



UNIwersytet
JAGIELLOŃSKI
W KRAKOWIE

Orientalista na rynku pracy. Badanie opinii pracodawców zatrudniających absolwentów filologii orientalnej

Najważniejsze wnioski

Ogólna charakterystyka badania

- ▶ Dane zebrane od określonej grupy pracodawców tj. zatrudniających absolwentów filologii orientalnej.
- ▶ Projekt w odpowiedzi na zapotrzebowanie informacyjne pracowników Instytutu Orientalistyki UJ, odpowiedzialnych za jakość kształcenia.
- ▶ Cel główny: poznanie opinii pracodawców na temat kompetencji orientalistów (diagnoza kompetencji poszukiwanych, luk oraz nadwyżek kompetencyjnych).

Metodologia

BADANIE DWUMODUŁOWE

Moduł „Pracodawcy”

Wywiady
z pracodawcami
tzw. mini-depths (20)

Moduł „Oferty”

Analiza danych
zastanych – oferty
pracy dla orientalistów

Profil pracodawców udzielających wywiadów

- ▶ Zatrudniający absolwentów filologii orientalnej.
- ▶ Zasadnicze kryterium: język z grupy orientalnych.
- ▶ Zróżnicowane branże (najwięcej: BPO/SSC).
- ▶ Większość: sektor prywatny.
- ▶ Zróżnicowana wielkość (połowa: duże przedsiębiorstwa).
- ▶ Wywiad: najczęściej z Kierownikami ds. personalnych lub Kierownikami Działów.

Wyniki – wywiady z pracodawcami



Wyniki – wywiady z pracodawcami

W jaki sposób studenci mogą się przygotować do wejścia na rynek pracy?

- Zdobywanie dobrej jakości doświadczenia zawodowego.
- Wzmocnienie następujących kompetencji:
 - umiejętność rozwiązywania problemów, odporność na stres,
 - zaangażowanie w wykonywane obowiązki, motywacja,
 - otwartość na naukę,
 - otwarcie się na komunikację z przełożonymi i współpracownikami.

Wyniki – wywiady z pracodawcami

W jaki sposób studenci mogą się przygotować do wejścia na rynek pracy?

- Podejmowanie aktywności związanych z karierą zawodową, dążenie do „bycia zauważonym” na rynku pracy.
- Doskonalenie języka obcego w praktyce.
- Rozwijanie zainteresowań na temat konkretnej branży i pogłębianie wiedzy o niej (profilowanie ścieżki zawodowej).

Wyniki – wywiady z pracodawcami

Rola Uczelni w procesie przygotowania studentów do wejścia na rynek pracy polega na stwarzaniu możliwości i proponowaniu narzędzi*:

- współpraca z otoczeniem biznesowym (praktyki w przedsiębiorstwach, mentoring, spotkania z firmami itd.),
- wyjazdy na stypendia zagraniczne,
- kształtowanie postaw studentów,
- promocja studentów i absolwentów w otoczeniu społeczno-gospodarczym i uczenie ich w jaki sposób się promować (zwłaszcza tych mniej aktywnych, tych, którzy tego potrzebują),
- organizacja szkoleń: język branżowy i biznesowy, Excel, narzędzia tłumaczeniowe.

*Wg badanych pracodawców: główna odpowiedzialność za kształtowanie kariery zawodowej spoczywa nie na Uczelni, ale na studentach.

Wyniki – analiza treści ofert

Analiza ofert pracy i praktyk opublikowanych na stronie Sekcji Karier Uniwersytetu Jagiellońskiego w latach 2011–2014, skierowanych do osób posługujących się językami z grupy orientalnych

- ▶ Stosunkowo niewielka ilość tego rodzaju ofert.
- ▶ Wszystkie oferty: sektor **prywatny**.
- ▶ Najczęściej występująca branża: **finanse**.

Wyniki – analiza treści ofert

- ▶ Ponad połowa ofert: brak wymogu ukończenia uczelni wyższej.
- ▶ Połowa ofert: wymóg biegłej znajomości języka orientalnego połączony z biegłą znajomością języka angielskiego.
- ▶ Najczęściej pojawiający się w ofertach język orientalny: turecki.
- ▶ Około połowa ofert: niesformułowane wymagania dotyczące kompetencji miękkich. Jeżeli formułowane, to: analityczne myślenie, zarządzanie czasem, zaangażowanie, motywacja, komunikowanie.
- ▶ Dość często: Excel i Word.