

Imaginea AIESEC – reprezentarea membrilor

ANTROPOLOGIE CULTURALA

BRASOV

2008

<u>BANUIALA</u>	<u>3</u>
<u>IPOTEZA</u>	<u>3</u>
<u>DOCUMENTARE</u>	<u>3</u>
Conceptul de imagine _____	3
Teoria aleasa pentru cercetare _____	5
AIESEC – ce transmite organizatia _____	6
<u>DEFINIREA TERMENILOR</u>	<u>8</u>
Imagine _____	8
Reprezentarea _____	8
Experinta personala _____	8
Comportament _____	9
<u>OPERATIONALIZARE</u>	<u>10</u>
<u>UNIVERSUL CERCETARII</u>	<u>11</u>
A. Definirea populatiei cercetate _____	11
B. Localizarea temporală a actiunii _____	11
C. Accesul la subiecti _____	11
<u>INSTRUMENTE DE CERCETARE</u>	<u>12</u>
Interviul _____	12
Aspecte generale ale fiselor de interviu _____	12
Cadrul contractual al comunicarii _____	12
De ce acest interviu e ? _____	12
Modalitati de interventie folosite _____	13
Fisa de interviu _____	14
Ghid de intrviu _____	15
A. INTREBARI PENTRU ALUMNI _____	15
B. INTREBARI PENTRU MEMBRI AIESEC DE 1 AN _____	15
C. INTREBARI PENTRU MEMBRI AIESEC RECRUTATI IN ACEASTA TOAMNA _____	16
Chestionarul _____	17
Modul de aplicare a chestionarului _____	17
CHESTIONAR _____	18
<u>ANALIZA INTERVIURI SI CHESTIONARE</u>	<u>20</u>
Interviul _____	20
ALUMNI AIESEC: _____	21
1. AIESEC este o organziatie internationala de tineri _____	21
2. AIESEC ofera posibilitatea de petrecere a timpului liber si de a avea noi prieteni _____	21
3. AIESEC te provoaca sa inveti si sa te pregatesti pentru viata reala. _____	21
MEMBRI AIESEC RECRUTATI ACUM 1 AN: _____	22
1. AIESEC este perceptut ca o organizatie de invatare, care are scop sa educe talente _____	22
2. AIESEC ofera posibilitatea de a avea noi prieteni _____	22

3. AIESEC acestor membri este mult mai orientat spre o perspectiva pragmatica _____	22
MEMBRI AIESEC RECRUTATI IN TOAMNA 2007: _____	23
1. AIESEC este perceput ca o organizatie in care nu toti membrii se implica si isi dau interesul de invatare, care are scop sa educe talente _____	23
2. AIESEC este perceput ca avand minusuri in cultura organizationala si in mamagement _____	23
3. AIESEC este perceputa ca o organizatie de invatare _____	23
Sinteza _____	24
Analiza chestionare _____	24
CONCLUZII	27
BIOGRAFIE	28
Anexa 1 - Interviu	29
Fisa de interviu 1 _____	29
Fisa de interviu 2 _____	30
Fisa de interviu 3 _____	31
Fisa de interviu 4 _____	32
Fisa de interviu 5 _____	33
Fisa de interviu 6 _____	34
Fisa de interviu 7 _____	35
Fisa de interviu 8 _____	37
Fisa de interviu 9 _____	38
Anexa 2 - Chestionar	39
CHESTIONAR 1 _____	39
CHESTIONAR 2 _____	41
CHESTIONAR 3 _____	43
CHESTIONAR 4 _____	45
CHESTIONAR 5 _____	47
CHESTIONAR 6 _____	49
CHESTIONAR 7 _____	51
CHESTIONAR 8 _____	53
CHESTIONAR 9 _____	55

BANUIALA

Modul in care este vazut AIESEC-ul difera de la generatie la generatie. Desi organizatia, valorile, viziunea si activitatile de baza raman aceleasi an de an perspectiva asupra AIESEC-ului ca intreg se schimba datorita recrutarii de persoane care aduc cu ei o alta perspectiva.

IPOTEZA

Imaginea AIESEC este bazata pe experienta personala a membrilor AIESEC din Brasov , din generatii diferite si anume membri recrutati in toamna 2007, membri recrutati in toamna 2006 (membri de 1 an) si fosti membri ai organizatiei recrutati intre 2001 si 2004.

DOCUMENTARE

Conceptul de imagine

Roger Muchielli defineste imaginea ca "*reprezentarea sau ideea pe care si-o formeaza indivizii unui mediu sau ai unui segment al publicului*" ca urmare a receptarii unor informatii despre un obiect social. Aceasta definire teoretica a imaginii se gaseste in cartea sa *Psychologie de la publicite et de la propagande*, editata pentru prima data la editura Librairies Techniques, Paris, 1970.

Abordarea constructivista (J. Piaget), preocupata de structura si dinamica reprezentarilor, evidentiaza importanta componentelor complexe ale limbajului si gandirii pentru construirea reprezentarilor si imaginilor. Acestea - reprezentarile si imaginile - apar in constiinta ca urmare a unei activitati psihice complexe, cu caracter constructiv, care vizeaza sinteza datelor senzoriale, reactiile si actiunile concrete ale indivizilor asupra realitatii.

Abordarile teoretice intreprinse de Serge Moscovici, J. Abric, W. Doise, situate tot in cadrul conceptiei constructiviste, stipuleaza ca reprezentarile sociale sunt "un aparat evaluativ, o grila de lectura a realitatii, o situare in lumea valorilor si o interpretare proprie data acestei lumi". Pe baza elementelor principale ale reprezentarii (nucleul sau nodul central si sistemul periferic), ei demonstreaza atat posibilitatea conservarii reprezentarilor, care absorb in nucleu sistemul de valori, cultura si normele sociale, cat si posibilitatea schimbarii acestora datorita flexibilitatii si mobilitatii sistemului periferic, care permite ancorarea in realitatea imediata.

Imaginea este considerata ca parte componenta a reprezentarii sociale, elementul ei stabil (nucleul) ce corespunde sistemului de valori compatibil culturii si normelor sociale

date. Importanta imaginii este data de posibilitatea ei de a contribui la formarea conduitelor si la orientarea comunicarii sociale in modalitati diverse: difuzare, propagare, propaganda.

Psihologia generala abordeaza imaginea in stransa legatura cu componentele actului atitudinal-volitiv: perceptie - evaluare - opinie - convingere - atitudine. Etapele parcurse de la receptarea obiectului social pana la formarea imaginii sunt conditionate de cunoastere, apreciere valorica, confruntarea argumentelor, verdictul valoric initial (opinia), verdictul valoric stabil (convingerea) etc. Imaginea, potrivit acestei concepii, este rezultatul declansarii unor procese de evaluare in structurile psihice ale individului, indreptate spre obtinerea opiniilor si, ulterior, a convingerilor. Ca urmare, influentarea individului nu se poate face printr-un transfer de opinii sau convingeri, ci numai prin stimularea, declansarea si generarea lor in individ cu ajutorul argumentului.

Teoriile fenomenologice situeaza imaginea in sfera experientelor personale si a comportamentului individului. Experienta in desfasurare, imediata, traita de oameni este esentiala pentru formarea imaginilor. Omul, construindu-si modelele reprezentationale asupra lumii, reuseste, pe aceasta baza, sa-i dea acesteia un anumit sens. Se considera ca mecanismele interne implicite, generate in om de experienta proprie, fac posibila formarea si cristalizarea imaginii de sine si a imaginilor despre lumea in care traieste.

Potrivit paradigmei procesual-organice, oamenii dispun de bio-procesori si interpretori. Prin bioprocesori, oamenii apartin bioorganizarii pentru ca bioprocesorii controleaza procesele ce intretin organismul si interfata lui cu existenta inglobanta; interpretorii fac posibila specializarea, transforma individul in om; ei se constituie preluand si procesand informatia furnizata de bioprocesori, apoi se diferentiaza si se autonomizeaza din ce in ce mai mult.

Potrivit concepiei procesual-organice, pentru a procesa informatie interpretorii au nevoie de trei elemente: criterii, reguli si informatie procesata si stocata in memorie folosind diverse semne suport (figurative, verbale sau armonice sonore)⁹. Criteriile si regulile apar in conditii diferite, de aceea, trebuie sa distingem intre criterii si reguli care se formeaza in interpretori si raman neexplicitate (implicite) si criterii si reguli care apar explicit in teorii, doctrine, ideologii etc. Criteriile, regulile si informatia stocata in memorie devin interpretari - cadru implicite sau explicite pentru noile procesari.

Paradigma procesual-organica, afirmand existenta interpretorilor, da alta interpretare reprezentarilor, diferita de cea conturata in psihologii. In aceasta paradigma, reprezentarile sunt interpretari-cadru ce raman implicite in interpretori, acele interpretari-cadru care sunt implicate in directionarea manifestarilor oamenilor si care pot activa sau orienta procesarile ulterioare. In aceasta acceptiune, imaginile oamenilor sunt interpretari-cadru derivate din reprezentari, care exprima sintetic interpretari mai cuprinzatoare.

In raport cu aceste consideratii, conceptia procesual-organica defineste imaginea ca interpretarea-cadru implicita, acea interpretare-cadru care se formeaza de la sine, prin procesari ce raman neconstientizate si care se exprima sub forma opiniilor, atitudinilor, convingerilor, credintelor, mentalitatilor sau simbolurilor socio-culturale.

Interpretarile-cadru implicite sunt de natura simbolica sau analitica si pot fi produse de interpretatori figurativi, verbali si armonici. Ca urmare, imaginile pot fi de natura simbolica sau analitica.

In producerea imaginilor, functionarea interpretatorilor conexati cu bioprocatorii este determinata, bioprocatorii putand bloca sau activa criteriile care functioneaza ca imagini.

In raport cu interpretarea data imaginii, ca produs al procesorilor de informatii specifici omului, imaginile sociale pot fi interpretate ca ansambluri de criterii, reguli si interpretari implicite, care se formeaza de-a lungul timpului de la sine, mostenite si transmise prin traditie si cultura, modificate si imbogatite succesiv cu elemente noi, acceptate si asimilate de grup, in functie de context, in modalitati ce nu pot fi transparente pentru oamenii implicati.

Imaginile sociale depind de orizontul informational in care se constituie. Se poate afirma ca nu exista imagine in sine, exista imaginea unui anumit om despre un obiect social anume, formata in raport cu caracteristicile procesorilor sai de informatii. Este plauzibil ca acesti procesori sa fie conditionati de varsta, sex, religie, apartenenta/neapartenenta la organizatii, nivel de cultura, nivel de instructie, dar si de starea procesorilor sai.

Teoria aleasa pentru cercetare

Pentru a raspunde cel mai bine universului cercetarii am ales teoria cu privire la imagine sociala a lui Roger Muchielli care defineste imaginea ca "*reprezentarea sau ideea pe care si-o formeaza indivizii unui mediu sau ai unui segment al publicului*" ca urmare a receptarii unor informatii despre un obiect social.

Prin urmare imaginea sociala provine prin receptarea de informatii despre un obiect social, care in cazul cercetarii de fata este organizatia AIESEC Brasov.

Procesul receptarii poate fi un efect al comunicarii¹, al perceptiei² sau observatiei³, desi cu siguranta ca poate fi si efectul altor procese. Cu toate acestea nu vom intra mai

¹ Comunicarea reprezinta una dintre activitatile umane pe care fiecare dintre noi o poate recunoaste, insa putini o pot defini satisfactor. Orice comunicare implica semne si coduri. Semnele sunt acte care se refera la altceva decat la sine, sunt constructe cu semnificatie. Codurile sunt sistemele in care sunt organizate semnele si care determina modul in care se leaga semnele unele de altele.

Modelul lui Shannen si Weaver

- trei niveluri ale problemelor aparute in studiul comunicarii: probleme tehnice, probleme semantice, probleme legate de eficienta ;

mult in detaliu cu privire la elementele creatoare ale receptarii de informatii de catre individ, enumerand doar cateva alternative netestate pentru a exemplifica complexitatea procesului.

Am ales in calitate de teorie suport pentru definirea imaginii de catre Roger Muchielli perspectiva gasita in teoriile fenomenologice care situeaza imaginea in sfera experientelor personale si a comportamentului individului. Prin urmare imaginea este determinata de individ si de modul in care acesta in calitate de receptor si interpretator al stimulilor care formeaza imaginea alege sa recodeze stimulii receptati.

AIESEC – ce transmite organizatia

Pentru a putea face ulterior o comparare cu rezultatele stranse in urma analizei reprezentarii membrilor AIESEC cu privire la organizatie vom introduce elemente de pozitionare organizationala si comunicationala atat externa, cat si interena care cuprind urmatoarele elemente.

Numele organizatiei - AIESEC

AIESEC, denumire provenita anterior din acronimul din franceza "Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales". Astazi acest acronim nu mai este folosit deoarece membrii AIESEC apartin diverselor specializari.

-
- comunicarea - proces linear, simplu (sursa de informare --> transmitator --> semnal--> receptor --> destinatie ;
 - studierea nivelurilor are ca scop intelegerea felului in care s-ar putea imbunatati acuratetea si eficienta procesului de comunicare ;
 - zgomotul- se adauga semnalului, pe traseul transmitere-receptare si nu este transmis intentionat de catre sursa – este o perturbare a sunetului ;
 - informatia e conceptul de baza, reprezentand o masura a predictibilitatii semnalului, adica numarul de posibilitati deschise pentru emitatorul mesajului ;
 - redundanta – ceea ce este predictibil sau conventional intr-un mesaj. Opusul redundantei este entropia. Redundanta are doua functii: una tehnica, iar cealalta implica extinderea conceptelor inspre dimensiunea sociala ; ajuta la acuratetea decodarii; furnizeaza un instrument de control care abilitateaza identificarea erorilor;
 - conventia – o sursa majora de redundanta, duce la o decodare facila

² In calitate de concept, personalitatea este, dupa cum se exprima Richard Meili, ”obiectul ultim si prin urmare cel mai complex al psihologiei”. El inglobeaza aproape toata psihologia. Nu exista nici o teorie, nici o conceptie care sa nu se raporteze, intr-o forma sau alta, la teoria si conceptia personalitatii. Psihologia personalitatii atrage atentia celui care o studiaza ca nu trebuie sa ignore sau sa neglijeze celelalte domenii ale psihologiei. Teoretic personalitatea este cadrul de referinta fundamental pentru definirea sensului si valorii explicative a celorlalte notiuni psihologice. Notiunile de senzatie, perceptie, afectivitate, vointa, motivatie, etc., nu ar avea nici o semnificatie daca ar fi interpretate in sine, deci neraportate la personalitate. Prin urmare perceptia este un atribut al individului si a individualitatii sale.

³ Dictionarul on line de sociologie al LAZĂR VLĂSCĂANU & CĂTĂLIN ZAMFIR (ca metodă de investigare), perceperea sistematică a atitudinilor, comportamentelor și interacțiunilor actorilor sociali, în momentul manifestării lor, conform unui plan dinainte elaborat și cu ajutorul unor tehnici specifice de înregistrare. Posibilitățile de utilizare a **o.** se diferențiază în funcție de obiectul observării, tehnica de înregistrare aplicată și poziția observatorului. Obiectul **o.** se precizează pe baza scopului teoretic urmărit, referindu-se la manifestări "psihosociale ale persoanelor, timpul de producere și locul sau contextul social al acestora. Atenția se orientează către diferitele fațete ale acțiunilor și interacțiunilor sociale: forma (schimburi de mesaje, deplasări în spațiul social, caracteristici fizice ca indicii ale unor stări subiective), durata (repartiția în timpul subiectiv și obiectiv), frecvența de apariție și repetare, intensitatea, succesiunea.

Natura

AIESEC este o organizatie globala, apolitica, independenta, non-profit condusa de studenti si proaspat absolventi ai institutiilor de studii superioare. Membrii organizatiei sunt interesati de problemele globale, leadership si management. AIESEC nu face discriminari pe baza de rasa, culoarea pielii, orientare sexuala, credinta, religie, etnie sau origine sociala.

Viziunea organizatiei

Pacea si implinirea potentialului uman.

Rolul nostru

Platforma internationala a organizatiei ajuta tinerii sa isi descopere si dezvolte potentialul, abilitatile de leadership pentru un impact pozitiv in societate.

Activitatile cheie

AIESEC ofera membrilor sau un sistem integrat de dezvoltare bazat pe experienta format din oportunitati de leadership, practica interna si participarea la un mediu global de invatare.

Valorile organizatiei

- *Activating Leadership*

We lead by example and inspire leadership through action and results. We take full responsibility for our role in developing the potential of people.

- *Demonstrating Integrity*

We are consistent and transparent in our decisions and actions. We fulfil our commitments and conduct ourselves in a way that is true to our identity.

- *Living Diversity*

We seek to learn from the different ways of life and opinions represented in our multicultural environment. We respect and actively encourage the contribution of every individual.

- *Enjoying Participation*

We create a dynamic environment by active and enthusiastic participation of individuals. We enjoy being involved in AIESEC.

- *Striving for Excellence*

We aim to deliver the highest quality performance in everything we do. Through creativity and innovation we seek to continuously improve.

- *Acting Sustainably*

We act in a way that is sustainable for our organisation and society. Our decisions take into account the needs of future gen

DEFINIREA TERMENILOR

Imagine

Pentru a avea consecințe practice (metode), definiția imaginii trebuie operationalizată. În acest sens, imaginea este definită ca un complex informational generat de emiterea a două tipuri de mesaje: a) mesaje rezultate din funcționarea organizației și b) mesaje emise deliberat de către structurile specializate. Se pune, astfel, problema posibilității studierii și evaluării mesajelor emise de organizație ca urmare a funcționalității ei și a mesajelor pe care le emite deliberat. Credem că primul pas care trebuie făcut în acest demers este să identificăm conținutul fiecărui tip de mesaj și apoi să stabilim relevanța acestor mesaje pentru cristalizarea imaginii sociale a organizației.

De asemenea în lucrarea sa "Managementul Marketingului", Philip Kotler a definit imaginea, într-un sens larg, ca reprezentând "ansamblul percepțiilor pe care un individ le are vis-a-vis de un obiect", în cazul cercetării noastre organizația AIESEC. Prin urmare vom identifica elementele cheie specifice întâlnite (într-o formă sau alta) care formează ansamblul percepțiilor majorității subiecților aleși pentru cercetare, fără a considera rezultatul cercetării unul statistic. Cu toate acestea vom considera relevante pentru această cercetare și elementele de imagine care apar în mod minoritar în opinia anumitor subiecți.

Reprezentarea

Reprezentarea este acea reducere simbolică – cognitivă - volitivă - evaluativă - atitudinală a realizării despre AIESEC care se formează în interiorul fiecărui subiect. Astfel fiecare subiect va avea o reacție de analiză, de atribuire de senzații și sentimente, de comparare, etc. în momentul în care formării unei reprezentări pe baza unei realități; mai simplu spus reprezentarea este un rezultat al proceselor psihice care au rolul de a transfera adevărul realității în mentalul individului.

Dacă ar fi să comparăm cu un proces biologic reprezentarea este similară cu vederea, proces în care imaginile mediului sunt imprimare pe retina, într-o dimensiune mult diminuată și răsturnată.

Experiența personală

Imaginea asupra AIESEC, care este doar o reprezentare a individului este eminentă o experiență personală. Orice experiență personală provine de la un istoric de situații, informații, analize, alte reprezentări, etc. Prin urmare putem spune că există un puternic rol dedicat determinării și predeterminării tuturor factorilor care au acționat asupra

noastra anterior, care au rolul de a ne forma anumite tipare si prejudecati care cel mai adesea au rol determinant.

Comportament

Comportamentul individului este un cumul de actiuni si inactiuni legate de o anumita situatie care creaza un anumit rezultat. Comportamentul este determinat de experienta persoana, dar si de multi alti factori.

In sens general comportamentul este o activitate observabilă a unui organism, o interacțiune cu mediul său. Termenul se poate referi la activitate în general(ex: "De când îl cunosc, X se comportă foarte amabil cu oamenii") sau la o anumită activitate, deci un caz particular (ex: "Astăzi X s-a comportat neobișnuit când l-am întâlnit pe stradă").

Termenul a început să fie folosit în psihologie de J.B. Watson și H Pieron, în paradigma psihologică numită Behaviorism (în engleză de la behaviour= comportament).

Prin urmare **IMAGINEA** AIESEC este un cumul de perceptii ale individului. Aceste perceptii si implicit imaginea este o **REPREZENTARE** a AIESEC-ului in mentalul individului, reprezentare care are la baza **EXPERIENTA PERSONALA** si **COMPORTAMENTUL** individului.

OPERATIONALIZARE

Care este imaginea AIESEC in randul membrilor?

Definirea organizatiei

- Ce este AIESEC?
- Ce valori are organizatia?
- Ce caracteristici sunt atribuite organizatiei?

Relatia individ - organizatie

- Ce vreau eu de la AIESEC?

Dinamica organizatiei

- Ce calitati vreau sa aiba membrii AIESEC
- Ce imi place / nu imi place la cultura organizationala
- Ce s-a schimbat in organizatie (Cultura organizationala)

In procesul operationalizarii cercetarii am identificat 3 elemente cheie pentru a surprinde esenta perceptiei asupra organizatiei. Nu au fost alese mult mai multe elemente pentru a nu ingreuna atat aplicarea instrumentelor de cercetare, dar mai ales analiza datelor colectate.

Am selectat un element definitie care poate fi usor analizat in corelatie cu identitatea organizatiei, un element relational intre individ si organizatie care este masura a subiectivitatii si a perspectivei personale si un element dinamic care are in vedere atat transformarea sesizata, cat si transformarea dorita in organizatie de catre individ.

UNIVERSUL CERCETARII

A. Definirea populatiei cercetate

Populatia cercetata pentru validarea sau invalidarea ipotezei cercetarii este formata din membri sau fosti membri AIESEC Brasov (alumni) cu varsta cuprinsa intre 18 si 24 de ani. Acestia sunt alesi in mod aleator din organizatie cu o respectarea urmatoarelor conditii:

- alocarea simetrica pe 3 categorii. Astfel vor fi cate 3 membri in fiecare din cele trei categorii: alumni, membri recrutati acum un an de zile, membri recrutati in toamna anului 2007
- membrii alesi (exceptand cei recrutati in toamna 2007) au avut o implicare de cel putin 6 luni in organizatie
- membrii dintr-o categorie sa nu aiba toti acelasi sex
- sa se aleaga persoane cu experienta cat mai diversa in organizatie (de preferat)

Membrii AIESEC alesi sunt persoane care s-au nascut si au trait in Brasov, dar si persoane care au venit din alte regiuni ale tarii. Acestia au in schimb in comun faptul ca au facut facultatea in Brasov.

B. Localizarea temporală a actiunii

Cercetarea bazata pe doua instrumente si anume interviu si chestionar a avut loc in perioada de sfarsit a anului 2007 si inceputul lunii ianuarie 2008

C. Accesul la subiecti

Accesul la alumni AIESEC (fosti membri AIESEC) am facut-o bazandu-ma pe cunoasterea directa a majoritatii membrilor AIESEC activi intre 2001 si 2005, avand grija ca acestia sa fie din generatii distincte.

Accesul la membrii AIESEC recrutati acum un an de zile si a celor recrutati in toamna anului 2007 s-a facut discutand cu coordonatorul de resurse umane din organizatie caruia i-am cerut sa imi recomande un numar de membri cu care sa vorbesc, respectand insa si conditiile care definesc populatia cercetata.

INSTRUMENTE DE CERCETARE

Pentru prezenta cercetare calitativa am folosit ca instrument de cercetare interviul si chestionarul. Chestionarul a fost construit in urma unei analize primare a conceptelor legate de imagine stranse in urma interviului, avand drept scop evidentierea mai clara a perceptie individuale.

Interviul

Interviurile au fost semi-structurate in sensul ca exista un model de intrebari de urmat, dar in functie de raspunsurile la aceste intrebari am adresat si alte intrebari clarificatoare sau exploratoare. Intrebarile clarificatoare au avut rolul de a elucida conceptele folosite anterior in raspuns, iar intrebarile exploratoare au avut rolul de a strange mai multe informatii despre subiectul in discutie (utile posibil in alte cercetari) sau pentru a explora o alta latura a subiectului cercetat neluata in calculul ipotezelor initiale.

Interviurile s-au tinut fata in fata si au fost inregistrate cu mijloace digitale. Abordarea interviuatilor nu a fost una neutra, impersonala ci personala deoarece m-am folosit de pozitia de fost membru AIESEC si de faptul ca am avut intalniri precedente, dar si de faptul ca inainte de inceperea interviurilor propriu-zise am conversat fie despre AIESEC, fie despre alte subiecte de incalzire a atmosferei.

Interviul a avut rol si intrebari atat de evidentiere a conceptelor care schiteaza imaginea AIESEC, dar si de construire a imaginii AIESEC din elementele componente sau din trairi si experiente proprii.

Interviul a fost in general nondirectiv. Interviuitii au fost lasati sa spuna orice credeau ei legat de intrebare, urmand daca s-a considerat necesar intrebari clarificatoare.

Aspecte generale ale fiselor de interviu

Cadrul contractual al comunicarii (aceste detalii le-am oferit tuturor interviuatilor)

De ce aceasta cercetare?

Aceasta cercetare are drept scop identificarea reprezentarii fiecaruia dintre ei asupra AIESEC-ului si se desfasoara asupra a 9 persoane, fiecare reprezentand 3 categorii de persoane si anume alumni AIESEC, membri AIESEC recrutati de 1 an si membri AIESEC recrutati in toamna 2007.

De ce acest interviuat ?

Persoanele interviuate au fost alese in mod aleator respectandu-se alocarea pe cele 3 categorii de persoane si fiind necesar ca acestia sa fi avut o activitate constanta si sa se fi implicat in AIESEC cel putin 6 luni de zile.

Modalitati de interventie folosite

a) strategii de ascultare aplicate : am ascultat in mod activ incercand sa intaresc faptul ca ascult cu atentie atat in mod non –verbal, cat si in mod verbal. De asemenea am folosit in modul de formulare a intrebarilor informatii pe care le-am primit de la intervievatii anterior.

b) strategiile de interventie : am folosit atat contrazicerea directa, dar mai ales contrazicerea indirecta bazata pe exemple sau alte situatii ipotetice (asta s-a intamplat cand incercam sa scap intervievatii de tipurile de raspunsuri sablon invatate din AIESEC cu privire la intrebari de gen ... ce este AIESEC? Cum este AIESEC ? etc – mentionez din experienta proprie ca acest tip de comportament este specific persoanelor de vanzari)

c) Am folosit relansari: Si apoi ?... ;Si mai ce...? Ce ai putea sa imi mai spui despre ... ?

Fiecare fisa de interviu cuprinde urmatoarele date despre interviu:

Fisa de interviu

Nume interviuat:

1.Distributia actorului:

- sex
- varsta

2.Parametri:

- durata interviului:
- cadrul temporal :
- scena interviului
- alti participanti

3.Observatii asupra subiectului interviuat:

Ghid de intrviu

Deoarece intervirile au fost semi-structurate am realizat o baterie de intrebari similare pentru cele 3 categorii de intervievatii. Aceste intrebari sunt:

A. INTREBARI PENTRU ALUMNI

1. Ce inseamna AIESEC penru tine?
2. Care este valoarea AIESEC care te reprezinta?
3. De ce tocmai acesta valoare?
4. Daca ar fi sa alegi cateva caracteristici ale AIESEC-ului, asa cum l-ai perceput ca membru activ, ce caracteristici ai alege?
5. Ce ai fi schimbat la AIESEC-ul generatiei tale?
6. Ce calitati aveau membrii AIESEC ai generatiei tale?
7. Care erau interesele tale legate de implicarea in AIESEC cand ai fost membru?
8. Cum s-a schimbat acum AIESEC-ul? Cum vezi acum organizatia?
9. Cum percepi acum AIESEC-ul?
10. Ce ai schimba acum la AIESEC?
11. Care sunt diferentele de cultura organizationala dintre AIESEC-ul generatiei tale si cel de acum?
12. Povesteste-mi o intamplare relevanta din perioada de activitate in AIESEC.

B. INTREBARI PENTRU MEMBRI AIESEC DE 1 AN

1. Ce inseamna AIESEC penru tine?
2. Care este valoarea AIESEC care te reprezinta?
3. De ce tocmai acesta valoare?
4. Daca ar fi sa alegi cateva caracteristici ale AIESEC-ului, asa cum il percepi ca membru activ, ce caracteristici ai alege?
5. Ce ai fi schimbat la organizatia generatiei tale?
6. Ce calitati au membrii generatiei tale?
7. Care sunt interesele tale legate de implicarea in AIESEC?
8. Cum s-a schimbat acum AIESEC-ul? Cum vezi acum organizatia?
9. Cum percepi acum AIESEC-ul?
10. Ce ai schimba acum la AIESEC?
11. Care sunt diferentele de cultura organizationala dintre AIESEC-ul generatiei tale si cel de acum?
12. Povesteste-mi o intamplare relevanta din perioada de activitate in AIESEC.

C. INTREBARI PENTRU MEMBRI AIESEC RECRUTATI IN ACEASTA TOAMNA

1. Ce inseamna AIESEC penru tine?
2. Care este valoarea AIESEC care te reprezinta?
3. De ce tocmai acesta valoare?
4. Daca ar fi sa alegi cateva caracteristici ale AIESEC-ului, asa cum il percepi ca membru activ, ce caracteristici ai alege?
5. Ce ai schimba la organizatia generatiei tale?
6. Cum percepi cultura organizationala a AIESEC-ului?
7. Care sunt interesele tale legate de implicarea in AIESEC?
8. Povesteste-mi o intamplare relevanta din perioada de activitate in AIESEC.

Chestionarul

In acest studiu chestionarul are mai multe roluri si anume: rolul de a sublinia si verifica anumite raspunsuri date de interviuat, dar si rolul de a evidentia mai clar perceptia individuala a fiecarui subiect asupra problemei cercetate.

Modul de interpretare a rezultatelor chestionarului este prin enumerarea caracteristicilor alaturate organizatiei de catre respondenti si de a evidentia o anumita orientare a unui numar mai mare de respondenti catre o caracteristica comuna.

De asemenea se va dori sa se evidentieze o corelatie logica intre caracteristicile alese de fiecare respondent in parte.

Modul de aplicare a chestionarului

Fiecare interviuat a completat prezentul chestionar fie in format electronic (pe mail) sau in format fizic (pe hartie) in primele 3 - 5 zile dupa ce a s-a efectuat interviul. Dupa aceasta s-a verificat daca exista anumite divergente majore intre ceea ce s-a transmit in interviu si informatia livrata prin chestionar. Informatia aflata in contradictie intre cele doua instrumente de cercetare va fi evidentiata, fara a fi considerata ad-hoc drept falsa, eronata.

Ulterior s-au analizat chestionarele pe categorii de persoane pentru a se vedea daca exista elemente definitorii pentru cele 3 categorii de persoane, dar si daca exista opozitii majore sau discrepante cognitive ireconciliabile.

CHESTIONAR

NUME PRENUME

VARSTA

AM FOST RECRUTAT IN AIESEC IN SI AM FOST MEMBRU
 ACTIV PANA IN / SUNT INCA MEMBRU
 ACTIV

1. Ordoneaza valorile AIESEC in functie de importanta pe care o atibui tu acestor valori numerotandu-le de la 1 la 6, astfel 1 este cel mai important si 6 este cel mai putin important.

Activating Leadership	
Demonstrating Integrity	
Living Diversity	
Enjoying Participation.	
Striving for Excellence	
Acting Sustainably	

2. Alegeti 5 caracteristici / concepte care descriu din perspectiva ta cel mai bine organizatia AIESEC Brasov (pune un x in dreptul caracteristicii / conceptului ales).

	Organizatie globala		Distractie si fun		Proiecte pentru societate
	Aici din copil devii matur		Leadearship		Implinire potential uman
	Impact in societate		Schimbare		Conferinte
	Traininguri		Exchange		Valori AIESEC
	Dezvoltare personala		Prieteni		Organizatie studenteasca
	Organizatie tanara		Pregatirea suplimentara si adiacenta pe langa		Organizatie orientata pe invatare

		facultate	
Pragmatism		Un laborator al vietii	Birocratie
Lucru in echipa		Experienta practica	Management
Practica interna		Pregatire pentru cariera	Probleme globale
AIESEC incearca sa imbunatateasca viata studentilor din Brasov		Se schimba odata cu generatiile	Organizatie in continua dezvoltare
Nediscriminare		Valori si viziune	Cooperare internationala
Pace		Responsabilitate	Mediu flufy
Contactul cu mediul de afaceri		Sistem integrat de dezvoltare	Agent al schimbarii

3. Cum ai vrea sa fie AIESEC Brasov in 3 ani de zile?

MULTUMESC !

ANALIZA INTERVIURI SI CHESTIONARE

Interviu

Pentru a evidenta perceptia persoanelor intervievate cu privire la AIESEC, cu privire la modul cum sunt si cum ar trebuie sa fie membrii si ce ar schimba sau considera potrivit la AIESEC am subliniat elemente cheie din sumarizarea fiecarui interviu. De asemenea am impartit esenta comunicarii intervievatilor pe cele 3 elemente pe care le-am considerat concepte in operationalizarea imaginii AIESEC (Definirea organizatiei, Relatia individ – organizatie, dinamica organizatiei).

Prima partea a analizei va fi sa indentificam elemente ale perceptiei fiecarei din cele 3 categorii de persoane intervievate.

ALUMNI AIESEC:

Iurov Adrian	Kristaly Liviu	Narita Andreea
<ul style="list-style-type: none"> - metoda de a petrece timpul liber - prieteni - amintiri frumoase - laborator al vietii - AIESEC –ul era totusi o joaca - experienta internationala - brainwashing - AIESEC a fost un hobby - oamenii generatiei sale erau prea rigizi si nu prea activi - acum AIESEC-ul este pe o panta ascendenta - mai putina prefacatorie si “miau” - AIESEC-ul nu s-a schimbat doar s-a adaptat 	<ul style="list-style-type: none"> - organizatie de studenti - practica facuta in AIESEC - membri AIESEC erau dinamici si cu mintea deschisa, foarte energici , foarte motivati, ambitioasi, stiau sa se distreze; erau joviali, rezistenti, aveau putere de munca, erau mandri de munca lor - deschiderea catre mediul economic - discutii birocratic - leaderi - performantele organizatiei a scazut - ar schimba mentalitatea de “ hai sa ne batem pe spate ca totul e ok” - nu mai exista atat de multa ambitie. - membrii de acum sunt foarte sentimentali - organizatia si membrii sunt foarte sensibili, se jeneaza la orice critica. 	<ul style="list-style-type: none"> - organizatie de tineri - loc unde a cunoscut oameni; prieteni - a invatat multe despre ea - a invatat ce si-ar placera sa faca in viata si ce nu si-ar placea sa faca in viata - organizatia este tanara - se muleaza pe cei care il formeaza si il definesc. - in AIESEC intri copil si iesi matur - nu ar schimba nimic la organizatie - dorinta de a apartine unui grup - oamenii generatiei ei erau ambitiosi, dorinici sa faca ceva - membrii de acum nu sunt persoane care sa exceleze in ceva, se multumesc cu ce au - membrii de acum sunt copii nevinovati, nu cu prea multa experienta

Analizand atat aceste elemente extrase din interviuri, cat si intregul interviu putem gasi cateva elemente comune:

1. AIESEC este o organizatie internationala de tineri

2. AIESEC ofera posibilitatea de petrecere a timpului liber si de a avea noi prieteni

3. AIESEC te provoaca sa inveti si sa te pregatesti pentru viata reala.

Nu exista o oponentie comuna cu privire la ce ar trebui schimbat in organizatie, cu privire la evolutia / involutia organizatie si la cum sunt membrii si organizatia in acest moment. Interesant este ca doar doi reprezentanti au punctat in mod evident importante experientei internationale.

MEMBRI AIESEC RECRUTATI ACUM 1 AN:

Munteanu Adrian	Armasu Dan	Balas Alexandra
<ul style="list-style-type: none"> - prieteni - lucruri noi invatate - experienta internationala - AIESEC este cea mai mare organizatie din lume pentru studenti, cea mai bine reprezentata in Romania si cea mai cunoscuta de studenti si cu relatii la firma care se dezvolta continuu. - diferenta este ca in AIESEC toti sunt prieteni si te ajuta, in schimb in viata reala este necesara solutionarea problemei. - a invatat sa conduca o echipa, sa planifice un proiect - participarea la traininguri - usi deschise la anumite companii - birocratie - nu s-au produs anumite schimbari in bine in AIESEC in ultimul an - accent pe exchange si prin identificarea unor elemente de cultura care sa evidentieze AIESEC Brasov in retea 	<ul style="list-style-type: none"> - organizatie foarte mare - diferite proiecte pentru comunitate - AIESEC inseamna multi prieteni - se intalnesc regulat - grup de studenti - incearca sa imbunatateasca viata studentilor din Brasov - intermediaza contactul dintre studenti si companii din strainatate. - pregatirea suplimentara pe langa facultate - lipsa de organizare - unii oameni isi iau responsabilitati pe care nu le duc la capat - cultura AIESEC s-a modificat devenind mai pragmatica, sunt mai putine rolle- calls si nu mai sunt atat de flufy - membrii noi incearca sa ii creasca pe alti - simte lipsa partii de fun, de team – building care duc la demotivare 	<ul style="list-style-type: none"> - o mare parte din viata - o punte de lansare - o modalitate in care poate invata foarte multe - multi prieteni - lucru in echipa - “om profesional” - comunitate de oameni care formeaza talente - AIESEC-ul are o tinuta eleganta si are o anumita intelepciune, cu personalitate puternica, care stie ce vrea si unde sa ajunga. - ar imbunatati punctualitatea - ar trebui dizolvate grupuletele care se formeaza - trebuie facut tracking-ul informatiilor care se strang - generatiile noi au adus entuziasm si prospectime, au creat noi obiceiuri in cultura AIESEC - ar schimba modul de integrare al membrilor, sa li se acorde mai multa atentie si sa se vorbeasca cu ei

Analizand atat aceste elemente extrase din interviuri, cat si intregul interviu putem gasi cateva elemente comune:

- 1. AIESEC este perceput ca o organizatie de invatare, care are scop sa educe talente**
- 2. AIESEC ofera posibilitatea de a avea noi prieteni**
- 3. AIESEC acestor membri este mult mai orientat spre o perspectiva pragmatica**

MEMBRI AIESEC RECRUTATI IN TOAMNA 2007:

Tanase Adriana	Avram Adina	Adam Catalin
<ul style="list-style-type: none"> - sansa sa schimbe ceva si sa se schimbe pe ea, sansa sa isi faca lucruri noi, sansa sa invete lucruri noi pe care altfel nu avea de unde sa le ea. - AIESEC inseamna schimbare fata de tot ce a facut pana acum. - AIESEC-ul vrea sa faca foarte multe si uneori nu are mijloacele necesare - invata lucruri de care are nevoie mare, intr-un mediu placut si capata anumite abilitati - ar schimba modul in care se implica membrii - un membru aiesec trebuie sa fie dispus sa schimbe ceva cu adevarat si sa vrea sa fie acolo si pentru altii nu numai pentru el 	<ul style="list-style-type: none"> - sansa de a evolua si de a te descoperi si de a descoperi multe oportunitati de dezvoltare - prieteni noi - cunostinte acumulate - experiente din conferinte - AIESEC are ca defect ca nu sunt toti membri la fel de implicati. - AIESEC-ul este format din oameni mult prea diferiti - caracteristicile organizatiei ar fi valorile AIESEC. - conferintele creaza unitate - nu ii place cum se desfasoara sedintele si nu se trece direct la subiect, pierdandu-se mult timp - membrii AIESEC trebuie sa aiba vointa si ambitie 	<ul style="list-style-type: none"> - asociatie care promoveaza proiecte - dezvolta calitati membrilor - calitati de leadeship - organizatie internationala - exchenage - percepe AIESEC-ul prin birocratie, este foarte multa informatie de gestionat. - AIESEC este prea multa propaganda - la unii membri se simte un anumit dezinteres

Analizand atat aceste elemente extrase din interviuri, cat si intregul interviu putem gasi cateva elemente comune:

- 1. AIESEC este perceput ca o organizatie in care nu toti membrii se implica si isi dau interesul de invatare, care are scop sa educe talente**
- 2. AIESEC este perceput ca avand minusuri in cultura organizationala si in mamagement**
- 3. AIESEC este perceputa ca o organizatie de invatare**

Sinteza

Elementul esential care este insa percept in mod diferit de categorii de membri, care defineste AIESEC-ul este faptul ca in AIESEC inveti lucruri noi, diferite si adiacente fata de scoala si ca te pregatesti pentru “viata reala”.

De asemenea persoanele care sunt in organizatie mai mult de 1 an percep organizatia ca un loc unde lucrezi in echipa si cunosti oameni, iar in timp iti faci si multi prieteni.

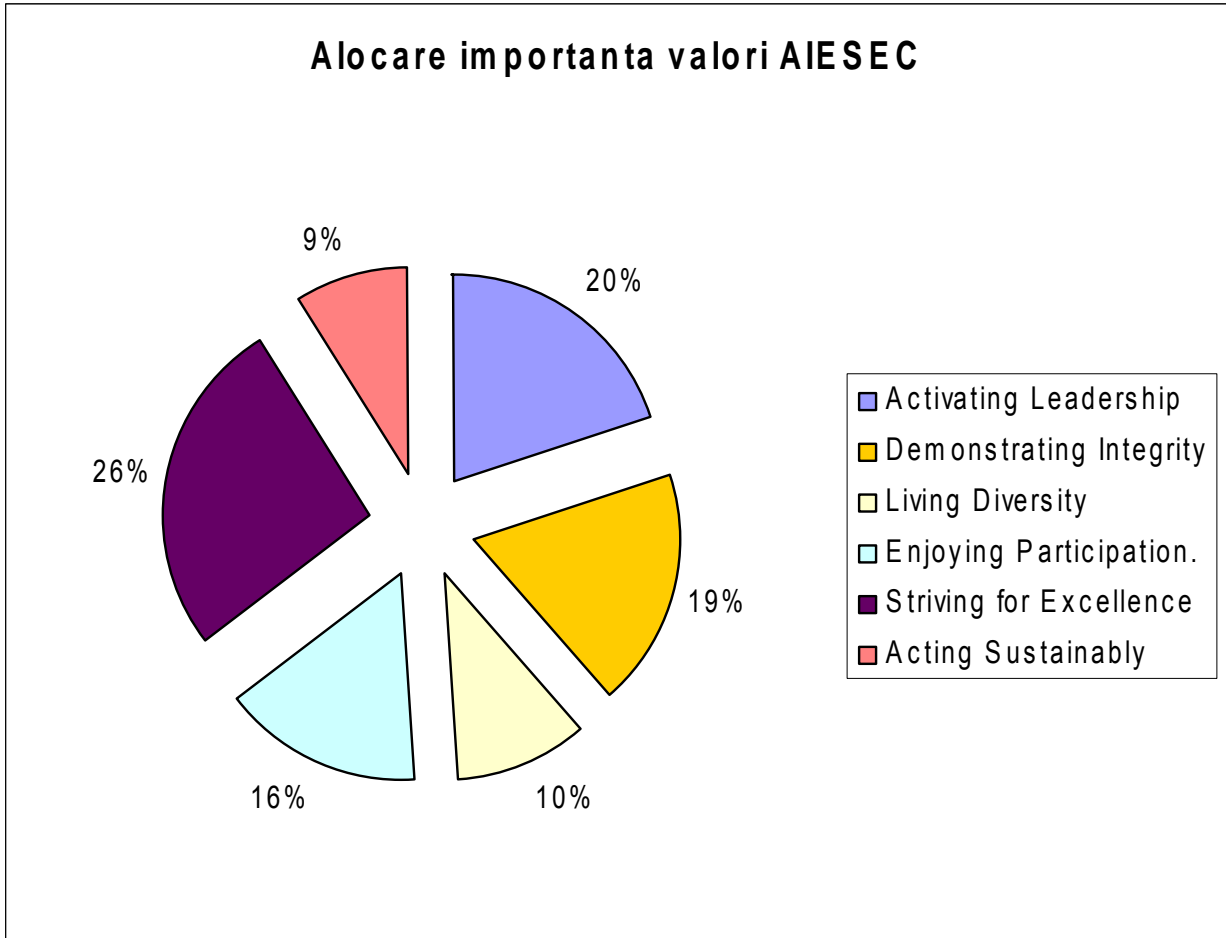
Majoritatea celor intervievati cred ca sunt lucruri care trebuie schimbate la AIESEC si implicit si modul cum schimbarile influenteaza imaginea transmisa. Schimbarile tin de comunicare, de comunicare si lucru intre departamente, de anumite elemente de birocratie si de managementul intalnirilor (sedinte).

Nu exista o transmitere fidela sau macar partiala a mesajului organizational (a se vedea documentarea cu privire la valori si viziune AIESEC). Astfel fiecare membru intervievat transmite parti din mesajul organizational insa filtrat pe baza perceptiei si experientei sale.

Cu toate acestea s-au putut identifica anumite elemente de imagine unificatoare pentru fiecare generatie.

Analiza chestionare

In urma analizei chestionarelor s-au descoperit urmatoarele informatii fara ca acestea sa fie relevante statistic decat pentru numarul de 9 persoane care au fost intervievate. Astfel dupa ordonarea in functie de importanta a valorilor AIESEC rezultatul apare astfel:



In urma caercetarii s-au descoperit care sunt pentru persoanele chestionate caracteristicile cele mai importante si cele mai putin importante, moi jos prezentatnt ierhia lor. (de asemenea nici aceste informatii nu au relevanta statistica pentru toti membrii AIESEC, dar de aici se poate porni o cercetare cantitativa cu privire la imaginea organizatiei).

Organizatie globala	4
Leadeanship	4
Traininguri	3
Lucru in echipa	3
Experienta practica	3
Organizatie in continua dezvoltare	3
Organizatie studenteasca	3
Contactul cu mediul de afaceri	3
Prieteni	2
Se schimba odata cu generatiile	2
Exchange	2
Agent al schimbarii	2
Dezvoltare personala	1
Pregatirea suplimentara si adiacenta pe langa facultate	1
Aici din copil devii matur	1
Valori si viziune	1
Cooperare internationala	1
Un laborator al vietii	1
Sistem integrat de dezvoltare	1
Conferinte	1
Valori AIESEC	1
Birocratie	1
AIESEC incearca sa imbunatateasca viata studentilor din Brasov	1
Nediscriminare	1

CONCLUZII

Am pornit de la ipoteza ca imaginea AIESEC este bazata pe experienta personala a membrilor AIESEC din Brasov , din generatii diferite si anume membri recrutati in toamna 2007, membri recrutati in toamna 2006 (membri de 1 an) si fosti membri ai organizatiei recrutati intre 2001 si 2004. Prin urmare am analizat in mod calitativ opinia unui numar de 9 membri din 3 categorii (generatii) diferite si am descoperit ca exista anumite puncte comune unei generatii AIESEC, dar si extrem de multe puncte distincte cu privire la imaginea AIESEC.

Prin urmare putem spune ca organizatia AIESEC Brasov este perceputa in mod distinct de fiecare membru, existand anumite perceptii comune sau relativ apropiate atat intre anumiti membri, dar si in interiorul unei generatii.

In urma analizei atat a interviurilor, cat si a chestionarelor tragem concluzia ca imaginea organizatiei este determinata de perceptia subiectiva, de modul in care aceasta imagine s-a format pe baza experientei personale si a receptarii informatiilor despre organizatie.

Extrapoland putem spune ca exista "o experienta de grup", specifica generatiilor AIESEC, care au fost recrutati, integrati, pregatiti si care au activat intr-un anumit mod, intr-o organizatie diferita, de anumiti membri. Prin urmare un grup de indivizi cu un fundament asemanator si cu o influenta asemanatoare a organizatiei au o imagine despre AIESEC asemanatoare.

BIOGRAFIE

BOORSTIN, Daniel I. The image – A Guide to Pseudo-Events in America. Atheneum, New York, 1985

BUZARNESCU, Stefan, Introducere in sociologia organizationala si a conducerii. Editura Didactica si Pedagogica, Bucuresti, 1995

CHICIUDEAN, Ion, Gestionarea imaginii in procesul comunicarii. Editura Licorna, Bucuresti, 2000

CULDA, Lucian, Procesualitatea sociala. Editura Licorna, Bucuresti, 1996

LITTLEJOHN, Stephen W., Theories of Human Communication. Woodsworth Publishing Company, Belmont, California, 1992

MOSCOVICI, Serge, Psihologia sociala sau masina de fabricat zei. Editura Universitatii "Al.I.Cuza", Iasi, 1994

NECULAI, Adrian (coordonator), Psihologia campului social: Reprezentari sociale. Societatea Stiinta si Tehnica S.A., 1995

SOWELL, Thomas, A Conflict of Visions. New York, Basic Books, 1987

TUDORESCU, I. Florea, M., POPA, C., Structurile organizationale si eficienta actiunii. Editura Academiei, Bucuresti, 1978

VLASCEANU, M., Psihosociologia organizatiei si a conducerii. Editura Paideia, 1993

ZLATE, Mielu, Psihologia mecanismelor cognitive, Editura Polirom, Iasi, 1998

Anexa 1 - Interviu

Fisa de interviu 1

Nume interviuat: Adrian Iurov

1. Distribuția actorului:

- sex: M
- vârstă: 25 ani

2. Parametri:

- durata interviului: 9 min și 37 secunde
- cadrul temporal : 4.01.2007; ora 20:20
- scena interviului: acasă la Adi Iurov
- alți participanți: prietena lui Adi Iurov; nu a avut nici un rol pe durata interviului.

3. Observații asupra subiectului interviuat:

- Adi a fost foarte relaxat pe durata interviului și a vorbit transant și concis în modul lui caracteristic

SUMARIZARE

Definirea organizației

AIESEC era o metoda de a petrece timpul liber, unde a cunoscut mulți prieteni și de unde are amintiri frumoase. În AIESEC îți dai seama cum este viața cu adevărat, fiind un laborator al vieții.

Valoare aleasă este striving for excellence, deoarece este un perfectionist.

Relația individ – organizație

A învățat să fie atent cu oamenii și mai mult despre natura umană (vanitate, ipocrizie, etc). Era atras (interesat) în AIESEC de fete, internet gratis și că se simțea important și că i se dădea atenție. AIESEC –ul era totuși o joacă.

Cea mai importantă amintire legată de AIESEC a fost experiența internațională din Brazilia.

Dinamica organizației

Când a intrat în organizație a perceput AIESEC-ul în etape. Inițial a fost curios, apoi a întâlnit prieteni și un mod de relaxare și petrecere a timpului liber în afara facultății, apoi a realizat că există brainwashing în AIESEC. AIESEC a fost un hobby.

Ar schimba la oamenii generației sale faptul că erau prea rigizi și nu prea activi.

Acum AIESEC-ul este pe o pantă ascendentă. Ar schimba BOARD-ul (Nota bene – comitetul de conducere AIESEC) și ar face să fie mai puțină prefacatorie și “miau”. AIESEC-ul nu s-a schimbat doar s-a adaptat, se reinventează roata și se fac lucruri vechi puțin altfel și cu schimbarea denumirii.

Fisa de interviu 2

Nume interviuat: Liviu Kristaly

1. Distribuția actorului:

- sex: M

- vârstă: 24 de ani

2. Parametri:

- durata interviului: 15 min și 14 secunde

- cadrul temporal : 4.01.2007; ora 22:25

- scena interviului: acasă la Adi Iurov

- alți participanți: -

3. Observații asupra subiectului interviuat:

- Liviu a fost carismatic și cu un limbaj puternic, expresiv și jovial (a se vedea anumite digresiuni în timpul discuției)

SUMARIZARE

Definirea organizației

AIESEC este organizație de studenți care l-a marcat și care a fost cel mai valoros lucru pe perioada facultății (l-a provocat, i-a plăcut practica făcută în AIESEC alături de alți oameni)

Valoarea AIESEC - demonstrating integrity – este aleasă pe de o parte prin exclusiune, deoarece restul valorilor nu i se potrivesc atât de mult. Mereu a încercat să fie integru.

Relația individ – organizație

A fost atras de faptul că era într-un grup de membri AIESEC dinamici și cu mintea deschisă și cu care putea colabora

A găsit în AIESEC faptul că te puteai apropia de un mediu necunoscut, faptul că s-au creat relații umane și deschiderea către mediul economic.

Își amintește în AIESEC spiritul de suport al membrilor, care au stat alături de el până când a terminat site-ul web pentru un proiect.

Dinamica organizație

Generația lui era foarte energică, foarte motivată, ambicioasă, știau să se distreze, joviali, rezistenți și putere de muncă, erau mandri de munca lor

Ar schimba la AIESEC-ul de atunci foarte multe discuții birocratice care nu ajutau organizația și era timp pierdut. Toți membrii AIESEC își doreau să fie leaderi, să crească și conștienți că au potențial, să învețe; acest lucru se datorea atât personalităților lor, cât și de inocularea acestei direcții de către organizație.

Acum vede AIESEC din perspectiva externă. Când nu mai ești implicat afectiv în organizație lucrurile nu mai sunt atât de frumoase. Din punct de vedere al performanțelor organizația a scăzut, se trece la microproiecte. Ar schimba la AIESEC

mentalitatea de “ hai sa ne batem pe spate ca totul e ok”. Nu mai exista atat de multa ambitie.

Din punct de vedere al culturii organizationale acum membrii sunt foarte sentimentali. Organizatia si membrii sunt foarte sensibili, se jeneaza la orice critica.

Fisa de interviu 3

Nume interviuat: Munteanu Adrian

1.Distributia actorului:

- sex: M

- varsta: 22 de ani

2.Parametri:

- durata interviului: 17 min si 25 secunde

- cadrul temporal : 5.01.2007; ora 09:10

- scena interviului: in My place

- alti participanti: -

3.Observatii asupra subiectului interviuat:

- Adrian a fost foarte relaxat si a vorbit deschis despre organizatie. A iesit din paradigma unor raspunsuri corecte din punct de vedere a imaginii transmise de organizatie.

SUMARIZARE

Definirea organizatiei

AIESEC inseamna pentru el prieteni, multe lucruri noi invatate, multe dintre acestea in afara de scoala, experienta internationala. Ne place sa ne spunem change agents. AIESEC este cea mai mare organizatie din lume pentru studenti, cea mai bine reprezentata in Romania si cea mai cunoscuta de studenti si cu relatii la firma care se dezvolta continuu.

Valoarea AIESEC - living diversity – in AIESEC cunosti o groaza de lune, din o groaza de tari, din o groaza de culturi diferite.

Diferenta este ca in AIESEC toti sunt prieteni si te ajuta, in schimb in viata reala este necesara solutionarea problemei.

Relatia individ – organizatie

A avut experienta internatiuonala in Polonia.

A invatat sa conduca o echipa, sa planifice un proiect si pariciparea la traininguri, ca orice membru AIESEC are usi deschise la anumite companii. In ultima luna s-a hotarat sa devina VP OGX, pentru studentii care pleaca in strainatate.

Intamplare relevanta pentru expereinta in AIESEC: Organizarea conferintei pentru 150 de membri si in urma cu o saptamana locatia nu a mai fost buna si dupa 2 ore de

telefoane a gasit o noua locatie. Aceasta experienta a fost utila deoarece un astfel de caz s-a intamplat si pentru compania din Polonia cu care a colaborat.

Dinamica organizatie

Organizatia s-a schimbat in bine din punct de vedere al membrilor activi (cand a intrat erau 10 – 15 membri activi, acum fiecare departament are suficienti membri).

Identitatea AIESEC - a fost o campanie a presedintelui de a identifica moduri de diferentiere fata de retea AIESEC, dar nu s-a reusit; s-a ramas tot cu shout-urile vechi. Ar schimba la AIESEC o anumita birocratie in organizatie (numarul mare de hartii, maculatura). Trebuie sa sistematizam foarte mult cantitatea de hartii.

Nu s-au produs anumite schimbari in bine in AIESEC in ultimul an. Ar trebuie sa se schimbe prin accent pe exchange si prin identificarea unor elemente de cultura care sa evidentieze AIESEC Brasov in retea. Ar mai trebui sa ne orientam mai mult pe colaborarea si comunicarea intre membri si departamente.

Fisa de interviu 4

Nume interviuat: Dan Armasu

1. Distributia actorului:

- sex: M

- varsta: 20 de ani

2. Parametri:

- durata interviului: 16 min si 19 secunde

- cadrul temporal : 5.01.2007; ora 11:00

- scena interviului: intr-un restaurant de la Faget

- alti participanti: -

3. Observatii asupra subiectului interviuat:

- Dan a avut pentru inceput o pozitie inchisa si a fost reticent la raspunsuri, folosind ca un adevarat om de vanzari raspunsuri ca la carte provenite din modul in care se prezinta AIESEC-ul in afara. Am incercat sa fac prin diverse metode sa il scot din cutia unor raspunsuri tipar. Dupa un timp a renuntat (cel putin partial) la raspunsurile predefinite si tipice.

SUMARIZARE

Definirea organizatiei

AIESEC o organizatie foarte mare formata din oameni care fac diferite proiecte pentru comunitate, prin care ne pregatim pentru viata de dupa facultate. AIESEC inseamna multi prieteni.

Valoare AIESEC – striving for excellence – este perfectionist. A aplicat aceasta valoare in coordonarea proiectului Universitatea companiilor.

AIESEC reprezinta un grup de studenti din Brasov, care se intalnesc regulat si care incearca sa imbunatateasca viata studentilor din Brasov. Fata de alte organizatii AIESEC intermediaza contactul dintre studenti si companii din strainatate. Acolo studentii au si o experienta culturala.

AIESEC-ul are un rol in pregatirea suplimentara pe langa facultate, care cantareste mai mult in cazul angajarii. Nu ii place o anumita lipsa de organizare si time commitment si ca unii oameni isi iau responsabilitati pe care nu le duc la capat.

Membrii ideali AIESEC: Profesionalism, integritate, sociabilitate, ambitie, perseverenta.

Relatia individ – organizatie

Interese specifice : experienta de vanzari si account management pentru toti prietenii pe care si i-a facut.

li raman foarte bine in minte faptul ca a facut multe team-building-uri.

Dinamica organizatie

Membrii generatiei sale a avut retentie mare; membrii generatiei sale ocupa pozitii importante.

Cultura AIESEC s-a modificat devenind mai pragmatica, sunt mai putine rolle- calls si nu mai sunt atat de flufy.

Isi doreste ca AIESEC-ul sa ajunga al 4-lea local din tara asa cum a fost acum 2 ani. Se poate face prin mai mult devotament si implicare.

Membrii generatiei sale au devenit tipul de persoane care incearca sa ii creasca pe altii, au lucrat foarte bine in echipa. Este fun sa faca si altceva decat proiecte si restul. Simte lipsa partii de fun, de team – building care duce la demotivare.

Daca ar fi presedinte ar impartasi idealul sau echipei de Board, ar pune reguli simple de urmat si de implementat.

Fisa de interviu 5

Nume interviuat: Andreea Narita

1.Distributia actorului:

- sex: F

- varsta: 24 de ani

2.Parametri:

- durata interviului: 14 min si 36 secunde

- cadrul temporal : 5.01.2007; ora 19:00

- scena interviului: Bistro de l'arte

- alti participanti: -

3.Observatii asupra subiectului interviuat:

- Andreea a fost deschisa si entuziasmata in timpul discutiei. A vorbit usor despre AIESEC si fara sa abordeze pozitii extreme.

SUMARIZARE

Definirea organizatiei

AIESEC-ul este o organizatie de tineri, este un loc unde a cunoscut oameni, unde si-a facut prieteni, unde a invatat multe despre ea si a invatat ce si-ar placera sa faca in viata si ce nu si-ar placea sa faca in viata.

Valoare AIESEC - Enjoing participoation – daca nu iti place ceva sa faci degeaba faci.

Organizatia este tanara (incepe ceva de unde nu stie cum sa iasa, fara experienta, dar dornica de a invata), plina de energie, se muleaza pe cei care il formeaza si il definesc. In AIESEC intri copil si iesi matur, nu ar schimba nimic la organizatie.

Relatia individ – organizatie

A ajuns in AIESEC de curiozitate si din dorinta de a apartine unui grup. A putut sa vada ce este marketing in viata reala, a invatat sa lucreze cu oamenii. S-a pregatit pe domeniul financiar, dar nu ar mai face inca o data asa ceva.

Experienta legata de AIESEC este din perioada de CEED in Ungaria, unde la conferinta lor de planificare a cunoscut atat PAI curent, cat si cel care a ajuns PAI ulterior. PAI curent avea o personalitate puternica si PAI ulerior la 30 de ani credea ca mai are de invatat din organizatie.

Dinamica organizatie

Ar fi schimbat modul de comunicare, care sa fie mai altfel. In afara de asta nu ar mai fi schimbat altceva la AIESEC care i-a placut asa cum a fost. Oamenii generatiei ei erau ambitiosi, dorinici sa faca ceva.

Membrii de acum i se par niste copii nevinovati, nu cu prea multa experienta, care vor sa schimbe ceva dar care nu cer ajutor si care sa prinda curaj sa faca mai mult. Poate ca asa eram si noi. Nu sunt persoane care sa exceleze in ceva, se multumesc cu ce au. Cultura AIESEC are un anumit sablon cu roll-calls si chestii dragute.

Fisa de interviu 6

Nume interviuat: Tanase Adriana

1.Distributia actorului:

- sex: F

- varsta: 19 ani

2.Parametri:

- durata interviului: 8 min si 30 secunde

- cadrul temporal : 6.01.2007; ora 09:00

- scena interviului: Macdonalds –ul de pe calea Bucuresti

- alti participanti: -

3.Observatii asupra subiectului interviuat:

- Adriana a vorbit deschis, folosind putine cuvinte legate de jargonul AIESEC. Isi exprima ideile si subliniindu-le non verbal.

SUMARIZARE

Definirea organizatiei

AIESEC-ul este sansa sa schimbe ceva si sa se schimbe pe ea, sansa sa isi faca lucruri noi, sansa sa invete lucruri noi pe care altfel nu avea de unde sa le ea. AIESEC inseamna schimbare fata de tot ce a facut pana acum.

Ar alege ca valoare similara cu cea AIESEC dorinta de reusita, deoarece in AIESEC sunt oameni care doresc sa faca ceva si lupta pentru asta.

AIESEC-ul vrea sa faca foarte multe si uneori nu are mijloacele necesare, unul din ele ar fi comunicarea nu atat de buna.

Relatia individ – organizatie

AIESEC-ul ar reusi in proportie de 50 % - 60 % sa ii acopere nevoia de a reusi. Invata lucruri de care are nevoie mare, intr-un mediu placut si capata anumite abilitati.

Vrea sa invete cum sa faca o recrutare, cum se tin interviuri, cum se tin traininguri, cum sa cunoasca oamenii si sa vorbeasca cu oamenii si in fata unui grup.

Dinamica organizatie

La generatia sa ar schimba modul in care se implica in anumite proiecte si cum vad lucrurile. Nu se implica cu totii si nu se munceste in echipa atat de mult.

Membrul AIESEC ideal trebuie sa fie dispus sa schimbe ceva cu adevarat si sa vrea sa fie acolo si pentru altii nu numai pentru el.

Initial a fost socata de roll-calls, atat in bine, cat si in rau; dar s-a obisnuit cu organizatia. Alte elemente ale culturii enumera fun team, dansuri, shout-uri si experienta de la NPS. Ii pare foarte bine gandit sistemul, desi nu are modalitati de comparatie.

Fisa de interviu 7

Nume interviuat: Alexandra Balas

1.Distributia actorului:

- sex: F

- varsta: 19 ani

2.Parametri:

- durata interviului: 13 min si 31 secunde

- cadrul temporal : 6.01.2007; ora 19:00

- scena interviului: sediul AIESEC Brasov

- alti participanti: -

3.Observatii asupra subiectului interviuat:

- Alexandra a raspuns mereu atent, personal, pastrand in mod constant contact vizual.

SUMARIZARE

Definirea organizatiei

AIESEC inseamna o foarte mult pentru ea, ii ocupa o mare parte din viata si este o punte de lansare, este o modalitate in care poate invata foarte multe. Inseamna foarte multi prieteni, lucru in echipa si te formezi ca “om profesional”

Valoarea AIESEC care o reprezinta este striving for excellence pentru ca face totul cu excelenta si ca se indreapta spre un punct culminant.

Organizatia este o comunitate de oameni care formeaza talente si se vad anumite varfuri; in acelasi timp toti lucreaza impreuna.

AIESEC-ul are o tinuta eleganta si are o anumita intelepciune, cu personalitate puternica, care stie ce vrea si unde sa ajunga. (despre omul AIESEC – organizatie)

Relatia individ – organizatie

Vrea sa invete pe partea de HR, dar mai ales pe Mkt unde vrea sa se specializeze, dar si pe partea de exchange.

Vrea sa candideze in Board pentru a avea o responsabilitate mai mare si rezultate mari cu echipa de Board.

Prima intamplare care a marcat-o a fost un rolle-call in care a vazut doi baieti care au trebuit sa prinda o carte de joc cu buzele si a doua ar fi momentul in care nu a fost aleasa pe postul de responsabil de vanzari si cand pareca ca toata harta ei era distrusa, dar ulterior a aparut o alta oportunitate care s-a dovedit ca ii place mult mai mult.

Dinamica organizatie

Ar schimba anumite lucruri de disciplina, ca punctualitatea si ar incerca sa dizolve grupuletele care se formeaza si sa tina tracking-ul informatiilor care se strang (acestea se pierd in timp).

Generatia sa a fost reusita deoarece mult vor sa candideze in Board si au o implicare activa, sunt hotarati si au avut impact in AIESEC. A colaborat bine cu ei in echipa si ii pare bine ca ii cunoaste si ca lucreaza cu ei.

Generatiile noi au adus entuziasm si prospetime, au creat noi obiceiuri in cultura AIESEC, au creat brotherhood si echipa celor 4 baieti carcotasi.

Ultima generatia i-a vazut la inceput nehotarati, ulterior au fost multumiti de entuziasmul lor.

Ar fi schimbat la AIESEC-ul de cand a fost recrutata modul de integrare al membrilor, sa li se acorde mai multa atentie si sa se vorbeasca cu ei.

S-au produs de cand am intrat in AIESEC anumite schimbari in organigrama din Brasov, s-au facut unele job description, s-au luat masuri pentru cei care nu se implicau.

Fisa de interviu 8

Nume interviuat: Catalin Adam

1. Distributia actorului:

- sex: M
- varsta: 19 ani

2. Parametri:

- durata interviului: 7 min si 10 secunde
- cadrul temporal : 7.01.2007; ora 12:00
- scena interviului: Bavaria Pub
- alti participanti: -

3. Observatii asupra subiectului interviuat:

- Catalin a fost deschis si a povestit in mod realist despre AIESEC, avand si alte experiente de voluntariat, care i-au dat o perspectiva diferita.

SUMARIZARE

Definirea organizatiei

AIESEC inseamna o asociatie care promoveaza proiecte si care dezvolta calitati membrilor pentru a le putea organiza, in special calitati de leadership.

Valoarea AIESEC – leadership – cea mai importanta valoare promovata de organizatie deoarece inca din scoala oamenii sunt invatati sa nu fie diferiti, dar astfel de activitati sunt necesare in coordonarea unei echipe, etc.

Organizatie internationala, care face exchenance (au fost antrenati sa gandeasca in aceasta paradigma), pregateste oameni pentru proiecte si o pregatire mai buna pentru viata decat la scoala.

Relatia individ – organizatie

In echipa de vanzari vrea sa invete cum sa faci o vanzare, cum sa o faci bine si in felul asta sa cunosti oameni care te pot propulsa.

Intamplarea care i-a ramas in minte a fost o intalnire de la inceput cand a intarziat la o intalnire si cand a ajuns cei de acolo schimbaseră subiectul initial mult si cand el incerca sa insereze ideile initiale in noua perceptie a fost privit ca dorind sa ii influenteze.

Dinamica organizatie

A propus pentru echipa de vanzari sa faca o platforma pentru managementul firmelor.

Percepe AIESEC-ul prin birocratie, este foarte multa informatie de gestionat. I se par interesante rolle-calls, LC meeting-ul care este batut in cuie. I se pare ca sunt multe intalniri in care se vorbeste mult si nu neaparat relevante pentru toti (la LC meeting).

I se pare ca AIESEC este prea multa propaganda ... ce minunat este AIESEC-ul si vrea sa vada ce nu este atat de minunat.

Fisa de interviu 9

Nume interviuat: Avram Adina

1.Distributia actorului:

- sex: F
- varsta: 20 ani

2.Parametri:

- durata interviului: 9 min si 39 secunde
- cadrul temporal : 7.01.2007; ora 18:00
- scena interviului: My place
- alti participanti: -

3.Observatii asupra subiectului interviuat:

- Adina a fost foarte deschisa

SUMARIZARE

Definirea organizatiei

AIESEC este sansa de a evolua si de a te descoperi si de a descoperi multe oportunitati de dezvoltare, inseamna prieteni noi, multe cunostinte acumulate si experiente din conferinte.

Valoarea AIESEC aleasa este diversitatea si acceptarea diversitatii deoarece este o persoana deschisa si ii place sa lucreze cu oameni diferiti.

AIESEC are ca defect ca nu sunt toti membri la fel de implicati. Organizatia este formata din oameni mult prea diferiti, cu toate acestea caracteristicile organizatiei ar fi valorile AIESEC.

Relatia individ – organizatie

Este interesata de vanzari si de lucrul pe departamentul de comunicare (crea sa invete sa lucreze in corel). Vrea sa invete cum sa comunice cu oamenii, cum sa faca vanzari si ii place si marketingul.

Intamplarea relevanta este legata de Zilele carierei cand trebuia sa faca research pe internet si nu a inteles foarte clar acest lucru si a sunat la o firma care este deja partener AIESEC.

Dinamica organizatie

Ar schimba aducand mult mai multi membri si ar schimba partea de marketing prin promovare la un nivel mult mai inalt. I se par foarte ok rolle-calls, team-buldingurile si conferintele care creaza unitate si ca toti fac acelasi lucru (la RTS si cei din Timisoara si Oradea aveau aceleasi mentalitati). Nu ii place cum se desfasoara sedintele si nu se trece direct la subiect, pierdandu-se mult timp; oamenii nu sunt foarte punctuali.

Calitatile membrilor AIESEC ar trebuie sa fie vointa si ambitia, sa participe la sedinte si conferinte (la unii membri se simte un anumit dezinteres).

Anexa 2 - Chestionar

CHESTIONAR 1

NUME PRENUME Adriana Tanase

VARSTA 19 ani

AM FOST RECRUTAT IN AIESEC IN ctombrie 2007 SI SUNT INCA MEMBRU ACTIV

1.Ordoneaza valorile AIESEC in functie de importanta pe care o atibui tu acestor valori numerotandu-le de la 1 la 6, astfel 1 este cel mai important si 6 este cel mai putin important.

Activating Leadership	4
Demonstrating Integrity	1
Living Diversity	5
Enjoying Participation.	3
Striving for Excellence	2
Acting Sustainably	6

2.Alegeti 5 caracteristici / concepte care descriu din perspectiva ta cel mai bine organizatia AIESEC Brasov (pune un x in dreptul caracteristicii / conceptului ales).

Organizatie globala		Distractie si fun		Proiecte pentru societate
Aici din copil devii matur	x	Leadearship		Implinire potential uman
Impact in societate		Schimbare		Conferinte
Traininguri		Exchange	x	Valori AIESEC

	Dezvoltare personala		Prieteni		Organizatie studenteasca
	Organizatie tanara		Pregatirea suplimentara si adiacenta pe langa facultate		Organizatie orientata pe invatare
	Pragmatism		Un laborator al vietii		Birocratie
x	Lucru in echipa		Experienta practica		Management
	Practica interna		Pregatire pentru cariera		Probleme globale
	AIESEC incearca sa imbunatateasca viata studentilor din Brasov	x	Se schimba odata cu generatiile		Organizatie in continua dezvoltare
	Nediscriminare		Valori si viziune	x	Cooperare internationala
	Pace		Responsabilitate		Mediu flufy
	Contactul cu mediul de afaceri		Sistem integrat de dezvoltare		Agent al schimbarii

3. Cum ai vrea sa fie AIESEC Brasov in 3 ani de zile?

Mai mult spirit de echipa, sa fie mai puternice legaturile intre oameni, poate sa ne pese la toti mai mult...

Sa aiba un impact mai mare la nivel de GN, sa organizam mai multe conferinte si intruniri cu ceilalti membri ai GN-ului.

Sa se dezvolte ca LC , sa fie mai multi membri active si sa fie implicat in mai multe proiecte la nivel national.

Sa fie recunoscut de celelalte LC-uri pentru role-call-urile si shout-urile originale. Sa fie mai cunoscut de catre studentii din Brasov.

MULTUMESC !

CHESTIONAR 2

NUME PRENUME: Kristaly Liviu

VARSTA: 24

AM FOST RECRUTAT IN AIESEC IN **2002** SI AM FOST MEMBRU ACTIV PANA IN **2005**.

1. Ordoneaza valorile AIESEC in functie de importanta pe care o atibui tu acestor valori numerotandu-le de la 1 la 6, astfel 1 este cel mai important si 6 este cel mai putin important.

Activating Leadership	3
Demonstrating Integrity	1
Living Diversity	6
Enjoying Participation.	5
Striving for Excellence	2
Acting Sustainably	4

2. Alegeti 5 caracteristici / concepte care descriu din perspectiva ta cel mai bine organizatia AIESEC Brasov (pune un x in dreptul caracteristicii / conceptului ales).

	Organizatie globala		Distractie si fun		Proiecte pentru societate
	Aici din copil devii matur	x	Leadearship		Implinire potential uman
	Impact in societate		Schimbare		Conferinte
	Traininguri		Exchange		Valori AIESEC
x	Dezvoltare personala	x	Prieteni		Organizatie studenteasca
	Organizatie tanara		Pregatirea suplimentara si adiacenta pe langa facultate		Organizatie orientata pe invatare

	Pragmatism		Un laborator al vietii		Birocratie
	Lucru in echipa	x	Experienta practica		Management
	Practica interna		Pregatire pentru cariera		Probleme globale
	AIESEC incearca sa imbunatateasca viata studentilor din Brasov	x	Se schimba odata cu generatiile		Organizatie in continua dezvoltare
	Nediscriminare		Valori si viziune		Cooperare internationala
	Pace		Responsabilitate		Mediu flufy
	Contactul cu mediul de afaceri		Sistem integrat de dezvoltare		Agent al schimbarii

3. Cum ai vrea sa fie AIESEC Brasov in 3 ani de zile?

Sa fie cea mai puternica organizatie studentesca din Brasov. Sa aiba o viziunea clara asupra rolului sau in mediul ONG, in mediul academic si in mediul business. Sa aiba membri dedicati, pregatiti si dornici sa se autodepaseasca cu fiecare oportunitate care se iveste.

MULTUMESC !

CHESTIONAR 3

NUME PRENUME

ADAM CATALIN IOAN

VARSTA 19 ani

AM FOST RECRUTAT IN AIESEC IN TOAMNA 2007 SI SUNT INCA MEMBRU ACTIV

1. Ordoneaza valorile AIESEC in functie de importanta pe care o atibui tu acestor valori numerotandu-le de la 1 la 6, astfel 1 este cel mai important si 6 este cel mai putin important.

Activating Leadership	1
Demonstrating Integrity	4
Living Diversity	5
Enjoying Participation.	3
Striving for Excellence	2
Acting Sustainably	6

2. Alegeti 5 caracteristici / concepte care descriu din perspectiva ta cel mai bine organizatia AIESEC Brasov (pune un x in dreptul caracteristicii / conceptului ales).

X	Organizatie globala		Distractie si fun		Proiecte pentru societate
	Aici din copil devii matur		Leadearship		Implinire potential uman
	Impact in societate		Schimbare		Conferinte
	Traininguri		Exchange		Valori AIESEC
	Dezvoltare personala		Prieteni	X	Organizatie studenteasca
	Organizatie tanara		Pregatirea suplimentara si adiacenta pe langa facultate		Organizatie orientata pe invatare
	Pragmatism		Un laborator al vietii		Birocratie

	Lucru in echipa	X	Experienta practica		Management
	Practica interna		Pregatire pentru cariera		Probleme globale
	AIESEC incearca sa imbunatateasca viata studentilor din Brasov		Se schimba odata cu generatiile		Organizatie in continua dezvoltare
	Nediscriminare	X	Valori si viziune		Cooperare internationala
	Pace		Responsabilitate		Mediu flufy
X	Contactul cu mediul de afaceri		Sistem integrat de dezvoltare		Agent al schimbarii

3. Cum ai vrea sa fie AIESEC Brasov in 3 ani de zile?

Mi-as dori ca AIESEC Brasov sa se ridice la adevarata sa valoare. Membrii vechi precum si cei recrutati odata cu mine au, din punctele mele de vedere, un potential urias ce trebuie valorificat si mai ales constientizat de membrii insisi.

Am venit cu o propunere prin care AIESEC se poate instala mai bine in mediul studentesc de la universitatea Transilvania, acum urmeaza sa prezint pe acea propunere si sa o dezvoltam. Consider ca sunt inca multi studenti in Brasov care inca nu realizeaza potentialul acestei organizatii. As dori pe viitor ca acest lucru sa se schimbe. De asemenea doresc promovarea AIESEC pe mediul buisness local precum si educarea publicului in privinta programului de Exchange care are foarte multe de oferit.

Din punct de vedere al structurii nu vreau sa se schimbe nimic in AIESEC Brasov pentru ca, cel putin in prezent, consider modelul organizational al asociatiei un model eficient. Singurul lucru care tot timpul poate fi imbunatatit este comunicarea si interdependenta intre departamente.

Sper ca peste 3 ani AIESEC Brasov sa fie o comunitate cunoscuta in Brasov si in tara prin cultura noastra si prin seriozitatea si calitatea muncii noastre.

MULTUMESC !

CHESTIONAR 4

NUME PRENUME: AVRAM ADINA

VARSTA: 20

AM FOST RECRUTAT IN AIESEC INOCTOMBRIE 2007 SI SUNT INCA MEMBRU ACTIV

1.Ordoneaza valorile AIESEC in functie de importanta pe care o atibui tu acestor valori numerotandu-le de la 1 la 6, astfel 1 este cel mai important si 6 este cel mai putin important.

Activating Leadership	4
Demonstrating Integrity	6
Living Diversity	1
Enjoying Participation.	3
Striving for Excellence	2
Acting Sustainably	5

2.Alegeti 5 caracteristici / concepte care descriu din perspectiva ta cel mai bine organizatia AIESEC Brasov (pune un x in dreptul caracteristicii / conceptului ales).

	Organizatie globala		Distractie si fun		Proiecte pentru societate
	Aici din copil devii matur		Leadearship		Implinire potential uman
	Impact in societate		Schimbare		Conferinte
X	Traininguri		Exchange		Valori AIESEC
	Dezvoltare personala		Prieteni	X	Organizatie studenteasca
	Organizatie tanara		Pregatirea suplimentara si adiacenta pe langa facultate		Organizatie orientata pe invatare

	Pragmatism		Un laborator al vietii		Birocratie
X	Lucru in echipa	X	Experienta practica		Management
	Practica interna		Pregatire pentru cariera		Probleme globale
	AIESEC incearca sa imbunatateasca viata studentilor din Brasov		Se schimba odata cu generatiile		Organizatie in continua dezvoltare
	Nediscriminare		Valori si viziune		Cooperare internationala
	Pace		Responsabilitate		Mediu flufy
X	Contactul cu mediul de afaceri		Sistem integrat de dezvoltare		Agent al schimbarii

3. Cum ai vrea sa fie AIESEC Brasov in 3 ani de zile?

- sa fie mai multi membrii implicati in activitatile organizatiei
- un numar mai mare de exchange
- sa fie mai cunoscut printre studenti, profesori si in mediul de afaceri
- sa existe o legatura mai buna intre alumni si membrii (mai multe intalniri gen "alumni night")
- imbunatatirea dep. de communication...o promovare mai buna a organizatiei

MULTUMESC !

CHESTIONAR 5

NUME PRENUME : Dan Armasu

VARSTA: 20

AM FOST RECRUTAT IN AIESEC IN Octombrie 2006 SI SUNT INCA MEMBRU ACTIV

1.Ordoneaza valorile AIESEC in functie de importanta pe care o atibui tu acestor valori numerotandu-le de la 1 la 6, astfel 1 este cel mai important si 6 este cel mai putin important.

Activating Leadership	2
Demonstrating Integrity	5
Living Diversity	6
Enjoying Participation.	4
Striving for Excellence	1
Acting Sustainably	3

2.Alegeti 5 caracteristici / concepte care descriu din perspectiva ta cel mai bine organizatia AIESEC Brasov (pune un x in dreptul caracteristicii / conceptului ales).

	Organizatie globala		Distractie si fun		Proiecte pentru societate
	Aici din copil devii matur	x	Leadearship		Implinire potential uman
	Impact in societate		Schimbare		Conferinte
	Traininguri	x	Exchange		Valori AIESEC
	Dezvoltare personala	x	Prieteni		Organizatie studenteasca
	Organizatie tanara	x	Pregatirea suplimentara si adiacenta pe langa facultate		Organizatie orientata pe invatare

	Pragmatism		Un laborator al vietii		Birocratie
	Lucru in echipa		Experienta practica		Management
	Practica interna		Pregatire pentru cariera		Probleme globale
	AIESEC incearca sa imbunatateasca viata studentilor din Brasov		Se schimba odata cu generatiile		Organizatie in continua dezvoltare
	Nediscriminare		Valori si viziune		Cooperare internationala
	Pace		Responsabilitate		Mediu flufy
x	Contactul cu mediul de afaceri		Sistem integrat de dezvoltare		Agent al schimbarii

3. Cum ai vrea sa fie AIESEC Brasov in 3 ani de zile?

In 3 ani de zile as dori ca AIESEC Brasov sa fie o organizatie mai pragmatica, cu oameni care au o atitudine mai profesionista cand vine vorba de munca dar sa nu uite de distractie si micile bucurii care conteaza, sa avem membrii motivati, dornici de afirmare, ambitiosi, sa se respecte intre ei. Toate astea ar duce la un AIESEC Brasov care va performa si va deveni intr-adevar the first choice for activating leadership.

MULTUMESC !

CHESTIONAR 6

NUME PRENUME: Munteanu Adrian Mihai Nicolae

VARSTA: 22

AM FOST RECRUTAT IN AIESEC IN octombrie 2006 SI SUNT INCA MEMBRU ACTIV

1. Ordoneaza valorile AIESEC in functie de importanta pe care o atibui tu acestor valori numerotandu-le de la 1 la 6, astfel 1 este cel mai important si 6 este cel mai putin important.

Activating Leadership	2
Demonstrating Integrity	5
Living Diversity	1
Enjoying Participation.	4
Striving for Excellence	3
Acting Sustainably	6

2. Alegeti 5 caracteristici / concepte care descriu din perspectiva ta cel mai bine organizatia AIESEC Brasov (pune un x in dreptul caracteristicii / conceptului ales).

x	Organizatie globala		Distractie si fun		Proiecte pentru societate
	Aici din copil devii matur		Leadearship		Implinire potential uman
	Impact in societate		Schimbare		Conferinte
x	Traininguri		Exchange		Valori AIESEC
	Dezvoltare personala		Prieteni	x	Organizatie studenteasca
	Organizatie tanara		Pregatirea suplimentara si adiacenta pe langa facultate		Organizatie orientata pe invatare
	Pragmatism		Un laborator al vietii	x	Birocratie

	Lucru in echipa		Experienta practica		Management
	Practica interna		Pregatire pentru cariera		Probleme globale
	AIESEC incearca sa imbunatateasca viata studentilor din Brasov		Se schimba odata cu generatiile		Organizatie in continua dezvoltare
	Nediscriminare		Valori si viziune		Cooperare internationala
	Pace		Responsabilitate		Mediu flufy
	Contactul cu mediul de afaceri		Sistem integrat de dezvoltare	x	Agent al schimbarii

3. Cum ai vrea sa fie AIESEC Brasov in 3 ani de zile?

Mi-as dori ca in urmatoorii 3 ani la fiecare NPS sa macar castigam cate un premiu, sau mai multe. Sa fim unul dintre cele mai puternice locale AIESEC din Romania. AIESEC as vrea sa fie locul in care iti faci in primul rand prieteni, apoi te dezvolti alaturi de ei si prin ei. As vrea ca AIESEC Brasov sa fie locul in care sa primeze calitatea. Mi-as mai dori ca asociatia noastra sa fie acea asociatie studenteasca care sa bucure studentii brasoveni atunci cand se afla ca AIESEC Brasov organizeaza din nou un proiect pentru studenti. As vrea ca peste 4 ani sa se vorbeasca despre ce am facut in ultimii 3 ani.

MULTUMESC !

CHESTIONAR 7

NUME PRENUME: ANDREEA NARITA

VARSTA: 24 ani

AM FOST RECRUTAT IN AIESEC IN **2002** SI AM FOST MEMBRU ACTIV PANA IN **2006**

1. Ordoneaza valorile AIESEC in functie de importanta pe care o atibui tu acestor valori numerotandu-le de la 1 la 6, astfel 1 este cel mai important si 6 este cel mai putin important.

Activating Leadership	6
Demonstrating Integrity	2
Living Diversity	4
Enjoying Participation.	1
Striving for Excellence	3
Acting Sustainably	5

2. Alegeti 5 caracteristici / concepte care descriu din perspectiva ta cel mai bine organizatia AIESEC Brasov (pune un x in dreptul caracteristicii / conceptului ales).

	Organizatie globala		Distractie si fun		Proiecte pentru societate
X	Aici din copil devii matur		Leadearship		Implinire potential uman
	Impact in societate		Schimbare		Conferinte
	Traininguri		Exchange		Valori AIESEC
	Dezvoltare personala		Prieteni		Organizatie studenteasca
	Organizatie tanara		Pregatirea suplimentara si adiacenta pe langa facultate		Organizatie orientata pe invatare
	Pragmatism	X	Un laborator al vietii		Birocratie

X	Lucru in echipa		Experienta practica		Management
	Practica interna		Pregatire pentru cariera		Probleme globale
	AIESEC incearca sa imbunatateasca viata studentilor din Brasov		Se schimba odata cu generatiile	X	Organizatie in continua dezvoltare
	Nediscriminare		Valori si viziune		Cooperare internationala
	Pace		Responsabilitate		Mediu flufy
	Contactul cu mediul de afaceri	X	Sistem integrat de dezvoltare		Agent al schimbarii

3. Cum ai vrea sa fie AIESEC Brasov in 3 ani de zile?

O organizatie cu membri experimentati care sad ea mai departe ceea ce au invatat celor ce vin din urma...membri care sa isi doreasca sa aduca @Bv intre primele LC-uri din Romania, cu rezultate si performante exceptionale.

MULTUMESC !

CHESTIONAR 8

NUME PRENUME Adrian Iurov

VARSTA: 25 ani

AM FOST RECRUTAT IN AIESEC IN noiembrie 2000 SI AM FOST MEMBRU ACTIV PANA IN aprilie 2006

1. Ordoneaza valorile AIESEC in functie de importanta pe care o atibui tu acestor valori numerotandu-le de la 1 la 6, astfel 1 este cel mai important si 6 este cel mai putin important.

Activating Leadership	4
Demonstrating Integrity	2
Living Diversity	6
Enjoying Participation.	5
Striving for Excellence	1
Acting Sustainably	3

2. Alegeti 5 caracteristici / concepte care descriu din perspectiva ta cel mai bine organizatia AIESEC Brasov (pune un x in dreptul caracteristicii / conceptului ales).

x	Organizatie globala		Distractie si fun		Proiecte pentru societate
	Aici din copil devii matur		Leadearship		Implinire potential uman
	Impact in societate		Schimbare	x	Conferinte
x	Traininguri	x	Exchange		Valori AIESEC
	Dezvoltare personala		Prieteni		Organizatie studenteasca
	Organizatie tanara		Pregatirea suplimentara si adiacenta pe langa facultate		Organizatie orientata pe invatare
	Pragmatism		Un laborator al vietii		Birocratie

	Lucru in echipa		Experienta practica		Management
	Practica interna		Pregatire pentru cariera		Probleme globale
	AIESEC incearca sa imbunatateasca viata studentilor din Brasov		Se schimba odata cu generatiile	x	Organizatie in continua dezvoltare
	Nediscriminare		Valori si viziune		Cooperare internationala
	Pace		Responsabilitate		Mediu flufy
	Contactul cu mediul de afaceri		Sistem integrat de dezvoltare		Agent al schimbarii

3. Cum ai vrea sa fie AIESEC Brasov in 3 ani de zile?

Sa aiba un sediu mai fain si mai multa logistica (calculatoare & stuff) pt a-si putea desfasura activitatea in cele mai bune conditii.

MULTUMESC !

CHESTIONAR 9

NUME PRENUME Bălaș Alexandra

VARSTA 19

AM FOST RECRUTAT IN AIESEC IN octombrie 2006 SI SUNT INCA MEMBRU ACTIV

1. Ordoneaza valorile AIESEC in functie de importanta pe care o atibui tu acestor valori numerotandu-le de la 1 la 6, astfel 1 este cel mai important si 6 este cel mai putin important.

Activating Leadership	1
Demonstrating Integrity	3
Living Diversity	6
Enjoying Participation.	5
Striving for Excellence	2
Acting Sustainably	4

2. Alegeti 5 caracteristici / concepte care descriu din perspectiva ta cel mai bine organizatia AIESEC Brasov (pune un x in dreptul caracteristicii / conceptului ales).

x	Organizatie globala		Distractie si fun		Proiecte pentru societate
	Aici din copil devii matur	x	Leadearship		Implinire potential uman
	Impact in societate		Schimbare		Conferinte
	Traininguri		Exchange		Valori AIESEC
	Dezvoltare personala		Prieteni		Organizatie studenteasca
	Organizatie tanara		Pregatirea suplimentara si adiacenta pe langa facultate		Organizatie orientata pe invatare

	Pragmatism		Un laborator al vietii		Birocratie
	Lucru in echipa		Experienta practica		Management
	Practica interna		Pregatire pentru cariera		Probleme globale
x	AIESEC incearca sa imbunatateasca viata studentilor din Brasov		Se schimba odata cu generatiile		Organizatie in continua dezvoltare
x	Nediscriminare		Valori si viziune		Cooperare internationala
	Pace		Responsabilitate		Mediu flufy
	Contactul cu mediul de afaceri		Sistem integrat de dezvoltare	x	Agent al schimbarii

3. Cum ai vrea sa fie AIESEC Brasov in 3 ani de zile?

În 2 ani de zile mi-aș dori ca AIESEC să aibă o imagine mult mai puternică în companiile brașovene, să aibă un nr de X realizate cu 70% mai mare și să aibă o rețea internă foarte strânsă.

MULTUMESC !