



UNIUNEA EUROPEANĂ



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



OIPOSDRU



Universitatea POLITEHNICA
din Bucuresti

Investește în oameni !
FONDUL SOCIAL EUROPEAN
Programul Operațional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013



GHID DE BUNE PRACTICI ÎN CONSILIEREA CARIEREI

Student azi! Profesionișt mâine!

Imbunătățirea procesului de inserție pe piața
muncii a studenților din domeniile tehnic /
economic / medical veterinar
POSDRU/160/2.1./S/139928

Axa prioritară 2

„Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața
muncii”

Domeniul major de intervenție: 2.1.

„Tranziție de la școala la viața activă”

www.proiectimpuls.ro

COORDONATOR:

Nicoleta LIȚOIU

Autori:

Stelică BĂRĂGAN (*Universitatea din Craiova*)

Lucia CABULEA (*Universitatea "1 Decembrie 1918" din Alba Iulia*)

Oana Daniela CĂLĂRAȘU (*Universitatea POLITEHNICA din București*)

Gabriel FRAILICH (*Universitatea de Științe Agronomice și Medicină Veterinară*)

Blanca GRAMA (*Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu*)

Matei GHIGHIU (*Universitatea de Științe Agronomice și Medicină Veterinară*)

Nicoleta LIȚOIU (*Universitatea POLITEHNICA din București*)

Andra Gabriela LUCA (*Universitatea POLITEHNICA din București*)

Simona NEAGU (*Universitatea POLITEHNICA din București*)

Olga POTECEA (*Universitatea Româno-Americană*)

Ecaterina ȘTEFAN (*Universitatea de Științe Agronomice și Medicină Veterinară*)

Cuprins

CAPITOLUL I	9	CAPITOLUL V	39
UTILIZAREA SOCIAL MEDIA ÎN PROCESUL DE RECRUTARE / ANGAJARE PE PIAȚA MUNCII / POZIȚIONAREA PE PIAȚA MUNCII CU AJUTORUL SOCIAL MEDIA	9	EXEMPLE ȘI EXPERIENȚE DE SUCCES ÎN DRUMUL SPRE O CARIERĂ	39
1.1. Despre recrutare și selecție	9	5.1. Universitatea POLITEHNICA din București (UPB)	39
1.2. Date statistice și studii despre rețelele sociale în România	10	5.1.1. <i>Testimoniale absolvenți</i>	39
1.3. Recrutarea prin Social Media în România	11	5.1.2. Testimonial angajator: Renault România	41
1.3.1. Cum analizează oamenii din HR profilurile din Social Media	13	5.2. Universitatea Româno-Americană (URA)	41
1.4. Angajare prin Social Media – perspectiva angajaților	14	5.2.1. <i>Testimoniale absolvenți</i>	41
1.4.1. Cum se găsesc locuri de muncă prin intermediul Social Media?	15	5.2.2. Testimonial angajatori: Microsoft Corporation	44
CAPITOLUL II	17	5.3. Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia	44
NETWORKINGUL	17	5.3.1. <i>Testimonial absolventă</i>	44
2.1 Elemente de bază în networking: definire, scop, tips & tricks	17	5.3.2. Testimonial angajator: AMBIENT S.A. ALBA IULIA	46
2.2 De ce abilități aveți nevoie pentru networking?	19	5.4. Universitatea din Craiova	47
2.3 Resurse ale networkingului: drumul către succes și performanță	21	5.4.1. <i>Testimonial absolventă</i>	47
CAPITOLUL III	24	5.4.2. Testimonial angajator: RELOC S.A.	47
EXPERIINȚA CÂSTIGATĂ ÎN TIMPUL STUDENȚIEI	24	5.5. Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară (USAMV)	48
3.1. Internshipul - prima experiență cu angajatorul	24	5.5.1. <i>Testimonial absolventă</i>	48
3.2. Voluntariatul calea spre experiență în carieră	26	5.5.2. Testimonial angajator: A&A Medical Vet	49
3.2.1. Voluntariat = Experiență profesională	28	CAPITOLUL VI	50
3.3. Mobilitățile studenților în străinătate	29	TRATAMENT NEDISCRIMINATORIU ȘI ACCES EGAL ÎN EDUCAȚIE ȘI PE PIAȚA MUNCII	50
3.4. Competițiile studențești la nivel național și internațional	31	6.1. Concept și abordări	50
CAPITOLUL IV	34	BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ	54
ELEMENTE DE BRANDING PERSONAL	34		
4.1. Brand și branding personal	34		
4.2. Branding personal și interviul de angajare	35		
4.2.1. Prima impresie (aspect, conduită, primele cuvinte)	36		
4.2.2. Imaginea vestimentară	36		
		4.2.3. Comunicarea nonverbală	37

Preambul

"Ghidul de bune practici în consilierea carierei" este realizat în cadrul proiectului cu titlul "**Student azi! Profesionist mâine! - Îmbunătățirea procesului de inserție pe piața muncii a studenților din domeniile tehnic / economic / medical veterinar (IMPULS) – POSDRU/160/2.1/S139928**, proiect cofinanțat din Fondul Social European, Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013, axa prioritară 2 – *Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii*, DMI 2.1 – *Tranziția de la școală la viața activă*.

Proiectul este implementat de către Universitatea POLITEHNICA din București, ca Beneficiar, în parteneriat cu:

1. Universitatea de Științe Agronomice și Medicină Veterinară București, în calitate de *partener 1*
2. Universitatea Ovidius Constanța, în calitate de *partener 2*
3. Universitatea Lucian Blaga din Sibiu, în calitate de *partener 3*
4. Universitatea „1 Decembrie” din Alba Iulia, în calitate de *partener 4*
5. Universitatea Româno - Americană, în calitate de *partener 5*
6. Universitatea din Craiova, în calitate de *partener 6*

Obiectivul general al proiectului este acela de a facilita și îmbunătăți procesul de inserție pe piața muncii și a dezvolta aptitudinile de muncă pentru un număr de 10.000 de studenți înmatriculați în sistemul de învățământ superior tehnic / economic / medical veterinar prin dezvoltarea și furnizarea de programe integrate de orientare, consiliere profesională și practică.

Obiectivele specifice ale proiectului sunt următoarele:

OS1. Facilitarea tranziției de la școală la viața activă, prin furnizarea de servicii de consiliere și orientare profesională pentru un număr de 10.000 de studenți înmatriculați în învățământul superior tehnic / economic / medical veterinar.

OS2. Dezvoltarea și consolidarea parteneriatelor în scopul creșterii rezultatelor învățării dobândite la locul de muncă prin implicarea unui număr de 500 de instituții / companii / institute de cercetare / întreprinderi, în vederea îmbunătățirii procesului de tranziție de la școală la viața profesională.

OS3. Dezvoltarea prin intermediul stagiilor de practică a aptitudinilor de muncă pentru 2.000 de studenți din învățământul superior de profil tehnic / economic / medical veterinar superior, în scopul creșterii nivelului de calificare și a unei inserții mai rapide pe piața muncii.

OS4. Monitorizarea gradului de angajare a studenților absolvenți de învățământ superior tehnic / economic / medical veterinar din cadrul universităților partenere în funcție de specializare / aptitudini / competențe în vederea corelării învățământului superior cu cerințele pieței muncii.

Mulți dintre voi vă confrunțați cu întrebări legate despre ceea ce o să se întâmple în viitorul vostru în carieră. Tocmai de aceea realizarea acestui ghid are scopul de a vă oferi anumite informații relevante cu privire la oportunități și resurse pe care le aveți la dispoziție în diferite medii, dar și metode prin care să obțineți rezultatele dorite. Impactul cu piața muncii poate fi atenuat prin experimentarea unor șanse de tipul internshipurilor sau activităților

de voluntariat, mobilități studentești și concursuri pe specializări.

Scopul prezentului *"Ghid de bune practici în consilierea carierei"* este de a vă oferi un suport, în vederea conștientizării oportunităților și activităților pentru care puteți aplica în perioada facultății, cu obiectivul de a vă câștiga experiența și pregăti cât mai bine și cu seriozitate pentru viața activă. Ne răspunde la întrebarea ***Unde găsim oportunitățile și cum le folosim cât mai eficient posibil în momentul în care le reperăm?!***

Prin parcurgerea capitolelor din ghid, puteți să conștientizați că aveți la dispoziție o multitudine de resurse informaționale despre networking, social media, branding personal, centre de informare și practică, cercetare, dezvoltare, inovare, oportunități care așteaptă să fie concretizate. Sprijinul unui astfel de ghid constă în resurse informaționale și sfaturi utile care vă ajută să identificați și valorificați resursele personale, pentru a fi cât mai bine pregătiți când vă căutați un internship, voluntariat, când vă pregătiți portofoliul de aplicare la o bursă și în căutarea unui loc de muncă.

Prezentul Ghid atrage atenția printr-un capitol distinct și asupra tratamentului nediscriminatoriu și accesului egal.

CAPITOLUL I

UTILIZAREA SOCIAL MEDIA ÎN PROCESUL DE RECRUTARE / ANGAJARE PE PIAȚA MUNCII / POZIȚIONAREA PE PIAȚA MUNCII CU AJUTORUL SOCIAL MEDIA

– perspectiva angajatorilor și perspectiva angajaților –

1.1. Despre recrutare și selecție

Recrutarea prin Social Media, întâlnită foarte mult în Occident, a luat amploare și în România, unde noile instrumente puse la dispoziția recruiterilor prin era digitală duc la formarea unei noi paradigme în asigurarea forței de muncă.

Social Media este cea mai rapidă sursă de informații necesare pentru a ajunge la voi, în calitate de potențiali candidați. A trecut vremea când recrutarea se făcea prin intermediul anunțurilor din ziare. Acum, internetul joacă un rol din ce în ce mai important, fiind cel mai interactiv mediu prin care se pot identifica posibili candidați pentru posturile vacante din firme, organizații etc.

Având în vedere societatea în care trăim și dinamica pieței muncii, este important ca angajatorii să vină în întâmpinarea voastră. Astfel, rețelele de socializare și comunitățile online de profesioniști au ca și caracteristică gradul ridicat de accesibilitate între cele două părți: candidați-angajatori, cu beneficii de ambele părți.

La ce se referă fiecare concept?

Recrutarea și selecția se referă la asigurarea forței de muncă, iar diferența constă în momentul apariției lor în procesul de angajare și în metodele și tehnicile folosite.

În acord cu literatura de specialitate, **recrutarea** reprezintă un proces de căutare, identificare, localizare și atragere a candidaților potențiali din care se vor selecta cei mai competitivi și care corespund cel mai bine cerințelor și intereselor unei organizații. Identificarea unui număr suficient de mare de candidați care îndeplinesc condițiile

de a fi selectați reprezintă astfel obiectivul fundamental al procesului de recrutare. Din această perspectivă, recrutarea presupune preluarea efectivă din rândul celor selecționați, a acelor ale căror cunoștințe profesionale în domeniu, personalitate și aptitudini, corespund cel mai bine cerințelor postului vacant.

Pe scurt, acest proces presupune evaluarea CV-urilor depuse de voi dintr-o bază de date, iar în urma screening-urilor de CV-uri, specialiștii de la resurse umane decid dacă profilul citit corespunde din punct de vedere al abilităților și experienței cu cerințele postului.

Selecția este al doilea pas în procesul de angajare și implică utilizarea anumitor tehnici pentru a afla compatibilitatea dintre cerințele postului și candidații aleși în urma recrutării. Angajatorul nu este interesat să-l angajeze pe cel mai bun dintre voi, ci pe cel mai potrivit și ca structură de personalitate, motivație, dorință de perfecționare, inițiativă.

Sursele de recrutare diferă de la o companie / firmă / instituție la alta, în funcție de specificul activității, de mărimea companiei, de localizarea geografică, de bugetul disponibil și nu în ultimul rând, de natura posturilor vacante. Eficiența sursei de recrutare, precum și a metodei alese pentru aceasta, este validată de performanța și profesionalismul candidaților care ajung să participe la procesul de selecție pentru ocuparea postului respectiv. Din perspectiva procesului de recrutare, există posibilitatea de a alege între sursele interne și sursele externe de recrutare.

Odată cu apariția și proliferarea Internetului, asistăm la dezvoltarea unei noi mentalități, specialiștii în recrutare abordând noi canale și metode de identificare și recrutare a voastră. În acest sens, noul concept de **E-recrutare** poate fi definit ca utilizarea tehnologiei pentru a atrage, selecta și administra procesul de recrutare. Pe de altă parte, dezvoltarea a ceea ce denumim **Social Media** a generat o nouă perspectivă de analiză și abordare, chiar și în aria profesională, o mare parte din interacțiunea directă transformându-se în cea virtuală. În ultimii ani se resimte o utilizare tot mai mare a social media în majoritatea companiilor / firmelor / instituțiilor, acest fapt aducând cu sine modificări spectaculoase în ceea ce privește

modul de relaționare profesională.

Definițiile pentru *Social Media* au în comun ideea de *mix între tehnologie și interacțiune socială, cu scopul de a obține plus valoare.*

1.2. Date statistice și studii despre rețelele sociale în România

Cele mai cunoscute și utilizate instrumente de Social Media le reprezintă fără îndoială, **rețelele sociale**. Probabil că acesta este și motivul principal pentru care, de cele mai multe ori, conceptul de Social Media ajunge să se identifice cu cel de rețea socială. Din punct de vedere istoric, rețelele sociale au apărut la mijlocul anilor '90, dar au intrat în atenția mediului de afaceri abia de 5-6 ani. Printre cele mai cunoscute rețele sociale se numără Facebook, LinkedIn, MySpace și Twitter.

În continuare vom face o scurtă incursiune printre cele mai populare rețele sociale în România, având ca argumente datele statistice furnizate de studiile de specialitate.

Facebook este cea mai populară rețea de social media din România, cu peste 7 milioane de conturi, conform datelor publicate de companii, în condițiile în care numărul românilor online se cifrează la 10 milioane. Pe locul 2 la numărul de conturi se clasează *LinkedIn*, cu 1,2 milioane de conturi, în timp ce *Twitter* are circa 79.000 de conturi, iar Instagram 71.085. La volumul de vizitatori, lider este *YouTube*, potrivit datelor existente.

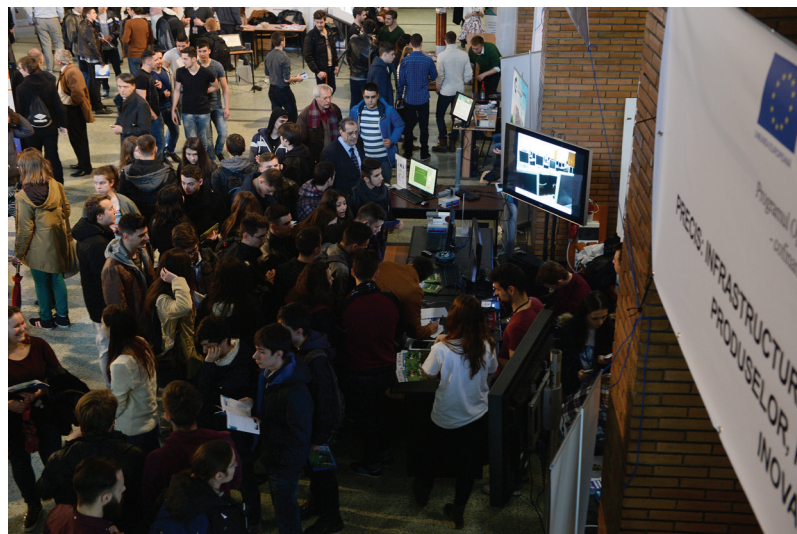
Din companiile românești, 78% utilizează rețelele sociale pentru promovarea companiei, iar mai mult de jumătate dintre companii utilizează marketing-ul pe rețelele de socializare de 1-3 ani. Cele mai utilizate rețele sunt Facebook cu 93% rata de utilizare, YouTube cu 43% și LinkedIn cu 43%, conform studiului *EY România – Social media și mediul de afaceri românesc*, publicat în octombrie 2013.

Potrivit aceluiași studiu, pentru a se promova în social media, 39% din companiile românești respondente au deja un departament special pentru comunicarea prin social media, deoarece consideră rețelele sociale ca

fiind o modalitate foarte rapidă și eficientă de a prezenta noile produse și servicii.

LinkedIn nu este o rețea de socializare oarecare, ci una dedicată interacțiunii în mediul profesional. La nivel mondial, LinkedIn număra peste 100 milioane de utilizatori. În România, peste 400.000 de angajați au profiluri pe LinkedIn și peste 1.000 de grupuri au legătură cu țara noastră. Începând cu anul 2011, LinkedIn este disponibil și în limba română, iar numărul membrilor din România a depășit 1 milion și este cea mai mare rețea de socializare profesională din lume. LinkedIn oferă acces la informații legate de: grupuri profesionale și specializate de discuții; companii din întreaga lume; evenimente de business; oportunități de carieră; informații profesionale; aplicații de business networking.

Din perspectiva comunicării de afaceri, rețelele sociale au ridicat nivelul așteptărilor în ceea ce privește transparența, interacțiunea și posibilitățile de acțiune: comunicăm, socializăm, facem cumpărături și căutăm un loc de muncă. Iar acolo unde există potențiali candidați, există oportunități de recrutare. Integrarea rețelelor sociale în procesul tradițional de recrutare este esențială nu numai pentru a ajunge la candidați, ci și pentru a interacționa mai ușor și pentru a stabili relații mai strânse cu potențialii candidați.



În concluzie, iată care ar fi câteva din *motivele principale pentru care angajatorii navighează prin rețelele sociale*: reducerea cheltuielilor de recrutare și a celor asociate; strângerea de referințe sau conexiuni ale persoanelor prezente cu CV-ul în rețea; descoperirea de candidați potențiali care nu-și caută în mod activ un alt job; notorietatea brandului companiei.

Totuși Social Media înseamnă mai mult decât rețele sociale. Instrumentele și formele sub care aceasta este cunoscută, în afara rețelelor sociale, se referă și la bloguri, forumuri, wiki-uri, comunități de conținut, microbloguri etc.

Printre **trăsăturile specifice** ale acestui fenomen, așa cum apar ele analizate în lucrarea *What is social media* a autorului Antony Mayfield, sunt amintite următoarele:

- social media *încurajează participarea*, în așa fel încât cei implicați să se poată exprima liber atunci când își doresc să o facă, promovându-se discuțiile libere, contribuția și feedback-ul;

- social media se caracterizează printr-un înalt nivel de *deschidere*, serviciile sale nu presupun restricții, de obicei barierele fiind eliminate sau diminuate ca volum;

- social media se referă în esență la *conectivitate*, ca aspect specific cheie, instrumentele online fiind conectate și în acest fel având acces la diferite surse, conținuturi, utilizatori.

De asemenea, este deja argumentat prin studii de specialitate cum aceste trăsături sunt utile în procesul de recrutare, facilitând o nouă relație între voi și recrutori. În continuare, ne vom referi la acest aspect care vizează realizarea procesului de recrutare prin Social Media, așa cum poate fi descris la nivelul României.

1.3. Recrutarea prin Social Media în România

În acest sens, date relevante despre relația angajatorilor cu Social Media a oferit un sondaj pe tema recrutării digitale, realizat de agenția Rogalski Damaschin Public Relations și revista HR Manager, în luna aprilie a anului 2014, pe baza răspunsurilor a 65 de specialiști în HR din România. Rezumatul acestui studiu este disponibil pe www.cariereonline.ro. Rezultatele acestui studiu sunt edificatoare

în ceea ce înseamnă impactul și importanța Social Media în procesul de recrutare. De asemenea, considerăm că reprezintă și o cât se poate de valoroasă temă de reflecție pentru un tânăr absolvent aflat în căutarea unui loc de muncă.

Acest studiu relevă faptul că mai bine de jumătate (51,5%) dintre specialiștii din România, a căror opinie a fost investigată, verifică profilele de Facebook. Mai mult, atunci când verifică profilul vostru de Facebook, 84% dintre respondenți iau în considerare tipul de informații pe care le împărtășiți, comentariile și fotografiile postate. Peste 40% dintre respondenți accesează profilele de pe rețelele sociale non-profesionale (ex. Facebook, Twitter etc.) indiferent de poziția pentru care recrutează.

Aproximativ 80% dintre respondenți urmăresc aspectul general al profilului de Facebook și LinkedIn în procesul de verificare, dovedind astfel că rețelele sociale au devenit adevărate cărți de vizită. De asemenea, motorul de căutare Google este utilizat de 70% dintre angajatori abia în faza finală a procesului de selecție, după ce a avut loc interviuarea potențialilor candidați.

O altă concluzie a studiului afirmă că 44% dintre angajatori verifică pe LinkedIn nu doar experiența voastră profesională și recomandările din partea partenerilor de afaceri, ci și tipul de informații pe care le împărtășiți, cu scopul de a identifica o serie de trăsături de personalitate specifice. În plus, LinkedIn este considerat de 59% dintre specialiști în recrutare un canal principal, iar 1 din 2 îl consideră unul dintre cele mai relevante medii de selecție.

Din această perspectivă, în România putem afirma că există doar doi mari jucători Social Media: Facebook (4.5 milioane de utilizatori) și LinkedIn (aproximativ 600.000 de membri). Cele mai multe proiecte de recrutare sunt promovate pe LinkedIn - pe grupurile specializate pe domenii de interes.

Principalul avantaj al rețelelor sociale este viralitatea, capacitatea uimitoare de răspândire a informațiilor, astfel încât Social Media ar putea deveni viitorul recrutării, cel puțin pe anumite proiecte.

Dacă ar fi să vă oferim câteva **recomandări în cazul în care vă căutați un loc de muncă utilizând**

inclusiv canalele Social Media, trebuie să aveți în vedere următoarele caracteristici, raportate la perspectiva angajatorilor / recruterilor:

- *Facebook* - este un instrument eficient în recrutarea pentru poziții de entry-level sau part-time. Aici poate fi creată o pagină de Facebook a companiei / firmei / instituției pentru a vă oferi o imagine asupra culturii organizaționale a companiei și pentru a contribui la imaginea de brand a acesteia. De asemenea, prin intermediul Facebook se poate interacționa cu cei interesați de informație, solicitându-le opinia în sondaje, chestionare sau concursuri și oferind răspunsuri la întrebări și comentarii. Nu în ultimul rând, conectarea de joburi la platforma principală de recrutare, cu opțiunea de „tracking”, astfel încât pozițiile vacante să fie afișate automat tuturor vizitatorilor de pe pagină, constituie un alt avantaj al rețelei sociale în favoarea procesului de recrutare.

- *LinkedIn* - este destinația principală de social media pentru networking. Această rețea socială permite găsirea, contactarea și recrutarea celor mai buni candidați pasivi. Folosind LinkedIn angajatorii / recruterii pot crea o pagină a companiei / firmei / instituției, cu informații complete și cuvinte-cheie relevante pentru eventualii aplicanți, pot căuta potențiali candidați atât în rețeaua personală de contacte, cât și printre membrii LinkedIn. De asemenea, platforma oferă funcționalități complete în materie de recrutare, de la postarea anunțurilor la administrarea anunțurilor și a CV-urilor primite până la posibilitatea de dezvoltare a unui brand de angajator. Din perspectiva recrutării, aceștia pot intra în contact cu candidați interesați în schimbarea unui job. În plus, postările referitoare la joburi, ca și pe alte rețele sociale, pot avea un efect viral, ceea ce asigură o rețea lărgită de potențiali candidați.

- *Google Plus* - este utilizat cu precădere de către persoane cu pregătire tehnică, acesta este indicat pentru recrutarea pe poziții de specialiști IT sau domenii conexe. Google Plus, mai mult decât alte platforme sociale, facilitează contactul cu voi. Spre deosebire de LinkedIn, unde pot fi vizualizate profilurile altor persoane pe baza contactelor existente, în Google+ conectarea este posibilă cu

oricine, adăugându-l în cercuri – grupuri de familie, prieteni, cunoștințe. De asemenea, este ușoară distribuirea de conținut și inițierea de discuții cu contacte din întreaga comunitate, iar Google+ contribuie la o mai bună indexare pe google, deci conținutul postat poate avea mai multe vizualizări.

Valorificând oportunitățile oferite de rețelele sociale, tot mai multe companii oferă servicii de monitorizare detaliată a platformelor de social media pentru a găsi candidații potriviți pentru poziții specifice. De asemenea, pot fi căutați potențiali candidați în funcție de criteriile dorite prin: BranchOut, Work4 Labs, JobVite sau Jobcast - pentru platformă Facebook; TweetMyJobs pentru Twitter.

Avantajele recrutării prin Social Media

Câteva din avantajele recrutării utilizând Social Media, așa cum sunt ele prezentate de John Sullivan în articolul *Social Media – The Most Powerful Recruitment Tool Since the Telephone* (disponibil pe www.ere.net):

1. *Capacitate mare de acoperire* – în afară de avantajele pe care le pune la dispoziție în activitatea de identificare de profile potrivite, mai oferă și facilități de mesagerie multimedia,





comunicare de brand, cercetare de piață și de construire de rețele, esențiale pentru calitatea procesului de recrutare;

2. *O audiență mare de potențiali candidați* – Social Media este o resursă importantă, atât din punct de vedere cantitativ, cât și calitativ. În vreme ce majoritatea modalităților de identificare și atragere de candidați se bazează pe căutătorul activ de job, cu ajutorul social media se poate ajunge și la acei utilizatori care nu sunt neapărat în căutare activă, dar care sunt interesați de informații de calitate pentru decizii ulterioare informate;

3. *Impact pozitiv în construirea relațiilor* – în vreme ce majoritatea instrumentelor de recrutare sunt mai degrabă medii de comunicare a joburilor vacante și ca atare nu susțin în mod activ efortul de construire a unor rețele de contacte cu adevărat utile, Social Media oferă oportunitatea de a construi relații de încredere bazate pe interese comune, mai ales atunci când persoana de “cealaltă parte a baricadei” nu este deloc interesată într-o schimbare de job. Relațiile de calitate cu profesioniști de calitate garantează o rată mai mare de acceptare a ofertelor de job;

4. *Acces ușor la informație de calitate* – aproape toate aplicațiile sociale media oferă acces permanent la informație de calitate tuturor persoanelor

interesate, potențiali candidați, activi sau pasivi;

5. *Costuri mici* – deși setarea inițială a conturilor poate să necesite o investiție financiară minimă, restul comunicării este gratuită;

6. *Prioritizarea aplicațiilor* – cu ajutorul Social Media se pot pune bazele unui sistem “prietenos” de referințe / recomandări interne, benefice pentru calitatea și succesul procesului de recrutare.

1.3.1. Cum analizează oamenii din HR profilurile din Social Media

Recrutarea prin Social Media a luat avânt, în ultimii ani, în România, devenind un instrument tot mai utilizat de către specialiștii din HR. Cei mai mulți dintre recruiteri verifică profilurile celor în curs de angajare. De multe ori, prin intermediul rețelelor de socializare sau a comunităților online de profesioniști, și-au găsit o parte dintre angajați. Astfel, folosirea acestor mijloace de verificare este implicită. Poate mai puțin se practică acest lucru pentru actualii angajați, având în vedere că ei au trecut deja de niște filtre de recrutare sau poate chiar recrutarea lor s-a făcut prin mijloace tradiționale (anunțuri la ziar sau pe site-uri de profil). În plus, activitatea de zi cu zi într-o organizație, interacțiunile cu colegii sau relațiile de prietenie cu aceștia reprezintă o sursă de informații obiectivă și, totodată, un mijloc de validare mult mai puternic. Dacă apar anumite probleme de comportament, dacă se observă alte aspecte care amenință eficiența acelei persoane la locul de muncă sau chiar a organizației, dacă există anumite suspiciuni, nu este exclus nici ca actualii angajați să fie verificați pe canalele de socializare, la inițiativa specialiștilor din HR, a supervisorilor, șefilor sau a celor responsabili de securitatea IT.

Sunt cazuri, de exemplu, când exact activitatea pe rețele, respectiv gradul de activism online și vizibilitatea personală sunt criteriile prin care sunteți selectați pentru un job. Se analizează întreg profilul online, nu doar rețelele: bloguri, articole, postări pe site-urile altora, apariții media de orice fel. De exemplu, în vânzări, în cazul celor care lucrează în advertising, în PR, publicitate, mass-media ori în

poziții de conducere, primul lucru pe care îl face un recruiter este să caute tot ce există online despre voi. Într-un job de vânzări, de exemplu, networking-ul personal poate fi un atu remarcabil și atunci poate mai degrabă alegeți un candidat care are 500 de conexiuni pe LinkedIn decât unul care are doar 70 de conexiuni.

De aceea, fiecare dintre voi trebuie să fie responsabil și atent cu ce postează online deoarece în egală măsură și cele bune și cele rele rămân. O poză în postură mai neobișnuită, care a părut destul de “cool” acum 3 ani, la o petrecere pe malul mării, s-ar putea să fie contraproductivă la un interviu de angajare deoarece poate crea o primă impresie nu tocmai pozitivă. Este foarte posibil ca oamenii să se schimbe sau, și mai probabil, să-și schimbe preferințele, dar, într-o oarecare măsură trecutul ne definește și ne urmărește, indiferent de modul în care dorim să ne afișăm noi azi. De aceea, schimbările trebuie să fie naturale și convingătoare, nu oportuniste și din interes.

Prin activitatea pe rețelele sociale ne definim și ne prezentăm public cu “bune și rele”, iar pericolul vine din faptul că până nu demult ceea ce era privat (în lipsa rețelelor sociale doar prietenii apropiați știau), azi devine public prin postări și accesibil oricui. Dacă înainte recruiterul trebuia să descopere în interviu anumite aspecte ce țin de personalitate, mod de a fi, astăzi este la vedere și în fapt greu de ascuns.

Cunoscând aceste lucruri, puteți să aveți mai bine grijă de imaginea pe care o prezentați, să vă faceți un brand pe care să-l creșteți sau, pur și simplu, puteți să nu acordați atenție mijloacelor puse la dispoziție prin Social Media.

Dincolo de acest pericol, de a ne face singuri publicitate negativă (prin postări injurioase, prin vocabular nu tocmai potrivit, prin agresivitate, prin afirmații sau poze neinspirate), un alt aspect la care merită să reflectați este securitatea propriului cont. În ultimul timp se prezintă cazuri de “furturi de identitate electronică”, prin spargerea contului prea neglijent folosit sau slab securizat, caz în care toată rețeaua trebuie refăcută și eventualul prejudiciu de imagine produs de hacker trebuie reparat.

1.4. Angajare prin Social Media – perspectiva angajaților

Care sunt beneficiile pe care Social Media vi le poate oferi în sprijinul procesului de angajare?

- Produsele / serviciile pe care le deține / oferă
- Număr de angajați și organizare internă
- Ultimele angajări / anunțuri de angajare date de compania respectivă în ultimele 6-12 luni. Este bine să vă informați asupra fluctuației de personal. Astfel, puteți afla dacă compania are probleme, dacă se dezvoltă sau se reorganizează etc.
- Detalii despre departamentul în care există postul vacant: număr de posturi, limitele de atribuții și responsabilități, membrii departamentului și șeful direct, media de vârstă;
- Aria de experiență a persoanelor din departamentul respectiv, studiile și calificările necesare; aceste informații pot conferi o imagine de ansamblu pentru tipul angajatului preferat / căutat, strategia de angajare, promovare în cadrul companiei etc.
- Situația postului vacant: a plecat un angajat (dacă da...cum? și de ce?), se reorganizează departamentul, este un post nou înființat?
- Poziția departamentului de resurse umane, date de contact, profilul persoanelor pe care urmează să le întâlnească.

Cum aflați informația? Este simplu. În cele ce urmează sunt prezentate câteva posibile surse de informații:

- Căutarea pe www.google.com;
- Site-ul oficial al companiei;
- Comunicate de presă și apariții media;
- Site-uri companii partenere;
- Site-uri de recrutare;
- Rețele de socializare profesională: linkedin.com, xing.com etc.;
- Forumuri de discuții privind bunurile / serviciile companiei respective;
- Bloguri personale și nu numai;
- Rețea de cunoștințe.

1.4.1. Cum se găsesc locuri de muncă prin intermediul Social Media?

Cum ne poate ajuta social-media în carieră?

Atât pentru proaspăt absolvenți sau pentru cei care își doresc o schimbare în carieră, găsirea unui loc de muncă poate fi o adevărată provocare. Fiecare dintre noi are un obiectiv profesional, iar pentru atingerea lui utilizează diverse mijloace, precum căutarea unui nou job pe site-urile de recrutare, pe site-ul companiilor vizate sau apelând la rețeaua de cunoștințe și prieteni.

În acest sens, este indicat să vă creați un profil profesional pe site-urile de socializare care sunt cele mai utilizate, care nu trebuie să fie confundat cu cel care este folosit în scopuri personale.

Construirea unui profil profesional

Pentru construirea unui profil profesional, există trei variante:

- construirea propriului site, care poate necesita o investiție financiară;
- construirea unui blog;
- utilizarea site-urilor specializate.

Profilul profesional trebuie să cuprindă informații personale, informații despre experiența voastră, studiile și calificările voastre, iar un atu îl reprezintă recomandările primite de la persoane cu care au existat colaborări anterioare, foști angajatori sau colegi de muncă. Beneficiile acestui profil profesional se referă atât la creșterea vizibilității online, cât și la construirea unei cărți de vizită care să vă promoveze.

Rețele sociale și networking

După cum am menționat și anterior, LinkedIn este cea mai mare rețea de socializare profesională, unde poți lua contact cu specialiști din domeniul tău. Este important nu doar să aveți conexiuni, ci și să faceți parte dintr-o rețea activă, pentru a fi informați cu ceea ce se întâmplă în domeniul vostru de activitate.

De asemenea, puteți utiliza rețeaua socială Facebook pentru a găsi noi oportunități de job-uri sau de dezvoltare a carierei, făcând cunoscut în rândul contactelor voastre dorința de a vă angaja sau de a vă schimba locul de muncă. Dacă se vizualizează o anumită companie care are cont pe Facebook, se poate da like și astfel, se pot urmări cu ușurință toate noutățile postate de aceasta.

Deși este un site foarte utilizat în întreaga lume, Twitter nu este la fel de popular și în România, numărul de utilizatori fiind foarte redus. Totuși, există companii care publică anunțuri de job-uri pe pagina de Twitter.

Indiferent de rețeaua de socializare utilizată, dezvoltarea rețelei de contacte este esențială. În acest sens, puteți parcurge următoarele etape:

- Accesul la grupuri profesionale din domeniile de interes în care se desfășoară activitatea sau în care se dorește o dezvoltare profesională;
- Participarea la evenimentele organizate de aceste grupuri, pentru a intra în conexiune cu oameni din domeniul de interes;
- Contactarea specialiștilor a căror activitate a fost urmărită, într-un mod diplomat și cât mai concis;
- Odată stabilite relațiile, acestea trebuie întreținute. Spre exemplu, dacă persoana cu care s-a intrat în contact a oferit un sfat, se poate păstra legătura prin prezentarea evoluției lucrurilor.

Beneficiile utilizării Social Media pentru voi, în calitate de potențiali candidați:

- Obținerea informațiilor despre diverse evenimente sau persoane din domeniul de interes. Participarea la astfel de evenimente vă poate ajuta la interconexiunea cu specialiști din domeniu, de la care puteți afla informații despre job-uri sau alte informații care pot fi de ajutor în dezvoltarea unei cariere;
- Găsirea anunțurilor de recrutare care nu sunt întotdeauna disponibile pe site-urile de recrutare. Unii angajatori preferă utilizarea site-urilor de socializare, datorită vizibilității profilelor voastre, a transparenței, precum și a comunicării directe;

- Construirea unui brand personal. Pentru a fi vizibili pe rețelele de socializare, trebuie să fiți activi, să aveți un CV actualizat și să dovediți expertiză într-un anumit domeniu;
- Interacțiunea cu specialiști. Prin intermediul conexiunilor create puteți păstra și urmări actualitatea informațiilor din domeniul de interes specific, cu oferte de job-uri și puteți soluționa diverse probleme profesionale;
- Obținerea unor oferte de job-uri, propuneri de colaborări sau invitații la evenimente;
- Promovarea produselor sau serviciilor către potențialii clienți. Cu cât aveți o rețea mai vastă de contacte, cu atât se pot face cunoscute produsele sau serviciile oferite, astfel dezvoltându-se și portofoliul de clienți.

Social Media vă poate fi de ajutor în găsirea unui job sau dezvoltarea unei cariere, dar totodată necesită timp pentru căutarea informațiilor de care aveți nevoie, realizarea rețelei de contacte, precum și întreținerea relațiilor cu acestea.

CAPITOLUL II

NETWORKINGUL

Evoluția vieții moderne a determinat și determină un ritm alert în toate domeniile, de la care nu a putut face excepție nici societatea în care trăim, aflată în continuă dezvoltare din punct de vedere tehnologic. Dacă în trecut nu existau telefoane și comunicam prin intermediul scrisorilor, între timp, s-a dezvoltat telefonia fixă, pentru ca mai apoi să apară telefoanele mobile, care ne permit să comunicăm la nivel național și internațional, fără să mai depindem de telefoane publice sau rețele fixe. Cu toții știm că accesul la informație și transmiterea acesteia cât mai fidelă, reprezintă un factor important de progres.

Dezvoltarea tehnologică și nevoia de comunicare eficientă și rapidă tot mai crescută a oamenilor a permis dezvoltarea rețelelor sociale, de business etc., care reprezintă o resursă a networking-ului. Odată cu crearea acestor tipuri de rețele, oamenii au început să se interconecteze, formând un networking. Ulterior, aceștia s-au diferențiat din punct de vedere al intereselor pentru care fac networking, unii fiind interesați de socializare, alții de stabilirea unor relații de business, iar alții poate de căutarea unui loc de muncă.

2.1 Elemente de bază în networking: definire, scop, tips& tricks

Networkingul presupune relaționare și comunicare, în vederea obținerii unor informații, a schimbului de idei și resurse, presupune extinderea rețelei de contacte profesionale, de business și personale, reprezentând o modalitate eficientă de comunicare și generare de noi oportunități. Putem descrie activitatea de networking din punct de vedere al beneficiilor comune, relații de tip câștig – câștig etc.

Ceea ce ar trebui accentuat, este că networkingul nu vizează, în primul rând, interesele de business, ci relaționarea, pentru ca mai apoi să vă puteți atinge interesele personale. Networkingul presupune menținerea unor legături permanente cu cei din rețeaua personală, cu

care împărtășiți interese comune.

Networkingul, nu depinde doar de rețelele sociale, care reprezintă într-adevăr resursa principală a acestuia, ci presupune, ca urmare a relaționării online și crearea de evenimente de networking, întâlniri directe, realizate în vederea consolidării relațiilor și a parteneriatelor între membrii rețelei și nu numai.

În concluzie, *scopul networkingului este acela de a facilita comunicarea, relaționarea, obținerea de informații între persoane care împărtășesc interese comune.*

Din această perspectivă putem spune că, raportat la motivul pentru care faceți networking, se identifică mai multe tipuri:

- Networking organizațional: se realizează în interiorul organizațiilor, cu scopul facilitării cunoașterii și comunicării interne, dar și în scopul asigurării vizibilității pentru organizații, ajută la stabilirea unor relații cu parteneri noi și face primul pas către atragerea de noi oportunități;
- Networking social: se realizează cu precădere pentru extinderea rețelei de contacte, în vederea responsabilizării sociale, a comunicării multiculturale, a menținerii legăturii cu comunitatea etc.;
- Networking în vederea căutării unui loc de muncă;
- Networking în vederea recrutării de angajați pentru companie;
- Networking ca instrument de marketing.

Primii pași în stabilirea unei rețele de networking:

1. Inițial, networkingul se realizează cu persoane care vă sunt cunoscute și cu care vă simțiți confortabil și poate include:

- familia, prietenii, vecinii;
- persoane cu care ați lucrat anterior sau colegii de școală, facultate;
- persoane cu care ați socializat până în prezent.

2. Următorul pas este reprezentat de stabilirea obiectivului pentru care faceți networking (social, în vederea căutării unui loc de muncă, business etc).

3. La următorul nivel, vă puteți extinde rețeaua de network raportat la obiectivul stabilit și poate include contacte cu potențiali parteneri, angajatori, asociații

profesionale etc.

4. Ca urmare a parcurgerii primilor trei pași, trebuie să aveți în vedere că rețeaua de networking trebuie întreținută și presupune o relație bidirecțională, și anume, primiți și oferiți informații. În caz contrar, relațiile se pot pierde. Un alt element important este reprezentat de menținerea relațiilor chiar dacă, pentru moment, v-ați atins obiectivul. Cu cât veți relaționa mai mult, cu atât veți obține rezultate mai bune și încrederea voastră va crește.

Este de preferat să nu utilizați doar networking-ul virtual, deoarece relaționarea și comunicarea nu trebuie să se limiteze numai la acesta. Spațiul virtual vă permite să vă formați o imagine de ansamblu asupra persoanelor cu care comunicați, însă nu se pot surprinde elemente ce țin, de exemplu, de limbajul nonverbal, de aspectul vestimentar etc. În consecință, este foarte important să depășiți spațiul virtual și să participați la evenimente de networking, aceasta fiind una dintre primele condiții pentru a vă atinge obiectivul. Dacă vă hotărâți să participați la un eveniment de networking, trebuie să vă pregătiți dinainte un plan, și anume:

- să vă selectați evenimentele de networking la care participați;
- să vă stabiliți obiectivul pentru care mergeți;
- să vă stabiliți acțiuni de networking pentru atingerea obiectivului;
- să vă gândiți la persoanele resursă pentru voi;
- să vă gândiți cum puteți afla mai multe informații despre persoanele resursă;
- nu așteptați să fiți abordat, ci găsiți modalități să abordați voi persoanele resursă;
- în cazul în care mergeți la un eveniment de business networking trebuie să aveți suficiente cărți de vizită la voi;
- să vă gândiți cum vă prezentați, astfel încât să faceți o impresie bună dincolo de cartea de vizită;
- fiți cât mai onești raportat la propria persoană;
- ca urmare a evenimentului să trimiteți un mesaj personalizat persoanelor resursă;
- ulterior evenimentului, puteți alege și alte modalități de a menține atenția asupra voastră, ca

de exemplu, prin newslettere lunare, în cazul în care aveți un obiectiv de business.

De bază pentru networking, sunt atât formularea corectă și realistă a obiectivului de networking, cât și demersurile pentru atingerea acestuia. Zack



Devora (2010), a sintetizat principalele aspecte de care trebuie să ții cont pentru atingerea obiectivului de networking, astfel încât, să obțineți succes:

- **Fiți pozitivi** raportat la obiectivul vostru! Acțiunile privind obiectivul de networking, pot fi schimbate, în funcție de atitudinea pozitivă sau negativă față de acesta.
- **Controlați-vă obiectivul!** Un obiectiv bine construit trebuie controlat foarte bine, trebuie să știți ce, din varietatea de informații și resurse pe care ceilalți membri ai rețelei le oferă, vă ajută în atingerea acestuia. Un obiectiv care se bazează exclusiv pe efortul și acțiunile celorlalte persoane, nu este bine formulat.
- **Țineți cont de context!** Este necesar să existe un echilibru între motivație și efort. Un obiectiv bine formulat este în același timp provocator, dar și realizabil. Stabilirea unui obiectiv pe care credeți că-l puteți atinge foarte ușor, conduce către submotivare și scade efortul de a-l realiza, în consecință, se subestimează sarcina și nu depuneți efortul necesar pentru a obține succes. Un obiectiv echilibrat și bine formulat vă provoacă, vă motivează, vă ajută să vă utilizați eficient resursele personale în atingerea acestuia.
- **Obiectivul să fie "ecologic"!** Zack Devora realizează o asociere între individ și natură și consideră că așa cum acțiunile noastre nocive pot agresa natura, așa și propria persoană se poate agresa pe sine sau pe ceilalți. Pentru a vă atinge obiectivul de networking trebuie să vă raportați

la credințele, valorile și obiectivele voastre. Gândiți-vă la consecințele pe care le are lipsa unui astfel de obiectiv asupra relațiilor profesionale și personale.

• **Obiectivul să fie măsurabil!** Prezintă aspecte cantitative și calitative ale unui obiectiv care pot fi măsurate cu unitățile de măsură cunoscute. Un obiectiv bine formulat are o modalitate de măsurare. Răspunde la întrebări precum: Cum vă dați seama dacă obiectivul a fost atins? În ce măsură a fost atins?

Dacă în paragrafele anterioare am încercat să evidențiem ce înseamnă networkingul, ce scop are și la ce trucuri puteți apela pentru un networking de succes, mai departe vă prezentăm câteva ponturi privind greșelile care trebuie evitate atunci când faceți networking:

- să nu vă actualizați permanent informațiile de cont;
- să criticați persoane din rețeaua de networking;
- să nu mențineți contactul cu persoanele pe care le-ați cunoscut;
- să nu primiți ajutorul atunci când vi se oferă;
- să respingeți persoane care considerați că nu vă pot ajuta. Acestea pot fi conectate cu persoane, care totuși, vă pot ajuta;
- să nu faceți schimb de informații, să aveți pretenția doar să primiți;
- să nu transmiteți clar informațiile de care aveți nevoie.

A vă însuși noțiunile și principiile de bază ale networkingului, reprezintă un pas important către înțelegerea corectă a acestuia și către obținerea rezultatelor așteptate. A face networking, nu înseamnă doar a avea un câștig, ci a oferi și altora un câștig, înseamnă relaționare, comunicare și respect reciproc.

2.2 De ce abilități aveți nevoie pentru networking?

Dacă în capitolul anterior am prezentat aspecte generale privind networkingul, în acest capitol vom analiza abilitățile necesare pentru networking.

Abilitatea *“poate fi sinonimă cu priceperea, îndemânarea, dexteritatea, dibăcia, iscusința, evidențierea, rapiditatea, calitatea superioară și precizia*

cu care omul desfășoară anumite activități, implicând autoorganizare adecvată sarcinii concrete, adaptare suplă, eficientă.”(Neveanu P. P.)

Abilitățile se dezvoltă prin implicarea în diverse activități. O abilitate dezvoltată, în general, înseamnă capacitatea de a realiza anumite tipuri de acțiuni / activități, cu un anumit grad de acuratețe. Abilitățile pot fi transferabile în mai multe domenii de activitate.

Să ne imaginăm că pe parcursul studenției ați obținut un job de *Receptioner* în cadrul unei companii. Prin intermediul responsabilităților postului - primire și selectare corespondență, primire și îndrumare vizitatori, oferirea de informații la solicitarea superiorilor și colegilor, preluare apeluri telefonice, soluționarea cerințelor clienților, trimitere e-mailuri, v-ați dezvoltat o serie de abilități, precum: abilități de comunicare, abilități interpersonale, abilități tehnice, abilități de planificare, organizare, abilități de analiză și sinteză.

Ulterior, ați primit o ofertă de a lucra în cadrul altei companii pe postul de *Inginer de fiabilitate*, post pe care vi l-ați dorit. Abilitățile deja dezvoltate vă pot susține în îndeplinirea sarcinilor de la noul job? Răspunsul este da, deoarece jobul necesită abilități de comunicare, abilități de organizare, planificare, abilități tehnice, abilități de analiză și sinteză. Fiind deja la un anumit grad de dezvoltare, vă va fi mult mai ușor să le transferați la noul domeniu de activitate.

Acestea sunt *abilitățile transferabile*. În cazul exemplului de mai sus, înseamnă că deja v-ați dezvoltat la un anumit nivel anumite abilități, care pot fi aplicabile ulterior și în realizarea sarcinilor în cadrul unei alte poziții profesionale.

La fel se întâmplă și în networking. Cunoașterea și dezvoltarea abilităților de networking, reprezintă un pas important în atingerea obiectivului pe care vi l-ați propus. Mai departe, vom enumera *principalele abilități necesare pentru activitatea de networking*:

• **Abilități de comunicare.** În general, comunicăm idei, emoții, sentimente, semnificații. Comunicarea implică elemente psihologice, sociale și situaționale. În funcție de preocupările voastre, de factorii externi, învățați să comunicați eficient sau nu. Ceea ce este un lucru



benefic, este faptul că abilitățile de comunicare pot fi permanent îmbunătățite. Principalele abilități de comunicare sunt: capacitatea de a asculta, comunicare paraverbală, comunicare verbală, comunicare scrisă și non-verbală. În primă fază, pentru majoritatea,

networkingul reprezintă o comunicare scrisă, de aceea trebuie să fiți atenți ca mesajul să fie clar exprimat, corect din punct de vedere gramatical și al semnelor de punctuație;

- **Abilități interpersonale.** Aceste abilități presupun capacitate de a colabora eficient cu alte persoane, empatie, sprijin, cooperare, responsabilizare. Este foarte important, în dezvoltarea acestui tip de abilități, să înțelegeți că fiecare dintre voi are un construct propriu, puncte forte și puncte slabe diferite, cu alte cuvinte fiecare este o individualitate. Diversitatea, acceptarea și înțelegerea celuilalt reprezintă un factor de progres și vă poate susține în atingerea obiectivelor voastre de networking. Dacă nu învățați să gestionați corect diferențele interumane, se poate ajunge la relații conflictuale, ce contravin obiectivului de networking propus;

- **Abilități IT.** Pentru a putea accesa rețelele de socializare și a menține networkingul virtual este necesar să dețineți cunoștințe, cel puțin elementare privind utilizarea Internetului;

- **Abilități de organizare.** Dacă decideți să organizați un eveniment de networking, de exemplu, acest tip de abilitate vă poate susține. Organizarea unui eveniment necesită un efort de a anticipa posibile probleme și rezultate, de a identifica resurse, de a dezvolta strategii creative, de a evalua obiective, informații relevante etc.;

- **Abilități de conducere.** Acestea sunt extrem de complexe și implică capacitatea de a anticipa rezultate, de a prioritiza, de a organiza, de a motiva, de a evalua rezultatele personale și ale echipei, de a analiza informații, de a asuma consecințe;

- **Abilități creative.** Presupun flexibilitate, recunoașterea ideilor personale care merită a fi explorate, posibilitatea de a privi problemele în noi moduri pentru a scăpa de limitele gândirii convenționale, vă ajută să dezvoltați idei noi și semnificative, strategii de acțiune.

Există și o serie de **mituri**, referitoare la trăsăturile de personalitate sau la abilitățile incontestabile pe care o persoană ar trebui să le aibă pentru a face networking. Fiecare dintre voi aveți atât puncte slabe, cât și puncte forte, arta este de a ști cum să vi le puneți în valoare și să creați un echilibru. Dacă vă creați bariere psihologice și nu încercați să găsiți modalități de a transforma un dezavantaj într-un avantaj sau de a compensa o lipsă printr-o calitate, puteți pierde contexte sau resurse de dezvoltare care vă pot ajuta în atingerea obiectivului propus. Nu trebuie să uitați, că principalul scop al networkingului este de a împărtăși resurse, de a-i ajuta pe ceilalți, de a "crește" împreună și de a schimba experiențe.

Fiecare dintre voi are un interes comun, și anume, de a transmite și primi informații relevante, pentru atingerea obiectivului personal.

Înainte de a vă implica într-o rețea de networking, puteți realiza o autoanaliză / autoevaluare, având în vedere punctele slabe, punctele forte și abilitățile pe care le puteți dezvolta. Vă puteți crea chiar și o strategie, ținând cont de trăsăturile voastre de personalitate, după cum urmează:

Dacă sunteți o **personalitate introvertită**, orientată către propria persoană, trebuie să fiți conștient(ă) că aveți următorul profil psihologic: vă caracterizează un puternic spirit de observație, în general preferați contactul cu persoane cunoscute, sunteți analitic, doriți mai mult să ascultați și să observați, decât să interacționați.

Câteva ponturi pentru personalitățile introvertite:

- dacă participați la un eveniment de networking, încercați să ajungeți mai devreme, pentru a putea aborda, de exemplu, grupuri restrânse de persoane în vederea atingerii obiectivului de networking;

- fiind persoane mai analitice, ar fi bine, ca înaintea unui eveniment de networking, să vă planificați acțiunile,

astfel încât să vă simțiți cât mai confortabil, să stăpâniți cât mai bine contextul;

- creați-vă un discurs bine structurat;
- încercați, pentru început, să abordați evenimentele de networking, dacă se poate, la care participă persoane cunoscute;
- vă puteți gândi, să realizați o carte de vizită atractivă, astfel încât să suscite interesul celorlalți.

Dacă sunteți o **personalitate extravertită**, orientată către ceilalți, trebuie să fiți conștient(ă) că aveți următorul profil psihologic: preferați discuțiile de grup, vă adaptați foarte ușor în contexte variate și vă place să fiți în centrul atenției.

Câteva ponturi pentru personalitățile extravertite:

- încercați să vă consolidați foarte bine obiectivul pentru care participați la un eveniment de networking, deoarece puteți fi ușor distrași de discuțiile de grup și "uitați" să vă urmăriți obiectivul;
- fiți atenți la informațiile pe care le transmiteți, extravertii au tendința uneori să exprime ideile și să le analizeze simultan;
- încercați să nu rămâneți ancorat prea mult timp într-un singur grup de discuții.

După cum ați constatat, din cele de mai sus, activitatea de networking, dacă este realizată eficient, vă implică din toate punctele de vedere: cognitiv, afectiv, motivațional, din punct de vedere al personalității, al valorilor, intereselor și abilităților pe care vi le-ați format.

Activitatea de networking trebuie să fie constantă, presupune menținerea și prezența permanentă în grupul de networking. A vă atinge un obiectiv, pentru ca mai apoi să părăsiți rețeaua, vă asigură un succes temporar. Networkingul reprezintă o resursă care vă poate deschide noi porți și idei pentru viitor.

Un alt aspect asupra căruia am dori să atragem atenția este legat de naționalitate, religie, gen, rasă, vârstă. Se poate întâmpla, să întâlniți în rețeaua de contacte, persoane care nu au aceeași religie sau aceleași obiceiuri culturale,

vârstă, gen etc. Vă sfătuim să nu le respingeți, deoarece acestea pot fi o resursă importantă pentru voi. Încercați să le cunoașteți obiceiurile, cultura și transformați conversațiile cu aceștia în oportunități.

Câteva sfaturi utile:

- Concentrați-vă pe dezvoltarea abilităților necesare în activitatea de networking!
- Concentrați-vă pe stabilirea unui obiectiv de networking!
- Fiți pozitiv!
- Acceptați criticile, pot fi constructive!
- Învățați să vă transformați punctele slabe în puncte tari!
- Planificați-vă acțiunile, fiți organizați!
- Fiți creativi!
- Fiți proactivi!
- Fiți răbdători și perseverenți, nu toate rezultatele apar imediat!
- Nu vă descurajați dacă aveți un eșec și învățați din greșeli!
- Fiți toleranți cu cei care sunt diferiți, sub aspect religios, etnic etc!
- Dețineți controlul asupra acțiunilor voastre și asupra propriei persoane!

2.3 Resurse ale networkingului: drumul către succes și performanță

Dacă în sub-capitolele anterioare ne-am concentrat atenția asupra surprinderii conceptelor de bază și a abilităților necesare pentru networking, în continuare, vom prezenta principala resursă a networkingului, și anume, principalele rețele sociale și specificul acestora. Având în vedere că în primul capitol am prezentat deja aspecte referitoare la aceste rețele sociale, din perspectiva beneficiilor pentru angajare, vom trece în revistă principalele rețele sociale din perspectiva networkingului.

Într-o eră digitală, încă de la vârste fragede, intrați în contact cu echipamentele specifice, întâi prin joc, apoi pentru socializare, pentru ca mai apoi să vă creați

rețele de networking și cu alte scopuri, cum ar fi cele de promovare, business, de căutare a unui loc de muncă etc. În aceste condiții, rețelele sociale reprezintă o resursă pentru networking.

- **LinkedIn** – tinde să devină cea mai puternică rețea dedicată mediului de business, dar și oportunităților de finanțare sau de participare la diverse proiecte ca parteneri / profesioniști. Rețeaua este intuitivă și vă permite crearea rapidă a unui profil, conectarea este ușoară, iar posibilitățile de recrutare au un trend ascendent. Platforma încurajează networkingul, prin oportunitățile de relaționare și de sprijin pentru persoanele pe care le cunoașteți, printr-un modul de recunoaștere a abilităților profesionale și de comunicare.

- **Facebook** – privită inițial ca o simplă rețea de socializare pentru copii și tineri, astăzi, la 10 ani de la apariție, Facebook este mult mai mult de atât, dezvoltarea sa demografică fiind în continuă creștere. Odată cu această dezvoltare, au apărut aplicații și caracteristici noi, dar și o creștere a nivelului de intimitate, ce oferă o anumită siguranță (în cazul în care aceasta mai există atunci când vorbim de aplicațiile și de mediile on-line). În prezent, rețeaua permite și interconectarea cu scopuri de business, de căutare a unui loc de muncă etc.

- **MySpace** – reprezintă una din primele rețele sociale apărute în spațiul on-line. Din păcate, dezvoltarea ei a stagnat. Totuși, nu sunt de neglijat, cei peste 20 de milioane de utilizatori, care demonstrează că încă reprezintă o resursă. Myspace este preponderent o rețea de socializare.

- **Twitter** – pe bună dreptate numit “the new kid on the block”, a pornit inițial, ca o platformă socială dedicată comunicării instantanee. Versatilitatea și oportunitățile survenite la nivelul aplicațiilor au transformat Twitter în ultimii ani într-o rețea socială în trend, un loc în care, dacă nu ai cont înseamnă că ”nu există”.

Avantajele networkingului prin intermediul rețelelor resursă:

- **Asigură accesul rapid la informațiile dorite.** Folosind rețelele resursă, vă puteți conecta cu persoanele potrivite care vă pot oferi sprijinul necesar. Pentru asta, este nevoie de puțină muncă, mai ales în ceea

ce privește construirea relațiilor on-line.

- **Încurajează menținerea relațiilor.**

Reprezintă o modalitate foarte comodă de a ține legătura cu prietenii din viața reală și din cea virtuală și vă oferă posibilități extrem de diversificate legate de dezvoltarea profilului profesional.

- **Reprezintă o resursă atât pentru companii, cât și pentru voi.** Rețelele sociale sunt benefice pentru companii, dar și pentru voi, care sunteți dornici de afirmare.

Într-o lume din ce în ce mai tehnică noul business poate fi oricând doar la un click distanță.

- **Facilitează crearea evenimentelor de networking.**

Evenimentele de networking vă propulsează în afara spațiului virtual și vă permit solidificarea relațiilor, fie ele de business sau de prietenie. Participarea la evenimentele propuse în rețeaua de networking și modul în care sunteți activi în rețeaua din care faceți parte, vă oferă noi oportunități de angajare, de finanțare a unor proiecte sau start-upuri în dezvoltarea unui business deja existent.

În consecință, rețelele sociale, privite ca principala resursă a networkingului, în funcție de specificul fiecăreia, vă oferă mediul de a vă dezvolta relațiile necesare pentru atingerea obiectivului propus.

Câteva sfaturi utile:

- *Fiți atenți la informațiile confidentiale sau cu caracter personal, care nu se transmit celorlalți;*

- *Fiți atenți la username. Ar fi de preferat ca acesta să conțină numele și prenumele vostru și nu porecle sau alte*



alinturi, care vă creează o imagine superficială și imatură;

- *Fiți suportivi* cu cei din rețeaua personală de networking. Referințele vă vor aduce implicit recunoașterea abilităților în cadrul rețelei și o dată cu recunoașterea acestor abilități, vor veni către voi persoane noi, aduse de cei care v-au recomandat direct sau indirect;

- *Nu vă limitați la networkingul virtual.* Networkingul presupune menținerea relațiilor și prin întâlniri face to face, care susțin consolidarea relațiilor;

- Utilitatea networkingului se vede în timp. *Nu vă descurajați* dacă nu vă atingeți scopul foarte repede, mențineți-vă relațiile și rezultatele vor apărea;

- *Networkingul nu reprezintă un scop profesional sau social, ci reprezintă o resursă adiacentă.*

Din cele prezentate anterior, ați constatat că Networkingul este o modalitate modernă de a interacționa, din ce în ce mai frecvent utilizată. Nu ai nici un motiv să nu profiți de această oportunitate, implică-te, iar rezultatele nu vor întârzia să apară!

CAPITOLUL III

EXPERIENȚA CÂȘTIGATĂ ÎN TIMPUL STUDENȚIEI

Plecând de la premisa că „*Experiența nu e revelație, ci o acumulare de date*” (Petre Țuțea), perioada de studenție reprezintă o perioadă de formare profesională bazată pe acumularea de cunoștințe teoretice, dar și pe deprinderea unor abilități practice specifice domeniului de studiu, pentru specialistul în devenire, care optează pentru continuarea studiilor la un nivel superior, din dorința de a se dezvolta personal și de a se integra în societatea actuală, în continuă mișcare și transformare, cu cerințe specifice în ceea ce privește calitatea forței de muncă.

Standardele ridicate din învățământul superior și dinamica pieței globalizate au determinat universitățile să adopte noi strategii pentru a face față noilor provocări și pentru menținerea activităților desfășurate la nivel competitiv. *O universitate care își asumă succesul este una care în mod permanent își dezvoltă capacitatea de a satisface nevoile diferitelor categorii de stakeholders* (Deming, 2000).

De aceea, un procent tot mai mare din rândul vostru, al studenților, aleg ca pe durata studiilor să participe la programe de mobilități, internship sau voluntariat, pe care universitățile sau diverse organisme naționale și internaționale le pun la dispoziție, în scopul formării unor deprinderi ce nu pot fi dobândite doar prin participarea la cursurile teoretice, în instituția în care sunteți înmatriculați. Studentul secolului XXI este un vizionar, un creator de nou, prin însăși preocuparea pentru dezvoltarea personalității sale, dar și pentru crearea unui spațiu care să îi asigure confortul fizic, psihic, mental, material și social.

3.1. Internshipul - prima experiență cu angajatorul

Una dintre oportunitățile pe care o aveți ca studenți în perioada cursurilor de licență sau master, este reprezentată de **internship**. Nu este de omis nici faptul că, există în prezent pe piața muncii o competiție acerbă, care de cele mai multe ori are un impact puternic printre proaspeții absolvenți de facultate. Cu toate acestea, dacă veți

fi proactivi pe durata studiilor și vă veți implica în proiecte pe specializare sau veți face voluntariat, puteți miza pe o minimă experiență de trecut în CV.

Internshipul este o oportunitate pe care firmele o oferă studenților sau oricărei persoane care vrea să facă **practică** într-un anumit domeniu pe piața muncii. Internii sunt însă, de cele mai multe ori, **studenți** sau elevi, care pot lucra în cadrul companiilor, fie part-time, fie full-time.

De obicei, atunci când o firmă oferă un internship și se implică în dezvoltarea și formarea unui tânăr, preferă ca după finalizarea perioadei respective, să îl și păstreze ca angajat direct, prin semnarea unui contract de muncă. Tocmai de aceea, a obține un internship, presupune un efort substanțial. Nu trebuie să subestimați seriozitatea unui astfel de program: Seriozitatea de care dați dovadă, poate să facă prin competiție, diferența între reușita sau eșecul vostru!

Internshipul, un prim pas spre job

Poate ați mai participat la târguri de joburi sau la interviuri, unde vi s-a solicitat experiență relevantă, iar apoi ați plecat dezamăgiți, că nu ați fost selectați sau nu ați fost luați în seamă... Vă recomandăm ca măcar odată pe perioada studenției să aplicați la un internship pentru a cunoaște și perspectiva angajatorilor, atunci când au în față un student, nu doar cu performanțe academice bune, ci și implicat și conștient de propria valoare în experiențele practice. Puteți avea numai medii de 10, dar dacă sunteți într-o situație de angajare și nu îndepliniți și alte cerințe aferente postului, în afara celor de performanță academică, este posibil ca răspunsul angajatorilor să fie unul nu foarte încurajator: **Vă vom contacta noi!**

Unde și când să aplicați la internship?

Pentru internshipuri nu există limită de vârstă, dar cele mai multe aplicații trebuie să recunoaștem că vin din partea celor tineri.

Credem că cel mai indicat este să aplicați pe perioada facultății, astfel evitați momentele de tăcere, atunci când sunteți întrebați despre experiența voastră profesională. Sunt perioade de aplicare la internship destul de diferite

pentru fiecare companie în parte. De aceea recomandăm ca fiecare dintre voi să vă interesați de astfel de programe, să căutați informația direct la sursă, potrivit specializării voastre.

De asemenea, trebuie să aveți mereu CV-ul actualizat și să aplicați direct pe specializările terminate în perioada facultății. Astfel aveți șansa să faceți ceva ce vă place și de care aveți idee măcar teoretic. Din internship nu aveți decât de câștigat! Veți cunoaște oameni noi, veți învăța să vă gestionați responsabilitățile singuri și veți participa la mecanismul de funcționare a unei organizații.

Internshipul, experiment sau continuitate?

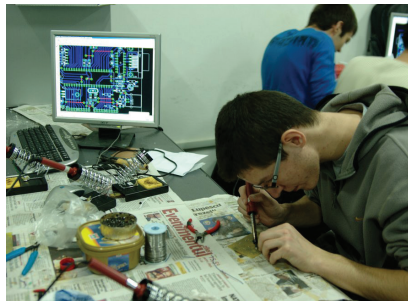
Sunt cazuri frecvente, așa cum spuneam mai sus, când angajatorul se hotărăște să treacă în etapa post-internship. Aici vorbim despre semnarea unui contract de muncă, în cazul în care rezultatele au fost bune. Trebuie să luați în calcul și faptul că este posibil să nu fiți plătiți în internship-ul pe care îl realizați, poate fi un important test de durabilitate, dar la finalul lui poate veni și recompensa: angajarea! Considerați fiecare implicare a voastră la nivel profesional un câștig important pentru experiența în carieră.

Experiment sau nu, internshipul este în primul rând oportunitatea de a vă cunoaște pe voi înșivă, de a ști dacă domeniul în care urmează să lucrați vi se potrivește, dacă oamenii din jurul vostru sunt echipa în care vă simțiți bine și în care puteți da rezultate excelente. Fiind la început de drum, orice remunerare o să vi se pară motivantă, atâta timp cât vă permite să rămâneți independenți financiar.

Motive pentru a aplica la un internship

1. Oportunitatea de a lucra în domeniul de finalizare a studiilor și de a înțelege practic ce se întâmplă în activitățile zilnice ale companiei

Pregătirea teoretică de care beneficiați în facultate este esențială pentru cultura



generală a domeniului în care vă veți desfășura activitatea, însă, esențial este să conștientizați faptul că un internship este ușa deschisă, o oportunitate pentru a înțelege lucrurile din perspectiva angajatului. Din momentul în care vedeți cum se desfășoară activitatea în compania respectivă, veți ști dacă aparțineți locului și vă reprezintă ceea ce veți face. Este un avantaj având în vedere că de multe ori facem compromisul de a avea un job pe care nu ni-l dorim, dar de care avem nevoie pentru a căpăta independența financiară dorită.

2. Acces la un network în domeniu

Odată ce sunteți interni în cadrul unei companii, aveți șansa nu doar să cunoașteți profesioniști, programe, proiecte etc., ci și să vă consolidați rețeaua de contacte. Nu se știe vreodată, cum din întâmplare unul dintre colegii pe care i-ați întâlnit în perioada stagiului, poate să reprezinte cheia unui business de succes pe care să îl conduceți sau cum vă puteți întâlniți în proiecte comune din același domeniu profesional.

3. Internshipul și prima satisfacție materială

De cele mai multe ori, internshipurile sunt plătite. Așa aveți ocazia ca din primii voștri bani să vă cumpărați ceva ce nu v-ați permis până atunci sau să îi oferiți ca sprijin familiei voastre. Cu certitudine nu veți uita vreodată bucuria primului salariu. Imediat ce începeți să vă conștientizați valoarea și să realizați că performanța muncii voastre aduce plus valoare locului în care vă desfășurați activitatea profesională, veți conștientiza și ideea de responsabilitate, timpul alocat jobului în detrimentul ieșirilor cu prietenii și maturizarea aferentă care vine cu fiecare experiență importantă!

4. Cu ajutorul internshipului aflați cum lucrează o companie

În cadrul internshipului veți experimenta modul de lucru pentru mai multe departamente în cadrul companiei. Aveți șansa să vedeți întreg mecanismul în acțiune atât din exterior, cât și din interior. Lucrul acesta este un avantaj, deoarece vă ajută să înțelegeți care este

contribuția fiecărui departament, care este contribuția ariei voastre de lucru și a poziției voastre în organizație cu scopul de a atinge obiectivele acesteia.

5. Atingeți-vă obiectivul și obțineți un job în compania dorită

Procesul de aplicare, selecție, evaluare și apoi activitatea în sine la internship, nu doar că este consumator de timp și implică responsabilitate, dar vine și cu un obiectiv pe care mulți vi-l doriți. Nu puține sunt cazurile în care companiile deschid poziții de internship cu scopul de a atrage pe cei mai talentați tineri pentru ca, ulterior, aceștia să treacă la etapa a doua de dezvoltare și să devină angajați ai companiei. Este o manieră interesantă de abordare a unui job, manieră care are valențe de tip WIN-WIN. Nu este simplu să rămâneți în cadrul companiei, va trebui să aveți o performanță notabilă, să înțelegeți strategia, businessul, conceptele, valorile și cel mai important, să vorbiți aceeași limbă cu echipa în care vă veți continua activitatea. Aveți șanse de la bun început să rămâneți acolo, rezultatul depinde doar de cât sunteți de dispuși să luptați pentru a câștiga jobul și independența voastră.

Dacă cele scrise mai sus nu v-au convins că este momentul să depășiți concepția cum că toată lumea intră să lucreze pe "pile" undeva sau că trebuie să avem părinți cu funcții de conducere pentru a avea o șansă la angajare, revenim prin a confirma că singurii care pot face diferența în orice moment, activitate sau situație sunteți voi și mintea voastră. Da, există și relații sau părinți care își ajută copiii să obțină preferențial joburi, însă credem că satisfacția rezultatelor obținute prin propriul efort este net superioară. Mândria rezultatelor prin propriile forțe poate să devină imboldul pentru cariera mult așteptată. Aplicați la internship, nu ratați nicio oportunitate, iar cel mai important, nu încetați să credeți în voi și să vă analizați foarte bine!

3.2. Voluntariatul calea spre experiență în carieră

Istoria voluntariatului în România este destul de apropiată de prezent, dar într-adevăr, voluntariatul

implică în întreaga lume, milioane de oameni în acțiuni, programe de dezvoltare și se bazează pe principii solide și valori trainice de respect pentru natură, om și integritate.

În România, totul a început să se dezvolte după 1990, când organizații internaționale precum Peace Corps au început să plaseze voluntari străini în țară, iar altele precum World Vision, Habitat For Humanity sau Save the Children au început să-și stabilească filiale în România, aducând cu ele experiența în lucrul cu voluntarii și coordonarea lor. În aceeași perioadă, ONG-urile românești înființează primele centre de voluntariat.

Principalii actori ai mișcării de voluntariat în România:

- voluntarii înșiși;
- ONG-urile și instituțiile publice care implică voluntari;
- centrele de voluntariat;
- companiile sau instituțiile care susțin sau inițiază proiecte de voluntariat pentru angajații lor;
- programe de schimburi internaționale de voluntari.

Voluntariatul ia amploare, iar în prezent numeroase organizații din țară implică zilnic voluntari în programele și acțiunile lor în beneficiul comunității, în domenii foarte diverse. Companiile văd prin implicarea în comunitate, acea responsabilitate socială care le permite să lărgescă viziunea despre dezvoltare prin implicare la nivel corporatist.

Patru *principii definitorii* stau la baza activității de voluntariat și o deosebesc de alte activități similare (precum internshipul sau practica etc.):

- Este o activitate desfășurată în **beneficiul comunității** / beneficiul public;
- Este o activitate **neremunerată** sau care nu urmărește un câștig financiar, chiar dacă include decontarea unor cheltuieli derivate din activitatea respectivă (transport, consumabile etc.);
- Este o activitate desfășurată de **bunăvoie**, fără vreo constrângere de vreun fel sau altul;
- Este de regulă derulată într-un **cadru organizat** (sub tutela unei organizații sau a unui grup de inițiativă), spre deosebire de acțiunile spontane de binefacere.

Centre de voluntariat

Pro Vobis a introdus în România conceptul de “centru de voluntariat” în 1997, devenind primul de acest gen din țară cu sprijinul financiar al UE, prin programul PHARE.

Potrivit principiilor Pro Vobis, un centru de voluntariat **recrutează și formează** voluntari, le prezintă oportunitățile de voluntariat disponibile, **recomandă** voluntari instituțiilor și organizațiilor care au oportunități de voluntariat disponibile și care solicită voluntari, organizează **cursuri** de formare în managementul voluntarilor, promovează conceptul de voluntariat și principiile de bună practică în lucrul cu voluntarii și se implică în organizarea evenimentelor de **recunoaștere a meritelor** acestora.

Mișcarea de voluntariat în România este susținută de:

- Legea Voluntariatului via www.voluntariat.ro (pagina administrată de Pro Vobis);
- peste 25 de centre de voluntariat;
- ONG-uri și instituțiile care implică voluntari, inclusiv filiale ale organizațiilor internaționale active în domeniul voluntariatului;
 - programe de schimburi internaționale de voluntari (de ex. Serviciul European de Voluntariat);
 - liniile de finanțare publice sau private care sprijină proiecte în domeniul voluntariatului (Tineret în Acțiune, CEE Trust, EEA Grants, Grundtvig, etc.).

Evenimentele notabile din domeniul voluntariatului în România sunt:

- Săptămâna Națională a Voluntariatului;
- Ziua Internațională a Voluntarilor (5 decembrie).

Organisme de reprezentare în sfera voluntariatului:

- VOLUM - Federația Organizațiilor care Sprijină Dezvoltarea Voluntariatului în România (înființată în 2010 la inițiativa Pro Vobis);
- CEV - Centrul European de Voluntariat (membru din 2001).



Avantaje ale acțiunilor de voluntariat:

1. Îți dezvolți aptitudini noi

Există la ora actuală destule joburi pentru care nu aveți pregătirea necesară, asta pentru că sunteți încă student sau nu aveți studii în domeniul pe care îl vizați și la care nu aveți prea mari șanse de izbândă, decât dacă încercați activitățile de voluntariat. De exemplu, vă doriți să ajungeți proiect manager, însă șansa de a deveni unul, fără experiență considerabilă, este atât de mică, încât vă veți demotiva pe loc. Nu intrați în panică! Prin voluntariat puteți coordona și gestiona o echipă de oameni pentru a atinge rezultatele unui proiect, chiar dacă acesta nu este de vreo anvergură notabilă sau reprezintă ștampila vreunei mari corporații. Optați pentru acțiunile de voluntariat, pentru că acestea vă vor da ocazia să vă implicați activ și să vă dezvoltați aptitudini pe care le veți valorifica mai târziu atunci când veți aplica pentru jobul pe care vi-l doriți. Organizarea evenimentelor, contactarea sponsorilor sau a fundațiilor, coordonarea unei echipe de oameni; toate acestea, se vor încadra foarte bine în CV-ul vostru și vor conta la capitolul experiență.

2. Îți faci relații

Vă puteți afla în căutarea unui job sau cel puțin a unei perspective pentru cariera voastră, așa că orice activitate întreprinsă cu un grup de oameni, prin

voluntariat, reprezintă un network, o resursă pe care o puteți activa în momentul în care vreți să concretizați demersul unui job. Țineți minte, veți avea întotdeauna nevoie de idei și oameni de contact! În momentul în care veți căuta un job, oamenii pe care i-ați cunoscut în acest demers, prietenii pe care vi i-ați făcut la voluntariat, vă pot da o mână de ajutor sau vă pot oferi niște informații ajutătoare, sugestii.

3. Îți impresionezi angajatorii cu dedicarea ta

Candidații care au voluntariat pot face o impresie bună în fața angajatorului. Voluntariatul spune multe lucruri despre un om, le arată angajatorilor faptul că reprezentați o persoană pasionată de domeniul respectiv, că vă place să lucrați în echipă și că imboldul vostru de a sprijini, vine din alte considerente, nu motivate de un câștig material.

4. Adugi experiență la CV

Voluntariatul reprezintă implicare și experiență în domeniul ales. Recomandăm ca toate experiențele de voluntariat pe domeniul de studiu sau conexe, să vi le treceți în CV, specificând poziția ocupată în proiect, responsabilitățile și rezultatele obținute etc.

5. Voluntariatul îți oferă locul liderului

Voluntariatul este o cale prin care poți experimenta lucruri noi, îți poți permite să mai și greșești, fără să fii tras la răspundere așa cum s-ar întâmpla în mod obișnuit la un loc de muncă. Cu siguranță, veți intra în contact cu atât de multe persoane încât teama de a coordona un proiect, de a interacționa cu diverse personalități sau de a face parte dintr-o echipă va dispărea pe parcurs. Vă veți evidenția și adapta mai ușor celor din jur, implicându-vă în echipe cu oameni diferiți, temperamente diferite. Voluntariatul de cele mai multe ori se rezumă la proiecte pe diverse domenii, și reprezintă o bună oportunitate de a observa unde vă găsiți locul într-o echipă: preferați să fiți lider și să lucrați cot la cot cu echipa voastră sau vreți să lucrați individual? Sunteți capabil să gestionați situații ce țin de coordonare, control și eficiență în echipă sau vă cunoașteți foarte bine pe voi și știți foarte bine ce puteți face, fără să vă complicați cu alte păreri și perspective?

Încercați măcar odată să faceți voluntariat. Prima experiență nu o veți uita, ba din contră, probabil că va fi un catalizator pentru următoarele etape. Și cum fenomenul în sine ia amploare, devenind reglementat prin lege, iată mai jos că voluntariatul este recunoscut ca experiență profesională, în urma practicii beneficiind de un certificat de competențe care vă va ajuta să vă evidențiați în competiția pentru un loc de muncă.

3.2.1. Voluntariat= Experiență profesională

Anul 2014 a devenit un an special din perspectiva voluntariatului. La sfârșitul lunii mai, plenul Camerei Deputaților a votat noul proiect legislativ privind activitatea de voluntariat în România, care înlocuiește astfel vechea reglementare privind voluntariatul, respectiv Legea nr. 195/2001 (republicată în 2007).

Cu alte cuvinte, avem o veste bună pentru voluntarii de la noi din țară!

Deși voluntariatul reprezintă o activitate pe care persoana implicată o desfășoară în mod liber și conștient, fără a primi în schimbul muncii sale o remunerație, a venit și răsplata orelor petrecute din dedicare, și care astăzi sunt recunoscute ca experiență de muncă prin eliberarea unui certificat de competențe de către organizația unde realizați voluntariatul.

În continuare, prezentăm câteva **prevederi legale**, care specifică următoarele:

- Introducerea în formă scrisă a contractului de voluntariat și definirea conținutului obligatoriu al acestuia, precum și a drepturilor și obligațiilor părților.

- Contractul de voluntariat va fi însoțit de fișa postului și de fișa de protecție a voluntarului: în acest fel, sunt cunoscute cu exactitate activitățile pe care voluntarul le va desfășura, iar existența fișei de protecție demonstrează că acesta a fost informat cu privire la riscurile implicate de activitatea desfășurată.

- În baza contractului încheiat cu organizația-gazdă, voluntarul se poate retrage în orice moment din activitatea de voluntariat, prin denunțarea contractului cu un preaviz

de 15 zile.

- Modificarea legală care permite recunoașterea voluntariatului ca experiență profesională și/sau în specialitate se referă la eliberarea unui certificat de competențe de către organizația gazdă. Acesta nu înseamnă vechime în muncă și nu se referă la includerea voluntariatului în sistemul de asigurări sociale sau în sistemul de pensii, nefiind o activitate remunerată.

- Contractele de voluntariat pot fi încheiate exclusiv de către persoanele juridice fără scop lucrativ (expl ONG-uri). Ceea ce e foarte important de reținut este că internshipurile nu sunt recunoscute ca activități de voluntariat. De altfel, noul proiect de lege stabilește în mod expres acest aspect.

- Voluntarii care au încheiat activitățile de voluntariat pot solicita organizațiilor gazdă eliberarea unui certificat care să ateste competențele dobândite în cursul voluntariatului.

3.3. Mobilitățile studenților în străinătate

Un rol deosebit de important în dezvoltarea carierei și obținerii unor experiențe unice în viața voastră de studenți, îl au mobilitățile de studiu și plasament la universități și instituții din străinătate, organizate prin diverse programe Europene și internaționale.

Programul **ERASMUS**, lansat în anul 1987, inițial sub denumirea de Socrates-Erasmus, care continuă și la Orizont 2020 sub denumirea de **ERASMUS+** este un program al Uniunii Europene în domeniul educației, formării profesionale, tineretului și sportului, care se adresează studenților care doresc să studieze sau să muncească în străinătate.

Programul **ERASMUS** asigură, în special, stimularea colaborării interuniversitare, având drept rezultat o mai profundă interrelaționare între profesori și studenți. Astfel, se constituie așa numita dimensiune europeană a sistemelor educaționale din fiecare țară, dimensiune ce poate asigura recunoașterea reciprocă a studiilor și disciplinelor, dar și intercompatibilitatea profesională la nivelul întregii Europe.

După integrarea României în Uniunea Europeană, peste 52.000 de studenți români au beneficiat de mobilități în cadrul programului **ERASMUS**.

Noul program **ERASMUS+** își propune:

- să contribuie la dezvoltarea competențelor și angajabilității (capacității de inserție profesională) prin oferirea unor oportunități de educație;

- să ofere unui număr de peste 2 milioane de studenți din învățământul superior posibilitatea de a studia, de a se forma, de a câștiga experiență profesională și de a participa la programe de voluntariat în alte țări;

- să finanțeze parteneriate transnaționale între diferite organizații și instituții de educație;

- să sprijine instrumentele de transparență și recunoaștere ale UE – în special Europass, Youthpass, Cadrul European al Calificărilor (CEC), Sistemul European de Credite Transferabile (ECTS).

Deținerea **Cartei Erasmus pentru Învățământ Superior (Erasmus Charter for Higher Education - ECHE)** permite fiecărei instituții de învățământ superior dezvoltarea de acorduri bilaterale care vizează mobilitățile, proiectele comune în domeniul educației și al formării profesionale.

ECHE este elementul de bază în orice activitate de cooperare europeană pe care o universitate o poate desfășura în cadrul programului **ERASMUS+**.

Mobilitățile de studiu pentru voi studenții în cadrul programului **ERASMUS**, asigură participarea la programe de studiu la universitățile partenere, beneficiind de suportul educațional, lingvistic și cultural al universității țării gazdă, asigurându-se facilitarea transferului de credite acumulate pe durata studiilor, recunoașterea în întregime a perioadei de mobilitate, precum și menținerea bursei acordate de universitatea de la care provine.

“Nu reprezintă doar o șansă educațională, include și oportunitatea de a avea acces la un spațiu cultural diferit și de a te testa pe tine însuși. O oportunitate reală pentru un viitor de succes!” (mărturia unei foste studente Erasmus, Simona Mihăilă, de la Facultatea de Medicina Veterinară, în stagiul de studii Erasmus la Universitatea din Bologna).

În dorința deprinderii de abilități practice se constată de la un an la altul o creștere a numărului de studenți care aleg fie varianta mobilității combinate de studiu și plasament, fie mobilitatea de plasamente.

„**Plasament**” este o altă denumire pentru

cunoscutul „training” sau „practică”. Organizațiile gazdă pentru plasamente studențești pot fi întreprinderi, centre de formare, centre de cercetare și alte organizații, inclusiv instituții de învățământ superior.

Acest tip de mobilitate presupune ca studentul să participe în una din instituțiile menționate mai sus, universitatea de la care provine având un acord bilateral în acest sens. Studentului i se recunoaște perioada de plasament de către universitatea de la care provine, acesta beneficiind și de grant **ERASMUS** pe durata efectuării mobilității.

Mobilitățile de plasament sunt experiențe unice pentru studenți, existând oportunități de deprindere a unor abilități practice, de comunicare, organizare, necesare unui viitor specialist.

Cum se poate participa în programul **ERASMUS**?

- situație școlară peste medie și un nivel bun de cunoaștere a limbii țării în care se găsește universitatea / instituția gazdă;
- informare la Biroul de Programe Comunitare sau Biroul de Relații Internaționale, existente în fiecare universitate din țară, cu privire la programul **ERASMUS**, condițiile de aplicare, termene de depunere a dosarelor de candidatură, precum și datele și condițiile de selecție.

Puteți fi și voi studenți **ERASMUS**?

Mulți dintre voi își pun această întrebare, dar nu fac un pas mai departe, în sensul că, de multe ori, preferă să se rezume doar la informațiile postate pe internet, ceea ce nu este suficient.

Fiecare dintre voi, trebuie să înțeleagă că reprezintă o entitate unică, diferită, și că informarea în detaliu, discuția cu reprezentanții celor implicați, fie cadre didactice la nivel de facultate, fie personal din cadrul birourilor care se ocupă de programul **ERASMUS**, vă pot ajuta să vă creați o imagine clară a ceea ce înseamnă mobilitatea **ERASMUS**.

De asemenea, discuțiile cu foștii studenți **ERASMUS**, participarea la evenimentele de prezentare a programului în universitatea în care sunteți înmatriculat,

evenimentele de tip “**ERASMUS OPEN DOORS**” sunt mai mult decât concludente în realizarea unei imagini proprii asupra programului de mobilități **ERASMUS**.

„*Experiența nu reprezintă ceea ce ți se întâmplă, ci ceea ce faci cu ce ți se întâmplă.*” (Aldous Huxley).

Experiența câștigată în programul **ERASMUS** – un real succes!

Programul **ERASMUS** a oferit de-a lungul celor peste 15 ani de existență în România experiențe unice pentru voi. Foștii studenți **ERASMUS** sunt astăzi în poziții cheie și iau decizii pentru actuala generație **ERASMUS**.

Nu există universitate care să nu se poată mândri cu povești de succes ale studenților care au participat la astfel de mobilități.

Trebuie subliniat și faptul că se remarcă o tendință la majoritatea companiilor de a asigura și facilita găsirea unui loc de muncă, cu prioritate, studenților care prezintă în CV-urile lor participarea la stagii de mobilități în cadrul programului **ERASMUS**.

Studenții Erasmus se bucură de aprecieri deosebite din partea colaboratorilor de la universitățile / instituțiile gazdă și ajung ca la finalul stagiului să primească propuneri de angajare în cadrul acestor instituții. Este și exemplul a doi foști studenți **ERASMUS** ai Facultății de Medicină Veterinară, Gabriela Bagrinovschi și Dragoș Gabriel Scarlet, care au beneficiat de mobilități **ERASMUS** la Universitatea de Medicină Veterinară din Viena, Austria, una dintre cele mai performante și renumite școli superioare în domeniu din Europa și chiar din întreaga lume. Cei doi foști studenți **ERASMUS** s-au bucurat de aprecierea colaboratorilor de la Universitatea din Viena, au fost remarcați atât pe durata cursurilor teoretice, cât mai ales a lucrărilor practice.

De un real sprijin pentru orice student care dorește să facă primii pași într-o experiență cum este cea a unei mobilități în cadrul programului **ERASMUS** este și contactul cu rețeaua **ERASMUS STUDENT NETWORK ROMANIA**.

Erasmus Student Network România (ESN România) este o organizație nonprofit apolitică, fără legătură cu grupări religioase sau profesionale. Este o asociație studentască,

cu aceleași scopuri ca și ESN International, promovând valorile și obiectivele Erasmus Student Network.

Obiectivele ESN România:

- reprezintă secțiunile locale ESN România la nivel național, caută să încheie parteneriate la nivel național pentru proiectele pe care le implementează sau pentru susținerea secțiunilor locale;
- păstrează o comunicare continuă în ESN la nivel internațional, național și local, facilitând transmiterea informațiilor între toate aceste nivele;
- sprijină și coordonează cooperarea dintre secțiunile ESN România;
- promovează ESN și sprijină și încurajează înființarea unor noi secțiuni locale ESN în alte orașe și universități din România;
- colaborează cu instituțiile și organizațiile de profil din România pentru promovarea oportunităților de mobilități studentești existente și accesibile studenților din România (cu accent pe programul ERASMUS, dar nu numai), încurajând și motivând studenții pentru a studia în străinătate prin programe europene;

- încurajează voluntariatul, mai ales în cadrul ESN.

3.4. Competițiile studentești la nivel național și internațional

Stimularea performanțelor de vârf în pregătirea profesional-științifică a studenților se realizează și prin participarea la competiții studentești organizate la nivel național și internațional

Aprofundarea competențelor de cercetare științifică, însoțită de dezvoltarea aptitudinilor de lucru și comunicare în echipă, constituie obiective țintă ale competițiilor studentești.



Experiența câștigată ca urmare a participării la competiții studentești

Tip de competiție	Scurtă descriere a competiției. Sfaturi privind competiția	Experiența dobândită
Olimpiade studentești (competiție de comunicări și/ sau referate)	<p>Participarea presupune elaborarea unei cercetări aplicative complexe (mono / pluri / interdisciplinară) care se bazează, de regulă, pe o analiză pertinentă. În elaborarea lucrării se va pune accent pe coerența lucrării în general și a prezentării concluziilor, în special.</p> <p>Lucrarea trebuie să fie coerentă, originală, inovatoare.</p> <p>Pentru ca lucrarea să se bucure de un real succes, trebuie să fie bine prezentată. Aici un rol important îl are siguranța și persuasiunea expunerii (stăpânirea temei: expunere liberă sau citirea unui rezumat / slide, concizia și logica expunerii; capacitatea de sinteză, folosirea materialelor expozitive și expresivitatea acestora).</p> <p>Răspunsurile la întrebările adresate de către comisie sau ceilalți competitori trebuie să fie clare, sigure și concise. Este important să existe un interes privind participarea la dezbateri pe baza referatelor prezentate de ceilalți competitori</p>	<p>Dezvoltă abilități de comunicare, autoevaluare, prezentare și luare a deciziilor care pun baza unei cariere de succes.</p> <p>Învăță să-și formuleze scopurile.</p> <p>Învăță să își gestioneze resursele legate de timp.</p> <p>Învăță să susțină motivația și voința pentru atingerea scopurilor propuse.</p>
Competiții ce se bazează pe dezvoltarea spiritului antreprenorial	<p>Aceasta competiție are menirea de a-i scoate pe potențialii viitori lideri din zona lor de confort, de a-i introduce în lumea complexă și dinamică a mediului de afaceri, ajutându-i astfel să-și maximizeze potențialul.</p> <p><i>Exemple:</i> <i>Imagine Cup 2014, KPMG International Case Competition, Social Impact Award, Start Up - program de antreprenariat pentru studenți 2014 etc.</i></p>	<p>Dezvoltă aptitudini și competențe esențiale pentru carieră și viață și experimentează diferite roluri sociale și atitudini necesare în economia de piață reală.</p> <p>Stimulează creativitatea și valorifică cunoștințele pentru dezvoltarea unor soluții fiabile la probleme reale cu care se confruntă mediul de afaceri.</p>
Școli de vară	<p>Experiența participării la școli de vară constituie oportunități în dezvoltarea socio-profesională, deoarece în cadrul școlilor de vară sunt organizate:</p> <ul style="list-style-type: none"> - prelegeri susținute de personalități marcante ale mediului academic din țară și străinătate; - studii de caz prezentate de către experți și oameni de succes din mediul economic și social; - ateliere de lucru pentru elaborarea de proiecte multi și interdisciplinare; - vizite de documentare în companii de renume pentru a lua contact cu bune practici din mediul de afaceri din țara organizatoare. 	<p>Dezvoltă abilități de competiție și cooperare:</p> <ul style="list-style-type: none"> - competițiile între echipe, făcând parte dintr-o echipă, sunt motivați să obțină performanțe cât mai bune, însă nu sunt lăsați să uite valorile cooperării cu ceilalți; - depind de realizările celorlalți, de abilitățile de a comunica și de a colabora cu ei; - înțeleg din propria experiență că nimeni nu e bun la toate, că sarcinile de grup trebuie împărțite eficient între membrii grupului, că cineva trebuie să aibă grijă să coordoneze activitatea de grup, că orice conflict în interiorul grupului scade performanța întregului grup și reprezintă o irosire a timpului și a resurselor.

La fel de importantă în formarea carierei profesionale este și „competiția cu sine însuși”. Ea pornește de la motivația interioară de a evolua, de a depăși nivelul actual, de a explora propriile capacități. Poate fi mult mai eficientă decât orice tip de competiție prezentată anterior.

Experiența câștigată pe parcursul studenției ajută la planificarea și dezvoltarea carierei. De ce? Planificarea carierei este procesul de identificare a pașilor care trebuie parcurși pentru dezvoltarea carierei și presupune stabilirea obiectivelor, acțiunilor care vor fi realizate, resurselor necesare (umane, financiare), termenelor, responsabilităților, rezultatelor concrete așteptate, eliminarea obstacolelor. Planificarea carierei include aspecte ce țin strict de locul de muncă, dar și de activitățile de timp liber, viața personală etc. În vederea realizării unei planificări a carierei este necesară o privire în perspectivă, care să puncteze aspecte precum: scopul în viață, imaginea de sine, tipul de muncă dorit, relațiile cu ceilalți, tipul de locuință dorită, realizările globale de pe parcursul vieții.

Dezvoltarea carierei este un proces de învățare și adaptare la diferite roluri exercitate de către o persoană pe parcursul vieții, include diferite stadii, aflate în succesiune cronologică și presupune medierea între factorii de personalitate și cerințele sociale, în beneficiul individului. Acest proces cuprinde totalitatea factorilor psihologici, sociologici, educaționali, fizici, economici care combinați influențează natura și importanța muncii pe parcursul întregii vieți a unei persoane.

CAPITOLUL IV

ELEMENTE DE BRANDING PERSONAL

Astăzi, tot mai mulți oameni sunt interesați de conceptul de branding personal. Dar cine și cum își poate construi un brand personal? În primul rând, brandul personal nu se referă la a-ți construi o imagine cât mai bună, ci o imagine cât mai realistă, bazată pe atuurile personale. Brandul personal este cel care spune cine sunteți voi cu adevărat în ochii lumii exterioare. Ceea ce trebuie să conștientizați este faptul că, fie că vreți, fie că nu vreți, voi aveți un brand personal unic, original și irepetabil. Brandul vostru personal este cine sunteți voi!

4.1. Brand și branding personal

Gândiți-vă un moment că aplicați pentru un job la o companie. Pentru același job mai aplică cel puțin 10-20 de candidați. De ce v-ar angaja acea companie tocmai pe voi? Ce face diferența între voi și ceilalți?

Brandingul personal poate fi răspunsul. De ce? Pentru că este instrumentul cel mai puternic și care, folosit în mod corespunzător, cu creativitate, planificat și coerent, vă va ajuta să transformați numele vostru într-un „produs” distinctiv care are asociat lui calitățile căutate pe piața muncii.

Implicit apare și întrebarea: ce este, de fapt, un brand personal?

Un brand personal este o imagine publică clară, puternică și mai ales convingătoare despre un anume individ. Astfel, imaginea pe care ți-o crezi în mintea celor din jurul tău va deveni capitalul tău cel mai important.

Tom Peters este cel care a creat această nouă gândire de management. În 1997 el a scris articolul „*The Brand Called You*” care a revoluționat conceptul de brand. În cadrul acestuia el vorbește despre *Era Individului* în care accentul cade pe brandingul personal. Specialistul în management descrie o lume a brandurilor în care suntem definiți și percepuți prin prisma acestora, iar succesul este dat de forța brandingului personal. Este un proces de

persuasiune deoarece se bazează pe capacitatea voastră de a influența deciziile, acțiunile, atitudinile audienței.

În abordarea conceptului de brand, Peter Montoya declară că fiecare dintre noi suntem propria afacere, iar brandul este în primul rând imaginea mentală asupra perspectivelor pe care le avem de a obține ceea ce își doresc clienții sau au nevoie. Aceasta reprezintă suma calităților noastre, a valorilor, atitudinilor care ne fac unici printre competitorii noștri. De aceea este important să rămânem autentici, pentru că brandul vostru este cel care ne diferențiază de concurență, iar mesajul transmis va ajunge la publicul nostru țintă.

Haideți să vedem care sunt etapele construirii unui brand personal.

Etapele construirii unui brand personal

Etapele construirii unui brand personal sunt identice cu cele ale construirii unui brand de companie. Diferența constă în faptul că, în cazul brandului de companie discutăm despre produse, servicii, pe când aici vizăm comportamentul unei persoane și imaginea reflectată în societate.

- O primă etapă a acestui proces este cea de *concepție*, când vă identificați punctele tari și pe cele slabe, vă identificați domeniul de interes și cele mai importante elemente / atu-uri cu care doriți să ieșiți pe piață.

- Următoarea etapă este cea de *construcție* prin care determinați și evaluați strategiile de poziționare pe piață și modul în care comunicați. De exemplu: prezența pe internet, blog personal, participarea la evenimente, scrierea de articole etc.

- Urmează o *etapă de consolidare*. De fapt, controlați mediul în care vă mișcați prin brandul vostru personal. Consolidarea înseamnă coerență. Coerență în acțiuni, în ținuta vestimentară, în limbaj, relații sociale.

- Contextualizarea este etapa „*ieșirii din cutie*”.
- Un brand personal se reinventează, este *etapa de consacrare*, de îmbogațire continuă (de exemplu, sportivii care devin antrenori).

Atenție!

Nu încercați să vă construiți imagini deformate, false.

Cu cât sunteți mai autentici cu atât veți avea mai mare succes.

Brandingul personal nu înseamnă crearea unei imagini false pentru lumea din exterior, ci descoperirea și maximizarea punctelor tari, a valorilor și pasiunilor existente în scopul atingerii obiectivelor propuse. Brandingul personal îți permite să definești și să comunici domeniul tău de expertiză, să îți construiești o imagine solidă și autentică în domeniu, astfel încât să ai succes în carieră.

Nu uitați!

Nimeni nu vă vinde imaginea voastră, dacă VOI nu o faceți.

Utilitatea brandului personal

În primul rând, ne lovim de brandul personal la obținerea unui job. De ce? Pentru că pune în același *ambalaj* pe voi – *persoane (absolvenți)* și poziția – *cariera* – într-un produs ce poate fi scos pe piață.

Un job este o tranzacție între două părți. Tu vinzi și angajatorul cumpără. Produsul ești tu. Ne place sau nu, avem toate caracteristicile unui produs, o sumă de caracteristici fizice, psihologice și sociale și ca orice produs avem un preț. Care este prețul? În funcție de modul în care ne apreciem valoarea și câtă încredere avem în noi, reușim să stabilim prețul corect.

De nenumărate ori ați auzit afirmația: **“Niciodată nu ai o a doua ocazie pentru a lăsa prima impresie favorabilă”**. Gândiți-vă la ea când vă prezentați la un interviu!

Pentru a avea succes formați-vă o gândire de învingător! Este o atitudine care se va regăsi și în brandul vostru.

În primul rând, învățați să **gândiți POZITIV**. Entuziasmul este o armă și este contagios. Se transmite oamenilor din jur. Face bine în networking, pentru că oamenii se strâng în mod natural în jurul celor care gândesc pozitiv.

Creierul gândește cum îl învățați voi, cum îl deprindeți să lucreze. Dacă îl lăsați să lenevească, lenevește. Dacă îl învățați să viseze fără rost, își pierde timpul. Cum gândiți, așa acționați. Gândiți hotărât, acționați la fel de hotărât și astfel veți avea succes în ceea ce faceți.

Gândiți-vă mereu la viitor!

„Noi învingătorii, privim mereu către viitor, gândim în termeni de viitor, căci am studiat trecutul și am extras din el toate învățămintele necesare”.

Un singur tip de trăiri trecute merită

a fi memorate și rememorate – victoriile. Ele sunt sugestii pozitive care vă sporesc încrederea în forțele proprii (dacă ați putut atunci, veți putea din nou), vă întăresc imaginea de sine pozitivă, vă mobilizează să obțineți noi victorii, pentru a trăi din nou plăcerea învingătorului. Este extrem de important să înțelegeți eșecul ca pe o experiență pozitivă. Nereușita capătă o valoare negativă doar în momentul în care vă face să vă opriți. Continuați și veți reuși cu certitudine să ajungeți acolo unde v-ați propus.

Nu uitați!

Brandul personal este o percepție în mintea altora despre voi, percepție formată pe baza interacțiunilor lor cu voi. Astfel oamenii observă în mod permanent cine sunteți, ce faceți, ce acționați. Să aveți un brand personal nu este totul, el crește și slăbește în funcție de impactul acțiunilor voastre asupra celor cu care interacționați.

4.2. Branding personal și interviul de angajare

Brandul personal se referă la modul în care o persoană este percepută de către ceilalți. Clienții, potențialii clienți (sau consumatorii) sunt oamenii cărora încercați să “vă vindeți”. Clientul vostru (cel căruia încercați să îi vindeți ceea ce sunteți voi) ar putea fi cel care vă intervieveză pentru un job. Dacă îi vindeți o imagine deformată despre voi, pentru a da bine la interviu, acest lucru va fi în dezavantajul vostru la un moment dat. Oricât de buni actori ați fi, mai devreme sau mai târziu, veți fi descoperiți.

Atenție, deci, la imaginea pe care doriți ca ceilalți să o aibă despre voi, pentru că orice persoană cu care intrați în contact își face o imagine despre voi, fie că vă



place sau nu, fie că este completă sau nu, corectă sau mai puțin, în funcție de modul în care ați știut să vă vindeți.

Unul dintre factorii care intră în componența brandului personal, pe lângă comportament și atitudine, este competența, mai ales cea profesională. Care sunt competențele voastre? Aveți vreo competență cheie? Pentru ce anume vreți să fiți recunoscuți?

Brandingul personal nu se referă la construirea unei imagini pentru lumea exterioară; se referă la conștientizarea propriilor calități, capacități și folosirea lor pentru a vă diferenția de ceilalți și a vă lua deciziile legate de carieră.

Brandingul personal înseamnă să vă construiți o reputație solidă și autentică în domeniul vostru de lucru, astfel încât să aveți un succes mai mare în carieră.

Haideți să vedem cum vă puteți vinde imaginea cât mai bine și care sunt elementele asupra cărora puteți să mai lucrați!

4.2.1. Prima impresie (aspect, conduită, primele cuvinte)

a) **Aspectul.** Când vorbim despre aspect, ne referim la aspectul exterior, la ținuta pe care o aveți pentru mediul social în care se face prezentarea. Este recomandat să evitați o ținută prea formală sau neglijentă. Aspectul îngrijit și plăcut este un factor important, mergând până la detalii precum înmânarea unei cărți de vizită neșifonate. Impactul vizibil cuprinde mai multe elemente: îmbrăcămintea, postura, expresia. De toate acestea trebuie să vă ocupați cu cea mai mare atenție, astfel există riscul de a pierde oportunități din cauza unor detalii. Nici pieptănătura nu trebuie subevaluată. De exemplu, pentru femei, părul buclat inspiră feminitate, părul drept duce cu gândul la rigoare și precizie.

Trebuie conștientizat faptul că înfățișarea pe care o aveți produce un puternic efect asupra respectului de sine, a încrederii, a relațiilor voastre. Puteți face un mic experiment: lucrați un pic la schimbarea aspectului, chiar și printr-o altă frizură, niște ochelari noi sau o altă culoare de păr și veți simți imediat efectele acestor schimbări asupra felului în care vă percep ceilalți.

Atunci când arătați bine și sunteți conștienți de acest lucru, rezultatul este buna dispoziție care vă dă mai multă încredere și autoritate. Iar acest lucru se va vedea în relație directă cu ceilalți (familie, prieteni, colegi).

Cercetări făcute în America de către profesorul Mehrabian, specialist în comunicare nonverbală, au demonstrat că înfățișarea reprezintă 55% din părerea pe care și-o face cineva despre voi. Dacă îndepliniți aceste condiții veți influența mai mult de jumătate din impresia totală pe care o faceți! Următoarele 38% se regăsesc în felul în care vă prezentați: limbajul trupului, contactul vizual, încrederea etc. A mai rămas doar 7% pentru ceea ce știți sau spuneți într-o situație!

Chiar și în cazul interviului de angajare, deși ne bazăm pe cele 93%, ele nu vor suplini niciodată lipsa cunoștințelor, a motivației, ignoranța, lipsa unor aptitudini, ci te vor ajuta doar în a stabili mai ușor un mod de comunicare.

b) **Conduita.** Atitudinea și comportamentul prin mesajul non-verbal pe care îl poartă, poate crea sau distruge un contract. Să ne imaginăm că mergem la un interviu de angajare. Este indicat să se evite întârzierea, gesturile care trădează nervozitatea, fumatul sau mestecarea gumei.

Strângerea de mână trebuie să fie scurtă și precisă, nu moale și inertă. Nu vă apropiați prea mult de interviewer și nici nu căutați cu insistență contactul fizic (strângeri de mână, bătăi pe umăr).

c) **Primele cuvinte.** Include un salut scurt, prezentarea numelui și câteva cuvinte atent alese pentru a atrage atenția și a stimula interesul. Cea mai bună modalitate pentru a stimula interesul constă în numirea unui avantaj pe care angajatorul l-ar putea obține în urma unei eventuale colaborări.

4.2.2. Imaginea vestimentară

Îi judeci pe alții și ei te judecă la rândul lor, după îmbrăcămintea. Iată câteva întrebări la care este indicat să reflectați în fiecare dimineață, când vă alegeți îmbrăcămintea:

1. *La ce eveniment voi merge azi și care este imaginea pe care vreau să o arăt?*

În funcție de eveniment, veți avea un alt mesaj de transmis. Îmbrăcămintea trebuie adaptată acestui scop în primul rând. Asociați ținuta cu scopurile profesionale și personale, așa încât să constituie un avantaj pentru voi.

Numai de voi depinde să transmiteți ce doriți: vreți să fiți dominanți, vreți să fiți supuși, vreți să fiți comunicativi și dispuși la negociere sau vreți să arătați o imagine sofisticată etc.

Cu toate acestea, nu uitați: veți fi întotdeauna iertați dacă sunteți prea conservatori, dar nu și atunci când nu sunteți suficient de conservatori.

Așadar, dacă mergeți la un interviu de angajare, o ținută office vă poate salva în această situație. Încercați să aveți mereu în minte postul sau poziția pentru care optați și să vă adaptați ca stil vestimentar.

2. *Mi se potrivește îmbrăcămintea pe care am ales-o?*

Scopul trebuie să fie acela de a vă simți în hainele voastre ca fiind "în largul vostru" și acest lucru vă va da siguranță și încredere de sine. Desigur că trebuie să vă apreciați corect, atât pe voi, cât și evenimentul la care participați și să vă puneți în valoare calitățile.

3. *Am ales bine culorile hainelor mele?*

Culoarea vestimentației transmite informații despre voi și personalitatea voastră. De aceea este indicat să identificați culorile care vi se potrivesc cel mai bine și, de asemenea, să cunoașteți dacă ele sunt acceptate în mediul în care veți merge. Poate vă stă bine să purtați roșu și, dacă mergeți la o petrecere poate fi în regulă, dar pentru un interviu de angajare, poate fi o culoare nu tocmai apreciată. De asemenea, este recomandat să cunoașteți semnificația psihologică a câtorva culori care, folosite corect, pot influența și vă pot influența.

Și calitatea hainelor pe care le porți este importantă. Materialul trebuie selectat astfel încât să confere confort și eleganță.

4. *Cum îmi aleg accesoriile?*

Accesoriile vă completează ținuta, dar, totodată, transmit informații despre personalitatea voastră. Modul cum le asortați, poșeta pe care o purtați, pantofii, servieta, ceasul,

bijuteriile... Toate spun ceva despre voi și ele trebuie adaptate evenimentului la care mergeți. Spre exemplu, dacă veți merge într-un mediu conservator, ținuta și accesoriile vor fi adaptate acestui mediu.

4.2.3. Comunicarea nonverbală

Pe lângă ceea ce spuneți, gesturile pe care le faceți vă conturează imaginea. Limbajul trupului este o formă reală și puternică de comunicare. Din limbajul trupului, puteți să înțelegeți foarte multe lucruri, chiar și atunci când acea persoană nu vorbește deloc. Majoritatea oamenilor folosesc în mod inconștient această formă de comunicare. De aceea neconcordanța între ceea ce spune o persoană și comportamentul său arată, de obicei, o intenție de a induce în eroare.

Specialiștii în comunicarea umană sunt de părere că, în cea mai mare parte, aceasta se realizează nonverbal. Înseamnă că zâmbetul sau fermitatea unei străneri de mână atunci când spuneți "Încântat să vă cunosc" transmite mai mult decât cuvintele. Iată de ce este atât de important să cunoaștem câteva elemente ce țin de limbajul nonverbal.

Odată ce prima impresie este formată, aceasta trebuie confirmată și mesajele contradictorii trebuie eliminate. Dacă ați creat deja o impresie pozitivă, oamenii vor căuta alte elemente care să accentueze acea impresie prin tot ceea ce faceți sau spuneți. Dacă, totuși, ați creat o impresie negativă, va trebui să vă străduiți mult mai mult pentru a o infirma!

Țineți minte! Tot ceea ce faceți crează o impresie: expresia feței, privirea, contactul vizual (sau absența acestuia), gesturile, poziția corpului, tunsoarea, vestimentația.

Cercetările realizate în domeniul comunicării arată că oamenii care adoptă o postură cu coloana vertebrală dreaptă tind să fie mai dominanți, mai impunători decât cei care stau cocoșați sau cu umerii căzuți, iar cei care sunt obișnuiți să stea drepti au mai multă încredere în ei și sunt mai optimiști decât cei care stau gârboviți.

Apariția

Să presupunem că mergeți la un interviu de angajare. Afirmăm mai sus că tot ceea ce faceți sau spuneți contribuie la crearea primei impresii. Iar pentru voi, cei care mergeți la interviu, este vital să creați o impresie pozitivă. Din momentul în care intrați pe ușă, interviewerul începe „evaluarea”. Apariția voastră nu trebuie să fie spectaculoasă, gen Hollywood, ea trebuie să transmită încredere în capacitatea de a realiza ce v-ați propus. De aceea este foarte important să fiți convinși că vă aflați în locul potrivit și că aveți ceva valoros de oferit.

Dacă băgați mai întâi capul pe ușă și vă așteptați la o reacție negativă, nu faceți decât să pregătiți terenul pentru un eșec. Așadar, pășiți înăuntru cu încredere, fermitate, cu o abordare directă, ținută dreaptă și impresia de energie (chiar dacă în acele momente aveți emoții, este important ca ele să fie constructive și să nu vă copleșească).

Limbajul corpului

Mesajul transmis verbal este accentuat sau infirmat prin gesturi, postură, mimică. Iată câteva trucuri care vă ajută atât la angajare, cât și în orice situație de viață:

- Dacă vă adresați unei persoane sau unei mulțimi, mențineți contactul vizual;
- Expresia feței să fie plăcută și relaxată în majoritatea timpului;
- Schimbați-vă locul cu un scop anume; aceasta transmite încredere;
- Folosiți ambele mâini și gesticulați amplu. Palmele să fie orientate în sus, este un gest pozitiv.
- Zâmbiți;
- Evitați să încrucișați mâinile la piept, să le țineți în față sau la spate și, de asemenea, evitați gesturile care vă trădează nervozitatea;
- Evitați să gesticulați în exces;
- Când strângeți mâna, folosiți toată palma, stabilind, în același timp, un contact vizual; fără acesta, o strângere de mână este pe jumătate eficientă.

CAPITOLUL V

EXEMPLE ȘI EXPERIENȚE DE SUCCES ÎN DRUMUL SPRE O CARIERĂ

5.1. Universitatea POLITEHNICA din București (UPB)

5.1.1. Testimoniale absolvenți



Neagu George, absolvent al Facultății de Inginerie în Limbi Străine, filiera francofonă, în anul 2014

Dacă m-ar întreba cineva cum mai este tânărul în secolul XXI, i-aș spune simplu că tânărul român se potrivește perfect frazei: "Fugi, Forrest, fugi!"

Numele meu este George Neagu și sunt proaspăt absolvent al Facultății de Inginerie în Limbi Străine, filiera francofonă, din cadrul Universității Politehnica din București.

În septembrie am început și un master la Paris, la ENSAM, cu ajutorul unei burse a Guvernului Francez oferită de Ambasada Franței în România.

Cum am ajuns aici ? Simplu... cu avionul.

Cu un avion care a zburat 4 ani de zile și nu prea s-a oprit din zbor. Ca să fiu un pic mai clar o să vă spun pe scurt povestea mea: am urmat liceul economic la Ploiești, unde am avut șansa să iau parte la câteva proiecte de antreprenariat care m-au ajutat să îmi dezvolt abilitățile de comunicare, creativitatea și lucrul în echipă.

Am ajuns în Politehnica datorită unei propoziții spuse de profesoara de fizică de la liceu, și anume că «Politehnica te învață să gândești!». Cu aceeași propoziție am încheiat 4 ani de licență, la festivitatea de premiere a șefilor de promoție.

După un stagiu de o lună în Franța făcut la finalul anului I, am decis să fondez un ONG în comuna în care locuiesc și în care voluntariam deja de un an. ONG-ul, ce are ca principal obiectiv dezvoltarea comunității prin educație și cultură, m-a ajutat să dau o formă voluntariatului și să privesc totul dintr-o altă perspectivă. Cred că voluntariatul mi-a permis să ajung

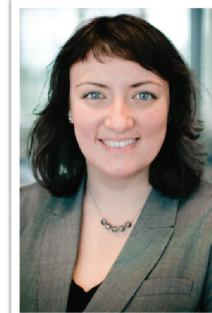
acolo unde nu am putut să ajung altfel: să mut oamenii din loc. M. Moore spunea ceva despre voluntariat: «Voluntariatul este cel mai bun exemplu de democrație. Votăm la alegeri, dar când te oferi voluntar, votezi în fiecare zi pentru comunitatea în care vrei să trăiești.»

Ca să fii voluntar, nu îți trebuie decât un singur lucru: voință. Sunt oameni care mă întrebă de ce mai fac voluntariat, deși experiențele nu au fost întotdeauna frumoase. Stiu că dacă nu schimbi nimic, nimic nu se schimbă. În acești aproape 4 ani de voluntariat, știu sigur că am schimbat pe cineva: pe mine. De aici e bine să pornești și tu.

În 4 ani am făcut de toate: am fost animator la târguri de universități, administrator de mediatecă, stagiar, profesor voluntar, redactor de ziar și până și zugrav. Nu voi enumera proiectele și activitățile pe care le-am desfășurat până acum pentru că nu ele contează. Ceea ce contează cu adevărat sunt oamenii pe care îi întâlnești și care îți adaugă și ție ceva din ei.

Pentru mine Politehnica a reprezentat un incubator de oameni. Vorbesc aici de oamenii aceia rari care te ascultă, văd în tine acel ceva și te motivează să îți duci ideile la capăt. Cele mai multe decizii le-am luat alături de oameni care îmi erau alături. Oamenii pe care îi întâlnești te schimbă așa cum și tu schimbi ceva din cel pe care îl întâlnești.

Îmi tot place să spun că toți creștem acolo unde trebuie. Cred că e de datoria noastră să creștem frumos și bine, nu neapărat pentru noi, ci mai ales din respect pentru cei pe care îi întâlnim zilnic. Cineva spunea că în umblarea noastră prin lume vom influența direct sau indirect viețile a cel puțin 10.000 oameni. Eu am ales să influențez pozitiv și, pentru lucrul acesta, muncesc zi de zi.



Ioana Bour, absolventă a Facultății de Științe Aplicate, secția de Matematică și Informatică Aplicată, în anul 2006

Când eram încă în facultate îmi puneam des întrebări cu privire la cât de utile și relevante sunt cursurile pe care trebuia să le urmez. Materii vechi, profesori deconectați de la mediul industrial, programe depășite (cel puțin așa credeam eu), abundență

de lucrări (ne)științifice, mulți colegi care își pierduseră interesul pe parcurs... În esență, cei patru ani de chin treceau greu.

La sfârșitul acestei perioade, însă, am avut șansa să fiu acceptată și să urmez un program de masterat în străinătate, cu bursă. Este un lucru pe care îl recomand tuturor, va fi o experiență pe cât de intensă, pe atât de frumoasă. Este și momentul când ne dăm seama, ca individ și ca națiune, unde ne situăm. Că nu suntem, de exemplu, cei mai cei dintre popoare. Că răsplata vine după multă muncă, iar munca cinstită este răsplătită cum se cuvine.

Dar totuși, să nu mă fi învățat nimic Politehnica? Din contra, conturarea mea pentru mediul profesional a început în băncile facultății. Este ceva de care ne dăm seama numai după ce pășim în industrie. Am pus laolaltă cinci astfel de „lecții”. În rândurile ce urmează fac referire la UPB, căci acolo am studiat, dar poate „lecțiile” se aplică și în cazul altor universități și domenii.

Deci..., ce am învățat de la facultate?

1. Politehnica te învață să nu-ți fie frică de noi probleme. De câte ori am primit la seminarii sau în examene exerciții pe care nu le știam rezolva? Dar care ne-au învățat însă a nu ne panica, pentru că toate își găsesc rezolvarea dacă alocăm destul timp de gândire și dacă încercăm soluții alternative. Al doilea - am învățat să nu ne fie rușine să primim sfaturi de la cei care au șansa să știe mai bine cum se rezolvă o anumită problemă.

2. În același context, te învață să fii creativ. Valoarea facultății nu stă neapărat în învățarea unor algoritmi pe de rost, ci în însușirea modului de gândire a celor care au inventat algoritmul respectiv. Asta, pentru că în realitate, găinile nu sunt corpuri sferice și în vid, așa că soluțiile nu pot fi prescrise. De asemenea, o problemă va avea mai multe soluții. Ține de creativitatea fiecăruia să o găsească pe cea potrivită pentru un anumit context.

3. Înveți să jonglezi cu termenele limită și să termini totul la timp. Ce e foarte diferit în UPB față de TU Delft, unde am studiat masterul, este numărul mare de materii din facultate.

Deși are dezavantajele sale (cum ar fi mult mai puțin lucru în proiect și în echipe), a avea multe cursuri are și o latură

pozitivă. Îmi aduc și acum aminte de săptămânile de dinainte de sesiune, când atât de multe proiecte trebuiau predate și atât de multe colocvii susținute. Am fost și implicată intensiv într-o organizație studentască (BEST, pour les connaisseurs), ceea ce doar a adăugat la nivelul general de stres din timpul presesiunii. Faptul că învățăm să ne gestionăm timpul în mod eficient aduce beneficii mari în mediul profesional.

4. Înveți să separi repede lucrurile esențiale de cele mai puțin esențiale. Pentru a face față multitudinii de materii și abundenței de conținut academic, am învățat să facem rezumate, scheme, sinteze, să găsim cât mai repede esențialul. Deodată ce știm principiile, ele constituie bază pentru motivații și decizii. Acesta este un „meștesug” dobândit prin exercițiu, pe care nu mulți îl posedă în mediul profesional.

5. Înveți să lucrezi în echipă. Da, știu, mulți ați ridicat sprânceana când ați citit asta. Cel mai mult am lucrat în echipă în Delft, e adevărat. Însă echipele în care am lucrat în România au ceva aparte. Au motivația să atingă un rezultat cât mai bun. Recomand tuturor o experiență de voluntariat, nivelul de angajament este mult superior atunci când echipa luptă pentru o cauză sau pentru un rezultat pe care îl înțeleg și și-l asumă. Mai departe, la job, îți dai seama cât de important este să insuflă motivație membrilor echipei tale, astfel ca efortul comun să fie unul eficient.

Faptul că în cele cinci „lecții” nu am pus nimic legat de conținutul programului academic, nu înseamnă că el nu se aplică. Este pe deplin regăsit în cercetare, atât în mediul academic, cât și în cel privat (de exemplu, în departamente de R&D), în producție - în funcție de diferitele industrii etc.

Ceea ce nu înveți însă în acești ani de facultate, este să rămâi optimist și concentrat pe ce vrei să obții în final. De exemplu, dacă vrei să devii un bun inginer la sfârșitul proverbiale zile, poate nu este neapărat o idee bună să te angajezi la un call center, în loc să cauți experiențe relevante pentru viitoarea ta carieră.

Și ca să vă spun și povestea mea, am absolvit Facultatea de Științe Aplicate, secția de Matematică și Informatică Aplicată din cadrul UPB în 2006, iar apoi am urmat un masterat în Management of Technology la TU Delft, în Olanda. În final am devenit consultant tehnic în UL în domeniul de plăți mobile NFC, job pe care îl practic de doi ani. Mi-ar fi fost foarte greu acum opt

ani să-mi ghicesc viitorul, dar acum, când mă uit în trecut, îmi dau seama că toate se potrivesc în mod firesc, ca niște trepte care urmează altora, într-o scară bine clădită. Am încredere că toate se vor potrivi și pentru voi, răbdare și optimism vă doresc! :)

*Mult succes!
Ioana Bour*

5.1.2. Testimonial angajator: Renault România

Istoria succesului Renault în România a început în 1999 când Renault a cumpărat pachetul majoritar de acțiuni al Dacia de la statul român. La acea vreme, ingredientele succesului nu erau neapărat evidente, plecându-se de la o uzină veche, o rețea de comercializare nedezvoltată și niște mașini care nu erau moderne.

15 ani mai târziu, România, cu cei 17.000 de angajați, este a doua țară a Grupului Renault în ceea ce privește efectivele și singura, cu excepția Franței, care posedă toate competențele unui constructor auto. A face parte din acest grup, înseamnă a beneficia de o diversitate de meserii existente în industria automobilului, de la design, concepție, fabricație și până la procesul de comercializare, inclusiv post-vânzare.

Povestea de succes a Renault România este departe de a se termina. Pentru fiecare dintre aceste activități, Renault România este interesată să atragă talente, cu un potențial relevant și un parcurs educațional, care să corespundă profilurilor posturilor. Principala oportunitate este aceea de a face parte dintr-un lanț auto vizibil pe harta mondială a constructorilor de profil în care se poate construi apoi o carieră pe termen lung.

Cei pasionați de lumea auto, care vor să își scrie propriul rând în această poveste, îndeplinesc criteriile de selecție de mai jos, și își doresc să facă parte din echipa Renault România pot aplica la adresa RecrutareRenaultRomania@renault.com.

Criterii de selecție:

- studii superioare tehnice (specializări din UPB: TCM, AR, Mecanică, Electronică, Automatică)
- o primă experiență (teoretică sau practică) în management de proiect și lucru în echipă

- cunoștințe specifice operare PC, softuri de proiectare (Catia), simulare numerică (Matlab, Simulink, Amesim), programare (VBA, C++), baze de date (Access, SPSS), MS Office (Excel)
- cunoștințe despre tehnica automobilului
- aptitudini de negociere și orientare către client
- cunoștințe avansate engleză/franceză

În ultimii 12 ani peste 1.250 de studenți și masteranzi au făcut primul pas în carieră prin intermediul programului nostru de stagii *Drive Your Future*.

Prin organizarea anuală a programului de stagii *Drive Your Future*, Renault România vine în întâmpinarea studenților și masteranzilor care vor să se familiarizeze cu activități specifice industriei auto. Ei pot astfel beneficia de experiența relevantă în domeniul ales, îndrumarea specialiștilor Renault România pe toată perioada stagiului, posibilitatea realizării lucrării de licență, dar și de ocazia de a participa la ateliere de inserție profesională (antrenament pentru căutarea unui loc de muncă).

Și în 2015 Renault România își deschide porțile pentru tinerele talente, acei tineri pasionați de industria auto și de activitatea pentru care se pregătesc, apți să învețe într-un ritm continuu și să lucreze în echipa, fluenti în cel puțin o limbă străină de circulație internațională. Pentru a accesa programul de stagii, studenții trebuie să consulte pe site-ul nostru catalogul de stagii și să își aleagă tema, în funcție de specializarea lor, și să ne transmită candidatura lor. Cei selectați sunt contactați pentru a participa la un interviu. Studenții care participă la acest program de stagiu beneficiază de sprijinul unui tutore, de bursă lunară, participă la vizite de uzină și la ateliere de orientare profesională.

5.2. Universitatea Româno-Americană (URA)

5.2.1. Testimoniale absolvenți

- **Laurențiu Croitoru, absolvent URA:** *Scurtă confesiune a studentului român*, Revista Performance nr. 21/06.2011

„În ceea ce mă privește există două tipuri de universități: Universitatea propriu-zisă, cu cărți, caiete, seminarii și

panseluțe și Universitatea realității. În timp ce cea de-a doua îți oferă o palmă lungă și te antrenează pe lungul drum ce te așteaptă în viață, prima nu face decât să te introducă într-o stare de visare urmată imediat de o senzație de durere acută când te lovești de înaltul zid al realității...

Semnat

Studentul român...

Cu 3 ani mai bătrân...

Cu 10 ani mai matur..."

- **Adrian Coman, student la Informatică Managerială**



„În spotlightul din acest număr poți descoperi ce înseamnă să-ți gestionezi timpul eficient, astfel încât să obții performanță în tot ce îți propui. Ca exemplu îl dăm pe Adrian Coman, student la Informatică Managerială, anul III, redactor Performance, coregraf și Microsoft Student Partner URA.

Student proactiv, Adrian a reușit să devină developerul cu cele mai multe aplicații publicate în Windows Store-ul din România și, în același timp, să conducă o școală de dans în centrul Bucureștiului. Aflându-se în ipostazele de instructor și de student, colegul nostru a reușit să își gestioneze timpul astfel încât să se poată bucura atât de carieră, cât și de pasiune.

Considerăm că este un model de urmat și îți recomandăm să afli mai multe despre el din paginile următoare.

Q: Câteva cuvinte despre tine.

A: Sunt student la Informatică Managerială, anul III și, bineînțeles, mă pregătesc de licență. În paralel sunt Microsoft Student Partner URA, scriu pentru Performance, și, în același timp, împreună cu mama mea, administrez studioul de dans "Lotus Dance" din zona Alba Iulia. În funcție de starea pe care o am o să mă găsiți fie dezvoltând aplicații pentru Windows 8 și Windows Phone 8, fie pur și simplu repetând coregrafia sau mișcări în sala de dans.

Q: Cum reușești să îmbini așa de bine două pasiuni atât de diferite - dansul și programarea?

Pe amândouă le-am descoperit prin clasa a III-a când părinții m-au dus atât la cursuri de dans, cât și la cele de informatică. Pot spune că fiecare în parte mă ajută să o fac pe cealaltă mai bine. Datorită informaticii am dobândit cunoștințele web necesare dezvoltării website-ului Lotus Dance, precum și gândirea analitică pe care o folosesc pentru a-mi administra studioul. Dansul îmi oferă relaxarea de care are nevoie oricine, iar entuziasmul cursanților îmi dă motivarea și energia necesară următoarelor zile. Cele două pasiuni sunt, într-un final, complementare, dar nu contează atât de mult ce faci atât timp cât lucrezi cu entuziasm și pui suflet. În cazul meu cred că dacă îmi lipsea "patosul" pentru informatică și, în speță, programare, probabil nu puteam să administrez corespunzător Lotus Dance.

Q: Apropo de "Lotus Dance". Spune-ne mai multe despre școala ta de dans.

A: Eram în clasa a XI-a când am decis împreună cu părinții să înființăm Lotus Dance. Prima locație a fost o mică sală de sport a unei școli generale. Ideea avea potențial pentru că piața era încă tânără, numărul doritorilor era în plină creștere și, cel mai important, nu o făceam pentru bani, ci din plăcere. La scurt timp ne-am deschis încă o sală la marginea Bucureștiului. La finalul clasei a XII-a am creat website-ul studioului și am început să îl promovez așa cum am știut eu mai bine. Totul a mers perfect, astfel încât în prezent Lotus Dance își desfășoară activitatea într-o sală centrală, spațioasă și dotată cu aer condiționat, grup sanitar, vestiare și oglinzi.

În timpul săptămânii organizăm cursuri de dans pentru copii de la ora 18:00 și pentru adulți de la ora 20:30. Oferim lecții pentru o multitudine de stiluri de dans, de exemplu tango argentinian, salsa, vals, cha-cha, quickstep, bachata, rumba și samba. Vinerea organizăm "Pick Your Dance Friday", un eveniment conceput pentru cei care vor să învețe un stil de dans nou. Intrarea este gratuită și toată lumea este binevenită atât timp cât își anunță participarea telefonic, prin email sau pe pagina noastră de Facebook. De exemplu, săptămâna viitoare vom organiza "Intro în Samba & Quickstep" pentru că au fost stiluri de dans foarte cerute în ultima perioadă. De asemenea, organizăm cursuri de dans pentru nunți, iar în curând vom avea

și ore de Aerodance în week-end-uri de la ora 12.

Q: Deci e o pasiune de familie.

A: Un mare DA! Mama a făcut dans, gimnastică și foarte mult sport când era copil, drept urmare dansul îmi curge prin vene de la ea. În partea opusă este tata, inginer foarte ambițios, de la care am învățat că totul este posibil și că orice problemă are cel puțin o soluție.

Suntem, oarecum, o familie atipică, iar eu i-am moștenit pe amândoi în egală măsură și împreună am reușit să punem pe picioare acest business. În principiu, punctul nostru forte este că ne completăm foarte bine unul pe celălalt. Cu siguranță acest drum ar fi fost mult mai greu de parcurs dacă nu ne aveam unul pe altul. Le mulțumesc și le sunt recunoscător amândorura, deoarece fără sprijinul și libertatea de a-mi face propriile alegere nu aș fi ajuns cine sunt astăzi.

În ceea ce privește Lotus Dance, mama este instructor ca și mine. Ea predă copiilor, eu adulților și împreună susținem cursurile pentru nunți. Mama se ocupă, de asemenea, de finanțele studioului și de organizarea spectacolelor, iar eu de promovarea online și offline, precum și de analiza tendințelor pieței.

Q: Ce ne poți spune despre pasiunea ta pentru tehnică?

A: La un moment dat, eram gata să renunț, dar prietena mea mi-a dat impulsul de care aveam nevoie ca să continui. Îi mulțumesc din suflet pentru acest lucru, deoarece am ajuns să fiu Microsoft Student Partner URA ceea ce înseamnă acces la anumite resurse și cursuri extra-curriculare. Tot în acest context am ajuns să predau unui grup de studenți de la IM tehnologiile Microsoft (C#, XAML). Fiecare dintre aceștia are în prezent cel puțin o aplicație publicată în Windows Store, iar în ceea ce mă privește, dacă nu mă înșel, am ajuns dezvoltatorul cu cele mai multe aplicații publicate în Store-ul din România, aproximativ 80.

Cât de curând voi lansa o platformă pentru Performance (sper că nu am stricat surpriza!), astfel încât cititorii să o poată lua cu ei pe tabletă sau smartphone și să o citească oricând și de oriunde. Un alt proiect se referă la promovarea României în care mă implic împreună cu alți studenții URA. În același timp lucrez la îmbunătățirea aplicației pe care am creat-o pentru Lotus Dance, aceasta fiind și tema proiectului meu de licență - o aplicație pentru administrarea unui studio de dans

disponibilă pentru o gamă variată de dispozitive mobile și sisteme de operare.

Q: Stai foarte bine la capitolul managementul timpului. Cum reușești printre atâtea activități profesionale să-ți faci timp liber?

A: După cum spuneam, dansul și informatica / programarea fac parte din viața mea încă din clasa a III-a. De atunci și până acum am avut suficient timp pentru a-mi crea disciplina necesară care să-mi permită să jonglez foarte bine cu timpul de care dispun. Personal, nu văd o diferență reală între mine și o altă persoană care petrece 8-9 ore pe zi la birou. Și eu dedic cam tot atât timp muncii, doar că îl distribui altfel între facultate (inclusiv activitatea de la Microsoft), sală și lucru de acasă. Desigur, sunt și zilele în care activitatea de la Lotus Dance mă poate ține în priză câte 14 ore legate, însă acest lucru se întâmplă de obicei în perioada nunților atunci când avem foarte mulți cursanți și cererea este foarte mare.

Q: Care sunt planurile tale de viitor?

Orele susținute la sală sunt o adevărată plăcere și nu aș renunța niciodată la ele, cu toate că în unele perioade ale anului administrarea sălii este destul de dificilă chiar și cu mama alături, task-urile devin din ce în ce mai greu de îndeplinit.

Cât despre programare, dacă se va ivi o ofertă foarte bună cu siguranță o voi accepta, dar mă voi ocupa pe cât de mult posibil și de Lotus Dance. Pentru moment lucrez ca freelancer pe bază de proiecte pentru diverse persoane și companii și mă axez pe asimilarea de cunoștințe. Eu mă consider în continuare începător în acest domeniu, dar, până la urmă, dacă faci ceva cu pasiune e imposibil să nu ajungi departe.

Q: În încheiere, ce ai vrea să le transmiți colegilor tăi din URA cu privire la dezvoltarea lor personală și profesională?

Cel mai important lucru este să faci ceea ce îți place! Studiile contează, însă eu nu am învățat să dezvolt aplicații doar prin cunoștințele dobândite în timpul cursurilor universitare. Cu siguranță, acestea au fost foarte importante și stau la baza a tot ceea ce știu, dar dacă vrei să reușești trebuie să studiezi și independent!

La noi în Universitate sunt foarte multe posibilități și profesori care doresc să te ajute să te dezvolți. Pentru cei de la Informatică Managerială există atât programul

Microsoft Student Partners unde deprinzi tehnologiile Microsoft (.Net, Sharepoint, Active Directory), cât și Clubul Studenților Informaticieni (CSI-URA) în care înveți dezvoltare web, baze de date și Java. De asemenea, există Centrul de Consiliere și Orientare în Carieră (CCOC) care îți oferă acces la numeroase traininguri și workshopuri, Departamentul de Limbi Străine care organizează cursuri pentru limbile engleză, italiană, germană, franceză și spaniolă, ș.a. Dacă vrei să te implici și să te dezvolti URA îți oferă această posibilitate prin departamentele, centrele și birourile cu activități dedicate exclusiv dezvoltării studenților.

În final, caută-ți un job la care să te simți bine. Nu te lăsa de la primul eșec, dar în același timp fii realist și când iei o decizie, fii sigur că o iei mereu la rece.”

Adrian Coman este student la Informatică Managerială, anul III, redactor Performance, coregraf și Microsoft Student Partner URA. Articolul *Inovații Microsoft în ritm de dans*, în Revista Performance nr. 31/ 02.2014 (http://performance.rau.ro/?page_id=1399)

5.2.2. Testimonial angajatori: Microsoft Corporation

The Romanian-American University together with its traditional partner, Microsoft Corporation, opened on the 30th of January 2008 the first Microsoft Innovation Center for business applications in Romania. The innovative applications center was designed to increase the students' competences in the field of business applications. Within the center, students could work alongside IT&C experts, to initiate new applications, to test programs on various architectures.

Worldwide, in January 2008 when there were 110 such centers, which operated in 60 countries, Romania had joined this elite network. On that occasion, the Cooperation Agreement between the Romanian-American University and Microsoft on the foundation of the first Microsoft Innovation Center in Romania was officially signed, a center that aimed to produce an increase the students' business application skills and work more closely with business related to the IT field.

Zoltan Somodi, the State Secretary for Informational Technology (at that time) said in the opening ceremony that: “The university climate is interested in linking

the academic capabilities and the practical, professional capabilities in order to be successful on the labor market. The Ministry of Communications hails the partnerships between the academic environment and the private one, and, in thus way, the future employers are directly getting involved in the students' practice activity. This will help young graduates to swiftly adjust to the existing requirements at European level.” (http://performance.rau.ro/?page_id=252)

5.3. Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia

5.3.1. Testimonial absolventă

Numele meu este **Denisa Adriana Cotîrlea** și sunt, în prezent, doctorandă în cadrul Universității “Babeș-Bolyai” din Cluj Napoca, domeniul Marketing. Am absolvit Universitatea “1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, unde am avut parte – atât pe parcursul studiilor de licență, cât și de master - de sprijinul și susținerea unor oameni deosebiți, fără de care nu aș fi cunoscut orizonturile larg deschise de implicarea în proiecte și activități extracurriculare.

Am constatat, de-a lungul timpului, că percepția asupra carierei diferă de la persoană la persoană; în ceea ce mă privește, cariera e un concept-umbrelă, care nu se rezumă strict la experiențele de muncă avute și pozițiile ocupate la un moment dat, ci cuprinde mult mai mult decât atât. Mă refer aici la interacțiunile avute cu persoanele din jur, la experiențele de lucru - care au contribuit la transformarea și dezvoltarea noastră -, la toate interconexiunile activităților desfășurate cu scopul de a obține... 3S: satisfacție, succes și siguranță. Satisfacție sufletească - întrucât acțiunile, lipsite de pasiunea celor ce le exercită, de mulțumirea, împăcarea și liniștea datorate modului în care fiecare și-a atins țelul, sunt nimic; succes – pentru că acesta vizează un amestec de trăiri, porniri și acțiuni potrivit “dozate” pentru a atinge echilibrul mintal, fizic și spiritual, ce-ți asigură o stare de bine și fericire. Siguranță – întrucât rezultatele activităților desfășurate, care te dezvoltă personal și profesional prin învățare, care-ți “modelează” comportamentul și “ajustează” atitudinile, trebuie să-ți ofere siguranță și stăpânire de sine, autocontrol, încredere în propriile forțe și în resursele interioare, în capacitatea pe care

o deții și în potențialul – poate - încă insuficient exploatat.

În ceea ce mă privește, **parcursul tinerilor în carieră** poate fi puternic influențat de activitățile desfășurate încă de pe băncile liceului. Implicarea în acțiuni de voluntariat, participarea în diferite proiecte naționale sau internaționale, dorința vădită de a descoperi mai mult, pasiunea nutrită pentru o anumită materie, participarea la olimpiade – toate acestea se pot transforma în primii pași ai unei cariere de succes.

Pe parcursul studiilor universitare, întrucât mi-am dorit, inițial, să îmi îmbogățesc CV-ul pentru a impresiona un eventual angajator, am decis să mă implic în activitățile care ar fi putut aduce plus-valoare dezvoltării mele. Astfel, am descoperit **sesiunile de comunicări, conferințele și simpoziioanele naționale – iar, mai apoi, internaționale** -, la care am întâlnit tineri minunați, cu pasiuni comune, care împărtășeau setea de cunoaștere, dorința de afirmare și plăcerea de a interacționa. Am participat la mai mult de 20 de astfel de manifestări științifice, în mai mult de 50% din cazuri întorcându-mă acasă cu câte un premiu. Implicarea în astfel de activități mi-a adus încredere în propriile forțe, mi-a îmbunătățit gândirea critică și spiritul obiectiv, abilitățile de comunicare, de inter-relaționare și redactare și tehnoredactare și, în același timp, am câștigat cunoștințe variate și prieteni minunați, cu care încă păstrez legătura. **Concursurile naționale și internaționale** la care am participat (desfășurate pe echipe), **școlile de vară și proiectele** în care am fost implicată mi-au lărgit orizonturile, m-au ajutat să îmi formez o viziune asupra a ceea ce-mi doresc să devin.

În perioada **stagiilor de practică** efectuate de-a lungul studiilor universitare, am realizat că acestea pun bazele unui sistem eficient de corelare a calificărilor și competențelor noastre cu cerințele specifice de pe piața muncii. Un stagiu de practică relevant – așa cum îl percep personal - reprezintă îmbinarea mai multor factori care să ducă, în final, la dobândirea unor abilități și competențe nu numai de specialitate, ci și sociale – precum leadership-ul, considerat element-cheie în dezvoltarea oricărei persoane sau organizații.

Punerea noastră în contact cu mediul economic și de afaceri nu face altceva decât să ne testeze posibilitățile personale de adaptare, să ne încurajeze să facem față unei noi provocări; ne oferă posibilitatea completării cunoștințelor teoretice cu

deprinderi practice specifice domeniului în care studiem și suntem, astfel, ajutați să înțelegem mai bine așteptările și cerințele mediului de afaceri și modul în care putem utiliza experiența academică în practică.

Activitățile de voluntariat în care m-am implicat de-a lungul timpului, efectuate atât în cadrul universității, cât și în diferite ONG-uri din județ, m-au ajutat să înțeleg de ce – și cum - “[...] când dai, la început dai din ceea ce ai, apoi, la un moment dat, dat din ceea ce ești” (Pr. Arsenie Boca). Am descoperit educația nonformală și impactul pe care aceasta îl poate avea asupra tinerilor, astfel că am scris și implementat, până în prezent, trei proiecte destinate dezvoltării și evoluției tinerilor. Alături de membrii echipelor de implementare, mi-am dezvoltat abilitățile de management de proiect, management financiar, comunicare, PR și altele.

Consider că experiența dobândită de-a lungul timpului datorită activităților voluntare desfășurate înspre dezvoltarea mea și a celorlalți a atârnat în balanță în momentul în care am trecut de interviurile primului job. Sunt absolut sigură că implicarea în acțiuni de voluntariat este de mare folos tinerilor și facilitează, într-o oarecare măsură, trecerea de la școală la piața muncii.

Integrarea mea în câmpul muncii nu a avut un traseu anevoios – ci, din contră, am obținut un job ca specialist în marketing la o companie de renume internațional după doar două întâlniri cu reprezentanții acesteia. Pe parcursul activității desfășurate în cadrul companiei, consider că abilitățile și competențele dobândite în cadrul stagiilor de practică și acțiunilor de voluntariat în care m-am implicat mi-au fost de mare folos, contribuind semnificativ la îndeplinirea sarcinilor primite în timp util.

Cu toate acestea, după 7 luni, am decis să continui seria proiectelor dedicate tinerilor. A luat astfel ființă Asociația C.R.E.D.E. – Centrul de Resurse pentru Educație, Dezvoltare și Excelență, în cadrul căreia încurajăm constant - și apreciem, totodată - autenticitatea celor cu care interacționăm, pasiunea demonstrată, ochii ce-oglinesc un suflet cald, originalitatea și simplitatea omului; iubim zâmbetele sincere și soarele din privirea tânărului care-și dorește să cunoască, să acumuleze, să crească - și încercăm să facilităm un cadru alternativ de dezvoltare, în care toate cele enumerate mai sus să fie

vizibile pentru toți cei implicați în procesul învățării nonformale. Practic, prin acțiunile întreprinse, vizăm îmbunătățirea calității vieții copiilor, tinerilor și adulților, prin susținerea permanentă a dezvoltării personale și profesionale a acestora, respectiv prin susținerea dezvoltării durabile a comunității.

Țin să mulțumesc, pe această cale, tuturor celor care au crezut în mine, m-au sprijinit și m-au încurajat de-a lungul timpului. Conștientizez acum că trebuie doar să dăm dovadă de seriozitate, orientare către învățare și perfecționare, deschidere și spirit competitiv, iar rezultatele nu vor înceta să apară!

5.3.2. Testimonial angajator: AMBIENT S.A. ALBA IULIA

Despre Ambient

Istoria Ambient a început pe 3 februarie 1993, la inițiativa lui Ioan Ciolan, sibianul care și-a propus să lanseze pe piață o companie cu 100% capital românesc și care să devină principalul aliat al constructorilor și familiilor care doreau să construiască sau să își renoveze locuința. A fost rețeaua de bricolaj autohtonă care a lansat primul DIY din România în aprilie 2002, urmând ca business-ul să se dezvolte către zona de vânzare asistată și consiliere a clienților pe proiectele pe care le desfășoară prin Programul AMBIENT TOTAL. În prezent, Ambient dispune de o echipă de peste 2.000 angajați și o rețea de 15 centre comerciale și 16 depozite și platforme logistice.

Opinia angajatorului

Obiectivul politicilor de resurse umane Ambient este de a atrage, integra, dezvolta și motiva fiecare angajat al companiei conform valorilor Ambient. „Dorim să creăm și să menținem un spirit puternic de echipă, dar și un standard înalt de performanță astfel încât angajații companiei să fie mândri de apartenența lor la echipa Ambient. Valorile companiei sunt și valorile angajaților Ambient: **ambitie, perseverență, încredere, respect, credință, modestie**”, explică Ovidiu Șeulean, manager Centru Comercial Ambient Alba-Iulia.

În decursul existenței Companiei Ambient SA, am colaborat cu universități din întreaga țară, oferind stagii de practică studenților și viitorilor absolvenți. Perioada dedicată

practicii, în general, oferă un dublu avantaj: pe de o parte, instituțiile de învățământ, coordonatorii de practică și însuși studenții înțeleg mai bine așteptările și cerințele mediului de afaceri și modul în care pot utiliza experiența academică în practică, iar pe de altă parte, angajatorii pot influența pregătirea studenților și viitorilor angajați prin experiența de muncă oferită pe parcursul stagiilor.

Este binecunoscut faptul că - de foarte multe ori - există discrepanțe majore între cunoștințele și aptitudinile acumulate de către absolvenții universităților și cerințele solicitate de către companii. Un stagiul de practică vine în întâmpinarea nevoilor angajatorilor și studenților, oferind celor din urmă posibilitatea de a interacționa cu profesioniști în domeniu, de a lucra în cadrul unei echipe competitive și de a cunoaște dinamica reală a mediului organizațional. Mai mult, aceștia au oportunitatea de a se afirma și de a obține toate instrumentele necesare pentru a face față provocărilor după momentul absolvirii.

Integrarea studenților pentru perioade determinate în cadrul companiei noastre reprezintă, de cele mai multe ori, punctul de plecare pentru absolventul care decide să aplice pentru un loc de muncă. Ca și companie, oferim studentului posibilitatea completării cunoștințelor teoretice cu deprinderi practice specifice domeniului în care studiază și, totodată, posibilitatea de a-și pregăti Lucrarea de Licență sau Disertație, după caz, prin rezolvarea unei teme din cadrul companiei.

Până în prezent, am avut parte de studenți bine pregătiți, care au dovedit ambiție și seriozitate și care și-au adus aportul la succesele înregistrate de echipele noastre. Trebuie luat în calcul, totodată, faptul că statisticile arată că multe companii fac oferte de muncă în primul rând aceluia care, în perioada studenției, au fost interni / practicanți în organizațiile respective. Nici Ambient S.A. nu se dezice de la „regulă”, în prezent compania având drept salariați studenți care, odinioară, au trecut pragul drept stagiați. Considerăm, așadar, că raporturile de colaborare cu universitățile sunt benefice ambelor părți, toți cei implicați în acest proces având de câștigat.

(**Ovidiu Șeulean**, Manager Centru Comercial Ambient, Alba Iulia)

5.4. Universitatea din Craiova

5.4.1. Testimonial absolventă

Roxana S., Facultatea de Litere - Comunicare și Relații Publice

Pentru mine, terminarea liceului a însemnat trecerea de la cea mai frumoasă perioadă a adolescenței la o nouă etapă a vieții mele, unde am început să fiu stăpână pe propriile decizii și să îmi asum în totalitate consecințele faptelor mele.

Primul pas spre maturitate a început odată cu alegerea facultății pe care doream să o urmez. Nu a fost o alegere ușoară, deoarece am fost foarte indecisă în ceea ce privește domeniul în care doresc să mă specializez, iar paleta largă de specializări pe care o cuprinde Universitatea din Craiova nu mi-a ușurat deloc alegerea...

În momentul în care m-am hotărât ce facultate să urmez, primordial a contat să cuprindă domenii care mă pasionau, cum este cazul comunicării, studii ce țin de cultură, sociologie și new-media. "Comunicare și Relații Publice" este o specializare relativ nouă, cu deschidere largă pe piața muncii, iar datorită materiilor care s-au îmbinat armonios cu stagiile de practică oferite de către facultate, m-au ajutat să acumulez acea „experiență” cerută de angajatori. În mod cert cei trei ani de facultate nu au însemnat doar acumulare brută de informații, ci și dezvoltare personală. Am ales să mă implic încă din primul an de facultate în activități de voluntariat, ceea ce m-a ajutat foarte mult să mă dezvolt, să fiu mai deschisă, să lucrez în echipă, să învăț să îmi spun părerea, să accept părerile altora, chiar dacă sunt foarte diferite de ale mele.

Am activat în cadrul Asociației Studenților Facultății de Litere, unde alături de colegii din asociație am organizat numeroase proiecte destinate studenților cu caracter: social, cultural, educațional, iar prin funcția dobândită am apărut interesele colegilor mei studenți, atât la nivel de facultate, cât și la nivel de universitate. Am sprijinit inițiativele studenților și am încurajat promovarea talentelor, oferind platforma necesară dezvoltării prin punerea la dispoziție a diferitelor căi de promovare, anunțându-i de concursuri, proiecte, sau baluri studențești.

Am profitat la maxim de toate oportunitățile ivite în interiorul

asociației și am participat la toate training-urile oferite gratuit de Universitate prin intermediul Centrului de Consiliere și Orientare Profesională. Toate aceste activități extracurriculare nu au făcut decât să întregescă un tablou complet al imaginii voinței mele de a avea toate calitățile necesare pentru o viitoare carieră de succes.

Vorbesc în calitate de student voluntar, proaspăt absolventă a Facultății de Litere, specializarea Comunicare și Relații Publice și recent angajata unei firme private. La linia de finish a celor 3 ani de facultate nu pot decât să fiu mândră de reușitele mele și să îmi iau un avânt și mai puternic pentru a trece peste obstacolele ce vor apărea de acum înainte.

Studiile mele nu se vor opri aici, dorindu-mi foarte mult să urmez și masterul în cadrul aceleiași facultăți. Privesc cu încredere spre viitor, și asta doar pentru că am învățat lecții prețioase din experiența anilor de voluntariat, de la corpul didactic și de la persoanele înțelepte care m-au înconjurat mereu și cărora le-am cerut mai mereu sfaturi. Mi-ar plăcea ca din experiența mea de viață, să aibă ce învăța cei mai mici care abia acum ies de pe băncile liceelor. Facultatea înseamnă o nouă etapă pentru ei, de care trebuie să profite pentru ca în final să se bucure de roadele muncii lor.

Cea mai plăcută modalitate de a face față cu brio acestei provocări este să îmbine utilul cu plăcutul, învățatul cu activitățile specifice vârstei. Mai mult ca sigur anii de facultate vor fi regretați de către toți studenții, deoarece reprezintă o comoară în cutărul amintirilor dragi încărcate cu emoție.

5.4.2. Testimonial angajator: RELOC S.A.

În contextul generat de ritmul accelerat provocat de schimbările din jurul nostru, suntem deschiși la noi experiențe și la ideile venite de la colaboratorii noștri, suntem interesați pentru identificarea și dezvoltarea valorilor și investim timp și efort pentru susținerea unui mediu organizațional de învățare și dezvoltare continuă care concurează nemijlocit la atingerea acestor ținte ambițioase.

Strategia de dezvoltare organizațională permite dezvoltarea continuă de noi competențe pentru locurile de muncă, prin desfășurarea unei selecții adecvate a persoanelor, în funcție de nevoile apărute în urma efectuării analizei

muncii a principalelor caracteristici ale activității și a abilităților personale. Întreaga activitate se desfășoară într-o echipă unde responsabilitatea unei persoane în asigurarea calității și trasabilității proiectelor înseamnă totodată și responsabilitatea întregii echipe.

Resimțim nevoia identificării unor “parteneri” de dezvoltare și schimbare, în vederea susținerii obiectivelor strategice. Cu impact direct asupra recrutării și selecției de personal și asupra parcursului individual, firma noastră este preocupată de instruirea, dezvoltarea competențelor adecvate prin atragerea, identificarea, selecția și dezvoltarea talentelor / persoanelor tinere cu potențial înalt de dezvoltare, facilitând accesul la mijloacele de retenție ale acestora în societate.

Compania este în permanentă colaborare cu Universitatea din Craiova, participând activ la proiectele în care este implicată, este constant preocupată de asigurarea, menținerea și îmbunătățirea continuă a performanțelor sistemului de învățare, incluzând învățarea ne-formală și informală la locul de muncă și oferirea constantă a sprijinului pentru studenți și masteranzi, în vederea formării profesionale a acestora și oferirii unui punct de început în carieră, facilitând astfel accesul pe piața muncii și integrarea generațiilor viitoare.

Societatea contribuie la dezvoltarea comunității, organizând stagii de practică, lucrări de laborator, vizite oficiale la nivel de fabrică pentru elevi, studenți și masteranzi, totul conform curriculei de învățământ și proiectelor desfășurate la nivel liceal și universitar. Scopul stagiilor practice este de a oferi tinerilor cu rezultate excepționale, în baza unei selecții, posibilitatea angajării pe viitor în cadrul companiei.

Oferim sprijin tehnic în vederea alegerii temei de proiect pentru studenții interesați în redactarea lucrărilor de diplomă și pentru masteranzii în anii terminali de studiu interesați în redactarea lucrărilor de licență și de disertație, demers totodată cu finalitate practică, prin posibila implementare în cadrul companiei a temelor prestabilite, reușind astfel ca succesul să fie garantat ambelor părți colaboratoare.

Compania dorește implicarea activă a celor interesați să își dezvolte aptitudinile și să realizeze o carieră în domeniul nostru de activitate. Având oportunitatea de a pune în practică cunoștințele teoretice dobândite, precum și familiarizarea cu mediul profesional, tinerii merituoși care provin din

facultățile colaboratoare și care au desfășurat stagiul de pregătire practică în incinta societății noastre vor beneficia de burse de studiu.

În baza întocmirii rapoartelor generale de stagii de practică și burse de studiu pentru învățământul universitar, realizate în urma discuțiilor purtate între membrii celor două părți implicate, mediul academic – societate, a cerințelor generale formulate în baza specializărilor expuse de către membrii companiei, s-au emis inițiativele de colaborare prin elaborarea acordurilor încheiate între cele două părți partenere. În baza Convenției Cadru de Colaborare și Cercetare între Universitatea din Craiova și compania noastră privind efectuarea stagiului de practică în cadrul programelor de studii universitare de Licență și Masterat. Astfel se urmărește identificarea și atragerea celor mai buni absolvenți atât din cadrul învățământului liceal, cât și universitar, iar angajații companiei au oportunitatea de a participa în mod activ la adaptarea curriculei de învățământ la nevoile pieței forței de muncă cerută de agentul economic.

5.5. Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară (USAMV)

5.5.1. Testimonial absolventă

Oana Venat, studentă anul III, Horticultură

Am terminat prima facultate în anii '90; am lucrat în presă, televiziune și advertising, construind, cu fiecare job avut, societatea de astăzi. Și nu spun că sunt mândră de ceea ce am făcut! Pe măsură ce acumulam informație, conștientizăm și derapajul uriaș în care societatea intră: nu poți să pretinzi nimic de la conștiință, dacă nu ai educația corectă și nici nimic de la trup, dacă nu ai alimentația corectă. Astfel, am decis să îmi modific viziunea asupra vieții mele de până atunci, să învăț să îmi cultiv corect hrana, să îi hrănesc pe cei din jurul meu, să mă întorc la lucrul fundamental bun pe care ființa umană trebuie să îl facă: să respecte pământul, natura și roadele pe care acesta i le dă drept răsplată a muncii.

Am decis să urmez ca a doua specializare Facultatea de Horticultură, sperând să învăț din tainele meseriei de horticultor, să fur această meserie de la cei cu experiență din jurul meu și să îmi formeze mecanismele necesare de studiu și

căutare pentru a putea fi un bun inginer horticol. Și am reușit exact ceea ce mi-am propus și consider că drumul studiului nu se încheie aici! Pot spune acum că studiul științelor horticole, de la știința solului, la științele agrochimice, de la fiziologia plantelor la fitopatologie, de la agrometeorologie la biochimie, sunt un carusel plin de cunoaștere, culoare și provocări, al cărui sens greu îl descoperi în primii doi ani de școală. Dar și când se relevă, undeva pe la mijlocul studiilor, în anul 3, când piesele pornesc să se lege, când începi să înțelegi și să asumi cu propria ta cunoaștere profundă disciplinele de specialitate, rolul unei plantări de toamnă, riscul unei fertilizări nesăbuite, banala întreținere la castraveți sau solul prea acid la tomate, ei bine, începi să te bucuri timid că anii nu au trecut în van peste tine și că cea mai veche meserie de pe pământ – aceea de horticultor – cultivator - a ajuns să își deschidă tainele și pentru tine.

Iar eu, alegând horticultura, am înțeles ce înseamnă hrana omului, mai departe de tabele statistice și grafice care arată diagrama foametei în Africa. Acum știu cât de grea este această meserie, cât de important este să fie făcută științific, cât de periculoasă este hrana produsă de cineva care nu cunoaște această meserie și nu are conștiință și cât de mult se bazează medicina și viața modernă pe munca noastră, a horticultorilor: suntem avantgarda sănătății omului. Iar adevărul acesta ar trebui să fie repus în drepturile sale depline, respectând dascălul, profesia de inginer horticol, munca, omul și pământul, așa cum înaintași ai noștri, pe care îi cităm în sesiuni științifice și încercăm să le aducem la lumină operele, au făcut-o secole în urmă.

5.5.2. Testimonial angajator: A&A Medical Vet

În contextul dinamicii domeniului veterinar, competitivitatea angajatorului este de multe ori limitată de persoanele angajate și valoarea adusă de acestea în clinică.

Comaniile de azi vor să angajeze, să educe, să păstreze și să promoveze indivizii care au atitudine pozitivă și sunt dispuși să învețe, setând împreună un plan de carieră.

După acest principiu ne-am ghidat și noi, A&A Medical Vet, în decursul celor 15 ani. Având 2 clinici și 20 de angajați permanent, noi am investit constant în factorul uman prin

susținerea acestora de a participa la work-shopuri, seminarii, congrese naționale și internaționale, cât și prin crearea unui mediu propice de lucru în cabinet, punându-le la dispoziție aparatura modernă pentru diagnosticare. Medicii de la noi sunt bine pregătiți și au capacitatea de a transmite secretele meseriei tinerilor absolvenți sau studenți, atât de necesare în munca de zi cu zi.

Prin colaborarea cu USAMV, A&A Medical Vet dorește să fie pentru studenții pacticanți, o punte între mediul academic și piața muncii. Dorim, ca împreună, să contribuim la formarea unei generații noi de profesioniști în carieră, asigurându-ne că aceștia dobândesc prin timpul petrecut în clinicile noastre abilitățile care să aducă acea valoare menționată mai sus prin: responsabilizarea studenților, aplicarea cunoștiițelor învățate în facultate, dobândirea unei experiențe minime atât de cerută de diverși angajatori, dezvoltarea abilităților de comunicare și lucrul în echipă.

Considerăm că cei care vor să dobândească statutul de "medic bun" trebuie să fie dedicați profesiei pe care au ales-o și răbdători, deoarece numai prin dăruire și foarte multă muncă își pot construi o carieră de succes.

Echipa A&A Medical Vet.

CAPITOLUL VI

TRATAMENT NEDISCRIMINATORIU ȘI ACCES EGAL ÎN EDUCAȚIE ȘI PE PIAȚA MUNCII

6.1. Concept și abordări

Pentru societatea contemporană, egalitatea de gen reprezintă atât o temă fundamentală a drepturilor omului, cât și un motor puternic de dezvoltare economică și socială.

Dacă principiile fundamentale ale dreptului omului sunt clare, nedisputabile și consacrate prin adoptarea Cartei Universale a Drepturilor Omului, factorii economici și sociali ai acestei ecuații au fost reliefați de studii mai recente.

Importanța strategică a temei este ilustrată și prin numărul de măsuri legislative adoptate la nivel european, între 1979 și 2010. Egalitatea de gen a fost o preocupare constantă, mereu actualizată, îmbunătățită și extinsă, pentru a ține pasul cu stadiul de dezvoltare al societății.

De-a lungul acestor trei decenii, continentul european a cunoscut transformări radicale: o comunitate economică cu 9 membri a devenit Uniunea Europeană cu 28 de state membre. Dar poate mai importante decât dimensiunile geografice și demografice ale acestei evoluții, sunt dimensiunile economice și sociale. În fapt, ceea ce a început în 1951 cu o deschidere a pieței cărbunelui și oțelului între șase țări europene, a devenit astăzi un spațiu de mișcare liber pentru persoane, bunuri și servicii.

Evoluția economică – mai ales în contextul tehnologic și științific actual - este imposibil de imaginat într-o societate care discriminează și/sau marginalizează jumătate din populația activă, în care competitivitatea este blocată, iar o economie blocată generează tensiuni sociale.

Din această perspectivă, fiecare dintre aceste măsuri la nivel european reprezintă un pas către normalitate și coeziune socială, o consolidare a societății moderne, fundamentând și garantând societatea de mâine a Uniunii. Probabil că cea mai concisă și elocventă explicație a acestor mecanisme sociale se regăsește în punctul 2.1 din Raportul CE "Egalitatea între bărbați și femei 2009"

Dimensiunea problematicii în România

Odată cu Revoluția din decembrie 1989 care a înlăturat socialismul, au apărut principiile democratice și s-a readus în contextul actual problematica drepturilor omului și a egalității de șanse. Începând cu sfârșitul anilor 90, subiectul egalității de gen, cu suportul său civic, academic, legislativ și instituțional, se impune ca temă de analiză în dezbaterile teoretice și politice din România. Astăzi, România beneficiază de politicile europene ca linii directoare la nivel național și implică tot mai mult societatea civilă în proiecte de combatere a discriminării și accesului egal.

Cadrul legislativ

În România, legislația națională a fost armonizată cu cadrul legislativ european prin legea 202/2002, republicată. Unul din meritele principale ale acestei legi este că introduce și definește clar terminologia utilizată în materie:

- **egalitatea de șanse și de tratament între femei și bărbați** - luarea în considerare a capacităților, nevoilor și aspirațiilor diferite ale persoanelor de sex masculin și, respectiv, feminin și tratamentul egal al acestora;
- **discriminarea directă** - situația în care o persoană este tratată mai puțin favorabil, pe criterii de sex, decât este, a fost sau ar fi tratată altă persoană într-o situație comparabilă;
- **discriminarea indirectă** - situația în care o dispoziție, un criteriu sau o practică, aparent neutră, ar dezavantaja în special persoanele de un anumit sex în raport cu persoanele de alt sex, cu excepția cazului în care această dispoziție, acest criteriu sau această practică este justificată obiectiv de un scop legitim, iar mijloacele de atingere a acestui scop sunt corespunzătoare și necesare;
- **hărțuirea** - situația în care se manifestă un comportament nedorit, legat de sexul persoanei, având ca obiect sau ca efect lezarea demnității persoanei în cauză și crearea unui mediu de intimidare, ostil, degradant, umilitor sau jignitor;
- **hărțuirea sexuală** - situația în care se manifestă un comportament nedorit cu conotație sexuală, exprimat fizic, verbal sau nonverbal, având ca obiect sau ca efect lezarea demnității unei persoane și, în special, crearea unui mediu

de intimidare, ostil, degradant, umilitor sau jignitor;

- **acțiuni pozitive** - acele acțiuni speciale care sunt întreprinse temporar pentru a accelera realizarea în fapt a egalității de șanse între femei și bărbați și care nu sunt considerate acțiuni de discriminare;

- **muncă de valoare egală** - activitatea remunerată care, în urma comparării, pe baza acelorași indicatori și a acelorași unități de măsură, cu o altă activitate, reflectă folosirea unor cunoștințe și deprinderi profesionale similare sau egale și depunerea unei cantități egale ori similare de efort intelectual și/sau fizic;

- **discriminarea bazată pe criteriul de sex** - discriminarea directă și discriminarea indirectă, hărțuirea și hărțuirea sexuală a unei persoane de către o altă persoană la locul de muncă sau în alt loc în care aceasta își desfășoară activitatea;

- discriminarea multiplă - orice faptă de discriminare bazată pe două sau mai multe criterii de discriminare.

Legea 202 definește instituțiile statului cu responsabilități în implementarea cadrului legislativ, precum și mecanismele pentru implementarea prevederilor legale. Acestea sunt:

- **Agenția Națională pentru Egalitatea de Șanse între Femei și Bărbați (ANES)** - astăzi **Direcția Generală pentru Egalitatea de Șanse între Femei și Bărbați** - organ de specialitate al administrației publice centrale, în subordinea Ministerului Muncii, Familiei, Protecției Sociale și Persoanelor Vârștnice. Aceasta promovează principiul egalității de șanse și de tratament între bărbați și femei și asigură integrarea activă a perspectivei de gen în toate politicile și programele naționale;

- **Comisia națională în domeniul egalității de șanse între femei și bărbați (CONES)** a cărei activitate este coordonată de președintele Agenției care este și președintele CONES. Aceasta a preluat și atribuțiile Comisiei consultative interministeriale în domeniul egalității de șanse între femei și bărbați (CODES);

- **Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă** - asigură respectarea principiului egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați în domeniul aplicării măsurilor pentru stimularea ocupării forței de muncă,

precum și în domeniul protecției sociale a persoanelor neîncadrate în muncă;

- **Casa Națională de Pensii și Alte Drepturi de Asigurări Sociale** - asigură aplicarea măsurilor de respectare a egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați în domeniul administrării și gestionării sistemului public de pensii și alte drepturi de asigurări sociale;

- **Inspekția Muncii** - asigură controlul aplicării măsurilor de respectare a egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați în domeniul său de competență;

- **Consiliul Național de Formare Profesională a Adulților** - asigură aplicarea măsurilor de respectare a egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați în elaborarea politicilor și strategiilor privind formarea profesională a adulților;

- **Agenția Națională pentru Protecția Familiei** - asigură aplicarea măsurilor de respectare a egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați în domeniul combaterii violenței în familie;

- **Institutul Național de Cercetare Științifică în Domeniul Muncii și Protecției Sociale și Institutul Național de Cercetare - Dezvoltare pentru Protecția Muncii “Alexandru Darabont” - București**, aflate în coordonarea Ministerului Muncii, Familiei, Protecției Sociale și Persoanelor Vârștnice, - sunt responsabile cu promovarea și asigurarea egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați în domeniile lor specifice de activitate și pun la dispoziție datele și informațiile pe care le dețin, necesare elaborării strategiilor și politicilor în domeniu;

- **Ministerul Educației Naționale** - asigură includerea în planurile de învățământ și în alte instrumente curriculare, precum și în activitatea curentă a unităților de învățământ a măsurilor de respectare a principiului egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați;

- **Ministerul Sănătății**, celelalte ministere și instituțiile centrale cu rețea sanitară proprie - asigură aplicarea măsurilor de respectare a egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați în domeniul sănătății, în ceea ce privește accesul la serviciile medicale și calitatea acestora, precum și sănătatea la locul de muncă;

- **Institutul Național de Statistică** - sprijină

activitatea și colaborează cu Agenția pentru dezvoltarea statisticii de gen și pentru implementarea în România a indicatorilor de gen promovați de Comisia Europeană;

- **Consiliul Economic și Social**, prin Comisia pentru egalitatea de șanse și tratament, - sprijină integrarea principiului egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați în actele normative cu implicații asupra vieții economico-sociale;

- **Confederațiile sindicale** - desemnează, în cadrul organizațiilor sindicale din unități, reprezentanți cu atribuții pentru asigurarea respectării egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați la locul de muncă.

Politici publice

În materie de politici publice, poate cele mai semnificative documente specifice de actualitate sunt: **“Strategia națională în domeniul egalității de șanse între femei și bărbați pentru perioada 2014-2017”**, elaborată de Ministerul Muncii și **“Ghidul pentru promovarea egalității între bărbați și femei pe piața muncii”**, elaborat de **Agenția Națională de Ocupare a Forței de Muncă (ANOFM)**.

Strategia națională în domeniul egalității de șanse între femei și bărbați identifică următoarele arii prioritare de intervenție, pentru perioada 2014-2017:

1) Educația

a) Combaterea stereotipurilor de gen din sistemul de învățământ.

2) Piața muncii

a) Promovarea perspectivei de gen în politicile de ocupare, mobilitate și migrație a forței de muncă;

b) Creșterea gradului de conștientizare cu privire la prevederile legale din domeniul egalității de șanse între femei și bărbați;

c) Creșterea gradului de conștientizare cu privire la diferența salarială între femei și bărbați;

d) Creșterea gradului de conștientizare privind concilierea vieții de familie cu viața profesională;

e) Încurajarea integrării pe piața muncii a femeilor vulnerabile la fenomenul discriminării.

3) Participarea echilibrată la decizie

a) Monitorizarea participării echilibrate a femeilor și bărbaților la procesul de decizie.

4) Abordarea integratoare de gen

a) Introducerea perspectivei de gen în politicile naționale.

5) Violența de gen

a) Combaterea fenomenului de hărțuire și hărțuire sexuală la locul de muncă;

b) Combaterea fenomenului de violență de gen.

Strategia națională enunță și principiile pe care se bazează și cărora se vor subsuma toate acțiunile din ariile de intervenție:

a) Principiul legalității în desfășurarea activităților de promovare și implementare a principiului egalității de șanse și tratament între femei și bărbați;

b) Principiul respectării drepturilor omului și a libertăților fundamentale;

c) Principiul nediscriminării și egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați;

d) Principiul finanțării adecvate și utilizării responsabile a resurselor financiare alocate pentru implementarea măsurilor identificate pentru atingerea obiectivelor;

e) Principiul descentralizării în dezvoltarea acțiunilor de promovare și implementare a principiului egalității de șanse și tratament între femei și bărbați;

f) Principiul abordării integrate - presupune coordonarea și cooperarea între toate instituțiile implicate;

g) Principiul parteneriatului public – privat, care recunoaște importanța cooptării societății civile în activitățile concrete de implementare a măsurilor de promovare și implementare a principiului egalității de șanse și tratament între femei și bărbați.

Concluzii

Existența discriminării, în variile sale forme, este un fapt ce nu poate fi contestat, atât la nivelul Uniunii Europene, cât și în România. Poziția statului român a fost declarată și este fără echivoc. Instrumentele pentru combaterea sa au fost elaborate, iar mecanismele de contracarare au fost stabilite și au devenit funcționale. Desigur, acestea vor trebui probabil adaptate și ajustate pe parcurs. Și acest

fenomen are o dinamică proprie, corelată cu cea socială.

Depinde acum de noi, ca societate, dar mai ales ca indivizi, să înțelegem că schimbarea este la latitudinea fiecăruia și să abandonăm atitudinea pasivă. Să utilizăm instrumentele disponibile, să ne asigurăm că mecanismele funcționează în absolut toate situațiile. Nimeni, indiferent de poziția socială sau situația materială, nu are luxul de a trăi în afara unor jaloane sociale fundamentale: educație, sănătate, pensii, ordine publică, alte diverse servicii sociale, iar continuarea funcționării acestora este direct dependentă de eradicarea discriminării.

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ:

1. Bloch H., Chemma R., Depret E., Gallo A., Leconte P., Le ny J. F., Postel J., Reuchlin M. (Coord.) (2006) *Marele dicționar al Psihologiei – Larousse*, Ed. Trei.
2. CEDEFOP (2002-2003) (*The European Centre for the Development of Vocational Training*), ETF (*The European Training Foundation*) and World Bank Reports.
3. Cobia, D.C.; Pipes, R. B. (2002) *Mandated Supervision: An Intervention for Disciplined Professionals*. In: *Journal of Counseling and Development*, Volume 80.
4. Darling, D.(2010) *The networking guide – Practical advice to help you gain confidence, approach people, and get the Success you want*, Ed. Mc Graw Hill.
5. Devora, Z.(2010) *Networking for people who hate networking*, Berret – Koehler Publishers.
6. Jigău, M. (2001) *Consilierea carierei*. București, Editura Sigma.
7. Kotler, Ph., (2008) *Managementul marketingului*, Ed. Teora, București,
8. Lawrence, G; Kurpius, S. E. (2000) *Legal and Ethical Issues Involved When Counselling Minors in Nonschool Settings*. In: *Journal of Counseling and Development*, Volume 78.
9. McCarthy, J. (2001) *The Skills, Training and Qualifications of Guidance Workers*, EU/OECD Report.
10. Morgan, Mark (2011) *Personal Branding – Create your Value Proposition*, Ed. Strategic Finance.
11. Niculescu, E. (coord.) (2000) *Marketing modern, Concepte, tehnici, strategii*, Ed. Polirom, Iași.
12. Olteanu, V. (coord.)(2000) *Cercetări de marketing*, Ed. Fundației România de Măine, București.
13. Peters, T. (2009) *Brand you 50*, Ed. Publica, București.
14. Prutianu, Șt., Anastasiei, B., Jijie, I.(2002) *Cercetarea de marketing*, Ed. Polirom, Iași.
15. Schepp D, Schepp B.(2009) *How to find a job on LinkedIn, Facebook, Twitter, myspace and other social networks*, Ed. Mc Graw Hill, NY.
16. Walden, S. L.; Herlihz, B.; Ashton, L. *The Evolution of Ethics: Personal Perspectives of ACA Ethics Comotee Chairs*.(2003) In: *Journal of Counseling and*

Development, Volume 81.

17. Watts, A. G. (2002) *The Role of Information and Communication Technologies in Integrated Career Information and Guidance System: a Policy Perspective*. In: *International Journal for Educational and Vocational Guidance*.

Surse bibliografice on-line:

- http://ccdf.ca/CCDF_Standards.html (Canadian Career Development Foundation)
- <http://www.apa.org/ethics> (American Psychological Association - APA)
- http://www.bacp.co.uk/ethical_framework (British Association for Counselling and Psychotherapy - BACP)
- http://www.counseling.org/site/PageServer?pagename=resources_ethics (American Counseling Association - ACA)
- <http://www.crccanada.org/english/ethic.html> (Professional and Ethical Standards)
- <http://www.fedora.eu.org> (FEDORA: association of student guidance in institutions of higher education in Europe)
- http://www.iaevg.org/English/html/about_standards.html (International Association for Educational and Vocational Guidance - IAEVG)
- <http://www.nbcc.org/ethics/webethics.htm> (National Board for Certified Counselors - NBCC)



Investește în oameni !

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013

Titlul proiectului: Student azi! Profesionalist maine! - Îmbunătățirea procesului de inserție pe piața muncii a studenților din domeniile tehnic / economic / medical veterinar (IMPULS)

Axa prioritară 2 – „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”

Domeniul major de intervenție: 2.1. „Tranziție de la școală la viața activă”

Codul proiectului: POSDRU/160/2.1./S/139928

Beneficiar - *Universitatea POLITEHNICA din Bucuresti*

Editat de - *Echipa proiectului*

Data publicării: *Aprilie 2015*

”Continutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”