

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET ELEKTROTEHNIKE I RAČUNARSTVA

## **Sajam poslova - Job Fair**

Karla Biuković<sup>1</sup>, Belma Gutlić<sup>1</sup>, Filip Hormot<sup>1</sup>, Stanko Krtalić  
Rusendić<sup>1</sup>, Mak Muftić<sup>1</sup>, Branko Perić<sup>1</sup>, Marin Petričević<sup>1</sup>, Tihana  
Vidnjević<sup>2</sup> i Bruno Vunderl<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultet elektrotehnike i računarstva

<sup>2</sup>Geodetski fakultet

Voditelj: doc. dr. sc. Hrvoje Džapo

Zagreb, travanj 2016.

Na pomoći tijekom realizacije ovogodišnjeg i svih prijašnjih događanja želimo se zahvaliti svim uključenim trenutno aktivnim i alumni članovima KSET-a i BEST-a Zagreb. Posebice se zahvaljujemo Marku Pađenu, Marinu Petruniću i Kristini Mileti. Na grafičkom dizajnu i realizaciji te produkciji multimedije se zahvaljujemo Petri Kovačević, Magdalenii Matijević, Tamari Biljanović, fotosekciji i videosekciji KSET-a. Na lekturi i provjeri pravopisa zahvaljujemo se Josipi Vragolov i Kristini Delić. Na promociji i marketingu se zahvaljujemo Petri Kaić, Katarini Osmakčić, Anamariji Miličević i Ani Božić. Na pomoći pri tehničkoj izvedbi zahvaljujemo se prodekanu izv. prof. dr. sc. Mariu Vražiću, Centru za informatičku podršku FER-a te tehničkoj i računarskoj sekciji KSET-a. Na pomoći pri organizaciji i suradnji tijekom organizacije se zahvaljujemo upravi, Centru karijera FER-a, doc. dr. sc. Josipu Knezoviću, Mihaeli Mariji Perković te Ivi Gospodnetić.

## Preporuka mentora

Studentske udruge Savez studenata FER-a (SS FER), KSET i BEST Zagreb, u suradnji i uz potporu Centra karijera Fakulteta elektrotehnike i računarstva Sveučilišta u Zagrebu (FER), organiziraju sajam poslova Job Fair s ciljem umrežavanja tvrtki i studenata tehničkih fakulteta i veleučilišta iz područja elektrotehnike, računarstva i informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Ovogodišnji sajam poslova Job Fair održava se na FER-u 9. i 10. svibnja 2016., a organizira se na temelju pozitivnih iskustava i višegodišnjeg kontinuiteta u organizaciji od strane studentskih udruga SS FER i KSET, kao i događaja koje je studentska udruga BEST Zagreb do sada samostalno organizirala u sklopu svojeg tradicionalnog studentskog inženjerskog natjecanja.

Ova inicijativa od izuzetne je važnosti tvrtkama koje svoj rast temelje na priljevu novih, kvalitetnih zaposlenika, ali i studentima koji će se uskoro naći na tržištu rada te Fakultetu koji ih za to treba što bolje pripremiti. Sajam poslova mjesto je gdje se tvrtkama pruža mogućnost da se pobliže predstavljaju studentima i stupe u izravan kontakt sa svojim potencijalnim budućim zaposlenicima. Studenti dobivaju uvid u poslove koji ih očekuju nakon završetka studija i u aktualne potrebe tržišta rada, što im može pomoći u nastavku nastavnog procesa, kroz jasnije određivanje vlastite vizije buduće profesionalne karijere i u kvalitetnijoj pripremi za prvi posao. Sudjelovanjem u organizaciji sajma poslova Fakultet također ojačava svoje sponse s gospodarstvom te se olakšava razmjena informacija i ideja s gospodarstvenicima, u cilju unaprijeđenja nastavnog procesa radi obrazovanja budućih kadrova kakvi su potrebni tržištu radne snage.

Job Fair je s organizacijskog gledišta izuzetno zahtjevan i sveobuhvatan projekt, koji uključuje organizaciju i koordinaciju velikog broja različitih aktivnosti, osoba u organizaciji događaja (članova studentskih udruga i osoblja Fakulteta), tvrtki sudionika, studenata-posjetitelja, medija i drugih dionika procesa. Studenti koji sudjeluju u provedbi aktivnosti stječu vrijedno praktično iskustvo u organizaciji složenih događaja u poslovnom okruženju, uče se elementima poslovne komunikacije, upravljanju projektima, timskom radu, interdisciplinarnoj suradnji s osobama različitih profila (što je posebno važno za studente primarno orijentirane tehničkoj struci), rješavanju konflikata, osnovama marketinga i PR-a, multimedijskoj produkciji sadržaja itd. Studenti stječu i brojne vrijedne kontakte u poslovnom svijetu, ali i znanje i reference koji im kasnije mogu biti važni u nastavku karijere.

Kako bi se sajam poslova kvalitetno organizirao i proveo, bilo je potrebno razviti dobar interni organizacijski model među samim studentima, kako bi učinkovito raspodijelili poslove i imali dovoljno vremena posvetiti se fakultetskim i osobnim obvezama. Osim toga, bilo je potrebno uspostaviti kvalitetan i efikasan način komunikacije s tvrtkama, praćenja napretka u komunikaciji te osigurati održiv sustav identifikacije pogrešaka i njihovog ispravljanja. Organizacijska struktura među studentima može se podijeliti u sljedeće cjeline:

- vodstvo, čije su zadaće uspostava komunikacije među studentima, komunikacija s Fakultetom, planiranje i provedba novih sadržaja, raspoređivanje kontakt studenata po tvrtkama, praćenje komunikacije s tvrtkama, organizacija nabave, administracija tablica za organizaciju, organizacija sastanaka s tvrtkama, obrada rezultata anketa,
- kontakt studenti, koji su zaduženi za izravni kontakt s tvrtkama (dogovor oko detalja sudjelovanja, sastavljanje ugovora, pribavljanje opisa i logotipa tvrtke, predlaganje i razrada tema prezentacija itd.)
- predstavljači, studenti koji se brinu o organizaciji prezentacija i dvorana u kojima se prezentacije odvijaju,
- grupa za marketing i promociju (PR), čiji je zadatak komuniciranje obavijesti i novosti prema ciljanim skupinama (studenti, tvrtke i šira javnost),
- video i foto sekcija, čija je zadaća izrada promidžbenog videa i fotografiranje događanja,
- grupa za tehničku potporu, čija je zadaća pomoć u postavljanju štandova za tvrtke, projektiranje i provedba privremene električne instalacije, postavljanje računalne i mrežne opreme potrebne za upisivanje studenata u bazu životopisa, izrada web stranice sajma poslova.

Komunikacija s tvrtkama bitan je aspekt organizacije cijelog događaja. Vode je kontakt studenti, koji kroz ovu aktivnost dobivaju često i svoje prvo vrijedno iskustvo u organizaciji i provedbi projekata i događanja u komunikaciji s poslovnim subjektima. Proces komunikacije s tvrtkama može se podijeliti u sljedeće važne cjeline:

- uspostavljanje kontakta s tvrtkom (koje se javljaju e-mailom ili putem web aplikacije),
- selekcija predstavljača i prezentacija (u slučaju prevelikog broja prijava, što je ove godine bio slučaj, potrebno je među kasno prijavljenim tvrtkama provesti postupak selekcije temeljen na aktivnosti tvrtke u studentskoj zajednici, sudjelovanju u programu praksi, dugoročne suradnje s fakultetom, opisu predavanja predanog putem web stranice itd.),
- pripreme za Job Fair (dogovaranje detalja o veličini i uređenju štanda, prezentaciji i sl.),
- organizacija na licu mjesta.

Sam događaj odigrava se na Fakultetu elektrotehnike i računarstva Sveučilišta u Zagrebu. Ove godine očekuje se preko 40 štandova, što je gotovo dvostruko više u odnosu na prethodne godine, s ukupno preko 55 tvrtki koje će sudjelovati na predstavljanju kroz štand i/ili prezentaciju. Osim renomiranih domaćih tvrtki iz područja elektrotehnike, računarstva i informacijsko-komunikacijskih tehnologija, najavljen je dolazak predstavnika i nekih od najvećih tehnoloških divova iz inozemstva, što dodatno potvrđuje ozbiljnost organizacije i relevantnost događaja za tvrtke, studente i akademsku zajednicu.

Studenti su kroz organizaciju sajma poslova Job Fair ove i ranijih godina pokazali sposobnost za organizaciju složenih poslovnih događanja i spremnost na pomicanje granica, u komunikaciji s tvrtkama pokazali su ozbiljnost i zrelost, a kroz aktivan i predan rad na ovoj inicijativi čine društveno koristan napor čiji su efekti itekako korisni za širu zajednicu. U doba kada informatička industrija u Republici Hrvatskoj doživljava dvoznamenkaste cifre u godišnjem rastu i kada im najviše trebaju novi zaposlenici profila kakvog nude FER i srodni fakulteti da taj rast i održe, studenti vlastitim idejama i zalaganjem realiziraju platformu koja ima važnu ulogu u rješavanju gorućeg problema pronalaska najboljih kadrova za naše najuspješnije tvrtke. Događaji poput Job Faira, iz razloga što se održavaju u poznatoj okolini Fakulteta, istodobno podižu svijest studenata o potrebi ulaganja u rani razvoj karijere ne samo kroz znanja i vještine koje stječu kroz akademske procese, već i o potrebi što ranijeg povezivanja s tvrtkama kroz prakse i sudjelovanja na živim projektima u rješavanju realnih problema, što će predstavljati ključnu nadogradnju njihovom dosadašnjem obrazovanju i učiniti ih posebnim i drugačijim kada izađu na tržište rada.

U opisu organizacije sajma poslova Job Fair detaljno su opisani povijest i ideja događaja, organizacija i način realizacije događaja, aktivnosti, metode praćenja rezultata te su predložene ideje za budući rast i razvoj. Ovaj događaj nedvojbeno pomaže studentima u ranom razvoju karijere, potiče ih na praktični rad i stjecanje znanja i izvan uhodanog nastavnog procesa, a studentima uključenima u organizaciju usavršava vještine upravljanja projektima, timskog rada i poslovne komunikacije. Radi svega navedenog, kao i zbog izuzetnog truda i zalaganja svih studenata uključenih u osmišljavanje, organizaciju i provedbu projekta, zadovoljstvo mi je pružiti podršku ovom društveno korisnom projektu za posebnu Rektorovu nagradu u akademskoj godini 2015./2016.

Doc. dr. sc. Hrvoje Džapo

Fakultet elektrotehnike i računarstva  
Sveučilište u Zagrebu

U Zagrebu, 26.4.2016.

# SADRŽAJ

<b>1. Uvod</b>	<b>1</b>
<b>2. Misija, vizija i strategija</b>	<b>3</b>
2.1. Razvoj ideje . . . . .	3
2.2. Za studente . . . . .	3
2.3. Za industriju . . . . .	4
2.4. Za fakultet . . . . .	5
<b>3. Razvoj projekta</b>	<b>6</b>
3.1. Povijest . . . . .	6
3.2. Suradnja . . . . .	6
<b>4. Organizacija događaja</b>	<b>8</b>
4.1. Organizacija među studentima . . . . .	8
4.1.1. Vodstvo . . . . .	8
4.1.2. Kontakt studenti . . . . .	9
4.1.3. Predstavljajući . . . . .	11
4.1.4. Marketing i promocija . . . . .	11
4.1.5. Foto i video . . . . .	12
4.1.6. Tehnička i računalna podrška . . . . .	12
4.2. Komunikacija s tvrtkama . . . . .	12
4.2.1. Uspostavljanje kontakta s tvrtkom . . . . .	12
4.2.2. Odabir predstavljača i prezentacija . . . . .	13
4.2.3. Pripreme za Job Fair . . . . .	13
4.2.4. Organizacija na licu mjesta . . . . .	13
<b>5. Realizacija događaja</b>	<b>15</b>
5.1. Web . . . . .	16
5.2. Baza životopisa . . . . .	19

5.3. Promocija i marketing . . . . .	20
<b>6. Praćenje rezultata</b>	<b>23</b>
6.1. Ankete za tvrtke . . . . .	24
6.1.1. Štandovi . . . . .	24
6.1.2. Predavanja . . . . .	26
6.1.3. Organizacija . . . . .	27
6.2. Ankete za studente . . . . .	28
6.3. Odjek u medijima . . . . .	28
<b>7. Rast i razvoj</b>	<b>29</b>
<b>8. Zaključak</b>	<b>31</b>

# 1. Uvod

Uz formalno obrazovanje koje studentima nudi dobar temelj i širinu znanja, za uspješni početak i razvitak karijere, potrebno je povezati teoriju i praksu, odnosno dobiti znanje i primjenu istog. Imajući to u vidu, ukazuje se potreba za organizacijom događaja na kojima bi studenti došli u doticaj s tvrtkama, više upoznali se s mogućnostima zaposlenja, saznali koje vještine i znanja se traže na tržištu rade te dobili mogućnost praktične primjene znanja.

Studentske udruge Savez studenata FER-a (SS FER), KSET i BEST Zagreb prepoznale su potrebu za organiziranjem ovakve vrste događaja te već dugi niz godina organiziraju vlastite sajmove poslova sličnog koncepta. KSET je organizirao sajam poslova kao samostalan događaj, dok ga je BEST organizirao u sklopu studentskog inženjerskog natjecanja. Svaki događaj za sebe pokazao se više nego uspješnim, mnogim studentima je omogućio povezivanje s potencijalnim poslodavcima, a na kraju i samo zaposlenje. Centar karijera FER-a prepoznao je važnost ovih inicijativa te je ove godine odlučio organizirati sajam poslova u suradnji s navedenim studentskim udrugama. Organiziran je sajam poslova pod nazivom Job Fair u prostorijama Fakulteta elektrotehnike i računarstva 9. i 10. 5. 2016. godine. Ovaj događaj namijenjen je povezivanju poslodavaca i studenata FER-a te drugih srodnih tehnoloških fakulteta i veleučilišta u Zagrebu s ciljem prezentacije tvrtki, pružanja uvida studentima u mogućnosti zaposlenja i razvoja karijere, njihovog daljnjeg obrazovanja te ulaska u poduzetničke vode. Tvrtkama je omogućena prijava na Job Fair putem forme na internetskoj stranici događaja gdje imaju priliku odabrati na koji će se način predstavljati na sajmu. Job Fair se sastoji od predstavljanja tvrtki na štandovima i/ili prezentacijama.

Informiranjem na štandovima studenti mogu dobiti potrebne informacije o tvrtkama putem promotivnih materijala ili u direktnoj komunikaciji s predstavnicima tvrtki. Predstavnici tvrtki studentima iz prve ruke predstavljaju područje svoje djelatnosti te mogućnosti zaposlenja. Tvrtke imaju priliku upoznati mlade, talentirane i motivirane



pojedince te se s njima povezati već za vrijeme studija. Presentacija tvrtki sastoji se od kratkog opisa tvrtke, tehničkog dijela gdje se opisuje konkretan tehnički problem ili tehnologija te otvorenih pitanja studenata. Presentacije nude cjelovit uvid u djelatnost tvrtki, profil zaposlenika te mogućnosti usavršavanja i napredovanja. Nadalje, tijekom održavanja sajma poslova prikupljat će se životopisi studenata u zajedničku bazu životopisa kojoj će partnerske tvrtke nakon događaja imati slobodan pristup. Baza životopisa se dosada pokazala kao vrlo učinkovita i jednostavna metoda pronalaženja praktikanata i/ili zaposlenika, što dokazuju brojni zadovoljni studenti sada zaposleni u tvrtkama koje su ih prepoznale.

Akademsko obrazovanje studentima nudi temeljna i djelomično praktična znanja pa im ovaj događaj daje priliku upoznati se sa svim mogućnostima njihove buduće djelatnosti na tržištu rada. Iz tog razloga, cilj je imati što raznovrsnije partnere na sajmu poslova; od korporacija, do srednjih i malih tvrtki uključujući i sve popularnije startupove, a sve kako bi studentima predstavili sve uvjete i mogućnosti rada na tržištu. Mladim perspektivnim tvrtkama, kojima je ponekad teško plasirati se na tržište, omogućuje se da stupe u kontakt s potrebnim kadrom za što uspješnije pokretanje i nastavak njihovog poslovanja. Otvorenošću prema manjim tvrtkama, indirektno se potiče razvoj malog i srednjeg poduzetništva koji su glavni pokretači gospodarstva. Na sajam poslova cilj je dovesti i najpoznatije međunarodne tvrtke kako bi izvrsnim studentima predstavili mogućnosti rada koje nisu dostupne na domaćem tržištu rada. Time se događaj podiže na višu razinu i otvara brojne mogućnosti daljnjeg rasta i proširenja te postaje jedan od najvećih i najbitnijih događanja tog tipa u državi i regiji.

Između ostalog, na sajmu poslova će se putem štanda predstaviti i Fakultet elektrotehnike i računarstva te objasniti širok raspon mogućnosti daljnjeg visokog obrazovanja unutar ove visokoobrazovne institucije, kao što su specijalistički i doktorski studiji. Predstavljene će biti i ljetne prakse FER-a koje također organizira Centar karijera FER-a, a koje omogućuju stjecanje praktičnog iskustva kroz rad u industrijskom radnom okruženju u tvrtkama. Nadalje, na štandovima će se predstaviti i studentske udruge KSET i BEST koje će promovirati svoje uspješne projekte i inovacije te privući zainteresirane studente zainteresirane da kroz rad u udruzi nauče mnoge poslovne vještine i znanja. Cilj obje udruge upravo je umrežavanje studenata i studentskih udruga sa Sveučilištem i tvrtkama koje prepoznaju potencijal mladih ljudi, što je ujedno i temeljni cilj i vrijednost ovog projekta.

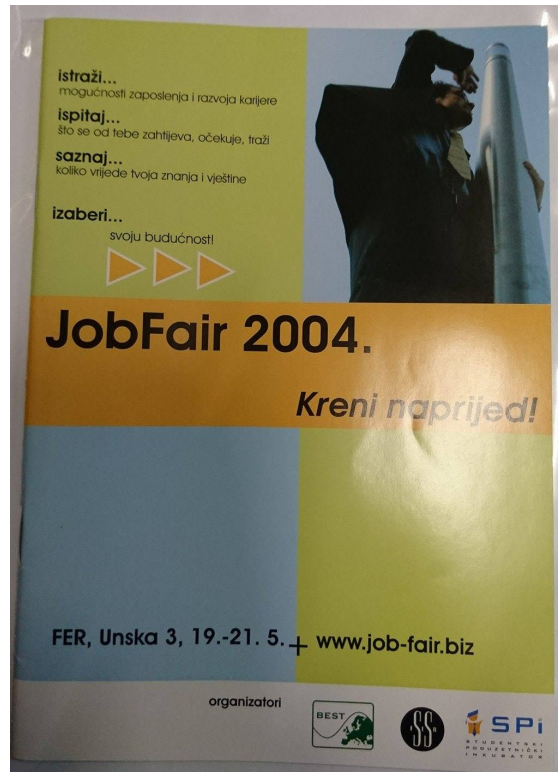
## **2. Misija, vizija i strategija**

### **2.1. Razvoj ideje**

Znanje koje student stječe na Fakultetu je neminovno, opširno i potrebno za razvitak studenta kao budućeg akademskog građanina. No, također postoje određene sposobnosti koje se ne mogu naučiti na fakultetu već je za to potreban ulaz u svijet industrije i kontakt s tvrtkama. Job Fair je zamišljen kao jedno mjesto koje će predstavljati sinergiju prvog i drugog svijeta, gdje će studenti moći doći u kontakt sa svijetom nakon fakulteta te već sad dobiti ideju o tome što žele napraviti sa znanjem kojeg trenutno dobivaju. No isto vrijedi i recipročno, poslodavci će dobiti uvid u studentsku populaciju i njihove sposobnosti i prije no što ih do kraja oblikuju. Ponudom prakse, a ponekad čak i studentskih poslova, mogu pomoći pri razvitku tih znanja i sposobnosti.

### **2.2. Za studente**

Uključivanje studenata u projekte, kao što nudi Job Fair, je izrazito bitno za razvoj kreativnosti i poduzetničkog duha kod studenata. Suradnja s poslodavcima, osim velikog broja poznanstava, novih tehnologija i metoda, uklanja jaz i bojazan prilikom traženja zaposlenja ili osnivanja vlastitog poduzeća. Nedostatak praktičnih znanja i iskustava je jasno primjetan prilikom izrade projekata na fakultetu. Studenti osim što se često prvi puta susreću s praktičnim radom, imaju strah od primjene znanja. Postoji puno prostora za aktivaciju studenata oko praktičnih projekata koji ih interesiraju, čak i tvrtkama koje ih zanimaju, već u studentskim danima. Na Job Fairu se, što kroz prezentacije, što kroz razgovore s poslodavcima na štandovima gdje studenti mogu pristupiti, otvoreno postaviti pitanja te ponuditi svoj životopis, stječu vještine koje nisu dostupne tijekom akademskog života, a isto tako se povezuje s tvrtkama pa se zbog svega toga smanjuje vremensko razdoblje nezaposlenosti pojedinca nakon završetka studija. Studentima se na taj način približavaju poslovne prilike i poslodavci kako bi



**Slika 2.1:** Programska knjižica 2004. godine

se mogli pripremiti za život poslije studija. Ideja je pokazati studentima kako se samoinicijativno aktivirati i pokrenuti posao kroz razgovore s raznim tvrtkama i poslodavcima iz Hrvatske i svijeta koji mogu svoja iskustva i znanja iz područja menadžmenta, vođenja, organizacije i provedbe plana prenijeti na studente. Dugoročni cilj jest dodatno obrazovati studente, s naglaskom na praktičan rad i suradnju s poduzetnicima, te pobuđivanje poduzetničkog i stvaralačkog duha.

### **2.3. Za industriju**

Misija samog Job Fair u svrhu poboljšanja industrije je dati tvrtkama bolji uvid u znanje i sposobnosti studenata kroz međusobnu interakciju u svrhu lakšeg zapošljavanja i adaptacije studenata na poslovne zahtjeve. Kroz projekt se promiče poduzetništvo, udružuju se studenti i mladi poduzetnici u ostvarivanju poslovnog plana i promicanju gospodarstva, a isto tako se ulaže i u daljnje stručno i znanstveno obrazovanje te se promiče cjeloživotno učenje. Osim štandova gdje mogu pristupiti studentu jedan na jedan, tijekom Job Faira organizirane su i prezentacije na kojima poduzeća mogu većem broju ljudi prezentirati čime se bave i predstaviti neke od svojih projekata. Tvrtke pri tom ostvaruju izvrsnu interakciju sa zainteresiranom publikom. Poslodavci kroz

projekt dobivaju bazu novih potencijalnih zaposlenika, uvid u opće znanje generacije studenata te njihove sposobnosti izvršavanja zadataka. Želja je povećati broj mladih koji se brzo, efikasno i jednostavno zapošljavaju jer su kroz svoj studij tj. kroz ovaj projekt odradili adaptaciju na nova radna okruženja, susreli se s raznim problemima koji ih očekuju na radnim mjestima te su kroz komunikaciju s poslodavcima imali priliku upoznati kako funkcionira rad u timu i na radnom mjestu. Konačan rezultat ovog projekta je suradnja i izmjenjivanje informacija među poslodavcima i studentima u svrhu lakšeg zapošljavanja te povećanje broja novootvorenih poduzeća.

## **2.4. Za fakultet**

Fakultet kao ugostitelj Job Faira ima priliku plasirati svoje studente na uspješne poslove. Pri tome je i aktivni promatrač potreba na polju elektrotehnike, računarstva i ostalih IT-poslova, te isto tako ima uvid u potrebe industrije i tvrtki što može pridonijeti većoj kvaliteti rada na samom fakultetu. Sami studenti, upoznati već s načinom i mogućnostima primjene svojih znanja, su aktivniji, motiviraniji te spremni na sebe preuzeti veće projekte u sklopu fakulteta, a sve to pridonosi boljoj, aktivnijoj i efikasnijoj razmjeni znanja na samom fakultetu i među njegovim studentima.

## **3. Razvoj projekta**

U svijetu uzastopnog razvoja stvorila se potreba za približavanjem praktičnih vještina te stvaranjem veza među studentima i poslodavcima. Od svog osnutka Job Fair teži ostvarenju tog cilja. Kroz odjeljak 3.1 i 3.2 opisat će se razvoj projekta uz praćenje statistike posjećenosti.

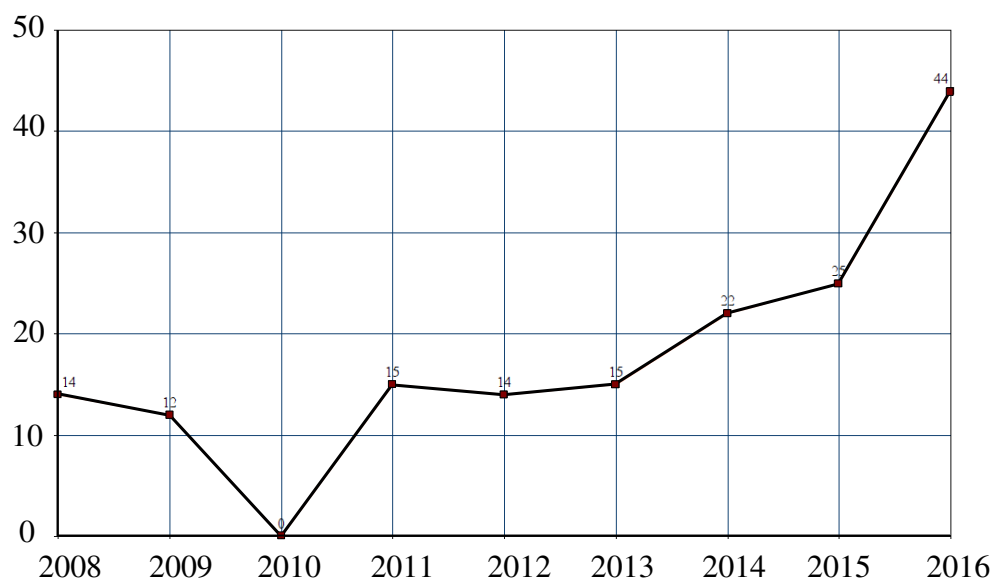
### **3.1. Povijest**

Ideja Job Faira nastaje u 2004. te je prvi puta realiziran uz organizaciju udruga BEST Zagreb, KSET i Savez studenata FER-a. Sajam se održava svake godine uz konstantni razvoj organizacije i provedbe. Sajam, onakav kakav je poznat danas, obilježava 2008. godina kako je vidljivo na slici 3.1. Uz posjet 14 tvrtki 2008. Job Fair bilježi prvi značajniji rast u nekoliko godina. Zbog stanja u državi te osjetnog pada gospodarstva Job Fair se 2010. godine nije održao, ali se kontinuitet održavanja nastavlja 2011. godine.

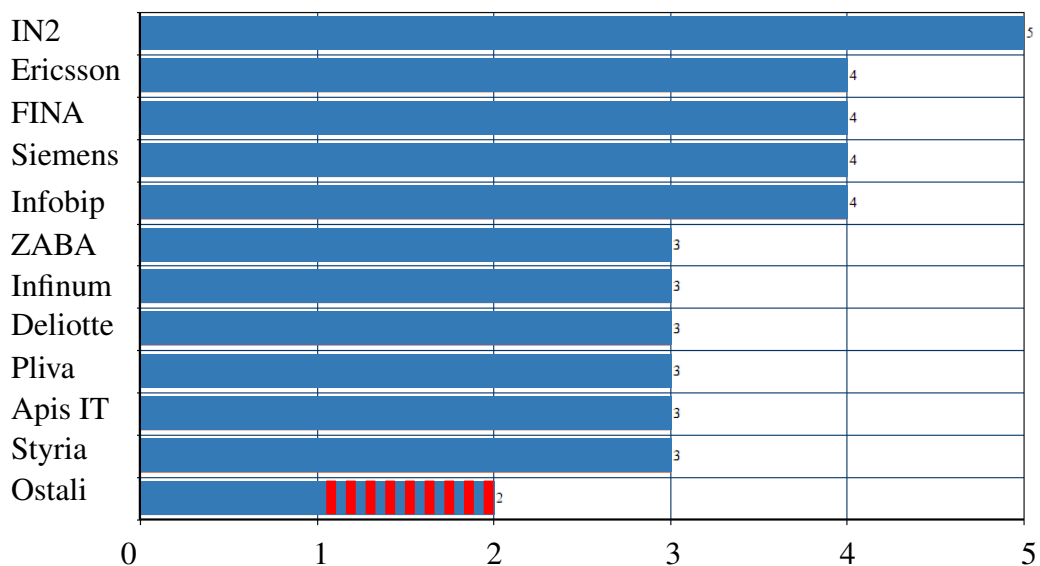
Značajniji porast posjećenosti bilježi se u 2014. godini kao te se uvodi upravljanje kakvoćom samog događaja putem anketa, kako za poduzetnike, tako i za studente te ostale posjetioce sajma. Kroz savjetovanja s tvrtkama te odzivom putem anketa Job Fair svake godine ugošćuje sve veći broj sudionika.

### **3.2. Suradnja**

Suradnja je oduvijek bila važan dio Job Faira. Razmjena iskustva i stvorene veze smatraju se temeljnom svrhom sajma. Od samoga početka stvorila su se neformalna partnerstva s tvrtkama koje su, tokom godina u kojima se Job Fair organizira, postale redoviti posjetitelji, kako je vidljivo na grafu na slici 3.2. Također, u periodu od 2008. godine do 2015. godine sajam je posjetila 61 tvrtka, a u 2016. godini se očekuje još dodatnih 29 tvrtki koje će prvi puta sudjelovati u projektu.



**Slika 3.1:** Linijski prikaz posjećenosti Job Faira u periodu od 2008. do 2015. godine, te očekivanje za 2016. godinu.



**Slika 3.2:** Posjećenost u periodu od 2008. do 2015. godine. Ostale tvrtke su Job Fair posjetile jednom ili dva puta.

## 4. Organizacija događaja

Kako bi se sajam poslova organizirao i proveo na zadovoljstvo Sveučilišta, tvrtki koje se predstavljaju te najbitnije studenata, potrebno je kvalitetno ustrojiti organizaciju među studentima te efikasno raspodjeljivati poslove kako bi svi imali dovoljno vremena posvetiti se fakultetskim i osobnim obvezama. Također, potrebno je uspostaviti kvalitetan i efikasan način komunikacije s tvrtkama koji će omogućivati praćenje napretka u komunikaciji, ranu detekciju i ispravljanje grešaka te mogućnost da u slučaju spriječenosti jedan student od drugog preuzme komunikaciju s tvrtkom. Osim toga potrebno je uspostaviti kvalitetnu internu komunikaciju i koordinaciju na svim razinama.

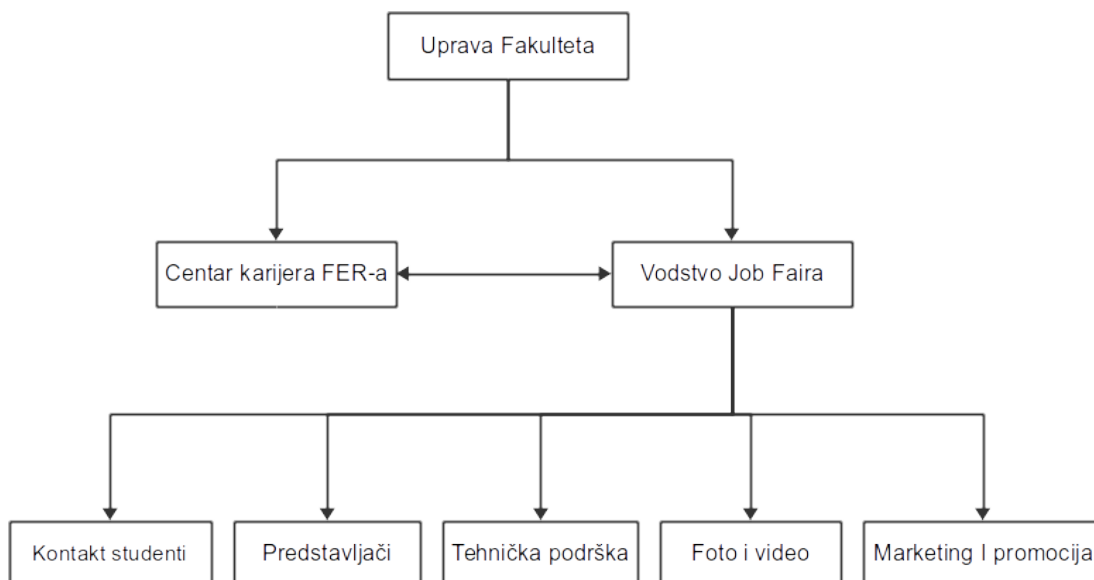
### 4.1. Organizacija među studentima

Interna organizacija razvijala se i napredovala iz godine u godinu. S porastom broja zainteresiranih tvrtki i studenata te brojem zadataka koje je potrebno izvršiti za realizaciju događanja, polako je uvedena struktura organizacije. Cilj iste je utvrditi nadležnosti te omogućiti jednostavno rješavanje otvorenih pitanja. Studenti koji se priključe organizaciji Job Faira upućeni su od strane iskusnijih kolega u strukturu organizaciju te dobivaju zaduženja ovisno o tome čime se žele baviti.

#### 4.1.1. Vodstvo

Vodstvo je skupina studenata koja je već sudjelovala u organizaciji Job Faira ili EBEC Dana inženjera te su dobro upoznati sa svim aspektima organizacije. Glavne zadaće vodstva su:

- Uspostava komunikacije među studentima
- Komunikacija s fakultetom
- Planiranje i provedba novih sadržaja



**Slika 4.1:** Grafički prikaz organizacijske strukture

- Raspoređivanje kontakt studenata po tvrtkama
- Praćenje komunikacije kontakt studenata s tvrtkama
- Organizacija nabave
- Administracija tablica za organizaciju
- Organizacija sastanaka s tvrtkama
- Obrada rezultata anketa

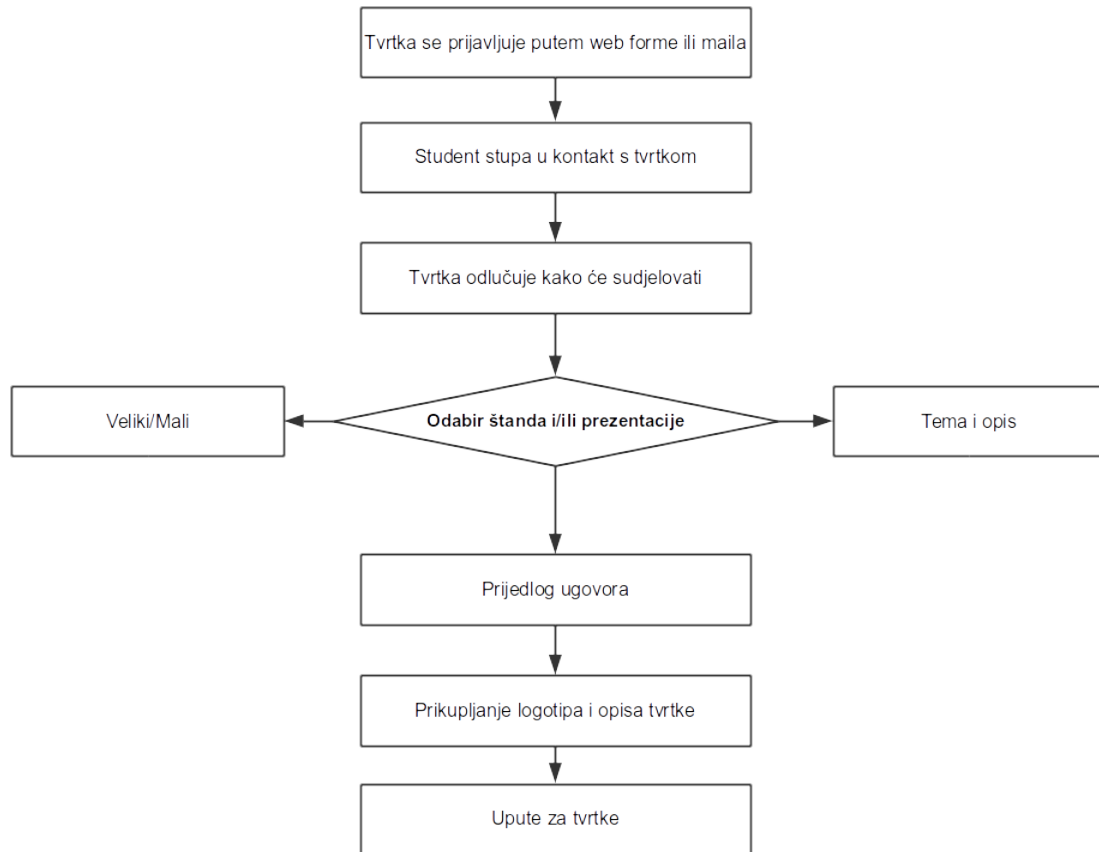
#### **4.1.2. Kontakt studenti**

Kontakt studenti zaduženi su za izravni kontakt s tvrtkama na Job Fairu. Njihova zadaća je dogovoriti detalje sudjelovanja s tvrtkama, zadovoljiti osnovne zahtjeve nužne za provedbu Job Faira, poput sastavljanja ugovora, pribavljanje opisa i logotipa tvrtke, predlaganje i razrada tema prezentacija s tvrtkama te izravna komunikacija s tvrtkama tijekom trajanja Job Faira.

Nakon novo pristigle prijave na Job Fair, kontakt studenti se predstavljaju tvrtki kao osobe koje će voditi komunikaciju s njima te ih voditi kroz organizaciju njihovog kompletnog sudjelovanja na Job Fairu. Prvo trebaju utvrditi za koji paket se tvrtka odlučila te na temelju toga sastaviti prijedlog ugovora koji će, nakon odobrenja od strane Fakulteta, predložiti tvrtki. Nakon toga obavijestit će tvrtku o postupku potpisivanja



ugovora. Paralelno s time, kontakt student od tvrtke pribavlja opis tvrtke i prezentacije, u kojoj se poštuju unaprijed utvrđene limitacije, te logotip i pravila korištenja istog kako bi se promotivni materijali mogli pripremiti na vrijeme.



**Slika 4.2:** Grafički prikaz komunikacije s tvrtkama

Kontakt studenti par dana prije Job Faira kontaktiraju tvrtke o kojima se brinu, upućuju ih u poziciju štanda, infrastrukturu dostupnu na sajmu te se dogovaraju o vremenu kada će zaposlenici tvrtke doći na sajam kako bi ih mogli dočekati i pomoći im s postavljanjem štanda. Tijekom Job Faira, kontakt studenti su zaduženi osigurati sve uvjete potrebne kako bi se tvrtke osjećale ugodno te se studentima prezentirale na najbolji mogući način. To uključuje brigu o svim tehničkim uvjetima u suradnji s timom za tehničku podršku, a tvrtki osigurava osvježanje tijekom prezentacije na štandovima, predlaže kako prostorno i vizualno organizirati štand tijekom prezentacije ili pauze za ručak te će prenositi informacije i zahtjeve voditeljima.

### **4.1.3. Predstavljajući**

Predstavljajući su studenti koji se brinu o organizaciji prezentacija i dvorane u kojoj se prezentacije odvijaju. Kako je pauza između dva predavanja kratka potrebno je vrlo efikasno voditi organizaciju. Po dolasku u dvoranu tvrtke treba upoznati s tehničkom opremom dostupnom u dvorani te s njima postaviti prezentaciju. Nakon toga predstavljajući ukratko predstavljaju tvrtku na temelju opisa koje je tvrtka poslala kontakt osobama. Tvrtkama tijekom predavanja treba osigurati osvježenje, a studentima promotivne materijale i knjižice.

### **4.1.4. Marketing i promocija**

Skupinu za marketing i promociju čini oko 5 studenata čiji je zadatak prenošenje obavijesti i novosti ciljanim skupinama koje smo podijelili na:

- Promociju prema studentima
- Promociju prema tvrtkama i
- Promociju prema široj javnosti

Promocija prema studentima odvija se pomoću studentskih medija poput portala x-ica.hr i srednja.hr te putem studentskog radija Radio Student. Zadatak skupine za marketing i promociju je uspostaviti medijska sponzorstva i suradnje te objavljivanje i promocija sadržaja vezanih uz Job Fair. Komunikacija prema studentima odvija se i putem službene stranice Fakulteta te putem neslužbenih studentskih foruma. Cilj promocije studentima je privući što veći broj studenata na predavanja i štandove, što veći broj posjeta studenata s drugih fakulteta te predstaviti sve mogućnosti karijernog napredovanja koje studenti mogu imati.

Oglašavanje Job Faira prema tvrtkama ostvaruje se kroz podstranicu ponude poslova na stranicama FER-a te putem društvene mreže LinkedIn. Ova vrsta marketinga započinje prije drugih te kao cilj ima što veći broj prijavi tvrtki za sudjelovanje na Job Fairu. Bitan aspekt oglašavanja prema tvrtkama je ostvarivanje cilja o što većoj raznolikosti tvrtki koje sudjeluju. Bitno je privući tvrtke iz svih grana industrije, svih veličina i strukture organizacije.

Šira javnost s Job Fairom se upoznaje najčešće kroz društvene mreže, tiskane medije i multimediju. Cilj informiranja šire javnosti je predstavljanje fakulteta i studentskih udruga kao izvora novih kreativnih ideja te pokretača industrije.

### **4.1.5. Foto i video**

Tijekom Job Faira sva predavanja i štandovi se fotografiraju i uživo objavljuju na društvenim mrežama. Također tijekom prošlih godine predavanja su se snimala kako bi i studenti koji ne mogu doći na predavanje bili u mogućnosti poslušati prezentacije tvrtki. Ove godine videosnimke predavanja bit će uživo prenošene na najpopularniji mrežni video servis. Novost je i kratki promidžbeni video spot za promociju Job Faira. Na snimanju i fotografiranju cijelog događanja radi oko 10 studenata.

### **4.1.6. Tehnička i računalna podrška**

Tehnička podrška prije i tijekom Job Faira uključuje nešto manje od desetak studenata koji pomažu u postavljanju štandova za tvrtke, provode i projektiraju električne instalacije, postavljaju računalnu i mrežnu opremu potrebnu za upisivanje studenata u bazu životopisa te ispunjavaju tehničke upite od strane tvrtka sudionica. Računalna podrška uključuje i izradu web stranice Job Faira.

## **4.2. Komunikacija s tvrtkama**

Komunikacija s tvrtkama bitan je aspekt organizacije Job Faira jer predstavlja neposrednu komunikaciju i suradnju s klijentima - tvrtkama. Vode je kontakt studenti te time dobivaju vrlo vrijedno prvo iskustvo u organizaciji i provedbi projekata i događanja te komunikaciji s poslovnim kontaktima. Kako bi postupak prijave i organizacije sudjelovanja za svaku tvrtku bilo moguće što lakše pratiti, određeni su vremenskim redom navedeni sljedeći koraci:

- Uspostavljanje kontakta s tvrtkom
- Odabir predstavljača i prezentacija
- Pripreme za Job Fair
- Organizacija na licu mjesta

### **4.2.1. Uspostavljanje kontakta s tvrtkom**

Prvi kontakt tvrtke i organizatora Job Faira započinje na jedan od dva načina. Tvrtke se na Job Fair najčešće prijavljuju putem web aplikacije za prijavu te ostavljaju svoje kontakt podatke. Drugi način je da se jave putem službene e-mail adrese *jobfair@fer.hr*.

U oba slučaja javlja im se kontakt osoba te postaje odgovorna za sudjelovanje te tvrtke. Tvrtki se predstavljaju uvjeti sudjelovanja u obliku digitalne brošure.

#### **4.2.2. Odabir predstavljača i prezentacija**

U slučaju prevelikog broja prijava, formira se red čekanja. Limit je definiran prostorom na koji je moguće postaviti štandove te brojem termina prezentacija. Tvrtke koje se prijave nakon uspostave reda čekanja se upućuju da su u redu čekanja te da će biti obaviještene o statusu prijave na datum određen od strane organizacije. Na datum zatvaranja prijava organizira se sastanak na kojem sudjeluju predstavnici studenata i Fakulteta te prema unaprijed određenim kriterijima rangiraju tvrtke koje će u slučaju odustajanja drugih ili otvaranja novih mjesta dodatno dobiti mogućnost sudjelovanja. Ovogodišnji kriteriji prema kojima je provedeno rangiranje su sljedeći:

- Aktivnost tvrtke u studentskoj zajednici
- Sudjelovanje u programu ljetnih praksi
- Ponuda poslova i praksi
- Dugoročna suradnja s Fakultetom
- Opis predavanja predan putem web stranice

#### **4.2.3. Pripreme za Job Fair**

Kako bi bilo moguće pripremiti tvrtke za sudjelovanje na Job Fairu, potrebno je od njih saznati kako se žele prezentirati. Od tvrtki je prvo potrebno saznati hoće li sudjelovati s velikim ili malim štandom te žele li održati i prezentaciju o tvrtki. Kako bi bilo moguće dobro promovirati događanje, potrebni su kratki opis tvrtke i prezentacije te logotip. Isti se koriste za objave na mrežnim stranicama, društvenim mrežama, pri izradi plakata te u promotivnim knjižicama. Tvrtke je potrebno priupitati o njihovim idejama o izgledu i sadržaju na štandu kako bi kao organizatori pripremili potrebnu opremu te izradili raspored štandova i prezentacija.

#### **4.2.4. Organizacija na licu mjesta**

Prilikom dolaska na Fakultet tvrtke kontaktiraju njima pridružene studente. Oni ih upoznaju s organizacijom - lokacijom njihovog štanda i dvorane u kojoj se održavaju prezentacije, uručuje im akreditacije i pomaže im s postavljanjem štanda i dodatnog sadržaja. U slučaju dodatnih tehničkih zahtjeva kontaktira sa skupinom za tehničku

podršku. Tvrtnke u sklopu Job Faira imaju osiguran ručak te osvježenje tijekom cijelog trajanja sajma te vezano uz to komuniciraju s kontakt studentom. Po završetku Job Faira kontakt student tvrtke upućuje na ispunjavanje ankete o zadovoljstvu te ih moli za komentare o poboljšanju Job Faira te ih unosi u tablicu.

## 5. Realizacija događaja

Glavni dio projekta odvija se dva dana na Fakultetu elektrotehnike i računarstva u svibnju. Vrijeme održavanja je odabrano zbog studenata koji traže ljetne prakse ili završavaju studij pa su u potrazi sa poslom. Pruženi sadržaj su štandovi tvrtki na atraktivnom mjestu u auli Fakulteta i tehnološke konferencije s predavanjima. Kroz štandove se tvrtke na razne zanimljive načine prezentiraju studentima uz demonstraciju vlastitih proizvoda i usluga.



**Slika 5.1:** Dio postavljenih štandova na Fakultetu

Predavanja se odvijaju cijeli dan, a na njima studenti uče o tehnologijama koje se koriste današnjice te kako izgleda izrada velikih projekata u praksi.



**Slika 5.2:** Studenti na predavanju u sklopu tehnološke konferencije

Osim organizacije štandova i konferencije, u sklopu projekta se nalazi i web stranica te baza životopisa, a posebno se posvetilo i odnosima s javnošću.

## 5.1. Web

Službena web stranica projekta je *jobfair.fer.unizg.hr*. Namijenjena je studentima i tvrtkama te je centralno mjesto za sve obavijesti Job Faira. Sadrži informacije o samom sajmu i njegovoj ponudi, organizatorima, prethodnim rezultatima, rasporedu predavanja na konferenciji, kao i opise svih tvrtki koje sudjeluju. Stranica je na hrvatskom jeziku, ali je podržan i engleski jezik zbog velikog broja zainteresiranih stranih tvrtki. Potpuno je podržana i za čitanje na mobilnim uređajima što studenti posebno koriste kod pregleda redoslijeda predavanja.



Slika 5.3: Početna stranica na <http://jobfair.fer.unizg.hr>

Cijela stranica i pripadajuća konfiguracija napravljena je samostalno od strane studenata tj. članova Udruge koji također održavaju poslužitelje na kojem se stranica nalazi, kao i cijelu infrastrukturu. Za izradu je korišten framework Ruby on Rails, Bootstrap za dizajn i raspored elemenata te PostgreSQL za izradu baze podataka.

U periodu kada su otvorene prijave za tvrtke koje žele sudjelovati, postoji poseban obrazac gdje mogu prijaviti svoje sudjelovanje unosom osnovnih informacija o tvrtki, zaduženim kontaktom tvrtke te odabirom opcije načina sudjelovanja – štand i/ili prezentacija. Ukoliko se tvrtka odluči na prezentaciju, obavezna je upisati temu te prezentacije i njen opis. Na osnovu danih informacija može se raditi odabir tvrtki u cilju zadržavanja kvalitete sajma, ali i zbog velikog broja prijava.

### Prijava sudjelovanja

**\* Naziv tvrtke**

**\* Ime**  **\* Prezime**

**\* Email**  **\* Telefon**

**Odabir opcija**  
 Stand  
 Prezentacija

**Opis prezentacije**

**\* Title**

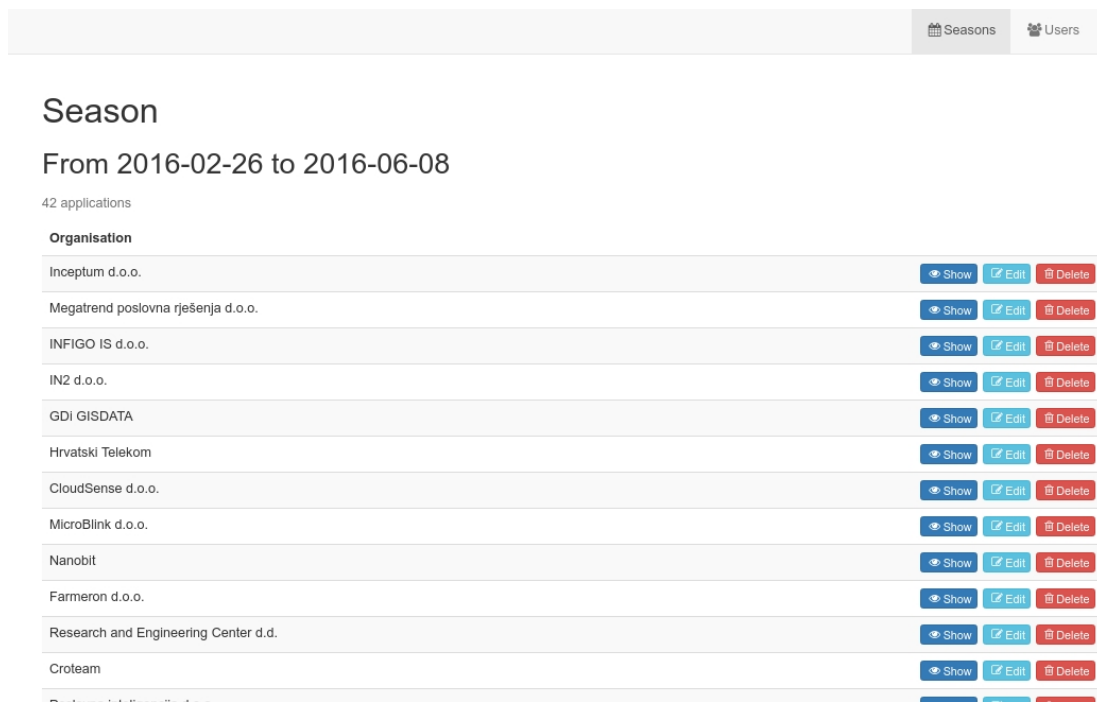
**\* Pitch**

**Slika 5.4:** Obrazac za prijavu sudjelovanja tvrtke



Postoji i admin sučelje u kojem se mogu pregledati sve prijavljene tvrtke. Za prijavu je potrebno imati korisnički račun, a svaki korisnik je u nekoj od korisničkih grupa koje imaju svoje ovlasti. Te grupe su:

- nadzornik – ima pristup čitanju prijava
- moderator – ima pristup čitanju, izmjenama i brisanju prijava
- administrator – ima pristup čitanju, izmjenama i brisanju prijava te dodavanju novih korisnika



**Slika 5.5:** Pregled prijavljenih tvrtki za sudjelovanje u admin sučelju

## 5.2. Baza životopisa

Baza životopisa se također nalazi na web stranici i sadrži obrazac koji studenti mogu ispuniti na samom Job Fairu ili od kuće. Sve tvrtke sudionici imaju na uvid bazu ispunjenih životopisa. Obrazac se sastoji od polja za upis svih kategorija potrebnih za predstavljanje vještina i kvalifikacija. Ta polja za upis su: osnovni podaci, formalno obrazovanje, radno iskustvo, strani jezici, računalne i ostale vještine. Nakon što student upiše svoje informacije, taj životopis može spremiti ili ispisati na engleskom ili hrvatskom jeziku.

The image shows a web form titled "Predaj životopis" (Submit CV) on the JobFair website. The form is organized into several sections:

- Personal Information:** Fields for "Ime" (Name), "Prezime" (Surname), "Email", and "Telefon" (Phone).
- Address:** Fields for "Adresa" (Address) and "Kućni br." (Apartment No.).
- Postal and City:** Fields for "Poštanski br." (Postal Code) and "Grad" (City).
- Birth Date:** A date picker showing "27" for the day, "Travanj" for the month, and "2016" for the year.
- Education:** A section titled "Obrazovanje" with a link "Dodaj obrazovanje".
- Work Experience:** A section titled "Poslovno iskustvo" with a link "Dodaj poslovno iskustvo".
- Technical Skills:** A section titled "Tehničke vještine" with a link "Dodaj tehničku vještinu".
- Other Skills:** A section titled "Ostale vještine" with a link "Dodaj drugu vještinu".
- Foreign Languages:** A section titled "Strani jezici" with a link "Dodaj strani jezik".
- Awards:** A section titled "Nagrade" with a link "Add award".

At the bottom of the form is a blue button labeled "Predaj životopis".

Slika 5.6: Unos životopisa preko unaprijed definiranog obrasca

Tvrtke imaju svoj korisnički račun s kojim mogu pregledati sve upise u bazu. Kako bi pretragu za budućim zaposlenicima bila lakša, imaju mogućnost pretraživati po vještinama koje im trebaju.



**Slika 5.7:** Pregled upisanih životopisa u admin sučelju

### 5.3. Promocija i marketing

Posebna pažnja posvećena je odnosima s javnošću zbog promocije i rada s tvrtkama i studentima. Sve službene obavijesti nalaze se na web stranici Job Faira u posebnoj rubrici, ali su popraćene i na popularnim društvenim mrežama. Facebook stranica orijentirana je najviše studentima jer ju koristi se većina ciljane populacije. Stranica trenutno broji gotovo 2000 sviđanja. Otvorena je i LinkedIn grupa na kojoj su objave rjeđe i većinom su usmjerene prema tvrtkama. Objave su također popraćene i na KSET-ovim stranicama koji broje 20 000 sviđanja na Facebooku i preko 2000 pratitelja na Twitteru, od čega većinu čine studenti.

Od tiskanih promotivnih materijala izrađuju se plakati i programske knjižice koje sadrže opis tvrtki i raspored predavanja. Također, cijeli vizualni identitet i sav dizajn napravljen je samostalno.

Medijski je Job Fair popraćen na raznim priznatim portalima, a neki od njih su: *poslovni.hr*, *vecernji.hr*, *limun.hr*, *x-ica.com*, *pixsell.hr*, *icm-sisak.info* te Udruga hrvatskih nezavisnih izvoznika softvera *cisex.org* i Hrvatska udruga Java korisnika *hujak.hr*.

Poslovni dnevnik


VJESTI KOMPANIJE TRŽIŠTA PODUZETNIK TEHNOLOGIJA AFTER 5

BURZA LIVE Tečajna lista EUR 7,47415700 USD 6,63561600 CHF 6,86680100 GBP

VJESTI SA NASLOVNE

## JobFair – sajam poslova na FER-u Zagreb

VJESTI | 21.5.2014. | 17:01



JobFair 2014.

NA UDARU INSPEKCIJA  
Zbog pogrešnog izraza na deklaraciji naplatili mu 5.000 kuna kazne, a zbog jednog papira 35.000 kuna

TELEFONIRANJE I SURFANJE  
Roaming u EU 30. travnja pojeftinjuje do 400 posto


ISKORAK NA ISTOČNA TRŽIŠTA  
Ledo sladolede od sada mogu jesti i šeići u Ujedinjenim Arapskim Emiratima

POTPISAN SPORAZUM  
Niža cijena električne energije za sve obrtnike u Hrvatskoj

AUTOR ČLANKA  
Poslovni.hr

PREČELED DANA

Najčitanije Najkommentiranije

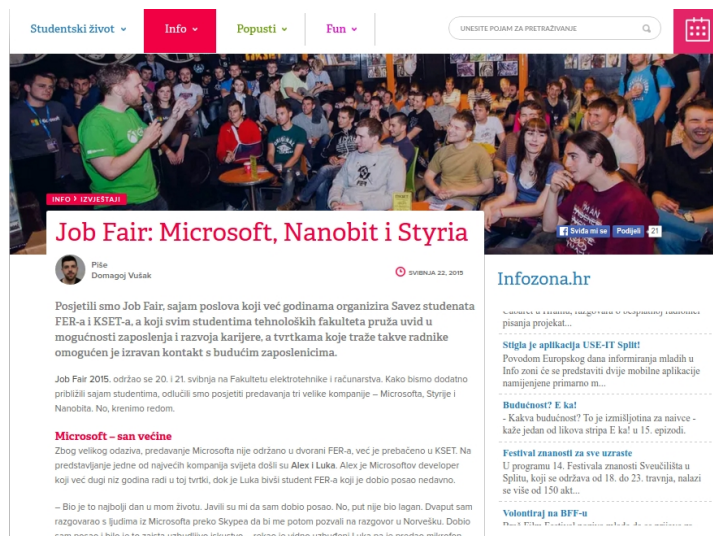


15.4.2015. 9:41  
Prilika za posao od 1.400 eura, stan i hrana osigurani

I ove godine Savez studenata FER-a i Klub studenata elektrotehnike (KSET) organiziraju Job Fair, sajam poslova kojemu je cilj povezati studente tehničkih fakulteta s tvrtkama u kakvima će jednog dana raditi.

Specifičnost ovog sajma jest ta da ga u potpunosti organiziraju studenti volonteri iz studentske udruge KSET, za koji mnogi ne znaju da ima vrlo razgranat program djelovanja izvan opsega

Slika 5.8: Najava Job Faira na Poslovnom dnevniku



Slika 5.9: Izvještaj jednog od najvećih studentskih portala X-ica

Bitno je napomenuti kako tijekom, ali i nakon sajma tvrtke objavljuju svoje dojmove na društvenim mrežama i vlastitim službenim stranicama.



Slika 5.10: Dojmovi sa sajma tvrtke Acceleratio

## 6. Praćenje rezultata

Organizacija i realizacija Job Faira pospješuje se planiranjem te analizom i obradom rezultata. Cilj analize je postići maksimalno zadovoljstvo svih tvrtki koje posjećuju sajam i upoznavanje s problemima koje su nastali ili bi mogli nastati na sajmu. Uz tvrtke veliku pažnju potrebno je posvetiti posjetiteljima sajma koji su primarno studenti. Međutim, nije moguće očekivati od tvrtki ili studenata pouzdanu povratnu informaciju zapošljavanja kao posljedicu Job Faira jer tvrtke mogu stupiti u kontakt sa studentima bilo kada i nijedna strana nije dužna obavijestiti sajam o tome. Unatoč tome, od 2016. godine uvode se ankete za studente s ciljem sustavne analize zadovoljstva studenata izvedbom Job Faira.

Rezultati se promatraju i prateći medijske objave o Job Fairu kao važan izvor vanjskog i neovisnog pogleda na ideju i izvedbu sajma. Analizirajući navedene povratne informacije može se zaključiti kako sajam sadrži dovoljno izvora za nastavak povećanja kvalitete Job Faira iz godine u godinu.

## 6.1. Ankete za tvrtke

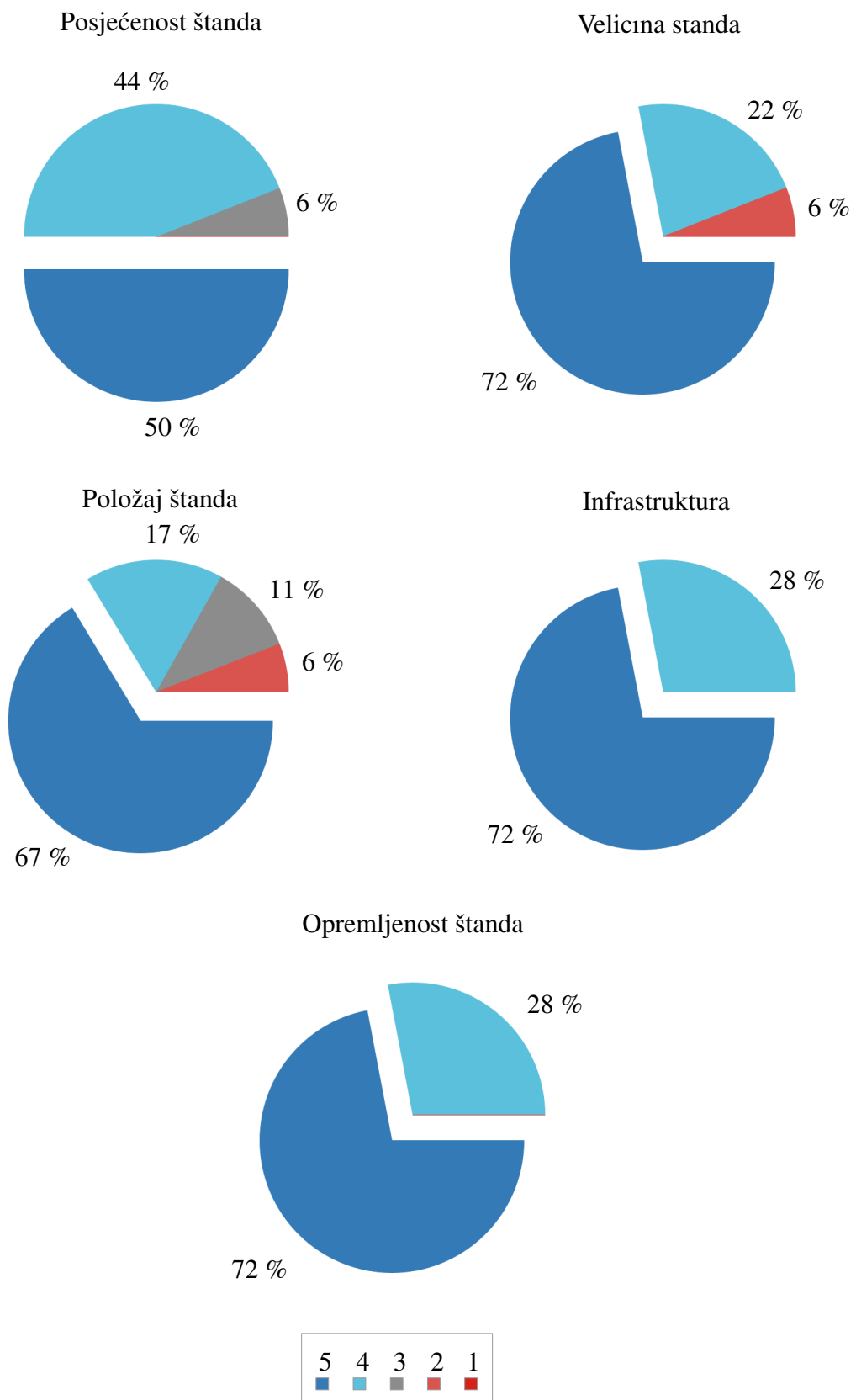
Glavna mjera zadovoljstva tvrtki, a time dijelom i uspješnosti sajma, je anketa na tri područja: štandovi, prezentacije i organizacija. Anketu je 2015. godine popunilo 22 od 26 tvrtki što čini 85 % tvrtki koje su sudjelovale te godine.

[insert skracena tablica]

Analiza ankete prikazana u tablici ?? prikazuje veliko zadovoljstvo tvrtki u svim ispitanim područjima sa prosječnom ocjenom 4,7. Pregled rezultata po kategorijama, međutim, pokazuje odstupanje po kategorijama. Organizaciju Job Faira su tvrtke ocijenile iznad prosjeka, pogotovo po pitanju dostupnosti informacija, dostupnosti organizatora i cateringa. Nešto su niže ocijenjeni termin Job Faira i promocija događaja. Nadprosječno su ocijenjene i prezentacije, koje su tvrtke univerzalno ocijenile iznad štandova. Usporedbom ocjene tvrtki o posjećenosti štandova i prezentacija, prosječno 4,39 i 4,71 respektivno, pokazano je da, iako su tvrtke daleko od nezadovoljstva, unapređenju u budućnosti treba posvetiti pažnju. U nastavku su prikazani rezultati ankete, uz napomenu da broj ispunjenih anketa varira s obzirom da sve tvrtke nisu sudjelovale u sajmu sa štandom i prezentacijom.

### 6.1.1. Štandovi

Kao što je ranije navedeno, zadovoljstvo tvrtki štandovima je ispod prosjeka provedene ankete. Slika 6.1 prikazuje ocjenu tvrtki po zasebnim stavkama. Neke stavke, poput veličine štanda, vrlo je teško poboljšati uz sadašnju organizaciju sajma. Svaki raspored štandova će dovesti do nejednake raspodjele pozicija gdje će neki štandovi biti bolje pozicionirani od drugih, čime se ne održava jednakost među sudionicima. Međutim, zbog porasta popularnosti sajma, ovogodišnji sajam održat će se i izvan aule fakulteta. Ocjene tvrtki po pitanju opremljenosti i infrastrukture su dobre. Glavni problem prezentiran od strani tvrtki je posjećenost štandova što je glavno mjerilo uspjeha sajma. Anketa pokazuje da su tvrtke prilično zadovoljne posjećenošću, ali smatraju da se broj posjetitelja može povećati.

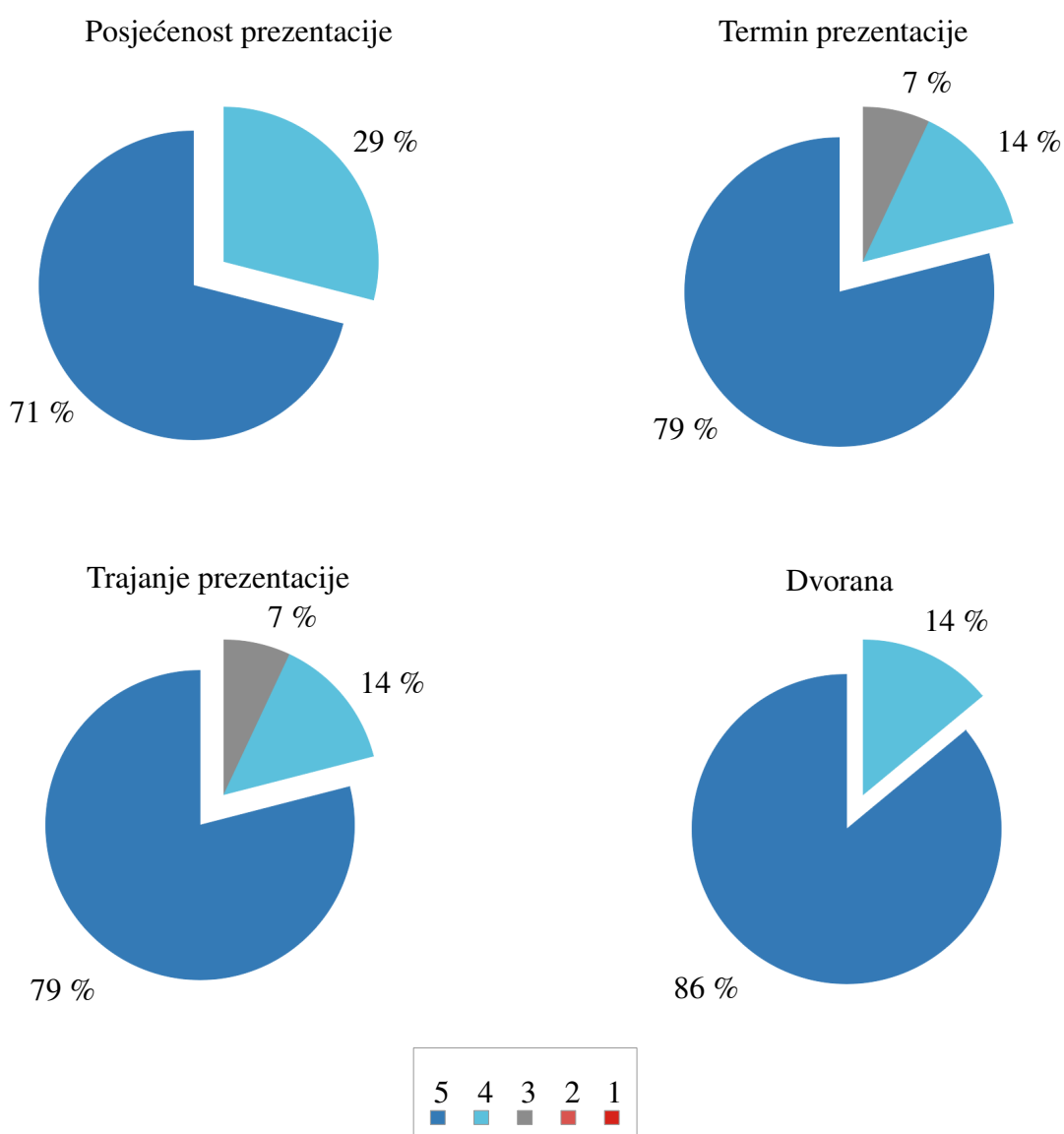


**Slika 6.1:** Ocjena štandova za sajam 2015. godine.



## 6.1.2. Predavanja

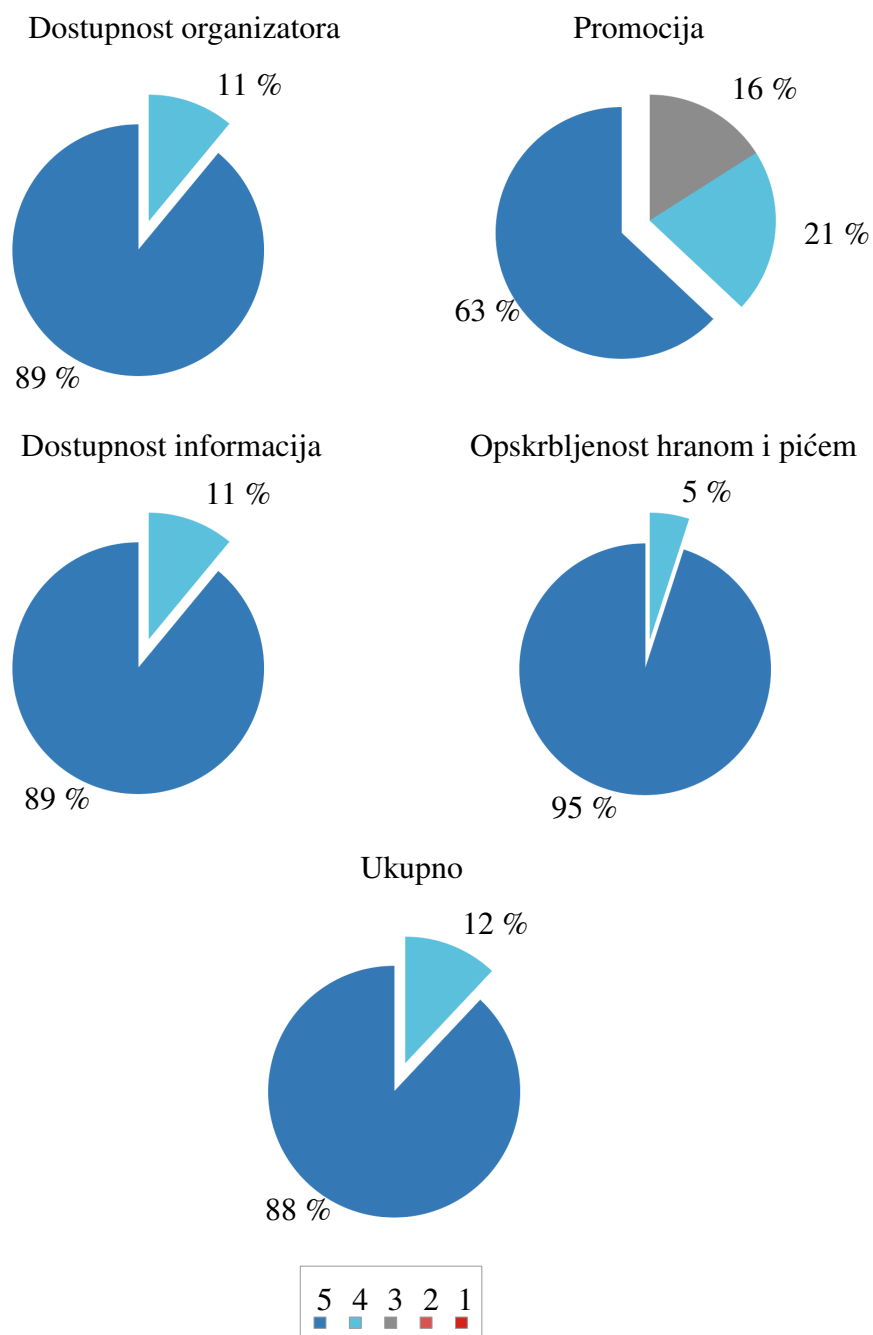
Prezentacije su prepoznate kao odličan način predstavljanja većem broju studenata. Grafovi prikazani na slici 6.2 sadrže rezultate ankete. Ocjena je veća od prosjeka te se može zaključiti da su tvrtke zadovoljne. Posjećenost prezentacija nije ocijenjena kao problem te je približno tri četvrtine tvrtki posjećenosti svoje prezentacije dalo najvišu ocjenu. Važnost prezentacija pokazuje i značajno veći broj tvrtki koje su se 2016. godine prijavile samo za prezentaciju nego samo za štand.



Slika 6.2: Ocjena prezentacija 2015. godine.

### 6.1.3. Organizacija

Organizacija je ocijenjena s ocjenom 4,89. Prikazano na slici 6.3 sajam je ocjenjen vrlo dobrom ocjenom gdje su se najveći prigovori tvrtki prikazali u području promocije. Ovogodišnja suradnja s Centrom karijera FER-a te formiranje PR tima trebale bi doprinijeti popularnosti sajma i rastu ocjene na anketi.



Slika 6.3: Ocjena sajma 2015. godine.

## **6.2. Ankete za studente**

U svrhu uspostave mjerljivog napretka, u 2016. godini početak će se provoditi i anketa za studente kako bi se pratila mišljenja studenata o tvrtkama koje dolaze na Job Fair. Anketa će ispitivati ključne elemente vizije i organizacije Job Faira, raznolikost tvrtki u području djelovanja (elektrotehnika, računarstvo ili informacijske tehnologije), kao i raznolikosti po veličini tvrtke (po broju zaposlenika i raširenosti). Također, anketa će sadržavati pitanja o kvaliteti predavanja i relevantnosti tema predavanja za njihovo ciljano zanimanje.

## **6.3. Odjek u medijima**

Kao konačnu ocjenu ideje i izvedbe Job Faira praćene su medijske objave o Job Fairu, prije i nakon održavanja sajma. Medijske objave omogućavaju pogled iz perspektive treće strane, koja nema interesa ni kao organizator, ni poslodavac, ni potencijalni zaposlenik. Iako su manje mjerljivi od anketa, dojmovi medija su dobar pokazatelj šireg dojma populacije o događaju. Poseban interes posvećuje se razlikama u izvještajima različitih kategorija medija, gdje se analiziraju dojmovi najvećih novina poput Večernjeg Lista, specijaliziranog medija kao što je Poslovni Dnevnik i studentski orijentiranih portala poput x-ica.com. Svaka medijska objava, sa svojim reportažama i intervjuima, bilo s tvrtkama ili studentima, predstavlja potencijalni izvor ideja za unapređenje Job Faira i povećanje zadovoljstva svih sudionika sajma.

## 7. Rast i razvoj

Dugogodišnji rad studentskih udruga na sajmovima poslova prepoznat je od strane Sveučilišta i Fakulteta te novoosnovanog Centra karijera FER-a. 2016. u realizaciju Job Faira, uz glavne organizatore KSET, BEST Zagreb i Savez studenata FER-a, pridružio se Centar karijera. Cilj je zadržati kontinuiranu izvrsnost ovog događaja. Osim oslanjanja na dobru praksu iz prošlosti, potrebno je uvoditi i inovacije na organizaciji i u izvedbi sajma poslova.

Zbog velike zainteresiranosti tvrtki smatramo kako postoji potencijal za rast ovog događaja idućih godina. Potrebno je razmotriti povećanje površine izložbenog prostora dodatnim štandovima te vremensko proširenje događaja. Potrebno je razmotriti i optimalno vrijeme održavanja događaja. Pri odabiru termina sajma treba u obzir uzeti održavanje ispitnih rokova, blizinu završetka akademske godine te ukoliko je moguće, potrebe tvrtki za kadrom na tržištu rada. Kako bi osim usmenog kontakta studenata s tvrtkama ponudili i neformalno obrazovanje, u budućnosti Job Faira postoji mogućnost organiziranja radionica poslovnih vještina. Radionice bi uključivale vještine poput pisanja životopisa, razgovora za posao, uređivanja LinkedIn profil te različitih ostalih soft skill vještina. Cilj je dovesti eminentne stručnjake kako bi radionice bile što korisnije studentima sudionicima.

Postoji mogućnost da se uz radionice poslovnih vještina, organiziraju i stručne radionice iz različitih popularnih tema iz elektrotehnike i računarstva kao i mogućnost znanstveno-popularnih predavanja. Primijećeni trend sve većeg porasta sudjelovanja poduzeća i studenata, otvara pitanje proširenja i disperzije ovog događaja u nekoliko cjelina tijekom cijele godine.

Kako bi se studentima pružio još detaljniji uvid u djelatnosti pojedinih tvrtki, razmišlja se i o organizaciji stručnih posjeta tvrtkama. Oni se sada odvijaju unutar pojedinih kolegija te ponekad u organizaciji studentskih udruga, ali u ograničenom opsegu. Uvo-

đenjem navedene aktivnosti u sadržaj sajma poslova otvorila bi se mogućnost posjeta studenata većem broju tvrtki. Posjet tvrtci je idealan da studenti iz prve ruke saznaju čime se tvrtka bavi, kakva je radna atmosfera u tvrtci te ostale bitne stvari za odabir možebitnog budućeg zaposlenja. Osim o samim tvrtkama, studenti na Job Fairu imat će priliku saznati o mogućnostima koje im se nude na samom fakultetu. Primjerice mogu se upoznati sa programom FER-ovih ljetnih praksi, mogućnostima postdiplomskog studija, itd. Također, na štandovima studentskih udruga mogu se upoznati s aktivnostima udruga te se po mogućnosti učlaniti u studentsku udruhu, čime dobivaju priliku znatno unaprijediti svoje neformalno obrazovanje. Smatramo da postoji veliki potencijal proširenja Job Fair kako u smislu samog opsega tako i u području novih aktivnosti koje je moguće uklopiti u sam događaj.

## 8. Zaključak

Job Fair se iz godine u godinu pokazuje kao sve bitniji događaj, prvenstveno za studente FER-a i srodnih fakulteta, ali i za tvrtke regionalnog i svjetskog karaktera. Konstantni porast interesa za istim pokazuje potrebu za ovakvim i sličnim projektima. Fokus Job Faira su studenti i njihovo približavanje i upoznavanje sa tržištem rada. Raznovrsnost tvrtki koje sudjeluju na Job Fairu omogućava uvid studentima u tržište rada iz perspektive malih startupova pa sve do multinacionalnih tvrtki poput Microsofta. Kroz prezentacije studenti stječu uvid u same tvrtke i mogućnosti koje one pružaju, a uz to imaju mogućnost kontakta sa zaposlenicima tvrtke kroz dvodnevno prezentiranje na štandovima.

Konstantni porast broja tvrtki iz godine u godinu je dobar pokazatelj da Job Fair privlači veliki broj studenata, i omogućava komunikaciju između studenata i tržišta. Job Fair 2016 je doživio najveći pojedinačni rast u broju tvrtki koje sudjeluju, što je svojevrsni pokazatelj značajnog povećanja razmjera projekta. Ovo je svojevrsna kruna konstantnog napretka u izvedbi od 2008. godine. Važnost projekta je prepoznata od strane Centra Karijera FER-a, s kojim smo uspostavili blisku suradnju. Zahvaljujemo se na njihovoj spremnosti za pomoć prilikom izvedbe ovogodišnje Job Faira.

Mislimo da upravo unapređenje pripreme i izvedbe projekta iz godine u godinu je nešto što su prepoznali studenti i tvrtke. Prošlogodišnja anketa provedena među tvrtkama nakon završetka Job Faira, dala nam je izvrstan feedback, te uveliko pomogla prilikom organizacije ovogodišnjeg događaja. Mislimo da su brojevi najbolji indikator unapređenja i rasta projekta pa se tako ukupan broj tvrtki koje sudjeluju i prezentacija koje će se održati udvostručio od prošle godine. Ovogodišnje ankete koje će se provesti sa tvrtkama i među studentima sigurno će dati dodatnu količinu informacija koje će nam pomoći da unaprijedimo organizaciju i izvedbu sljedeće godine.

Neke od planova i ideja smo već spomenuli u prethodnim poglavljima, no oni su samo dio plana za unapređenje ovog projekta u budućnosti. Uzevši u obzir pokazani interes od strane studenata i tvrtki, smatramo da Job Fair pokazuje potencijal za rast iz godine u godinu. Neke od inoviteta, poput povećanja prostora na kojem se Job Fair održava, kao i produljenje trajanja događaja planiramo već za sljedeću godinu.

Konačni cilj projekta je pružiti studentima mogućnost lakše komunikacije sa tvrtkama kroz cijelu godinu, te stvoriti platformu koja će olakšati studentima ulazak na tržište rada.

## **Sajam poslova - Job Fair**

### **Sažetak**

Job Fair je sajam poslova i karijera koji se održava jednom godišnje na Fakultetu elektrotehnike i računarstva. Organizaciju vode studenti volonteri iz udruga KSET, BEST Zagreb i Savez studenata FER-a. Cilj projekta je studentima prvenstveno tehničkih usmjerenja predstaviti mogućnosti zaposlenja u industriji, najnovije tehnologije i prakse te uspostaviti kontakte i dugoročnu suradnju između studentske populacije, akademske zajednice i tvrtki. Projekt se provodi od 2004. godine uz kontinuirano unaprjeđenje sadržaja i kvalitete izvedbe. U sklopu sajma tvrtke se studentima predstavljaju putem štandova u prostoru fakulteta te prezentacijama i predavanjima u konferencijskoj dvorani. Predavanja su koncipirana tako da tvrtke u 10 minuta studentima predstavljaju kako je raditi u tvrtki te u sljedećih 10 minuta konkretan projekt, tehnički problem ili tehnologiju te prikažu rješenje istog. Na štandovima studenti imaju mogućnost izravno se povezati s tvrtkama te si osigurati ljetnu stručnu praksu ili posao po završetku studija. O kvaliteti organizacije i izvedbe te značaju projekta u zajednici govori i broj ovogodišnjih prijava za sudjelovanje - 62 tvrtke su se prijavile za sudjelovanje. Među sudionicima su startupi, male tehnološke kao i vodeće hrvatske tvrtke te najveće svjetske kompanije poput Googlea i Microsofta. Uz organizaciju događanja, studenti fotografski i videozapisima prate odvijanje sajma, samostalno izrađuju mrežne stranice te promoviraju događaj.

**Ključne riječi:** sajam poslova, razvoj karijera, studentski poslovi, stručne prakse, stručna predavanja, Job Fair, FER, KSET, BEST Zagreb, SS FER



## **Abstract**

Job Fair is an annual event at the Faculty of Electrical Engineering and Computing. It's organized by volunteers from KSET, BEST Zagreb and Student association of FER. Project goal is to present students with jobs, career development possibilities and latest technologies while establishing connections and cooperation between students, university and companies. Project was started in 2004 and it's quality is being improved approved each year. Job Fair consists of presentations in the conference hall and stands in the faculty hall at which companies present themselves to students. Lecture concept consists of 10 minute talk about the company and how it is to work there while next 10 minutes are reserved for technical presentation. On the stands, students can find and meet developers and establish their first business connections. The number of companies that have applied to join the Job Fair this year (62) speaks of the event quality and consistency. Companies that will present themselves at Job Fair range from fresh start-ups, small and medium sized Croatian companies as well as biggest corporations like Google and Microsoft. Beside the event organization skills, students learn how to photograph and record a conference, how to develop and maintain a web site and promote te event in the media.

**Keywords:** job fair, career development, student jobs, internships, lectures, Job Fair, FER, KSET, BEST Zagreb, SS FER