

**trendence** Graduate Barometer 2015 /  
Barometrul Absolvenților Europa 2015

Despre studiu



**trendence**  
research » strategies » careers

# Propunerea noastră

Despre trendence

## Studiul desfășurat în toamna 2013 / iarna 2014 la nivelul Europei:

• Cel mai cuprinzător studiu de opinie a studenților din Europa, cu peste 300.000 de participanți și aproximativ 1000 de universități participante

• Perioada desfășurării studiului: septembrie 2013 – martie 2014

• În România: 7 376 participanți

• Ediții:

– Business : 2 331 participanți (România)

– Engineering/IT : 2818 participanți (România)

## Colaborarea cu noi vă va oferi avantaje în cazul în care...

- ...doriți date empirice valide despre nivelul de satisfacție al studenților dumneavoastră
- ...doriți să cunoașteți, dincolo de topurile oficiale privind universitățile, date privind universitatea dumneavoastră raportate la media la nivel național și european
- ...doriți să aflați ce alte universități sunt interesante pentru studenții dumneavoastră
- ...doriți ca centrul de consiliere în carieră să poată oferi studenților date actuale referitoare la tendințele curente în ceea ce privește profesia și cariera
- ...doriți să aveți posibilitatea de a evalua toate companiile interesate de absolvenți ai universității dumneavoastră și, de asemenea, să optimizați posibilitățile de cooperare cu acestea

## Avantaje pentru studenți...

- Premii atractive acordate prin tragere la sorți
- Rezultate din ediția precedentă pot fi descărcate direct la finalul completării chestionarului, referitoare la
  - informații privind numărul de ore de muncă și așteptările salariale
  - angajatorii atractivi în prezent
  - tendințe generale pe piața muncii
  - ...și alte informații privind planificarea unei cariere

## Despre trendence

- Înființat în 1999 în Nürnberg, Germania.
- În fiecare an, mai mult de 500 000 absolvenți școlari, studenți și tineri profesioniști din întreaga lume participă la studiile noastre privind ambițiile de carieră și angajatorii lor preferați.
- Suntem devotați calității rezultatelor cercetărilor trendence, ceea ce este demonstrat de faptul că membrii cheie ai echipei noastre sunt membrii ESOMAR și de aderența noastră absolută la ISO 20252, DIN 77500 și alte standarde recunoscute pentru cercetarea de piață.
- trendence produce și diferite publicații imprimare și online pentru a sprijini absolvenții școlari și studenții în procesul de luare a deciziilor privind cariera lor.
- trendence face parte din Group GTI, cel mai important editor mondial privind cariera, care are filiale în Europa și Asia. Clienții noștri sunt în principal organizații cu operațiuni la nivel internațional sau global.

**Aveți întrebări? Vă rog să mă contactați pentru informații:**

Mihaela Holban - University Relations Manager

E-Mail: [Mihaela.Holban@trendence.com](mailto:Mihaela.Holban@trendence.com)

Phone: +49 30 2592988-0, Fax: +49 30 2592988-901


# Avantaje și beneficii

Managementul calității, consilierea privind cariera, marketingul universității

## Experiența noastră pe piață

- În jur de 1000 de universități din 24 de țări au o puternică încredere în conceptul trendence și feedback-ul acordat de noi
- Peste 300 000 de studenți din Europa își evaluează universitățile în cadrul studiului trendence
- 15 ani de experiență de piață și îmbunătățire constantă a calității prin intermediul propriului panel de cercetare de marketing

## Rapoartele: analiza nivelului de satisfacție, analiza concurenței

- Rezultate clare, cuprinzătoare și bine prezentate
- Compararea răspunsurilor studenților universității dumneavoastră cu media tuturor studenților participanți
- Sistem de comparație anonimată cu alte universități, sub forma indicatorilor-cheie de performanță, un sistem de comparație în 5 pași, bazat pe conceptul-semafor: 
- Puteți folosi rapoartele în sprijinul
  - controlului calității: cum poate fi sporit nivelul de satisfacție al studenților dumneavoastră?
  - marketingului universității: care este gradul de competitivitate al universității? Care sunt punctele forte ale universității? Cine sunt competitorii universității?
  - serviciului de consiliere în carieră și pentru colaborarea universității cu potențiali angajatori de absolvenți: care sunt așteptările studenților privind cariera și cum ar prefera să fie abordați de către angajatori?

## Conținutul studiului:

- Un nou concept de feedback universitar:
  - 10 teme de evaluat de către studenți, începând de la calitatea predării profesorilor până la dotarea bibliotecii universitare
  - Măsurarea temelor evaluate folosind 28 de criterii relevante
  - Criteriile sunt stabilite pe baza unor pretestări **în propriul panel de cercetare de marketing** și oferă o idee clară privind ceea ce studenții înțeleg cu adevărat prin, spre exemplu, o bună predare
  - Feedback deschis / **motivarea** evaluărilor completează portofoliul
  - **Gradul de recomandare:** câți dintre studenți ar recomanda și altora universitatea?
- **Teme privind cariera:** Locul de muncă și cariera: Ce așteptări au studenții în ceea ce privește numărul orelor de muncă și salariul corespunzător? • Comunicare: Ce mijloace de comunicare și media folosesc studenții pentru a se informa cu privire la locuri de muncă și cariere? Care dintre aceste mijloace sunt cele mai folosite și ar trebui prin urmare să fie folosite și de către angajatori? • Atractivitatea angajatorilor: Care sunt cei mai atractivi angajatori? Care angajatori le sunt cunoscuți studenților datorită activităților pe care angajatorii le organizează în cadrul universității?

## Important de știut:

- trendence nu publică nici un fel de informații referitoare direct la universitatea dumneavoastră, de exemplu, sub formă de clasificări ale universităților. Universitățile participante pot comercializa propriile rezultate în cazul în care doresc acest lucru. Vă rugăm să ne contactați în prealabil în această privință.

# Metoda de desfășurare

## Cum pot participa studenții la studiu?

### Care studenți reprezintă grupul țintă al studiului?

- În principiu pot participa toți studenții, indiferent de specializarea pe care o urmează
- Studenții din următoarele domenii constituie însă grupul țintă principal al studiului:
  - Științe economice
  - Inginerie
  - IT
  - Științe exacte

### Faza de pregătire a desfășurării studiului

1.

- Vom stabili perioada optimă de participare pentru universitatea dumneavoastră pentru a evita astfel pe cât posibil suprapunerile cu alte studii, cercetări sau activități
- În cazul în care studenții pot fi contactați direct, de cele mai multe ori contactarea prin E-mail s-a dovedit a fi o eficientă metodă, care poate asigura adunarea unui număr suficient de răspunsuri pentru realizarea unui raport în 2-3 săptămâni
- Activarea bannerelor și postarea mesajului pe platformele de comunicare folosite de studenți pot asigura de asemenea participarea cu succes la studiu, însă se dovedesc de obicei mai puțin eficiente decât expedierea de mesaje prin E-mail sau newsletter
- Pentru mesajul către studenți vă punem la dispoziție un model de text, pe care îl puteți adapta și transmite studenților

2.

### În timpul desfășurării studiului

- trendence monitorizează zilnic evoluția răspunsurilor și vă informează periodic
- Vă oferim sprijin și consiliere în cazul unei evoluții insuficiente a răspunsurilor
- După încheierea perioadei de desfășurare a studiului vom începe analizarea datelor. Rapoartele cu rezultatele obținute vă vor fi trimise în toamna anului 2015. Dacă s-au înregistrat suficiente răspunsuri din partea studenților (sunt necesare 50 răspunsuri complete pentru realizarea unui raport relevant statistic), veți putea consulta profilul studenților universității dumneavoastră raportat la media națională și la nivel european.

3.

### După încheierea studiului

- Filtrarea datelor înregistrate și analiza acestora, realizarea rapoartelor
- Expedierea rapoartelor în toamna anului 2015

## Metode de invitare a studenților –

### Avantajele mesajului transmis prin E-mail

- Invitația via E-mail:** în general, este metoda cea mai simplă și eficientă • Această metodă este firește eficientă în măsura în care adresele de E-mail ale studenților din grupul țintă sunt cunoscute
- Vă vom trimite un model de text, bannere și link-ul către chestionar, iar dumneavoastră aveți responsabilitatea de a difuza informația prin canalele de comunicare pe care le aveți la dispoziție
- În orice caz, participarea dumneavoastră este **absolut gratuită**, iar invitarea studenților o puteți formula **individual**, așa cum considerați că este potrivit în cazul specific al universității dumneavoastră