

trendence Graduate Barometer 2016

About the study



trendence
research » strategies » careers

Základní fakta a benefity

Graduate Barometer Europe a trendence institut

O trendence institutu

- » Více než 15 let zkušeností na trhu a stále zlepšování kvality na základě vlastního panelu marketingového výzkumu
- » Každým rokem se více než **500 000** studentů, absolventů a mladých odborníků z **celého světa** účastní našich studií týkajících se profesních očekávání a volby zaměstnavatele
- » Závazky k dodržování vysoké kvality výsledků studií v rámci trendence jsou stvrzeny členstvím předních členů našeho týmu v organizaci ESOMAR a bezpodmínečným dodržováním norem DIN ISO 20252, DIN 77500 a dalších uznávaných standardů v oblasti výzkumu trhu
- » trendence vydává rovněž řadu tištěných a online publikací pro podporu žáků a studentů v jejich rozhodování o budoucí kariéře
- » trendence je součástí skupiny GTI Group, největšího světového nakladatele v kariérní oblasti s pobočkami v Evropě a Asii. Našimi zákazníky jsou převážně mezinárodně a globálně orientované společnosti

Nejnovější vydání studie: trendence Graduate Barometer 2015

- » Největší průzkum mezi studenty v Evropě s více než **280 000** respondenty a okolo 950 zúčastněnými univerzitami
- » Časové vymezení studie: Říjen 2014 – Únor 2015
- » V České republice: kolem **8 496** respondentů
- » Národní edice:
 - » Business: **2 316** respondentů
 - » Engineering/IT: **3 752** respondentů
 - » Total: **8 496** respondentů

Být naším partnerem bude pro Vás výhodné, protože...

- » ...obdržíte **validní empirická data** o tom, jak studenti hodnotí kvalitu Vaší akademické nabídky a univerzitní infrastruktury
- » ...se dozvíte, nezávisle na oficiálních žebříčcích vysokých škol, jak si Vaše **vysoká škola vede v porovnání s ostatními vysokými školami na národní a evropské úrovni**
- » ...získáte informace o tom, jaké další vysoké školy Vaši studenti preferují a zvažují
- » ...Vaše kariérní služby mohou efektivněji **podporovat studenty** na základě dat o aktuálních kariérních příležitostech
- » ...získáte **cenné poznatky** týkající se informačních a komunikačních kanálů preferovaných mezi Vašimi studenty při plánování kariéry
- » ...obdržíte **informace o všech společnostech**, které se zajímají o Vaši vysokou školu či s ní aktivně spolupracují, a tím i příležitost zlepšit možnosti spolupráce

Výhody pro Vaše studenty

- » Informační brožura o zaměstnání a kariéře pro všechny účastníky studie zdarma ke stažení na konci online dotazníku
- » Příležitost vyjádřit se ke svému studiu a budoucí kariéře prostřednictvím dotazníku ve svém rodném jazyce – vyplnění dotazníku trvá pouze 20 – 25 minut
- » Možnost **vyhrát hodnotné ceny**



Máte zájem? – Budeme rádi, stanete-li se partnerem trendence!

Prosím kontaktujte nás v případě zájmu o účast či jakýchkoliv dalších otázek:

Kateřina Engelová - University Relations Manager - Czech Republic

E-Mail: katerina.engelova@trendence.com

Phone: 0049 30 2592988 610

Obsah a praktické výsledky

Hlavní důvody, proč se stát partnerem trendence:
Řízení kvality – Kariérní služby – Marketing univerzity

Obsah studie

» Zpětná vazba:

- » Respondenti hodnotí svou vysokou školu na základě 28 kritérií zahrnujících jak akademické, tak strukturální otázky
- » Zkoumány jsou témata, která naše předběžné testy identifikovaly jako zásadní pro spokojenost studentů a která univerzity mohou přímo ovlivnit
- » Individuální zhodnocení studentů ve formě otevřených komentářů dotváří tuto zpětnou vazbu

» Preferovaná vysoká škola v případě dalšího studia

» Doporučení: Doporučili by studenti Vaši vysokou školu ostatním?

Témata týkající se kariéry: Práce a kariéra: Jaká očekávání mají studenti od svého prvního zaměstnání v souvislosti s pracovní dobou a platem? • Komunikace: Jaké formy komunikace studenti využívají, aby se informovali o zaměstnání a kariéře? Jaká média k tomuto účelu nejvíce využívají, a tedy na která by se měli zaměstnavatelé zaměřit? • Atraktivita zaměstnavatelů: Kteří zaměstnavatelé jsou pro studenty nejvíce atraktivní? Kteří zaměstnavatelé jsou studentům více známí díky svým aktivitám na vysokých školách?

Praktické výsledky pro Vaši vysokou školu

- » Závěrečné zprávy k bezprostřední interpretaci: strukturované, detailní, se srozumitelným popisem a atraktivním designem
- » Porovnání odpovědí Vašich studentů s odpověďmi všech účastníků studie v České republice a v Evropě
- » Anonymní systém porovnání s ostatními vysokými školami ve formě „key performance indicators“ – klíčových indikátorů výkonu, 5ti stupňového srovnávacího systému založeného na konceptu světél semaforu
- » Závěrečné zprávy užitečné pro:
 - Vaši kontrolu kvality: Jak může Vaše škola lépe zajistit, aby byli studenti spokojenější?
 - Marketing Vaší vysoké školy: Jak si vedete vzhledem ke konkurenci? Jaké jsou Vaše silné stránky? Kdo jsou Vaši konkurenti?
 - Vaše kariérní služby a spolupráci s firmami: Jaké kariérní očekávání studenti mají a jakým způsobem by chtěli být studenti zaměstnavateli oslovováni?
 - Hodnocení aktivit firem a jejich atraktivity na Vaší vysoké škole

Je dobré vědět, že:

- » trendence institut nikdy nezveřejňuje zpětnou vazbu týkající se jednotlivých univerzit (např. ve formě žebříčku univerzit). Naši partneři mohou své vlastní výsledky zveřejnit, pokud chtějí. V tomto případě nás však prosím vždy předem kontaktujte.

Postup a nástin průběhu šetření

Účast ve studii trendence Graduate Barometer

Kteří studenti představují cílovou skupinu?

- » Studenti absolvující bakalářský stupeň studia nebo vyšší stupeň. Zajímáme se o studenty všech semestrů, primárně se však zaměřujeme na studenty posledních ročníků, protože studie se zabývá do velké míry kariérními tématy
- » Převážně studenti v prezenční formě studia
- » Studijní zaměření: Studenti **všech oborů**. Pokud chcete ke studii pozvat pouze vybranou skupinu studentů, naším hlavním zaměřením jsou obory ekonomické, IT, technické a přírodní vědy

1.

Příprava

- » Dotazník je přístupný online od začátku října 2015 do začátku února 2016
- » Pro účast na studii je třeba pouze pozvat studenty k účasti a následně zrealizovat jedno připomenutí pozvánky
- » Několik týdnů je obecně dostatek času pro obdržení podstatného množství odpovědí, které Vám umožní získat relevantní výsledky s malou námahou během krátkého časového úseku
- » Poskytneme Vám všechny potřebné materiály k účasti (vzorový text pro e-mail, bannery, aktivní odkaz). Samozřejmě vše bezplatně.
- » Před Vaším zapojením do studie s Vámi naplánujeme následující:
 - » Nejeefektivnější metody, jak přizvat k účasti Vaše studenty
 - » Nejlepší čas, kdy poslat pozvánku (abychom se vyhnuli případné kolizi s jinými důležitými akcemi nebo evaluacemi na Vaší vysoké škole)
 - » Kolik studentů ke studii pozvat

2.

V průběhu fáze sběru dat

- » K dispozici Vám bude prostřednictvím e-mailu či telefonu rodilý mluvčí – university relations manager – pro případ jakýchkoliv otázek či požadavků
- » Denní návratnost odpovědí je monitorována prostřednictvím trendence, k dispozici Vám budou průběžné výsledky šetření
- » Poskytneme užitečné rady a asistenci pro dosažení úspěšného počtu odpovědí

3.

Po skončení fáze sběru dat

- » Po ukončení sběru dat v únoru 2016 začínáme s filtrováním a analýzou obdržených dat. Výsledné zprávy obsahující profil Vašich studentů v porovnání k národním a evropským průměrům budou hotovy na podzim 2016
- » Minimální počet odpovědí pro statisticky relevantní závěrečnou zprávu je 50. V případě získání dostatečného počtu odpovědí si budete moci vybrat závěrečnou zprávu v edici Total (profil Vašich studentů bez ohledu na jejich zaměření), v edici Business (profil Vašich studentů s ekonomickým zaměřením) nebo v edici IT/Engineering/Natural Sciences (profil Vašich studentů se zaměřením na tyto obory) – všechny v porovnání k národním a evropským průměrům.
- » Tyto závěrečné zprávy obdržíte zcela bezplatně. V případě zájmu Vám rádi pomůžeme s interpretací dat v nich obsažených.

Metody, jak kontaktovat studenty – naše doporučení

E-Mail: Naše zkušenosti ukazují, že nejeefektivnější a zároveň nejrychlejší metoda účasti je zaslání E-mailu studentům

- Nejlepší metoda, jsou-li dostupné e-mailové adresy
- Obdržíte všechny vzorové šablony uzpůsobené Vaším technickým požadavkům, a tak jediné, co je třeba udělat, je zajistit jejich distribuci. Soubory cookies zajistí, že každý student může vyplnit dotazník pouze jedenkrát a zároveň umožní později v dotazníku pokračovat, je-li během jeho vyplňování student vyrušen.

Jiné metody: Bannery / newsletter / zveřejnění pozvánky ve Vaší intranetové síti nebo na internetových stránkách