



Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin Programul Operațional Capitalul Uman 2014-2020

Axa prioritară 6 – Educație și competențe

Obiectivul specific 6.13 Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și non universitar care își găsesc un loc de muncă urmare a accesului la activități de învățare la un potențial loc de muncă / cercetare/ inovare, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniile de specializare inteligentă conform SNCDI

Beneficiar: ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Practică inteligent dezvoltarea ta – PRIDE-U POCU/626/6/13/133138

2. Exemple de provocări ce pot fi încărcate în platformă și punctajul aferent:

Exemplul 1. Provocări individuale.

Gândiți-vă la o companie în care v-ar plăcea să lucrați. Încărcați o poză cu sigla companiei și spuneți ce vă sugerează această siglă, element de cultură organizațională.

Punctaj provocare: 100 calorii

Evaluatorul provocării va acorda cele 100 de puncte dacă studentul a rezolvat provocarea utilizând argumente logice în răspunsul său. În situația în care răspunsul la provocare este unul lipsit de argumente, evaluatorul poate respinge rezolvarea efectuată.

Exemplul 2. Provocări de echipă

Citiți următorul studiu de caz: Situație: Femeile angajate într-o bancă de mari dimensiuni sunt nemulțumite de șansele lor de promovare pe posturi manageriale din cadrul instituției. Această bancă are aproximativ 7000 de angajați, din care, aproape jumătate sunt femei. Cu toate acestea, doar 35 de femei (0.5%) ocupă poziții manageriale. De altfel, această companie este tipică pentru companiile din această țară. Organizația refuză de multe ori să angajeze femei educate, absolvente ale unei facultăți, deoarece sunt supracalificate pentru locurile de muncă ce le sunt oferite. De asemenea, compania se așteaptă ca femeile cu facultate să servească ceaiul și să redacteze documente. Managerii companiei consideră că este o pierdere de timp și de bani să investești în formarea femeilor din moment ce două treimi dintre acestea părăsesc locul de muncă după patru sau cinci ani de activitate, pentru a se căsători. În această cultură tradiționalistă, se așteaptă ca femeile să se căsătorească și să stea acasă pentru a avea grijă de familie. Totuși, femeile din această bancă, doresc șanse egale în cariera profesională. Dacă li s-ar da mai multe oportunități sau șanse egale cu bărbații, atunci ar fi mai multe care ar continua să lucreze după căsătorie. Un grup de femei (reprezentante ale femeilor) l-a rugat pe managerul băncii să se întâlnească cu ele pentru a discuta problema.

Întrebare: Ce măsuri ar trebui să ia managerul organizației pentru a rezolva situația apărută?

Detaliați soluțiile propuse.

Punctaj provocare: 3000 puncte



Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin Programul Operațional Capitalul Uman 2014-2020

Axa prioritară 6 – Educație și competențe

Obiectivul specific 6.13 Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și non universitar care își găsesc un loc de muncă urmare a accesului la activități de învățare la un potențial loc de muncă / cercetare/ inovare, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniile de specializare inteligentă conform SNCDI

Beneficiar: ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Practică inteligent dezvoltarea ta – PRIDE-U POCU/626/6/13/133138

Obiectivul acestei provocări este de a-i face pe studenții participanți să identifice soluții pentru a asigura egalitatea de șanse între bărbați și femei în organizații. Membrii echipelor de lucru vor identifica diferite soluții de rezolvare a studiului de caz și vor argumenta alegerile făcute. Evaluatorul provocării va acorda cele 3000 de puncte tuturor membrilor din echipă dacă soluția provocării corespunde cerințelor.

În situația în care răspunsul la provocare este unul lipsit de argumente logice, evaluatorul poate respinge rezolvarea efectuată.

Exemplul 3. Studii de caz

Studiu de caz – Management și leadership

Compania: Postul de televiziune Dog Tv, marcă a trustului de presă Dog Media SA, înființat în România în 1994. Televiziunea nou înființată numără circa 150 de angajați.

Climat competitiv: Dog Tv a fost în că de la înființare "aerul proaspăt" de care aveau nevoie mass media din România. Pornit la drum cu mult entuziasm, cu o echipă de excepție, în care tinerețea și profesionalismul se armonizau perfect, noul post era primul și singurul privat, concurând cu succes televiziunea națională. La 6 luni de la lansarea Dog Tv, apare pe piață Cat Tv. Fără a avea la început un profil distinct, lipsit de profesioniști de primă mărime și de entuziasmul unor creatori tineri, Cat Tv se sprijină pe un acționariat ambițios, cu foarte mari interese politice pe termen lung. După circa un an de la înființarea Dog Tv, apare pe piață un competitor puternic, cu acționariat internațional – Bird Tv. Curând, noul post, cu o politică agresivă de recrutare a celor mai buni profesioniști, cu o politică de marketing susținută de experiența internațională, cu un departament structurat de vânzări de spațiu publicitar și o cotă de investiții care se reflectă în dimensiunea impresionantă a salariilor, dotărilor, instruirii oferite angajaților, cu un management experimentat și arogant, dar sensibil și flexibil în raport cu valoarea, devine o amenințare de calibru mare.

Scurt istoric al Dog Tv.

Acționari: Anton, unul dintre cei mai importanți impresari și producători occidentali de muzică; Barbu – cel mai puternic acționar într-un trust de presă autohton, gestionând cel mai bine vândut cotidian și cea mai vândută revistă săptămânală; Constantin – inginer constructor, fost director al unei importante instituții de cultură, de fapt un intelectual idealist devenit prin capriciile destinului om de afaceri.



Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin Programul Operațional Capitalul Uman 2014-2020

Axa prioritară 6 – Educație și competențe

Obiectivul specific 6.13 Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și non universitar care își găsesc un loc de muncă urmare a accesului la activități de învățare la un potențial loc de muncă / cercetare/ inovare, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniile de specializare inteligentă conform SNCDI

Beneficiar: ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Practică inteligent dezvoltarea ta – PRIDE-U POCU/626/6/13/133138

Managerul general: Popescu – cel mai cunoscut și mai activ om de televiziune, de un profesionalism de necontestat, creator de școală jurnalistică și de vedete, cu înnăscut simț al afacerilor. De fapt, ideea și efortul de a înființa Dog Tv i-a aparținut în întregime, făcând efortul de a găsi din numitele surse finanțarea. Popescu era, fără discuție, liderul carismatic al unei organizații caracterizate prin flexibilitate și coordonare, prin control direct, cu concentrarea puterii în mâinile directorului general și o minimă diferențiere între departamente. În același timp, Popescu își baza organizația pe competențele unor specialiști operând în echipe de proiect pentru a face față unor provocări imediate și schimbărilor rapide. Structura creată de el era extrem de politizată, dând naștere la competiții și conflicte interne, pe care, desigur, prin comunicare deschisă, dar și printr-un sistem obscur de informații, Popescu venea să le rezolve. Dog Tv beneficiase de o publicitate importantă pe postul național de televiziune și, cu toate că nu era unicul concurent al acestuia, reușise – pe bună dreptate – să stârnească un enorm interes, nu numai datorită primei lansări de piață adevărate făcută de o instituție cu acest specific, ci și calității oamenilor pe care Popescu avusese grijă să-i ia cu sine pe arca ce părea că se îndreaptă spre performanță sub numele de Dog Tv.

Descrierea crizei și contextului prezent al organizației

Popescu își prezintă demisia. În pofida faptului că relația sa cu Constantin, care deținea și autoritatea operațională asupra organizației, intrase în zona prieteniei intime, situația a devenit conflictuală. De ce? Anton a anunțat că stopează furnizarea de fonduri de producție și salarii pentru că organizația devenise profitabilă - și devenise! Barbu a amenințat că se retrage din societate și începuse să-și pregătească ieșirea. În cursul unei discuții Popescu i-a cerut acestuia să îi cesioneze o parte din acțiuni. Constantin nu a consimțit. Mai mult, într-o ieșire furioasă, a doua zi după discuție, a poruncit companiei de pază a instituției să îi interzică accesul lui Popescu la birou și i-a comunicat că a fost concediat din instituția al cărei creator era.

Popescu face totul public, generând în presă un curent de opinie deloc favorabil acționariatului și postului Dog Tv, iar apoi își oferă serviciile la Bird Tv, care l-a primit cu brațele deschise.

Atmosfera creatoare de altădată din Dog Tv e înlocuită de un set de lupte intense între veleitarii care se bat pe funcții nou create și de o prelungită spaimă între profesioniștii care se întrebă cine mai urmează să fie dat afară ca pe o măsea stricată.

Ionescu, un prezentator scăpătat, ocupă scaunul directorial. Zorba, un inginer cu o carieră fără strălucire, devine director de programe.



Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin Programul Operațional Capitalul Uman 2014-2020

Axa prioritară 6 – Educație și competențe

Obiectivul specific 6.13 Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și non universitar care își găsesc un loc de muncă urmare a accesului la activități de învățare la un potențial loc de muncă / cercetare/ inovare, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniile de specializare inteligentă conform SNCDI

Beneficiar: ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Practică inteligent dezvoltarea ta – PRIDE-U POCU/626/6/13/133138

Organizația cunoaște un declin rapid, dar sigur, început cu plecarea celor mai tineri și mai buni creatori de emisiuni, direct la Bird Tv. Salariile au întârzieri între 3 săptămâni și 4 luni. Oamenii sunt disperati. Constantin îl destituie zgomotos pe Ionescu și preia el însuși conducerea. Achiziționează cea mai puternică antenă de transmisie prin satelit din sud – estul Europei, cu tehnologia aferentă, menită să asigure o excelentă acoperire pe o arie care nu mai fusese vizată de nimeni. Aceasta este axul investițional al planului său de redresare a companiei. Ea trebuia combinată cu noua firmă de cablu tv și cu un nou post de televiziune, cu transmisie specializată. Alte două firme ale trustului – una de producție muzicală, alta de organizare de evenimente – aveau să susțină dezvoltarea.

Ca parte din planul de refacerea, el îl numește director general pe dl. Bunea, un teleast expirat, cu relații stranie și o istorie dubioasă, fără să îi dea autoritate managerială. Conform licenței de emisie, Dog Tv trebuia să difuzeze în proporție de 47% producții proprii. Când Bunea a fost numit, audiența generală a postului era de 1,5% și continua să scadă. Cu toate acestea, exista un segment de piață pe care îl mai ocupa încă destul de confortabil: persoane cu studii superioare, în majoritate bărbați, trecuți de 30 de ani.

Alte informații

Chiar dacă este ușor îmbătrânită, aparatura de înregistrare și prelucrare video funcționează bine. Carul de transmisie este uneori închiriat, cu personal cu tot, de la Cat Tv, pentru că Dog Tv nu mai face emisiuni complexe. Dog Media SA a investit în construirea unor studiouri grandioase, dar, după turnarea fundației, terenul a fost revendicat de foștii proprietari, iar clădirea a fost lăsată pradă degradării.

Zorba, directorul de programe, a încercat să compenseze lipsa de viziune prin atragerea unor realizatori pasionați de meserie. Chiar dacă Departamentul Muzical e alcătuit acum din doar patru oameni, directorul este o persoană extrem de inteligentă și carismatică. Singurul lucru despre care oamenii lui cârcotesc este faptul că ia acasă rația de apă minerală destinată întregului departament timp de o săptămână. În rest, domnul Luca îi sprijină în inițiativele pe care le au și colaborează excelent cu celelalte firme din trust – de producție muzicală și organizare de evenimente, fiind el însuși un fin și experimentat muzician.

Departamentul de Divertisment este scindat pe echipe de proiect, dedicate emisiunilor. Cei care realizează emisiunea de dimineață se preocupă extrem de mult de imaginea lor, construindu-și un statut de vedete media, pe care îl utilizează pentru a cere patronatului, direct lui Constantin, salarii din ce în ce mai mari, chiar dacă nu le

primesc la timp. Cei care



Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin Programul Operațional Capitalul Uman 2014-2020

Axa prioritară 6 – Educație și competențe

Obiectivul specific 6.13 Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și non universitar care își găsesc un loc de muncă urmare a accesului la activități de învățare la un potențial loc de muncă / cercetare/ inovare, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniile de specializare inteligentă conform SNCDI

Beneficiar: ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Practică inteligent dezvoltarea ta – PRIDE-U POCU/626/6/13/133138

realizează emisiunile de la finalul săptămânii lucrează foarte mult cu colaboratori externi, la care renunță când aceștia cer banii pe colaborări. În schimb, invită tot felul de personalități din lumea politică sau de afaceri, iar persoanele care se ocupă de producție au șoptit că s-ar lua bani serioși de la "sponsori", cu toate că șeful departamentului de publicitate și realizatoarea emisiunii neagă cu tărie acest lucru.

Doamna Zina este o persoană extrem de experimentată, talentată și inteligentă, o vedetă legendară printre profesioniștii de televiziune pentru frumusețea și talentul ei de reportaje de investigație. Ea semnează acum o serie de emisiuni culturale, fiind directoarea Departamentului Cultural și consilierul apropiat al lui Zorba, pe a cărui carieră a vegheat-o atent. De fapt, la sfatul ei, Zorba a invitat o tânără realizatoare cu potențial să vină să reformuleze una din emisiunile de weekend care își pierduse audiența. Tânăra Georgescu, deși avea formație artistică, parcurgea un MBA plătit din resurse proprii și demonstrase excelență în mai multe domenii TV: știri, divertisment, film. Proiectul propus pentru noua emisiune încântase pe toată lumea, dar i se ascunsese faptul că nu va dispune de oamenii și spațiile de transmisie necesare. Cu toate acestea, ea a încercat, în funcție de noua situație, să realizeze o altă emisiune, cu resurse minime, pe care o prezenta împreună cu Luca, directorul muzical. În numai trei ediții de la lansare, emisiunea avea o cotă de 15%, ocupând un onorabil loc 3 în topurile naționale de audiență, deși emisia era recepționată pe o arie mult mai mică decât a concurenților.

Georgescu avusese ideea ca echipa cu care lucra să utilizeze inclusiv reporteri și redactori ai postului de radio, care astfel își lărgeau activitatea, iar ei se arătasera încântați.

Directorul Bunea a adus cu sine o seamă întreagă de debutanți. În general, aceștia aveau sediul în antecamera directorială și erau trimiși după placul lui Bunea să ia interviuri, să prezinte rubrici sau chiar emisiuni, să coordoneze programe. La sfatul lui Bunea, Constantin a refuzat să mai onoreze un contract barter de publicitate cu firma care le închiriasse spațiul transformat în studio de transmisie pentru emisiunea realizată de Georgescu & Luca.

Bunea pretindea că trebuie aplicată o politică agresivă de restaurare a imaginii publice a postului și invitase un dubios jurnalist de scandal, care a reușit să stârnească unul dintre cele mai pline de tensiune scandaluri sexuale. Postul și-a pierdut astfel și din cota lui de siguranță, clătînându-și serios credibilitatea. Mai mult, postul național a amenințat că va da în judecată Dog Tv pentru că utilizează imagini din arhiva sa; acestea erau filmate cu circa 25 de ani în urmă de Bunea, care pretindea că sunt proprietate personală.

Întrebări:



Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin Programul Operațional Capitalul Uman 2014-2020

Axa prioritară 6 – Educație și competențe

Obiectivul specific 6.13 Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și non universitar care își găsesc un loc de muncă urmare a accesului la activități de învățare la un potențial loc de muncă / cercetare/ inovare, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniile de specializare inteligentă conform SNCDI

Beneficiar: ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Practică inteligent dezvoltarea ta – PRIDE-U POCU/626/6/13/133138

-
1. *Ce tip de manager întruchipează șefii care s-au succedat la Dog Tv?*
 2. *Ce măsuri ar trebui luate pentru re poziționarea postului pe piață și recâștigarea unei cote egale cu a principalului jucător Bird Tv, care în prezent deține peste 14%?*

Punctaj provocare: 4000 calorii.

În cadrul competiției gamificate studiile de caz pot fi încărcate ca provocări de sine stătătoare, ce pot fi rezolvate în echipă sau individual, în funcție de complexitatea și cerințele acestora. De exemplu, studiul de caz prezentat mai sus poate avea punctajul de 4000 puncte, alocat tuturor membrilor echipei în urma rezolvării.

De asemenea, studiile de caz pot fi încărcate și ca resurse și apoi formulate diverse provocări pe marginea informațiilor prezentate în studiul de caz. În această situație, fiecare provocare propusă va avea un punctaj aferent.

În situația în care răspunsul la provocare este unul lipsit de argumente logice, evaluatorul poate respinge rezolvarea efectuată.

Exemplul 4. Provocări axate pe resurse video/audio, materiale informative: articole, cercetări, studii.

Vizualizați videoclipul următor care aduce în discuție problematica managementului timpului (în special la locul de muncă). Identificați ideile principale și comentați-le.

Punctaj provocare: 2000 calorii.

Evaluatorul va acorda punctele aferente provocării dacă din răspunsul studentului este evident că a vizualizat videoclipul și a identificat ideile principale, argumentând comentariile făcute. În situația în care răspunsul este unul lipsit de argumente logice, evaluatorul poate respinge rezolvarea efectuată.

Accesați următorul link <https://valoria.ro/wp-content/uploads/2021/06/Trenduri-%C3%AEn-recrutarea-remote.pdf> și citiți raportul Trenduri în recrutarea remote în 2021. Care considerați că sunt cele mai importante tendințe în recrutarea remote care v-ar putea afecta cariera profesională în viitor?



Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin Programul Operațional Capitalul Uman 2014-2020

Axa prioritară 6 – Educație și competențe

Obiectivul specific 6.13 Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și non universitar care își găsesc un loc de muncă urmare a accesului la activități de învățare la un potențial loc de muncă / cercetare/ inovare, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniile de specializare inteligentă conform SNCI

Beneficiar: ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Practică inteligent dezvoltarea ta – PRIDE-U POCU/626/6/13/133138

Punctaj provocare: 1500 calorii.

Evaluatorul va analiza răspunsurile studenților și va evalua critic măsura în care răspunsurile prezintă impactul pe care recrutarea remote o poate avea asupra carierei profesionale a unui tânăr absolvent. În situația în care răspunsul este unul lipsit de argumente logice, evaluatorul poate respinge rezolvarea efectuată.