

Provocări în educație

De la rigorile academice, la nevoile angajatorilor și
așteptările viitorilor profesioniști în marketing

Prof. univ. dr. Ioana Cecilia Popescu

Decan al Facultății de Marketing, ASE București

Contextul

Universitățile semnalează o scădere semnificativă a nivelului de pregătire academică.

Tinerii manifestă interes scăzut pentru educația formală, considerând că nu oferă competențele necesare pentru angajare.

Angajatorii semnalează adesea decalajul dintre competențele absolvenților și cerințele reale de pe piața muncii.

Sistemul de învățământ este perceput adesea ca fiind învechit, destul de inert, adaptându-se cu dificultate la cerințele economiei digitale.

Contextul

La prima vedere, de la Catedră:

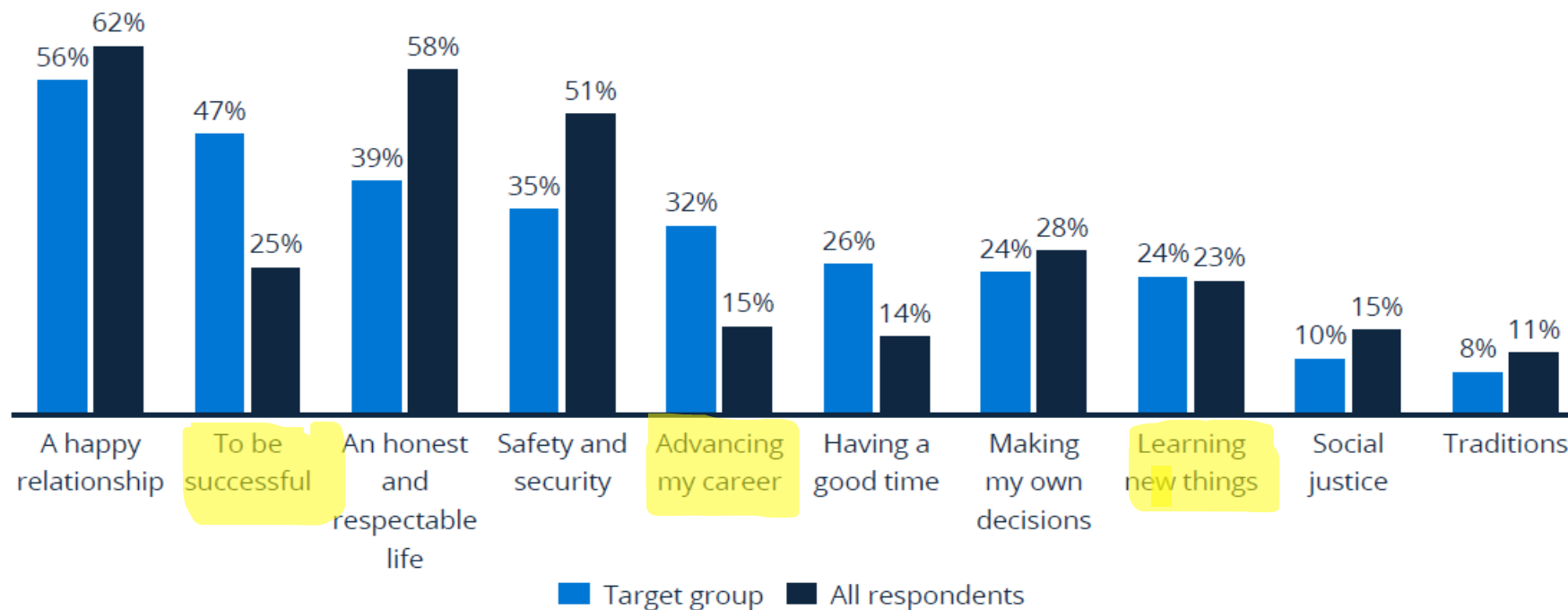
- Absenteismul
- Scăderea motivației față de pregătirea academică
- Abandonul universitar

La o analiză mai profundă:

- Anxietate și incertitudine față de viitor
- Constrângeri financiare și provocări legate de gestionarea banilor și a timpului
- Alegerea facultății vs. vocație

Ce este important pentru GenZ?

Most important aspects of life for consumers in Romania

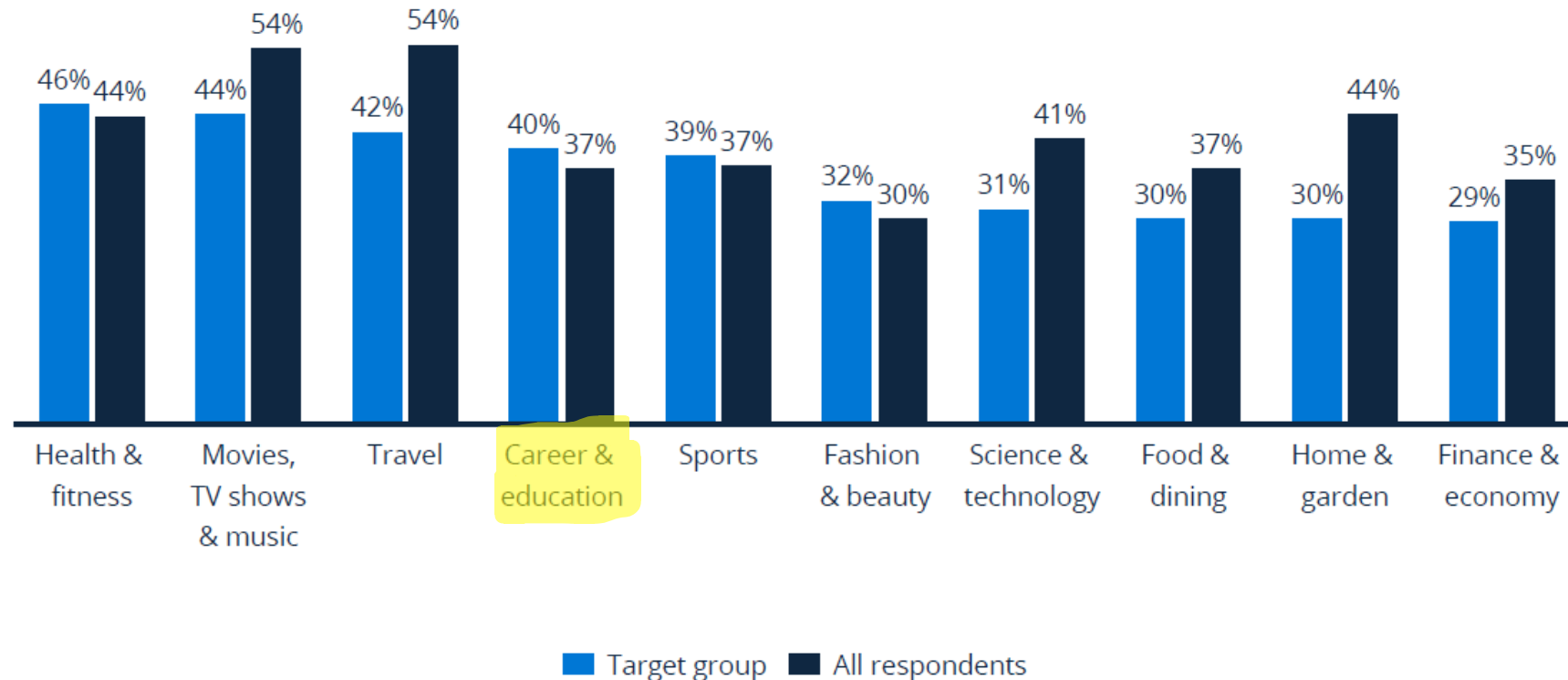


Q: "Out of the following list, which are the 3 most important aspects to you in life? Please choose exactly 3."

Sursa: Statista Global Consumer Survey, dec. 2022

Principalele domenii de interes

Top 10 interests of Gen Z / Generation Z in Romania

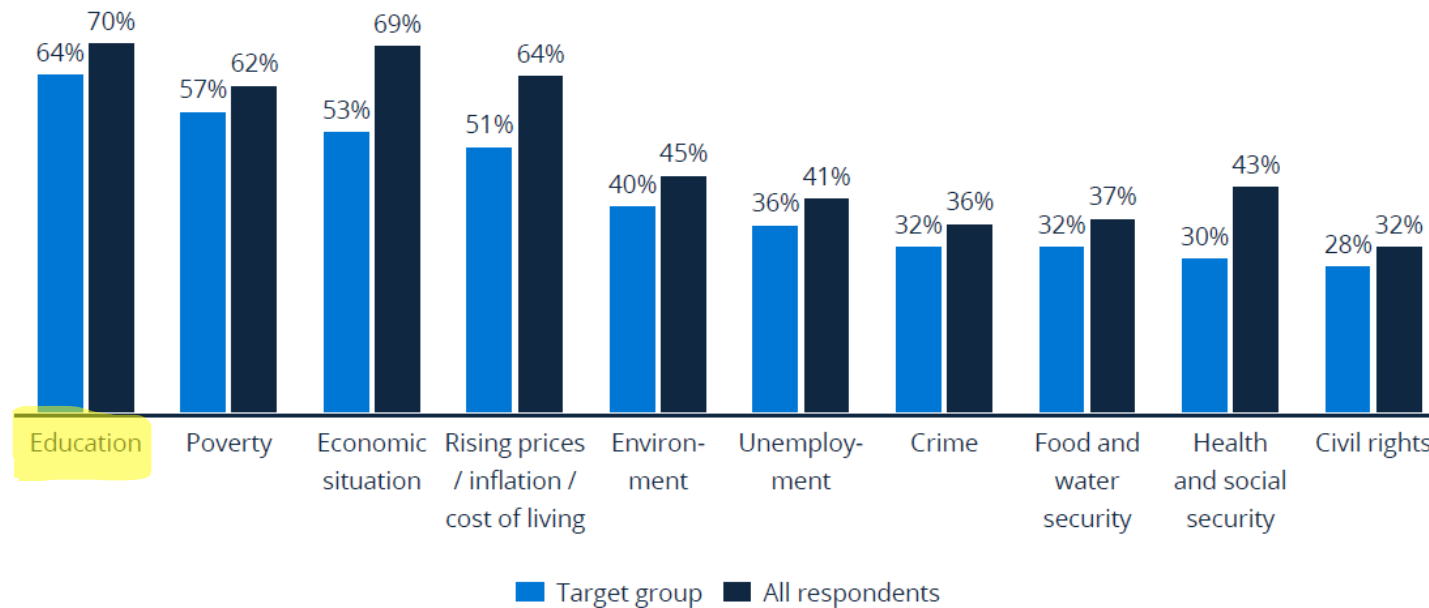


Q: "What topics are you personally interested in?" Multi pick

Sursa: Statista Global Consumer Survey, dec. 2022

Opinia privind problemele cu care se confruntă România

The 10 most important issues facing Romania according to Gen Z / Generation Z



Q: "What do you personally think are the most important issues in your country of residence that need to be addressed?"; Multi Pick

Sursa: Statista Global Consumer Survey, dec. 2022

Generația Z la locul de muncă

- **Carierea este mai puțin importantă** – deschiși să schimbe domeniul în orice moment
- **Overselling** – supra-evaluarea competențelor, riscul de a se demotiva ușor
- **Nevoia de autonomie** apare în contrast cu nevoia de suport și validare continuă
- **Asumarea responsabilității:** renunță ușor în procesul de recrutare, retenție dificilă

Sursa: Universul Generației Z, iSense Solutions, 2022

Nevoile în raport cu angajatorul

Recunoaștere & Vizibilitate, validarea propriei valori

Suport & Colaborare, sentiment de apartenență

Autonomie dublată de **feedback** constant

Siguranță & Predictibilitate, evaluări constante, plan de carieră bine definit, consiliere în carieră

Dezvoltare personală și profesională

Respect, relație echitabilă cu toate structurile ierarhice

Așteptări salariale (necalibrate la nivelul de experiență), valorizare a skill-urilor

Afirmarea unicității

Sursa: Universul Generației Z, iSense Solutions, 2022 (cercetare calitativă)

Beneficii relevante pentru Generația Z

Must have

- **Flexibilitate:** work from home, program adaptat nevoilor de învățare, Short Friday
- **Varietatea de roluri / perspective** oferite și posibilitatea de a schimba poziția / atribuții diferite
- **Experiența continuă de învățare** prin experiențe diverse și autonomie investită
- **Dezvoltare personală:** dezvoltare soft skills, cursuri de învățare off-topic, dezvoltare interdisciplinară
- **Echitatea beneficiilor** în rândul generației

Added value

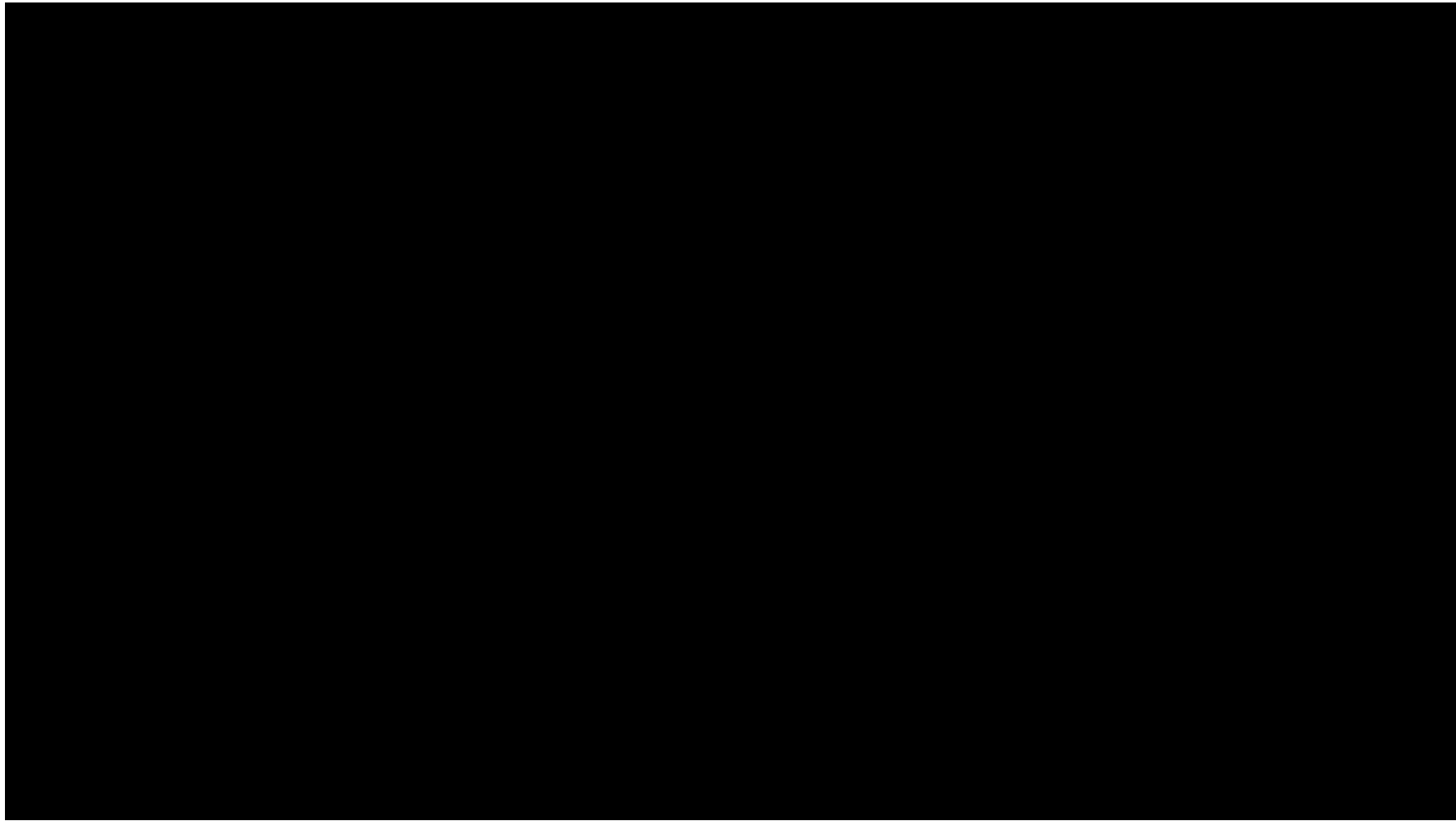
- **Beneficii personalizate:** înlocuirea abonamentului medical cu beneficii din zona de sport și stil de viață
- **Beneficii trendy:** adopție mare Bookster în ciuda utilizării scăzute

Sursa: Universul Generației Z, iSense Solutions, 2022 (cercetare calitativă)

Temeri legate de job

	Gen Z (18-26 ani) A	Millennials (27-42 ani) B	Gen X (43-58 ani) C	Baby boomers (59-65 ani) D
Îmi este teamă să nu fiu <u>exploatat/ă</u> , să nu fiu <u>nevoit/ă</u> să <u>pretez mult mai multe activități</u> față de fișa <u>postului</u>	51%	42%	48%	47%
Îmi este teamă că nu o sa existe un <u>echilibru între</u> <u>muncă și viață personală</u>	45%	52%	48%	51%
Îmi este teamă că nu voi face față sarcinilor și mă vor <u>copleși</u>	38% (B,C,D)	22% (D)	17%	7%
Îmi este teamă că nu o să îmi placă jobul ales în <u>domeniul în care mi-am terminat studiile</u>	31% (B,C)	18%	15%	23%
Îmi este teamă că <u>dacă greșesc</u> îmi pot <u>pierde jobul</u>	26%	18%	17%	23%

Sursa: Universul Generației Z, iSense Solutions, 2022 (cercetare cantitativă, 912 respondenți)



Provocări academice...

Provocări academice, în context...

Cum să fim relevanți pentru studenți?

Cum să fim relevanți pentru angajatori?

Cum să rămânem consecvenți principiilor academice, marcate de rigoare și nevoia de excelență?

Universitățile trebuie să-și restructureze programele educaționale, cu mai mult accent pe relevanță practică și pe integrarea tehnologiei în procesul educațional.

Cine suntem?

Facultatea de Marketing de la Academia de Studii Economice din București

- 2327 studenți înmatriculați în anul universitar 2024-2025
- Programe de studii
 - **Licență:** învățământ cu frecvență în limba română, învățământ cu frecvență în limba engleză, învățământ fără frecvență și învățământ la distanță
 - **Masterat (459 studenți, 257 de studenți înmatriculați în anul 1):**
Cercetări de marketing, Managementul marketingului, Marketing online, Marketing strategic, Managementul relațiilor cu clienții / Customer Relationship Management (masterat în limba engleză), Marketing și comunicare în afaceri și Relații publice în marketing
 - **Doctorat**

Cine suntem?

- 39 de cadre didactice titulare
- 20 de îndrumători de doctorat
- 23 de cadre didactice asociate invitate, specialiști, cercetători, profesori de la alte universități
- 42 doctoranzi implicați în predare

Viziunea

- *Facultatea de Marketing dorește să-și păstreze poziția de lider în învățământul universitar de marketing din România.*
- *Ne-am propus să fim recunoscuți drept principalul partener academic al celor interesați de excelență în marketing, cu o contribuție semnificativă la dezvoltarea societății inteligente sustenabile.*

Misiunea noastră

- **Educăm și formăm generațiile de specialiști în domeniul marketingului**, prin programe de studii centrate pe student și orientate spre formarea competențelor și calificărilor relevante pentru angajatori.
- **Contribuim la crearea, îmbunătățirea și aplicarea cunoașterii, stimularea creativității, încurajarea inovării și rezolvarea unor probleme concrete ale economiei și societății**, prin cercetare avansată în domeniul marketingului.
- **Oferim o experiență internațională relevantă studenților, personalului didactic și de cercetare**, prin internaționalizarea educației și a cercetării.
- **Susținem progresul comunității prin cooperare, cunoaștere și oferirea de soluții** care să contribuie la rezolvarea provocărilor cu care se confruntă societatea.

Valorile noastre

Excelență

Responsabilitate

Libertate academică

Integritate

Entuziasm

Cooperare

Ce oferim?

- Formăm și educăm viitorii profesioniști în marketing
- Cunoaștere în domeniul marketingului

Angajabilitate – absolvenți licență

Cercetare în rândul absolvenților Facultății de Marketing, iulie 2024

Persoană în căutarea
unui loc de muncă: 42.3%

Angajat cu normă
întreagă: 30.9%

Angajat cu
normă parțială:
10.9%

Antreprenor: 4.6%

Liber
profesionist:
4.1%

Internship: 1.6%

Angajabilitate – absolvenți licență

Cercetare în rândul absolvenților Facultății de Marketing, iulie 2024 (366 respondenți)

Ocupația este în concordanță cu domeniul absolvit sau în domenii conexe: 32,6%

- Ocupații (selectiv):
 - Agent marketing
 - Agent Servicii Clienți
 - Asistent marketing
 - Coordonator Social Media – Marketing
 - Digital Events Marketing Manager
 - Digital Marketing Specialist
 - Digital Media Planner
 - Manager relații cu clienții
 - Marketing Data Analyst
 - Pr&Marketing Manager
 - Agent de vânzări

Angajabilitate – absolvenți licență

Cercetare în rândul absolvenților Facultății de Marketing, iulie 2024

Intenții după absolvire

- 19,4% intenționează să-și deschidă propria afacere
- 24% să-și continue studiile
- 14% să se dezvolte la actualul loc de muncă

Obiectivele în relația cu mediul de afaceri

- Consolidarea parteneriatelor existente și încheierea unor noi acorduri de parteneriat cu companii care au expertiză în domeniul marketingului
- Dezvoltarea unor programe de studiu în parteneriat cu mediul de afaceri (la ciclul de masterat)
- Atragerea unor parteneri interesați să colaboreze cu echipele de cercetare de la Facultatea de Marketing, în vederea realizării de cercetări cu aplicabilitate practică
- Creșterea numărului de companii care să se asocieze cu diferitele proiecte ale Facultății de Marketing

Acțiuni pentru dezvoltarea relațiilor cu mediul de afaceri

- Efectuarea periodică a unor studii în rândul angajatorilor
- Parteneriate pentru locuri de internship - ca bază de recrutare, burse private, teme pentru disertații, teme de cercetare pentru sesiunile de comunicări științifice studențești, precum și studii de caz și profesioniști care vor participa, în calitate de invitați, la unele dintre disciplinele din planul de învățământ al programului de master
- Reconfigurarea programelor de masterat în colaborare cu companii
- Organizarea de mese rotunde, la care să participe cadrele didactice și practicieni, pentru a analiza anumite aspecte specifice marketingului organizațiilor și pentru a identifica asemănările și deosebirile dintre perspectiva teoretică și abordarea practică

Acțiuni pentru dezvoltarea relațiilor cu mediul economico-social

- Vizite în companii, de tipul “Ziua porților deschise pentru profesori” și “Ziua porților deschise pentru studenți”
- Crearea comunității ALUMNI Marketing
- Reconfigurarea Consiliului Consultativ al Facultății de Marketing
- Dezvoltarea unui program de mentorat pentru studenții Facultății de Marketing, cu sprijinul membrilor comunității ALUMNI MARKETING

Parteneriatul iSense Solutions & ASE Facultatea de Marketing

- **Masteratul de Cercetari de Marketing, Powered by iSense Solutions, începând cu anul universitar 2024-2025**
- **Beneficii pentru studenți:**
 - Acces la stagii de practică
 - Burse private câștigate prin concurs
 - Interacțiuni cu specialiști în marketing și cercetări de marketing în cadrul unor cursuri, conferințe sau workshopuri organizate atât la facultate cât și la iSense Solutions și companiile partenere
 - Acces la resurse și instrumente inovatoare de cercetare
 - Acces la studii de caz
 - Implicare și valorificarea cunoștințelor și a propriilor idei în proiecte de cercetare reale

Parteneriatele cu mediul de afaceri – posibile colaborări

- Stagii de practică
- Mentorat și recrutare pentru internship sau angajare
- Conferințe, workshop-uri și vizite în companii
- Burse private pentru talente
- Sponsorizări
- Implicarea în activități de cercetare, consultanță și training
- Studii de caz și cercetări desfășurate de către studenți
- Implicarea specialiștilor în activitățile didactice
- Implicarea în ALUMNI MARKETING

Stagii de practică

Formarea studenților prin facilitarea exersării competențelor într-un context practic

- *Stagiul de practică la licență: 112 ore*
- *Stagiul de practică la masterat: 280 ore*

Mentorat și recrutare pentru angajare sau internship

Creșterea angajabilității tinerilor

(maxim 4 ore/ zi la licența, maxim 6 ore/ zi la master)

- Angajare
- Internship
- Mentorat pentru carieră
- Prezentarea profesiilor specifice marketingului

Conferințe, workshop-uri și vizite în companii

Îmbunătățirea cunoștințelor practice ale studenților

- Conferințe pe teme de marketing
- Workshop-uri
- Vizite în companii pentru studenți și profesori

Sponsorizare și burse private

Susținerea educației

&

Recrutare timpurie și consolidarea brandului de angajator

- Burse private acordate conform legii nr. 376/2004
- Burse de cercetare, de studiu, sau pentru activități cultural-sportive
- Premii pentru studenți (Sesiunea de comunicări științifice, premiera celor mai bune rezultate la final de an, premiera proiectelor de disciplină)
- Implicarea în organizarea de evenimente (Balul Bobocilor, Festivitatea de absolvire etc.)

Sponsorizare

- Amenajarea unor săli pentru activități didactice
- Achiziții/ punere la dispoziție de soft-uri și licențe
- Crearea de laboratoare de cercetare
- Participarea profesorilor/ studenților la evenimente/ organizații internaționale
- Sponsorizarea echipelor sportive ale facultății
- Sponsorizarea organizării de evenimente profesionale/ conferințe naționale/ internaționale

Activități de cercetare, consultanță și training

- Parteneriat în implementarea de proiecte de cercetare națională și internațională
- Cercetare în parteneriat pe teme de interes comun (exemple de teme de interes pentru Facultatea de Marketing: Impactul AI în Marketing, Barometrul comportamentului și consumului ecologic în România, Utilizarea social media în rândul tinerilor etc.
- Proiecte colaborative Studenți & profesori & specialiști din companii
- Parteneriat pentru publicarea de articole în domeniul marketingului, cercetare pe înțelesul tuturor
- Consultanță pentru rezolvarea unor probleme ale companiilor
- Parteneriate în implementarea proiectelor cu finanțare nerambursabilă

Studii de caz și cercetări pentru studenți

- Studii de caz și exemple pentru cursuri și seminare
- Propuneri teme Proiecte de disciplina (date, jurizare și premiere)
- Propuneri teme Licență
- Propuneri teme disertație
- Propuneri teme Doctorat

Concursuri studențești

- Propuneri teme pentru Sesiunea de comunicări științifice
- Participarea în juriul concursurilor studențești
 - Sesiuni de comunicare
 - Olimpiada de Marketing
 - Proiecte de disciplină (de exemplu simularea de pitch-uri)

Brand equity pentru profesia de marketer

Conștientizare

- Care sunt profesiile specifice domeniului marketing?
- Care sunt competențele de bază ale unui marketer?
- Care sunt competențele specifice fiecărei profesii?

Imagine

- Marketingul și profesiile specifice au nevoie de o imagine mai clară, mai bună, mai consistentă

Dezirabilitate

Fidelizare

Cum să ne conectăm cu Generația Z?

Perspectiva angajatorului, la job

Validează-le nevoia de afirmare! Fii empatic, valorizează-le opiniile și perspectivele!

Oferă experiențe! Gamification, provocări, întâlniri informale indiferent de nivelul ierarhic

Implică-i în luarea deciziilor! Arată-le că sunt importanți și contribuie la succesul companiei

Suport! Fii prezent în evoluția lor, oferă guidelines, încurajează autonomia!

Sursa: Universul Generației Z, iSense Solutions, 2022 (cercetare calitativă)

Cum să ne conectăm cu Generația Z?

Perspectiva parteneriatului
mediului academic cu mediul de
afaceri

Încurajăm nevoia de afirmare! Empatie: ținem cont, ne pasă de voi, de nevoile și de opiniile voastre, împreună creăm oportunități de afirmare

Creăm experiențe! Gamification, provocări, vizite în companii, invitați la cursuri, implicarea cercetare, studii de caz reale etc.

Ne implicăm! Stagii de practică și internship-uri, competiții în cadrul cărora ideile câștigătoare pot fi implementate

Oferim suport! Suntem prezenți în evoluția lor, îi îndrumăm, încurajăm autonomia!

Vă mulțumesc!

ioana.popescu@mk.ase.ro