

Strategie uczelni wobec absolwentów wchodzących na rynek pracy

Stymulowanie aktywnych taktyk studentów i absolwentów wchodzących na rynek pracy a strategia uczelni

Data dodania: 03-11-2021



Polecamy tekst **Agnieszki Zwolińskiej**, absolwentki, a obecnie także wykładowczyni IEiAK UW na temat strategii uczelni wobec absolwentów oraz taktyk studentów i absolwentów wchodzących na rynek pracy:

Wchodzenie absolwentów na rynek pracy jest intensywnie badane głównie w naukach ekonomicznych, socjologicznych i pedagogicznych (Chęć-Domińska, 2019; Obrycka i Murawska, 2020; Rocki, 2020). Zazwyczaj badania te wykorzystują metody ilościowe mierzące wskaźniki ekonomiczne takie jak wysokość prognozowanego popytu na poszczególne zawody, stopa bezrobocia lub wysokość zarobków wśród absolwentów danego kierunku, a wnioski są interpretowane głównie w kategoriach racjonalnego myślenia o rynku pracy (Balcerowicz-Szkutnik i in., 2017; Rocki, 2018). Badane są też kompetencje absolwentów, najczęściej w odniesieniu do dopasowania ich do potrzeb pracodawców (Dańko i Wieszczyczńska, 2019; Wronowska, 2015). W badaniach tych dominuje narracja neoliberalna i kategorie takie jak opłacalność, racjonalność i zysk (Michałowska, 2013). Takie metody badawcze i kryteria oceny powodują, że wypływające z nich wnioski i narracja nie są zaskakujące: absolwenci kierunków "praktycznych", np. technicznych i ekonomicznych radzą sobie lepiej niż absolwenci kierunków "niepraktycznych", np. humanistycznych. Taki sposób prezentacji wyników badań przyczynia się do dalszej marginalizacji i utrwalenia stereotypu kierunków humanistycznych jako nieprzydatnych, które mierzone kategoriami z głównego dyskursu wypadają gorzej.

Więcej (cały tekst): [LINK](#) [1]

Adres URL Źródła: <https://www.etnologia.uw.edu.pl/aktualnosci/strategie-uczelni-wyzszych-wobec-absolwentow-wchodzacych-na-rynek-pracy>

Odnosiniki

[1] <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/91/id/1528>