

RAPORT DE IMPLEMENTARE FDI - DOMENIUL 1 – 2024

A. INFORMAȚII GENERALE

Cod final de înregistrare:	CNFIS-FDI-2024-F-0079
Denumire Instituție:	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA BUCUREȘTI
Titlu proiect:	Creșterea accesului la educația de calitate pentru piața muncii
Domeniul vizat:	1.Creșterea echității sociale, în vederea incluziunii sociale și sporirea accesului la învățământul superior
Bugetul aprobat	400000 LEI

Obiectivele proiectului

OS1: Promovarea ofertei educaționale a universității prin campanii de informare și promovare derulate online în vederea creșterii accesului persoanelor defavorizate;

OS2: Îmbunătățirea serviciilor de orientare și consiliere a studenților, în special a celor proveniți din medii defavorizate, în vederea integrării rapide după absolvire în piața forței de muncă;

OS3: Consolidarea parteneriatelor dintre universități și organizațiile economice publice și private; OS4: Identificarea principalelor competențe necesare absolvenților în vederea integrării facile pe piața muncii.

Activitatea 1 (subordonată OS1). Realizarea de materiale de informare destinate elevilor de liceu.

În cadrul acestei activități s-au realizat și distribuit pe canalele online 35 de materiale suport video de promovare și informare asupra ofertei educaționale din POLITEHNICA București și respectiv asupra oportunităților de dezvoltare în cariera viitoare a elevilor. Aceste materiale digitale au fost distribuite prin intermediul site-urilor acces.upb.ro, events.upb.ro, upb.ro etc, dar și pe rețelele de socializare ale universității: <https://www.facebook.com/UPB1818>, <https://www.instagram.com/upb1818/>, <https://www.tiktok.com/@upb1818>, <https://www.youtube.com/@upb1818>, ro.pinterest.com/upb1818.

Activitatea 2 (subordonată OS1). Promovarea ofertei educaționale a universității.

➤ Subactivitatea 2.1. Promovarea online a materialelor realizate pentru elevii din clasele a IX-a – a XII-a, în vederea creșterii incluziunii sociale și accesului la învățământul superior

În cadrul acestei activități, suportul digital înregistrat a fost postat pe platformele universității (acces.upb.ro, events.upb.ro, upb.ro, etc, dar și pe rețelele de socializare ale universității: <https://www.facebook.com/UPB1818>, <https://www.instagram.com/upb1818/>, <https://www.tiktok.com/@upb1818>, <https://www.youtube.com/@upb1818>). Video-urile au fost transmise live sau filmate în studio, având la bază materiale necesare pregătirii elevilor pentru bacalaureat și concursul de admitere la POLITEHNICA București, la discipline care se dau la admitere la Universitatea POLITEHNICA București (Matematică, Fizică și Informatică). Prin aceste acțiuni susținute și prevăzute în cadrul proiectului s-a asigurat suportul pentru elevii din mediile defavorizate, pregătirea online fiind mai accesibilă acestora.

➤ **Subactivitatea 2.2. Analiza nevoilor elevilor privind dezvoltarea profesională și personală, respectiv alegerea unui traseu profesional.**

În cadrul acestei activități, a fost realizat un raport final de cercetare privind analiza nevoilor educaționale și de dezvoltare personală în rândul elevilor, identificare imagine și vectori de poziționare POLITEHNICA București. Scopul acestui studiu a fost identificarea nevoilor educaționale și de dezvoltare profesională / personală ale elevilor, înțelegerea așteptărilor pe care aceștia le au față de sistemul de educație, în general, și de la universitatea noastră, în mod particular. De asemenea, studiul a urmărit identificarea imaginii POLITEHNICA București în rândul elevilor din liceele argeșene, respectiv identificarea vectorilor de poziționare prin aplicarea de tehnici alternative de măsurare. Implicarea elevilor în acest proiect a însemnat participarea la un singur focus-grup, desfășurat cu un grup de 10-15 elevi. Focus-grupurile au avut o durată medie de aproximativ 50 minute. Au fost derulate 14 focus-grupuri în care au participat 184 de elevi din 7 licee argeșene. De asemenea, am selectat elevi care reprezintă generații diferite pentru a identifica eventuale evoluții ale nevoilor, așteptărilor, deciziilor etc. - clasele a IX-a (generația Alpha) și clasele a XII-a (generația Z).

Structură eșantion în funcție de liceu / clasă

Denumire liceu	Număr focus grupuri derulate/clase participante	Număr elevi participanți / focus-grup
Colegiul Național „Alexandru Odobescu” Pitești	1 - clasa a IX-a	15
	1 - clasa a XII-a	12
Colegiul Național „Ion C. Brătianu” Pitești	1 - clasa a IX-a	15
	1 - clasa a XI-a	12
Colegiul Economic „Maria Teiuleanu” Pitești	1 - clasa a IX-a	12
	1 - clasa a X-a	12
Colegiul Tehnic „Costin D. Nenițescu” Pitești	1 - clasa a IX-a	15
	1 - clasa a XII-a	15
Colegiul Tehnic „Armand Călinescu” Pitești	1 - clasa a IX-a	14
	1 - clasa a XII-a	12
Liceul Teoretic „Ion Cantacuzino” Pitești	1 - clasa a IX-a	12
	1 - clasa a XI-a	12
Liceul Teoretic „Ion Barbu” Pitești	1 - clasa a IX-a	12
	1 - clasa a XII-a	14

Structură eșantion în funcție de clase și generație

Clase participante	Număr elevi participanți	Generație
clasa a IX-a	95	Alpha
clasa a XII-a, clasa a XI-a, clasa a X-a	89	Z

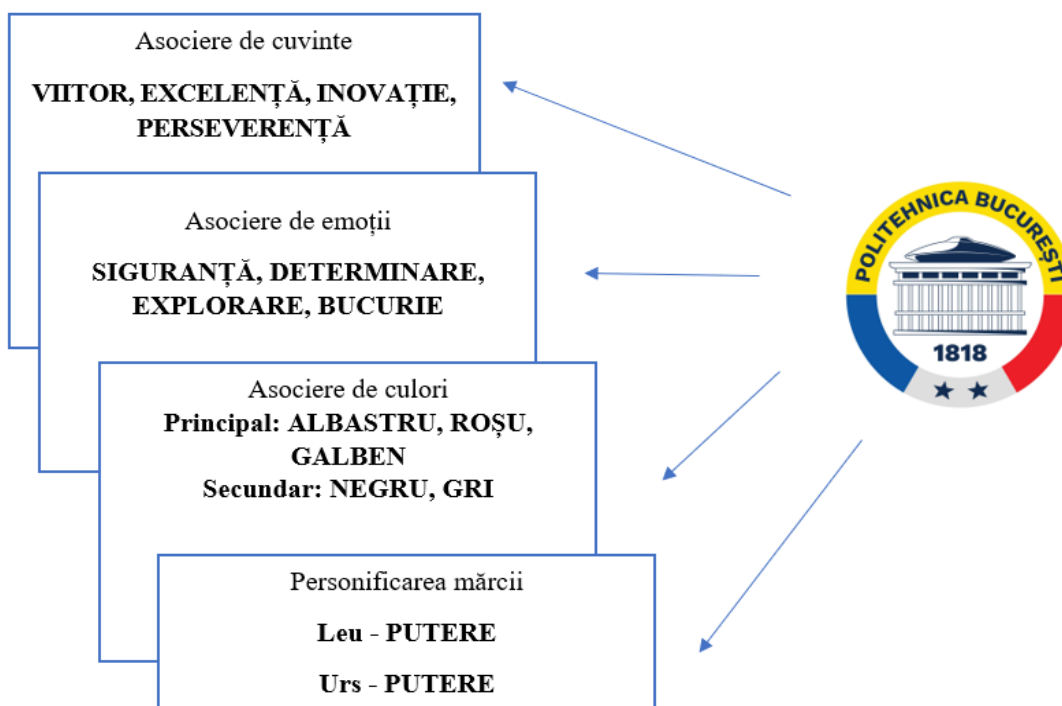
Structură eșantion în funcție de profil liceu

Număr focus grupuri derulate / clase participante	Număr elevi participanți / focus-grup
Licee teoretice	104
Colegii tehnice	56
Colegiu economic	24

Pentru a reuși să identificăm cât mai clar imaginea și poziționarea imaginii POLITEHNICA București în comunitatea elevilor argeșeni, am utilizat mai multe metode alternative de măsurare - asociere de cuvinte, asociere de emoții, asociere de culori și personificarea mărcii. Analiza imaginii prin asocierea de cuvinte și emoții a fost realizată prin împărțirea cuvintelor / emoțiilor asociate de elevi în trei categorii - pozitive, negative, neutre. Mai departe, în procesul de analiză, cuvintele din fiecare categorie au fost grupate în funcție de sens / simbol pentru identificare de vectori de poziționare / imagine. Rezultatele au fost prezentate sub forma concluziilor care prezintă, în special, tiparele și modelele identificate și extrase din transcrierile focus-grupurilor.

Cercetarea realizată a fost una calitativă și, prin urmare, dimensiunile eșantionului nu sunt reprezentative pentru întreaga colectivitate generală cercetată - elevii argeșeni - respectiv nu pot fi generalizate. Cu toate acestea, eșantionul selectat a depășit semnificativ dimensiunea acceptată pentru o cercetare calitativă (50 subiecți). Pe de altă parte, ierarhia criteriilor de alegere a unei universități, a canalelor utilizate pentru colectare de informații privind ofertele educaționale și a grupurilor de influență a deciziei de alegere a unei universități, identificate din analiza datelor calitative, trebuie confirmată prin cercetare cantitativă. În ciuda limitărilor specifice abordărilor calitative, această cercetare ajută la înțelegerea mult mai profundă a modului în care elevii gândesc, decid și se comportă atunci când vine vorba despre alegerea unui traseu educațional. De asemenea, prin abordarea calitativă, am explorat percepțiile și emoțiile elevilor, la un nivel mult mai profund comparativ cu abordarea cantitativă, ajutând la înțelegerea contextului și a factorilor subiectivi care influențează aceste percepții.

Imaginea POLITEHNICA București este puternic poziționată în rândul elevilor argeșeni, atât din perspectiva notorietății ridicate, cât și din perspectiva identității vizuale, fiind recunoscută și identificată ușor prin denumire și logo și poziționare geografică. În ceea ce privește vectorii de poziționarea POLITEHNICA București, au fost identificate două grupe de percepții diametral opuse cu semnificații complexe. Zona pozitivă de imagine este predominantă. În această zonă, POLITEHNICA București este considerată o universitate puternică, solidă, asociată în primul rând cu viitorul sigur și oportunitățile de dezvoltare profesională, dar și cu excelența, inovarea, perseverența și înțelepciunea. Identitatea vizuală a universității este puternic poziționată, POLITEHNICA București fiind asociată în primul rând cu cele 3 culori predominante din logo - albastru, roșu, galben. A fost identificată o grupă secundară de culori asociată POLITEHNICA București, precum se poate observa și în figura următoare.



În secundar, POLITEHNICA București este percepută prin dificultatea studiilor, domeniului inginerie, fiind considerată o universitate dificil de parcurs, studiile greu de terminat, fapt direct corelat cu emoții negative de tipul: stres, frică, anxietate, disperare., iar acest lucru se poate observa în figura de mai jos:



În concluzie, emoțiile negative asociate *POLITEHNICA București* reprezintă emoții negative asociate studiilor superioare în general. Totuși, nivelul de dificultate al studiilor perceput de elevi este direct și puternic corelat cu nivelul emoțiilor negative. Aceste emoții au fost identificate în egală măsură în liceele teoretice de top (Colegiul Național „Ion C. Brătianu”, Colegiul Național „Alexandru Odobescu”), cât și în liceele tehnologice (Colegiul Tehnic „Costin D. Nenițescu”, Colegiul Tehnic „Armand Călinescu”). De asemenea, emoțiile negative asociate cu dificultatea studiilor par să fie mai des întâlnite în rândul elevilor din generația Alpha (clasa a IX-a) comparativ cu cei din generația Z (clasele a XI-a și a XII-a).

Elevii din clasele a IX-a se gândesc doar în mică măsură la viața profesională, acest lucru fiind un subiect de discuție cu cei din jur doar în mică măsură. Totuși, acest subiect este abordat uneori cu familia, pe

parcursul clasei a IX-a. Elevii din clasele a XI-a și a XII-a sunt mult mai preocupați de viața profesională. Aceștia au declarat că viața profesională a devenit o preocupare pentru ei în special din clasa a XI-a. Întrebați cum se raportează la succesul profesional, elevii par să pună, în egală măsură, în structura succesului profesional: „banii”, „stabilitatea financiară”, „libertatea financiară”, „prosperitatea”, pe de-o parte, și „independența”, „libertatea de a trăi”, „sănătate mintală”, „familia și timp petrecut cu familia”, „timpul lucrat”, „a lucra cu drag”, pe de altă parte.

Cele mai importante criterii de alegere a unei universități pentru elevi sunt oportunitățile de angajare oferite de universitate și existente pe piața muncii după absolvire, internship-urile, proiectele și oportunitățile de dezvoltare / îndrumare în carieră oferite de universitate, precum și salarizarea în domeniu. Orașul, dezvoltarea orașului și oportunitățile oferite pe piața muncii din zonă sunt, de asemenea, criterii importante de alegere. Din punct de vedere geografic, pare că elevii aleg universități care sunt mai aproape de orașele de reședință („*apropiere de familie*”, „*apropierea de casă*”). Dacă, totuși, calitatea studiilor este scăzută în orașe apropiate de reședință, aceștia se orientează către orașe situate la distanțe mai mari. De asemenea, există și un grup secundar, constituit din elevii care tind să aleagă universități care sunt „*mai departe de casă*”. Prestigiul universității, calitatea studiilor, notorietatea / renumele profesorilor, precum și modul în care aceste aspecte sunt reflectate în social-media sunt alte criterii importante de alegere pentru elevi. Criteriile de admitere, dificultatea studiilor și rata de absolvire sunt luate în considerare de unii elevi atunci când aleg o universitate. În liceele teoretice de top, elevii au declarat că preferă admiterea prin examen pentru a intra într-un mediu mai bine selectat. Există și un al doilea grup de elevi care aleg universități / facultăți unde admiterea este „*avantajoasă*” prin criterii și rata de absolvire este mai ridicată.

În mod interesant, mulți elevi au declarat ferm că adoptă decizia în mod independent, fără a fi influențați, deși admit că există persoane cu care se sfătuiesc. În toate focus-grupurile, fără excepție, pe primul loc a fost plasată familia (*părinți, frați mai mari care sunt studenți*) ca fiind primul grup de consultare pentru adoptarea deciziei de alegerea unei universități. În linia a doua au fost plasate două grupuri care par să fie la fel de importante - *studenți/absolvenți ai universităților, specialiști/practicieni* din domeniile vizate care fac parte din cercurile de cunoștințe. Pe locul trei sunt plasați *profesorii din liceu*. Deși elevii recunosc că discută cu *prietenii* despre alegeri, clasifică acest grup ca fiind mai puțin important din perspectiva alegerii unei universități, fiind plasat pe ultimul loc în această ierarhie. De asemenea, menționate mai rar au fost grupuri precum *consilieri și psihologi*, respectiv rudele îndepărtate.

În încercarea de a ordona rețelele sociale folosite în general, pentru socializare, elevii au pus, aproape fără excepție, pe primul loc Instagram și foarte aproape TikTok, urmate de Facebook, YouTube, respectiv alte rețele mult mai puțin menționate precum Reddit, Discord și Twitter.

Activitatea 3 (subordonată OS2). Organizarea de sesiuni de consiliere destinate studenților în vederea informării și dezvoltării unor competențe transversale solicitate de piața forței de muncă

În cadrul acestei activități au fost realizate următoarele acțiuni:

- Au fost organizate sesiuni de consiliere pentru un număr de 686 de studenți, conform listelor de

prezență, în vederea informării și orientării în carieră a acestora. În cadrul acestor sesiuni, experții Centrului de Orientare și Consiliere în Carieră (COCC) au prezentat modalități prin care studenții universității își pot dezvolta principalele competențe și abilități solicitate de angajatori pe piața muncii (abilități de comunicare, lucru în echipă, gândire critică și divergentă, realizarea unor conexiuni între evoluția tehnologică și impactul acesteia pe piața muncii).

➤ A fost organizat un concurs pe echipe sub forma unui atelier de lucru interactiv – *Inteligența Artificială – soluții sustenabile și inovative pentru viitorul omenirii* - în cadrul căruia au participat 7 echipe formate din 4 studenți fiecare. Echipele au fost selecționate în urma desfășurării activității de consiliere, în baza unei scrisori de motivație. *Obiectivele atelierului de lucru:*

- conștientizarea impactului IA asupra unor domenii cheie, precum educația, medicina, tehnologie și pieței muncii, asupra societății, în ansamblu;
- analiza efectelor impactului IA asupra individului, mediului, educației și a pieței muncii, precum și asupra tehnologiei și industriei;
- propunerea unor strategii/a unor soluții pentru integrarea efectelor pozitive ale IA și pentru gestionarea efectelor negative ale influenței IA la nivel individual și global.

Primele 4 echipe care au obținut cele mai bune rezultate în cadrul concursului desfășurat în format fizic, în zilele 20 noiembrie 2024 și 21 noiembrie 2024, în intervalul orar 16.00 – 19.00, au fost premiate prin acordarea unor burse speciale din cadrul proiectului, în baza metodologiei de evaluare a concursului. În cadrul acestei acțiuni, studenții au pus în practică cunoștințele avute sau dobândite și au răspuns concret unei situații practice care le-a solicitat utilizarea adecvată a competențelor și abilităților transversale în vederea respectării principiilor de tranziție școală – viață activă.

Activitatea 4 (subordonată OS3). Organizarea unor workshop-uri/conferințe care să conducă la consolidarea parteneriatelor dintre universități și organizațiile economice publice și private.

În cadrul acestei activități au fost realizate următoarele acțiuni:

➤ Organizarea unui număr de 8 întâlniri, la care au participat reprezentanți ai agenților economici, studenți și cadre didactice. Scopul acestor întâlniri a fost de a consolida parteneriatele între facultățile universității și organizațiile economice, în care au fost discutate subiecte precum:

- modul în care programele de studii se pot adapta cerințelor pieței;
- îmbunătățirea activității de practică;
- participarea specialiștilor din mediul socio-economic în cadrul procesului de învățământ;
- dezvoltarea competențelor în direcțiile de interes european (digitalizare, eco-friendly, smart city, eficiența energetică, reciclare);
- implicarea mediului socio-economic în dezvoltarea și derularea programelor de studii;
- organizarea de evenimente științifice sau concursuri.

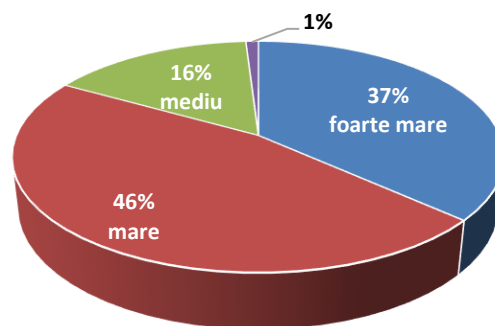
Tabel centralizator - întâlniri cu agenții economici

Nr crt.	Facultatea	Compania	Data intalnirii	Nr.participanti
1.	ENERGETICĂ	Enevo	08.10.2024	40

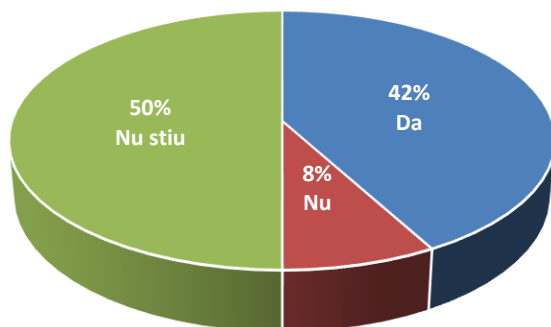
2.	ETTI	HACKOUT Cybersecurity TALKS	11.10.2024	64
3.	SIM	Turbomecanica S.A.	16.10.2024	28
4.	FAIMA	Camera Consultanților Fiscali	23.10.2024	52
5.	FAIMA	Smarttech247Cybersecurity	24.10.2024	62
6.	TRANSPORTURI	Supply Chain Management Center Yusen Logistics Orbit H.Essers SMART IT Mobility Optimized IHOPEREAL	31.10.2024	105
7.	FAIMA	Canopy Serban & Musneci Associates	08.11.2024	34
8.	TRANSPORTURI	Uniunea Societăților de Expediții din România GP INTERMODAL EUROPRIM GROUP R-BAG România & Moldova DACODASOFT (Bursa Transport) TRUCKNET Europe & Romania IFPTR	13.11.2024	109

- Realizarea unui raport privind competențele socio-profesionale identificate de potențialii angajatori. Rezultatul sintetic este prezentat în figurile de mai jos (pe baza celor 181 de chestionare/respondenți):

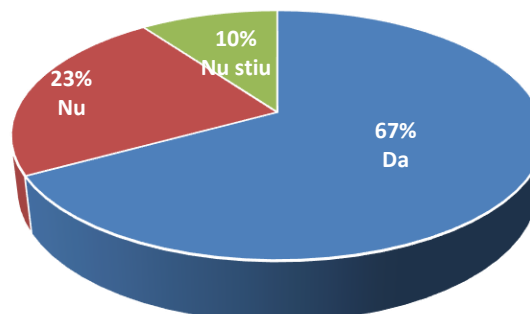
**Gradul de mulțumire a angajatorului privind
pregătirea generală a absolvenților POLITEHNICA
București**



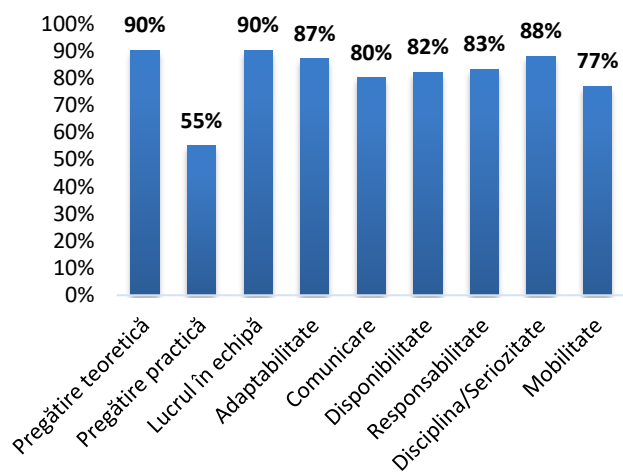
Angajatorul este dispus în viitor în dezvoltarea unui program de studiu în sistem dual?



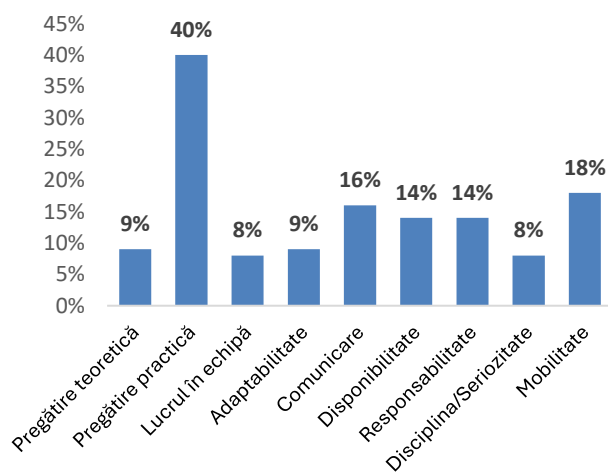
Considerați suficiente cunoștințele generale ale absolvenților POLITEHNICA București pentru activitatea de bază desfășurată în cadrul companiei?



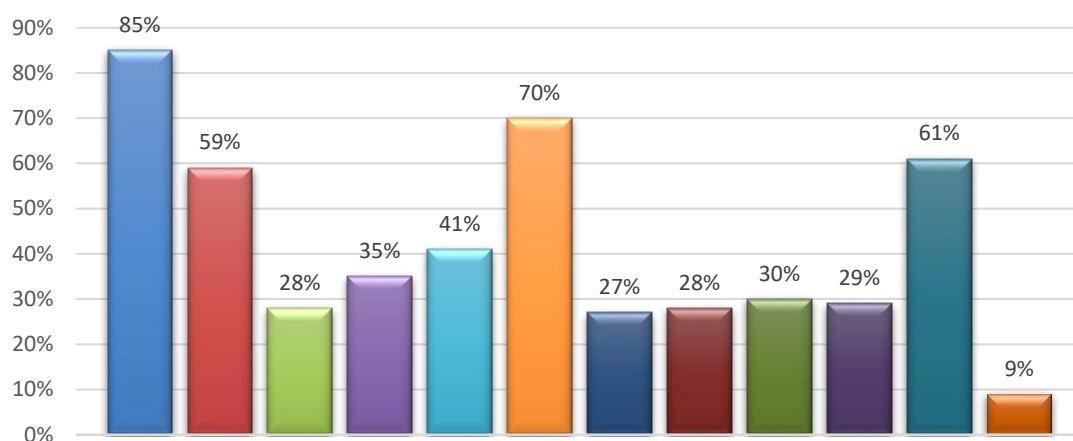
Aspectele pozitive ale absolvenților POLITEHNICA București în raport cu cerințele pieții muncii



Aspectele negative ale absolvenților POLITEHNICA București în raport cu cerințele pieții muncii

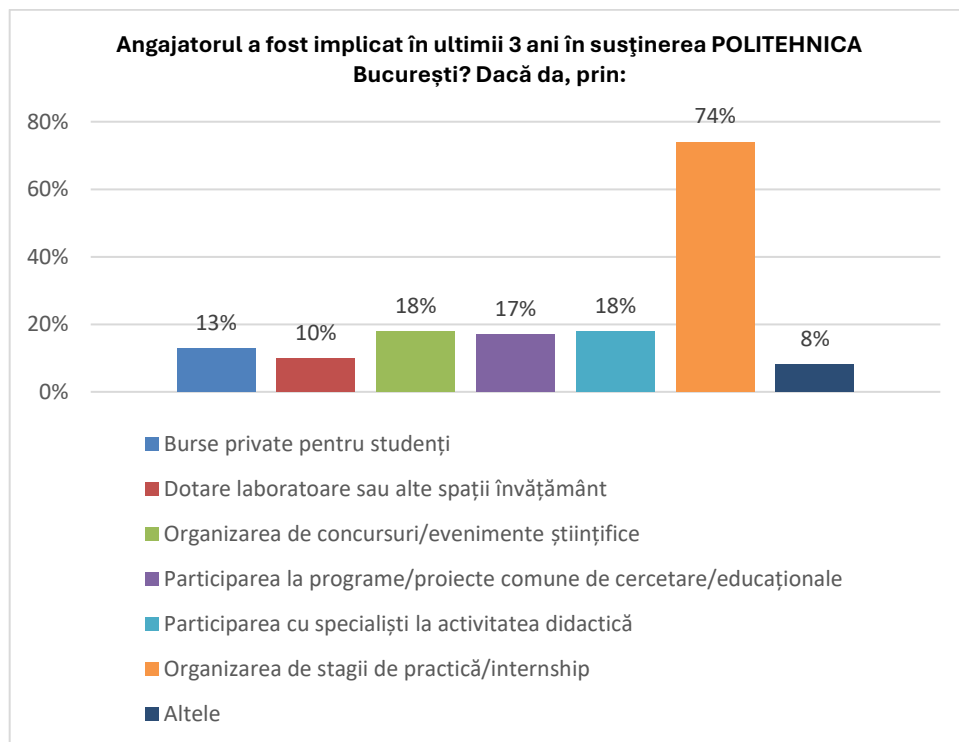


Ce recomandări ați face sistemului universitar pentru creșterea gradului de adaptabilitate a pregătirii universitare la cerințele pieței muncii?



1

- Creșterea ponderii pregătirii practice
- Creșterea ponderii disciplinelor de specialitate
- Creșterea ponderii pregătirii generale în domeniul studiat
- Dezvoltarea competențelor economice/financiare
- Mai bună pregătire pentru dezvoltarea competențelor de comunicare în limbă străină
- Dezvoltarea competențelor în direcțiile de interes european: Digitalizare
- Dezvoltarea competențelor în direcțiile de interes european: Eco-friendly
- Dezvoltarea competențelor în direcțiile de interes european: Smart city
- Dezvoltarea competențelor în direcțiile de interes european: Eficiența energetică
- Dezvoltarea competențelor în direcțiile de interes european: Reciclare
- Creșterea competențelor transversale
- Altele



Activitatea 5. (subordonată întregului proiect). Realizarea unor instrumente informatice dedicate informării elevilor și studenților

În cadrul activității, s-a asigurat actualizarea site-ului <http://acces.upb.ro/> cu activități la zi din universitatea noastră, activități de interes pentru elevi (pregătiri, admitere, festivaluri, etc.) și pentru studenți (admitre masterat, festivaluri, evenimente pe facultăți – concursuri, conferințe, workshop-uri, evenimente culturale, etc.). Totodată, turul virtual al universității (regăsit și pe site-ul upb.ro) poate fi accesat de către cei care doresc să cunoască universitatea și să identifice locațiile din campus, în acest mediu digital. Materiale și informații despre programele universității au fost postate și pe alte platforme precum: events.upb.ro, upb.ro, etc, dar și pe rețelele de socializare ale universității: <https://www.facebook.com/UPB1818>, <https://www.instagram.com/upb1818/>, <https://www.tiktok.com/@upb1818>, <https://www.youtube.com/@upb1818>.

Activitatea 6. Management proiect

Directorul de proiect împreună cu echipa administrativă a asigurat bunul mers al implementării proiectului. Obiectivele propuse au fost urmărite și au fost alocate resurse din cadrul proiectului sau din universitate pentru ca echipa de implementare să aibă toată susținerea în vederea asigurării bunului mers al activităților. Pe lângă cei angajați în cadrul proiectului, au mai existat colaboratori studenți (voluntari în cadrul asociațiilor studențești), cadre didactice, parteneri din mediul preuniversitar și mediul socio-economic.