



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



CNDIPT

OIPOSDRU



UNIVERSITATEA DIN
ORADEA

Investește în oameni!

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013

Axa prioritară nr. 2: “Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”

Domeniul major de intervenție 2.1: “Tranziția de la școală la viața activă”

Titlul proiectului: **Convergența pregătirii practice universitare pentru integrarea reușită a studenților pe piața muncii**

Contract nr: POSDRU/109/2.1/G/82033

COMPANIILE ORIENTATE SPRE ÎNVĂȚARE

elaborat în cadrul proiectului: ”**Convergența pregătirii practice universitare pentru integrarea reușită a studenților pe piața muncii**”

ORADEA, 2013

Titlu proiect: ”Convergența pregătirii practice universitare pentru integrarea reușită a studenților pe piața muncii”

POSDRU/109/2.1/G/82033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

RoMarketing®



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE BIHOR

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în
OAMENI

Proiect implementat de Universitatea din Oradea în parteneriat cu
S.C. RoMarketing SRL și Camera de Comerț și Industrie Bihor



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



CNDIPT

OIPOSDRU



UNIVERSITATEA DIN
ORADEA

Se vorbește din ce în ce mai structurat despre nevoia organizațiilor de a învăța pentru a-și putea menține competitivitatea pe piață și pentru a se putea dezvolta. Vom vedea în cele ce urmează cât de important este rolul jucat de tineri și de noii angajați în acest scop. David Garvin, Profesor al Harvard Business School, cu numeroase articole pe subiectul organizațiilor care învață, sintetizate în cartea *Learning in Action: A Guide to Putting the Learning Organization to Work* (Harvard Business School Press, 2000), abordează într-un mod pragmatic acest subiect și evidențiază nevoia de a intra în contact direct cu „schimbarea” care are loc la toate nivelurile societății de-a lungul anilor pentru a vorbi cu adevărat de dezvoltare și învățare.

Preluăm următoarele considerente generale despre organizația care învață, pentru a crea un context:

- Organizația care învață este abilă în crearea, dobândirea și transferul cunoștințelor, precum și în modificarea comportamentelor pentru a reflecta noile cunoștințe și perspective.
- Ideile noi sunt esențiale pentru a putea vorbi despre un proces de învățare.
- Fără a însoți schimbările propuse de acțiune, putem vorbi doar despre potențialul de a îmbunătăți.

Gavin propune 6 modalități care pot veni în ajutorul companiilor „autodidacte”, fiecare având propriul set de comportamente, instrumente și atitudini necesare pentru a putea fi implementate cu succes:

1. Rezolvarea sistematică a problemelor
2. Experimentarea
3. Învățare din experiențe anterioare
4. Învățare de la alții
5. Transferul de cunoștințe
6. Măsurarea progresului în învățare

În contextul acumulării de noi cunoștințe de la „alții”, de cele mai multe ori, înseamnă să privești în afara organizației, prin cooptarea oamenilor noi, târguri sau alte întâlniri formale între membrii aceleiași industrii, participarea la discuții trans-industriale sau modele de bune practici și, de ce nu, cooptarea tinerilor elevi sau studenți pentru a afla preocupările și nevoile noilor generații atât în materie de consumatori dar mai ales ca viitori angajați.

Firmele dezvoltă politici de atragere a tinerilor fără experiență încă de pe băncile facultăților, sau chiar a liceului în anumite cazuri, prin implementarea sistemelor de practică sau a unor proiecte care să permită identificarea viitorilor profesioniști.

Titlu proiect: "Convergența pregătirii practice universitare pentru integrarea reușită a studenților pe piața muncii"
POSDRU/109/2.1/G/82033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

RoMarketing®



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE BIHOR

FONDUL SOCIAL EUROPEAN
Investește în
OAMENI

Proiect implementat de Universitatea din Oradea în parteneriat cu
S.C. RoMarketing SRL și Camera de Comerț și Industrie Bihor



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



OIPOSDRU



UNIVERSITATEA DIN
ORADEA

Programele de practică au un dublu avantaj:

- ✓ permit firmelor să-și dezvolte o pepiniera de tinere talente, prin implicarea în dezvoltarea profesională a studenților încă dinaintea startului carierei lor. Extinderea bazei de recrutare și eficientizarea procesului de recrutare sunt printre premisele menținerii unei poziții de lider pe piața pe care compania activează;
- ✓ studenții și absolvenții se familiarizează cu politica și cultura organizațională a unei companii, pun în practică teoria acumulată și învață lucruri noi, înainte de a deveni candidați pe piața forței de muncă.

Alocarea resurselor și definirea procedurilor necesare implementării sistemelor de stagiatură se fac diferit, în funcție de dimensiunea și specificul companiei. Cu toate acestea, etapele desfășurării unui stagiu sunt aceleași :

- ✓ identificarea precisă a stagiului;
- ✓ recrutarea și selectarea stagiului;
- ✓ inducția stagiului;
- ✓ desfășurarea stagiului;
- ✓ evaluarea rezultatelor stagiului pentru îmbunătățirea acestuia.

Pentru companii, avantajele de avea studenți în practică sunt multiple. De cele mai multe ori acestea se cuantifică în timp, fiind dificil de măsurat pe termen scurt:

- ✓ compania formează o bază de date de tinere talente, puternică ceea ce face ca procesul de recrutare și selecție să fie mai eficient;
- ✓ un stagiu se desfășoară pe o perioadă determinată astfel încât compania poate să testeze un viitor potențial angajat fără obligații contractuale pe termen lung;
- ✓ îmbunătățește imaginea companiei în rândul studenților prin implicarea în procesul de instruire, situând-o între angajatorii preferați;
- ✓ crește notorietatea companiei în mediul viitorilor profesioniști.

Oamenii sunt cei care dau valoare și energie unei organizații, sunt suflul și motorul care propulsează compania spre dezvoltare prin ideile lor creative. De aceea, unul dintre punctele importante pentru a te menține într-o piață în continuă expansiune și dezvoltare este atragerea unei forțe de muncă talentată, bine pregătită și orientată către rezultate.

Titlu proiect: "Convergența pregătirii practice universitare pentru integrarea reușită a studenților pe piața muncii"
POSDRU/109/2.1/G/82033

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

RoMarketing®



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE BIHOR

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Investește în
OAMENI

Proiect implementat de Universitatea din Oradea în parteneriat cu
S.C. RoMarketing SRL și Camera de Comerț și Industrie Bihor