

Tipuri de proiecte – Tarife și oferte speciale

Nr.	Tipuri de proiecte	Alege perioada	Pachet ul parten erului	Pachet de imagine	Pachet pentru recrutare	Tarife (Euro)
1+3 Informații privind grupurile target și producerea unei imagini a unei responsabilități sociale						
1.1	Prezentarea companiei		√	√		200+
1.2	Vizită la companie		√	√	√	150+
1.3	Lansarea/promovrea cursurilor de master pe care compania le oferă, școli de afaceri, alte proiecte		√	√		250+
1.4	Training-uri pentru studenți					250+
1.5	Studii de caz					250+
1.6	Practică oferită de companie		√			500+
1.7	Școală de afaceri – cu implicarea specială a companiei					2500+
1.8	Invitat special la toate proiectele CDC		√	√		1000
1.9	Prezența pe toate materialele CDC		√	√	√	500
1.10	Acțiuni sociale: sponsorizarea universității			√		600
1.11	Alte evenimente și proiecte speciale: Shadowing day					500+
2. Soluții la probleme specifice						
2.1	Recrutare și selecție 5 proiecte		√		√	1000
	-Promovarea job-urilor disponibile		√		√	50+/job
	-Selecție cu referire short list		√		√	Salariu brut/1 luna
2.2	Concurs		√			250+
2.3	Internship (promovare, Selecția participanților, monitorizare, evaluare)		√	√	√	250+
	- Practică plătită		√	√	√	250+
	- Practică neplătită		√	√	√	250+
3. Altele (evaluarea companiei și a poziției produselor sale pe diferite piețe)						
3.1	Angajatorul preferat		√	√	√	200
3.2	Studii de piață					200+
	- Studii de imagine					200+
	- Implementarea și generarea raportului					200+
4. Proiecte CDC speciale						
4.1	Ghidul Carierei – vezi propunere speciala pentru Ghidul Carierei					
4.2	Școala de resurse umane		√			
	- promovare pe toate materialele		√	√		200

	- absolvent CD – posibilitatea de a selecta dintre persoane specializate ca și trainerii				√	250
4.3	Școala de vânzări					
	- promovare pe toate materialele		√	√		200
	- absolvenți CD – posibilitatea de a selecta dintre persoane specializate ca și trainerii				√	250
4.4	Training de Planificarea Carierei – promovare		√	√		200
4.5	Consiliere în carieră - promovare		√	√		200
Ofertă specială pentru parteneri						
	Pachet Premium pentru Parteneri		6800+			500/ lună
	Pachetul de Imagine			4750+		350/ lună
	Pachetul de Recrutare				2950+	200/ lună
	Pachet pentru cereri speciale					

Tipuri de proiecte din care puteti alege

Nr	Tipuri de proiecte	Scurtă descriere
1+3 Scop: De a informa grupul țintă și de a ajuta la crearea unei imagini a unei companii ce are responsabilitate socială		
1.1	Prezentare de companie	Scop: de a informa studenții sau absolvenții despre compania d-voastră, oportunitățile de carieră pe care le oferiți, produsele d-voastră, perspectivele pe care le aveți. Numărul participanților depinde de grupul țintă, bazat pe studiile lor, variind între 15 și 600.
1.2	Vizită la companie	Scop: de a furniza potențialilor angajați o perspectivă internă despre condițiile de lucru ale companiei, tehnologia utilizată, mediul șioameni care lucrează în compania d-voastră. Poate fi combinată cu „job pentru o zi”, o prezentare de la egal la egal de către un angajat la un posibil ocupant al postului respectiv, pentru a observa ce performanțe trebuie să aibă pentru postul respectiv.
1.3	Lansare /promovare a cursurilor de master pe care compania le oferă, școli de afaceri sau alte proiecte pentru studenți	Scop: de a informa studenții/absolvenții despre alte oportunități pe care compania d-voastră le oferă, prin intermediul unor evenimente speciale realizate în așa fel încât să atragă cei mai buni aplicanți pentru proiectele d-voastră. Noi putem utiliza mai multe instrumente promoționale : materiale scrise (create de departamentul nostru de marketing), prezentări la cursuri, info-desk-uri, mail-uri la studenții din baza noastră de date.
1.4	Training-uri pentru studenți	Scop: de a construi o imagine prin educație. De a crea o legătură mai apropiată cu studenții prin intermediul trainerilor d-voastră. Ca și regulă, se alege de către d-voastră grupurile țintă de studenți, în funcție de trainerii disponibili și competențele acestora.
1.5	Studii de caz	Scop : de a furniza soluții la problemele companiei prin mobilizarea unor competențe externe, prin provocarea studenților de a lucra în echipe mixte(în afara angajaților companiei) prin specificarea nevoilor care există. Echipele pot fi formate din studenți cu diferite abilități și competențe.
1.6	Burse de studiu oferite de companie	Scop : de a sprijini cei mai buni studenți, cu rezultate remarcabile, școlare și extrașcolare, doar pentru imagine sau pentru a asigura forța de muncă a companiei în viitor. Criteriile de selecție și durata bursei sunt stabilite în funcție de scop (mai ridicat are o valoare mai mare și o perioadă de timp mai îndelungată pentru a sprijini viitorii angajați).
1.7	Școală de afaceri – cu implicarea specială a companiilor	Scop: de a influența opinia publică în ceea ce privește compania d-voastră. Participanții, de preferință sunt selectați pe baza abilităților lor de lideri, pe baza experiențelor pe care le au. Ei vor proveni din diverse medii educaționale(facultatea de drept, medicină, științe economice, sociologie, farmacie și altele). Proiectul poate lua forma unui training de două săptămâni. Zilnic, 15-30 de participanți, vor merge să cunoască un departament al unei companii și vor fi provocați să lucreze pe acest departament, pe aspectele cele mai motivante. Acest tip de proiect asigură o largă acoperire media și o apreciere publică..

1.8	Invitat special la toate proiectele CDC	Scop: Reprezentanții managariali ai companiei d-voastră sunt invitați să fie în prezență la toate proiectele CDC, asigurându-se astfel că studenții au o informare continuă și o contact direct cu compania d-voastră.
1.9	Prezența pe toate materialele CDC	Scop: Fiind mereu în ochii și mintea studenților, ei se vor referi frecvent la numele companiei d-voastră, apreciind că vă implicați în dezvoltarea lor. A asta le va facilita o apropiere a numelui companiei d-voastră. Această metodă va determina studenții să considere că într-adevăr compania d-voastră este un sprijin în dezvoltarea lor personală și profesională cu ajutorul proiectelor pe care le faceți pentru ei.
1.10	Acțiuni sociale: sponsorizarea universității	Scop : atragerea profesorilor și a conducerii universităților prin sprijinirea acestora în a realiza condiții de studiu acceptabile. Acest grup de persoane, de obicei, au un rol foarte important în a direcționa studenții spre proiectele, cursurile de master pe care compania d-voastră le organizează pentru aceștia sau încurajează studenții să-și caute un job în compania d-voastră.
1.11	Alte evenimente sau proiecte speciale	Scop: de a realiza ceva la care încă nu v-ați gândit, dar odată expuse ideile veți observa că sunt foarte utile pentru d-voastră și compania d-voastră (de ex. O zi de Shadowing, Ziua porților deschise, Ziua companiei).
2.Scop: Soluții la probleme specifice		
2.1	Recrutare și selecție	Scop: de a acoperi nevoile d-voastră pentru personal cu o pregătire superioară. Este mai rapid, mult ai ieftin și cu garanția unui proces realizat a vă satisface aceste nevoi.
	-Promovarea de job-uri disponibile	Scop: de a vă asigura că grupul țintă a primit informația despre această oportunitate în cel mai eficient mod posibil. Noi vom selecta sau recomanda cel mai eficient canal de comunicare în acest sens: de a merge la cursuri, fluturași, afișe, mail.
	-Selectare din baza de date	Scop: când timpul este scurt, nevoia trebuie acoperită cât mai repede sau selecția nu trebuie să fie anunțată public, noi putem să utilizăm baza noastră de date pentru a căuta persoana care se potrivește cel mai bine cu descrierea jobului. Baza noastră de date este mereu în creștere, cu toți participanții de la proiectele CDC, cu CV-urile care vin mereu la noi la sediu ca și o dovadă a rezultatelor previzionate în reușita intermedierei dintre studenți și firme, de asemenea cu CV-urile pe care le primim de la târgurile de forță de muncă sau de la alte evenimente.
	-Selecție de CV-uri	Scop: de a reduce munca de recrutare pentru departamentul de resurse umane.
	-Selecție prin interviu	Scop: de a reduce timpul pe care îl consumă interviurile pentru ocuparea unui post vacant. Interviurile o poate realiza CDC cu ajutorul unor traineri profesioniști care sunt capabili să furnizeze rezultatele așteptate.
2.2	Concurs	Scop: de a găsi diferite posibile abordări utilizând creativitatea și cunoștințele în a furniza soluții. Poate lua forma unui concurs de eseje sau referate, iar soluțiile să fie prezentate în fața reprezentanților companiei.

2.3	Internship	Scop: de a acoperi temporar nevoia de personal, de a verifica capacitatea de lucru a unor persoane care nu fac parte din angajați, de a oferi o privire din interior unor tineri profesioniști pentru a le stârni interesul pentru compania d-voastră. Noi vom promova acest proiect, vom selecta participanții, vom monitoriza evoluția lor și vom evalua performanța lor.
	-Practică plătită	Avantajul: de a da studenților senzația că deja lucrează pentru compania d-voastră și își asumă responsabilități.
	-Practică neplătită	Este obligatoriu în anumiți ani de studiu și d-voastră puteți să începeți prin a-I atrage și a le da o șansă studenților de a acumula o experiență practică.

3. Altele (evaluarea companiei și a produselor sale pe diferite piețe)

3.1	Angajatorul preferat	Scop: de a evalua dinamica pieței de muncă, preferințele de angajare ale studenților, ce-I determină pe anumiți absolvenți de a allege o anumită companie. Se aplică anual pe aproximativ 400 de subiecți.
3.2	Studii de piață	Scop: de a evalua cererile actuale pentru anumite produse, poziția actuală a companiei, preferințele clienților.
	-Studii de imagine	Putem realiza un studiu de imagine profesional pentru compania dumneavoastră, deoarece noi colaborăm cu cei mai buni profesori de marketing de la facultatea de Științe Economice care au o experiență practică în afaceri.
	- Crearea și implementare de rapoarte	Noi putem de asemenea furniza forța de muncă necesară pentru aplicarea chestionarelor care să genereze pentru dumneavoastră informații privind anumite aspecte ale companiei pe care o conduceți.

4. Proiecte speciale ale CDC

4.1	Ghidul Carierei	Scop: informarea studenților cu cele mai solide informații în ceea ce oferă piața la un moment dat. Este achiziționat în mod direct de către 2000 de studenți și indirect de către colegii lor. Per total noi am estimat că cel puțin 10.000 de studenți au citit în ediția Ghidului Carierei din 2004 și același număr va fi și în ediția acestui an (30% din studenții de la Universitatea Politehnică și de la Universitatea de Vest).
4.2	Școala de resurse umane	Scop: de a da studenților posibilitatea unei constatări practice despre managementul resurselor umane. Proiectul durează cinci săptămâni de training combinate cu o parte practică: recrutare și selecție, integrare, motivare, evaluarea performanțelor, dezvoltare (training și planificarea carierei). Participanții vor fi selectați conform motivației lor în ceea ce privește dorința lor de a face carieră în managementul resurselor umane. Ei vor aplica în practică teoria pe care o învață pe echipa de vânzări, echipă care face parte din școala de vânzări.
	- promovare pe toate materialele	Scop: de a crea o imagine a implicării companiei în dezvoltarea societății prin dezvoltarea oamenilor.
	- absolvenți CD posibilitatea de a selecta trainerii	Participanții vor fi monitorizați și evaluați. Se bazează pe performanțele și interesele pe care le manifestă compania în căutarea unor trainerii deja specializați pentru a aprecia competența departamentului de HR existent.

4.3	Școala de vânzări	Scop: de a da studenților o imagine reală despre ce înseamnă vânzări, o constatare practică ce constă în ideea de vânzare a produselor. Intenția noastră este de a crea o imagine favorabilă despre ce înseamnă să lucrezi în vânzări. Vor fi expuneri ale unor reprezentanți de vânzări, manageri de vânzări, manageri generali de succes, persoane care înțeleg că vânzările fac parte din managementul de zi cu zi.
	- promovare pe toate materialele	Scop: de a crea o imagine a implicării companiei în dezvoltarea societății prin dezvoltarea oamenilor
	- absolvenți CD posibilitatea de a selecta trainerii	Participanții vor fi monitorizați și evaluați. Raportat la performanțele și interesele lor, integrați în companii care caută trainerii deja specializați, vor aduce rezultate pentru departamentul lor de vânzări.
4.4	Training-uri de Planificarea carierei	Scop : de a da studenților un anumit sens, o anumită direcție. Să-i facem conștienți de importanța planificării în toate domeniile vieții: personal, profesional, carieră, educație.
4.5	Consiliere în carieră	Scop: de a fi alături de studenți și de a răspunde la nevoile lor. De a da un sfat profesional privind piața muncii.
Oferte speciale pentru parteneri		
	Pachetul Premium pentru Partener	Scop: de a implementa dorințele companiei printre toți absolvenții universităților, viitori angajați, clienți, furnizori, grupuri care au un impact direct asupra performanțelor viitoare și actuale ale companiei.
	Pachetul de Imagine	Scop: de a extinde numărul studenților/absolvenților care cunosc compania d-voastră și ceea ce ea oferă: produse și oportunități de realizarea unei cariere.
	Pachetul de Recrutare	Scop: de a asigura o creștere prin atragerea continuă a celor mai competenți oameni.
	Pachet a unei cereri speciale	Scop: de a realiza orice altceva la care noi nu ne-am gândit încă, dar contează pentru dorințele companiei d-voastră.