



**trendence**  
research » strategies » careers

**trendence Graduate Barometer 2012  
Romanian Business Edition**

**Universitatea "Babeş-Bolyai" din Cluj-Napoca**



# Cuprins

- 1. Informații generale / Metodologie**
2. Profilul studenților dintr-o privire
3. Imagine de ansamblu a profilului
4. Evaluarea universității pe scurt
5. Așteptările studenților și evaluarea universității
6. Educație&Carieră
7. Brandul angajatorilor și canale de comunicare

## trendence radius of action



Austria | Belgium | Bulgaria | China | Czech Republic  
Denmark | Europe (total) | Finland | France  
Germany | Greece | Hungary | Ireland | Italy | Malaysia  
Netherlands | Norway | Poland | Portugal | Romania  
Russia | Singapore | Slovakia | Spain | Sweden  
Switzerland | Turkey  
United Kingdom

over 530,000  
participants

27 countries

1,150 universities

a Group  business

# trendence clients

## Accounting

Deloitte & Touche  
Ernst & Young  
KPMG  
PricewaterhouseCoopers  
Grant Thornton

## Automotive Industry

AUDI  
BMW Group  
Bosch Rexroth  
Brose  
Daimler  
DEKRA  
Hella  
Mahle  
Michelin  
Porsche  
Škoda  
Toyota  
Volkswagen  
ZF Friedrichshafen

## Consulting

Accenture  
A.T. Kearney  
The Boston Consulting Group  
Capgemini  
Emerging  
Hays  
McKinsey & Company

## Consumer Goods

Beiersdorf  
Coca-Cola  
Dr. Oetker  
Ferrero  
Henkel  
Kraft Foods

L'Oreal  
Marks & Spencer  
Mars  
McDonald's  
Nestlé Deutschland AG  
Unilever

## Energy

Areva NP  
BP  
E.ON  
Enercon  
GDF SUEZ  
Mainova AG  
Nordex  
Rehau  
RWE  
Stadtwerke München  
Vattenfall  
Veolia  
Vestas

## Financial Services

BAML  
BNP Paribas  
Commerzbank  
Credit Agricole  
Credit Suisse  
Deutsche Bank  
Deutsche Börse  
Deutsche Bundesbank  
Deutsche Postbank  
DZ Bank  
HSBC  
JP Morgan  
KfW Bankengruppe  
MLP Finanzdienstleistungen  
Royal Bank of Scotland

Société Générale  
Sparkassen Finanzgruppe  
Targobank  
Volks- und Raiffeisenbanken

## Government Agencies

Bundeswehr  
Deutsche Flugsicherung  
Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V. (DLR)  
National Health Service (NHS)  
Teach First\_UK

## Industry / Manufacturing

ABB  
Bilfinger Berger AG  
CLAAS KGaA mbH  
EADS  
Bouygues Construction  
BSH Bosch und Siemens Hausgeräte  
Carl Zeiss  
Deutsche Lufthansa  
Evonik  
euro engineering  
Ferchau  
Infineon Technologies  
Jenoptik  
Krones  
Lufthansa Technik  
MAN  
Osram  
Otto Bock  
Rheinmetall  
Rolls-Royce  
Bosch Gruppe  
Rohde & Schwarz  
Salzgitter  
Schaeffler Gruppe

Schott  
Siemens  
SMA Solar Technology  
SMS  
Stihl  
Texas Instruments  
Thales  
ThyssenKrupp  
Tognum  
Voith

## Insurance

Allianz  
AOK  
Basler Versicherungen  
ERGO  
Generali  
Munich Re  
**IT Solutions**

AVM  
DATEV  
Hewlett Packard  
IBM  
SAP  
Software AG

## Law

Allen & Overy  
Clifford Chance  
CMS Hasche Sigle  
Eversheds  
Freshfields  
Glenn Lutz  
K&L Gates LLP  
Linklaters  
Mayer Brown  
Noerr LLP  
Shearman & Sterling LLP

## Media

Axel Springer  
Bertelsmann

## Pharmaceutical/Chemical Industry

BASF  
Bayer  
Dräger  
Fresenius  
Merck  
Roche

## Retail

Aldi Süd  
Edeka  
Enterprise Rent-A-Car (ERAC)  
H&M  
IKEA  
Kaufland  
Lidl  
Metro  
OBI  
Otto  
Peek & Cloppenburg  
REWE  
Rossmann  
Tchibo

## Telecommunication

Deutsche Telekom  
Telefonica  
Vodafone

## Tourism / Logistics

Accor Hotellerie  
DB Mobility Logistics  
Deutsche Post DHL  
Groupe La Poste  
SNCF  
Thomas Cook

# Metodologie: trendence Graduate Barometer - European Edition

## Informații generale

<b>Metoda aplicată:</b>	chestionar online
<b>Perioada desfășurării sondajului:</b>	septembrie 2011 - februarie 2012
<b>Mod de participare:</b>	Invitații trimise via e-mail prin diversele canale de comunicare ale universităților; asigurarea anonimatului; premii prin tragere la sorți & donații
<b>Analiză:</b>	Analiza statistică a datelor; respectarea codurilor MRS și ESOMAR și a standardului ISO 20252
<b>Grupe de studenți analizate:</b>	Eșantion analizat la nivelul Europei și diverse sub-eșantioane, incluzând studenți din România și universitatea dumneavoastră
<b>Acoperire media:</b>	Frankfurter Allgemeine Zeitung 2012

## Numărul total de răspunsuri:

	GBE 2009	GBE 2010	GBE 2011	GBE 2012
<b>Universități participante:</b>	779	859	848	950
<b>Respondenți:</b>	196,019	219,790	310,945	343,796

## Informații privind comunicate de presă

Vă rugăm rețineți:

Acest document include rezultate de cercetare nepublicate anterior.

Prin intermediul acestui raport dorim să vă mulțumim pentru participarea dumneavoastră la studiul trendence Graduate Barometer 2012 - European Edition/trendence Barometrul Absolvenților - Ediția europeană.

Ne bucurăm dacă doriți să publicați selectiv rezultate, dar numai în urma consultării cu trendence. Dacă doriți să publicați alte materiale (în special tabele / grafice / diagrame complete), vă rugăm să ne contactați în prealabil. Motivul acestei decizii cu caracter general constă în faptul că evaluarea individuală a fiecărei universități conține date confidențiale.

# Partecipare



# Participare (continuare)

Țara	Numărul de răspunsuri
<b>Europa</b>	<b>123,479</b>
Austria	2,660
Belgia	2,421
Bulgaria	3,974
Danemarca	1,946
Elveția	2,121
Finlanda	3,044
Franța	13,019
Germania	14,025
Grecia	616
Irlanda	3,936
Italia	9,455
Marea Britanie	15,211

Țara	Numărul de răspunsuri	
Norvegia	951	
Olanda	2,954	
Polonia	5,204	
Portugalia	3,228	
Republica Cehă	4,844	
<b>România</b>	<b>2,545</b>	
Rusia	2,316	
Slovacia	1,870	
Spania	13,957	
Suedia	764	
Turcia	1,561	
Ungaria	10,857	
<b>Universitatea "Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca</b>	<b>2012</b>	<b>139</b>
	<b>2011</b>	<b>131</b>



# Respondenți:



123,479 respondenți



2,545 respondenți

Universitatea "Babeș-Bolyai" din  
Cluj-Napoca

297 respondenți

Universitatea "Babeș-Bolyai" din  
Cluj-Napoca (Business Edition)

139 respondenți

# Cuprins

1. Informații generale / Metodologie
2. **Profilul studenților dintr-o privire**
3. Imagine de ansamblu a profilului
4. Evaluarea universității pe scurt
5. Așteptările studenților și evaluarea universității
6. Educație&Carieră
7. Brandul angajatorilor și canale de comunicare

## Indicatorii cheie de performanță

O parte a activității noastre o reprezintă evaluarea de profile ale studenților promițători, care adaugă valoare unei companii într-un mod optim. Indicatorii cheie de performanță (ICP) de mai sus oferă răspunsuri la întrebările pe care le adresează angajatorii. În același mod în care companiile trebuie să se întrebe dacă pot atrage studenți cu o performanță academică peste medie, universitățile trebuie să se întrebe ce fel de absolvenți califică pentru piața forței de muncă.

# Profilul studenților dintr-o privire

## Train the best

*Au studenții din cadrul universității dumneavoastră un nivel academic ridicat?*

## Train the most experienced

*Au studenții din cadrul universității dumneavoastră un grad ridicat de experiență (stagii de pregătire, programe de formare profesională, experiență de lucru, etc.)?*

## Train the internationally oriented

*Sunt studenții din cadrul universității dumneavoastră orientați spre planul internațional (experiența într-o țară străină)?*

## Gender balance

*Este raportul între studenții de sex feminin și studenții de sex masculin echilibrat în cadrul universității dumneavoastră?*

## Gender balance

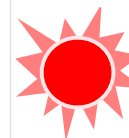
*Este raportul între studenții de sex feminin și studenții de sex masculin echilibrat în cadrul universității dumneavoastră?*

## Performance skills

*Au studenții din cadrul universității dumneavoastră competențe interpersonale atractive (motivație și capacitatea de a lucra sub presiune)?*

## Social skills

*Au studenții din cadrul universității dumneavoastră competențe interpersonale atractive (capacitatea de a lucra în echipă și abilități de comunicare)?*

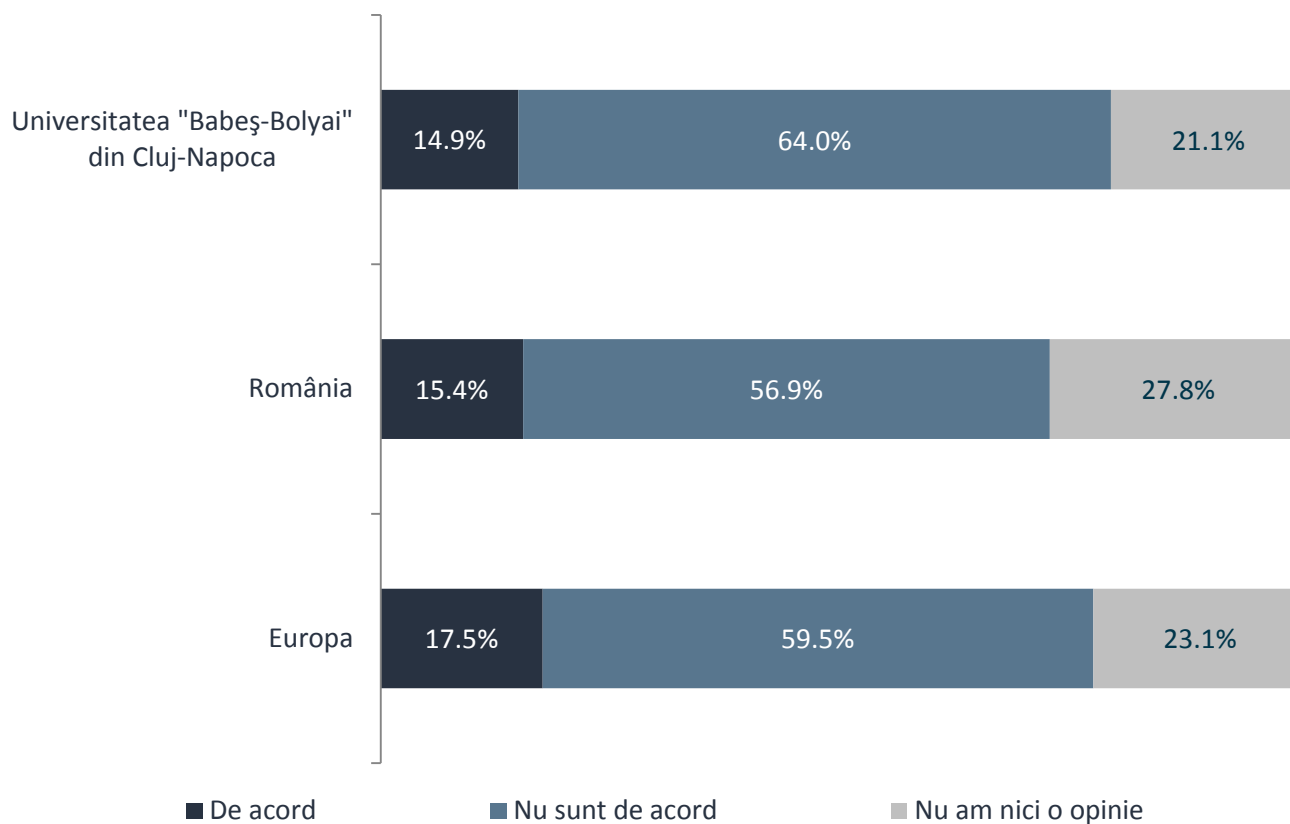


# Cuprins

1. Informații generale / Metodologie
2. Profilul studenților dintr-o privire
3. **Imagine de ansamblu a profilului**
4. Evaluarea universității pe scurt
5. Așteptările studenților și evaluarea universității
6. Educație&Carieră
7. Brandul angajatorilor și canale de comunicare

# Opinia studenților

**Studenții ar trebui să își plătească singuri studiile universitare.**

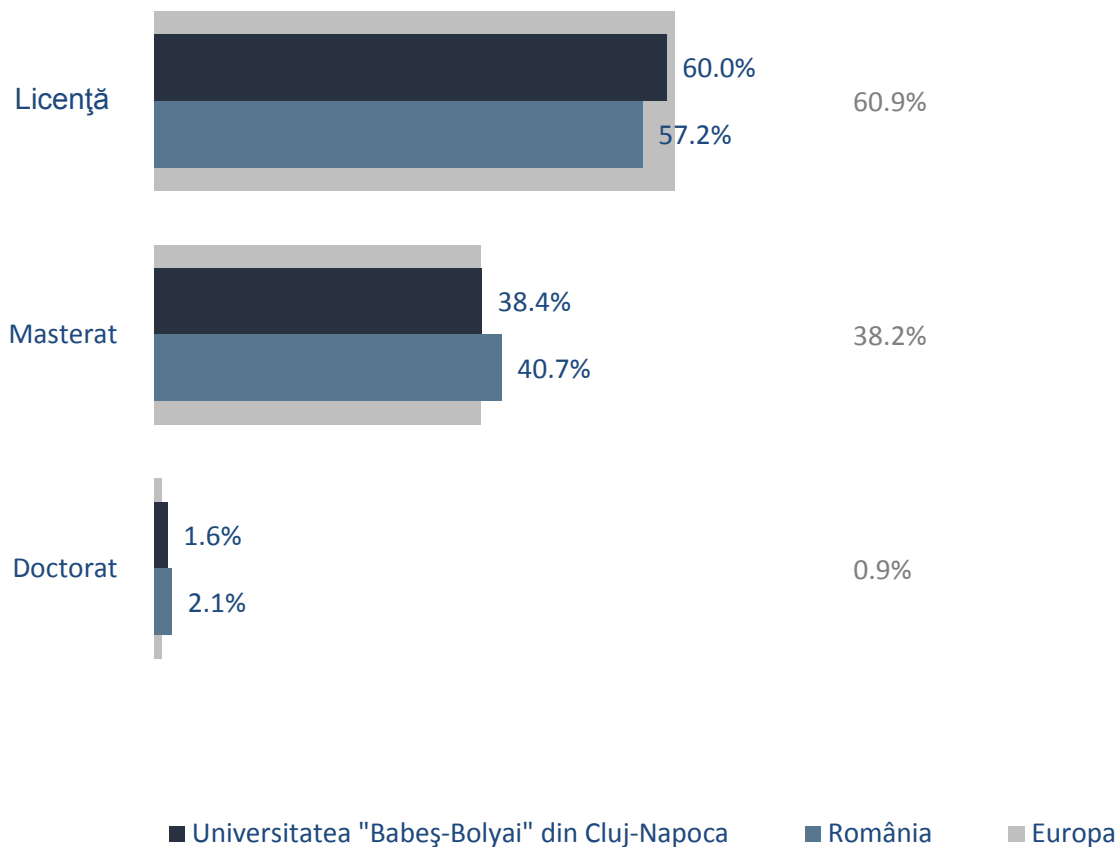


Vă rugăm să vă exprimați opinia cu privire la următoarele afirmații.

# Profil

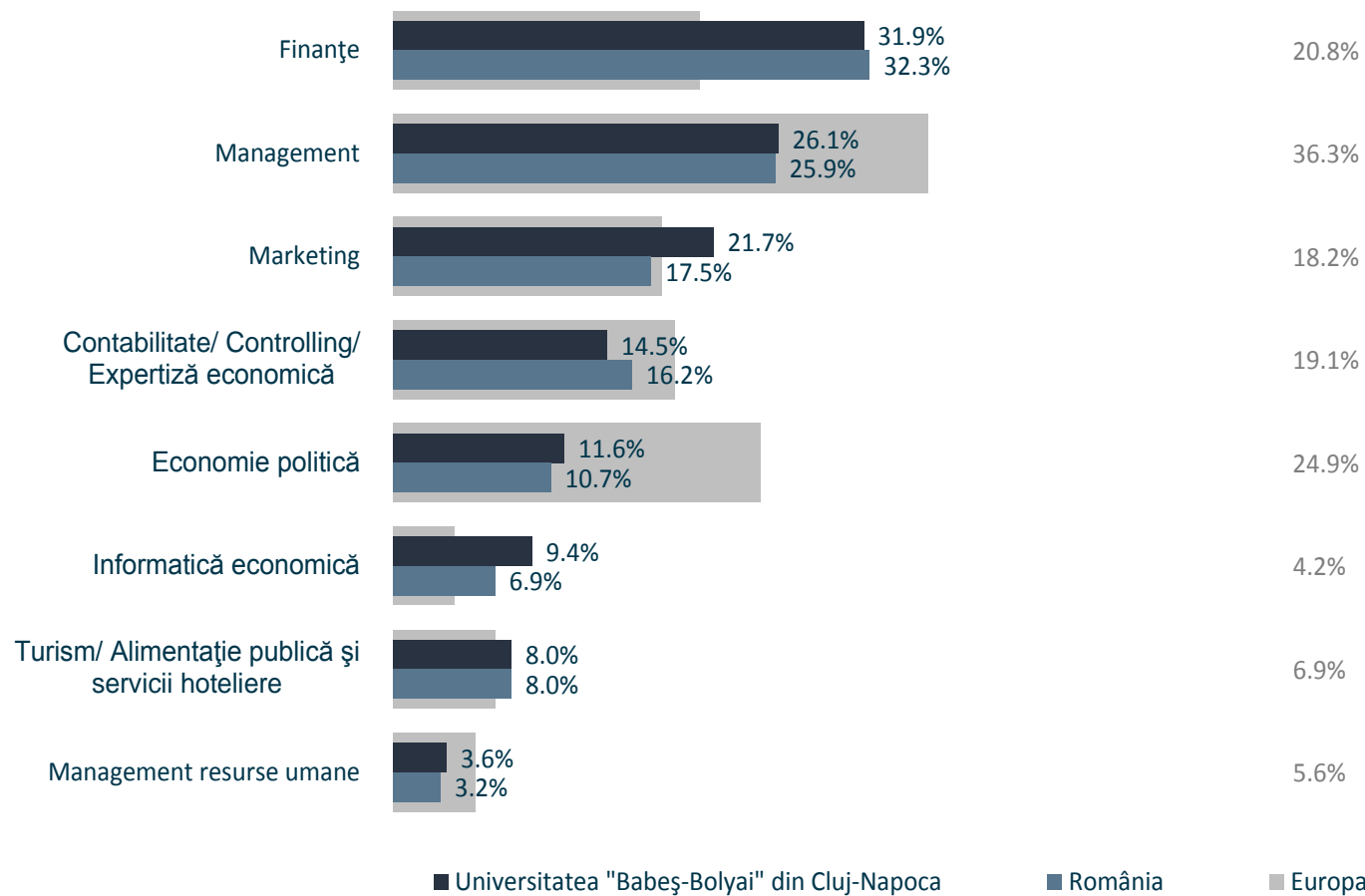
Imagine de ansamblu a profilului		Europa	România	Universitatea "Babeş-Bolyai" din Cluj-Napoca
Vârsta		22.6 ani	22.6 ani	21.4 ani
Sexul	Masculin	37.1%	27.9%	25.9%
	Feminin	62.9%	72.1%	74.1%
Ciclul de studii	Licență	60.9%	57.2%	60.0%
	Masterat	38.2%	40.7%	38.4%
	Doctorat	0.9%	2.1%	1.6%
Activități extrauniversitare		51.4%	45.3%	53.1%
Experiență profesională (practică, loc de muncă, etc.) în legătură cu studiul		56.3%	56.7%	50.9%
Experiență profesională paralelă, dar fără legătură cu studiul pe care îl urmați		65.8%	51.0%	44.1%
Experiență profesională, de studii sau voluntariat în străinătate		31.9%	17.3%	18.9%
Numărul săptămânal de ore de muncă		44.3 ore	42.4 ore	42.7 ore
Așteptările privind salariul		21,524 €	8,680 €	7,678 €
Durata estimată a primului loc de muncă		5.9 ani	4.8 ani	4.6 ani

## Ciclul de studii

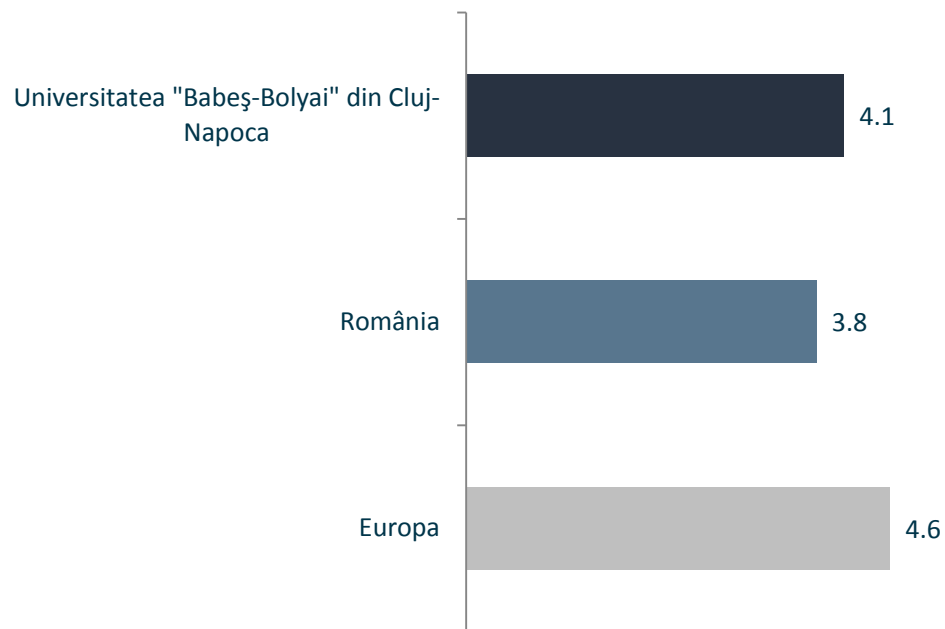




## Domenii de studiu



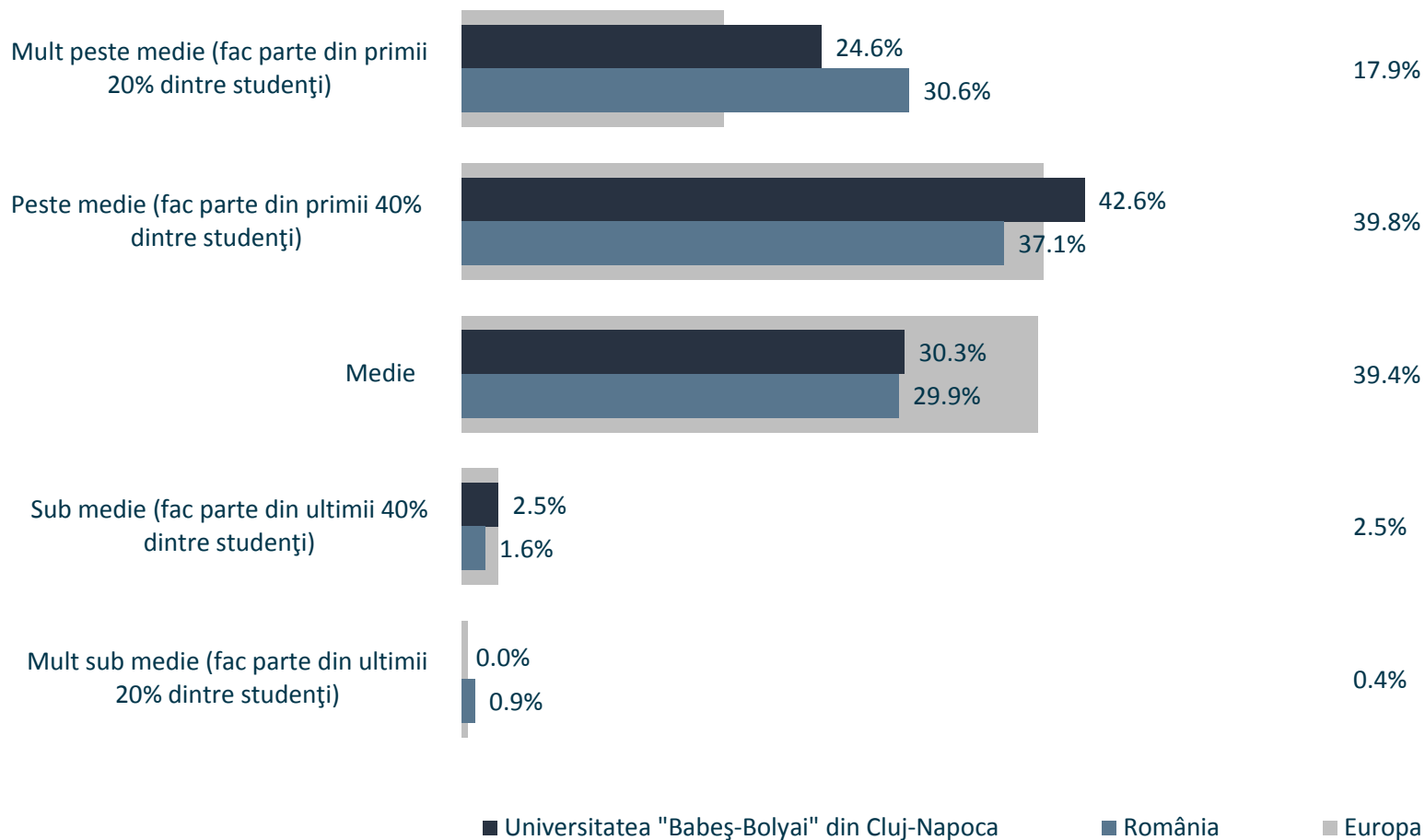
# Durata studiilor



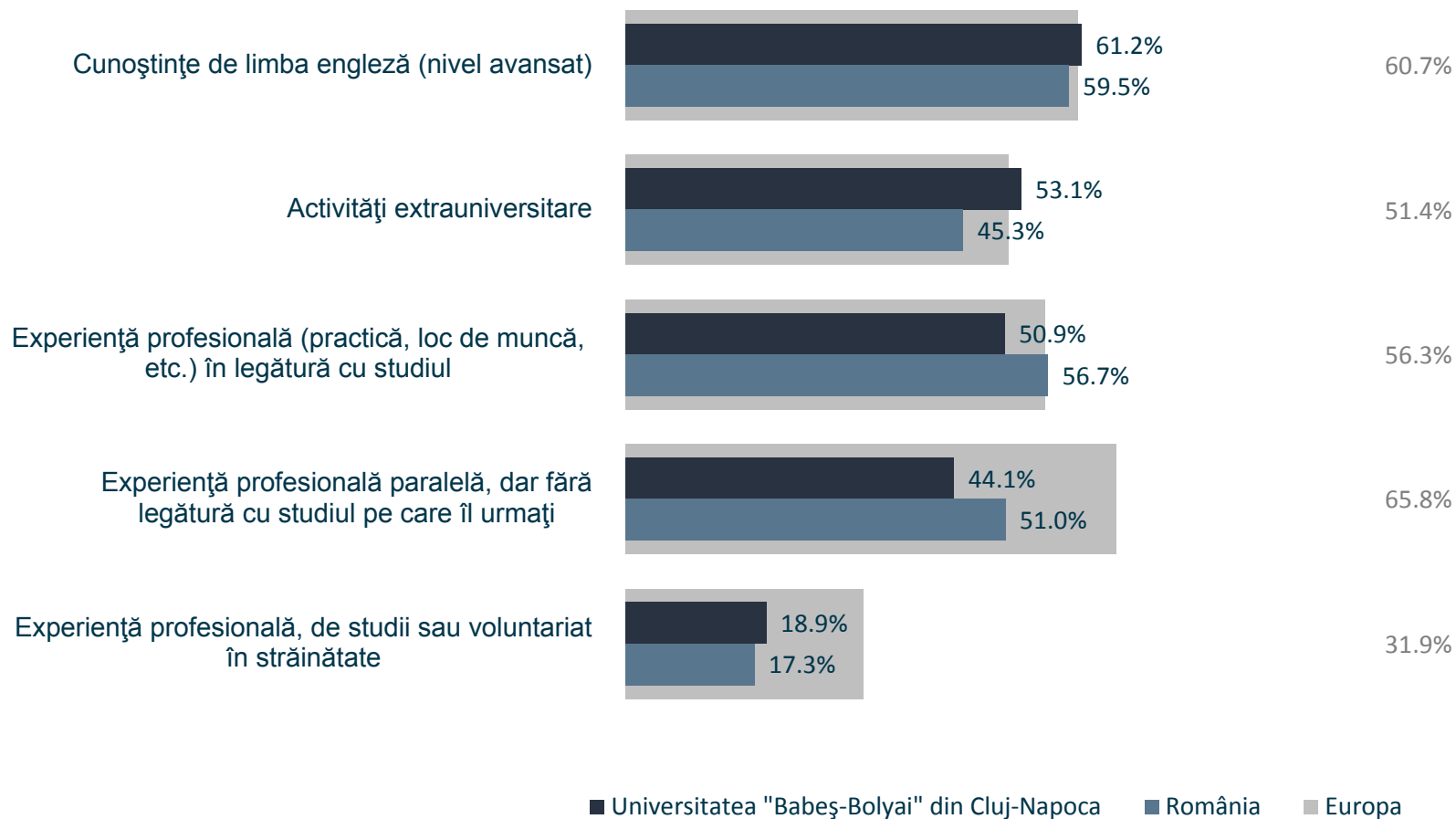
Când ați început studiul universitar?

Când estimați că veți începe activitatea profesională după absolvire?

# Performanța academică



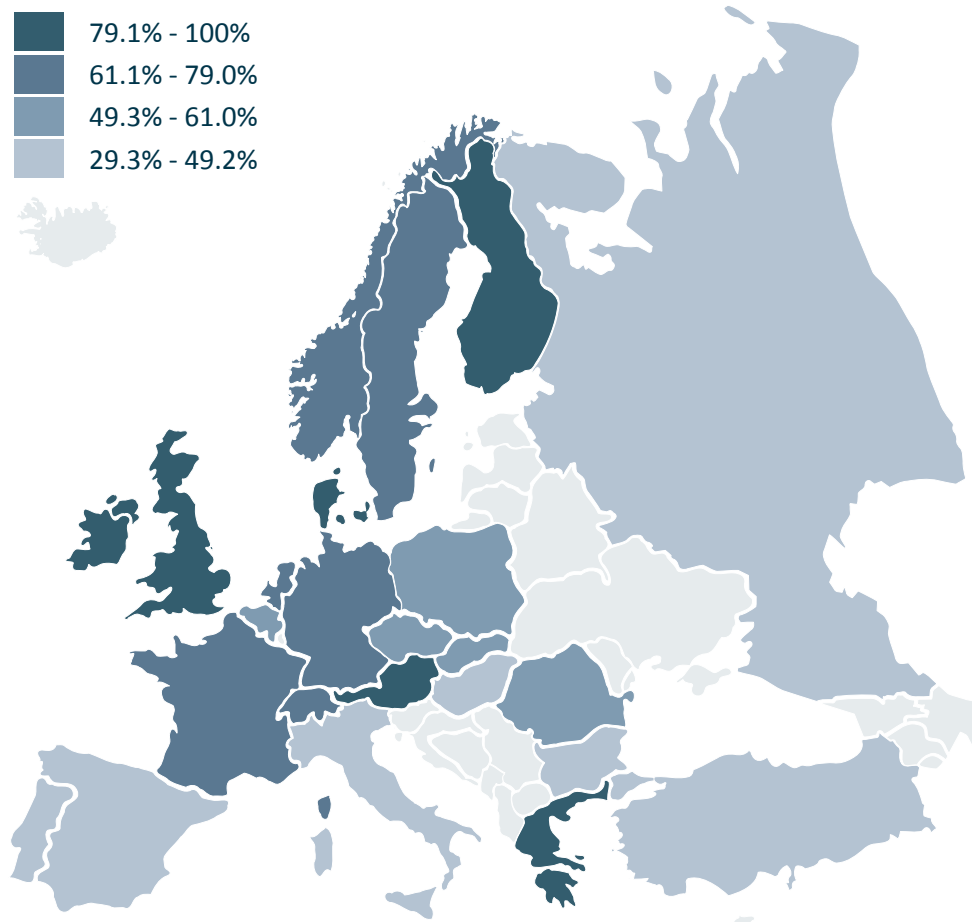
## Experiențe și cunoștințe de limba engleză (nivel avansat)



Ce experiență profesională (de cel puțin 3 luni), respectiv ce calificări aveți deja?

Vorbiți limba engleză la NIVEL AVANSAT?

## Cunoștințe de limba engleză (nivel avansat) în Europa



Vorbiți limba engleză la NIVEL AVANSAT?

În acest caz "avansat" înseamnă că puteți vorbi, scrie și înțelege limba fără dificultăți, adică dispuneți de un vocabular relativ bogat și faceți puține greșeli gramaticale.

# Cunoștințe de limba engleză (nivel avansat) în Europa (continuare)

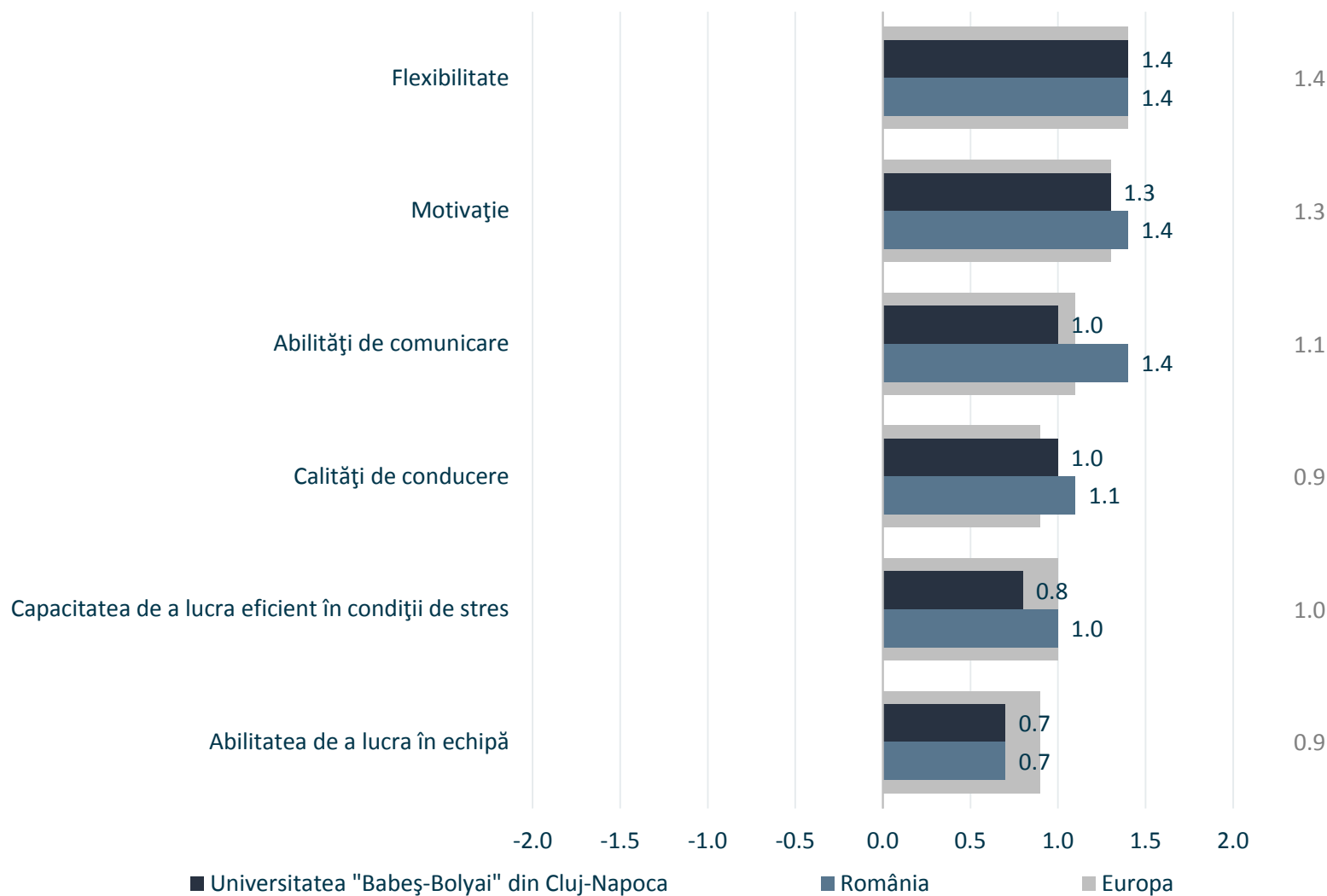
Țara	%
<b>Europa</b>	<b>60.7%</b>
Austria	85.8%
Belgia	61.0%
Bulgaria	49.2%
Danemarca	86.5%
Elveția	71.8%
Finlanda	83.7%
Franța	63.0%
Germania	76.3%
Grecia	81.8%
Irlanda	100.0%
Italia	41.4%
Marea Britanie	100.0%

Țara	%
Norvegia	79.0%
Olanda	70.9%
Polonia	50.7%
Portugalia	47.8%
Republica Cehă	56.5%
<b>România</b>	<b>59.5%</b>
Rusia	29.3%
Slovacia	58.8%
Spania	37.1%
Suedia	73.5%
Turcia	36.4%
Ungaria	30.7%
<b>Universitatea "Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca</b>	<b>2012</b>
	<b>61.2%</b>
	<b>2011</b>
	<b>51.3%</b>

Vorbiți limba engleză la NIVEL AVANSAT?

În acest caz "avansat" înseamnă că puteți vorbi, scrie și înțelege limba fără dificultăți, adică dispuneți de un vocabular relativ bogat și faceți puține greșeli gramaticale.

## Soft skills (Abilități interpersonale)



# Cuprins

1. Informații generale / Metodologie
2. Profilul studenților dintr-o privire
3. Imagine de ansamblu a profilului
4. **Evaluarea universității pe scurt**
5. Așteptările studenților și evaluarea universității
6. Educație&Carieră
7. Brandul angajatorilor și canale de comunicare



## Indicatorii cheie de performanță

Indicatorii cheie de performanță reprezintă o informație suplimentare cu privire la gradul de satisfacție al studenților față de universitatea lor relaționat la toate universitățile participante din țara dumneavoastră. Aici puteți vedea dintr-o privire care sunt punctele slabe și punctele forte ale universității dumneavoastră și dacă universitatea dumneavoastră se plasează sub sau peste medie. Vă rugăm să rețineți că această evaluare este rezultatul opiniilor studenților cu privire la universitatea lor.

## Evaluarea universității pe scurt

**Reputația academică**



**Posibilități satisfăcătoare de cazare în localitatea în care se află universitatea**



**Asistența acordată în orientarea în carieră**



**Calitatea activităților din campusul universitar și a vieții studențești**



**Costurile de întreținere reduse în orașul în care se află universitatea**



**Contactele universității cu eventuali angajatori**



## Evaluarea universității pe scurt (continuare)

**Conținutul și structura cursurilor**



**Locație bună**



**Orientare internațională**



**Dotările IT**



**Disponibilitatea și amabilitatea cadrelor universitare**



**Cursurile sunt orientate către aplicare practică**



## Evaluarea universității pe scurt (continuare)

Reputația universității în rândul angajatorilor



Calitatea predării



Calitatea serviciilor administrative ale universității



Calitatea facilităților universitare

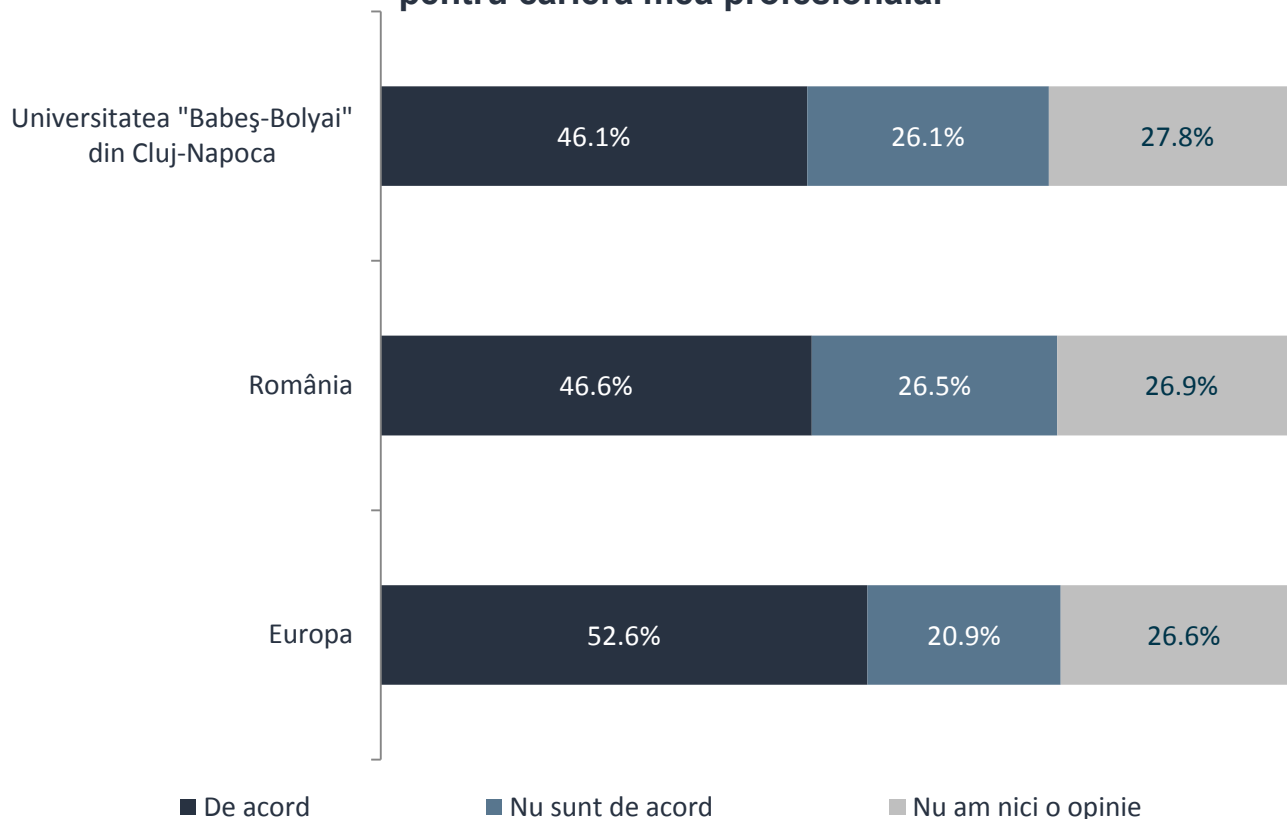


# Cuprins

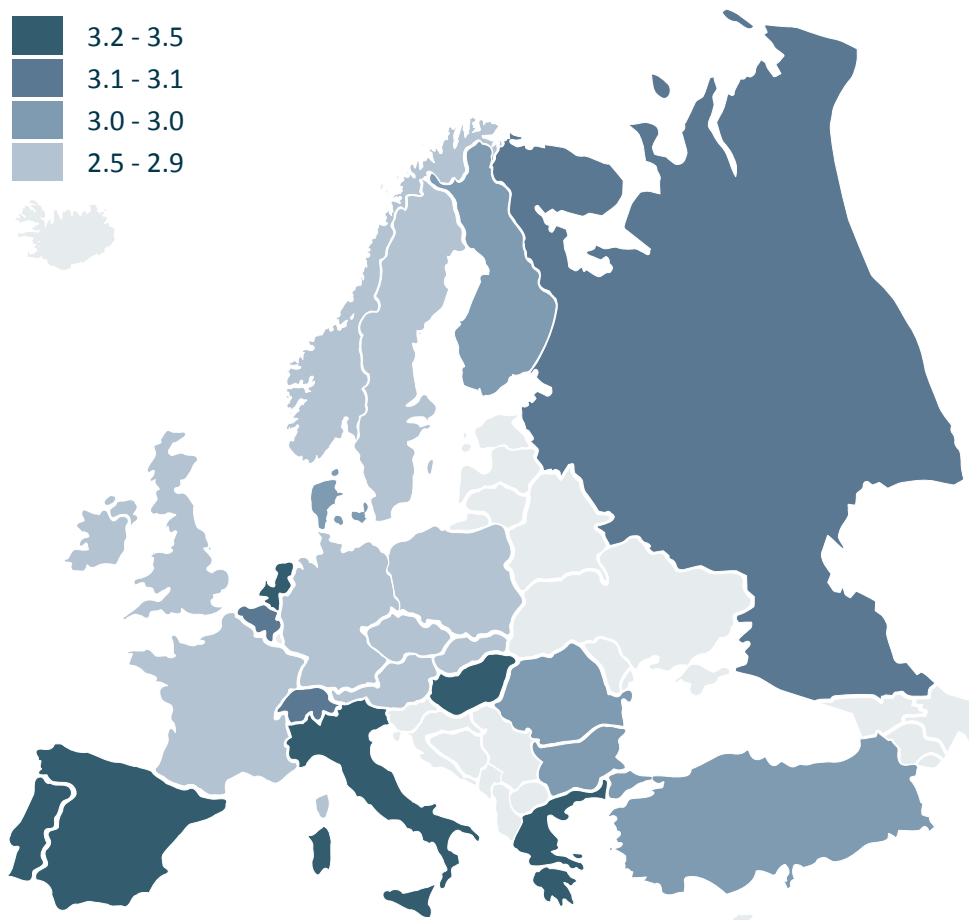
1. Informații generale / Metodologie
2. Profilul studenților dintr-o privire
3. Imagine de ansamblu a profilului
4. Evaluarea universității pe scurt
5. **Așteptările studenților și evaluarea universității**
6. Educație&Carieră
7. Brandul angajatorilor și canale de comunicare

# Opinia studenților

**Simt că formația mea universitară mă pregătește în mod optim pentru cariera mea profesională.**



# Evaluare generală a performanței universităților în Europa



Cât de mulțumit sunteți în ansamblu de universitatea dvs. și de studiile dvs.?

1 = Foarte mulțumit; 7 = Foarte nemulțumit

# Evaluare generală a performanței universităților în Europa (continuare)

Țara	Satisfacție
<b>Europa</b>	<b>2.9</b>
Austria	2.7
Belgia	3.1
Bulgaria	3.0
Danemarca	3.0
Elveția	3.1
Finlanda	3.0
Franța	2.6
Germania	2.5
Grecia	3.3
Irlanda	2.9
Italia	3.5
Marea Britanie	2.8

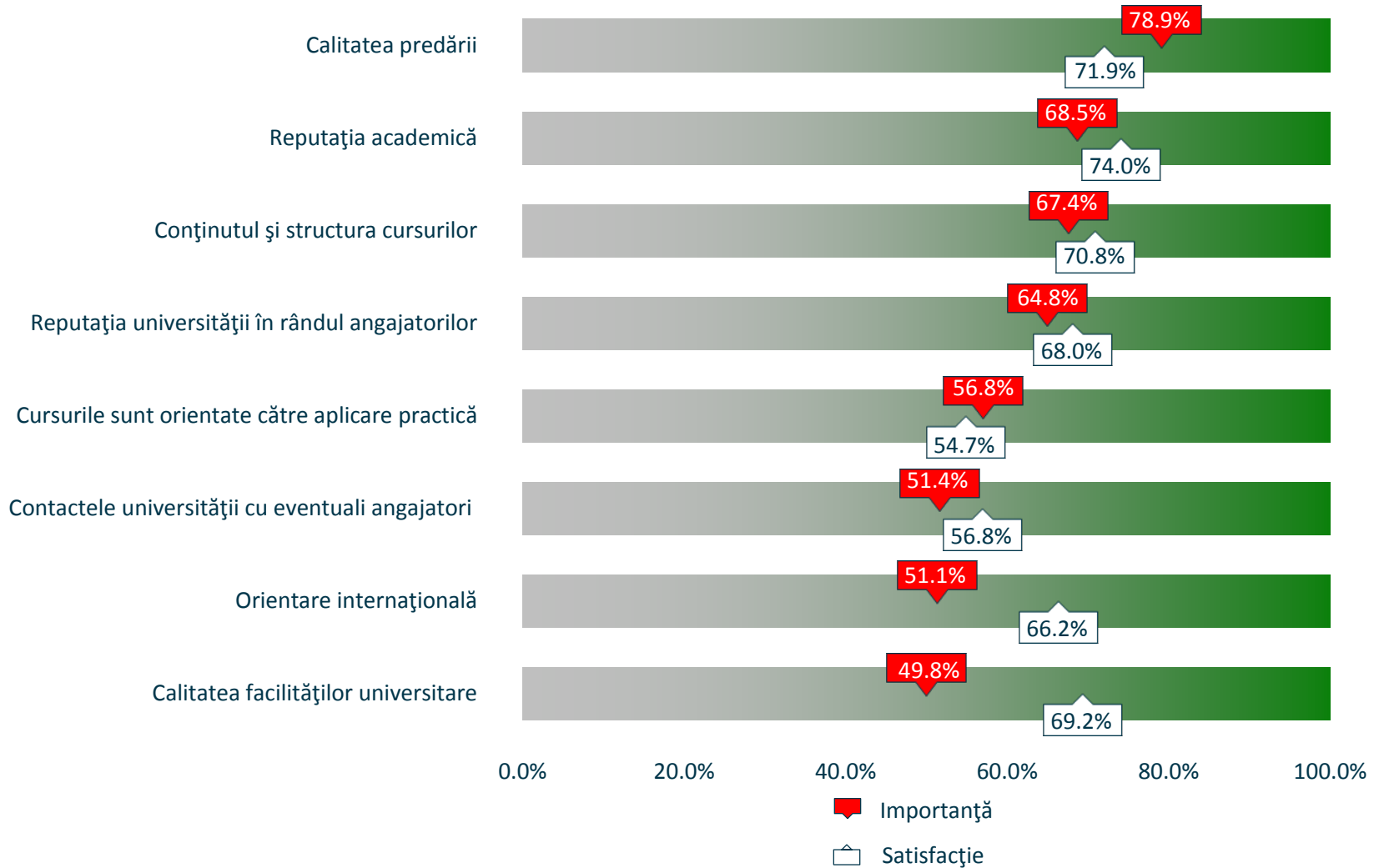
Țara	Satisfacție
Norvegia	2.9
Olanda	3.4
Polonia	2.9
Portugalia	3.2
Republica Cehă	2.7
<b>România</b>	<b>3.0</b>
Rusia	3.1
Slovacia	2.9
Spania	3.4
Suedia	2.7
Turcia	3.0
Ungaria	3.3
<b>Universitatea "Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca</b>	<b>2012 2.9</b>
	<b>2011 2.6</b>

Cât de mulțumit sunteți în ansamblu de universitatea dvs. și de studiile dvs.?

1 = Foarte mulțumit; 7 = Foarte nemulțumit



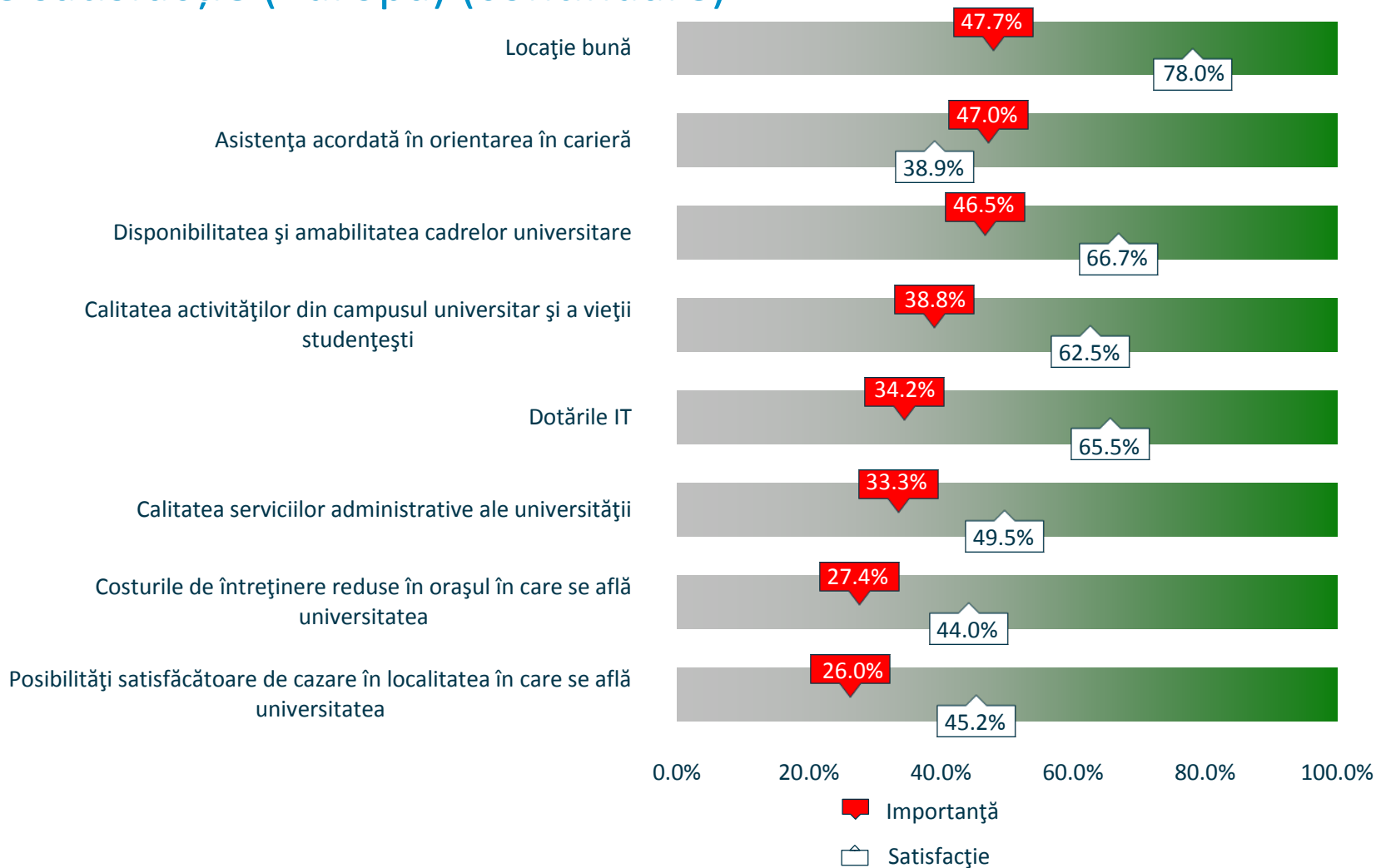
# Evaluarea performanței universității: grad de importanță vs. grad de satisfacție (Europa)



Care factori sunt cei mai importanți pentru dvs. atunci când alegeți o specialitate universitară sau o universitate?

În ce măsură întrunește universitatea dvs. acești factori? (Slab; Nu am nici o părere; Bine)

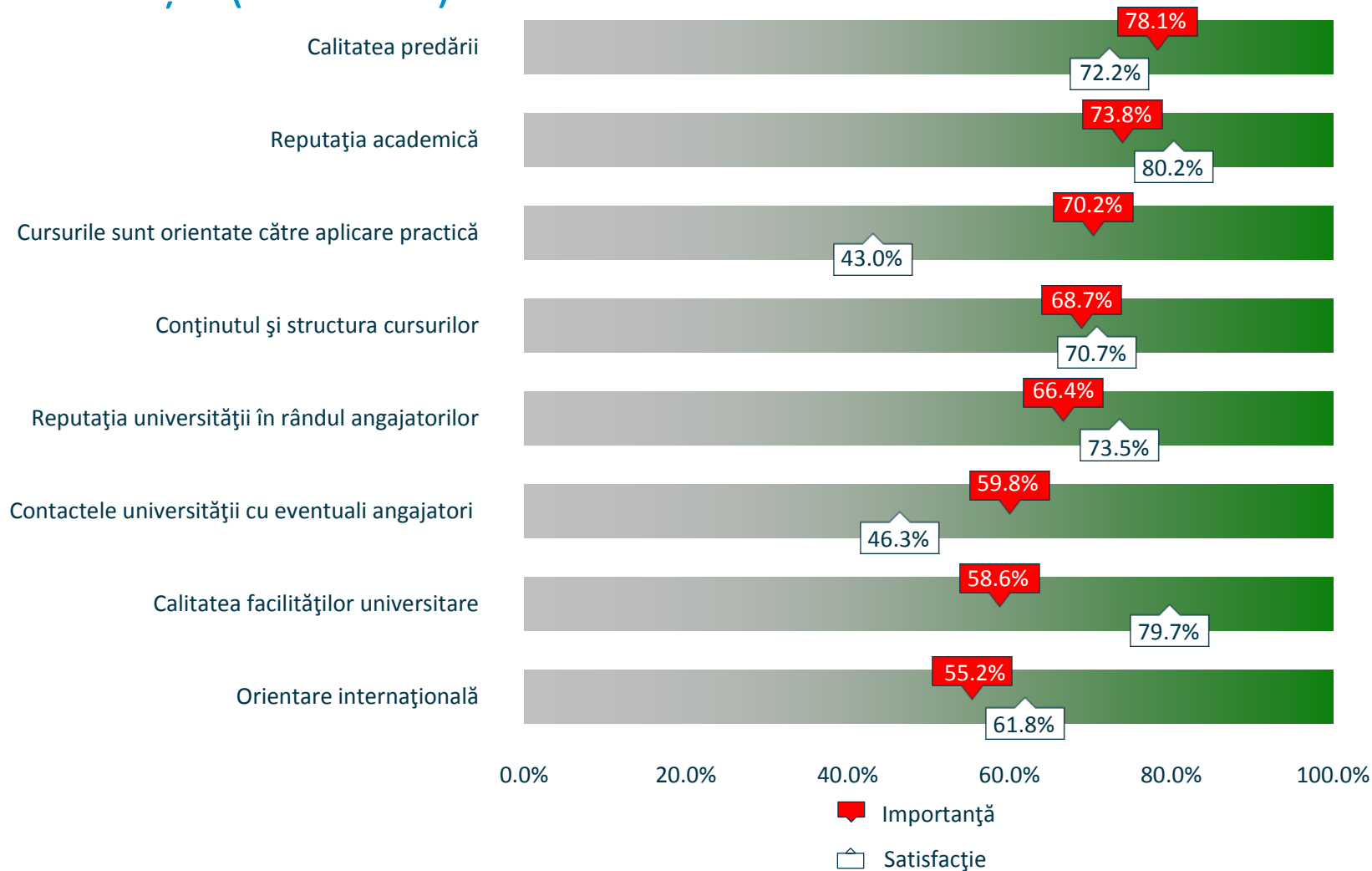
## Evaluarea performanței universității: grad de importanță vs. grad de satisfacție (Europa) (continuare)



Care factori sunt cei mai importanți pentru dvs. atunci când alegeți o specialitate universitară sau o universitate?

În ce măsură întrunește universitatea dvs. acești factori? (Slab; Nu am nici o părere; Bine)

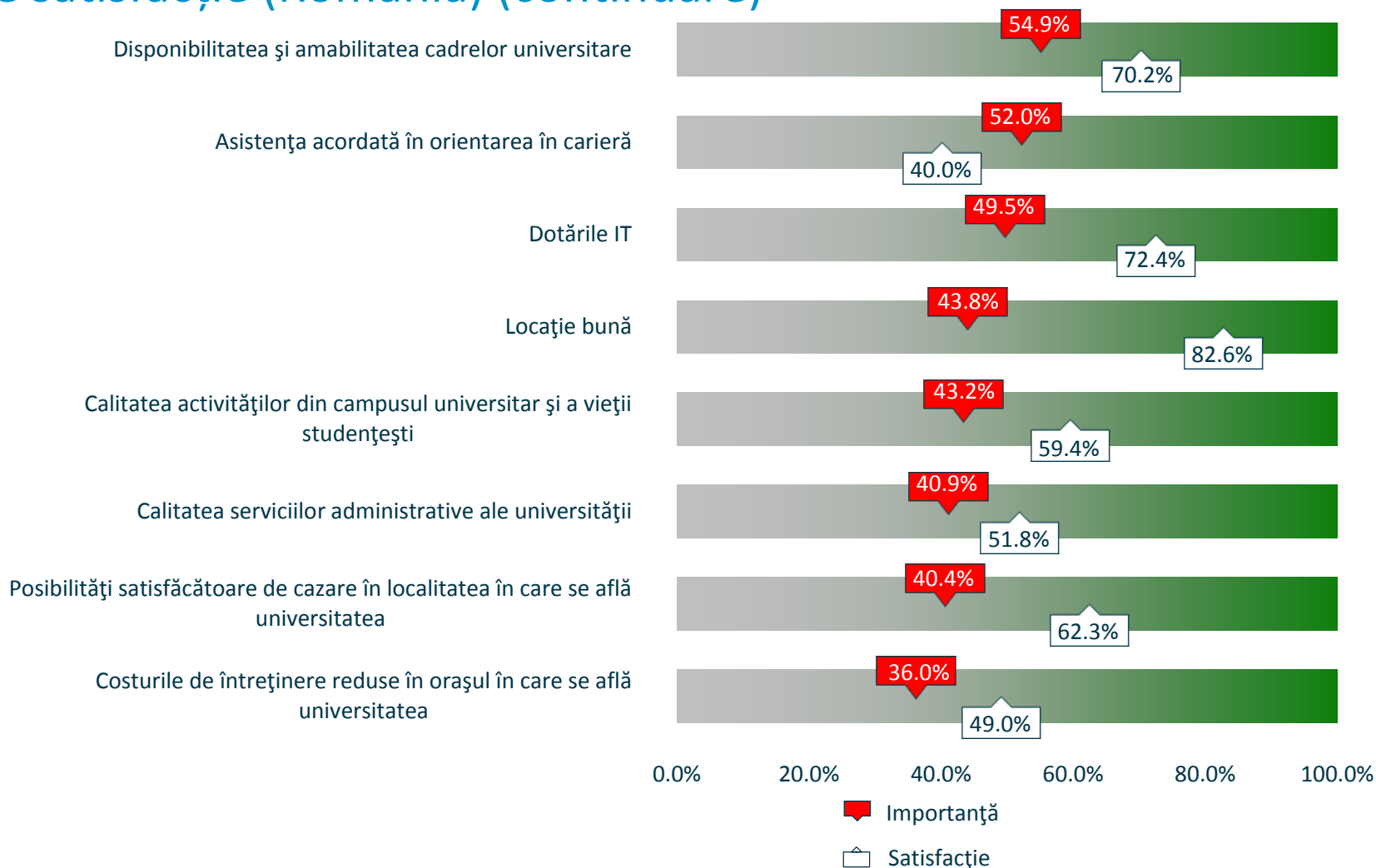
## Evaluarea performanței universității: grad de importanță vs. grad de satisfacție (România)



Care factori sunt cei mai importanți pentru dvs. atunci când alegeți o specialitate universitară sau o universitate?

În ce măsură întrunește universitatea dvs. acești factori? (Slab; Nu am nici o părere; Bine)

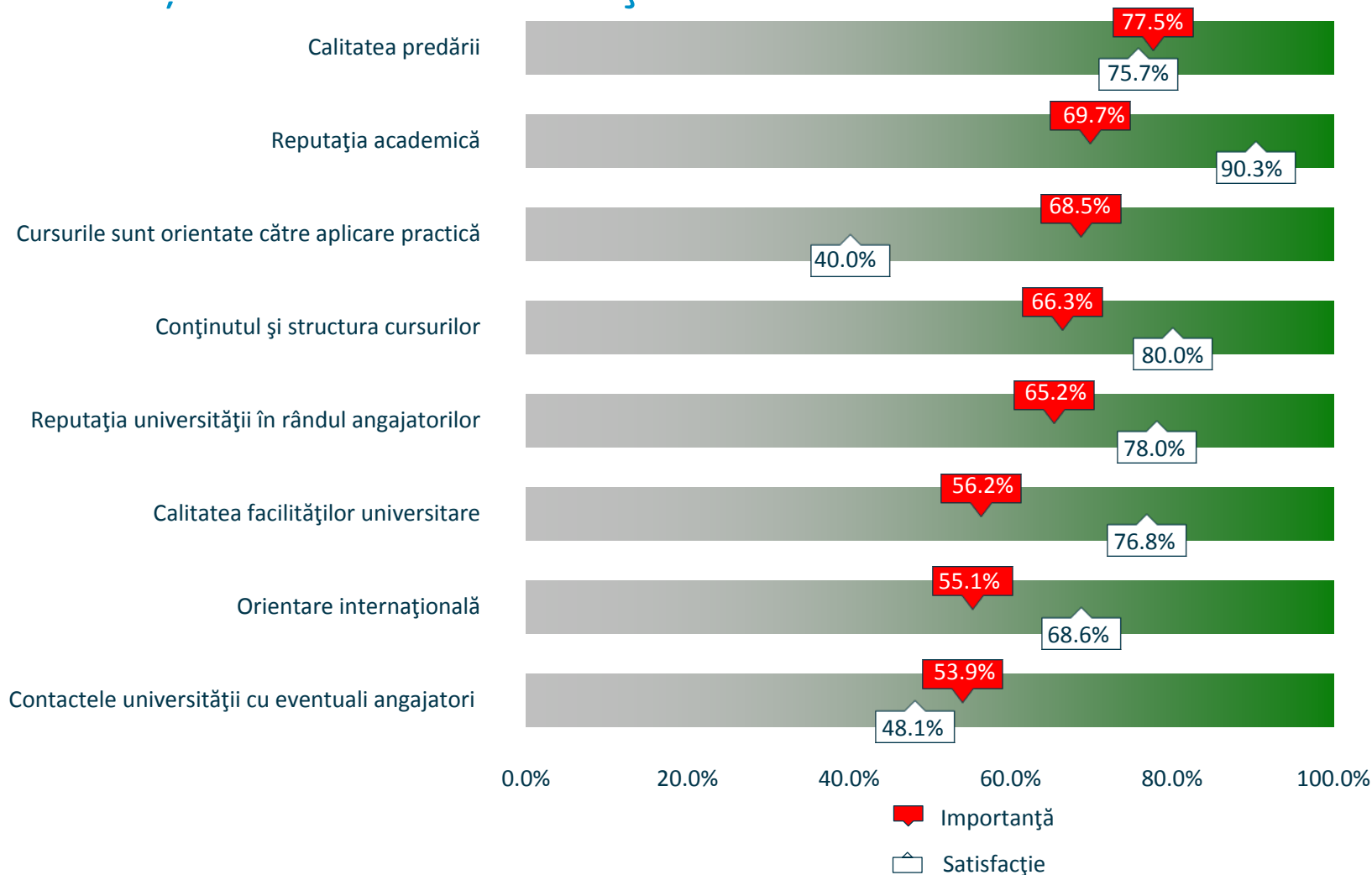
## Evaluarea performanței universității: grad de importanță vs. grad de satisfacție (România) (continuare)



Care factori sunt cei mai importanți pentru dvs. atunci când alegeți o specialitate universitară sau o universitate?

În ce măsură întrunește universitatea dvs. acești factori? (Slab; Nu am nici o părere; Bine)

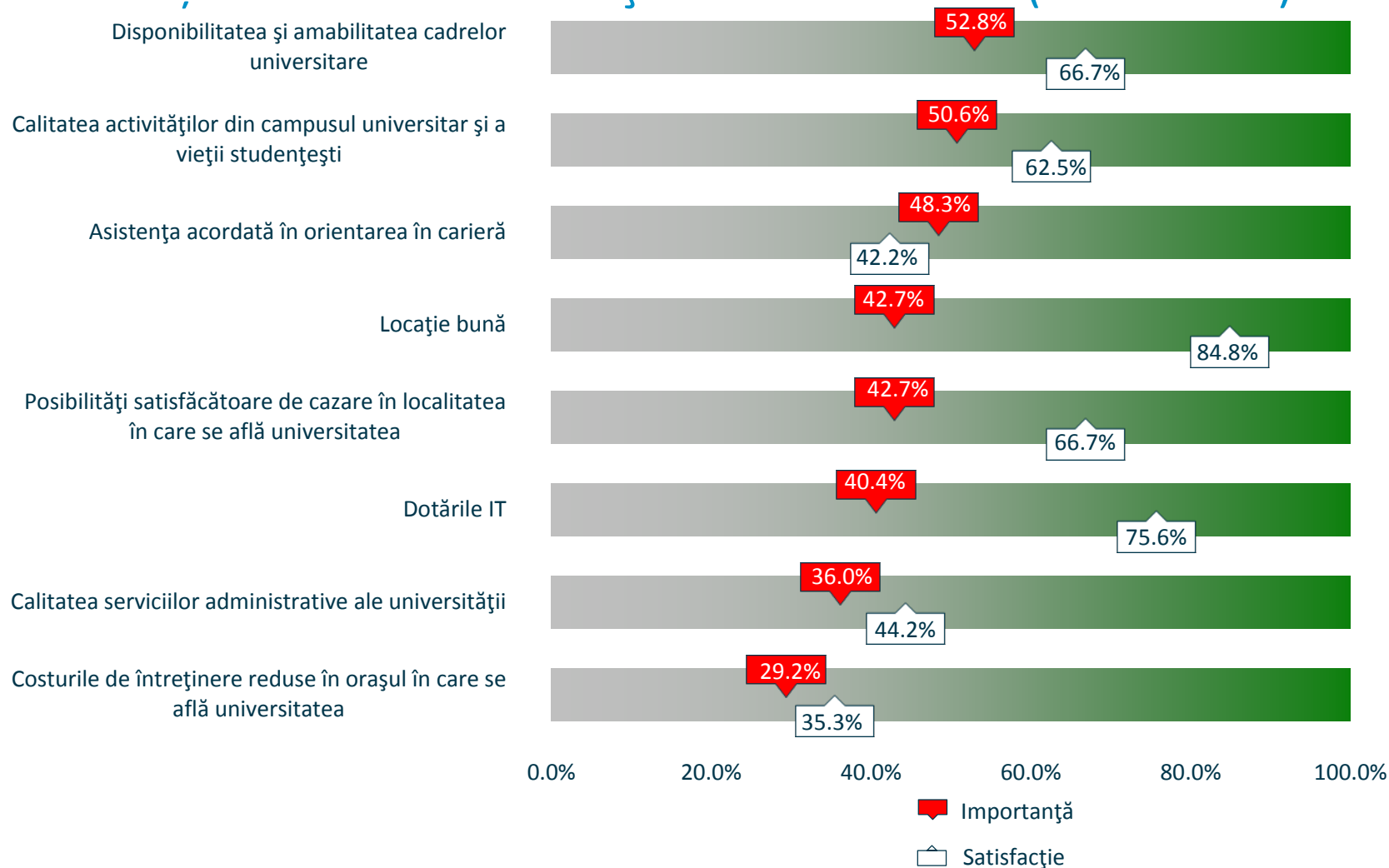
## Evaluarea performanței universității: grad de importanță vs. grad de satisfacție în cazul universității dumneavoastră



Care factori sunt cei mai importanți pentru dvs. atunci când alegeți o specialitate universitară sau o universitate?

În ce măsură întrunește universitatea dvs. acești factori? (Slab; Nu am nici o părere; Bine)

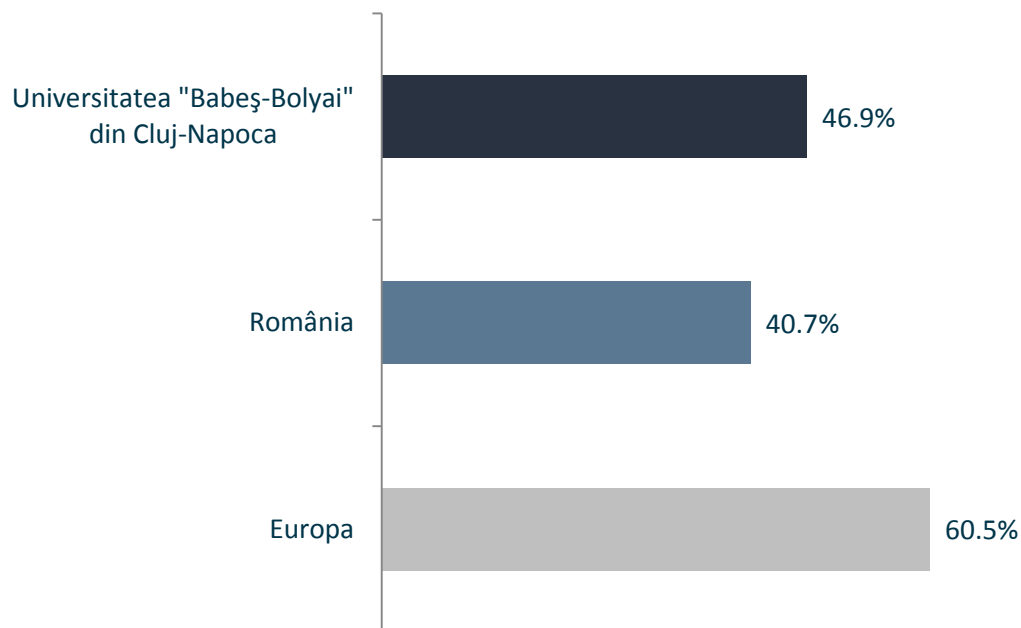
## Evaluarea performanței universității: grad de importanță vs. grad de satisfacție în cazul universității dumneavoastră (continuare)



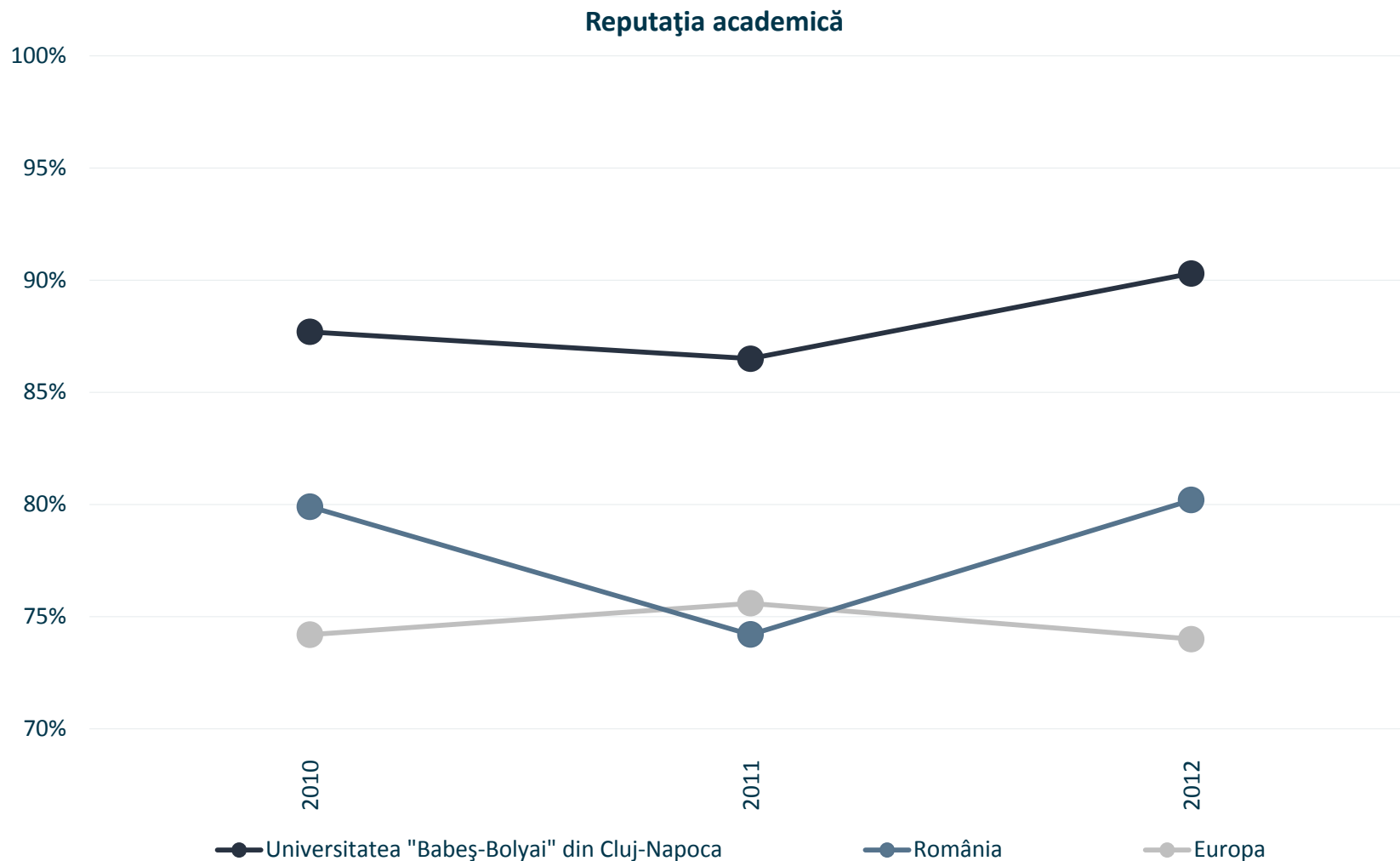
Care factori sunt cei mai importanți pentru dvs. atunci când alegeți o specialitate universitară sau o universitate?

În ce măsură întrunește universitatea dvs. acești factori? (Slab; Nu am nici o părere; Bine)

## Frecvențarea târgurilor de cariere organizate în cadrul universității



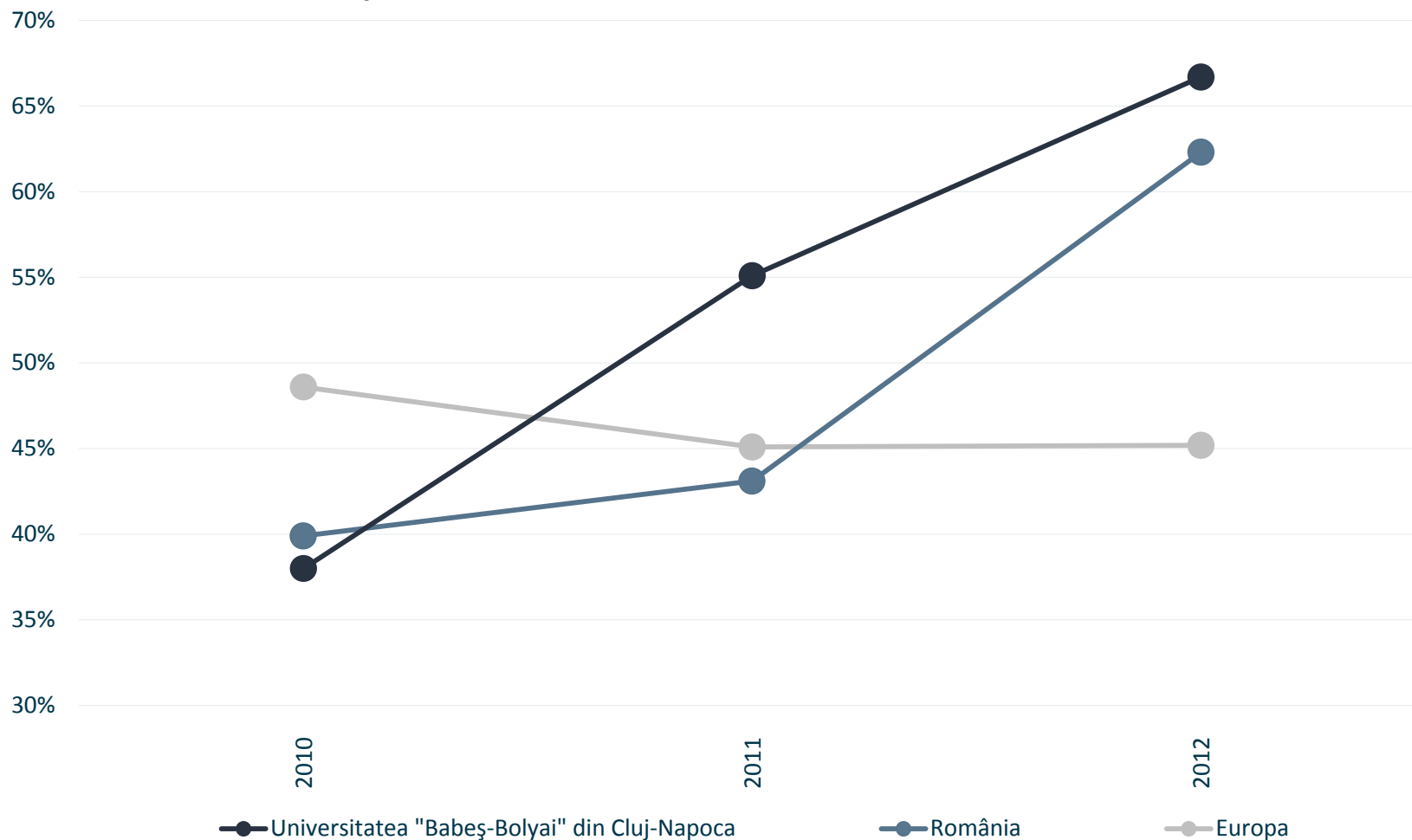
# Evaluarea performanței universității - Evoluție



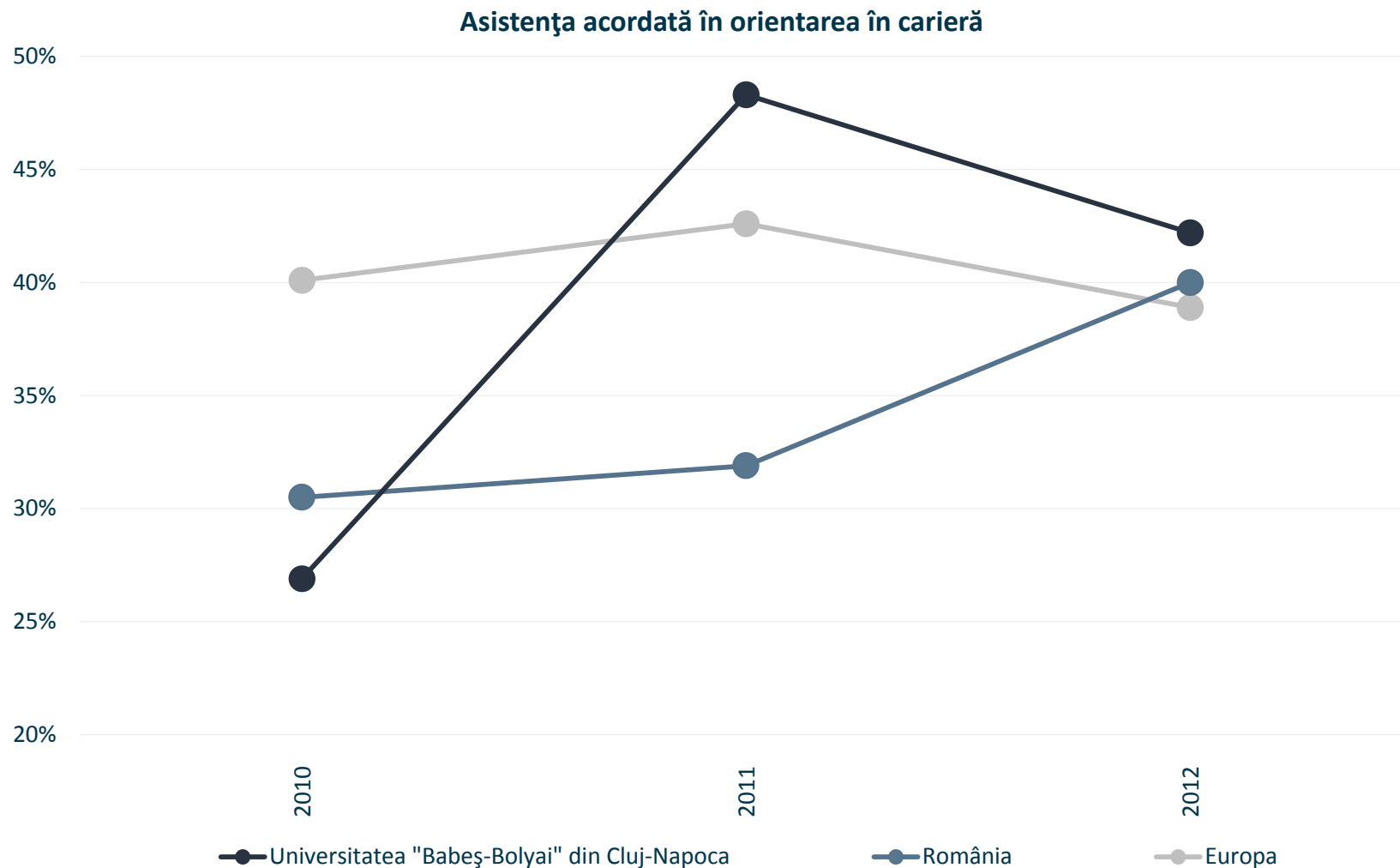


# Evaluarea performanței universității - Evoluție

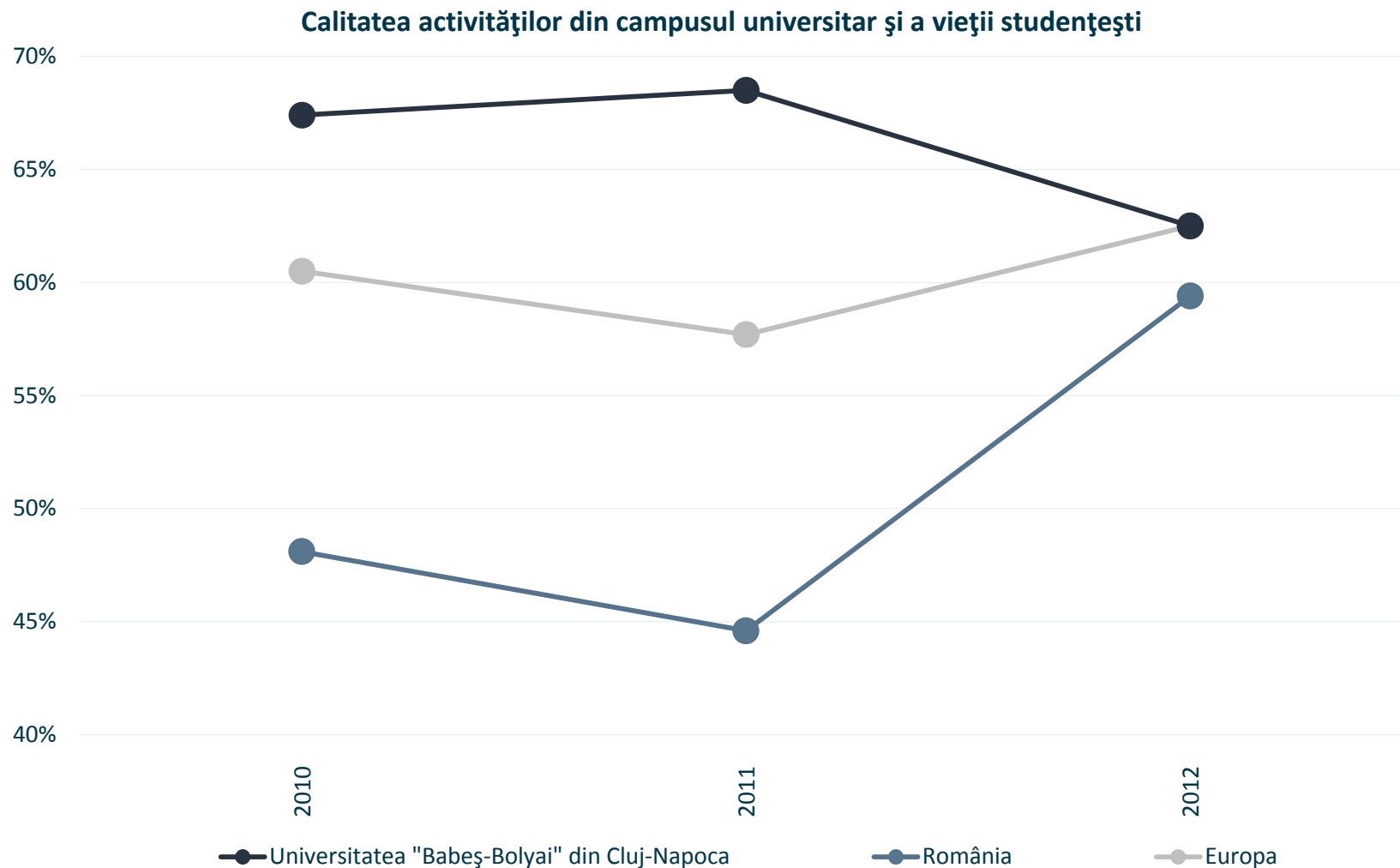
Posibilități satisfăcătoare de cazare în localitatea în care se află universitatea



# Evaluarea performanței universității - Evoluție

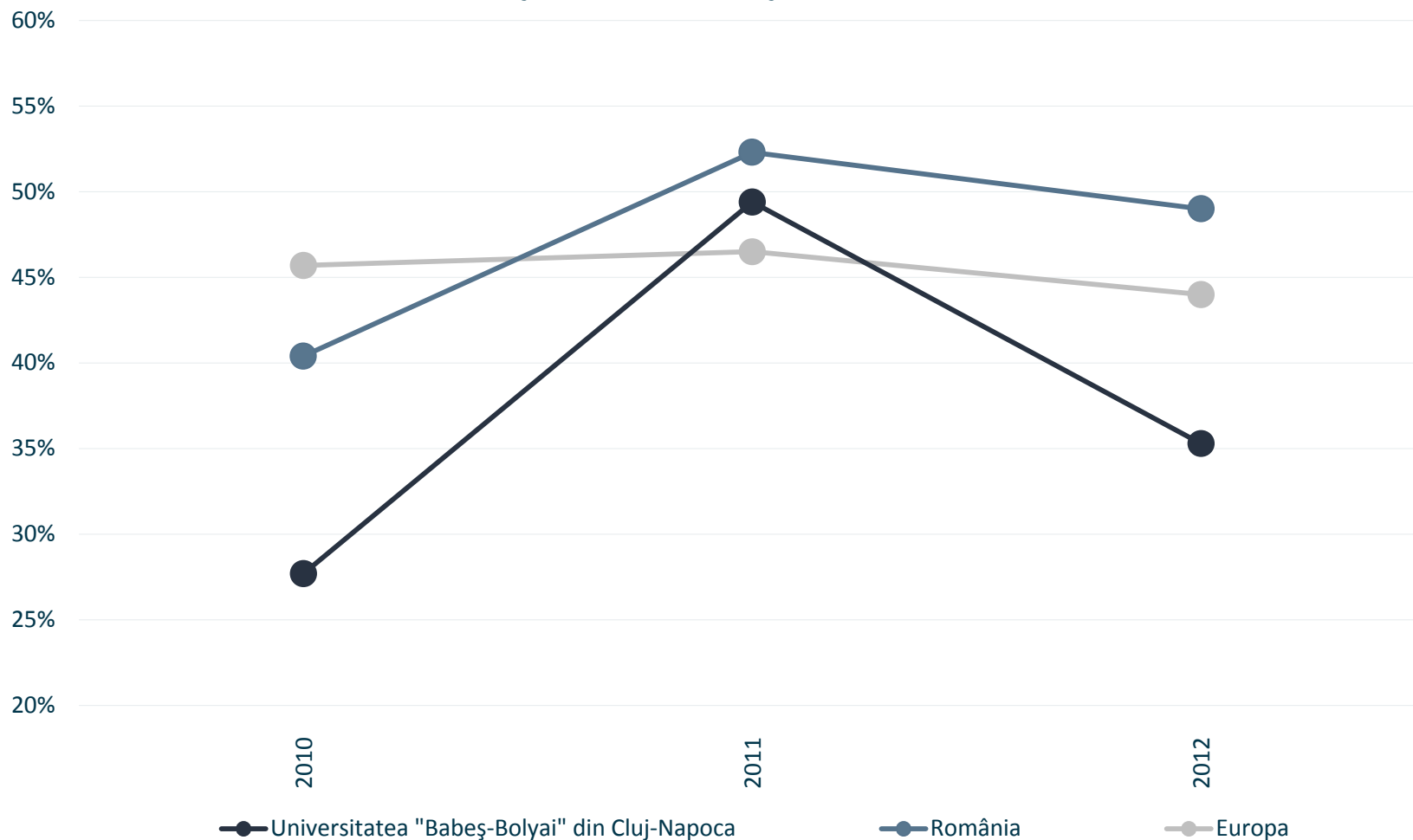


# Evaluarea performanței universității - Evoluție



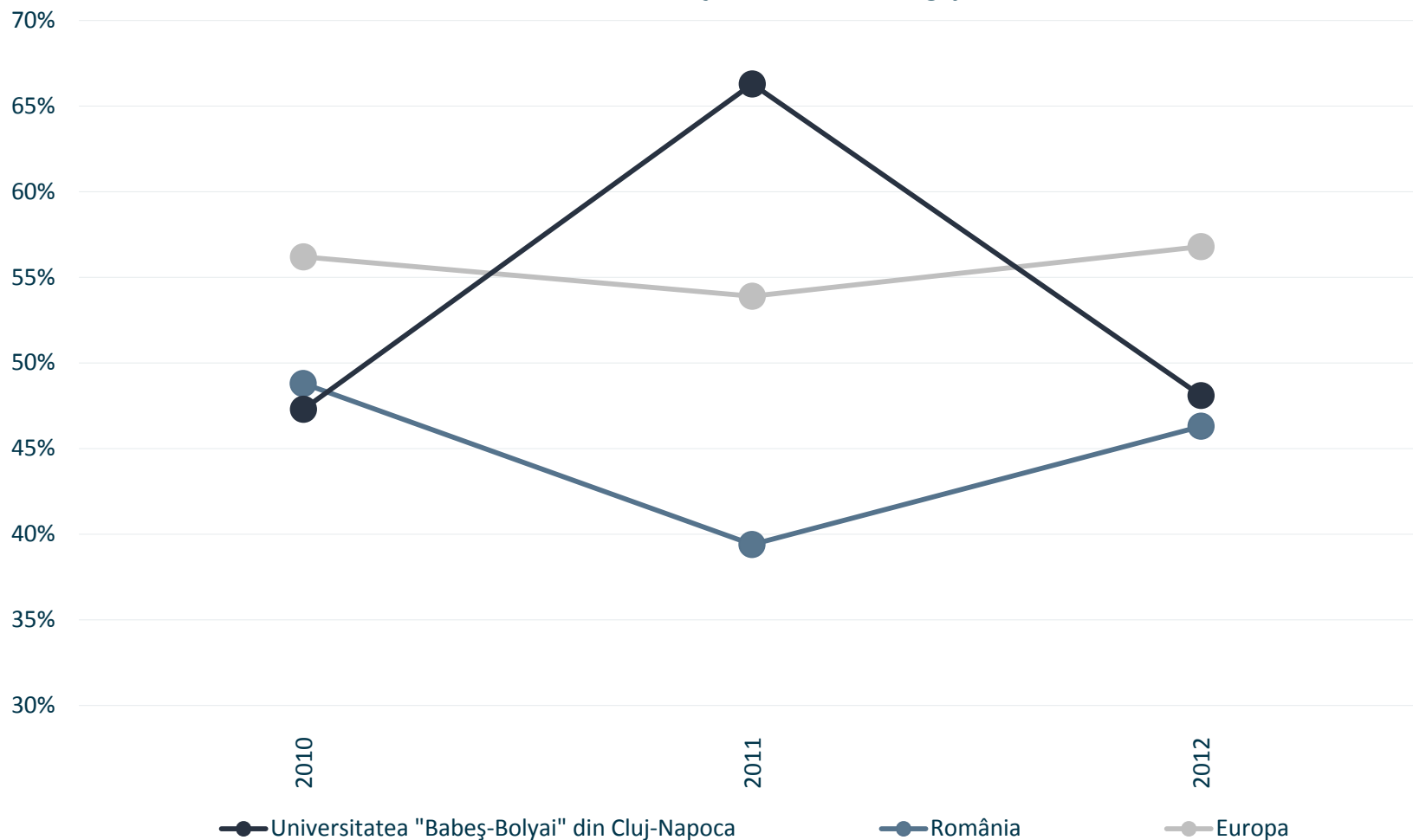
# Evaluarea performanței universității - Evoluție

Costurile de întreținere reduse în orașul în care se află universitatea

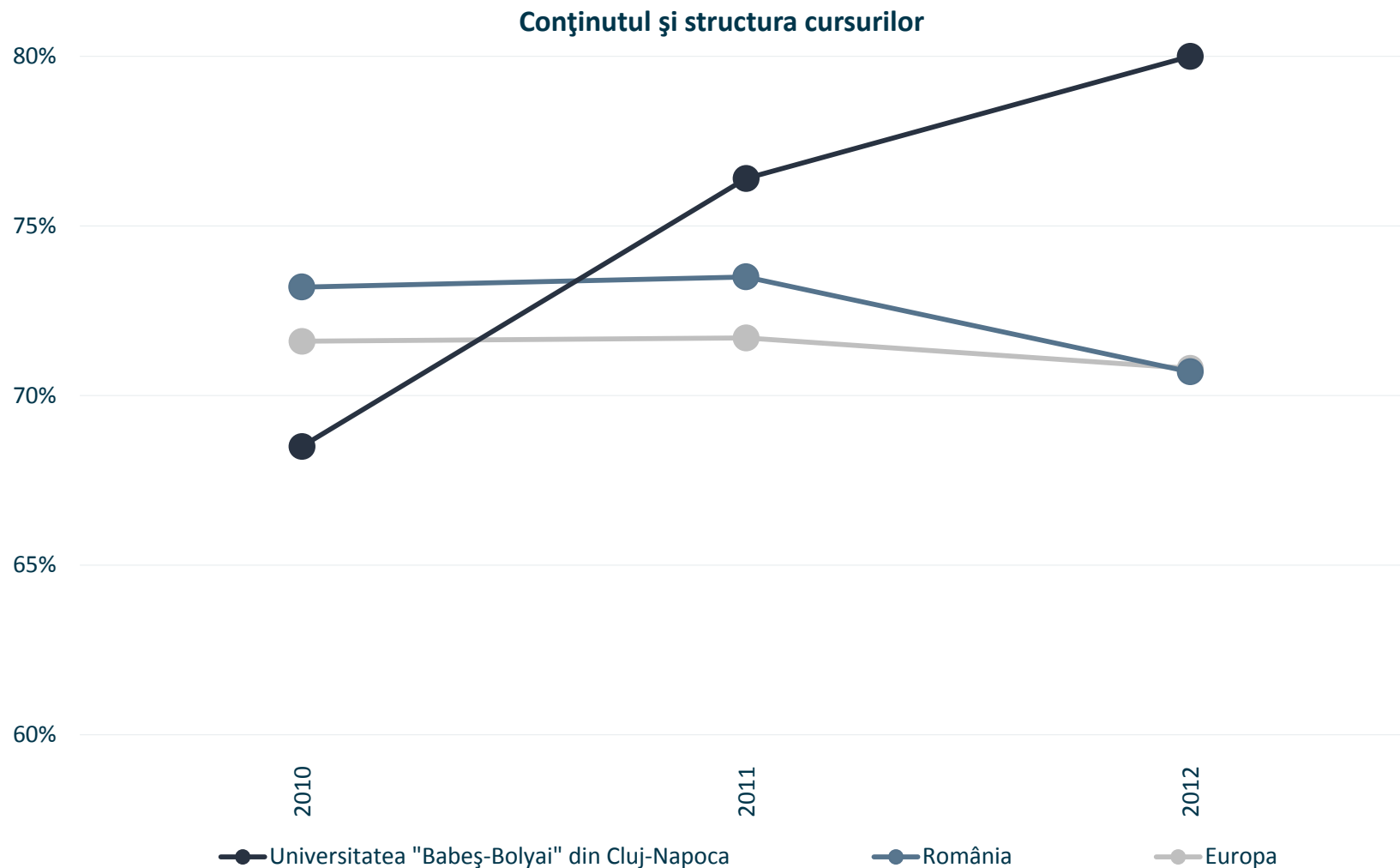


# Evaluarea performanței universității - Evoluție

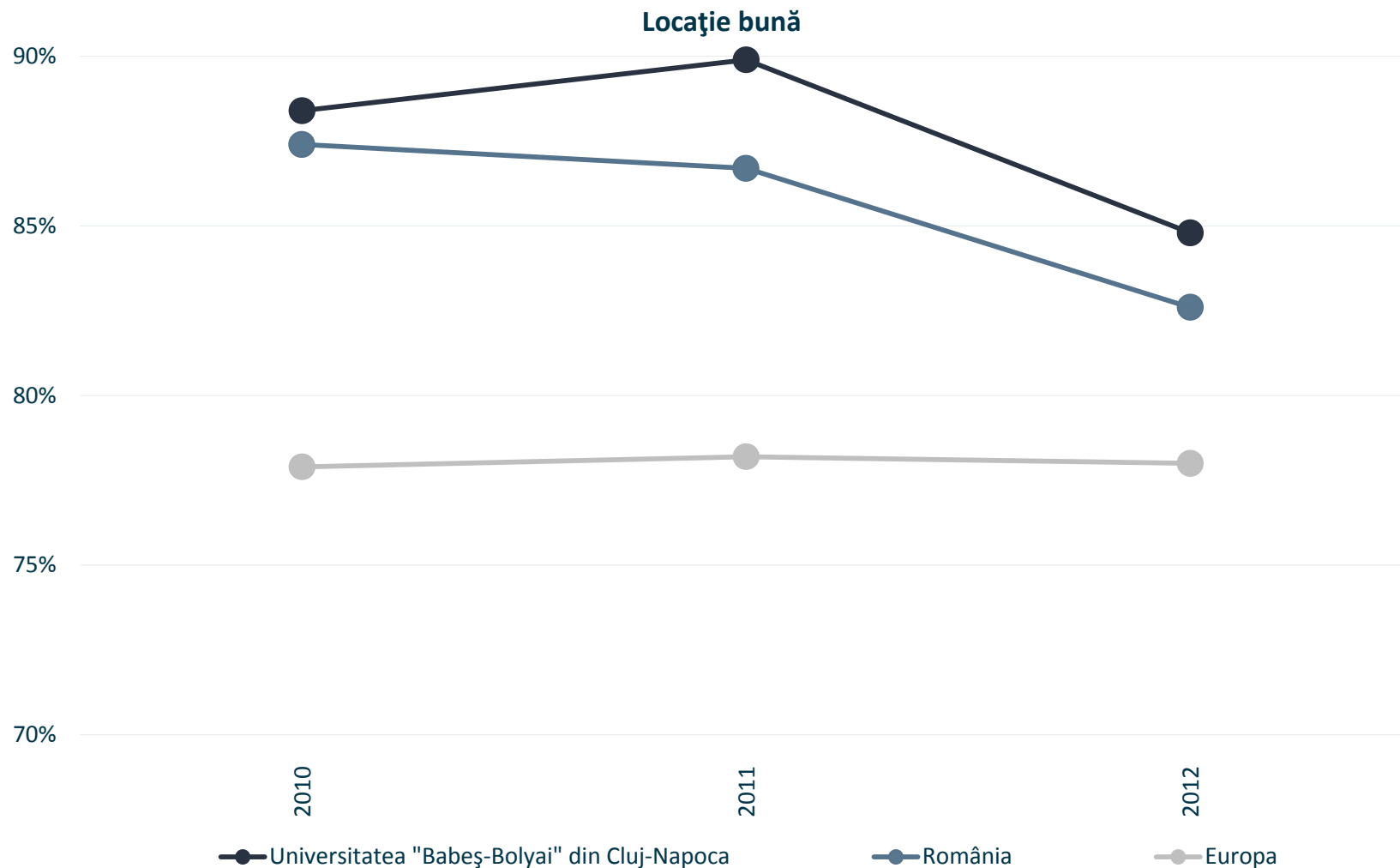
Contactele universității cu eventuali angajatori



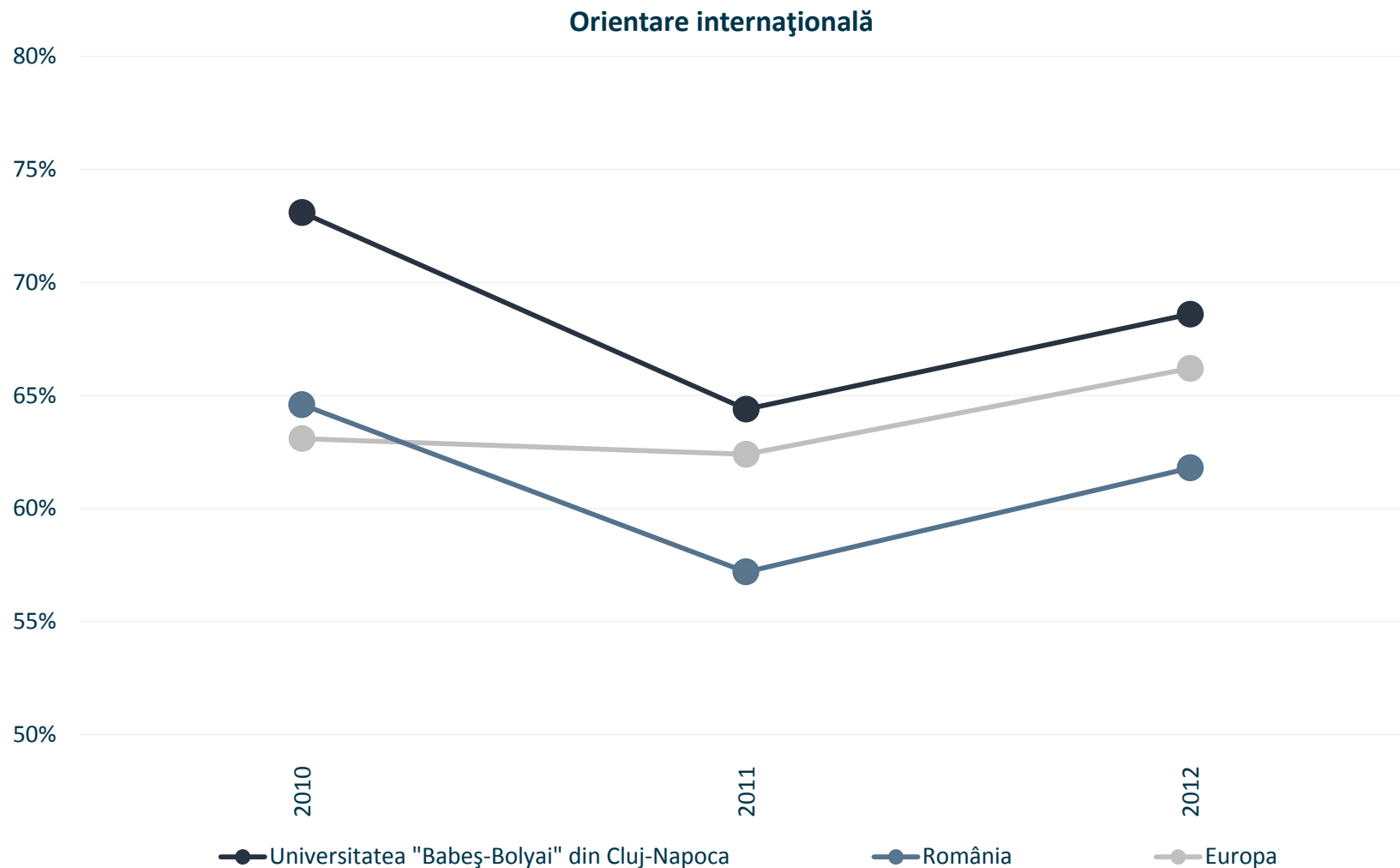
# Evaluarea performanței universității - Evoluție



## Evaluarea performanței universității - Evoluție

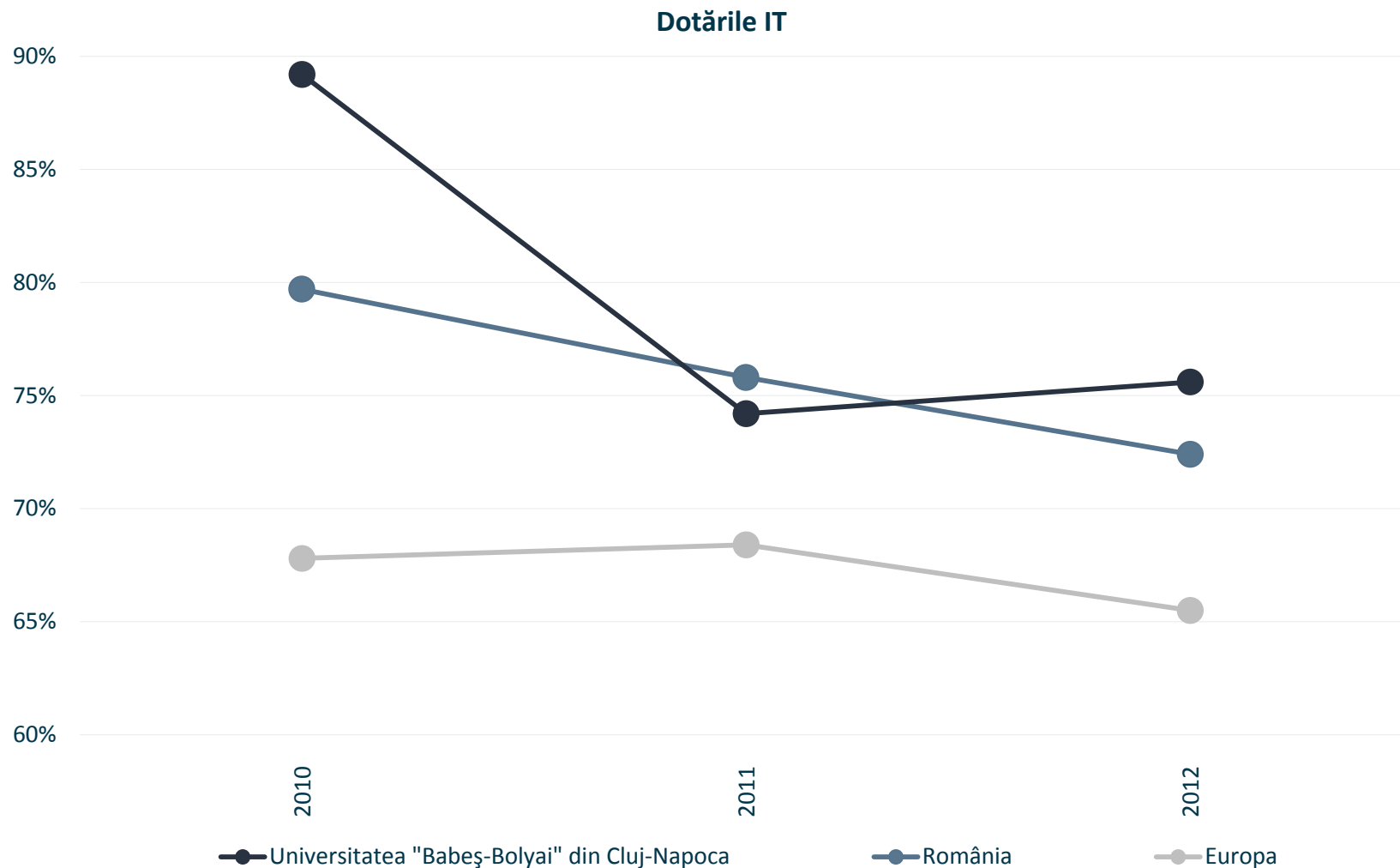


# Evaluarea performanței universității - Evoluție



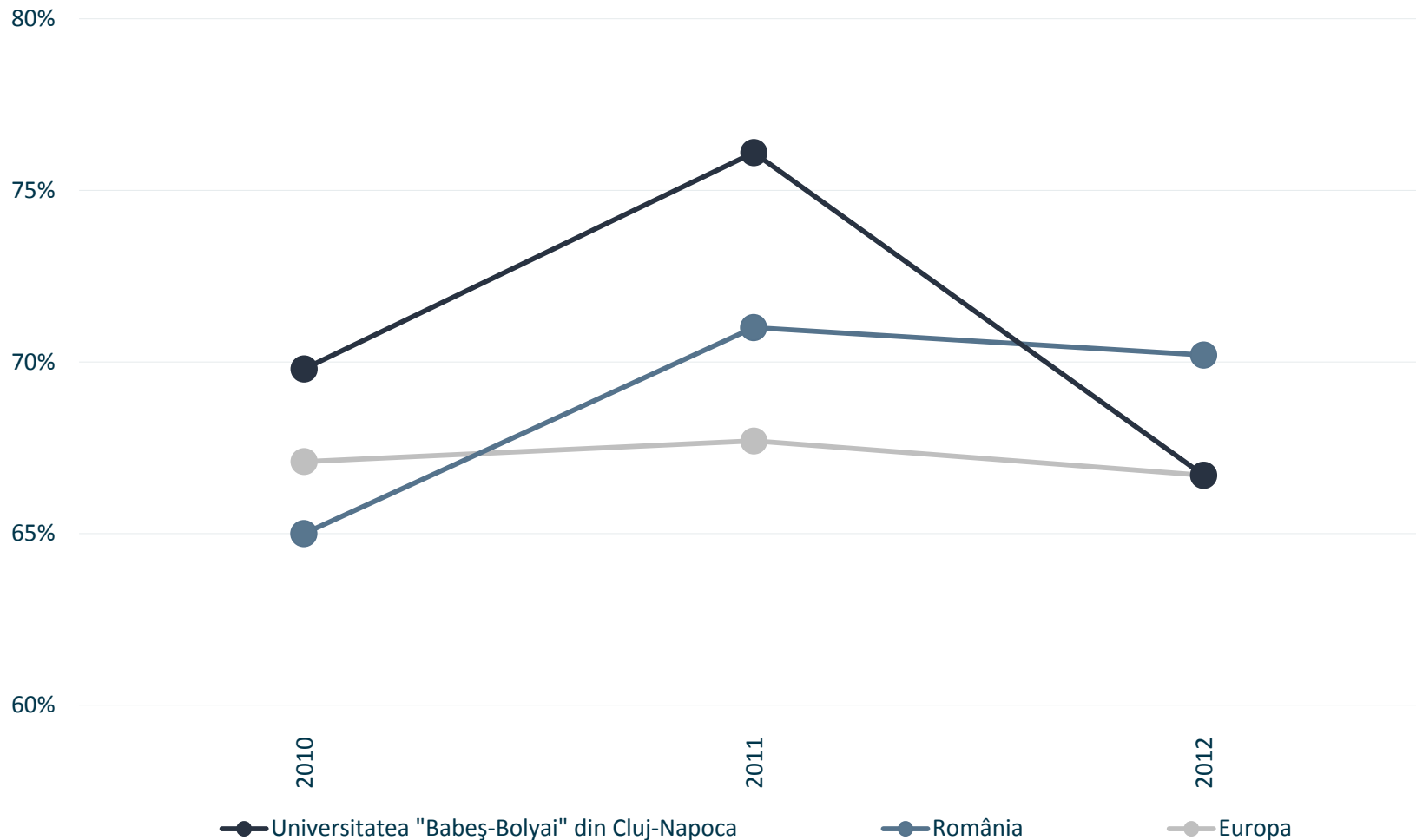


# Evaluarea performanței universității - Evoluție



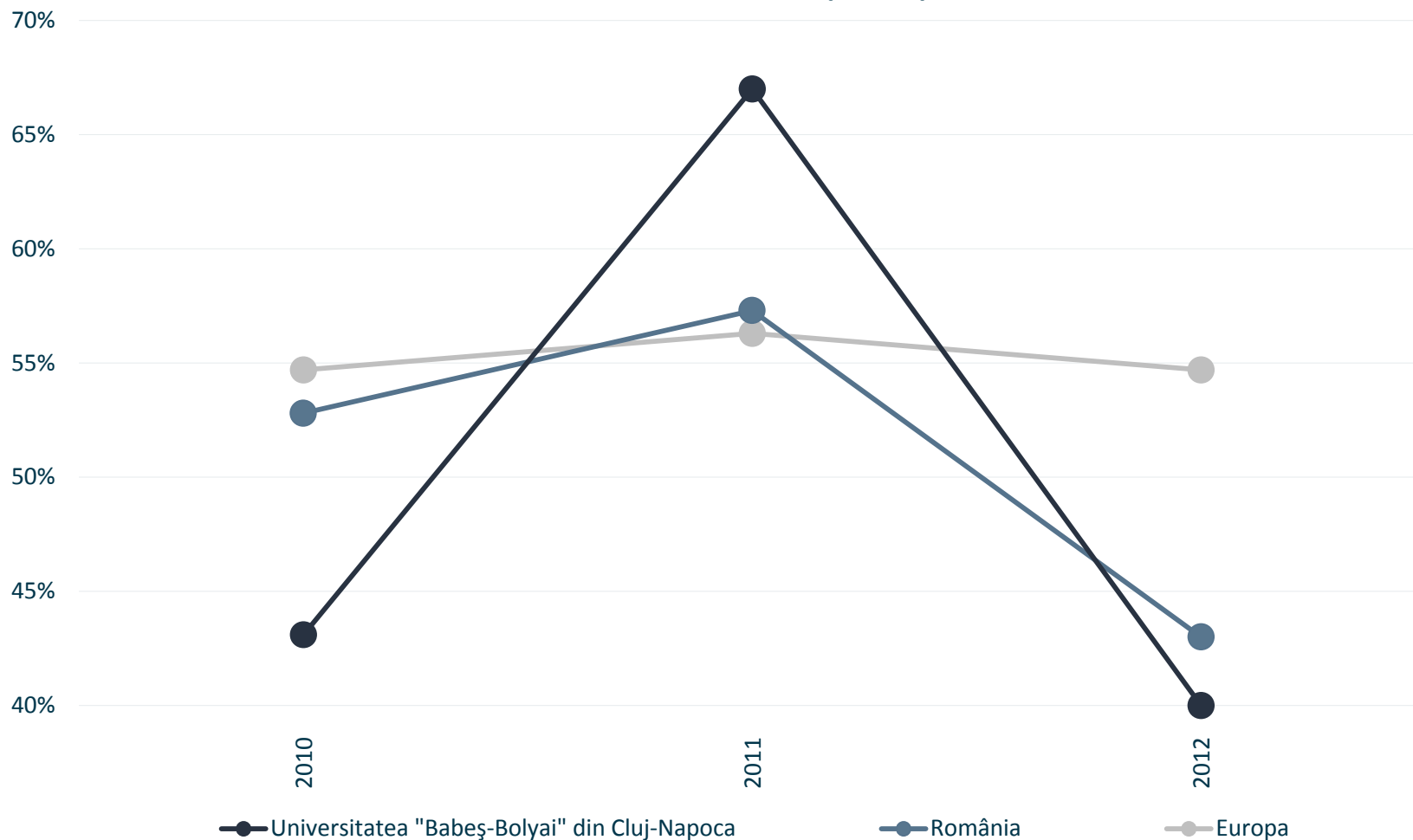
# Evaluarea performanței universității - Evoluție

Disponibilitatea și amabilitatea cadrelor universitare



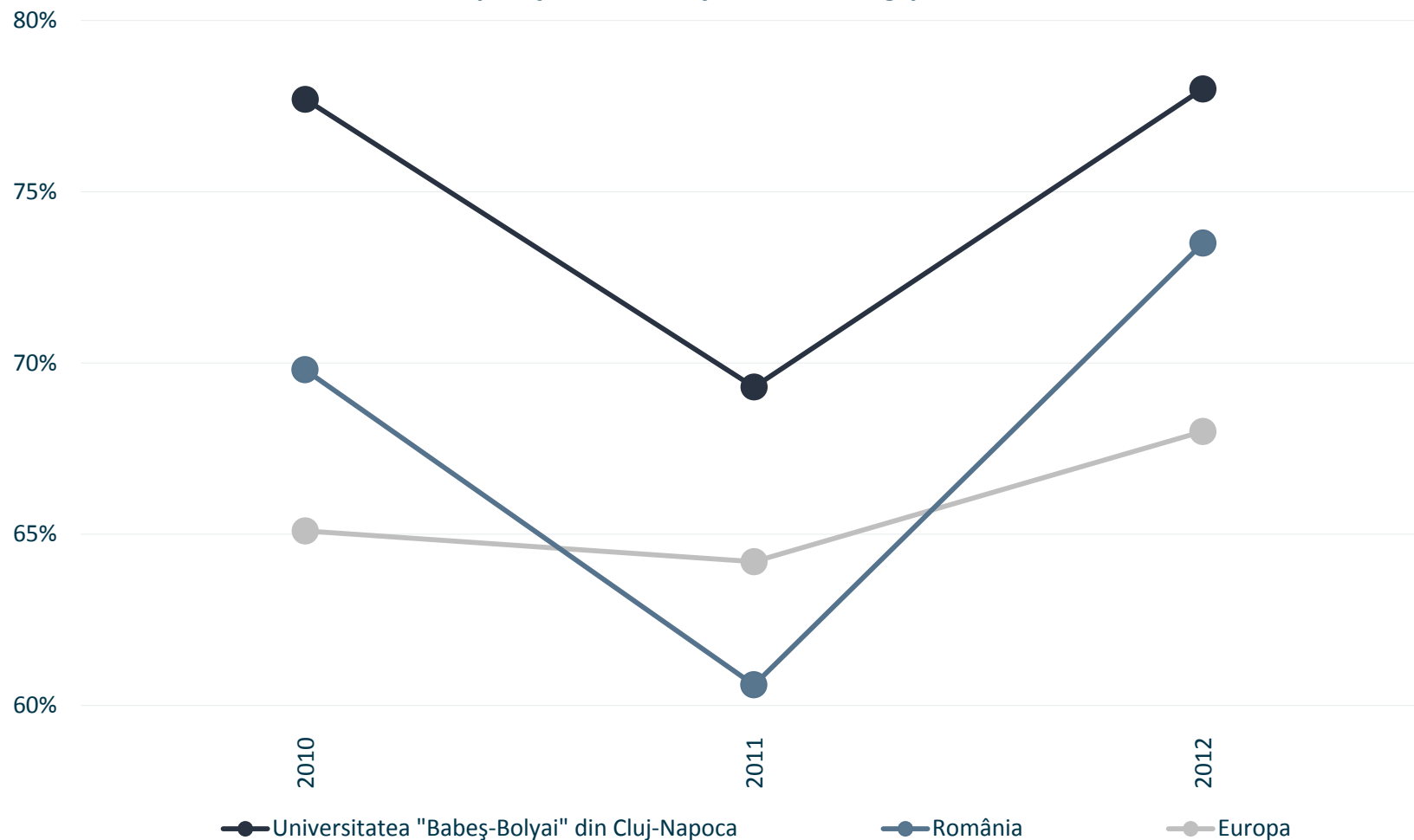
# Evaluarea performanței universității - Evoluție

Cursurile sunt orientate către aplicare practică

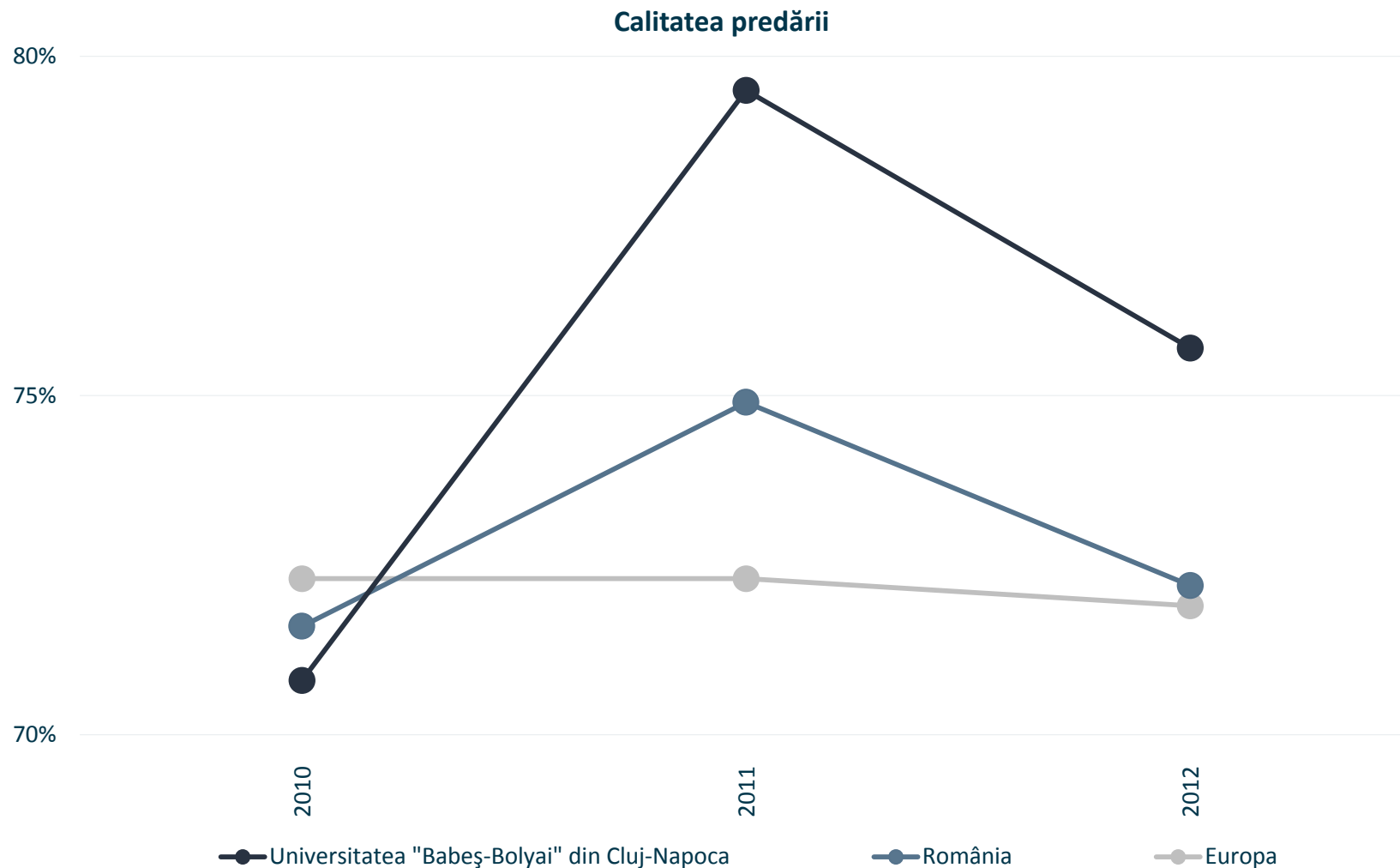


# Evaluarea performanței universității - Evoluție

Reputația universității în rândul angajatorilor

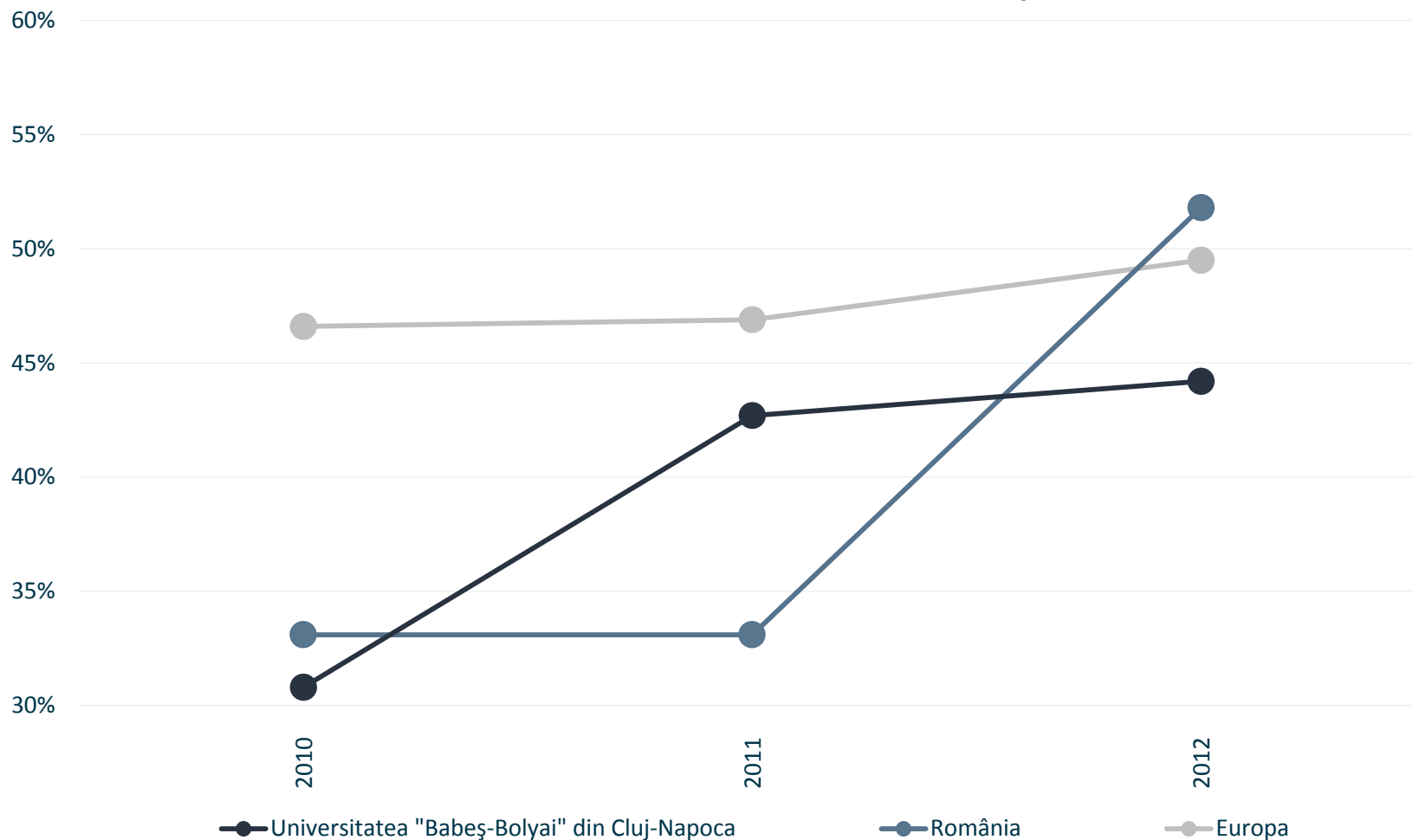


# Evaluarea performanței universității - Evoluție

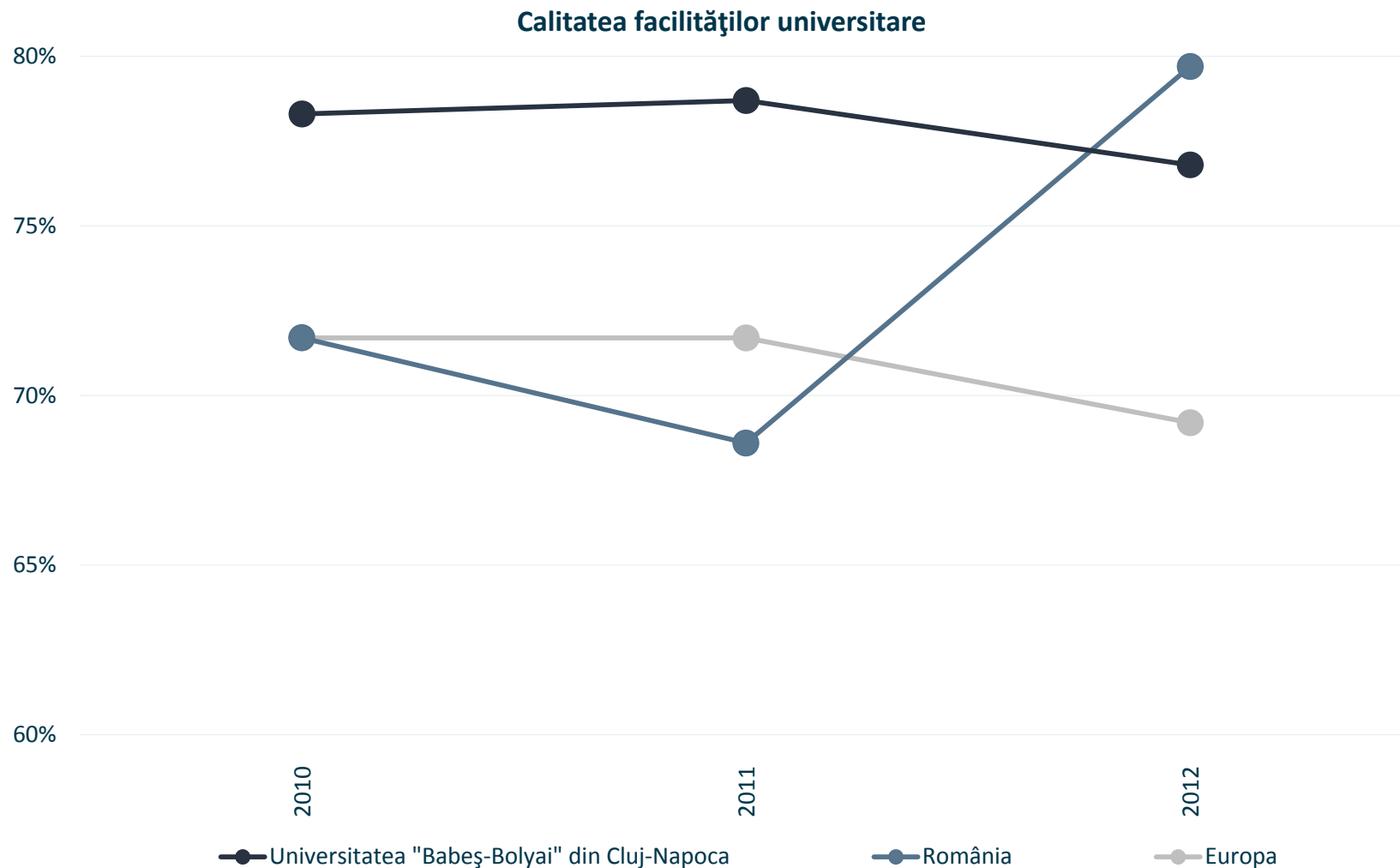


# Evaluarea performanței universității - Evoluție

Calitatea serviciilor administrative ale universității



## Evaluarea performanței universității - Evoluție



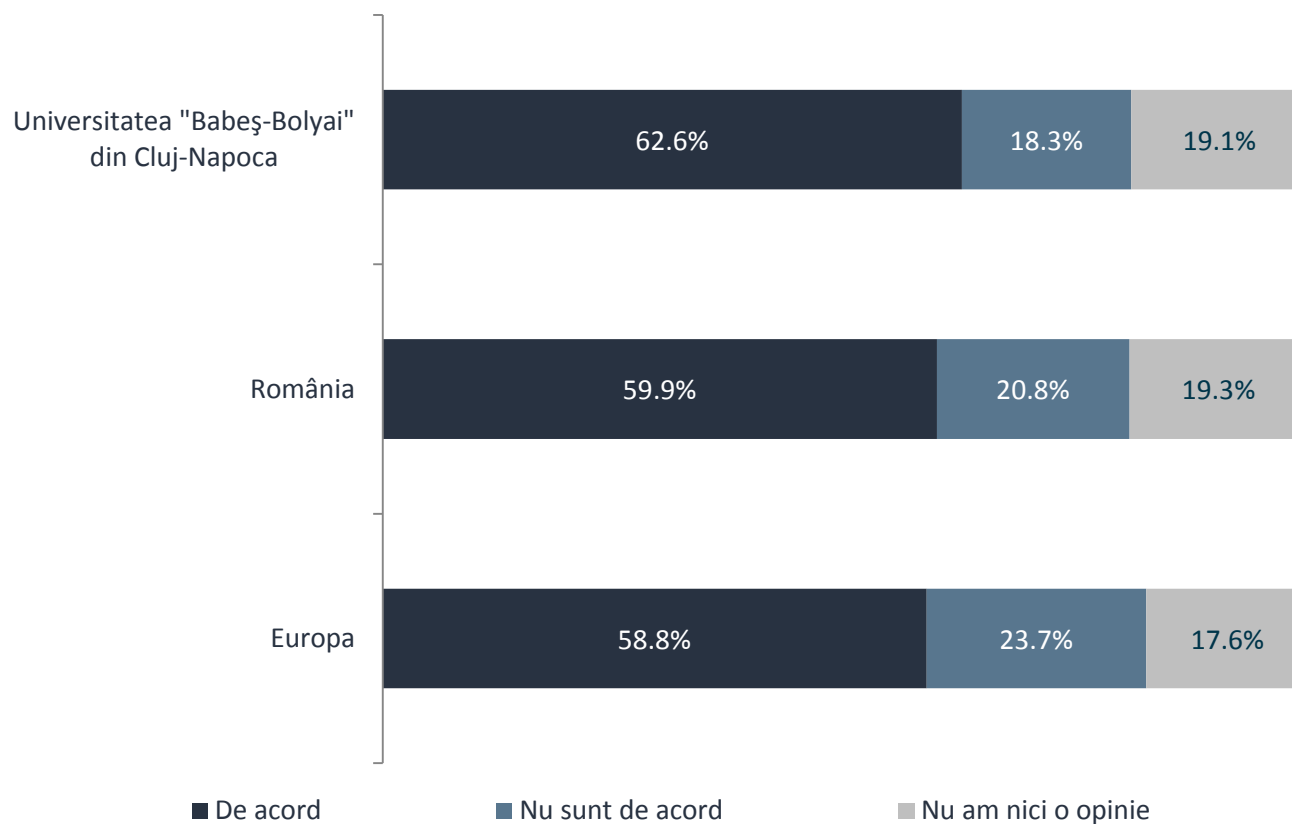
# Cuprins

1. Informații generale / Metodologie
2. Profilul studenților dintr-o privire
3. Imagine de ansamblu a profilului
4. Evaluarea universității pe scurt
5. Așteptările studenților și evaluarea universității
6. **Educație&Carieră**
7. Brandul angajatorilor și canale de comunicare

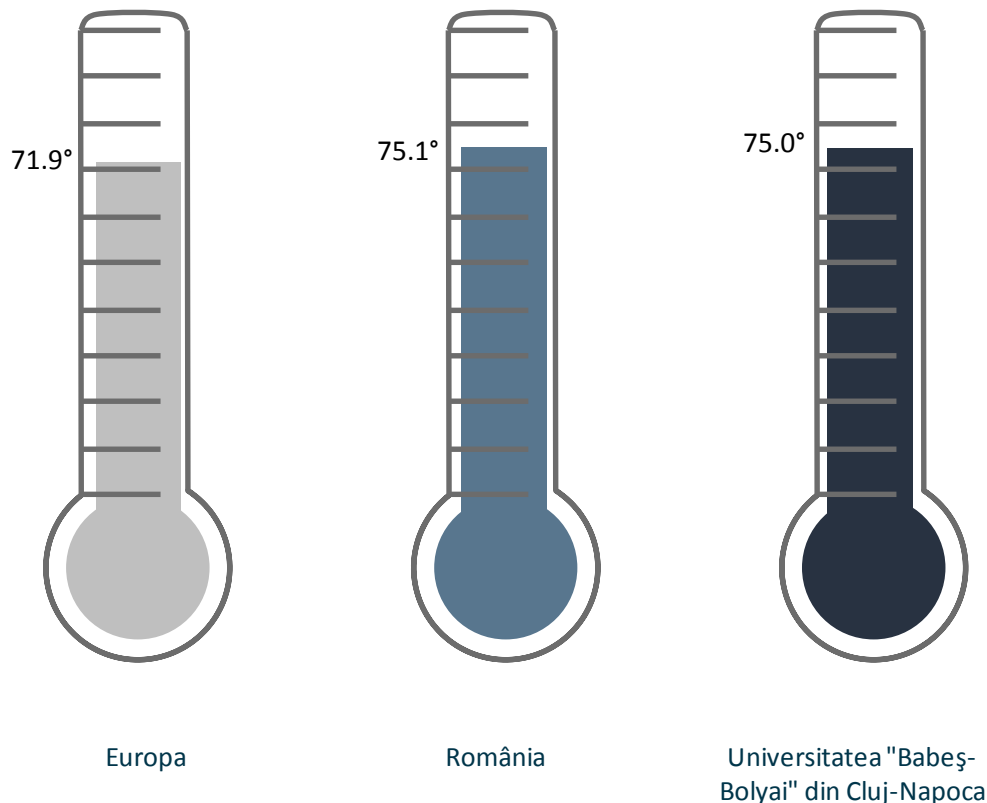


# Opinia studenților

Sunt îngrijorat în privința viitoarei mele cariere.



## Indicator al optimismului

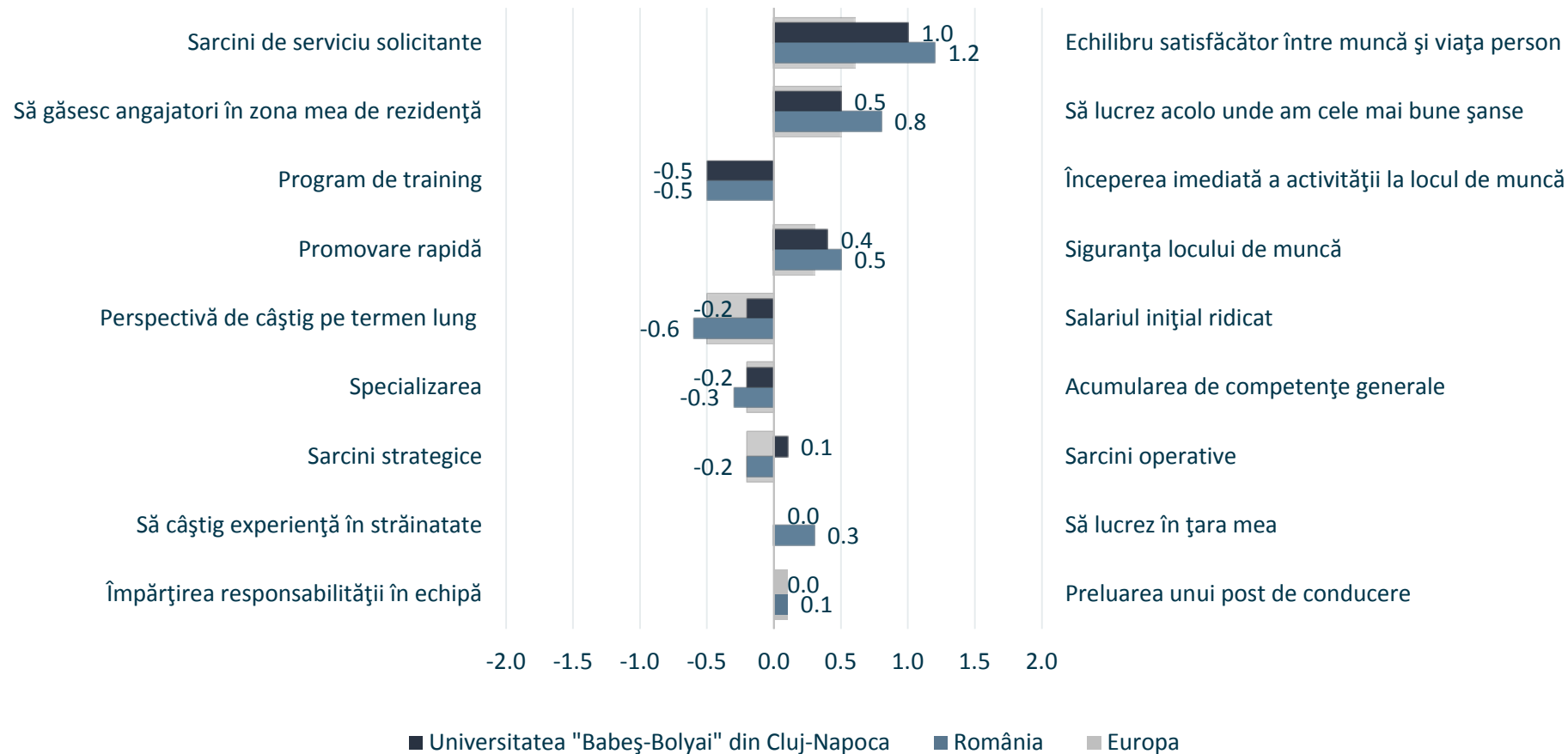


Indexul de optimism trendence este un indicator pentru gradul de încredere al absolvenților privind perspectivele unui loc de muncă. A fost calculat pe baza a doi parametri, care au fost aleși anual ca parte a evaluării procesului de solicitare a locurilor de muncă. 1) Numărul de solicitări considerat necesar. 2) Durata de timp necesară pentru obținerea unui loc de muncă. Valoarea cea mai mare posibilă 100 simbolizează o "supraîncălzire" a pieței: pe o astfel de piață fiecare absolvent ar găsi un loc de muncă în cel mai scurt timp și cu efort minim.

Câte luni apreciați că va dura (respectiv a durat) căutarea locului de muncă adecvat?

Câte cereri de angajare apreciați că va fi nevoie să trimiteți (respectiv câte ați trimis) în timpul căutării unui loc de muncă?

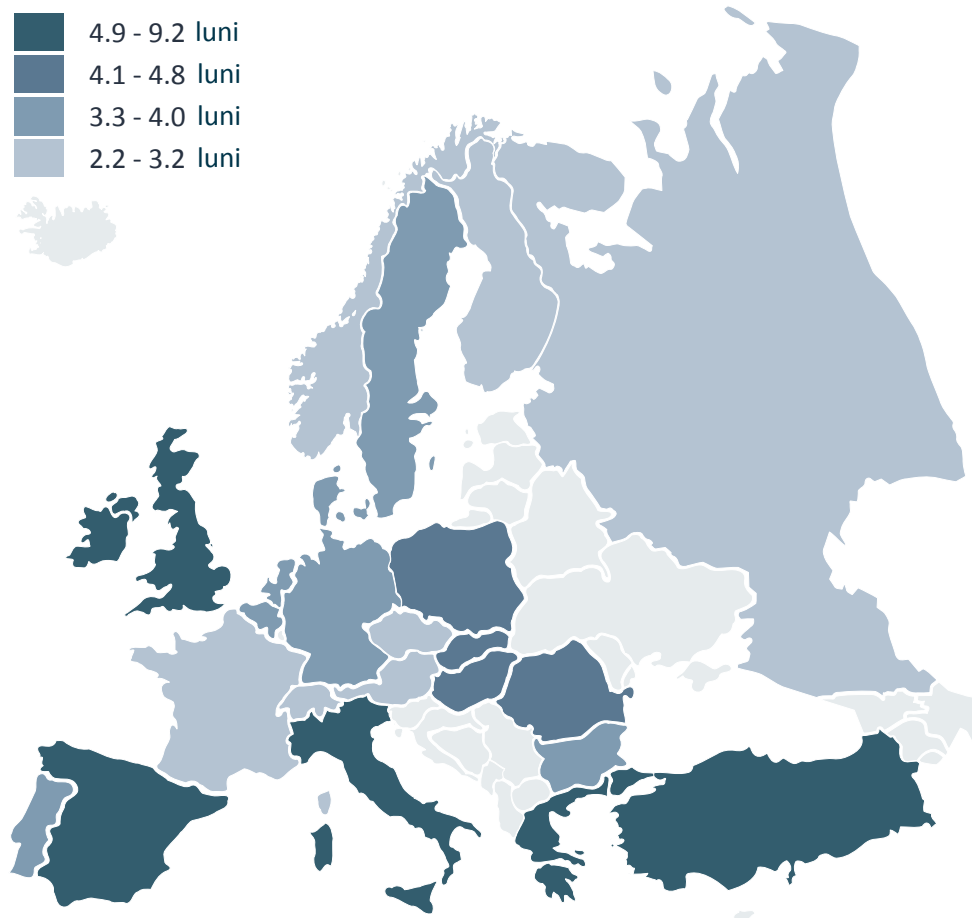
# Priorități în carieră



Care dintre următorii factori sunt deosebit de importanți pentru dvs. când vă gândiți la activitatea profesională de după terminarea studiilor?

Respondenților li s-a solicitat să indice perechile opuse de factori referitori la locuri de muncă pentru absolvenți listate mai sus pe care le preferă și intensitatea preferinței lor. Cu cât linia se întinde mai mult la dreapta sau la stânga în diagramă, cu atât criteriile corespunzătoare definesc mai mult prioritatea studentului în carieră.

## Procesul de aplicare pentru locuri de muncă: estimarea duratei de timp necesare pentru a găsi primul loc de muncă

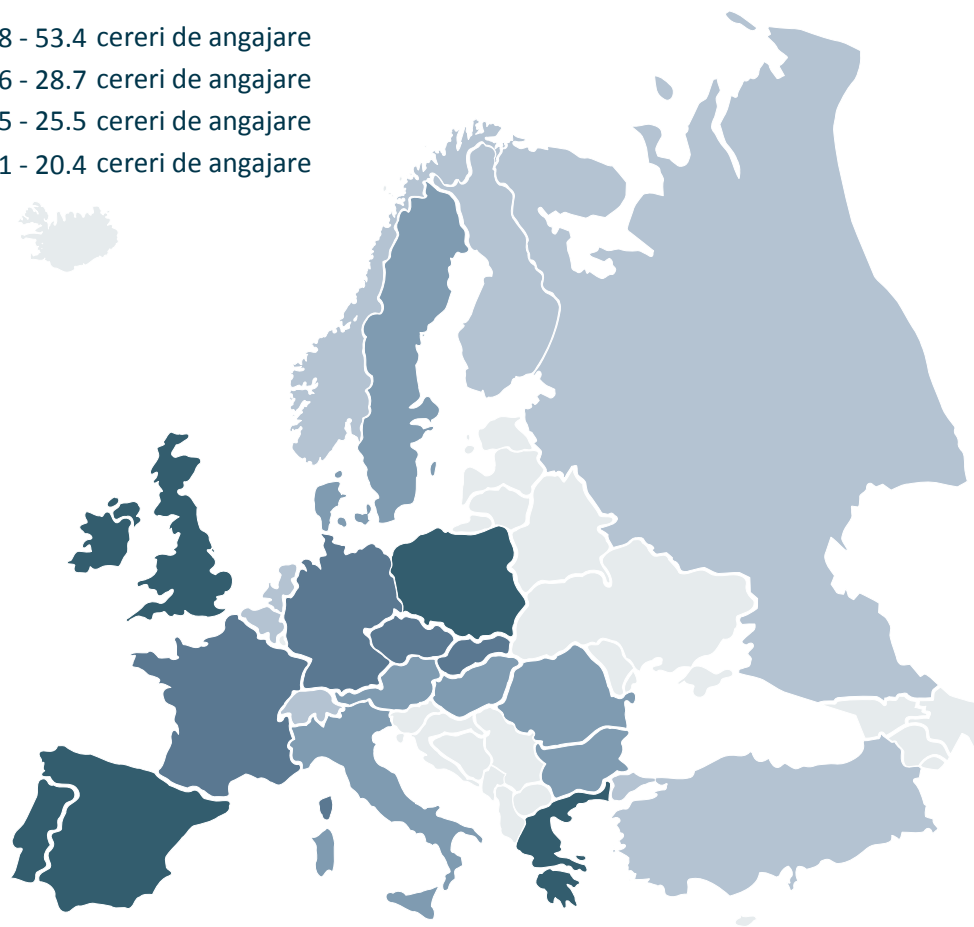
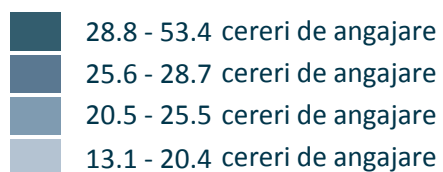


## Procesul de aplicare pentru locuri de muncă: estimarea duratei de timp necesare pentru a găsi primul loc de muncă (continuare)

Țara	luni
<b>Europa</b>	<b>4.4</b>
Austria	2.8
Belgia	3.4
Bulgaria	3.4
Danemarca	3.7
Elveția	3.0
Finlanda	3.0
Franța	3.2
Germania	3.9
Grecia	9.2
Irlanda	5.5
Italia	5.5
Marea Britanie	5.4

Țara	luni
Norvegia	2.7
Olanda	3.8
Polonia	4.8
Portugalia	4.0
Republica Cehă	3.2
<b>România</b>	<b>4.7</b>
Rusia	2.2
Slovacia	4.2
Spania	7.3
Suedia	4.0
Turcia	5.2
Ungaria	4.1
<b>Universitatea "Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca</b>	<b>2012</b>
	<b>2011</b>
	<b>4.8</b>
	<b>5.0</b>

## Procesul de aplicare pentru locuri de muncă: estimarea numărului de solicitări necesare pentru a găsi primul loc de muncă



## Procesul de aplicare pentru locuri de muncă: estimarea numărului de solicitări necesare pentru a găsi primul loc de muncă (continuare)

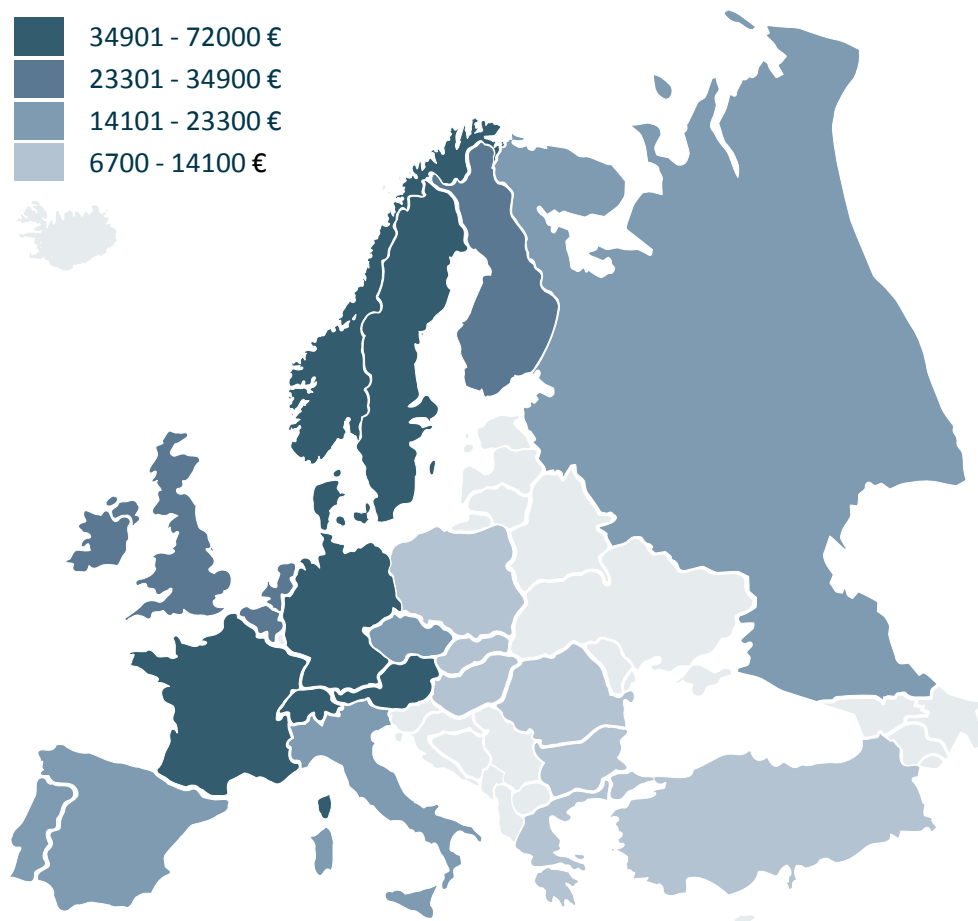
Țara	Numărul de aplicări pentru
<b>Europa</b>	<b>28.5</b>
Austria	21.2
Belgia	15.0
Bulgaria	25.5
Danemarca	23.4
Elveția	17.5
Finlanda	18.8
Franța	28.7
Germania	26.7
Grecia	53.4
Irlanda	34.1
Italia	25.5
Marea Britanie	34.1

Țara	Numărul de aplicări pentru
Norvegia	13.1
Olanda	13.8
Polonia	40.8
Portugalia	29.0
Republica Cehă	26.3
<b>România</b>	<b>24.7</b>
Rusia	14.3
Slovacia	26.3
Spania	46.2
Suedia	20.8
Turcia	20.4
Ungaria	24.9
<b>Universitatea "Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca</b>	<b>2012 24.7</b>
	<b>2011 34.2</b>





## Așteptări privind primul loc de muncă: salariul anual brut vizat

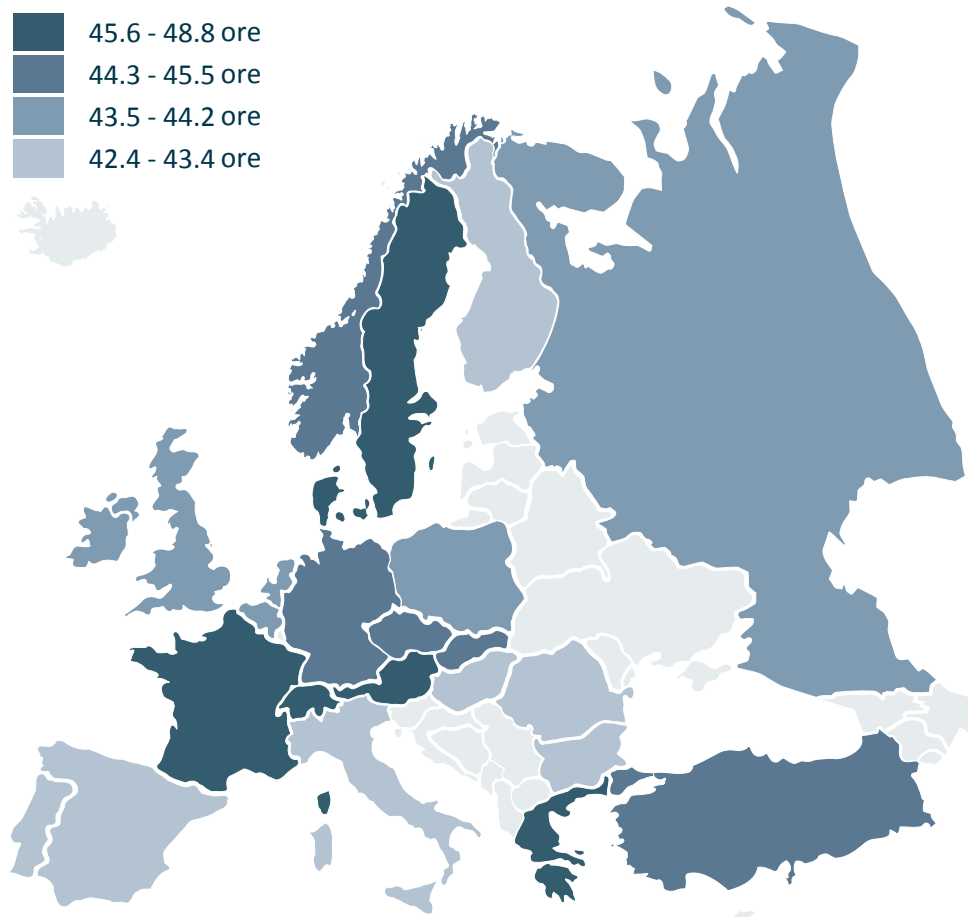


## Așteptări privind primul loc de muncă: salariul anual brut vizat (continuare)

Țara	€
<b>Europa</b>	<b>21,524 €</b>
Austria	34,921 €
Belgia	28,052 €
Bulgaria	6,729 €
Danemarca	55,381 €
Elveția	71,005 €
Finlanda	34,830 €
Franța	39,380 €
Germania	43,300 €
Grecia	14,074 €
Irlanda	27,034 €
Italia	23,265 €
Marea Britanie	26,051 €

Țara	€
Norvegia	58,100 €
Olanda	29,991 €
Polonia	9,051 €
Portugalia	16,145 €
Republica Cehă	14,306 €
<b>România</b>	<b>8,680 €</b>
Rusia	15,589 €
Slovacia	12,855 €
Spania	22,298 €
Suedia	40,793 €
Turcia	12,298 €
Ungaria	9,234 €
<b>Universitatea "Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca</b>	<b>2012 7,678 €</b>
	<b>2011 8,592 €</b>

# Așteptări privind primul loc de muncă: numărul așteptat de ore de muncă

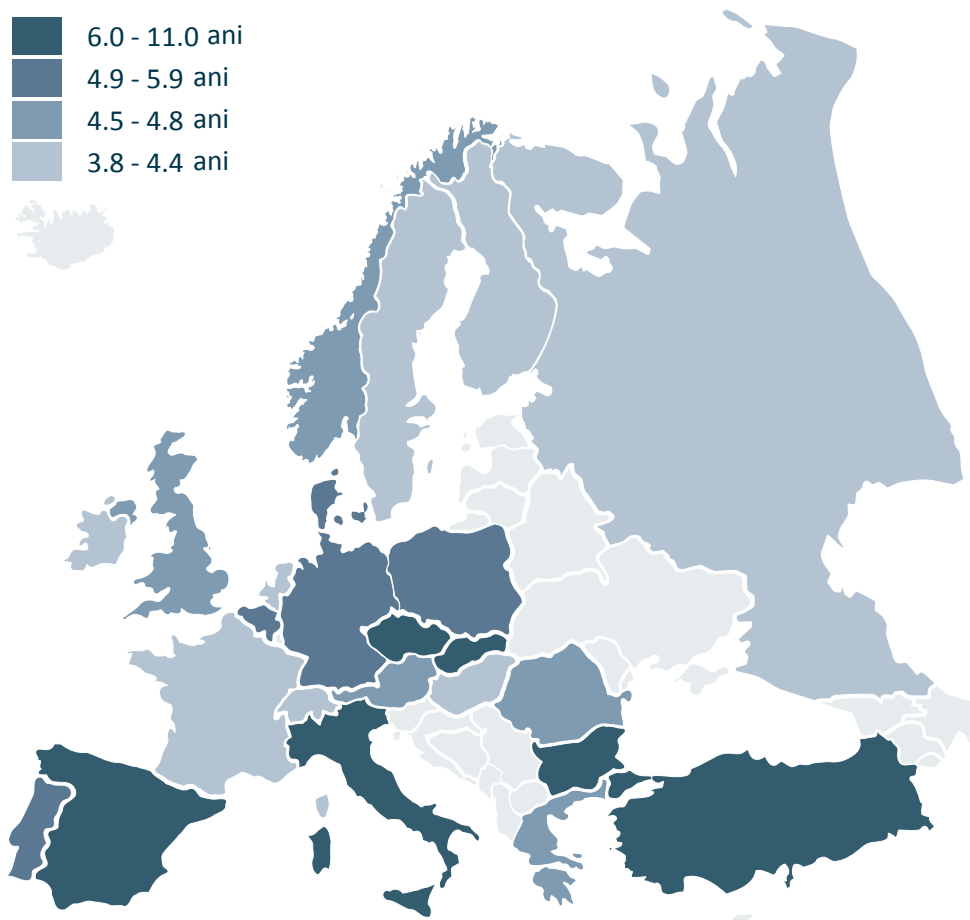


## Așteptări privind primul loc de muncă: numărul așteptat de ore de muncă (continuare)

Țara	Numărul săptămânal de
<b>Europa</b>	<b>44.3</b>
Austria	47.3
Belgia	44.1
Bulgaria	43.1
Danemarca	46.5
Elveția	46.4
Finlanda	42.8
Franța	46.7
Germania	45.5
Grecia	46.7
Irlanda	43.8
Italia	42.9
Marea Britanie	44.0

Țara	Numărul săptămânal de
Norvegia	45.0
Olanda	43.5
Polonia	44.1
Portugalia	43.4
Republica Cehă	45.5
<b>România</b>	<b>42.4</b>
Rusia	44.2
Slovacia	44.6
Spania	42.8
Suedia	48.8
Turcia	44.5
Ungaria	43.2
<b>Universitatea "Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca</b>	<b>2012 42.7</b>
	<b>2011 43.4</b>

## Așteptări privind primul loc de muncă: durata estimată a primului loc de muncă



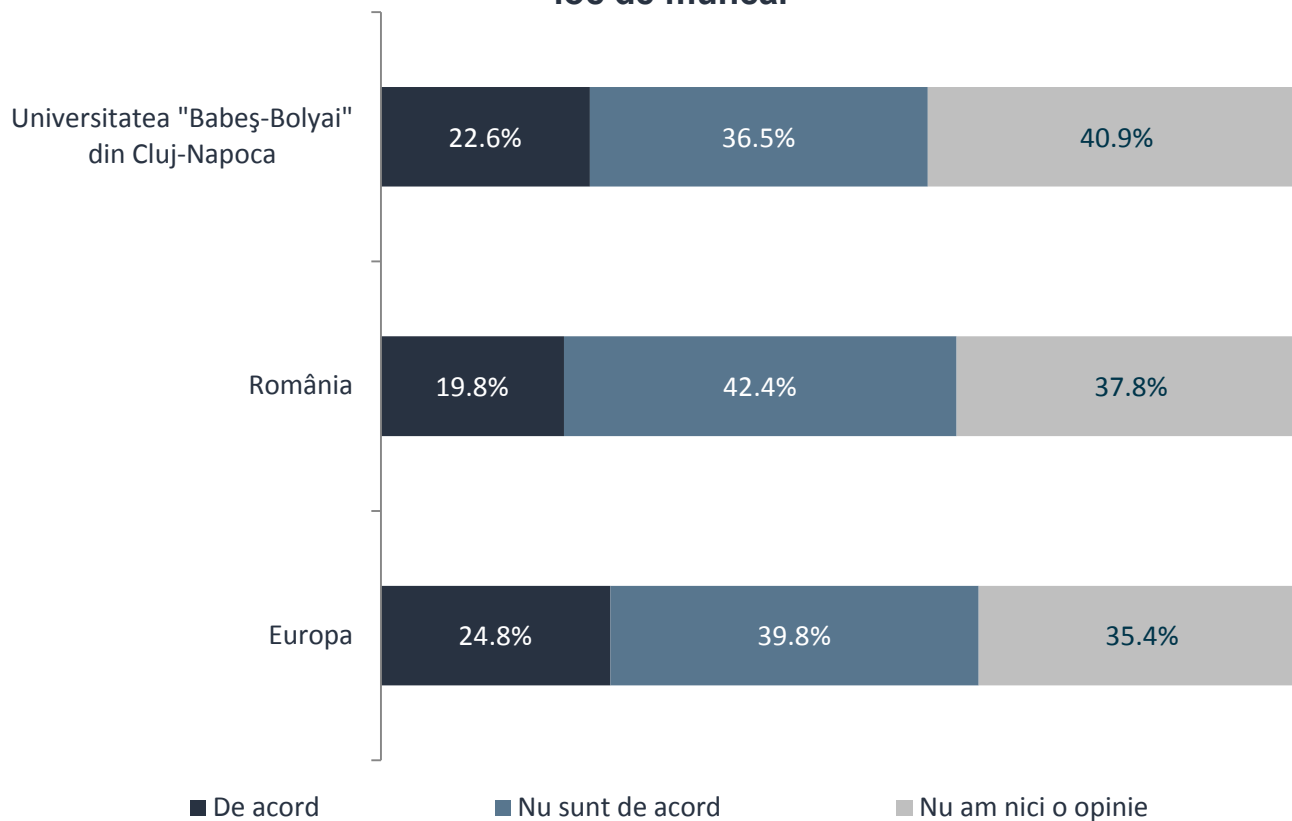
## Așteptări privind primul loc de muncă: durata estimată a primului loc de muncă (continuare)

Țara	ani
<b>Europa</b>	<b>5.9</b>
Austria	4.5
Belgia	5.9
Bulgaria	8.4
Danemarca	5.6
Elveția	4.1
Finlanda	3.8
Franța	3.8
Germania	5.6
Grecia	4.6
Irlanda	4.4
Italia	9.3
Marea Britanie	4.7

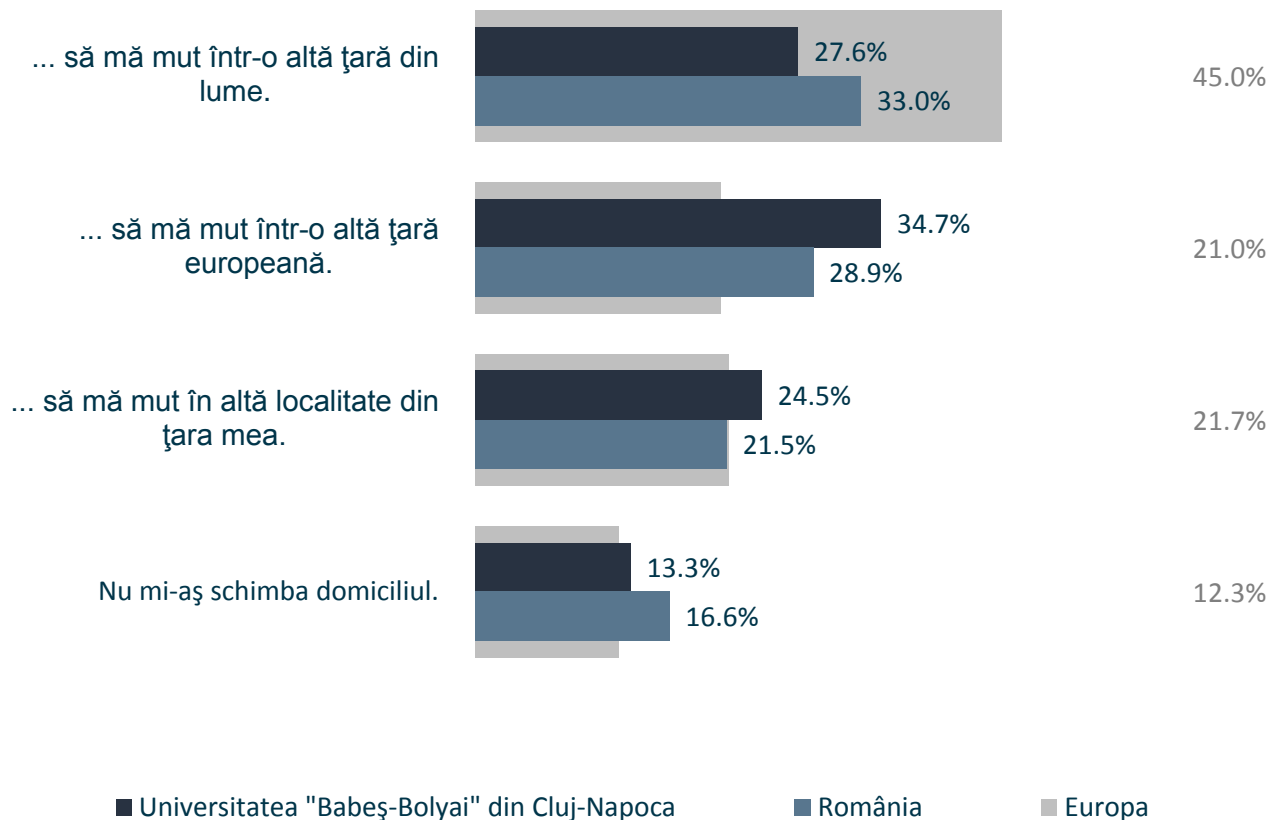
Țara	ani
Norvegia	4.5
Olanda	4.4
Polonia	5.9
Portugalia	5.5
Republica Cehă	6.6
<b>România</b>	<b>4.8</b>
Rusia	4.4
Slovacia	6.8
Spania	11.0
Suedia	4.3
Turcia	7.1
Ungaria	3.8
<b>Universitatea "Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca</b>	<b>2012 4.6</b>
	<b>2011 6.7</b>

# Opinia studenților

După absolvire voi pleca în străinătate pentru a găsi acolo un loc de muncă.



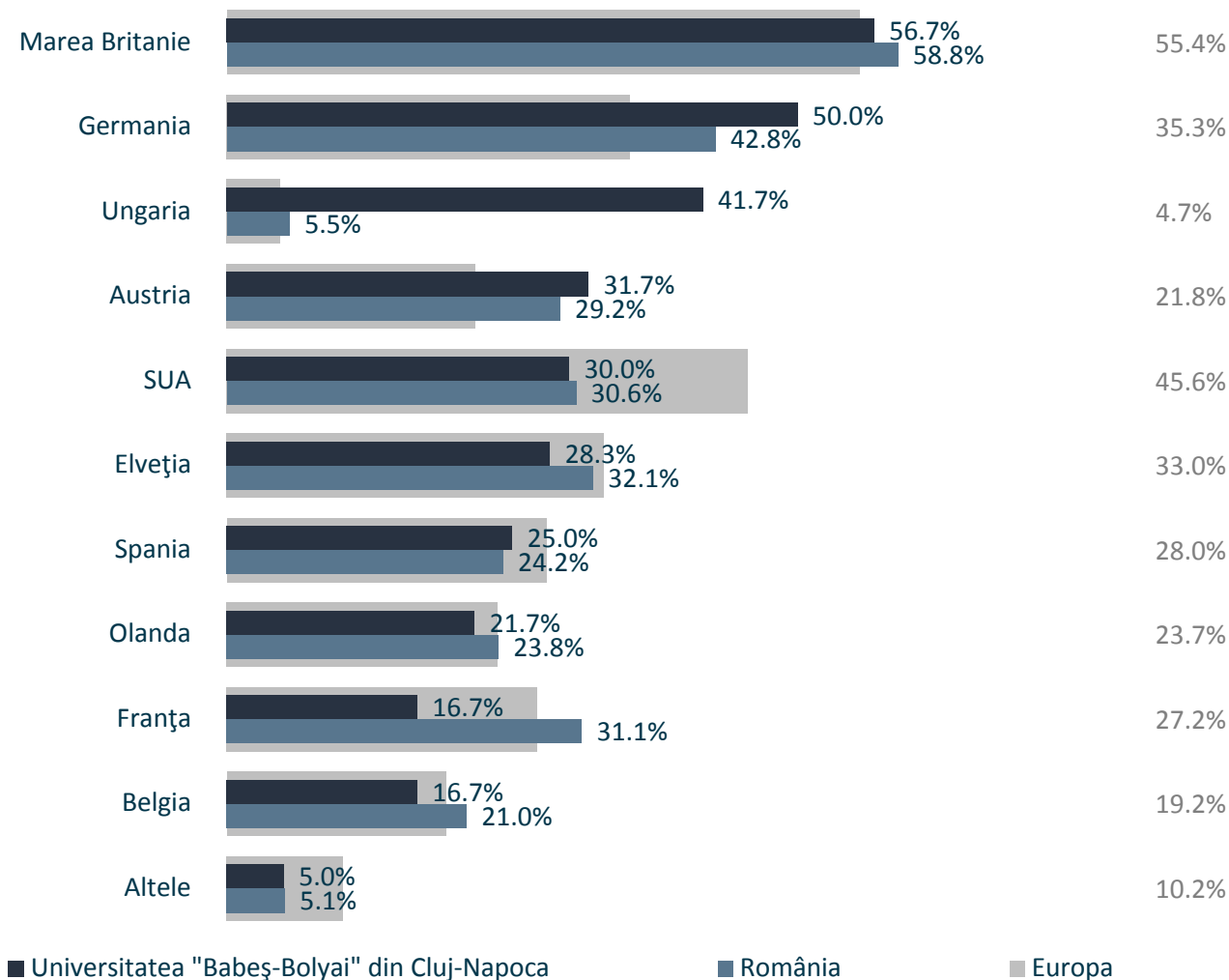
## Mobilitate - disponibilitatea de a se muta



Imaginați-vă că ați primit o ofertă de angajare foarte atractivă. În ce măsură sunteți dispus să vă schimbați domiciliul?  
Aș fi pregătit ...

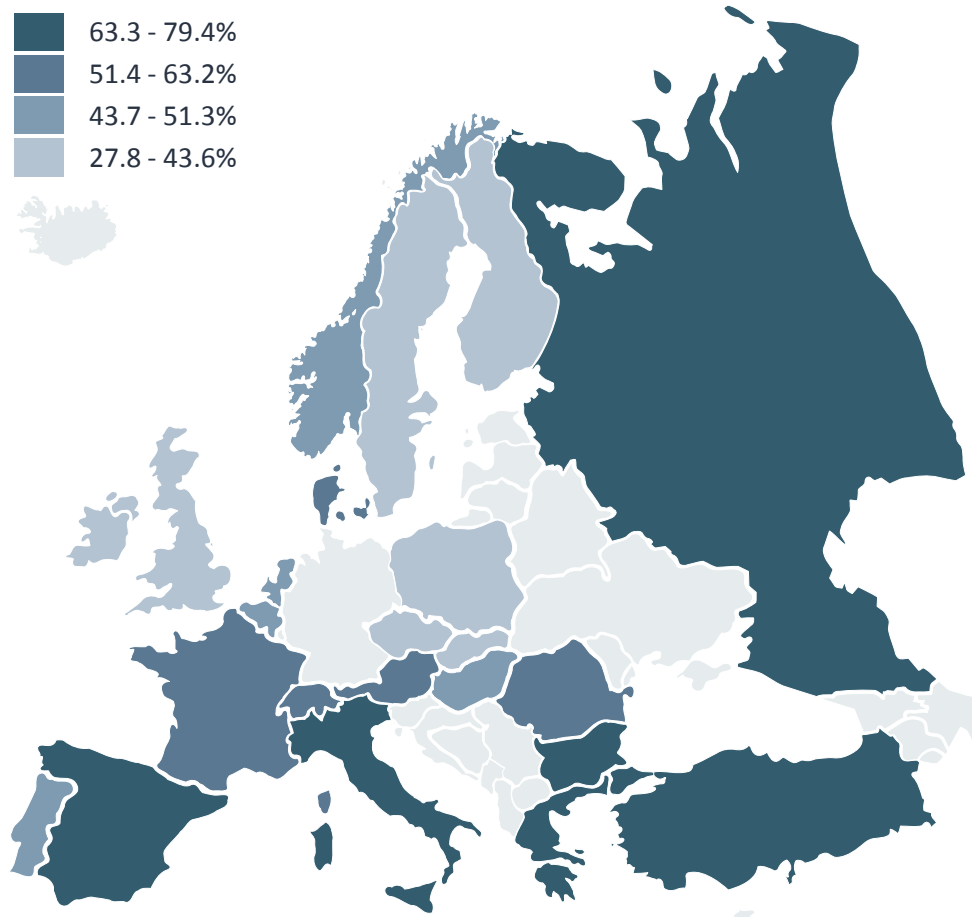


## Mobilitate - destinația emigrării



În cazul în care căutați un loc de muncă stabil în afara țării natale sau în afara țării în care ați studiat, în care dintre următoarele țări v-ați muta cel mai probabil?

## Interes pentru urmarea unui curs de master în străinătate

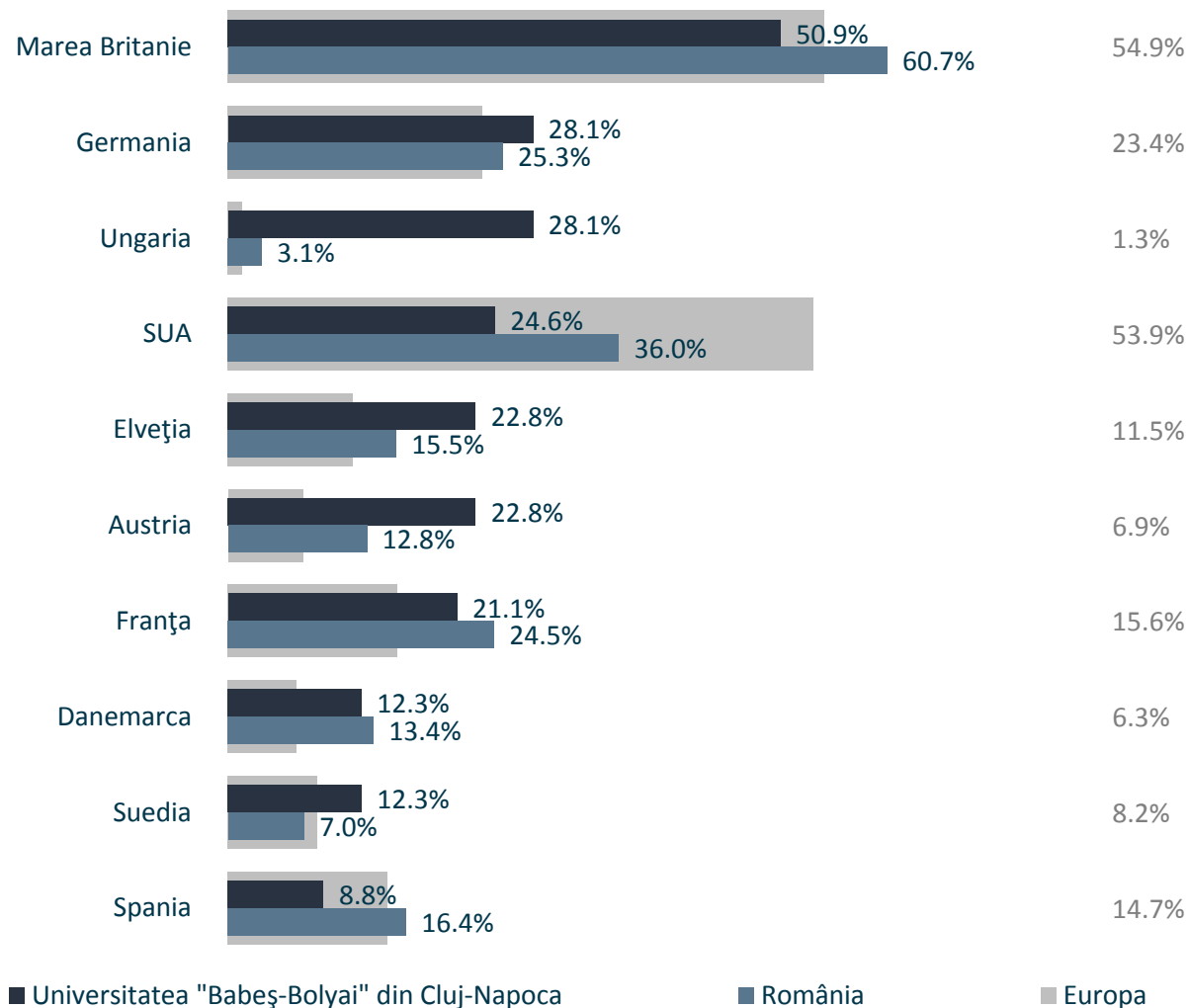


## Interes pentru urmarea unui curs de master în străinătate (continuare)

Țara	%
<b>Europa</b>	<b>52.2%</b>
Austria	61.0%
Belgia	44.9%
Bulgaria	76.7%
Danemarca	62.2%
Elveția	51.6%
Finlanda	43.6%
Franța	57.0%
Germania	-
Grecia	76.2%
Irlanda	36.6%
Italia	74.8%
Marea Britanie	34.9%

Țara	%	
Norvegia	44.4%	
Olanda	50.9%	
Polonia	41.0%	
Portugalia	45.5%	
Republica Cehă	27.8%	
<b>România</b>	<b>60.3%</b>	
Rusia	79.4%	
Slovacia	31.6%	
Spania	66.1%	
Suedia	43.6%	
Turcia	68.1%	
Ungaria	44.8%	
<b>Universitatea "Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca</b>	<b>2012</b>	<b>62.4%</b>
	<b>2011</b>	<b>68.5%</b>

## Destinația preferată pentru urmarea unui curs de master



În ce țară ați dori să realizați acest masterat?

# Cuprins

1. Informații generale / Metodologie
2. Profilul studenților dintr-o privire
3. Imagine de ansamblu a profilului
4. Evaluarea universității pe scurt
5. Așteptările studenților și evaluarea universității
6. Educație&Carieră
7. **Brandul angajatorilor și canale de comunicare**

## Care sunt angajatorii cei mai atractivi în Europa?

Poziția 2012	Angajator	% 2012
1	Google	7.53%
2	Apple	7.37%
3	Coca-Cola	5.21%
4	Ernst & Young	5.11%
5	L'Oréal	4.98%
6	PricewaterhouseCoopers	4.83%
7	KPMG	4.08%
8	Volkswagen Group	3.94%
9	Deloitte	3.85%
10	Microsoft	3.78%
11	BMW	3.73%
12	LVMH	3.51%
13	Société Générale	3.02%
14	Procter & Gamble	2.98%
15	Nestlé	2.87%

Pe care dintre acești angajatori îi considerați deosebit de atractivi, respectiv la care dintre acești angajatori ați apela cel mai probabil pentru angajare?

Tabelele de pe această pagină și cele următoare vă oferă o imagine de ansamblu a celor mai atractive branduri de angajator din țara dumneavoastră și în cadrul universității dumneavoastră.

## Care sunt angajatorii cei mai atractivi în România?

Poziția 2012	Angajator	% 2012
1	Banca Comercială Română (Erste Bank)	19.5%
2	BRD - Groupe Société Générale	17.6%
3	ING	10.7%
4	Banca Transilvania	10.2%
5	Apple	9.5%
5	Raiffeisen Bank	9.5%
7	Microsoft	9.4%
8	Coca-Cola	6.8%
9	Google	6.6%
10	PwC (PricewaterhouseCoopers)	5.4%
11	European Central Bank	5.2%
12	Orange	5.0%
13	L'Oréal	4.9%
14	UniCredit Tiriac Bank	4.8%
15	BMW	4.2%

Pe care dintre acești angajatori îi considerați deosebit de atractivi, respectiv la care dintre acești angajatori ați apela cel mai probabil pentru angajare?

# Care sunt angajatorii cei mai atractivi în cazul universității dumneavoastră?

Poziția 2012	Angajator	% 2012
1	Banca Transilvania	25.0%
2	BRD - Groupe Société Générale	16.0%
3	Apple	15.0%
4	Microsoft	11.0%
5	Banca Comercială Română (Erste Bank)	10.0%
6	Google	9.0%
7	Coca-Cola	8.0%
7	ING	8.0%
7	Raiffeisen Bank	8.0%
10	European Commission	7.0%
10	IBM	7.0%
12	Deloitte	6.0%
12	IKEA	6.0%
12	KPMG	6.0%
12	L'Oréal	6.0%
12	PwC (PricewaterhouseCoopers)	6.0%

Pe care dintre acești angajatori îi considerați deosebit de atractivi, respectiv la care dintre acești angajatori ați apela cel mai probabil pentru angajare?



## Care sunt angajatorii cei mai activi în România?

Poziția 2012	Angajator	% 2012
1	BRD - Groupe Société Générale	36.7%
2	Banca Comercială Română (Erste Bank)	31.1%
3	Banca Transilvania	13.7%
4	Raiffeisen Bank	10.9%
5	ING	10.6%
6	Vodafone	10.3%
7	Coca-Cola	6.8%
7	Orange	6.8%
7	UniCredit Tiriac Bank	6.8%
10	Carrefour	5.6%
10	PwC (PricewaterhouseCoopers)	5.6%
12	KPMG	5.1%
13	Microsoft	4.9%
14	Kaufland	4.6%
14	Procter & Gamble (incl. Wella, Gillette...)	4.6%

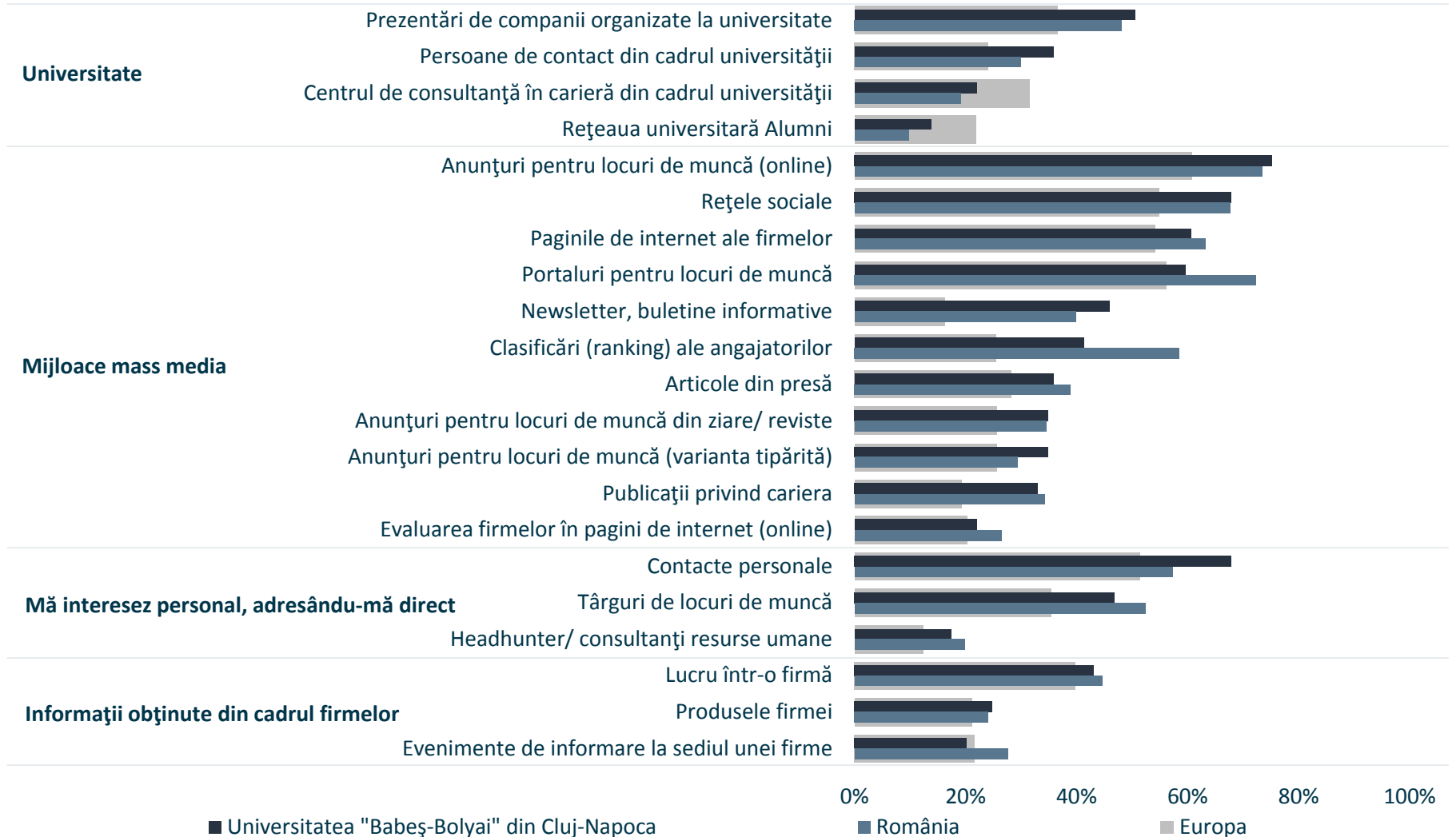
Care angajatori recrutează susținut studenții din universitatea ta?

Tabelele de pe această pagină și cele următoare vă oferă o imagine de ansamblu a celor mai active branduri de angajator din țara dumneavoastră și în cadrul universității dumneavoastră.

## Care sunt angajatorii cei mai activi în cazul universității dumneavoastră?

Poziția 2012	Angajator	% 2012
1	Banca Transilvania	38.7%
2	BRD - Groupe Société Générale	22.7%
3	Banca Comercială Română (Erste Bank)	21.3%
4	Nokia	14.7%
5	Deloitte	12.0%
5	Raiffeisen Bank	12.0%
5	Vodafone	12.0%
8	MOL	8.0%
9	Allianz	6.7%
9	ING	6.7%
9	Orange	6.7%
12	Coca-Cola	5.3%
12	Google	5.3%
12	PwC (PricewaterhouseCoopers)	5.3%
15	AXA	4.0%
15	IBM	4.0%
15	Microsoft	4.0%
15	RCS & RDS	4.0%
15	UniCredit Tiriac Bank	4.0%

# Canalele generale de comunicare folosite



■ Universitatea "Babeş-Bolyai" din Cluj-Napoca

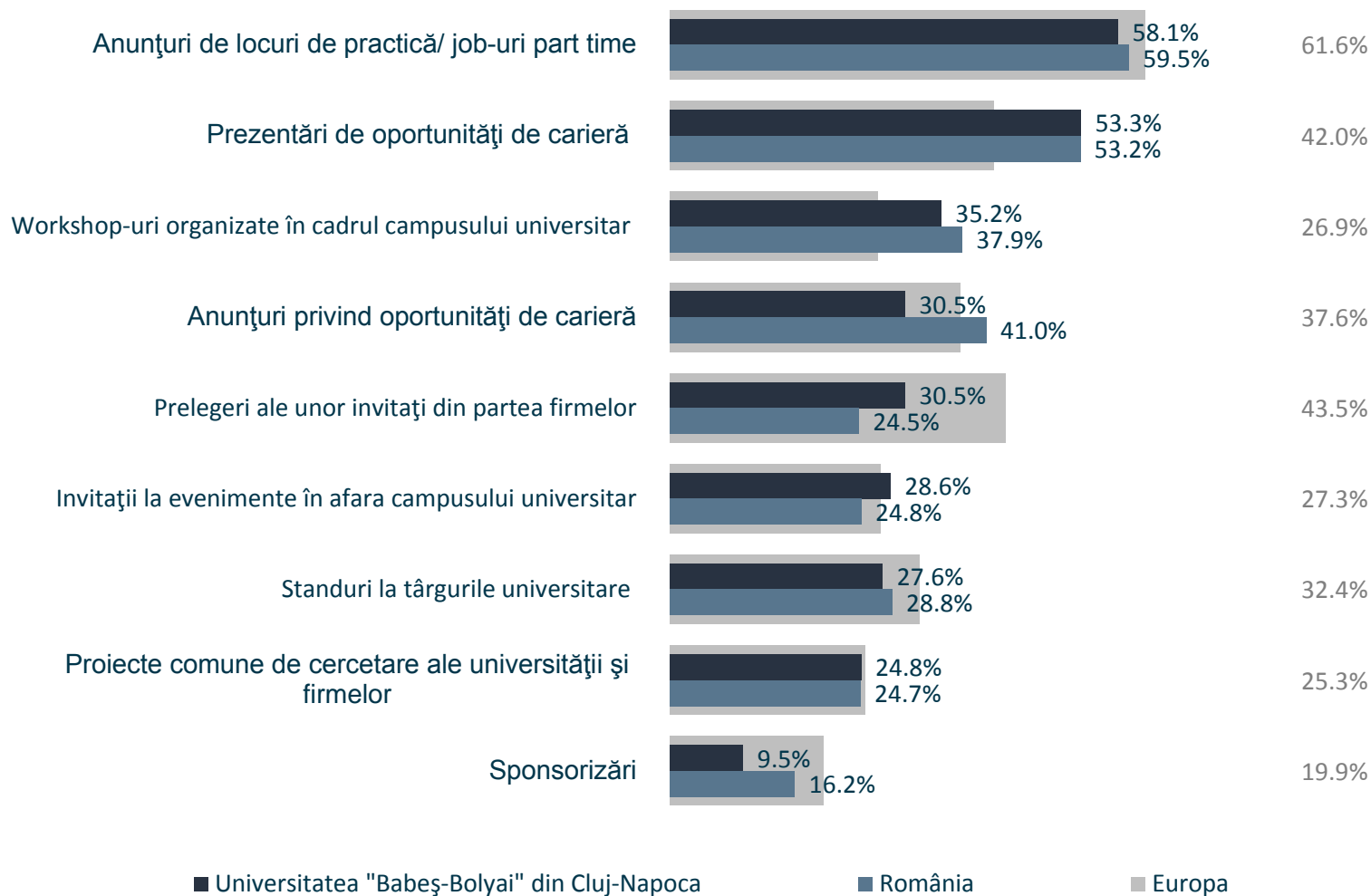
■ România

■ Europa

Ce metode folosiţi pentru a vă informa despre potenţiali angajatori?

Respondenţii au fost invitaţi să indice canalele generale de comunicare pe care le folosesc în mod special pentru a colecta informaţii despre potenţiali angajatori.

# Cele mai atractive activități de marketing în cadrul campusului



■ Universitatea "Babeș-Bolyai" din Cluj-Napoca

■ România

■ Europa

Care evenimente organizate de firme în campusul dvs. universitar vă plac cel mai mult?

Graficul de mai sus prezintă modul în care angajatorii pot contacta studenții lor țintă din campusul universitar într-un mod optim. Chiar și cea mai bună idee de recrutare este sortită eșecului dacă nu este percepută de către studenți.

**Dacă există întrebări vă rugăm să ne contactați:**

Nadja Kehler  
Research Analyst

[nadja.kehler@trendence.com](mailto:nadja.kehler@trendence.com)

+49 30 2592988 302

**trendence** Institut GmbH  
Markgrafenstrasse 62  
10969 Berlin