme cât își formează și își dezvoltă competențele cheie și *soft skills*. Abordarea propriei formări reprezintă un avantaj pentru nivelul de angajabilitate al studenților care studiază în acest domeniu.

Planuri de viitor ale universității privind conectarea mai profundă cu piața muncii

Activitățile care asigură atingerea obiectivelor strategice ale UAIC, dar și dezvoltarea continuă a viitoarei strategii pe care și-o propune sunt:

- Stabilirea de parteneriate și colaborări cu mediul de afaceri și sectorul public;

Potrivit managerului intervievat, mediul economic din regiune este dinamic și deschis colaborării cu UAIC. Instituția academică a organizat o serie de întâlniri cu reprezentanți ai marilor angajatori din regiunea noastră. O foarte mare parte dintre aceștia s-au implicat și în studiile inițiate de UAIC, în vederea dezvoltării unei colaborări cât mai eficiente. Între rezultatele acestor demersuri se regăsesc: încheierea de acorduri de colaborare, comunicare eficientă privind anunțurile cu privire la locuri de muncă și stagii de practică, activități academice pentru studenți cu invitați din mediul de afaceri, vizite la companii, conferințe și alte evenimente de carieră.

- Desfășurarea de studii privind angajabilitatea, așteptări ale pieței muncii și ale viitorilor angajați în vederea adaptării programelor de studii;
- Adaptarea și dezvoltarea de programe de studiu care implică interacțiunea studenților cu experți care lucrează în domeniul în care se pregătesc studenții;
- Dezvoltarea unei strategii de implementare a educației antreprenoriale în toate facultățile din Universitate;
- Dezvoltarea de proiecte comune de cercetare în domenii de expertiză comune implicând studenți, masteranzi și doctoranzi;

4.1. Modele de succes de integrare a absolvenților de studii superioare pe piața muncii în universitățile europene

Mențiune: *Modelele de succes de integrare a absolvenților de studii superioare pe piața muncii în universitățile europene au fost extrase din interviul aplicat managerului UAIC*

4.1.1. Model 1 - University of Edinburgh

Centrul Carieră al Universității din Edinburgh oferă consiliere de carieră și suport pentru dezvoltarea competențelor pentru o mai bună angajabilitate a studenților în curriculum-ul de la nivelul fiecărei facultăți în parte. Fiecărei facultăți îi este atribuit câte un consilier de carieră care oferă suport direct studenților și intermediază comunicarea cu Centrul de Carieră.

Evenimentele de carieră organizate de Centrul de Carieră au ca obiectiv facilitarea interacțiunii dintre studenți și angajatori. În acest context, dezvoltarea personală și profesională a studenților este susținută pe două căi: prin interacțiunea directă cu angajatorii și prin suportul primit de la alumni implicați ai Universității, care activează în domeniile de studiu al studenților.

Profesorii din facultăți sunt implicați în procesul de recrutare și selecție al studenților pentru angajatorii care caută personal pentru anumite poziții.

Toată activitatea Centrului de Carieră este susținută de infrastructura online a serviciilor care se adresează studenților. Astfel, Centrul de Carieră facilitează conexiunea dintre asociațiile studențești, facultăți, departamentele universității și alumni.

4.1.2. Model 2 - University of Padova

Centrul de consiliere și carieră îi sprijină pe studenți și absolvenți în tranziția lor de la universitate în piața muncii, prin intermediul parteneriatelor încheiate între Universitate și companii, instituții publice și private, asociații profesionale.

Internship-urile de la nivel național, dar și internațional sunt promovate prin intermediul portalului administrat intern, la nivelul Universității din Padova.

Prin consiliere și training-uri adresate studenților, Centrul de Carieră oferă suport direct și instrumente utile celor care doresc să se angajeze.

Centrul de consiliere și carieră oferă organizațiilor cu care colaborează și servicii de recrutare și selecție în funcție de criteriile impuse.

Evenimentele de carieră facilitează interacțiunea dintre studenți și angajatori, iar un element inedit privind aceste evenimente de carieră este organizarea de târguri de oferte de muncă online, târguri la care pot participa și companii care au sediul în alte țări decât Italia.

4.1.3. Model 3 - University of Helsinki

Ca și în celelalte exemple de practici prezentate succint în primele două modele, Centrul de Consiliere și Carieră al Universității din Helsinki facilitează interacțiunea dintre studenți și angajatori prin intermediul activităților pe care le organizează.

Implicându-se în promovarea locurilor de muncă anunțate de angajatori, își asumă și activitatea de recrutare și selecție de studenți care ar putea face o lucrare de disertație aplicată pe profilul și nevoile angajatorilor.

Acest centru colaborează îndeaproape cu o rețea națională de Centre de Consiliere și Carieră din Finlanda, asigurând astfel, sprijin studenților și absolvenților. Prin intermediul acestei rețele naționale, se implică și în programe de evaluare a Centrelor de Consiliere și Carieră din sistemul de învățământ superior finlandez.

4.2. Analiză privind gradul de pregătire a personalului din centrele de consiliere și orientare în carieră

4.2.1. Universitatea „Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca

În cadrul Universității „Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca funcționează Centrul de Carieră, Alumni și Relația cu Mediul de Afaceri – CCARMA, fondat acum 13 ani, în anul 2005. Echipa Centrului este alcătuită din șase specialiști:

- Un consilier orientare în carieră, coodonator al Centrului, lector în cadrul Facultății de Psihologie și Științe ale Educației
- Un expert în consilierea studenților, absolventă a Facultății de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, secția Comunicare și Relații Publice
- Un consilier pentru orientare în carieră, cadru didactic asociat în cadrul Facultății de Psihologie și Științe ale Educației
- Expert consiliere individuală și de grup, cu pregătire în domeniul psihologiei
- Responsabil de relația cu Mediul de afaceri, cu pregătire în domeniul economic și psihologic
- Consilier pentru orientare în carieră, specialist cu pregătire academică în domeniul psihologiei

Acestora li se adaugă un grup format din șase voluntari, toți absolvenți ai Facultății de Psihologie și Științe ale Educației din cadrul UBB.

Așadar, echipa CCARMA este alcătuită în majoritate din specialiști cu pregătire în domeniul psihologiei.

4.2.2. Universitatea din București

La Universitatea din București există din 2016 un Departament de Consiliere și Orientare pentru Carieră – DCOC, continuator al Centrului de Informare, Orientare și Consiliere Profesională – CIOCP, fondat încă din anul 1997. Potrivit Regulamentului de Organizare și Funcționare al DCOC, activitatea Departamentului este în subordinea unuia din prorectorii instituției academice. Structura organizatorică a DCOC cuprinde: un Centru de Informare, Orientare și Consiliere Profesională – CIOPC și un Birou de Relație cu Piața Muncii – BRPM.

În structura de personal propusă se regăsesc:

- Psihologi (în număr de 4)
- Consilieri de carieră/ psihologi (în număr de 6)
- Consilieri de carieră (3)
- Sociolog (2)

- Designer grafică/ responsabil IT (1)
- Personal de conducere alcătuit din: Director al DCOC, Șef de birou – Consilier de carieră/ psiholog al CIOPC, Șef de birou – administrator de patrimoniu/ consilier de carieră al BRPM.

În cazul UB, se poate observa faptul că predomină experții cu pregătire în domeniul psihologic, acestora alăturându-li-se și alți specialiști în domenii pecum sociologie, design, administrație ș.a.

4.2.3. Universitatea Națională de Arte „George Enescu" din Iași

Potrivit *Regulamentului privind organizarea și funcționarea Centrului de Consiliere și Orientare în Carieră (CCOC)* din Universitatea Națională de Arte „George Enescu" din Iași, personalul este alcătuit din voluntari, cadre didactice cu expertiză în domeniul psihopedagogic și artistic. Totodată, coordonarea specialiștilor implicați este realizată de un responsabil – lector universitar doctor, propus de consiliul DPPD, la care se adaugă un număr de opt membri (profesori, conferențiari și lectori).

4.2.4. Universitatea „Ovidius" din Constanța

Structura de personal a Centrului de Consiliere și Orientare în Carieră – CCOC din cadrul Universității „Ovidius" din Constanța nu este una fixă, fiind prevăzut în *Regulamentul de organizare și funcționare* faptul că numărul de angajați este raportat la numărul de studenți din anul universitar. Astfel, raportul minim acceptat este - conform reglementărilor interne, de un psiholog sau consilier în carieră la 2000 de studenți înmatriculați.

În organigrama CCOC sunt prevăzuți:

- Psihologi, cu pregătire și atestat în domeniile Psihologie Educațională, Consiliere Școlară și Vocațională
- Consilieri în carieră
- Sociologi
- Cadre didactice, specializate în domeniile de studiu ale studenților și absolvenților

Aceștia sunt subordonați unui director, numit de către Rector, cu avizul Consiliului de Administrație al Universității Ovidius din Constanța. Directorul trebuie să îndeplinească simultan trei condiții pentru ocuparea postului:

- Cadru didactic sau încadrat ca personal didactic auxiliar
- Formare profesională inițială sau continuă în unul din domeniile psihologie, sociologie sau științele educației
- Absolvent de masterat în Management educațional

4.2.5. Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi" din Iași

Centrul de Consiliere, Orientare în Carieră și Incluziune Socială din cadrul Universității Tehnice „Gheorghe Asachi" din Iași (TUIAȘI) este alcătuit din specialiști în consiliere psihologică educațională și vocațională. Acest Centru este condus de un director, cadru didactic în Departamentul de Pregătire a Personalului Didactic - DPPD al TUIAȘI. Centrul este în componența Direcției de Servicii Studențești (211 angajați), aceasta fiind subordonată Direcției Generale Administrative și Prorectorului responsabil cu relația cu studenții.

4.2.6. Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași

Departamentul de Servicii pentru Studenți și Absolvenți – DSSA al Universității „Alexandru Ioan Cuza" din Iași dispune de o structură complexă, având în componență patru centre: Centrul de Consiliere Educațională, Psihologică și pentru Persoane cu cerințe speciale – CEPP, Centrul de Informare Profesională, Orientare în carieră și plasament – CIPO, Centrul Alumni, respectiv Centrul INSERT, care se ocupă de inițierea și realizarea de studii calitative și cantitative privind inserția absolvenților pe piața muncii, satisfacția studenților față de serviciile oferite de universitate ș.a. Dat fiind acest fapt, Departamentul este alcătuit din personal cu expertiză în următoarele domenii:

- științe ale educației
- psihologie
- economie
- cercetare
- sociologie
- drept
- muzică vocală ș.a.

DSSA se regăsește în subordinea Prorectorului pentru activități studențești, parteneriate cu mediul economic și sectorul public.

Totodată, în *Regulamentul de organizare și funcționare* se prevede că fiecărui angajat din cadrul Departamentului îi revine sarcina de a menține legătura cu 2 sau 3 facultăți din cadrul UAIC.

4.2.7. Universitatea „Dunărea de Jos" din Galați

În cadrul Centrului de Consiliere și Orientare în Carieră – CCOC al Universității „Dunărea de Jos" din Galați activează specialiști cu pregătire multidiscplinară, cu expertiză atât în domeniul consilierii, cât și în specializările didactice ale instituției de învățământ superior.

5. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

Capitolul final este centrat pe prezentarea concluziilor și recomandărilor ce au urmat prelucrării datelor, acesta conținând analiza modului de realizare a activităților de orientare și consiliere la nivelul celor șapte universități relevante domeniului *Științelor umaniste și arte:* Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași, Universitatea din București, Universitatea „Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca, Universitatea „Ovidius" din Constanța, Universitatea „Dunărea de Jos" din Galați, Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi" din Iași, Universitatea Națională de Arte „George Enescu" din Iași.

- Serviciile oferite prin Centrele specializate din universități (domeniul *Științelor umaniste și arte*) au în prezent un impact relativ redus în dezvoltarea profesională a studenților.
- Principalele instanțe preocupate de orientarea educațională și în carieră a tinerilor sunt reprezentate de familie și cadrele didactice, Centrelor specializate acordându-li-se o importanță terțiară. Astfel, în contextul tranziției de la studiile preuniversitare la cele superioare, se recomandă o amplificare a rolului centrelor de consiliere anterior procesului de înscriere la studiile universitare, fiind sprijinită formarea deprinderii de a solicita consiliere adaptată nevoilor și competențelor individuale, precum și luarea unor decizii optime pentru traseul educațional ulterior.
- O altă concluzie majoră a studiului arată că între 55 și 80% dintre studenții universităților eșantionate nu au luat parte niciodată la activități de consiliere și orientare profesională, numai unul din șase afirmând că au apelat la serviciile unor Centre specializate arondate centrelor universitare în care studiază.
- Numai unul din 25 de studenți chestionați a susținut că pe viitor va apela la serviciile oferite de CCOC pentru a primi referințe în perspectiva dezvoltării lor profesionale. În plus, rezultatele indică faptul că tinerii nu sunt în general informați în legătură cu organizațiile din universitate care ajută studenții să se orienteze în carieră.
- În urma evaluării serviciilor de consiliere și orientare profesională, s-a evidențiat că acestea nu posedă o largă vizibilitate în spațiul universitar, recomandându-se o promovare mai intensă a Centrelor specializate, în special în mediul online prin intermediul rețelelor de socializare și a website-urilor oficiale ale universităților. Această recomandare vine pe fondul unei alte concluzii a cercetării care reflectă faptul că peste 80% dintre studenți se informează cu privire

oportunitățile profesionale pe care le pot accesa utilizând instrumente online, specifice noilor tehnologii, cu preponderență rețelele de socializare (Facebook sau LinkedIn). De altminteri, la nivel general, mijloacele digitale, între care se mai regăsesc e-mailul și platformele informatice integrate sunt preferate într-o măsură mult mai ridicată canalelor tradiționale de comunicare.

- Un aspect relevant în ceea ce privește consilierea de carieră și angajabilitatea constă în monitorizarea dinamicii noilor locuri de muncă create datorită tehnologiei și adaptarea modelelor de consiliere în funcție de această dinamică prin:
  - utilizarea de noi metode de lucru în consilierea de carieră;
  - dezvoltarea de noi conținuturi privind training-urile și workshop-urile de dezvoltarea a carierei.
- Chiar dacă studenții care au evocat Centrele de Consiliere și Orientare în Carieră se regăsesc în minoritate, aceștia au subliniat că serviciile oferite de aceste entități ar putea deține un rol important la nivel macro, în vederea creșterii ratei de absorbție a absolvenților pe piața muncii. De asemenea, alte puncte pozitive evidențiate țin de faptul că Centrele specializate:
  - Contribuie la stabilirea viitoarelor traiectorii profesionale ale absolvenților, deschizând perspective în carieră și participând la procesul de construcție a identității socio-profesionale a tinerilor.
  - Sprijină depistarea, înțelegerea și valorificarea abilităților și aptitudinilor/ competențelor de ordin profesional.
  - Oferă informare și suport multidisciplinar pentru autocunoaștere, pregătire și orientare profesională.
- În opoziție cu elementele pozitive anterior enumerate, printre punctele slabe semnalate de studenți legate de activitatea Centrelor se regăsesc:
  - Lipsa de promovare pe scară largă a serviciilor și activităților, în interiorul centrelor universitare.
  - Deficitul de notorietate al atribuțiilor secundare și terțiare ale departamentelor de consiliere și orientare în carieră.
  - În anumite situații, lipsa pregătirii multidisciplinare a personalului specializat și lipsa preocupării față de implementarea unor noi activități centrate pe dezvoltarea profesională a studenților/ absolvenților.
- În urma evaluării punctelor tari și punctelor slabe cu privire la activitatea Centrelor specializate, semnalate prin intermediul cercetării sociologice, este întărită ideea unei mai

bune promovări a serviciilor în interiorul marilor centre universitare, cu accent deosebit pe instrumentele online, fără a fi omise însă și mijloacele tradiționale (afișe, postere, flyere). De asemenea, se recomandă ca structura de personal a Centrelor să fie una multidisciplinară, fiind necesară implicarea de specialiști cu pregătire în domeniile academice, inclusiv din domeniul *Științelor umaniste și arte*. Astfel, activitățile Centrelor pot fi particularizate, oferindu-se traininguri, workshopuri, întâlniri dedicate, dar și evenimente de carieră adaptate cerințelor/ exigențelor prevăzute în curricula fiecărei specializări.

- Pornind de la perspectiva managerilor universitari incluși în eșantionul studiului, centrele sunt evaluate într-o manieră pozitivă, eficiența acestora fiind alimentată de parteneriatele încheiate cu organizații publice și private. Managerii au subliniat că serviciile oferite sunt centrate pe formarea de ordin practic a absolventului, având drept suport formarea teoretică derulată pe parcursul studiilor universitare. Adițional, managerii apreciază că ponderea tinerilor care reușesc să se angajeze în decurs de 5 ani de la absolvire depășește 50%, în anumite situații particulare atingând chiar valori de peste 80 puncte procentuale.
- Printre programele derulate de Centre se numără: târguri de carieră, sesiuni/ campanii de informare și întâlniri studențești, asistență pe probleme de carieră, interacțiuni cu potențiali angajatori și mediul de afaceri, consiliere personalizate în funcție de specificul fiecărui student, consiliere curriculară, organizarea de stagii de practică, traininguri, workshopuri, schimburi de experiență ș.a.
- Totodată, analiza a cuprins și relevarea planurilor de viitor, de dezvoltare a activităților Centrelor. Între acestea se regăsesc:
    - Corelarea cât mai bună cu piața muncii, prin încheierea de contracte, respectiv de acorduri de parteneriat cu angajatorii.
    - Creșterea numărului de locuri de practică alocate studenților.
    - Lărgirea organigramei Centrelor prin crearea de posturi cu atribuții specifice inserției și monitorizării pe piața muncii
- În completarea planurilor de dezvoltare evocate de managementul universitar, studenții au înaintat un set de recomandări și activități/ servicii integrate specifice consilierii și orientării în carieră:
    - Servicii de promovare a Centrelor de Consiliere și Orientare în Carieră
    - Conferințe tematice privind piața muncii;
    - Workshop-uri dedicate incluziunii profesionale;
    - Training-uri gratuite susținute de specialiști din mediul de afaceri;

- Seminarii deschise, pe diverse tematici consacrate provocărilor existente pe piața muncii;
- Evenimente de carieră (spre exemplu, târguri de joburi și internshipuri)

Originalitatea lucrării

Principalul element de originalitate al lucrării rezidă din faptul că cercetarea sociologică a fost efectuată în șapte universități majore din România, fiind unicul demers de acest tip realizat la nivel național. În plus, în vederea conturării principalelor concluzii ale studiului a fost utilizată o metodologie mixtă, fiind atât o anchetă de ordin cantitativ, cât și o cercetare calitativă. Pe acest fond, pentru aprofundarea rezultatelor demersului empiric au fost conturate două grupuri țintă: studenți și manageri universitari.

Un alt element de originalitate a constat în faptul că prin îmbinarea abordărilor empirice cantitative și calitative cu analiza documentară, a fost posibilă o triangulare a datelor ce a permis trasarea concluziilor prezentului studiu.

Limitele cercetării

Limita principala a cercetării a fost reprezentată de perioada derulării studiului, aceasta coincizând cu intervalul de desfășurare a examenelor din semestrul secund al anului universitar. Pe acest fond, calendarul studiului de teren a fost extins, astfel încât să fie acoperit eșantionul anticipat al demersului empiric.

Printre **direcțiile viitoare de cercetare** se numără:

- Replicarea studiului și în alte centre universitare din țară care dețin centre de consiliere și orientare profesională, respectiv facultăți centrate pe domeniul *Științelor umaniste și arte*, creându-se astfel un cadru comparativ mai larg.
- Derularea unei cercetări cantitative multidimensionate, având trei grupuri țintă constituite din elevi, studenți și absolvenți
  - *Elevi* din învățământul preuniversitar liceal, aflați în ani terminali – clasele a XI-a și a XII-a, în calitate lor de potențiali viitori studenți.
  - *Studenți*, în calitate de (potențiali) beneficiari direcți ai serviciilor de consiliere și orientare profesională.
  - *Absolvenți* de licență sau master, în calitate de actori sociali implicați pe piața muncii.

Fiind un studiu construit pe trei grupuri țintă, este trasată o axă temporală *trecut-prezent-viitor* care permite conjugarea *așteptărilor* elevilor cu privire la serviciile și activitățile unor asemenea centre cu *experiențele concrete* ale studenților și absolvenților care au avut parte consiliere și ghidare în carieră. Așadar, se asigură o ajustare a activităților și programelor consacrate consilierii și orientării profesionale, conform cu evaluările și feedback-urile transmise de tineri.

- Realizarea unui studiu cantitativ și calitativ în rândul cadrelor didactice universitare, care să releve importanța pe care o acordă serviciilor de consiliere și orientare profesională existente în mediul academic, respectiv nivelul de implicare și rolul pe care aceștia îl dețin în stabilirea/ conturarea traiectoriei profesionale a studenților/ absolvenților.
- Realizarea unui studiu cu metodologie mixtă în rândul reprezentanților/ specialiștilor din Centrele de Consiliere și Orientare în Carieră, care să evidențieze perspectivele personalului direct implicat privind îmbunătățirea serviciilor oferite.

BIBLIOGRAFIE

1. **ALLEN J. & VELDEN, R. van der**, (eds.), *The Flexible Professional in the Knowledge Society: New Challenges for Higher Education. Higher Education Dynamics*, Dordrecht, Springer, 2011.
2. **BECKER, G.**,*Capitalul uman. O analiză teoretică şi empirică cu referire specială la educaţie*, Ed. All, Bucureşti, 1997.
3. **BOURDIEU, P, PASSERON, J.J.,** *Les héritiers.Les étudiants et la culture*, Ed. Éditions de Minuit, Paris, 1964 .
4. **CHELCEA, S.**, *Metodologia cecetării sociologice. Metode cantitative și calitative*, Editura Economică, București, 2009.
5. **CRIȘAN, A.N.**,,Curriculum şi dezvoltare curriculară: un posibil parcurs strategic" în *Revista de pedagogie*, nr. 3-4/ 1994.
6. **DRAELANTS, H., BALLATORE**, M., ,,Capital culturel et reproduction scolaire. Un bilan critique" apărut în *Revue française de pédagogie*, nr. 186, 2014 .
7. **MĂRGINEAN, I.**, *Proiectarea cercetării sociologice*, Editura Polirom, Iași, 2004.
8. **MIRONOV,C.,** *Profesionalizarea carierei universitare. Repere pentru dezvoltarreea competentelor didactice și psihopedagogice*, București, Editura Universității din București, 2017.
9. **ONOFREI M. (coord.) CHISĂLIȚĂ, Oana Andreea, CHIHAIA, Diana Cătălina, ANTON Sorin Gabriel**, *Absolvenții Universității „Alexandru Ioan Cuza" din Iași și piața muncii. Studiu privind așteptările angajatorilor de la viitorii angajați și ale absolvenților de la viitorii angajatori,* Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza", Iași, 2017.
10. **SCHOMBURG, H., TEICHLER, U.,** (Eds.), *Higher Education and Graduate Employment in Europe*, Spriger, 2016.

WEBSITE-uri

1. **FREY, K.B. și OSBRON, M.A.**, *The Future of Employment*, https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf (1 iulie 2018)
2. **GARROUSTE, Ch.L.**,„Employability of young graduates in Europe", în *Emeral Insight* https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/IJM-05-2013-0106 (1 iulie 2018)
3. **SULEMAN, F.**, „Employability Skills of Higher Education Graduates: Little Consensus on a Much-discussed Subject", apărut în *Scince Direct*: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281630951X (5 iulie 2018)
4. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiHjNa8u8_cAhXiYJoKHXypA3wQFjAAegQIAxAD&url=http%3A%2F%2Fwww.uaic.ro%2F&usg=AOvVaw1E-3U8XTWq-BMh7K0747C2 **(11.07.2018)**
5. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjgoOLtu8_cAhVEjywKHT8cAg8QFjAAegQIBBAD&url=http%3A%2F%2Fwww.unibuc.ro%2F&usg=AOvVaw2GBeAXlw0SLzLYdczFHdV_ (11.07.2018)
6. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiHh_GHvM_cAhVKCCwKHb8PDLsQFjAAegQIAxAD&url=https%3A%2F%2Fubbcluj.ro%2F&usg=AOvVaw38-Ns9fLQHVRir3V6Cj_3C (12.07.2018)
7. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi20dyhvM_cAhUoiKYKHeRBBtQQFjAAegQIChAB&url=https%3A%2F%2Fwww.arteiasi.ro%2F&usg=AOvVaw2TDT7A9LvEVs4eGcVMuSkz (12.07.2018)
8. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjLxMHGvM_cAhXBkiwKHe_SBGMQFjAAegQIBRAD&url=http%3A%2F%2Fwww.tuiasi.ro%2F&usg=AOvVaw02wV9L5davRzGDLgOtjqT1 (13.07.2018)
9. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwitq_D1vM_cAhXGkSwKHZUADAEQFjAAegQIBRAD&url=http%

3A%2F%2Fwww.univ-danubius.ro%2F&usg=AOvVaw1sMQYtOXaH7MpUGl-ZcaGu (15.07.2018)

10. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj2wIaMvc_cAhVLXCwKHawVC9oQFjAAegQIBhAC&url=http%3A%2F%2Fwww.univ-ovidius.ro%2Fcontact&usg=AOvVaw3E4y3NyzeK9sDO43kQhAhC (15.07.2018).

ANEXA NR. 1

Listă grafice/ tabele

2.3. Elemente de ordin metodologic
Tabelul 2.3.1: Structura eșantionului pe universități (studiu cantitativ studenți)
Tabelul 2.3.2: Distribuția numărului de interviuri pe universități: manageri și studenți

3. Studiu Studenți
Graficul 3.1: Surse care au oferit consiliere și orientare educațională și profesională la înscrierea la facultate (1)
Graficul 3.2: Surse care au oferit consiliere și orientare educațională și profesională la înscrierea la facultate (2)
Graficul 3.3: Surse care au oferit consiliere și orientare educațională și profesională la înscrierea la facultate (3)
Tabelul 3.1: Surse care au oferit consiliere și orientare educațională și profesională la înscrierea la facultate
Graficul 3.4: Gradul de cunoaștere al oportunităților privind viitoarea carieră pe care studenții doresc să o urmeze
Graficul 3.5: Tipuri de activități de consiliere și orientare profesională la care au participat studenții (1)
Graficul 3.6: Tipuri de activități de consiliere și orientare profesională la care au participat studenții (2)
Graficul 3.7: Ponderea studenților care au oferit exemple de organizații
Tabelul 3.2: Tipuri de organizații care ajută studenții să se orienteze în carieră – Opțiunea 1
Tabelul 3.3: Tipuri de organizații care ajută studenții să se orienteze în carieră – Opțiunea 2
Tabelul 3.4: Tipuri de organizații care ajută studenții să se orienteze în carieră – Opțiunea 3
Graficul 3.8:Tipuri de servicii utile pentru carieră – Categoria 1
Graficul 3.9:. Tipuri de servicii utile pentru carieră – Categoria 2
Tabelul 3.5: Tipuri de servicii utile pentru carieră – Categoria 3
Graficul 3.10: Participarea la programe de consiliere pentru carieră în funcție de cunoașterea oportunităților privind viitoarea carieră pe care doresc să o urmeze
Tabelul 3.6: Participarea la programe de consiliere pentru carieră în funcție de beneficierea de consiliere și orientare educațională din partea centrului de consiliere din universitate în tranziția liceu-facultate
Graficul 3.11: Participarea la programe de consiliere pentru carieră în funcție de genul respondenților
Tabelul 3.7: Participarea la programe de consiliere pentru carieră în funcție de vârsta respondenților
Graficul 3.12: Participarea la programe de consiliere pentru carieră în funcție de mediul de rezidență
Graficul 3.13: Participarea la programe de consiliere pentru carieră în funcție de domeniul de studii
Graficul 3.14: Surse de informare utilizate de studenți în ceea ce privește oportunitățile de angajare pe piața muncii – Secțiunea I

Graficul 3.15: Surse de informare utilizate de studenți în ceea ce privește oportunitățile de angajare pe piața muncii – Secțiunea II
Graficul 3.16: Surse de informare utilizate de studenți în ceea ce privește oportunitățile de angajare pe piața muncii – Secțiunea III
Tabelul 3.8: Alte surse de informare utilizate de studenți în ceea ce privește oportunitățile de angajare pe piața muncii
Graficul 3.17: Ponderea studenților care doresc să profeseze în domeniul de licență (academic) în care se pregătesc pe parcursul studenției
Tabelul 3.9: Factori motivatori ai studenților în aplicarea pentru obținerea unui loc de muncă
Graficul 3.18: Locații de destinație pentru studenții care doresc să își dezvolte o carieră
Graficul 3.19: Locații de destinație pentru studenții care doresc să își dezvolte o carieră (analiză aprofundată)
Graficul 3.20: Mijloace prin care studenții își vor căuta un loc de muncă după terminarea studiilor
Tabelul 3.10: Alte mijloace prin care studenții își vor căuta un loc de muncă după terminarea studiilor
Tabelul 3.11: Soluții propuse de studenții chestionați în vederea creșterii ratei absorbției absolvenților de învățământ superior pe piața muncii – Mențiunea nr. 1
Tabelul 3.12: Soluții propuse de studenții chestionați în vederea creșterii ratei absorbției absolvenților de învățământ superior pe piața muncii – Mențiunea nr. 2
Tabelul 3.13: Soluții propuse de studenții chestionați în vederea creșterii ratei absorbției absolvenților de învățământ superior pe piața muncii – Mențiunile nr. 3 și nr. 4

3.2. Date socio-demografice ale studenților

Graficul 3.2.1: Genul respondenților
Graficul 3.2.2: Vârsta respondenților
Tabelul 3.2.1: Statistici privind distribuția vârstei respondenților
Graficul 3.2.3: Mediul de rezidență al respondenților
Graficul 3.2.4: Domeniul de studiu
Graficul 3.2.5: Statutul profesional al respondenților (Întrebarea: La momentul actual sunteți angajat?)
Graficul 3.2.6: Statutul studenților eșantionați

3.3. Concluzii generale studiu studenți

Tabelul 3.3.1: Puncte tari și slabe ale serviciilor de consiliere și orientare profesională
Tabelul 3.3.2: Caracteristicile unui serviciu de consiliere eficient

5. Ghid de bune practici realizat privind consilierea în universități

Tabelul 5.1: Instrumente și activități de promovare online și tradițonal
Tabelul 5.2: Modalități de promovare a activităților de internship/ stagii de practică/ voluntariat online și tradițonal

ANEXA NR. 2

Listă abrevieri și acronime

- AIESEC - Asociația Internațională a Studenților în Economie și Științe Comerciale
- AR- Academia Română
- ASAA – Asociația Studenților din Administrație și Afaceri
- ASAFF – Asociația Studenților și Absolvenților Filierei Francofone
- ASAI - Asociația Studenților Arhitecți Iași
- ASCOR - Asociația Studenților Creștini Ortodocși
- ASD – Asociația Studenților în Drept
- ASFI - Asociația Studenților Francofoni Iași
- ASID - Asociația Studenților de Istorie „Dacia" – 2 mențiuni
- ASLS - Asociația Studenților de la Facultatea de Limbi și Literaturi Străine
- ASLUB – Asociația Studenților de la Litere București –
- ASPR – Asociația Studenților Psihologi din România Cluj-Napoca
- AS-SAS – Asociația Studenților la Sociologie și Asistență Socială București
- ASUB – Asociația Studenților din Universitatea București – 4 mențiuni
- BEST – Board of European Students of Technology
- CCARMA – Centrul de Carieră, Alumni și Relația cu mediul de afaceri al Universității Babeș-Bolyai
- CCOC – Centrul de Consiliere și Orientare în Carieră
- Curriculum Vitae (C.V
- DPPD – Departamentul pentru Pregătirea Personalului Didactic
- ELSA – Asociația Europeană a Studenților la Drept – 2 mențiuni
- FSPAC - Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
- MEN - Ministerul Educației Naționale
- N – număr de cazuri
- n.a. – nota autorului
- p.p. – Puncte procentuale
- POCA – Programul Operațional Capacitate Administrativă
- SPSS - Statistical Package for the Social Sciences
- Std. – Standard
- UAIC – Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iași
- UBB – Universitatea „Babeș Bolyai" din Cluj-Napoca
- USR – Uniunea Studenților din România

Anexa 3

CHESTIONAR

Studenți

Ministerul Educației Naționale (MEN) și **Academia Română** (AR) au demarat un proiect pentru ***Dezvoltarea capacității MEN de monitorizare și prognoză a evoluției învățământului superior în raport cu piața muncii***. În acest context, una dintre componente vizează *Analiza rezultatelor și relevanța activităților de consiliere și orientare profesională realizate de Centrele specializate ale instituțiilor de învățământ superior de stat, cu referire la dezvoltarea competențelor în domeniul științelor umaniste și arte.* Vă rugăm să aveți amabilitatea de a ne răspunde la câteva întrebări. Vă asigurăm că răspunsurile dvs. sunt anonime. Ele vor fi prelucrate și analizate doar în scop statistic.

Q1. Atunci când ați venit la universitate, în ce măsură ați beneficiat de consiliere și orientare educațională și profesională din partea: (*Indicație de completare*: se va încercui câte un cod pentru fiecare rând)

	În foarte mare măsură	În mare măsură	Nici în mare mare, nici în mică măsură	În mică măsură	În foarte mică măsură/ Deloc	Ns/ Nr
a.Părinților	1	2	3	4	5	0
b.Colegilor	1	2	3	4	5	0
c.Prietenilor	1	2	3	4	5	0
d.Profesorilor	1	2	3	4	5	0
e.Centrului de consiliere din liceu	1	2	3	4	5	0
f.Centrului de consiliere din universitate	1	2	3	4	5	0
g.Din altă parte. De unde anume? (*completați în spațiul punctat*):						

Q2. În ce măsură cunoașteți în momentul de față care sunt oportunitățile privind viitoarea carieră pe care doriți să o urmați? (*Indicație de completare*: se va încercui o singură variantă de răspuns)

În foarte mare măsură	În mare măsură	Nici în mare, nici în mică măsură	În mică măsură	În foarte mică măsură/ Deloc	Ns/ Nr
1	2	3	4	5	0

Q3. La care din următoarele activități de consiliere și orientare profesională ați participat ca student? (*Indicație de completare*: se va încercui câte un cod pentru fiecare rând)

1	Sesiuni de informare privind piața muncii	1.Da	2.Nu
2	Întâlniri cu angajatori și mediul de afaceri	1.Da	2.Nu
3	Târguri de joburi	1.Da	2.Nu
4	Conferințe privind oportunități pe piața muncii	1.Da	2.Nu
5	Programe de mobilități/ work and travel	1.Da	2.Nu
6	Programe de consiliere pentru carieră	1.Da	2.Nu
7	Întâlniri studențești pe teme legate de carieră	1.Da	2.Nu
8	Mentorat	1.Da	2.Nu

Q4. Vă rugăm să numiți trei organizații din universitatea dvs. care ajută studenții să se orienteze în carieră: (*Indicație de completare:* se vor nota maxim 3 răspunsuri în dreptul spațiilor completate)

1.....	2.....	3.....	9.Nu cunosc

Q5. Care dintre serviciile de mai jos considerați că sunt cele mai utile pentru viitoarea dvs. carieră? (*Indicație de completare*: se pot încercui mai multe variante de răspuns)

1	Consiliere în carieră prin evaluarea intereselor și abilităților profesionale
2	Asistență pentru realizarea instrumentelor de căutare a unui loc de muncă (CV, scrisoare de intenție/ motivație)
3	Pregătire pentru prezentarea la interviul de selecție
4	Identificarea oportunităților pentru dezvoltarea abilităților și competențelor profesionale
5	Training-uri pentru dezvoltarea unor competențe și aptitudini care pot crește șansele inserției pe piața muncii
6	Promovarea ofertelor de internshipuri, stagii de practică, locuri de muncă
7	Organizarea, la cerere, de selecții și recrutări pentru companii
8	Sprijin în organizarea de stagii de practică pentru studenți în organizațiile partenere
9	Promovarea în campusul universitar a ofertelor de muncă din partea firmelor (mese rotunde, paneluri profesionale etc.)
10	Asistarea absolvenților în căutarea unui loc de muncă pe baza profilului lor psihologic și profesional realizat în colaborare cu celelalte centre ale Departamentul Servicii pentru Studenți și Absolvenți (DSSA)
11	Intermedierea comunicării dintre profesori și Alumni pe piața muncii în vederea organizării unor sesiuni interactive de formare pentru studenți în domeniile vizate de aceștia
12	Facilitarea organizării unor programe de mentorat cu specialiști din firme sau antreprenori pentru studenți și absolvenți
13	Colaborarea cu profesori, studenți, Alumni și angajatori pentru implementarea și îmbunătățirea strategiilor de comunicare cu Universitatea prin intermediul noilor tehnologii informaționale și de comunicare
14	Întâlniri tematice între studenți și absolvenți
15	Altele. Care anume? (*completați în spațiul punctat*).....
0	Ns/Nr

Q6. Care sunt sursele de informare cele mai utilizate de dumneavoastră în ceea ce privește oportunitățile de angajare pe piața muncii? (*Indicație de completare*: se pot încercui mai multe variante de răspuns)

1	Afișare la secretariat/ decanat/ avizier
2	Afișare în cadrul platformei informatice integrate (cu pagini individuale pentru studenți pentru transmisia și recepția informației)
3	Cu ajutorul pliantelor/ flyer-elor
4	Panotaj (postere, rollsup-uri)
5	Întâlniri dedicate (Exemple: prezentare a disciplinelor opționale, traiecte educaționale superioare, târguri de job-uri)
6	Prin centrul de consiliere și orientare în carieră
7	Televiziunile (locale)
8	Posturile de radio (locale)
9	Comunicarea orală (Exemple: de la secretariat sau de la colegi, reprezentanți de an, serie, grupă)
10	Telefonie / SMS
11	Rețele de socializare
12	E-mail

13	Altele. Care anume? (*completați în spațiul punctat*).....

Q7. Doriți să profesați în domeniul de licență (academic) în care vă pregătiți pe parcursul studenției? (*Indicație de completare*: se va încercui un singur cod)

Da, numai în domeniul în care mă pregătesc	Pe cât posibil da, însă aș fi dispus(ă) să accept un loc de muncă și într-un domeniu apropiat	În funcție de oportunități, aș fi dispus(ă) să schimb domeniul în care mă pregătesc, cu un alt domeniu	Nu doresc să profesez în domeniul în care mă pregătesc
1	2	3	4

Q8. Ce contează pentru dumneavoastră în aplicarea pentru obținerea unui loc de muncă? Notați de la 1 (*contează în foarte mică măsură/ deloc*) la 10 (*contează în cea mai mare măsură*) în prima coloană în funcție de ordinea preferințelor

	Concordanța dintre pregătirea universitară și domeniul în care urmează să activez
	O bună pregătire teoretică
	O bună pregătire practică
	Capacitatea de adaptare și învățarea permenentă
	Oportunitățile de dezvoltare profesională și afirmare
	Apropierea de casă
	Situarea în mediul urban
	Colectivul
	Nivelul de salarizare
	Stimulentele financiare (altele în afară de salarii) și non-financiare
	Provocările pe care le poate aduce noutatea întâlnită la locul de muncă
	Altele. Care anume? (*completați în spațiul punctat)*.....

Q9. Doriți să urmați o carieră în: (*Indicație de completare*: se va încercui un singur cod)

Țară	Într-un centru universitar din România	**1**
	Într-o capitală de județ	**2**
	Într-un oraș obișnuit	**3**
	În mediul rural (comună/ sat)	**4**
Străinătate	Europa	**5**
	SUA	**6**
	Altă țară/ al continent	**7**
Nu are importanță		**8**
Ns/Nr		**0**

Q10. Numiti, vă rog, cinci soluții pentru o mai bună absorbție pe piața muncii a absolvenților cu studii superioare. (*Indicație de completare:* se vor nota maxim 5 răspunsuri în ordinea importanței pe care o acordați)

1	
2	
3	
4	
5	

Q11. Cum credeți că veți proceda în primul rând pentru a vă găsi un loc de muncă, odată cu terminarea studiilor? (*Indicație de completare*: se va încercui un singur cod)

1	Voi apela la părinți
2	Voi apela la rude și prieteni
3	Voi apela la centre specializate de consiliere din universitate
4	Voi apela la centre specializate de recrutare
5	Voi căuta pe internet
6	Voi apela la rețeaua de tip PCR (prieteni, cunoștințe, relații)
7	Voi aplica în mai multe instituții simultan
8	Altfel. Cum anume? (*completați în spațiul punctat*).....
0	Ns/Nr

DATE SOCIO-DEMOGRAFICE ALE RESPONDENTULUI

Vă rugăm să completați o serie de informații generale cu privire la dumneavoastră, datele fiind necesare în vederea prelucrării statistice.

Sd1. Sexul: 1. Masculin 2. Feminin

Sd2. Vârsta: ..... *(ani împliniți)*

Sd3. Religia:..... **Sd4. Confesiunea:**.....

Sd5. Mediul de rezidență: 1. Urban 2. Rural

Sd6. Vă rugăm să selectați domeniul de studii pe care îl parcurgeți în momentul de față:

Filologie/ Limbă și literatură	1
Filosofie	2
Istorie	3
Teologie	4
Studii culturale	5
Arhitectură și urbanism	6
Arte	7

Sd7. În prezent sunteți angajat?

1	Da, full time
2	Da, part time
3	Da, sunt colaborator
4	Da, este o activitate ocazională
5	Nu sunt angajat

Sd8. Sunteți student...

Bursier cu bursă de merit	**Bursier cu bursă socială**	**La buget**	**La taxă**
1	2	3	4

UNIV.: Denumirea universității pe care o urmați în prezent:.....

FAC.: Denumirea facultății la care sunteți student(ă):.....

SPEC.: Specializarea urmată:.....

VĂ MULȚUMIM!

Anexa 4

GHID DE INTERVIU

STUDENȚI

Ministerul Educației Naționale (MEN) și **Academia Română** (AR) au demarat un proiect pentru ***Dezvoltarea capacității MEN de monitorizare și prognoză a evoluției învățământului superior în raport cu piața muncii***. În acest context, una dintre componente vizează *Analiza rezultatelor și relevanța activităților de consiliere și orientare profesională realizate de Centrele specializate ale instituțiilor de învățământ superior de stat, cu referire la dezvoltarea competențelor în domeniul științelor umaniste și arte.* Vă rugăm să aveți amabilitatea de a ne răspunde la câteva întrebări. Vă asigurăm că răspunsurile dvs. sunt anonime.

1. **De când sunteți student, ați apelat la serviciile de consiliere și orientare profesională existente în universitate? Dacă da, vă rugăm detaliați (de câte ori, cine v-a recomandat să faceți acest lucru, în ce context etc.).**

2. **Cunoașteți alți studenți care au utilizat aceste servicii din universitate? Dacă da, vă rugăm să menționați câteva informații în acest sens (anul de studiu, la recomandarea cui au apelat la aceste servicii etc.).**

3. **Cum ați caracteriza această experiență?**

4. **Care credeți că sunt punctele tari ale unui serviciu de acest gen?**

5. **Ce puncte slabe ați remarcat?**

6. **Care ar fi principalele caracteristici ale unui serviciu de consiliere universitar eficient?**

7. **Cum v-ar putea ajuta universitatea pentru o mai bună integrare pe piața muncii la finalizarea studiilor?**

8. **Cunoașteți ce se întâmplă în universitățile occidentale cu inserția absolvenților pe piața muncii? Dacă da, vă rugăm detaliați.**

9. **Cunoașteți studenți sau absolvenți cu povești de succes în dezvoltarea carierei? Dacă da, prezentați un astfel de caz.**

10. **Care credeți că ar fi secretul succesului lor?**

11. **Care este planul dumneavoastră de viitor în ceea ce privește cariera?**

12. **Date personale:**

- Vârstă_____
- Sex _____
- An de studiu__
- Domeniu____
- Mediu de rezidență_____

Anexa 5

Universitatea:.....

CHESTIONAR

MANAGERI

__Ministerul Educației Naționale__ (MEN) și __Academia Română__ (AR) au demarat un proiect pentru __Dezvoltarea capacității MEN de monitorizare și prognoză a evoluției învățământului superior în raport cu piața muncii__. În acest context, una dintre componente vizează Analiza rezultatelor și relevanța activităților de consiliere și orientare profesională realizate de Centrele specializate ale instituțiilor de învățământ superior de stat, cu referire la dezvoltarea competențelor în domeniul științelor umaniste și arte. Vă rugăm să aveți amabilitatea de a ne răspunde la câteva întrebări. Vă asigurăm că răspunsurile dvs. sunt anonime. Ele vor fi prelucrate și analizate doar în scop statistic.

Q1. Vă rugăm să enumerați principalele cinci servicii pe care universitatea dumneavoastră le pune la dispoziția studenților cu privire la consilierea și orientarea profesională: (*Indicație de completare:* se vor nota maxim 5 răspunsuri)

1	
2	
3	
4	
5	

Q2. Din informațiile pe care le dețineți, serviciile privind consilierea și orientarea profesională din universitatea dvs. se bucură de o audiență din partea studenților: (*Indicație de completare*: se va încercui un singur cod)

Foarte bună	Relativ bună	Medie	Relativ slabă	Foarte slabă	Nu dețin informații
1	2	3	4	5	6

Q3.1. Cum apreciați absorbția pe piața muncii din România a absolvenților universității dumneavoastră? (*Indicație de completare*: se va încercui un singur cod)

Foarte bună	Relativ bună	Acceptabilă	Relativ slabă	Foarte slabă	Nu pot aprecia
1	2	3	4	5	6

Q3.2. Cum apreciați absorbția pe piața muncii din străinătate a absolvenților universității dumneavoastră? (*Indicație de completare*: se va încercui un singur cod)

Foarte bună	Relativ bună	Acceptabilă	Relativ slabă	Foarte slabă	Nu pot aprecia
1	2	3	4	5	6

Q4. În ce proporție (procentaj) considerați că absolvenții universității dumneavoastră reușesc să se angajeze în primii cinci ani de la absolvire în domeniile în care au fost pregătiți? (*Indicație de completare*: se va încercui un singur cod)

Sub 50%	Peste 50%	Nu pot aprecia
1	2	3

Q5. În ce măsură considerați că absolvenții universității dumneavoastră se dezvoltă în domenii..:

	În foarte mare mare măsură	În mare măsură	În mică măsură	În foarte mică măsură/ Deloc	Nu pot aprecia
a.conexe și complementare ramurei de studii urmată	1	2	3	4	0
b.diferite domeniului de studiu finalizat	1	2	3	4	0

Q6. În acest moment, dețineți baze de date concrete care să vă ofere o imagine clară a traiectoriei profesionale a absolvenților universității dumneavoastră? (*Indicație de completare*: se va încercui un singur cod)

Da, la nivel de universitate, fiind cuprinse informații din toate facultățile componente	Parțial, doar la nivelul anumitor facultăți	Nu există baze de date
1	2	3

Q7. Din lista de mai jos, care sunt activitățile din universitatea dumneavoastră privind orientarea și consilierea profesională care se bucură de succes în rândul studenților? (*Indicație de completare*: se pot încercui mai multe variante de răspuns)

1	Târgurile de joburi
2	Campaniile de informare
3	Conferințele și workshopurile
4	Practica de specialitate
5	Interacțiunea cu potențialii angajatori și cu mediul de afaceri
6	Consilierea personalizată în funcție de specificul fiecărui student
7	Activitățile derulate de profesori
8	Întâlnirile studențești
9	Altele. Care anume?.....

Q8. În universitatea dumneavoastră există încheiate parteneriate cu potențiali angajatori/ reprezentanți ai mediului de afaceri?

1. DA	**Q8.1. Dacă DA, cu ce fel de organizații/ instituții are încheiate parteneriate universitatea dumneavoastră?** **1.Publice 2. Private 3. Atât publice, cât și private**
2. NU	**Q8.2. Dacă NU, din ce motive nu ați încheiat asemenea parteneriate?** ***Răspuns:***.....

Q9. Care dintre următoarele domenii înregistrează cea mai mare rată de angajabilitate a absolvenților universității dumneavoastră? (*Indicație de completare*: se va încercui un singur cod
***Mențiune*: În lista de mai jos este posibil să nu se regăsească anumite specializări sau domenii de licență)**

1.	Filologie/ Limbă și literatură
2.	Filosofie
3.	Istorie
4.	Teologie
5.	Studii culturale
6.	Arhitectură și urmanism
7.	Arte

Q10. Din informațiile pe care le deținеți, vă rugăm să menționați trei modele de succes de integrare pe piața muncii în universitățile europene. Argumentați pe scurt răspunsul.

	MODELE DE SUCCES	ARGUMENTE
1		
2		
3		

Q11. Plecând de la experiența dumneavoastră, care ar putea fi cele cinci caracteristici ale unui model de consiliere și orientare profesională de succes în spațiul românesc? (*Indicație de completare:* se vor nota maxim 5 răspunsuri <u>în ordinea importanței</u> pe care o acordați)

1	
2	
3	
4	
5	

Q12. În opinia dumneavoastră, în ce măsură universitatea trebuie sa se preocupe de următoarele activități: (*Indicație:* Fiecărei variante i se atribuie în prima coloană o notă de la 1 la 10. Nota 1 semnifică faptul că *activitatea respectivă nu intră deloc în preocuparea universității*. Nota 10 semnifică faptul că *activitatea respectivă intră în foarte mare măsură în procuparea universității*).

	Formarea teoretică absolventului
	Formarea teoretică și practică a absolventului
	De formarea anumitor competențe profesionale
	De cultivarea unor valori și a unor deprinderi de lucru
	De plasarea pe piața muncii a absolvenților
	De integrarea socio-profesională a studenților care-și termină studiile.
	De alte activități. Care anume?.....

DATE SOCIO-DEMOGRAFICE ALE RESPONDENTULUI

Vă rugăm să completați o serie de informații generale cu privire la dumneavoastră, datele fiind necesare în vederea prelucrării statistice.

Sd1. Sexul: 1. Masculin 2. Feminin

Sd2. Vârsta: ..... *(ani împliniți)*

Sd3. Studii absolvite:.....

Sd4. Vechime în învățământul universitar:..... ani

Sd5. Experiență managerială:..... ani

Sd6. Ați participat la programe privind inserția absolvenților pe piața muncii?

1. DA	**Sd6.1. Dacă DA, enumerați cele mai importante programe la care ați participat recent și anul desfășurării:**.....
2. NU	

Sd6. Religia:..... **Sd7. Confesiunea:**.....

Anexa 6

GHID DE INTERVIU

MANAGERI

Ministerul Educației Naționale (MEN) și **Academia Română** (AR) au demarat un proiect pentru ***Dezvoltarea capacității MEN de monitorizare și prognoză a evoluției învățământului superior în raport cu piața muncii***. În acest context, una dintre componente vizează *Analiza rezultatelor și relevanța activităților de consiliere și orientare profesională realizate de Centrele specializate ale instituțiilor de învățământ superior de stat, cu referire la dezvoltarea competențelor în domeniul științelor umaniste și arte.* Vă rugăm să aveți amabilitatea de a ne răspunde la câteva întrebări. Vă asigurăm că răspunsurile dvs. sunt anonime.

1. **Universitatea dumneavoastră dispune de servicii specializate privind orientarea și consilierea în carieră a absolvenților? Dacă da, vă rugăm să oferiți câteva detalii cu privire la aceste servicii.**
2. **Care este rata de absorbție pe piața muncii a absolvenților din universitatea dumneavoastră?**
3. **Puteți detalia acest fapt în funcție de domeniul *Științe umaniste și arte*?**
4. **Care sunt cele mai căutate joburi de către studenți?**
5. **Cum apreciați eficiența serviciilor de consiliere și orientare profesională din univesitatea dvs. ?**
6. **Ați putea creiona un model eficient de consiliere și integrare pe piața muncii a absolvenților?**
7. **Ați putea descrie trei activități de succes derulate în universitatea dumneavoastră cu efect pozitiv asupra tinerilor și a planului lor de carieră?**
8. **Care sunt principalele motive pe care le au în vedere tinerii atunci când își aleg un job?**
9. **Există diferențe între domeniile de studiu în ceea ce privește oportunitățile de angajare? Vă rugăm detaliați.**
10. **Care ar fi oportunitățile specifice studenților din domeniul „Științe umaniste și arte"?**
11. **Studenții manifestă flexibilitate în alegerea unui loc de muncă?**

12. Studenții preferă să caute locuri de muncă în țară? Motivați răspunsul.

13. Cum apreciați mediul economic românesc și relația universității dvs. cu acesta?

14. Cum ați proiecta în viitor problematica consilierii și angajabilității, date fiind schimbările majore din domeniul tehnologiei și informației care vor afecta inclusiv structura pieței muncii?

15. Ce șanse credeți că vor avea pe o nouă piață a muncii studenții din domeniul „Științe umaniste și arte"?

16. Care sunt planurile de viitor ale universității dumneavoastră privind conectarea mai profundă cu piața muncii?
17. Care sunt cele mai eficiente metode de consiliere și informare?

18. Studii absolvite.....
19. Vechime în învățământul universitar.....
20. Experiență managerială (ani).....
21. Participare la programe privind inserția absolvenților pe piața muncii_____
22. Sex_____
23. Religie_____
24. Confesiune religioasă_____

UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!

Instrumente Structurale 2014-2020

Titlul proiectului: "Dezvoltarea capacității Ministerului Educației Naționale de monitorizare și prognoză a evoluției învățământului superior în raport cu piața muncii"

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă

Elaborat în cadrul rezultatului:R5 - Ghid de bune practici realizat privind consilierea în universități

Data: 3 august 2018

Conținutul acestui material nu reprezinta în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE