



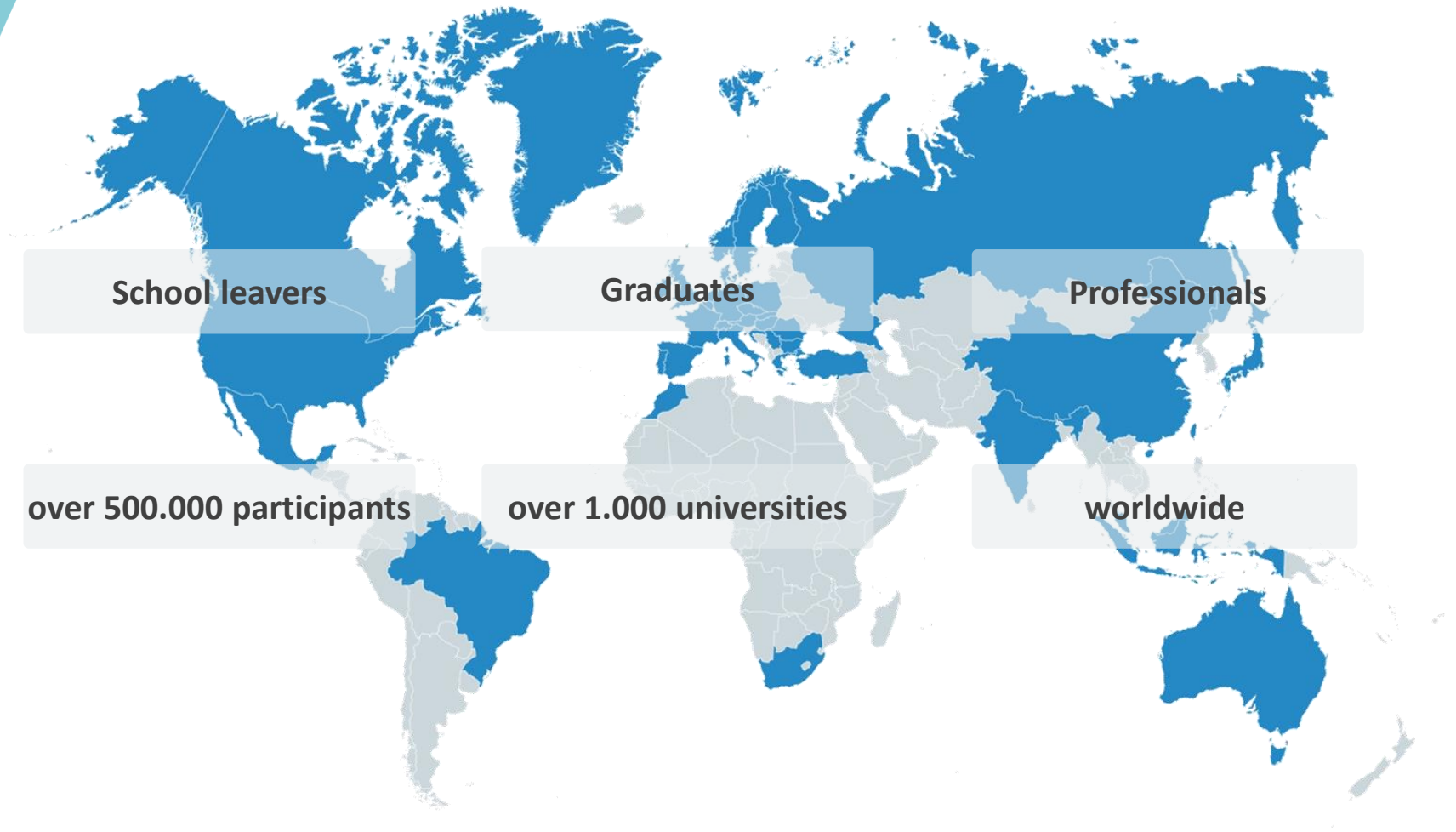
trendence  
GRADUATE  
BAROMETER  
2016

ROMANIAN BUSINESS EDITION

**UBB Cluj-Napoca**



# trendence worldwide



# trendence offers a clear overview of all talented graduates



## GRADUATE BAROMETER

Business	Engineering/IT	Total
Number of participants		
110.000	120.000	300.000
Number of universities		
670	700	930
Fieldphase Sep 2015 – Feb 2016		

## OUR EUROPEAN EDITIONS

### trendence Graduate Barometer in 24 countries!

Austria	Norway
Belgium	Poland
Bulgaria	Portugal
Czech Republic	Romania
Denmark	Russia
Finland	Slovakia
France	Spain
Germany	Sweden
Greece	Switzerland
Hungary	Turkey
Ireland	UK
Italy	
Netherlands	

# Publication Information

## Dear readers,

Thank you for your participation in the trendence Graduate Barometer 2016! This report has been specifically compiled for your university and contains data that has not yet been published.

- You are welcome to use individual figures from this report for internal and external communication through the university website or newsletter citing trendence Institute as your source in the text.
- **However, publication of the whole report or parts thereof, e.g. complete tables or images, is not permitted.**
- You may use the reported data for academic purposes (personal studies, lectures etc.).
- Furthermore, you are permitted to publish the report results on restricted access platforms which are university internal, provided that the data cannot be forwarded to third parties through this platform.

**Kind regards,  
Your trendence team**



## I. Students Surveyed

- Key groups surveyed
- Sample size and demographic information
- Anticipated degrees and fields of study
- Student experiences



## II. Student Feedback on Universities

- External Benchmark: Key Performance Indicators and position in Europe
- Internal Benchmark: Importance vs. satisfaction, recommendations, preferred university for further studies



## III. Communication and Career

- Important factors regarding student selection of employers
- Most popular top employers, expected income and working hours
- Mobility and student opinions



## Studenti participanți



# Contents



## I. Students Surveyed

- **Key groups surveyed**
- **Sample size and demographic information**
- **Anticipated degrees and fields of study**
- **Student experiences**



## II. Student Feedback on Universities

- External Benchmark: Key Performance Indicators and position in Europe
- Internal Benchmark: Importance vs. satisfaction, recommendations, preferred university for further studies



## III. Communication and Career

- Important factors regarding student selection of employers
- Most popular top employers, expected income and working hours
- Mobility and student opinions



# Participarea din domeniul de studiu Business

trendence Graduate Barometer 2016	Business	Engineering/IT	Total
Austria	3.521	2.774	7.717
Belgium	1.337	1.271	3.568
Bulgaria	1.772	1.231	4.588
Czech Republic	2.817	3.311	8.298
Denmark	198	938	1.889
Finland	1.368	963	3.378
France	12.669	13.849	26.518
Germany	13.660	18.361	35.288
Greece	2.016	3.868	9.426
Hungary	4.221	2.779	9.456
Ireland	4.730	2.730	7.460
Italy	6.626	7.278	24.204
Netherlands	323	290	855
Norway	689	844	1.689
Poland	6.485	9.361	20.459
Portugal	2.324	3.940	10.309
▶ România	3.617	4.769	12.893
Russia	1.787	3.827	7.270
Slovakia	1.554	2.505	7.777
Spain	5.068	9.860	28.740
Sweden	326	306	724
Switzerland	1.835	2.000	5.146
Turkey	2.840	5.124	10.329
United Kingdom	24.385	21.175	45.560

UBB Cluj-Napoca

499



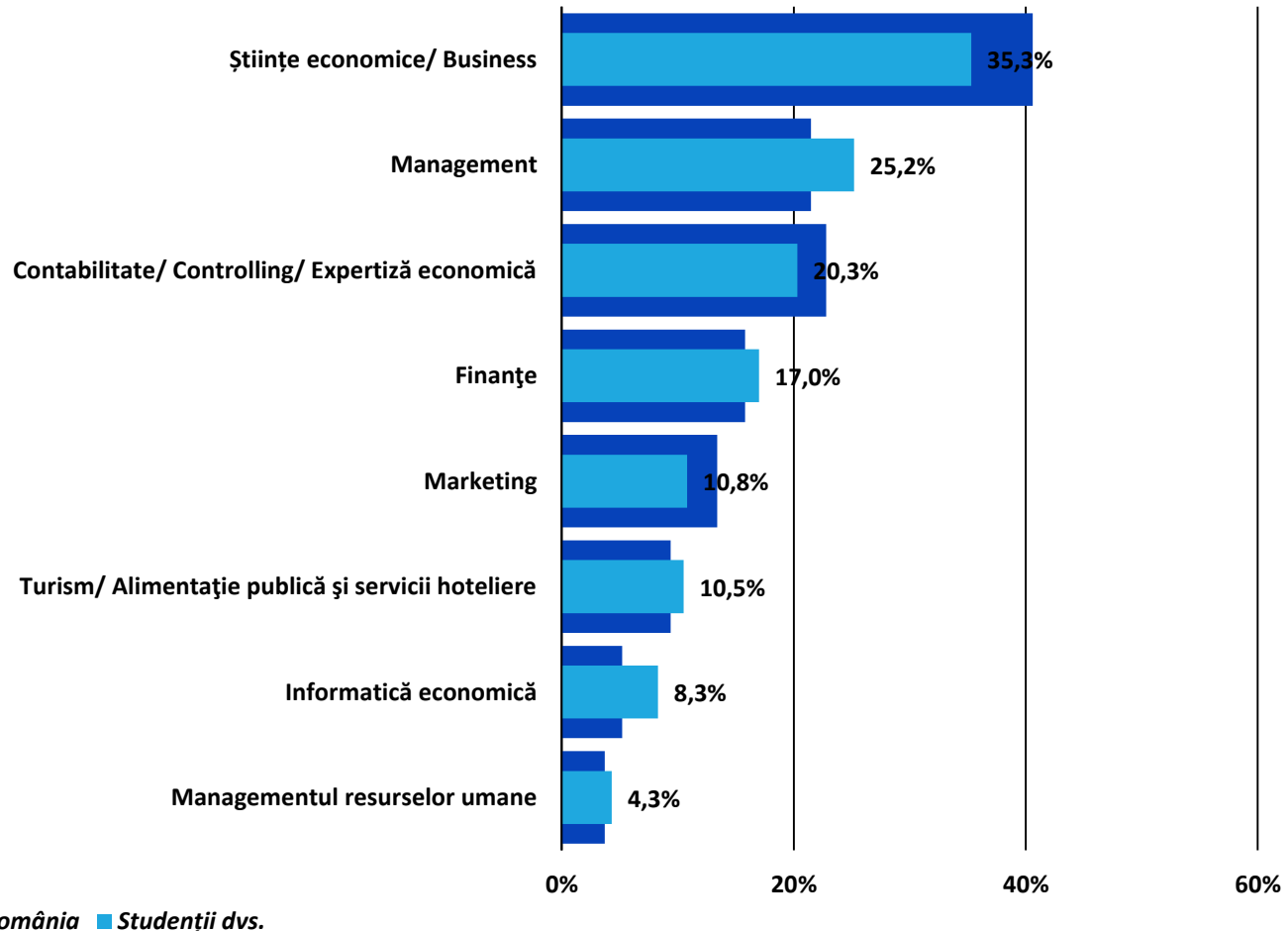


# Profilul grupurilor cheie cercetate

Profil succint		Europa	România	Studentii dvs.
PROFIL	Vârstă (ani)	Ø 22,6	Ø 22,2	Ø 21,6
	Masculin	37,0%	24,0%	26,9%
	Feminin	63,0%	76,0%	73,1%
NIVEL DE STUDIU	Licență	68,4%	70,2%	74,3%
	Masterat	30,3%	26,9%	25,3%
	Doctorat	1,2%	2,7%	0,4%
EXPERIENȚĂ	Experiență profesională legată de domeniul de studiu	59,1%	52,4%	45,2%
	Experiență profesională fără legătură cu domeniul de studiu	68,4%	60,6%	55,4%
	Experiență profesională, studiu sau voluntariat în străinătate	35,4%	22,0%	19,8%
AȘTEPTĂRI	Ore de lucru estimate pe săptămână (ore)	Ø 42,7	Ø 40,4	Ø 40,0
	Venit anual estimat (€)	Ø 23.558	Ø 5.095	Ø 4.990
	Cunoștințe de limba engleză	65,0%	55,9%	58,5%



# Principalele domenii de studiu



■ România ■ Studentii dvs.  
Întrebare: Care sunt principalele teme pe care le studiați? Participanții pot selecta una sau două variante de răspuns. Ca urmare, suma procentelor poate depăși 100%.



# trendConcept Soft Skills

From the five personality dimensions of the **Big-Five Model**, four are included in trendConcept Soft Skills.

SOCIAL COMPETENCY	RELIABILITY	ACHIEVEMENT AND ASPIRATION	FLEXIBILITY	ABILITY TO WORK UNDER PRESSURE
<p>“ I observe the facial expressions and gestures of my conversational partner.</p> <p>I leave my conversational partner space for argumentation, before I express my opinion.</p> <p>”</p>	<p>“ I stick to predetermined deadlines.</p> <p>I check my work for accuracy before I hand it in.</p> <p>”</p>	<p>“ I am very annoyed by my own mistakes and try to learn from them.</p> <p>In my spare time I read professional literature to further educate myself.</p> <p>”</p>	<p>“ After internal corporate restructuring, I am open to new topics and tasks.</p> <p>If I notice that I get stuck, I change my strategy.</p> <p>”</p>	<p>“ I remain friendly in the face of fierce criticism and do not feel personally attacked.</p> <p>I keep to a predetermined deadline, although this means an increased workload.</p> <p>”</p>

The four dimensions *Authenticity*, *Social Skilfulness*, *Networking Skills* and interpersonal *influence* of political skills from the Political Skills Model were summarised as social competencies and taken on by trendConcept Soft Skills.

The measurement of Soft Skills by trendence is based on the long-term practical experience with the Big-Five-Model by Costa & McCrae from personality psychology as well as the Political Skills Model of Ferris et. al.

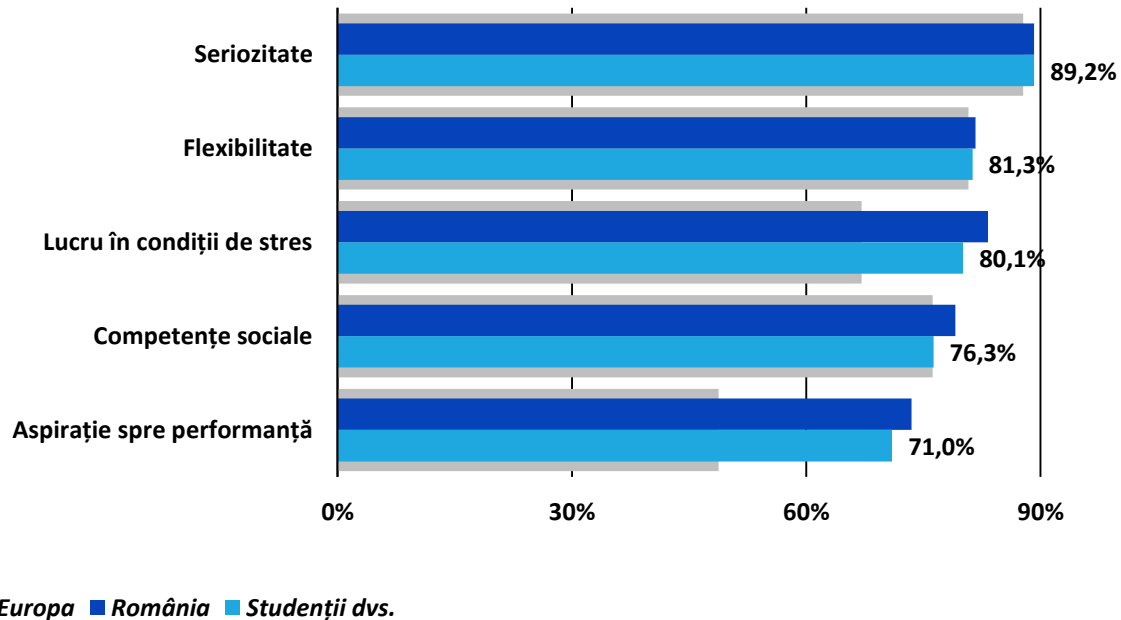
SCALE not correct at all ←-----→ completely correct

## APPROACH

- Definition of **success factors** relevant for **professional success** on the basis of both theoretical models as well as trendence’s practical experience
- Using the "**Act-Frequency Approach**" to identify the statements to be evaluated by the students (Acts)
- Generation and selection of the Acts with the help of two pre-tests (**Prototypes**)
- Students who agree fully or preferably to both **statements of one trait**, are **attributed** to this respective trait.



# Abilități interpersonale (soft skills) pentru piața muncii



Întrebare: În ce măsură considerați că vi se potrivesc următoarele afirmații?  
Studenții sunt rugați să evalueze fiecare afirmație pe o scală cu patru puncte (de la -2 pentru 'dezacord total' la +2 pentru 'acord total'). Vă rugăm să reveniți la pagina anterioară pentru a vedea afirmațiile.



Feedback-ul studenților cu  
privire la universitate



# Contents



## I. Students Surveyed

- Key groups surveyed
- Sample size and demographic information
- Anticipated degrees and fields of study
- Student experiences



## II. Student Feedback on Universities

- **External Benchmark: Key Performance Indicators and position in Europe**
- **Internal Benchmark: Importance vs. satisfaction, recommendations, preferred university for further studies**



## III. Communication and Career

- Important factors regarding student selections of employers
- Most popular top employers, expected income and working hours
- Mobility and student opinions



# trendConcept University Feedback

How can we make more transparent, what is most important for students in their studies?



## Students' Feedback

- We asked students: What is important when we talk about „good“ study conditions, lectures, IT- infrastructure, etc.?
- How can they rate universities on these issues?



## Results: trendConcept University Feedback

- The big picture: Overall satisfaction grade
- Detailed analysis: 10 main topics which are represented by 28 issues in order of their importance to students compared with students' satisfaction
- Recommendation of your university

## Your branding tool:

### External Benchmark

- Position in Europe
- KPI – Key Performance Indicators: provides a benchmark regarding all universities represented in your country and in this edition

### Internal Benchmark

- Importance versus satisfaction
- Recommendation of your university

Find out where you stand – Brand your university



# trendConcept University Feedback

## 10 Topics developed by students - presented in 28 criteria:

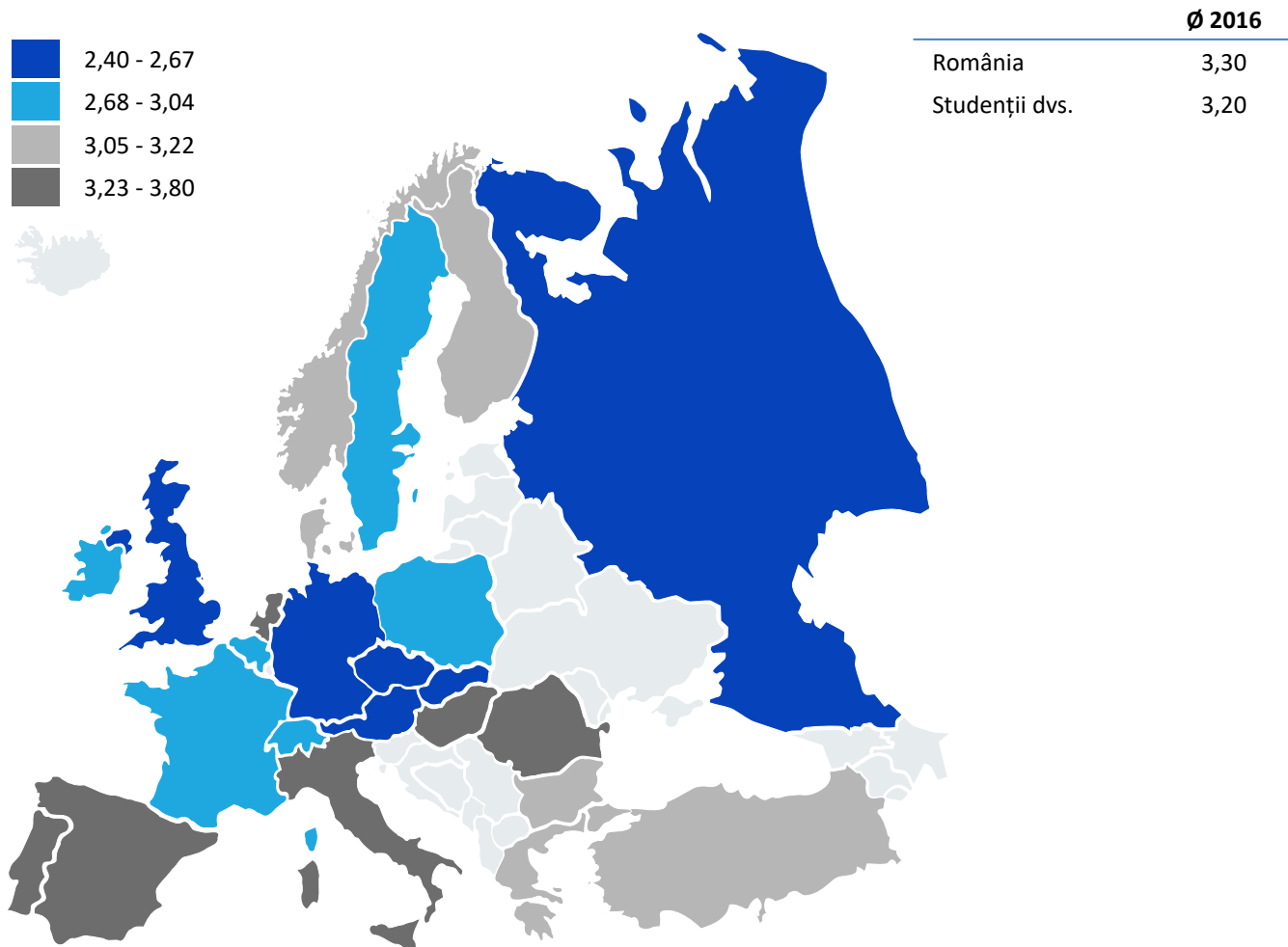
<b>1. Profesori/ Lectori</b>	Competență profesională Competență didactică Accesibilitate Motivație și disponibilitate de a acorda sprijin
<b>2. Relevanța practică a cursurilor studiate</b>	Relevanța practică a conținutului cursurilor Excursii, studii de caz, prezentări ale unor invitați Experiență profesională integrată în studiu
<b>3. Oportunitățile internaționale ale cursurilor studiate</b>	Prelegeri într-o limbă străină Programe de schimburi de studenți, parteneriate cu universități
<b>4. Colaborarea universității cu mediul economic</b>	Anunțuri de locuri de muncă (pentru experiență de muncă) Târguri de cariere și locuri de muncă Proiecte de cercetare în colaborare cu firme
<b>5. Calitatea și accesibilitatea infrastructurii tehnologice</b>	Wifi Accesibilitatea locurilor de lucru la computer & calitatea echipamentului computerelor
<b>6. Calitatea și actualitatea bibliotecii universitare</b>	Varietatea ofertei și actualitatea colecțiilor Disponibilitatea materialelor Disponibilitatea locurilor Programul de lucru
<b>7. Serviciile de consiliere în carieră</b>	Servicii de consultații/ consiliere în carieră, schimb de loc de muncă Evenimente (de ex. târguri de cariere)
<b>8. Servicii și informații</b>	Transparența responsabilităților Persoane de contact competente Răspuns rapid la solicitări
<b>9. Locația</b>	Infrastructura de transport Facilități pentru timp liber și cumpărături Nivelul cheltuielilor (de ex. prețul chiriei)
<b>10. Activități studențești</b>	Evenimente (cinematograf, sport, etc.) Politicele universitare

Întrebare: Cât de importanți sunt următorii factori pentru dumneavoastră și studiile dumneavoastră și cum evaluați universitatea dumneavoastră referitor la acești factori? Studenții pot alege un număr nedefinit de factori pe care îi consideră importanți și, în același timp, îi pot evalua cu privire la universitatea dumneavoastră pe o scală cu patru puncte ce variază de la "foarte nemulțumit/ă" << < > >> la "foarte





# Satisfacția studenților privind universitatea lor în Europa



Întrebare: Pe ansamblu, cât de mulțumit/ă sunteți de universitatea / programul dumneavoastră de studiu?  
Studenții sunt rugați să evalueze gradul de satisfacție pe o scală cu șapte puncte (de la 1 - 'foarte mulțumit/ă' până la 7 - 'foarte nemulțumit/ă').



# Indicatorii cheie de performanță în 2016: studenții evaluează universitatea dvs.

1.	Profesorii/ Lectorii	●
2.	Relevanța practică a cursurilor studiate	●
3.	Oportunitățile internaționale în cadrul cursurilor	●
4.	Colaborarea universității cu mediul economic	●
5.	Calitatea și accesibilitatea infrastructurii tehnologice	●
6.	Calitatea și actualitatea bibliotecii universitare	●
7.	Serviciile de consiliere în carieră	●
8.	Alte servicii și informații	●
9.	Locația	●
10.	Activitățile studentești	●



## KPI calculation

- The KPI's for your university have been individually calculated per topic
- The statistical range of the KPI's is determined by the two highest and lowest rated universities and not by a numerically in advance defined limit



# Recomandarea universității dvs.?



Întrebare: Ați recomanda și altora să aleagă universitatea dumneavoastră pentru a studia?



# Evaluarea performanței universității: importanță versus satisfacție în Europa



trendence  
GRADUATE  
BAROMETER  
2016

Temă	Opțiune	Importanță	Satisfacție	Delta
1	Competența profesională	89,1%	84,7%	
5	Rețeaua wifi	88,4%	75,5%	
2	Relevanța practică a conținutului cursurilor	77,5%	63,3%	
1	Motivația și disponibilitatea de a acorda sprijin	75,3%	73,3%	
5	Accesibilitatea locurilor de lucru la computer & calitatea echipamentului	69,5%	69,0%	
1	Competența didactică	66,0%	74,0%	
4	Anunțurile de locuri de muncă	63,7%	57,9%	
2	Experiența profesională integrată în studiu	62,8%	52,6%	
9	Infrastructura de transport	60,3%	73,7%	
1	Accesibilitatea	59,3%	74,3%	
6	Programul de lucru	59,1%	79,7%	
6	Disponibilitatea locurilor de studiu	58,6%	66,7%	
6	Disponibilitatea materialelor	57,9%	75,0%	
3	Programele de schimburi de studenți, parteneriatele cu universități	57,9%	71,0%	
6	Varietatea ofertei de lectură și actualitatea colecțiilor	57,1%	78,7%	
4	Târgurile de cariere și locuri de muncă	55,0%	62,4%	
7	Serviciile de consultații/ consiliere în carieră, schimb al locului de muncă	54,9%	56,3%	
10	Alte evenimente (cinematograf, sport, etc.)	53,4%	68,3%	
9	Nivelul cheltuielilor (de ex. prețul chiriei)	51,1%	58,3%	
3	Prelegerile într-o limbă străină	50,7%	54,4%	
8	Răspunsul rapid la solicitări	50,5%	66,2%	
2	Excursii, studii de caz, prezentări ale unor invitați	50,1%	51,7%	
7	Evenimentele legate de carieră (de ex. târguri)	49,1%	61,5%	
4	Proiectele de cercetare în colaborare cu firme	46,2%	47,8%	
8	Competența persoanelor de contact	45,5%	66,7%	
9	Facilitățile pentru timp liber și cumpărături	38,7%	68,0%	
10	Politicile universitare	35,1%	61,5%	
8	Transparența responsabilităților	32,8%	61,4%	

**Întrebare:** Cât de importanți sunt următorii factori pentru dumneavoastră și studiul dumneavoastră și cum evaluați universitatea dumneavoastră din aceste puncte de vedere?

Datele din tabel sunt ordonate în funcție de importanță: factorii cei mai relevanți în ceea ce privește atractivitatea universității se află în partea de sus. În partea stângă găsiți gradul de satisfacție al studenților, iar coloana 'Delta' din partea dreaptă ilustrează diferența dintre dorință și realitate (importanță și satisfacție). Linia de evaluare ar trebui să fie îndreptată pe cât posibil către dreapta, și nu către stânga.



# Evaluarea performanței universității: importanță versus satisfacție în România

Temă	Opțiune	Importanță	Satisfacție	Delta
1	Competența profesională	91,0%	89,2%	
5	Rețeaua wifi	84,2%	55,9%	
1	Competența didactică	81,1%	82,8%	
1	Motivația și disponibilitatea de a acorda sprijin	80,7%	73,7%	
5	Accesibilitatea locurilor de lucru la computer & calitatea echipamentului	80,3%	62,8%	
2	Relevanța practică a conținutului cursurilor	78,9%	59,7%	
6	Disponibilitatea materialelor	73,3%	78,2%	
4	Anunțurile de locuri de muncă	72,6%	59,1%	
1	Accesibilitatea	70,9%	77,8%	
2	Experiența profesională integrată în studiu	70,4%	52,9%	
3	Programele de schimburi de studenți, parteneriatele cu universități	69,8%	72,7%	
4	Târgurile de cariere și locuri de muncă	68,5%	62,3%	
6	Variatatea ofertei de lectură și actualitatea colecțiilor	65,7%	76,7%	
9	Infrastructura de transport	64,8%	74,5%	
4	Proiectele de cercetare în colaborare cu firme	64,3%	51,5%	
8	Răspunsul rapid la solicitări	62,9%	63,1%	
8	Competența persoanelor de contact	62,5%	68,5%	
7	Evenimentele legate de carieră (de ex. târguri)	61,9%	58,8%	
7	Serviciile de consultații/ consiliere în carieră, schimb al locului de muncă	61,9%	46,6%	
2	Excursii, studii de caz, prezentări ale unor invitați	61,4%	50,9%	
10	Alte evenimente (cinematograf, sport, etc.)	61,1%	61,6%	
6	Programul de lucru	60,8%	78,8%	
3	Prelegerile într-o limbă străină	60,6%	57,3%	
6	Disponibilitatea locurilor de studiu	60,5%	79,9%	
9	Nivelul cheltuielilor (de ex. prețul chiriei)	55,2%	57,3%	
9	Facilitățile pentru timp liber și cumpărături	52,5%	74,2%	
8	Transparența responsabilităților	52,5%	60,0%	
10	Politicile universitare	47,5%	57,7%	

**Întrebare:** Cât de importanți sunt următorii factori pentru dumneavoastră și studiul dumneavoastră și cum evaluați universitatea dumneavoastră din aceste puncte de vedere?

Datele din tabel sunt ordonate în funcție de importanță: factorii cei mai relevanți în ceea ce privește atractivitatea universității se află în partea de sus. În partea stângă găsiți gradul de satisfacție al studenților, iar coloana 'Delta' din partea dreaptă ilustrează diferența dintre dorință și realitate (importanță și satisfacție). Linia de evaluare ar trebui să fie îndreptată pe cât posibil către dreapta, și nu către stânga.



# Evaluarea performanței universității: importanță versus satisfacție în universitatea dvs.

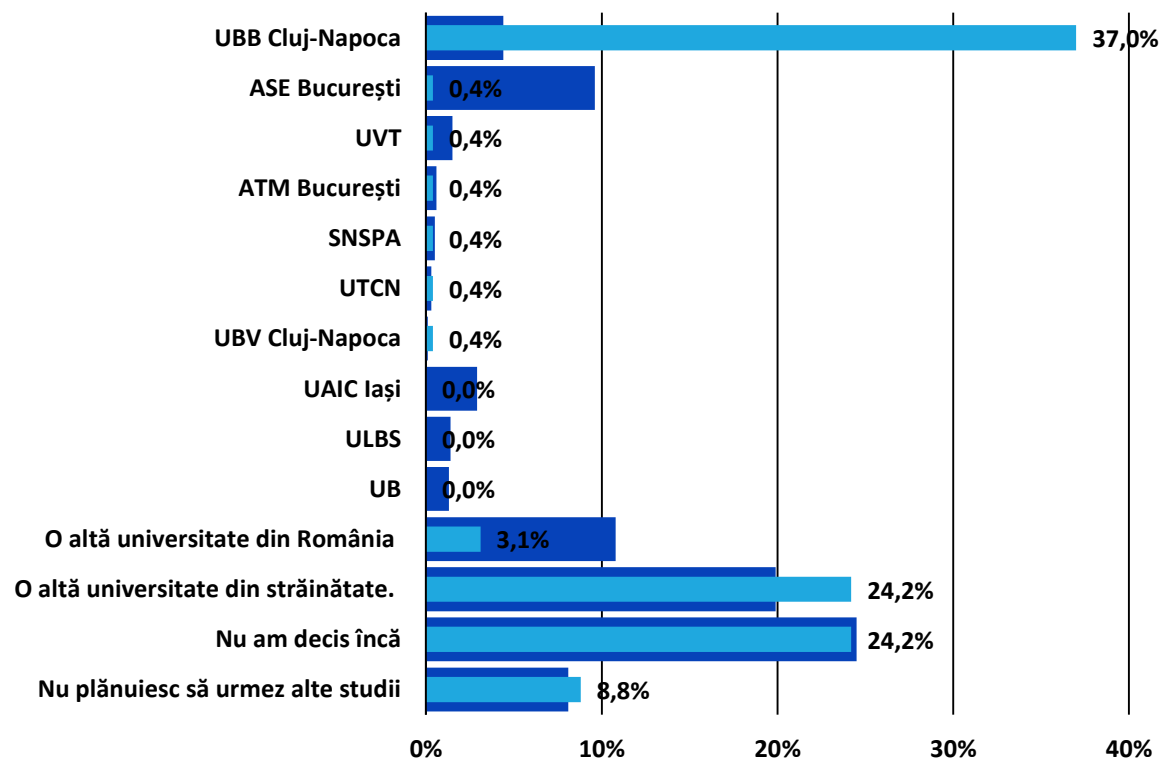
Temă	Opțiune	Importanță	Satisfacție	Delta
1	Competența profesională	93,8%	88,8%	
5	Rețeaua wifi	87,9%	66,4%	
1	Motivația și disponibilitatea de a acorda sprijin	84,0%	78,8%	
1	Competența didactică	80,0%	88,1%	
2	Relevanța practică a conținutului cursurilor	79,6%	62,4%	
4	Anunțurile de locuri de muncă	77,3%	61,1%	
5	Accesibilitatea locurilor de lucru la computer & calitatea echipamentului	76,7%	72,8%	
4	Târgurile de cariere și locuri de muncă	73,3%	68,8%	
1	Accesibilitatea	72,9%	80,4%	
3	Programele de schimburi de studenți, parteneriatele cu universități	71,6%	73,9%	
6	Disponibilitatea materialelor	71,2%	81,1%	
10	Alte evenimente (cinematograf, sport, etc.)	69,3%	77,1%	
4	Proiectele de cercetare în colaborare cu firme	69,3%	57,7%	
2	Experiența profesională integrată în studiu	67,6%	55,4%	
3	Prelegerile într-o limbă străină	66,7%	71,6%	
9	Nivelul cheltuielilor (de ex. prețul chiriei)	65,1%	48,6%	
9	Infrastructura de transport	64,2%	74,7%	
8	Competența persoanelor de contact	63,7%	74,9%	
6	Variatatea ofertei de lectură și actualitatea colecțiilor	63,3%	81,8%	
8	Răspunsul rapid la solicitări	63,3%	71,7%	
2	Excursii, studii de caz, prezentări ale unor invitați	59,6%	58,0%	
7	Evenimentele legate de carieră (de ex. târguri)	59,1%	67,4%	
7	Serviciile de consultații/ consiliere în carieră, schimb al locului de muncă	58,1%	49,7%	
6	Programul de lucru	56,7%	82,4%	
9	Facilitățile pentru timp liber și cumpărături	56,7%	79,0%	
6	Disponibilitatea locurilor de studiu	53,5%	85,8%	
10	Politicile universitare	49,3%	65,4%	
8	Transparența responsabilităților	46,5%	62,3%	

**Întrebare:** Cât de importanți sunt următorii factori pentru dumneavoastră și studiul dumneavoastră și cum evaluați universitatea dumneavoastră din aceste puncte de vedere?

Datele din tabel sunt ordonate în funcție de importanță: factorii cei mai relevanți în ceea ce privește atractivitatea universității se află în partea de sus. În partea stângă găsiți gradul de satisfacție al studenților, iar coloana 'Delta' din partea dreaptă ilustrează diferența dintre dorință și realitate (importanță și satisfacție). Linia de evaluare ar trebui să fie îndreptată pe cât posibil către dreapta, și nu către stânga.



# Cât de loiali vă sunt studenții universității dumneavoastră?



■ România ■ Studenții dvs.

Întrebare: În cazul în care plănuieți să urmați alte studii după absolvirea celor actuale, unde doriți să le urmați?

A photograph of a young woman with long brown hair and bangs, smiling broadly while talking on a mobile phone. She is wearing a dark blue jacket over a maroon top. The background is a blurred outdoor setting with a light blue sky.

## Comunicare și carieră





# Contents



## I. Students Surveyed

- Key groups surveyed
- Sample size and demographic information
- Anticipated degrees and fields of study
- Student experiences



## II. Student Feedback on Universities

- External Benchmark: Key Performance Indicators and position in Europe
- Internal Benchmark: Importance vs. satisfaction, recommendations, preferred university for further studies

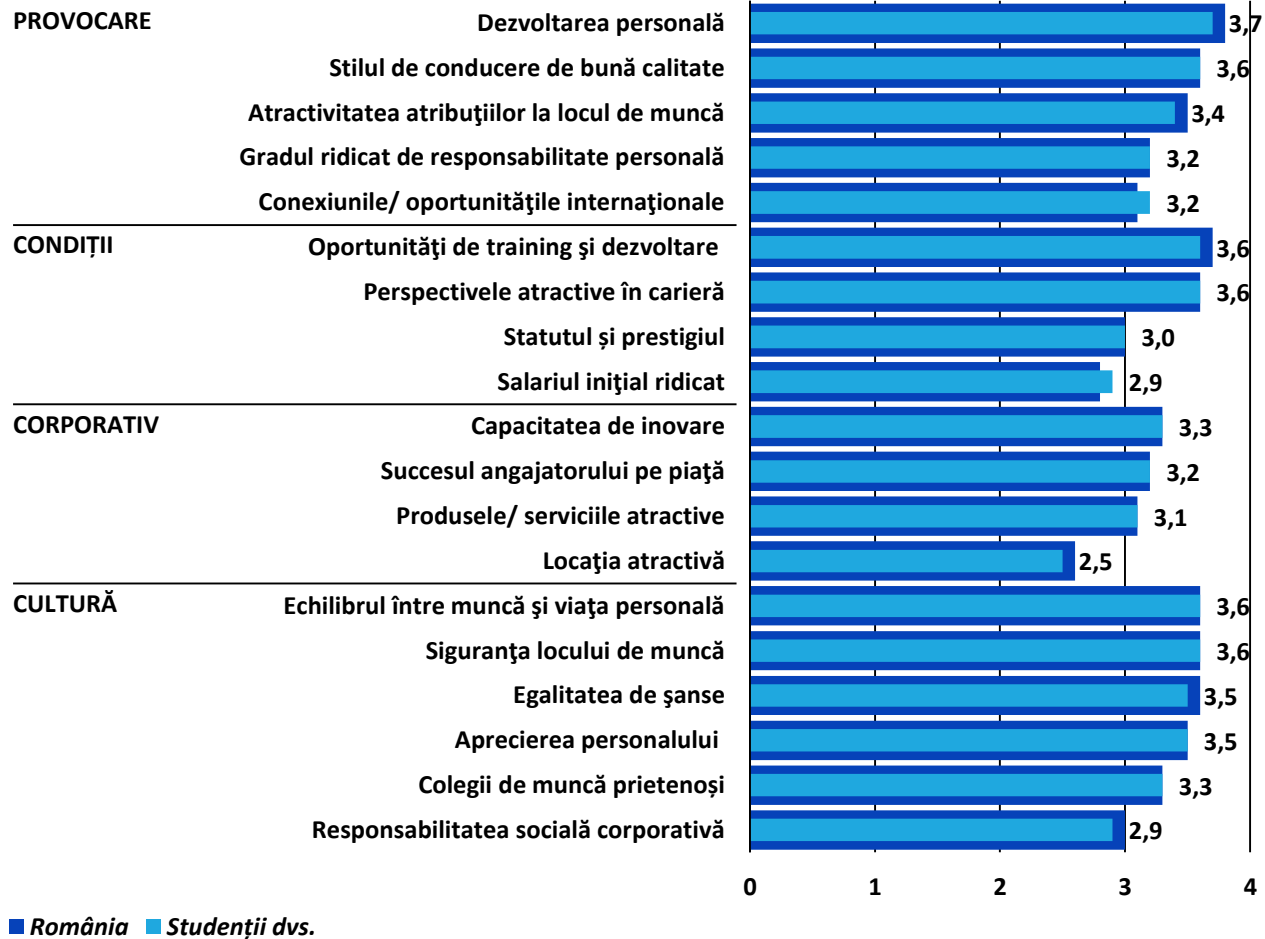


## III. Communication and Career

- **Important factors regarding student selection of employers**
- **Most popular top employers, expected income and working hours**
- **Mobility and student opinions**



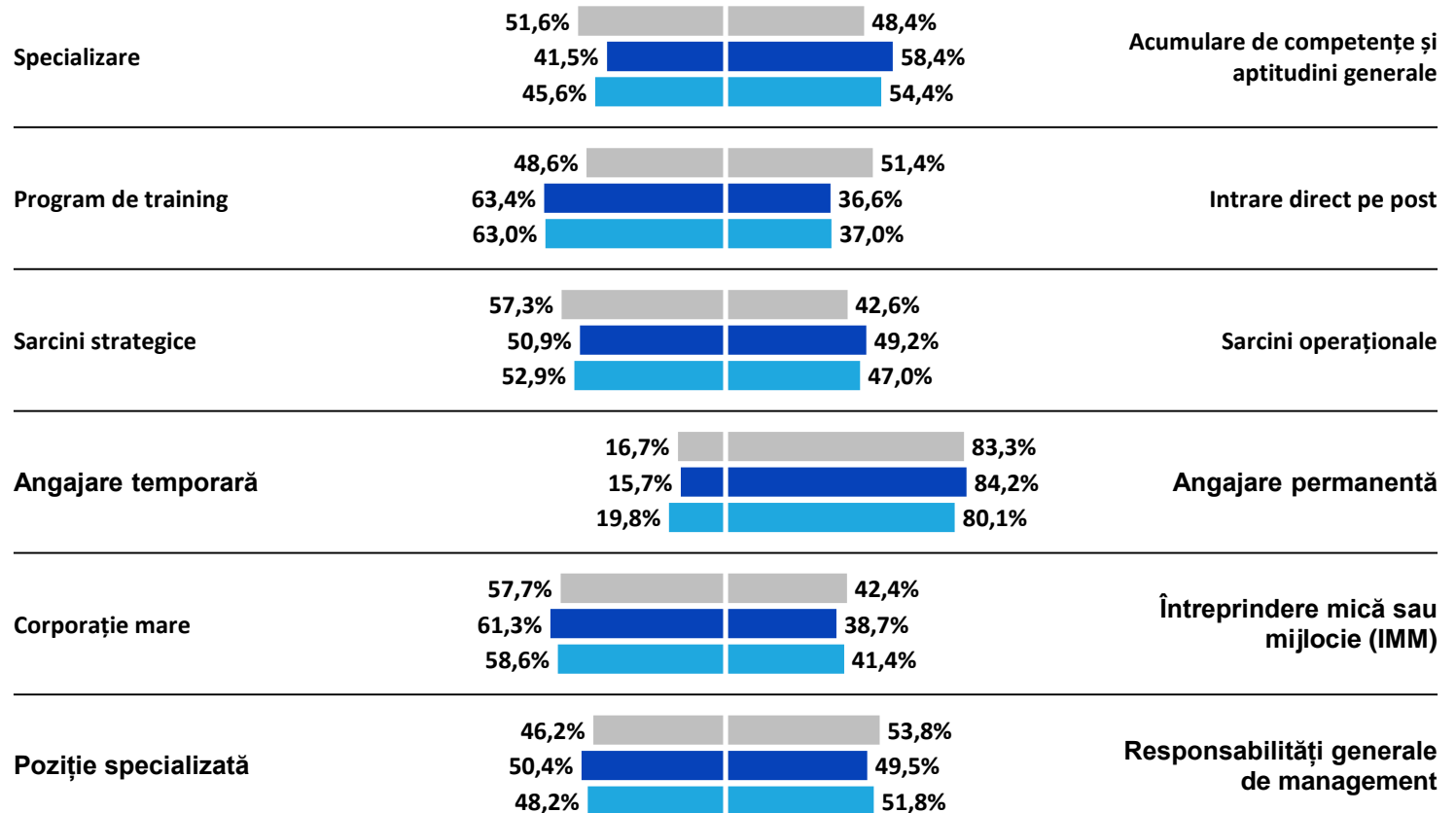
# Factorii atractivității angajatorilor



■ România ■ Studentii dvs.  
 Întrebare: Cât de importanți sunt următorii factori atunci când alegeți angajatorul?



# Prioritățile în carieră

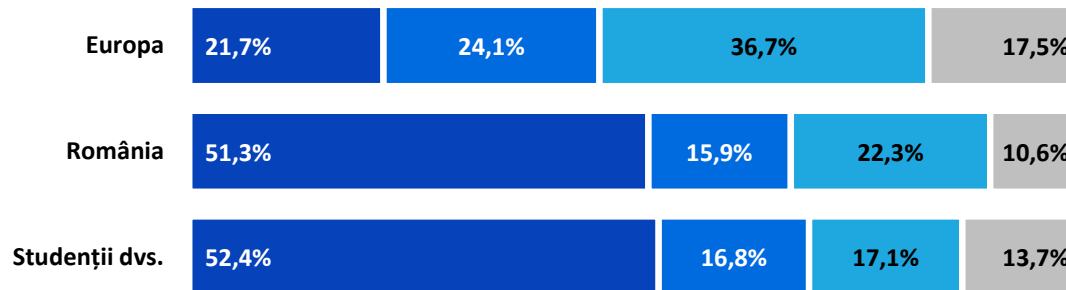


■ Europa ■ România ■ Studenții dvs.

**Întrebare: Ce este important cu privire la primul dumneavoastră loc de muncă după absolvire?**  
 Studenții sunt rugați să evalueze fiecare caracteristică pe o scală cu patru puncte (de la 'acord total cu caracteristica din partea stângă' până la 'acord total cu caracteristica din partea dreaptă'). Studenților le sunt prezentate concepte în pereche, care nu se află în mod necesar în opoziție. Cu cât se apropie linia evaluării de una dintre caracteristici, cu atât preferința este mai pronunțată pentru aceasta.



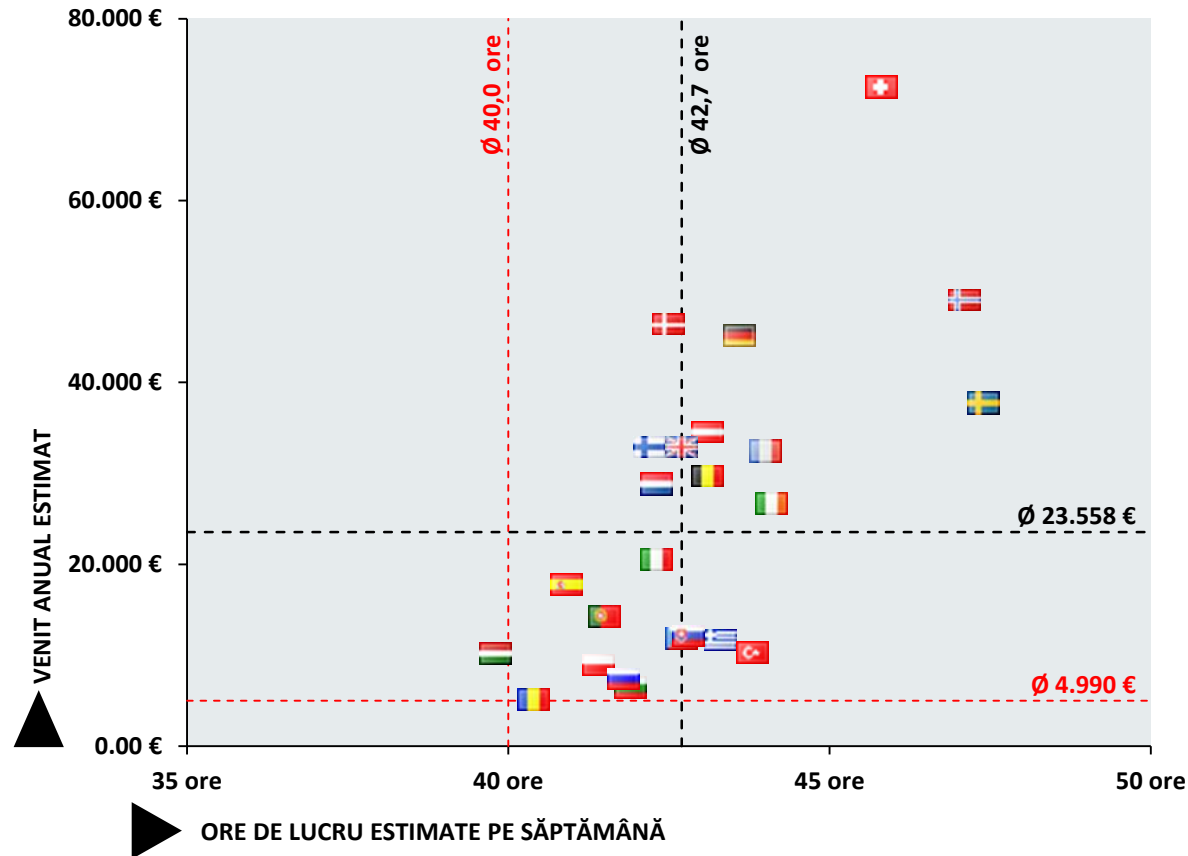
# Mobilitatea: disponibilitatea de relocare



- *Plănuiesc să caut primul loc de muncă în localitatea unde studiez.*
- *Plănuiesc să caut primul loc de muncă în regiunea mea de origine.*
- *Plănuiesc să caut primul loc de muncă în țara mea de origine.*
- *Plănuiesc să caut primul loc de muncă în străinătate.*



# Așteptări privind primul loc de muncă: salariul anual și numărul orelor de muncă în Europa



Întrebare: Câte ore sunteți pregătit/ă să lucrați la primul loc de muncă?

Întrebare: Cât vă așteptați să câștigați la acest loc de muncă?

Linia neagră relevă media europeană. Linia roșie indică valoarea medie pentru studenții dumneavoastră.



# Care sunt cei mai atractivi angajatori în România?

Rang	Angajator	România
1	BRD - Groupe Société Générale	13,2%
2	Banca Comercială Română	13,1%
3	Banca Transilvania	10,6%
4	Apple	9,6%
5	BMW Group	8,2%
6	Raiffeisen Bank	6,8%
7	Microsoft	6,5%
8	Coca-Cola	6,2%
9	Google	5,9%
10	KPMG	5,5%
11	ING	5,4%
12	EU Institutions – EU Careers	4,6%
12	Inditex	4,6%
14	Continental	4,5%
15	L'Oréal	4,4%
16	EY (Ernst & Young)	4,3%
17	Procter & Gamble (P&G)	4,2%
18	Hilton	3,8%
19	Oracle	3,7%
20	Deloitte	3,5%

Întrebare: Unde veți aplica cel mai probabil după absolvire?  
Studenții pot alege trei angajatori dintr-o listă cuprinzătoare.  
Tabelul arată primii 20 de angajatori potrivit studenților din România.



# Care sunt cei mai atractivi angajatori în universitatea dvs.?

Rang	Angajator	Studentii dvs.
1	Banca Transilvania	18,4%
2	Apple	13,0%
3	Microsoft	10,7%
4	Banca Comercială Română	10,2%
4	Google	10,2%
6	BRD - Groupe Société Générale	9,9%
7	BMW Group	9,6%
8	EU Institutions – EU Careers	7,3%
9	Hilton	6,2%
10	Raiffeisen Bank	5,6%
11	KPMG	5,4%
12	Inditex	4,8%
13	Bosch Group	4,5%
13	European Central Bank	4,5%
15	PwC (PricewaterhouseCoopers)	4,2%
16	Orange	3,7%
17	British Airways	3,4%
18	Coca-Cola	3,1%
18	Deloitte	3,1%
18	Kering	3,1%

**Întrebare: Unde veți aplica cel mai probabil după absolvire?**  
Studentii pot alege trei angajatori dintr-o listă cuprinzătoare.  
Tabelul arată primii 20 de angajatori potrivit studenților din universitatea dumneavoastră.



# Care sunt cei mai activi angajatori în România?

Rang	Angajator	România
1	BRD - Groupe Société Générale	39,4%
2	Banca Comercială Română	31,1%
3	Vodafone	21,4%
4	Banca Transilvania	19,8%
5	TELEKOM ROMANIA	16,4%
6	Raiffeisen Bank	15,0%
7	UniCredit Tiriac Bank	12,3%
8	Carrefour	11,8%
9	Kaufland	11,7%
10	Orange	11,5%

Întrebare: Ce angajatori vizează studenții din universitatea dumneavoastră cel mai activ?  
Studenții pot alege trei angajatori dintr-o listă cuprinzătoare.  
Tabelul arată primii 10 de angajatori potrivit studenților din România.





# Care sunt cei mai activi angajatori în universitatea dvs.?

Rang	Angajator	Studentii dvs.
1	Banca Transilvania	40,2%
2	BRD - Groupe Société Générale	30,7%
3	Banca Comercială Română	24,5%
4	KPMG	14,6%
5	Raiffeisen Bank	12,6%
6	PwC (PricewaterhouseCoopers)	11,5%
7	Vodafone	11,1%
8	Kaufland	10,7%
9	ING	10,3%
10	Bosch Group	10,0%

Întrebare: Ce angajatori vizează studenții din universitatea dumneavoastră cel mai activ?  
Studenții pot alege trei angajatori dintr-o listă cuprinzătoare.  
Tabelul arată primii 10 de angajatori potrivit studenților din universitatea dumneavoastră.



# Opiniile studenților

Cursurile studiate îmi oferă competențele și aptitudinile necesare pentru piața muncii.



Va fi dificilă găsirea unui loc de muncă bun în 2016.



Sunt îngrijorat/ă privind viitoarea mea carieră.



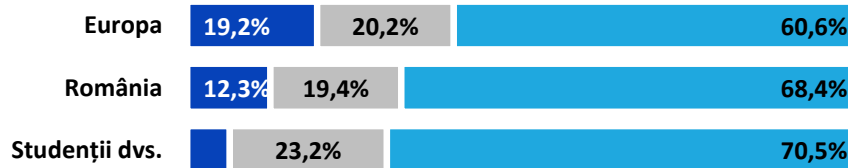
■ De acord ■ Nu am nici o opinie ■ Nu sunt de acord

Întrebare: Vă rugăm să vă exprimați opinia cu privire la următoarele afirmații. Studentii sunt rugați să aleagă una din următoarele opțiuni: 'de acord (+1)', 'nicio opinie (0)', 'dezcord (-1)'.



# Opiniile studenților

Când cineva își rezervă timp pentru familie, acest lucru are un efect negativ asupra carierei.



Este mult mai important pentru mine să mă simt împlinit/ă decât să câștig mulți bani.



Dacă un angajator mi se potrivește foarte bine, sunt dispus să fac compromisuri privind așteptările salariale.



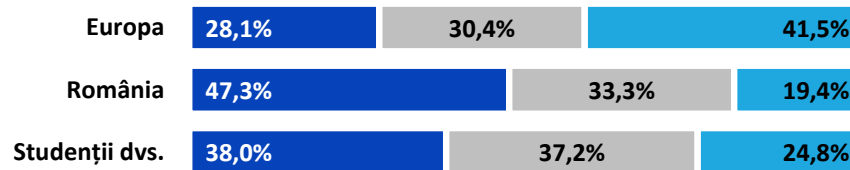
■ De acord ■ Nu am nici o opinie ■ Nu sunt de acord

Întrebare: Vă rugăm să vă exprimați opinia cu privire la următoarele afirmații. Studenții sunt rugați să aleagă una din următoarele opțiuni: 'de acord (+1)', 'nicio opinie (0)', 'dezcord (-1)'.



# Opiniile studenților

Mă gândesc să îmi deschid propria firmă în timpul studiilor sau direct după absolvire.



■ De acord ■ Nu am nici o opinie ■ Nu sunt de acord

Întrebare: Vă rugăm să vă exprimați opinia cu privire la următoarele afirmații.  
Studenții sunt rugați să aleagă una din următoarele opțiuni:  
'de acord (+1)', 'nicio opinie (0)', 'dezcord (-1)'.



**CHRISTINE DIETZSCH**

Head of Partner Relations  
christine.dietzsch@trendence.com  
+49 30 2592988-311

**trendence Institut GmbH**

Markgrafenstraße 62  
10969 Berlin  
Germany  
www.trendence.com and on





**FLORIAN HANEL**

Country Manager DACH  
florian.hanel@trendence.com  
+49 30 2592988-618

**trendence Institut GmbH**

Markgrafenstraße 62  
10969 Berlin  
Germany  
www.trendence.com and on

