

Investește în OAMENI

Programul Operațional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013

Axa prioritară 1 „Educația și formarea profesională în sprijinul creșterii economice și dezvoltării societății bazate pe cunoaștere”

Domeniul major de intervenție 1.2 „Calitate în învățământul superior”

Titlu proiect: „Comunitate universitară pentru managementul calității în învățământul superior”

Beneficiar: Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” Iași

Cod Contract: **POSDRU/86/1.2/S/61959**

Cerințele stakeholderilor: reper pentru calitatea serviciilor oferite de instituțiile de învățământ superior

Prof.univ.dr. Liviu Ilies

Asist.univ.dr. Monica Zaharie



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI ȘI
PROTECȚIEI SOCIALE
AMFOSDRU



Fondul Social European
POS DRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI

OPOSDRU



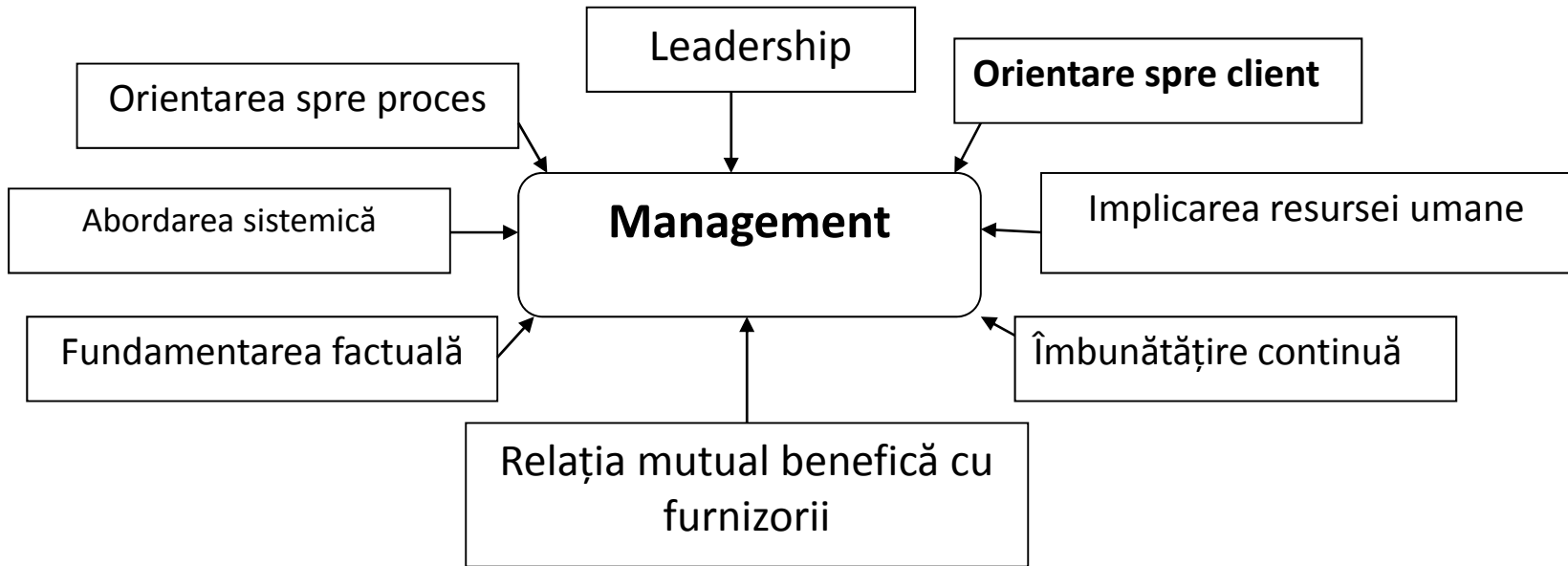
UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA”
IASI

Investește în OAMENI

- calitatea educației este raportată la nevoile societății (Sangeeta, Banwet, 2004);
- vocabularul ISO 9000-2005 – calitatea → totalitatea caracteristicilor care îndeplinesc cerințele;
- pentru a conceptualiza calitatea este necesară stabilirea în prealabil a specificațiilor (Crosby, 1979), dar și a cerințelor clienților (Juran, Godfrey, 1998);
- Garvin (1988): *Perspectiva bazată pe client, Perspectiva bazată pe proces, Perspectiva bazată pe rezultate (produs), Perspectiva bazată pe valoare, Perspectiva transcendentă.*



Principiile managementului calității (Hoyle, 2007)



- **Orientarea spre client** - presupune identificarea de mecanisme și instrumente prin care să se evalueze performanța instituției în îndeplinirea așteptărilor clienților precum studenți, părinții acestora, viitori angajatori.
- Componenta a modelelor de MC (EFQM, TQM, ISO)

Stakeholders (Srikanthan, Dalrymple, 2003)



- *Furnizori* (calitatea - valoare adăugată, financiară - *return of investments*)
- *Utilizatori ai serviciilor (exceleță)*
- *Utilizatori ai rezultatelor (adecvare la scop)*
- *Angajații*

Sallis (2002) distinge:

Clienți primari: beneficiază în mod direct de serviciile educaționale (studentii);

Clienți secundari: investesc în sistemul educațional, au interes direct cu privire la educația unei persoane (angajatori, părinți);

Clienți terțiari: un interes mai puțin direct (sistemul de guvernare, absolventi, auditori și evaluatori, societatea per ansamblu).



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI ȘI
PROTECȚIEI SOCIALE
AMFOSDRU



Fondul Social European
POS DRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
ȘI SPORTULUI
OPOSDRU



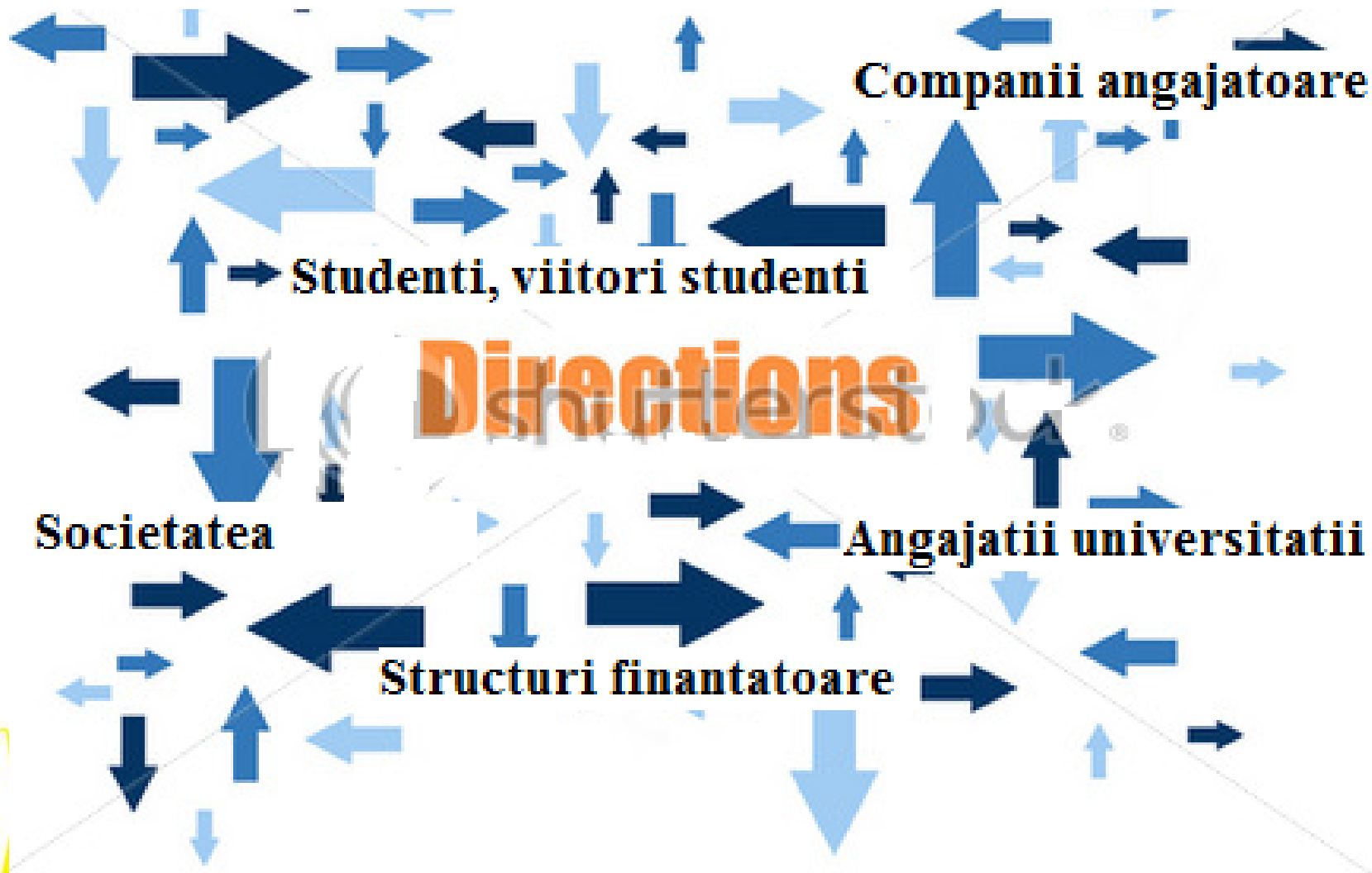
UNIVERSITATEA
ALEXANDRU IOAN CUZA
IASI

Instrumente și metode de evaluare a calității serviciilor din perspectiva clienților

- scale de evaluare a așteptărilor, percepției și satisfacției clienților (SERVQUAL, SERVPERF),
 - tehnica incidentelor critice,
 - studii observaționale,
 - discuții de tip focus grup,
 - interviuri de profunzime.
-
- Firdaus (2006) dezvoltă HEdPERF (*Higher Education PERFORMANCE*), o scală mai complexă, care urmărește să identifice determinanții calității serviciilor educaționale.



Investește în OAMENI



Rezultate cu privire la dimensiunile calității învățământului superior din perspectiva clienților

Ierarhia importanței dimensiunilor calității sistemului educațional pentru

Studenti	Cadre didactice	Angajatori
1. Valoarea pentru carieră a calificărilor obținute	1. <i>Angajamentul cadrelor didactice în procesul de învățare</i>	1. <i>Angajamentul cadrelor didactice în procesul de învățare</i>
2. <i>Angajamentul cadrelor didactice în procesul de învățare</i>	2. Angajamentul studenților în procesul de învățare	2. Valoarea pentru carieră a calificărilor obținute
3. Resursele de învățare din biblioteci	3. Angajamentul instituției în procesul de învățare	3. O atmosferă de respect reciproc atât între cadrele didactice, cât și cu studenții
4. Accesibilitatea bibliotecilor	4. Valoarea calificărilor obținute pentru carieră	4. Comunicare eficientă între cadrele didactice și studenți
5. Angajamentul instituției în procesul de învățare	5. Resursele de învățare din biblioteci	5. Tratarea individualizată a studenților
6. Locația bibliotecii și disponibilitatea de resurse specifice domeniului	6. O atmosferă de respect reciproc atât între cadrele didactice, cât și cu studenții	6. Tratarea studenților ca niște adulți
7. Conținutul curricular	7. Încurajarea învățării centrate pe student	7. Asigurarea că studenții înțeleg disciplina
8. Posibilitatea studenților de a găsi un loc de muncă	8. Actualitatea materiei predate	8. Resursele de învățare din biblioteci
9. Un stil de predare eficient	9. Un stil de predare deschis față de studenți	9. Spațiu adecvat în biblioteci

Investește în OAMENI

Chestionar 18 afirmații:

- competențele practice ale absolvenților, experiența în muncă,
- adaptarea ofertei educaționale la nevoile pieței, cursurile oferite,
- competențele absolvenților (pregătirea generală a absolvenților),
- condițiile fizice oferite studenților,
- credibilitatea instituției, evaluarea externă, reputația instituției,
- capacitatea de a oferi servicii de calitate, pregătirea personalului universitar,
- criteriile de admitere, selecția studenților pe parcursul studiilor.

Studiu empiric:
dimensiunile calității
din perspectiva
clienților

Studenți (86)

Angajatori (53)

Cadre didactice (55)

Absolvenți (68)

Orientare profesională

Pregătirea absolvenților

Garanția calității

Selectivitatea sistemului

Tradiția instituției

Dificultatea promovării

Analiza
factorială

Orientare spre piata, produsul ÎS

Investește în

OAMENI**Ce înseamnă pentru dvs. o universitate bună?**

	Scor mediu			
	Studenti	Angajatori	Cadre didactice	Absolvenți
a) O universitate cu tradiție	3,76	4,02	3,39	3,86
b) O universitate cu profesori foarte bine pregătiți	4,88	4,51	4,78	4,85
c) O universitate care are un proces de admitere exigent	3,64	4,32	4,07	3,74
d) O univ la care se obțin ușor note de trecere la examene	3,52	1,53	1,51	1,78
e) O universitate care nu permite decât celor cu adevărat buni să obțină diploma de absolvire	4,15	4,32	4,35	3,82
f) O universitate ai cărei absolvenți sunt competitivi pe piața muncii europene	4,77	4,57	4,78	4,47
g) O universitate care oferă studenților condiții fizice foarte bune (spații, cămine, echipamente)	4,15	3,58	4,10	4,09
h) O universitate de stat	3,46	3,45	2,81	3,50
i) Care oferă cursuri adaptate cerințelor pieței muncii	4,39	4,54	4,22	4,74
î) O universitate acreditată	4,35	3,83	4,51	4,71
j) O universitate care sprijină studenții în a avea un loc de muncă în timp ce urmează studiile	4,43	4,06	3,28	4,38
k) O universitate care oferă programe în mai multe limbi	3,64	4,00	4,04	4,21
l) O universitate care pregătește buni profesioniști	4,02	4,67	3,82	4,81
m) O universitate care formează oameni onești	4,77	4,06	4,85	4,26
n) O universitate unde studenții sunt bine pregătiți teoretic	3,38	3,93	4,55	3,42
o) O universitate unde studenții sunt bine pregătiți practic	4,79	4,59	4,00	4,79
p) Cu ofertă mare de specializări și cursuri opționale	4,16	3,72	4,60	4,15
r) O universitate care menține legătura cu mediul economic	4,43	4,58	4,03	4,41

Investește în

OAMENI

Puncte comune: calitatea resursei umane, orientarea practica a pregătirii, competentele non-cognitive;

Puncte de diferențiere:

- o universitate de calitate este aceea care sprijină studenții în a avea un loc de muncă în timp ce urmează studiile (cadre didactice)

- o universitate bună este una în care studenții sunt bine pregătiți teoretic

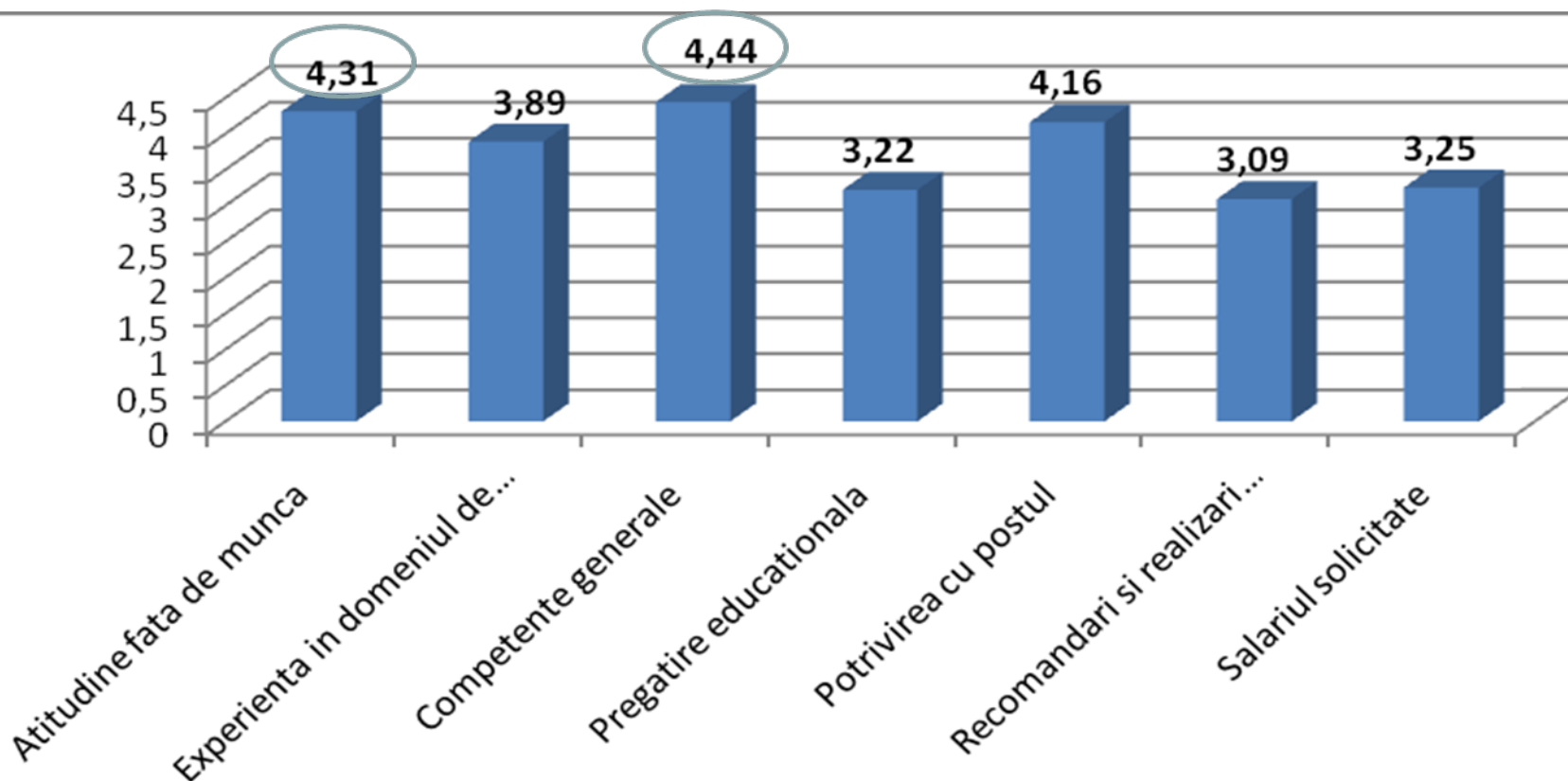
- o universitate bună ar trebui să permită doar celor foarte bine pregătiți să devină absolvenți (cadre didactice vs studenți)

		Studenți	Angajatori	Cadre didactice	Absolvenți
Studenți	Pearson	1	,519*	,538*	,698**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)		,027	,021	,001
Angajatori	Pearson		1	,735**	,865**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)			,000	,000
Cadre didactice	Pearson			1	,711**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)				,001
Absolvenți	Pearson				1
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)				



Importanța factorilor în procesul de selecție

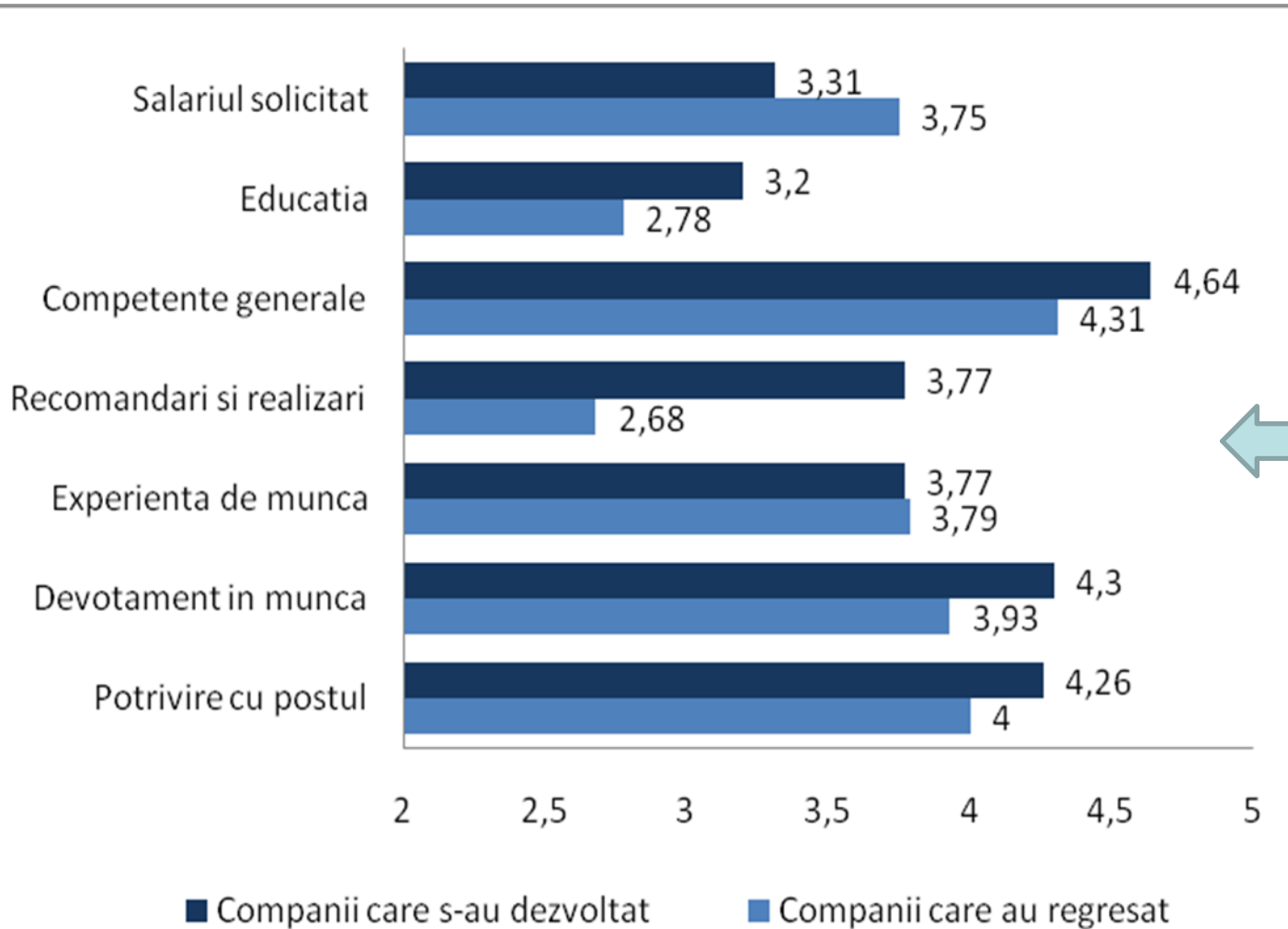
Atitudinea față de muncă a candidaților și competențele generale



Nivelul de dezvoltare a companiei și procesul de selecție

CANDIDATII

Nivelul de dezvoltare a unei companii se asociază cu preferința pentru competențe generale ale candidaților.



Testul t pe eșantioane independente

Investește în OAMENI

Concluzii

- sistemului educațional îi revine o sarcină dificilă în a întâmpina nevoile clienților
- problematica menținerii echilibrului în integrarea perspectivelor stakeholderilor vs. ierarhizarea stakeholderilor
- elementele comune în percepția calitatii pentru categoriile de stakeholderi (agenți interesați)
- îndeplinirea nevoilor clienților în învățământul superior nu presupune cu necesitate ca diferitele categorii să determine în mod absolut ce este și ce ar trebui să fie calitatea (rolul proactiv al instituției de învățământ)
- *rolul sistemului universitar este de a pregăti absolvenți în concordanță cu cerințele actuale ale pieței muncii sau să contrabalanseze aceste presiuni instrumentaliste și să formeze studenții pentru a juca un rol pro-activ în societate?*

Investește în OAMENI

Va multumim!

monica.zaharie@ubbcluj.ro



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI ȘI
PROTECȚIEI SOCIALE
AMFOSDRU



Fondul Social European
POS DRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI

OPOSDRU



UNIVERSITATEA
"ALEXANDRU IOAN CUZA"
BIB