



CERCETAREA SATISFACȚIEI STUDENȚILOR PRIVIND CURSURILE DESFĂȘURATE PRIN INTERMEDIUL PROIECTELOR FINANȚATE DIN FONDURI EUROPENE

RESEARCHING STUDENT SATISFACTION LEVELS REGARDING TRAINING COURSES HELD THROUGH PROJECTS FINANCED USING EUROPEAN FUNDS

Drd. Ana-Maria BACȘIȘ (TĂNASE)*

Modificările permanente, apărute la nivelul pieței muncii, și dorința angajatorilor de a avea permanent angajați specializați care să le ofere cele mai bune soluții la problemele pe care le întâmpină au determinat foarte mulți indivizi să își îndrepte atenția către cursurile educaționale realizate de anumite instituții importante. Lipsa resurselor financiare, dar și oportunitățile oferite i-au determinat pe foarte mulți dintre aceștia să își îndrepte atenția și către cursurile desfășurate în cadrul proiectelor finanțate din fonduri europene. Prin intermediul acestora, oamenii au posibilitatea să obțină, într-un timp relativ scurt, informațiile de care au nevoie, materialele suport care să îi ajute să aprofundeze informațiile transmise, precum și o acreditare într-un anumit domeniu. La nivelul acestei lucrări a fost desfășurat un studiu cantitativ, care a avut ca scop determinarea gradului de satisfacție resimțit de studenți în urma parcurgerii diferitelor cursuri desfășurate în cadrul proiectelor finanțate din fonduri europene. Pentru a putea culege datele necesare desfășurării acestei cercetări a fost realizat un chestionar, format din 16 întrebări, care a fost ulterior pus la dispoziția respondenților, prin intermediul unei platforme online. Datele au fost analizate cu ajutorul programului IBM SPSS.

Continuous changes occurring in the labor market and the employers' desire to constantly have specialized employees that can offer the best solutions when facing problems determined many individuals to focus on educational courses offered by important institutions. The lack of financial resources and opportunities, have led many people to pay attention to the courses carried out by projects financed using European funds. Through this kind of projects people are able to obtain relevant information, appropriate educational articles and valuable accreditations that can help in their field of work, all in a short amount of time. The information found in this paper was collected after conducting a quantitative study which was aimed to determine the degree of satisfaction expressed by students after finishing various courses that were held by projects financed using European funds. In order to collect the data necessary to conduct this research a questionnaire consisting of 16 questions was provided to the respondents through an online platform. Data was analyzed using a computer program called IBM SPSS.

Cuvinte-cheie: marketing educațional; satisfacția consumatorului; comportamentul consumatorului; fonduri europene.

Keywords: educational marketing; customer satisfaction; consumer behavior; European funds.

Educația este unul dintre cele mai importante domenii de la nivelul unei țări. Aceasta este cea care contribuie la dezvoltarea invizilor precum și la dezvoltarea societății în ansamblu. Educația cuprinde totalitatea măsurilor care sunt aplicate

pentru a putea crea și dezvolta la nivelul oamenilor însușiri de natură intelectuală, morală sau fizice¹. În cadrul unei societăți în care tehnologiile se reînnoiesc permanent, rolul educației este esențial, acesta contribuind într-o măsură importantă la dezvoltarea individului. Astfel, având acces la educație, oamenii au posibilitatea să se documenteze permanent, să se specializeze și să afle ultimele

*Academia de Studii Economice, București
e-mail: bacsisanamaria@yahoo.com



noutăți care au apărut la nivelul diverselor domenii de activitate.

Progresul unei țări este înregistrat numai în momentul în care oamenii au acces la educație și numai în momentul în care aceștia au posibilitatea să pună în practică ceea ce au învățat. În ultimii ani, domeniul educațional s-a dezvoltat foarte mult. Astfel, dacă inițial procesul de transmitere a informațiilor era gestionat în cea mai mare parte de către instituțiile de stat, actualmente situația s-a schimbat, la nivelul țărilor dezvoltându-se foarte multe unități private. Acestea au fost acceptate rapid de către piață atât datorită avantajelor oferite, datorită programului, cât și datorită modului în care este desfășurat procesul de transmitere și receptare a informațiilor.

În plus, apariția și dezvoltarea noilor concepte, precum cel de educație permanentă², i-a determinat pe foarte mulți utilizatori să își dorească să parcurgă mai multe programe educaționale de la nivelul cărora să aibă posibilitatea să asimileze o gamă variată de informații. Informațiile asimilate de indivizi pe parcursul vieții, precum și acreditările obținute în urma parcurgerii acestora le pot facilita acestora obținerea unui loc de muncă sau păstrarea celui existent.

Toate aceste elemente prezentate anterior au condus de-a lungul timpului la apariția unui număr din ce în ce mai mare de unități de învățământ. Astfel, apariția noilor organizații la nivelul pieței i-au determinat pe cei care își desfășurau activitatea de o perioadă mai lungă de timp să găsească soluții prin intermediul cărora să se poată diferenția. Astfel, marketingul educațional a fost văzut ca o oportunitate, acesta împreună cu instrumentele sale având capacitatea de a oferi întreprinderilor suportul de care au nevoie pe piață.

Acest domeniu a fost analizat în ultimii ani de foarte mulți autori. Schimbările majore care s-au produs în ultimii ani la nivelul sistemelor de învățământ precum și concurența din ce în ce mai puternică i-au determinat pe foarte mulți autori să își îndrepte atenția către acest domeniu și să încerce să observe modul în care pot oferi servicii de înaltă calitate pentru a satisface în condiții superioare nevoile și dorințele utilizatorilor.

Aplicarea marketingului în domeniul educațional

Conform studiilor realizate la nivelul acestui domeniu, marketingul educațional a apărut undeva

la jumătatea anilor 1980³ în urma turbulențelor apărute la nivelul acestui domeniu din cauza concurenței din ce în ce mai ridicate existente pe piață. Astfel, din dorința de a atrage un număr din ce în ce mai ridicat de clienți, dar și pentru a putea înregistra fonduri din ce în ce mai mari, universitățile au început să aplice principiile marketingului la nivelul acestui domeniu⁴.

Conform analizelor realizate în acest domeniu⁵ s-a observat faptul că acest concept se diferențiază față de celelalte existente pe piață printr-o serie de caracteristici și anume:

- serviciile educaționale nu sunt tangibile, ceea ce implică incapacitatea utilizatorilor de a le testa și de a le analiza anterior. Astfel, în momentul alegerii unui anumit tip de serviciu educațional utilizatorii își asumă de multe ori anumite riscuri, deoarece nu știu cu certitudine cum le va fi prestat serviciul educațional;

- în foarte multe cazuri, alegerea serviciilor educaționale se face ținând cont de cadrul didactic sau de persoana desemnată pentru a presta serviciile educaționale. Astfel, în foarte multe situații personalul are un rol cheie în deciziile de achiziționare ale indivizilor;

- este foarte dificil să compari calitatea serviciilor educaționale. Acest aspect se datorează dificultății de a parcurge mai multe servicii educaționale în același timp;

- o altă caracteristică importantă a serviciilor se referă la faptul că serviciile educaționale nu pot fi returnate în urma consumului. Astfel, indiferent de gradul de satisfacție resimțit, o dată consumat serviciul educațional acesta nu poate fi returnat.

Aplicarea marketingului în domeniul educațional a făcut unitățile de învățământ să conștientizeze importanța pe care brandul instituției îl are în creionarea percepției utilizatorilor și în atitudinea acestora față de serviciile prestate. Brandul, chiar dacă este un element intangibil, are capacitatea de a influența utilizatorii și de a-i determina pe aceștia să aibă încredere în serviciile prestate la nivelul organizației⁶.

Alți autori⁷ care au analizat acest domeniu au încercat să observe modul în care activitatea de marketing poate influența gradul de satisfacție resimțit de utilizatorii serviciilor educaționale. Analizând în amănunt acest domeniu s-a observat faptul că un rol important la nivelul serviciilor educaționale îl are atât calitatea serviciilor prestate, cât și procesul de livrare a serviciilor educaționale.



Conform analizelor existente pentru a putea face față concurenței din ce în ce mai puternice existente pe piață, universitățile precum și celelalte instituții care își desfășoară activitatea în acest domeniu ar trebui să-și îmbunătățească permanent calitatea serviciilor oferite, să construiască servicii care să aibă la bază acțiuni interactive care să îi atragă pe utilizatori, și să încerce să utilizeze tehnologiile web pentru a facilita transmiterea și receptarea informațiilor.

În plus, așa cum am menționat procesul de livrare prezintă o importanță ridicată, acesta fiind cel care apropie mai mult consumatorul de către organizație. Așa cum am menționat anterior, serviciile educaționale se diferențiază de bunurile de larg consum prin inseparabilitate, mai precis faptul că nu se poate separa clientul de prestator. Astfel, la nivelul acestor servicii cadrul didactic joacă un rol esențial acesta fiind cel care contribuie la realizarea unei imagini cât mai clare cu privire la serviciile prestate. Pentru ca gradul de satisfacție resimțit de clienți să fie unul cât mai ridicat este foarte important ca profesorii să fie apropiați de cursanți astfel încât transmiterea și receptarea informațiilor să se realizeze cu ușurință.

În ultimii ani, procesul educațional a suferit unele modificări majore generate de posibilitatea desfășurării actului de predare și la nivelul mediului online. Astfel, din lipsa timpului, dar și din dorința de a parcurge într-un timp cât mai scurt o paletă mai vastă de informații, indivizii au început să apeleze din ce în ce mai des la cursurile din mediul online.

Unii autori au investigat acest domeniu de activitate și au observat faptul, că în ultimii ani, marketingul educațional digital a cunoscut o creștere spectaculoasă, foarte multe instituții de învățământ investind în crearea propriilor instrumente web prin intermediul cărora să aibă posibilitatea să transmită celor interesați informațiile de care aceștia au nevoie. În plus, dacă inițial predarea se realiza prin intermediul instrumentelor online simple (site-uri web), dezvoltările din ultimii ani au permis transmiterea informațiilor prin diverse metode precum: prin intermediul comunităților, prin intermediul rețelelor de socializare, a blogurilor, a forumurilor etc. În următoarea perioadă se preconizează o creștere a numărului celor care vor desfășura cursuri la nivelul mediului digital, această creștere fiind generată de dezvoltarea permanentă a mediului online și a instrumentelor regăsite la nivelul acestuia⁸.

Instrumentele web existente actualmente pe piață joacă un rol esențial în aplicarea marketingului la nivelul instituțiilor de învățământ. De foarte multe ori, acestea sunt cele care contribuie la crearea unei imagini cât mai bune în mintea utilizatorilor⁹.

Cu cât instrumentele web utilizate pentru transmiterea și receptarea informațiilor sunt mai performante și mai ușor de utilizat cu atât gradul de satisfacție resimțit de utilizatori este mai ridicat. Din această cauză instituțiile de învățământ care își desfășoară activitatea în acest domeniu ar trebui să fie preocupate permanent să își construiască instrumente web eficiente care să le faciliteze comunicarea cu indivizii și care să faciliteze transmiterea informațiilor.

Noile tehnologii web le-au permis trainerilor și profesorilor să își construiască materiale interactive care să îi atragă pe clienți și care să îi facă să rețină mai ușor informațiile transmise. Plecând de la aceste informații oferite pe piață, foarte mulți autori au analizat în ultimii ani modul în care rețelele de socializare, cât și celelalte instrumente de marketing online au capacitatea de a influența procesul de predare¹⁰. În plus, unii autori s-au bazat în mare parte pe partea de social media încercând să analizeze modul în care se realizează predarea prin intermediul paginilor wiki¹¹.

Concluzionând, trebuie menționat faptul că studiile desfășurate anterior în domeniul serviciilor educaționale au arătat faptul că aplicarea conceptului de marketing la nivelul acestuia aduce o serie de beneficii atât indivizilor cât și comunității în ansamblu. Mai mult, acestea contribuie la buna desfășurare a activității la nivelul instituțiilor de învățământ, conducând la creșterea finanțărilor¹².

Cercetarea satisfacției studenților privind cursurile desfășurate prin intermediul proiectelor finanțate din fonduri europene

Metodologia cercetării

Fluctuațiile permanente existente pe piața muncii au determinat foarte mulți oameni să se reprofileze și să își caute permanent locuri de muncă care să le permită obținerea unor venituri rezonabile. Pentru a putea facilita obținerea unui loc de muncă, aceștia au fost nevoiți de foarte multe ori să urmeze anumite cursuri de specializare care să îi acrediteze în respectivele domenii de activitate. Deoarece în foarte multe cazuri aceste



cursuri presupuneau un efort financiar destul de ridicat, indivizii s-au orientat rapid către serviciile educaționale prestate în cadrul proiectelor finanțate din fonduri europene. Astfel, indiferent de statutul ocupat pe piața muncii, indivizii au posibilitatea să urmeze diverse cursuri care să le ofere o anumită acreditare.

În perioada 2007 - 2015, în cadrul proiectelor finanțate din fonduri europene, au fost desfășurate o gamă variată de cursuri, numărul celor care le-au absolvit fiind considerabil. Având în vedere cele menționate anterior am considerat necesar desfășurarea unei cercetări în urma căreia să identific gradul de satisfacție resimțit de utilizatori în urma parcurgerii acestor cursuri desfășurate în cadrul proiectelor finanțate din fonduri europene.

Cercetarea s-a desfășurat în perioada 18.04.2016 - 25.04.2016, în București. Pentru a putea culege datele necesare la nivelul acestei cercetări a fost realizat un chestionar care a fost postat la nivelul unei platforme online. Astfel, prin intermediul acesteia, utilizatorii au avut posibilitatea să acceseze permanent (în perioada menționată anterior) chestionarul și să răspundă întrebărilor existente la nivelul acestuia. Studiul s-a desfășurat pe un eșantion de 104 respondenți.

Analiza și interpretarea rezultatelor

La nivelul acestei cercetări au participat un număr total de 147 de respondenți. Dintre aceștia, 71% (104) au menționat faptul că au urmat până în acest moment cel puțin un curs desfășurat în cadrul unui proiect finanțat din fonduri europene, în timp ce restul (43) au declarat că nu au participat până în acest moment la un astfel de curs. Astfel, se poate observa faptul că întrebarea filtru a avut rolul de a selecta respondenții care fac parte din colectivitatea selectată. Cercetarea de la nivelul acestei lucrări se va desfășura pe un eșantion de 104 respondenți.

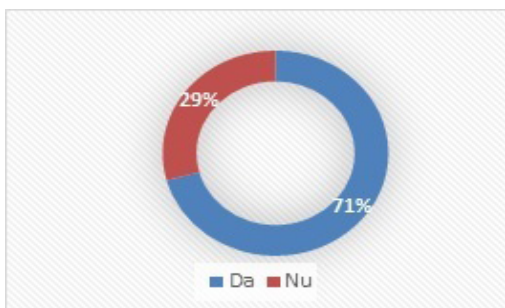


Fig. 1 Respondenții care au urmat până în acest moment cel puțin un curs desfășurat în cadrul unui proiect finanțat din fonduri europene

Referitor la sursele de informare pe care respondenții le-au utilizat pentru a se informa cu privire la cursurile finanțate din fonduri europene pe care le-au urmat, putem menționa faptul că cea mai mare parte a celor intervievați (48%) au declarat că și-au cules informațiile de care aveau nevoie de la experții de recrutare. 13% dintre aceștia au menționat că au aflat despre aceste cursuri de la profesorii din facultate, în timp ce 10% au declarat că prietenii și colegii au fost cei care i-au informat. 9% dintre respondenții care au participat la studiu au menționat că cei din familie le-au povestit despre existența acestor cursuri, în timp ce 8% dintre aceștia au menționat că au aflat din materialele promoționale care le-au fost împărțite. O pondere destul de ridicată a celor intervievați (10%) a menționat că a aflat de cursurile desfășurate prin fondurile europene din sursele online (website-uri, rețele sociale etc.), în timp ce 2% dintre aceștia au menționat că au aflat din alte surse decât cele prezentate anterior.

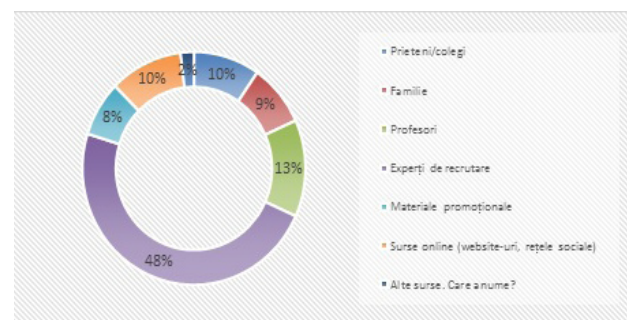


Fig. 2 Sursele de informare utilizate de către respondenți pentru a se documenta cu privire la cursurile desfășurate în cadrul proiectelor finanțate din fonduri europene

În ceea ce privește legătura existentă între domeniul în care respondenții își desfășoară activitatea și tipul cursurilor pe care aceștia le-au urmat, 56% dintre cei intervievați au menționat faptul că au optat pentru parcurgerea anumitor cursuri care se află în același domeniu de activitate cu cel pe care îl desfășoară actualmente, în timp ce 44% dintre aceștia au menționat faptul că aceste cursuri au fost desfășurate în domenii diferite. Este posibil ca cei care au optat să desfășoare cursuri în același domeniu de activitate ca cel în care își desfășoară actualmente activitatea să își dorească să se specializeze și să obțină o gamă mult mai variată de informații, în timp ce ceilalți și-au dorit să obțină și o altă specializare care să le fie de ajutor ulterior. Mai mult, aceste informații suplimentare îi

pot ajuta pe unii dintre respondenți în activitățile pe care aceștia le pot desfășura ulterior.

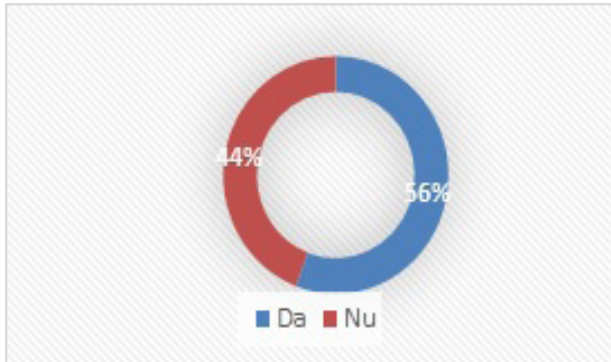


Fig. 3 Legătura existentă între domeniul cursului urmat și domeniul de activitate în care respondenții își desfășoară actualmente activitatea

Referitor la domeniile de activitate în care se încadrează cursurile parcurse de către respondenți, din cercetare s-a observat faptul că cei mai mulți au urmat cursuri în domeniul marketingului (46%). O pondere destul de ridicată a respondenților (35%) au parcurs cursuri în domeniul managementului, în timp ce 10% dintre aceștia au optat pentru desfășurarea unor cursuri finanțate din fonduri europene în domeniul IT. O pondere mai redusă a respondenților (5%) au optat pentru parcurgerea unor cursuri în domeniul turismului în timp ce 4% dintre aceștia au urmat diverse cursuri în domeniul financiar-contabil. Din analiza realizată se poate observa o pondere destul de ridicată a celor care au optat pentru parcurgerea unor cursuri fie în domeniul marketingului, fie în domeniul managementului. Este posibil fie ca tematica cursurilor să fii fost una mai atractivă, fie acestea să se fi aflat în concordanță cu domeniul de activitate al respondenților. Domeniul IT se află și el în topul preferințelor respondenților, o parte dintre aceștia parcurgând anumite cursuri de specializare în acest sector pentru a obține o anumită acreditare.

În ceea ce privește gradul de mulțumire al respondenților cu privire la modalitatea de desfășurare a cursurilor finanțate din fonduri europene pe care l-au urmat, din analiză s-a observat faptul că 60% dintre aceștia s-au declarat foarte mulțumiți de modul în care acestea s-au desfășurat, în timp ce 32% au menționat că au fost satisfăcuți. O pondere mai restrânsă a celor intervievați (3%) nu se consideră nici mulțumiți, nici nemulțumiți de modalitatea de desfășurare a acestor servicii educaționale, în timp ce 5% s-au declarat nemulțumiți de acestea. Din cele prezentate se poate observa o pondere destul de ridicată a celor care s-au declarat satisfăcuți de aceste cursuri și de modul în care acestea s-au desfășurat.

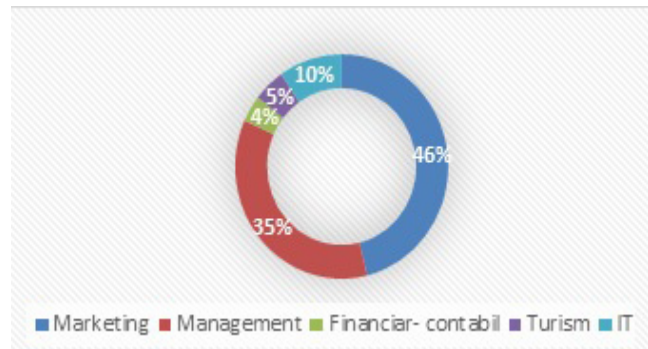


Fig. 4 Domeniile de activitate în care au fost desfășurate cursurile finanțate din fonduri europene parcurse de respondenți

Referitor la principalele elemente cărora respondenții le acordă o importanță crescută la nivelul cursurilor finanțate din fonduri europene, din analiză s-a observat faptul că pe primul loc se află diploma obținută în urma parcurgerii acestor cursuri. Astfel, acreditarea cursurilor reprezintă principalul atribut de care respondenții țin cont atunci când își aleg un anumit curs finanțat din fonduri europene. Un alt element care prezintă o importanță crescută pentru studenți se referă la

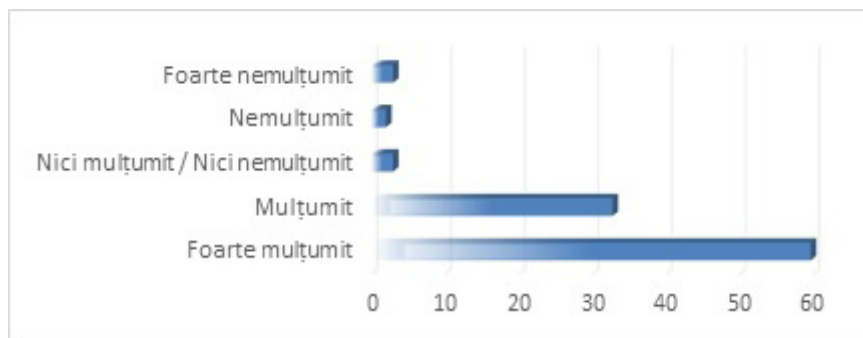


Fig. 5 Gradul de mulțumire al respondenților cu privire la modalitatea în care s-au desfășurat cursurile finanțate din fonduri europene

calitatea formatorilor care țin cursurile respective. Astfel, calitatea acestora, cunoștințele din domeniu precum și pregătirea pe care aceștia o au prezintă o importanță sporită pentru cei analizați. Pe locul trei în topul importanței acordate de către respondenți se află informațiile transmise. Media obținută de această variabilă ne arată faptul că cei intervievați acordă o atenție sporită calității serviciilor educaționale, punând un accent important pe acest

acordă o importanță mai scăzută acestor servicii, acestea fiind considerate a nu influența într-o măsură ridicată actul educațional.

În ceea ce privește gradul de satisfacție resimțit de respondenți cu privire la o serie de atribute referitoare la modalitatea de desfășurare a cursurilor finanțate din fonduri europene, respondenții s-au declarat cei mai satisfăcuți de diploma pe care au putut să o obțină în urma parcurgerii acestor cursuri.

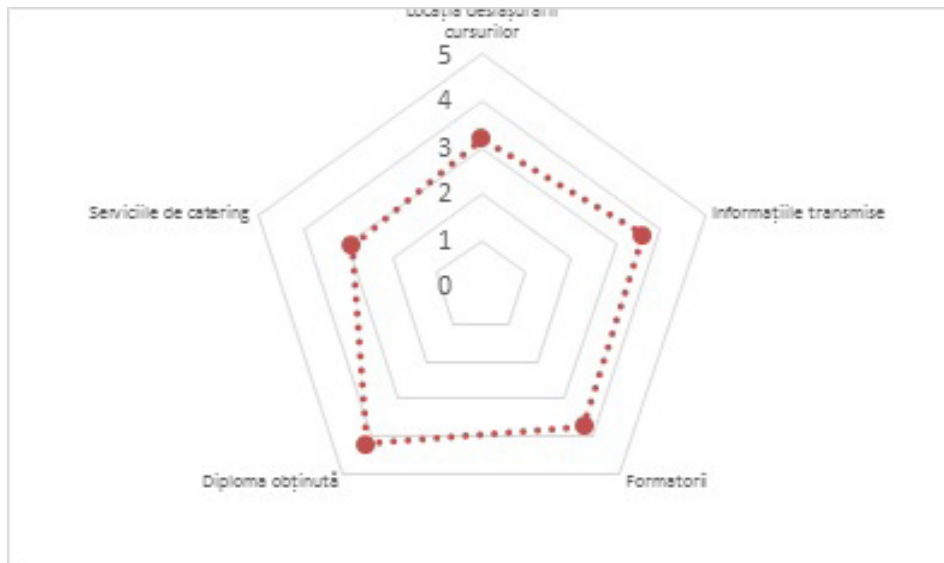


Fig. 6 Elementele care prezintă o importanță crescută pentru respondenți atunci când evaluează cursurile desfășurate la nivelul proiectelor finanțate din fonduri europene

atribut. Locația cursurilor este și aceasta importantă pentru respondenți, media obținută fiind de 3.2. Pe ultimul loc în ceea ce privește importanța diverselor atribute pentru respondenți se află serviciile de catering. Astfel, observăm faptul că respondenții

Astfel, așa cum am putut observa și anterior, acreditarea obținută este unul dintre elementele care prezintă o importanță sporită pentru aceștia. Respondenții s-au declarat la fel de mulțumiți atât de promptitudinea formatorilor în rezolvarea

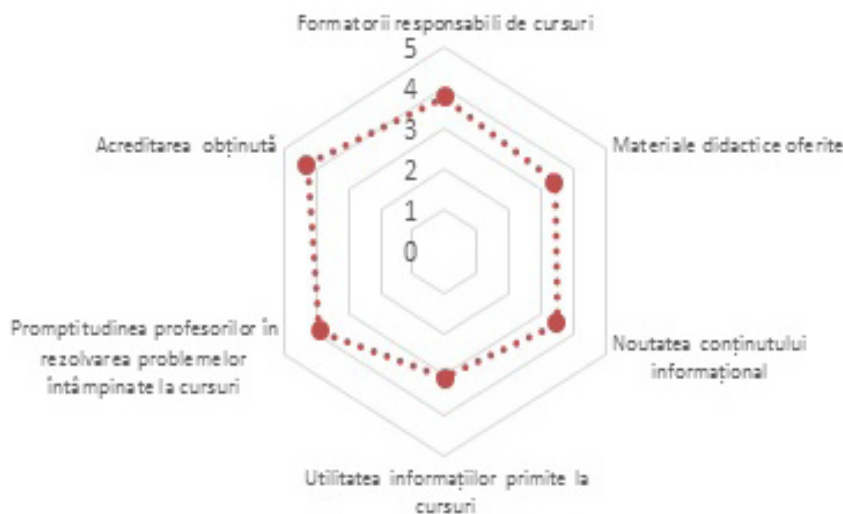


Fig. 7 Satisfacția respondenților cu privire la o serie de atribute care definesc cursurile finanțate din fonduri europene

problemelor, cât și de modul în care aceștia le-au transmis informațiile, mediile obținute în acest caz fiind de 3.9, respectiv 3.8. Un alt element de care indivizii se declară mulțumiți este și noutatea informațiilor transmise (3.5). Astfel, cu toate că

dezvoltarea propriei cariere. 23% dintre respondenți au menționat că aceste cursuri îi ajută, în mare măsură, în activitatea profesională, în timp ce 10% dintre aceștia au spus că nu consideră ca acestea au un impact considerabil asupra propriei cariere.

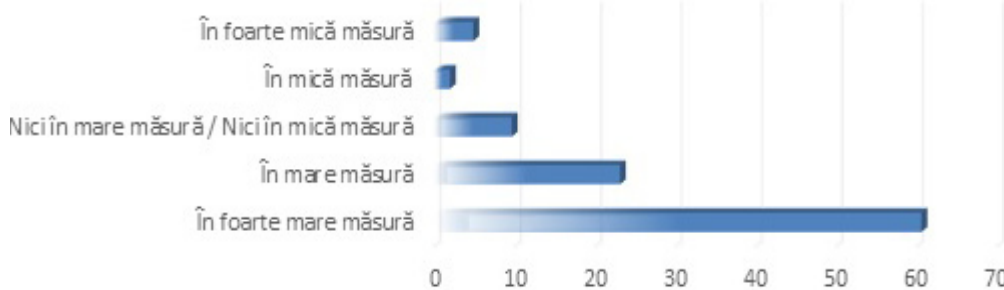


Fig. 8 Măsura în care informațiile furnizate prin intermediul cursurilor finanțate din fonduri europene îi pot ajuta pe respondenți în dezvoltarea propriei cariere

media obținută este mai redusă, studenții consideră că informațiile care le-au fost furnizate au putut într-o anumită măsură să atingă așteptările pe care aceștia le aveau. Mai mult, aceștia s-au declarat satisfăcuți și de materialele primite (3.4), precum și de utilitatea informațiilor transmise (3.1). Materialele primite au un rol foarte important

O pondere mai scăzută dintre cei care au participat la studiu (7%) au menționat faptul că informațiile transmise prin intermediul acestora au capacitatea de a-i ajuta în dezvoltarea propriei cariere doar în mică măsură.

În ceea ce privește gradul de satisfacție resimțit per total de respondenți cu privire la cursurile

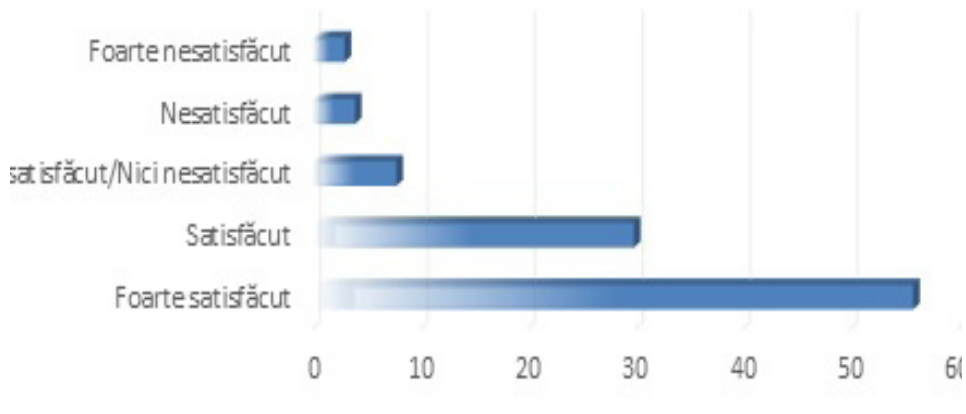


Fig. 9 Gradul de satisfacție resimțit per total de respondenți cu privire la cursurile finanțate din fonduri europene

în transmiterea și receptarea informațiilor, iar din studiul desfășurat am putut observa faptul că respondenții le-au considerat utile, ceea ce aduce un plus de valoare cursurilor finanțate din fonduri europene.

Din analiza realizată s-a observat faptul că cea mai mare parte a respondenților (60%) sunt de părere că informațiile pe care le-au asimilat prin intermediul proiectelor finanțate din fonduri europene le sunt de foarte mare ajutor în

finanțate din fonduri europene s-a putut observa faptul că majoritatea celor intervievați (56%) s-au declarat foarte mulțumiți de aceste cursuri. 30% dintre indivizi au menționat că sunt satisfăcut de aceste cursuri, în timp ce 8% au menționat că nu se simt nici satisfăcuți, dar nici nesatisfăcuți de acestea. O pondere mai redusă a celor intervievați s-au declarat fie nesatisfăcuți (4%), fie foarte nesatisfăcuți (3%) de modul în care aceste cursuri s-au desfășurat. Din analiză se poate observa faptul



că există o pondere destul de ridicată a celor care se simt satisfăcuți de modul în care aceste cursuri le-au satisfăcut nevoile și dorințele, dar și o pondere mai redusă care s-au declarat nemulțumiți de modul în care acestea s-au desfășurat.

În ceea ce privește respondenții care ar recomanda cursurile finanțate din fonduri europene prietenilor sau apropiați, se poate observa faptul că o pondere destul de ridicată (91%) a celor intervievați au menționat că ar face acest lucru. Cu toate acestea, 9% dintre aceștia au menționat că nu ar recomanda aceste cursuri cunoscuților. Astfel, corelând cu cele obținute anterior putem menționa faptul că în general cei care s-au declarat satisfăcuți de aceste cursuri finanțate din fonduri europene au tendința de a le recomanda ulterior, în timp ce indivizii nesatisfăcuți sau cei indiferenți nu le-ar recomanda. Ponderea ridicată a celor dornici să recomande astfel de cursuri arată faptul că oamenii sunt foarte deschiși la noile oportunități oferite pe piață și din această cauză își doresc să le ofere și altor persoane posibilitatea de a urma astfel de cursuri educaționale finanțate din fonduri externe.

Referitor la respondenții care ar participa și pe viitor la diferite cursuri finanțate din fonduri europene, 90% dintre aceștia au menționat că și-ar mai dori să urmeze astfel de cursuri în timp ce

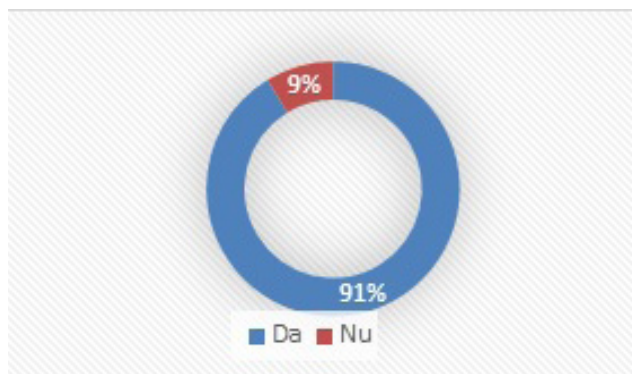


Fig. 10 *Respondenții care ar recomanda cursurile desfășurate în cadrul proiectelor finanțate din fonduri europene*

10% dintre cei intervievați au menționat că nu își mai doresc acest lucru. Cei care nu mai sunt dornici să urmeze astfel de cursuri este posibil să aibă un anumit grad de insatisfacție cu privire la aceste cursuri desfășurate prin intermediul proiectelor finanțate din fonduri europene fie acestea nu mai prezintă interes pentru ei și din această cauză evită să le mai urmeze.

Analizând respondenții din perspectiva distribuției demografice putem menționa faptul că 63% dintre aceștia sunt femei în timp ce 37% sunt bărbați. Analizând din perspectiva ultimei școli

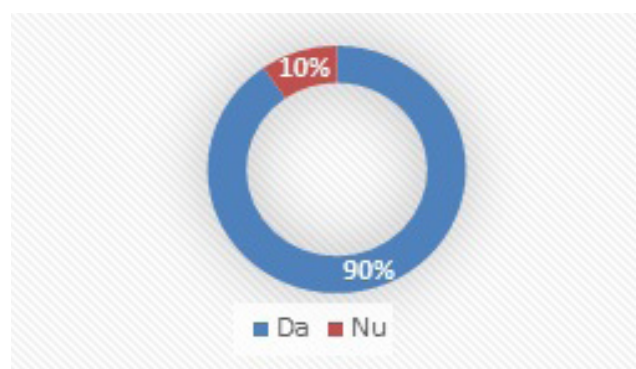


Fig. 11 *Respondenții care ar participa pe viitor și la alte cursuri finanțate din fonduri europene*

absolvite de către respondenți se poate observa faptul că 47% dintre cei analizați au menționat că au ultima școală absolvită licența, 43% au ultima școală absolvită liceul în timp ce 10% au absolvit masteratul. În ceea ce privește mediul de reședință al respondenților, din analiză se poate observa faptul că 96% dintre cei intervievați trăiesc în mediul urban, în timp ce 4% trăiesc în mediul rural.

Concluzii

Piața serviciilor educaționale a cunoscut o dezvoltare rapidă în ultimii ani, indivizii fiind din ce în ce mai preocupați să obțină diverse acreditări în anumite domenii de activitate care să le ofere posibilitatea să intre în posesia unui loc de muncă mai bun. Actualmente, pe piața din România, oamenii au posibilitatea să urmeze o varietate de cursuri educaționale organizate de diverse instituții specializate, de companii sau de diverse organizații din domeniu. Din 2007 și până în prezent, acestora li s-a oferit șansa de a obține diverse acreditări, parcurgând anumite cursuri desfășurate la nivelul proiectelor finanțate din fonduri europene. Prin intermediul acestora, indivizii aveau posibilitatea să obțină într-un timp foarte scurt o varietate de informații și la un cost minim.

Din analiza realizată la nivelul acestei lucrări, s-a observat faptul că respondenții sunt satisfăcuți de modalitatea de desfășurare a cursurilor finanțate din fonduri externe. Aceștia și-au cules principalele informații de care aveau nevoie cu privire la aceste cursuri fie de la experții de recrutare, fie de la profesori sau de la prieteni și apropiați. Cele



mai importante elemente, de care respondenții țin cont atunci când analizează aceste cursuri, sunt: acreditarea obținută, calitatea formatorilor și informațiile transmise. În plus, aceștia consideră că au posibilitatea să aplice în practică informațiile pe care le-au obținut în cadrul acestor cursuri, acestea ajutându-i într-o măsură importantă în dezvoltarea propriei cariere profesionale. Rezultatele studiului au arătat faptul că studenții sunt dispuși să recomande cunoscuților pe viitor astfel de cursuri. În plus, aceștia au menționat că intenționează în următoarea perioadă să participe la astfel de cursuri pentru a se putea specializa în diferite domenii de activitate. Analizând, per total, gradul de satisfacție resimțit de respondenți se poate observa faptul că aceștia sunt foarte mulțumiți de modul în care acestea s-au desfășurat precum și de informațiile transmise prin intermediul acestora.

Concluzionând, consider că serviciile educaționale oferite prin intermediul proiectelor finanțate din fonduri europene contribuie într-o măsură importantă la dezvoltarea indivizilor, ajutându-i pe aceștia să obțină mai ușor un loc pe piața forței de muncă. Prin intermediul studiului cantitativ desfășurat, această cercetare a avut menirea de a ne prezenta o imagine completă asupra gradului de satisfacție resimțit de studenți în urma parcurgerii acestor cursuri finanțate din fonduri europene.

NOTE:

- 1 S. Cristea, C. Constantinescu, *Sociologia educației*, Editura Hardiscom, Pitești, 1998.
- 2 R.H. Dave, *Fundamentele educației permanente*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1991.
- 3 T. Hayes, *Delphy study of the future of marketing of hayer education*, Journal of Business Research, Vol. 60, 2007, pp. 927-931.
- 4 G. Drummond, *Consumer confusion: reduction strategies in higher education*, International Journal of Educational Management, Vol. 18, Nr. 5, 2004, pp. 317-323.
- 5 C.C. Glava, A.E. Glava, "Moment of Truth" in *Educational Marketing. Factors That Contribute to the Decision Making on the Educational Market in Romania*, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Vol. 180, 2015, pp. 170-175.
- 6 P.A. Rauschnabela, N. Kreyb, B.J. Babinb, B.S. Ivens, *Brand management in higher education: The University Brand Personality Scale*, Journal of Business Research, Vol. 69, Nr. 8, 2016, pp. 3.077-3.086.
- 7 N. Kalenskaya, I. Gafurov, A. Novenkova, *Marketing of Educational Services: Research on Service Providers Satisfaction*, Procedia Economics and Finance, Vol. 5, 2013, pp. 368-376.

8 A.M. Shaltoni, *E-marketing education in transition: An analysis of international courses and programs*, The International Journal of Management Education, Vol. 14, Nr. 2, 2016, pp. 212-218.

9 Ștefko R., Fedorko R., Bačík R., *The Role of E-marketing Tools in Constructing the Image of a Higher Education Institution*, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Vol. 175, 2015, pp. 431-438.

10 E.D. Brocato, N.J. White, K. Bartkus, A.A. Brocato, *Social media and marketing education a review of current practices in curriculum development*, Journal of Marketing Education, Vol. 37, Nr. 2, 2015, pp. 76-87.

11 N. Granitz, S.K. Koernig, *Web 2.0 and marketing education: explanations and experiential applications*, Journal of Marketing Education, Vol. 33, Nr. 1, 2011, pp. 57-72.

12 P. Eckel, *Redefining competition constructively: the challenge of privatization, competition, and market-based state policy in the United States*, Higher Education Management and Policy, Vol. 19, Nr. 1, 2007, pp. 1-17.

BIBLIOGRAFIE

Brocato E.D., White N.J., Bartkus K., Brocato A.A., *Social media and marketing education a review of current practices in curriculum development*, Journal of Marketing Education, Vol. 37, Nr. 2, 2015.

Cristea S., Constantinescu C., *Sociologia educației*, Editura Hardiscom, Pitești, 1998.

Dave R.H., *Fundamentele educației permanente*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1991.

Drummond G., *Consumer confusion: reduction strategies in higher education*, International Journal of Educational Management, Vol. 18, Nr. 5, 2004.

Eckel P., *Redefining competition constructively: the challenge of privatization, competition, and market-based state policy in the United States*, Higher Education Management and Policy, Vol. 19, Nr. 1, 2007.

Glava C.C., Glava A.E., "Moment of Truth" in *Educational Marketing. Factors That Contribute to the Decision Making on the Educational Market in Romania*, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Vol. 180, 2015.

Granitz N., Koernig S.K., *Web 2.0 and marketing education: explanations and experiential applications*, Journal of Marketing Education, Vol. 33, Nr. 1, 2011.

Hayes T., *Delphy study of the future of marketing of hayer education*, Journal of Business Research, Vol. 60, 2007.



Kalenskaya N., Gafurov I., Novenkova A., *Marketing of Educational Services: Research on Service Providers Satisfaction*, *Procedia Economics and Finance*, Vol. 5, 2013.

Rauschnabela P.A., Kreyb N., Babinb B.J., Ivens B.S., *Brand management in higher education: The University Brand Personality Scale*, *Journal of Business Research*, Vol. 69, Nr. 8, 2016.

Shaltoni A.M., *E-marketing education in transition: An analysis of international courses and programs*, *The International Journal of Management Education*, Vol. 14, Nr. 2, 2016.

Štefko R., Fedorko R., Bačík R., *The Role of E-marketing Tools in Constructing the Image of a Higher Education Institution*, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 175, 2015.