

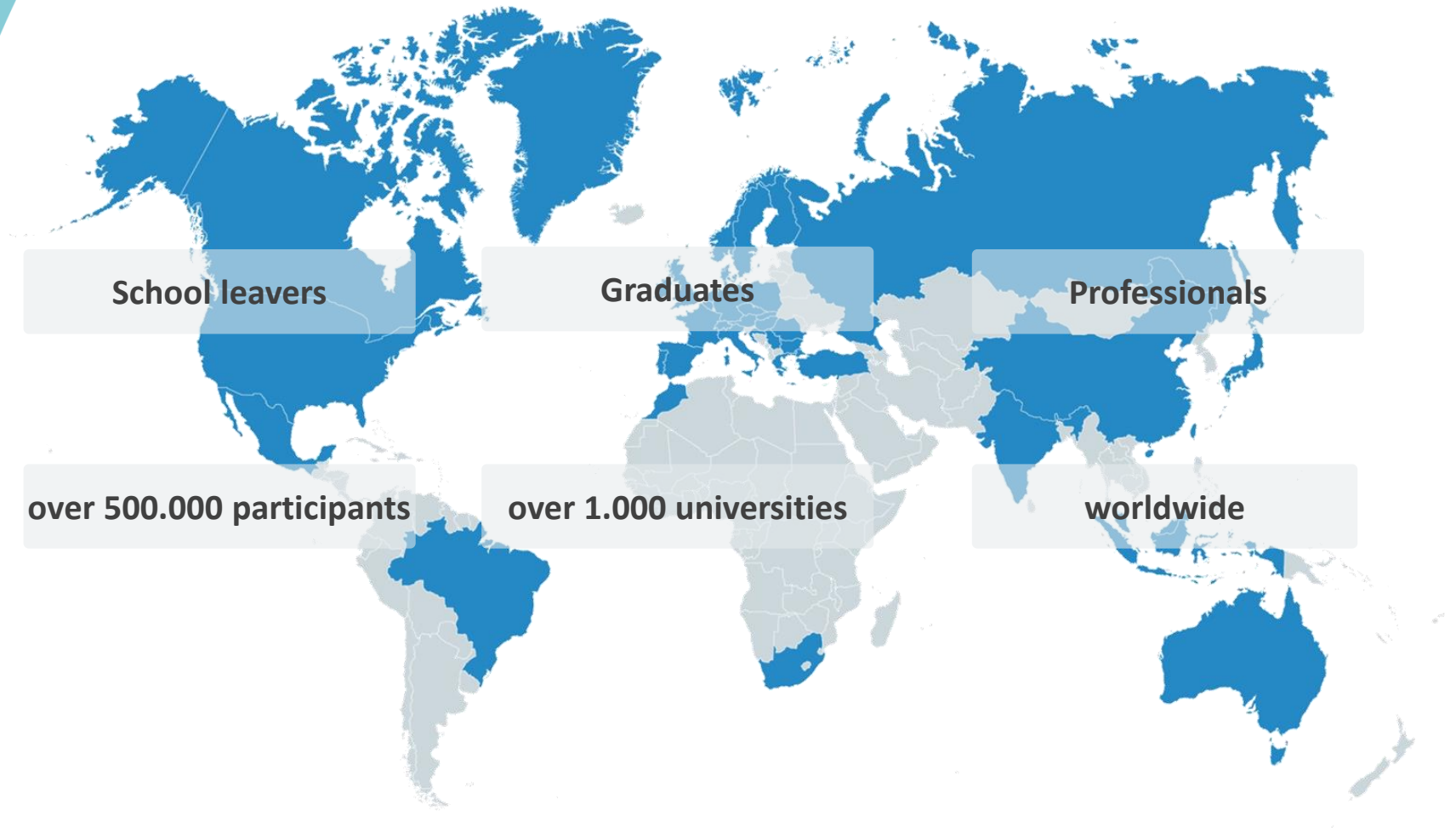
trendence
GRADUATE
BAROMETER
2016

SPANISH ENGINEERING/IT EDITION

UOC



trendence worldwide



trendence offers a clear overview of all talented graduates



GRADUATE BAROMETER

Business	Engineering/IT	Total
Number of participants		
110.000	120.000	300.000
Number of universities		
670	700	930
Fieldphase Sep 2015 – Feb 2016		

OUR EUROPEAN EDITIONS

trendence Graduate Barometer in 24 countries!

Austria	Norway
Belgium	Poland
Bulgaria	Portugal
Czech Republic	Romania
Denmark	Russia
Finland	Slovakia
France	Spain
Germany	Sweden
Greece	Switzerland
Hungary	Turkey
Ireland	UK
Italy	
Netherlands	

Publication Information

Dear readers,

Thank you for your participation in the trendence Graduate Barometer 2016! This report has been specifically compiled for your university and contains data that has not yet been published.

- You are welcome to use individual figures from this report for internal and external communication through the university website or newsletter citing trendence Institute as your source in the text.
- However, publication of the whole report or parts thereof, e.g. complete tables or images, is not permitted.
- You may use the reported data for academic purposes (personal studies, lectures etc.).
- Furthermore, you are permitted to publish the report results on restricted access platforms which are university internal, provided that the data cannot be forwarded to third parties through this platform.

**Kind regards,
Your trendence team**



I. Students Surveyed

- Key groups surveyed
- Sample size and demographic information
- Anticipated degrees and fields of study
- Student experiences



II. Student Feedback on Universities

- External Benchmark: Key Performance Indicators and position in Europe
- Internal Benchmark: Importance vs. satisfaction, recommendations, preferred university for further studies



III. Communication and Career

- Important factors regarding student selection of employers
- Most popular top employers, expected income and working hours
- Mobility and student opinions



Estudiantes encuestados



Contents



I. Students Surveyed

- **Key groups surveyed**
- **Sample size and demographic information**
- **Anticipated degrees and fields of study**
- **Student experiences**



II. Student Feedback on Universities

- External Benchmark: Key Performance Indicators and position in Europe
- Internal Benchmark: Importance vs. satisfaction, recommendations, preferred university for further studies



III. Communication and Career

- Important factors regarding student selection of employers
- Most popular top employers, expected income and working hours
- Mobility and student opinions



Participación en la edición Engineering/IT

trendence Graduate Barometer 2016	Business	Engineering/IT	Total
Alemania	13.660	18.361	35.288
Austria	3.521	2.774	7.717
Bélgica	1.337	1.271	3.568
Bulgaria	1.772	1.231	4.588
Dinamarca	198	938	1.889
Eslovaquia	1.554	2.505	7.777
► España	5.068	9.860	28.740
Finlandia	1.368	963	3.378
Francia	12.669	13.849	26.518
Grecia	2.016	3.868	9.426
Hungría	4.221	2.779	9.456
Irlanda	4.730	2.730	7.460
Italia	6.626	7.278	24.204
Noruega	689	844	1.689
Países Bajos	323	290	855
Polonia	6.485	9.361	20.459
Portugal	2.324	3.940	10.309
Reino Unido	24.385	21.175	45.560
República Checa	2.817	3.311	8.298
Rumania	3.617	4.769	12.893
Rusia	1.787	3.827	7.270
Suecia	326	306	724
Suiza	1.835	2.000	5.146
Turquía	2.840	5.124	10.329

UOC

890

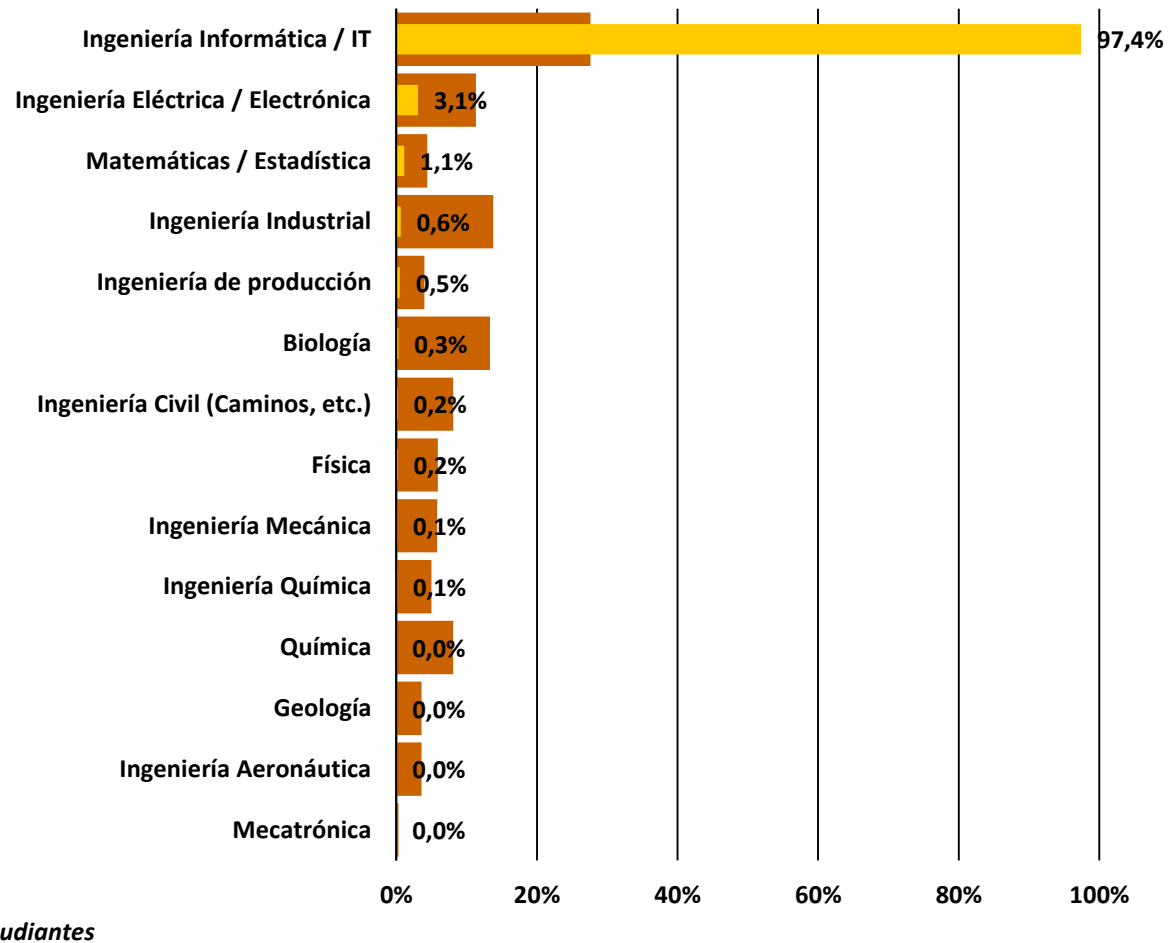


Perfil general de los grupos encuestados

Perfil breve		Europa	España	sus estudiantes
PERFIL	Edad (años)	Ø 22,7	Ø 23,1	Ø 31,7
	Masculino	61,8%	63,2%	86,2%
	Femenino	38,2%	36,8%	13,8%
CURSO	Diplomatura	61,5%	72,8%	95,8%
	Máster	35,0%	22,5%	4,2%
	Doctorado	3,5%	4,6%	0,0%
EXPERIENCIA	Experiencia laboral (prácticas, trabajos, etc.) relacionada con mis estudios	52,0%	47,7%	85,4%
	Experiencia laboral no relacionada con mis estudios	59,7%	55,7%	81,2%
	Trabajo, estudios o actividades de voluntariado en el extranjero	25,4%	21,7%	15,5%
EXPECTATIVAS	Horas de trabajo semanales	Ø 41,9	Ø 40,6	Ø 40,9
	Salario previsto (€)	Ø 25.931	Ø 18.723	Ø 24.480
Competencias de Inglés		64,6%	54,6%	39,4%



Materias principales de estudio



Pregunta: ¿Qué carrera está estudiando? Los participantes podían seleccionar una o dos respuestas. Como resultado, la suma de los porcentajes puede ser superior al 100%.



trendConcept Soft Skills

From the five personality dimensions of the **Big-Five Model**, four are included in trendConcept Soft Skills.

SOCIAL COMPETENCY	RELIABILITY	ACHIEVEMENT AND ASPIRATION	FLEXIBILITY	ABILITY TO WORK UNDER PRESSURE
“ I observe the facial expressions and gestures of my conversational partner. I leave my conversational partner space for argumentation, before I express my opinion. ”	“ I stick to predetermined deadlines. I check my work for accuracy before I hand it in. ”	“ I am very annoyed by my own mistakes and try to learn from them. In my spare time I read professional literature to further educate myself. ”	“ After internal corporate restructuring, I am open to new topics and tasks. If I notice that I get stuck, I change my strategy. ”	“ I remain friendly in the face of fierce criticism and do not feel personally attacked. I keep to a predetermined deadline, although this means an increased workload. ”

The four dimensions *Authenticity*, *Social Skilfulness*, *Networking Skills* and interpersonal *influence* of political skills from the Political Skills Model were summarised as social competencies and taken on by trendConcept Soft Skills.

The measurement of Soft Skills by trendence is based on the long-term practical experience with the Big-Five-Model by Costa & McCrae from personality psychology as well as the Political Skills Model of Ferris et. al.

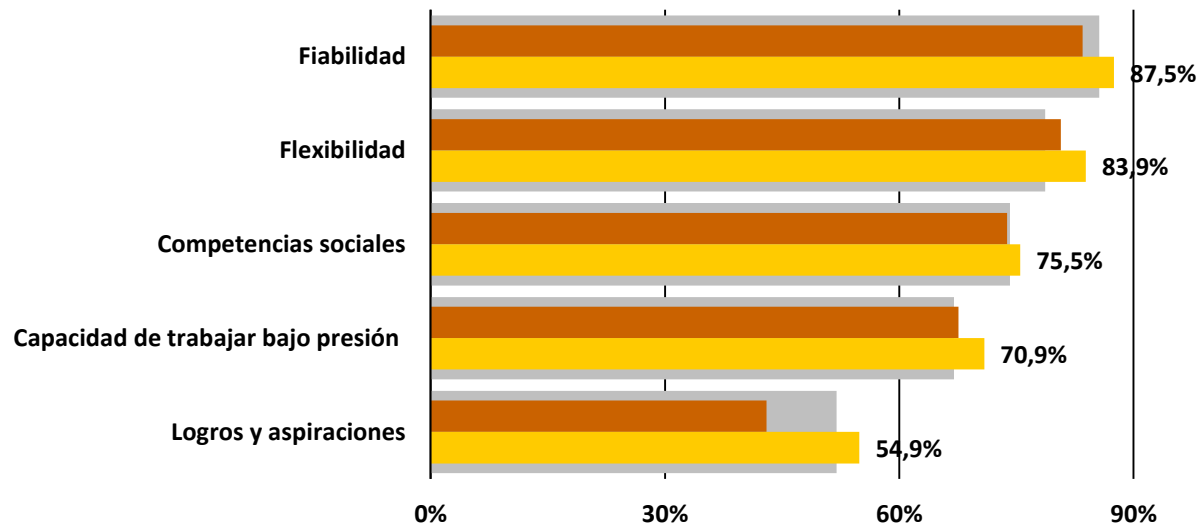
SCALE not correct at all ←-----→ completely correct

APPROACH

- Definition of **success factors** relevant for **professional success** on the basis of both theoretical models as well as trendence's practical experience
- Using the "**Act-Frequency Approach**" to identify the statements to be evaluated by the students (Acts)
- Generation and selection of the Acts with the help of two pre-tests (**Prototypes**)
- Students who agree fully or preferably to both **statements of one trait**, are **attributed** to this respective trait.



Habilidades interpersonales del mundo del trabajo



■ Europa ■ España ■ sus estudiantes

Pregunta: Por favor, opine sobre las siguientes afirmaciones.

Se les pidió a los estudiantes la valoración de cada afirmación según una escala de cuatro valores (de -2 para 'totalmente en desacuerdo' a +2 'totalmente de acuerdo'. Por favor, vuelva a la página anterior para ver las afirmaciones.



Opinión de los estudiantes acerca de la Universidad



Contents



I. Students Surveyed

- Key groups surveyed
- Sample size and demographic information
- Anticipated degrees and fields of study
- Students experiences



II. Student Feedback on Universities

- **External Benchmark: Key Performance Indicators and position in Europe**
- **Internal Benchmark: Importance vs. satisfaction, recommendations, preferred university for further studies**



III. Communication and Career

- Important factors regarding student selection of employers
- Most popular top employers, expected income and working hours
- Mobility and student opinions



trendConcept University Feedback

How can we make more transparent, what is most important for students in their studies?



Students' Feedback

- We asked students: What is important when we talk about „good“ study conditions, lectures, IT- infrastructure, etc.?
- How can they rate universities on these issues?



Results: trendConcept University Feedback

- The big picture: Overall satisfaction grade
- Detailed analysis: 10 main topics which are represented by 28 issues in order of their importance to students compared with students' satisfaction
- Recommendation of your university

Your branding tool:

External Benchmark

- Position in Europe
- KPI – Key Performance Indicators: provides a benchmark regarding all universities represented in your country and in this edition

Internal Benchmark

- Importance versus satisfaction
- Recommendation of your university

Find out where you stand – Brand your university



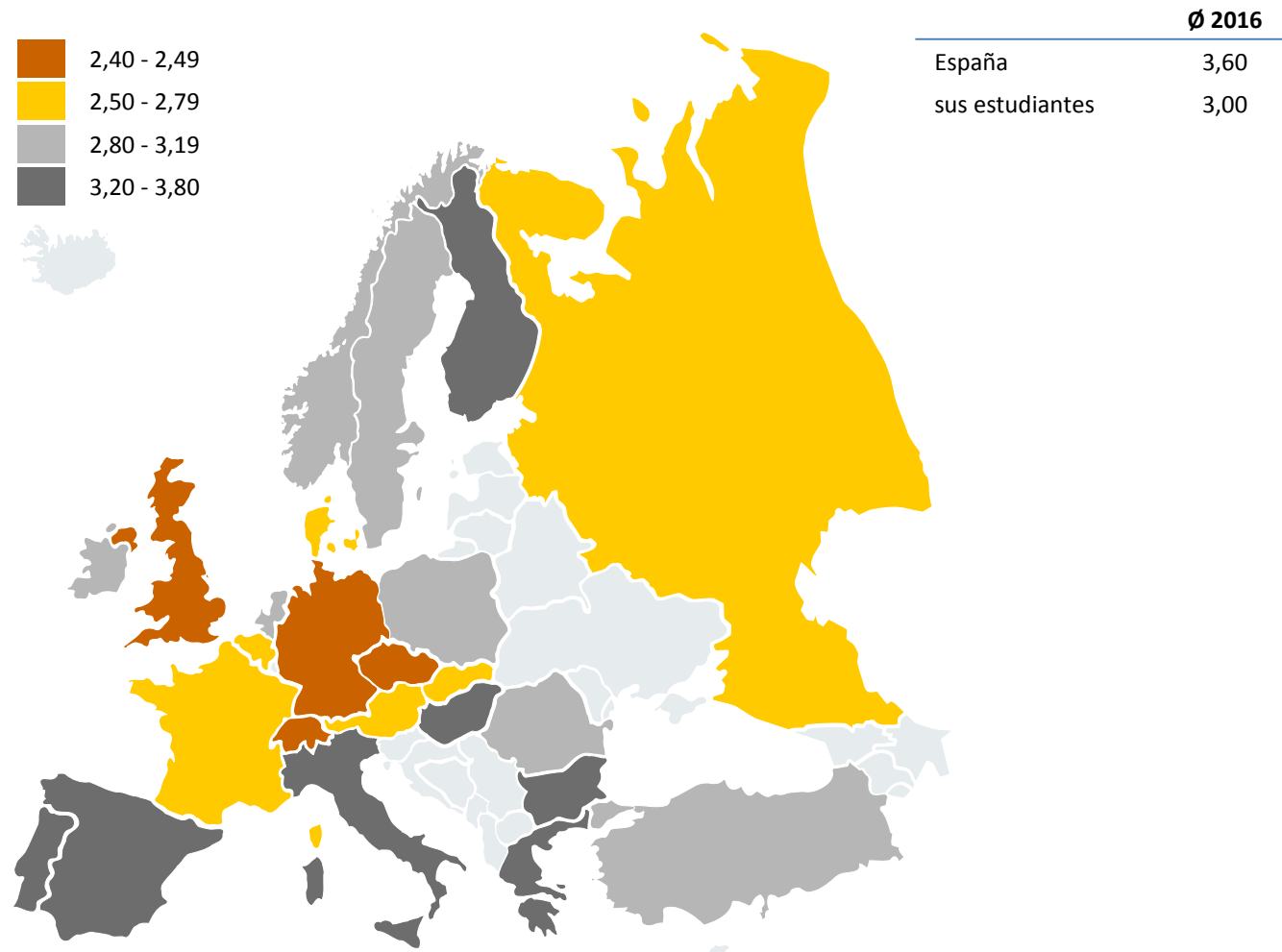
10 Topics developed by students - presented in 28 criteria:

1. Profesores/ catedráticos	Competencia profesional Competencia didáctica Disponibilidad Motivación y predisposición para ayudar
2. Relevancia práctica de los cursos	Relevancia práctica de los contenidos del estudio Excursiones, estudios de caso, presentaciones de invitados Experiencia profesional integrada
3. Oportunidades internacionales de los cursos	Clases/ seminarios en idiomas extranjeros Programas de intercambio, partenariados entre universidades
4. Cooperación de la universidad con la economía	Anuncios de empleo (ej.: para experiencia profesional) Ferias de empleo y de trayectoria profesional Proyectos de investigación con empresas
5. Calidad y disponibilidad de las infraestructuras tecnológicas	Wifi Disponibilidad de un espacio de trabajo con ordenadores y calidad del equipo tecnológico
6. Calidad de las bibliotecas y actualización de las colecciones	Variedad de la oferta literaria y actualizada Disponibilidad de literatura Disponibilidad de un espacio de trabajo Horarios de apertura
7. Servicios de orientación profesional	Servicio de asesoramiento/ asesoramiento sobre trayectoria profesional, intercambio laboral Eventos (ej.: ferias de trayectorias profesionales)
8. Servicio y asesoramiento	Responsabilidades transparentes Asesores competentes Respuesta rápida a las preguntas
9. Situación	Infraestructura de transporte Oferta comercial y de ocio Nivel/ Coste de vida (ej.: alquiler)
10. Actividades para estudiantes	Eventos (ej.: cine universitario, deporte, eventos) Política de la universidad

Pregunta: ¿Cómo son de importantes los siguientes factores para usted y para sus estudios y cómo puntuaría su universidad en función de estos? Los estudiantes podían escoger aleatoriamente tantos criterios “importantes” como ellos quisieran y simultáneamente evaluar en una escala de valoración de cuatro puntos de muy insatisfecho << < > >> muy satisfecho.



Satisfacción global de los estudiantes con su universidad en Europa



Pregunta: Por favor, valore el grado de satisfacción con su universidad y sus estudios.

Se les pidió a los alumnos que valoraran su satisfacción sobre una escala de siete valores (de 1 para 'muy satisfecho' a 7 para 'muy insatisfecho').



Sus Key Performance Indicators del 2016: ¡Así evalúan sus estudiantes!



KPI calculation

- The KPI's for your university have been individually calculated per topic
- The statistical range of the KPI's is determined by the two highest and lowest rated universities and not by a numerically in advance defined limit



Recomendación de la universidad



Pregunta: ¿Recomendaría a otros que estudiaran en su universidad?



Evaluación del rendimiento universitario: Importancia frente a satisfacción en Europa

Tema	Opción	Importancia	Satisfacción	Delta
1	Competencia profesional	87,3%	85,4%	
5	Wifi	86,5%	75,4%	
2	Relevancia práctica de los contenidos del estudio	78,1%	66,5%	
5	Disponibilidad de un espacio de trabajo con un buen equipo tecnológico	75,9%	70,6%	
1	Motivación y predisposición para ayudar	75,0%	73,5%	
1	Competencia didáctica	71,5%	72,2%	
2	Experiencia profesional integrada	62,0%	52,1%	
1	Disponibilidad	60,7%	76,3%	
9	Infraestructura de transporte	59,9%	72,3%	
4	Anuncios de empleo	57,6%	56,3%	
6	Disponibilidad de un espacio de trabajo	57,1%	70,4%	
6	Horarios de apertura	56,0%	79,5%	
9	Nivel/Coste de vida (ej.: alquiler)	54,8%	59,8%	
6	Disponibilidad de literatura	53,3%	80,6%	
6	Variedad de la oferta literaria y actualizada	53,1%	80,9%	
10	Eventos (ej.: cine universitario, deporte, eventos)	53,1%	71,5%	
4	Proyectos de investigación con empresas	52,5%	52,4%	
4	Ferias de empleo y de trayectoria profesional	50,4%	63,0%	
3	Programas de intercambio, partenariados entre universidades	50,3%	64,1%	
7	Servicio de asesoramiento profesional, intercambio laboral	47,9%	54,0%	
7	Eventos (ej.: ferias de trayectorias profesionales)	45,5%	62,0%	
2	Excursiones, estudios de caso, presentaciones de invitados	45,1%	49,2%	
8	Respuesta rápida a las preguntas	44,4%	64,9%	
3	Clases/ seminarios en idiomas extranjeros	43,3%	47,0%	
8	Asesores competentes	41,2%	65,8%	
9	Oferta comercial y de ocio	37,8%	67,9%	
10	Política de la universidad	33,1%	58,7%	
8	Responsabilidades transparentes	29,5%	59,3%	

Pregunta: ¿Cómo son de importantes los siguientes factores para usted y para sus estudios y cómo puntuaría su universidad en función de estos?

La tabla superior está ordenada por importancia: Las claves más relevantes del atractivo de la universidad están en la parte superior. En la parte izquierda de la misma, usted encuentra la satisfacción de los estudiantes. La columna delta, a la derecha, ilustra la brecha entre deseo y realidad (importancia y satisfacción). La barra de la realidad debe apuntar a la derecha, no a la izquierda.



Evaluación del rendimiento universitario: Importancia frente a satisfacción en España

Tema	Opción	Importancia	Satisfacción	Delta
5	Wifi	87,3%	77,0%	
5	Disponibilidad de un espacio de trabajo con un buen equipo tecnológico	82,9%	67,5%	
1	Competencia profesional	79,7%	74,4%	
1	Competencia didáctica	78,7%	58,6%	
1	Motivación y predisposición para ayudar	78,6%	61,0%	
2	Relevancia práctica de los contenidos del estudio	76,4%	56,4%	
6	Disponibilidad de un espacio de trabajo	71,2%	77,7%	
6	Horarios de apertura	69,0%	75,5%	
2	Experiencia profesional integrada	62,9%	30,8%	
4	Proyectos de investigación con empresas	61,2%	46,5%	
1	Disponibilidad	60,0%	70,2%	
6	Variedad de la oferta literaria y actualizada	59,9%	82,6%	
9	Infraestructura de transporte	59,9%	69,2%	
3	Programas de intercambio, partenariados entre universidades	59,5%	57,0%	
4	Anuncios de empleo	59,0%	42,9%	
7	Servicio de asesoramiento profesional, intercambio laboral	56,4%	34,5%	
3	Clases/ seminarios en idiomas extranjeros	54,5%	34,2%	
10	Eventos (ej.: cine universitario, deporte, eventos)	52,8%	58,6%	
9	Nivel/Coste de vida (ej.: alquiler)	50,0%	59,2%	
4	Ferias de empleo y de trayectoria profesional	49,0%	43,7%	
6	Disponibilidad de literatura	47,5%	79,4%	
2	Excursiones, estudios de caso, presentaciones de invitados	47,5%	31,1%	
8	Respuesta rápida a las preguntas	45,7%	51,0%	
7	Eventos (ej.: ferias de trayectorias profesionales)	42,0%	38,0%	
10	Política de la universidad	40,2%	49,4%	
8	Asesores competentes	39,7%	44,4%	
9	Oferta comercial y de ocio	35,5%	55,0%	
8	Responsabilidades transparentes	28,0%	42,4%	

Pregunta: ¿Cómo son de importantes los siguientes factores para usted y para sus estudios y cómo puntuaría su universidad en función de estos?

La tabla superior está ordenada por importancia: Las claves más relevantes del atractivo de la universidad están en la parte superior. En la parte izquierda de la misma, usted encuentra la satisfacción de los estudiantes. La columna delta, a la derecha, ilustra la brecha entre deseo y realidad (importancia y satisfacción). La barra de la realidad debe apuntar a la derecha, no a la izquierda.



Evaluación del rendimiento universitario: Importancia frente a satisfacción en su universidad

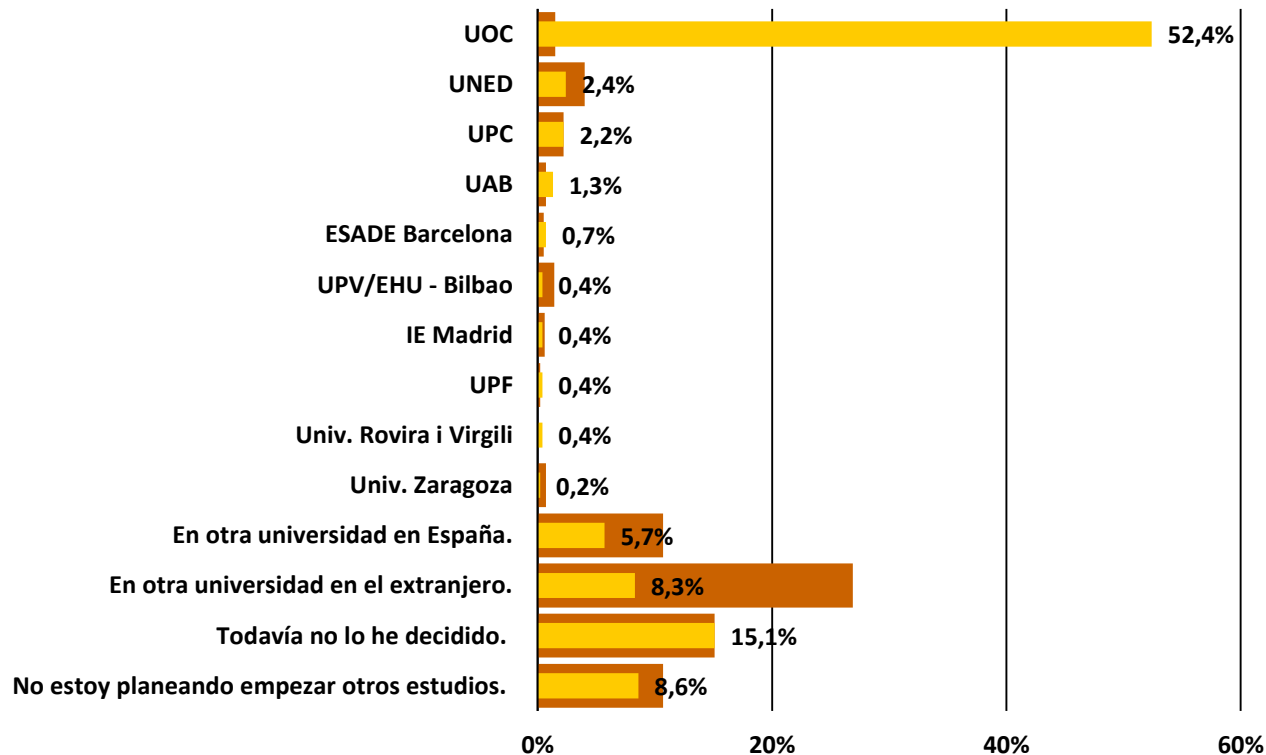
Tema	Opción	Importancia	Satisfacción	Delta
1	Competencia profesional	80,6%	89,3%	
1	Motivación y predisposición para ayudar	74,4%	80,3%	
2	Relevancia práctica de los contenidos del estudio	74,2%	79,6%	
1	Competencia didáctica	74,0%	82,2%	
1	Disponibilidad	71,5%	80,7%	
8	Respuesta rápida a las preguntas	69,1%	79,2%	
8	Asesores competentes	59,9%	81,4%	
7	Servicio de asesoramiento profesional, intercambio laboral	59,7%	63,4%	
2	Experiencia profesional integrada	44,2%	54,1%	
4	Anuncios de empleo	42,9%	48,2%	
4	Proyectos de investigación con empresas	41,9%	47,4%	
6	Variedad de la oferta literaria y actualizada	40,1%	74,3%	
3	Clases/ seminarios en idiomas extranjeros	36,9%	44,8%	
5	Disponibilidad de un espacio de trabajo con un buen equipo tecnológico	36,7%	64,6%	
6	Horarios de apertura	35,9%	81,4%	
5	Wifi	35,1%	70,4%	
10	Política de la universidad	32,6%	66,8%	
8	Responsabilidades transparentes	31,8%	73,7%	
6	Disponibilidad de literatura	31,5%	71,0%	
3	Programas de intercambio, partenariados entre universidades	29,6%	36,4%	
9	Nivel/Coste de vida (ej.: alquiler)	26,5%	42,0%	
6	Disponibilidad de un espacio de trabajo	25,7%	63,1%	
10	Eventos (ej.: cine universitario, deporte, eventos)	25,1%	44,3%	
7	Eventos (ej.: ferias de trayectorias profesionales)	24,9%	45,2%	
4	Ferias de empleo y de trayectoria profesional	24,6%	40,0%	
2	Excursiones, estudios de caso, presentaciones de invitados	21,9%	32,5%	
9	Infraestructura de transporte	15,7%	67,9%	
9	Oferta comercial y de ocio	15,5%	56,7%	

Pregunta: ¿Cómo son de importantes los siguientes factores para usted y para sus estudios y cómo puntuaría su universidad en función de estos?

La tabla superior está ordenada por importancia: Las claves más relevantes del atractivo de la universidad están en la parte superior. En la parte izquierda de la misma, usted encuentra la satisfacción de los estudiantes. La columna delta, a la derecha, ilustra la brecha entre deseo y realidad (importancia y satisfacción). La barra de la realidad debe apuntar a la derecha, no a la izquierda.



Nivel de lealtad de los estudiantes



■ España ■ sus estudiantes

Pregunta: Supongamos que está planeando empezar otros estudios, una vez se gradúe del actual. ¿Dónde planearía estudiar?



Comunicación y Trayectoria



Contents



I. Students Surveyed

- Key groups surveyed
- Sample size and demographic information
- Anticipated degrees and fields of study
- Student experiences



II. Student Feedback on Universities

- External Benchmark: Key Performance Indicators and position in Europe
- Internal Benchmark: Importance vs. satisfaction, recommendations, preferred university for further studies

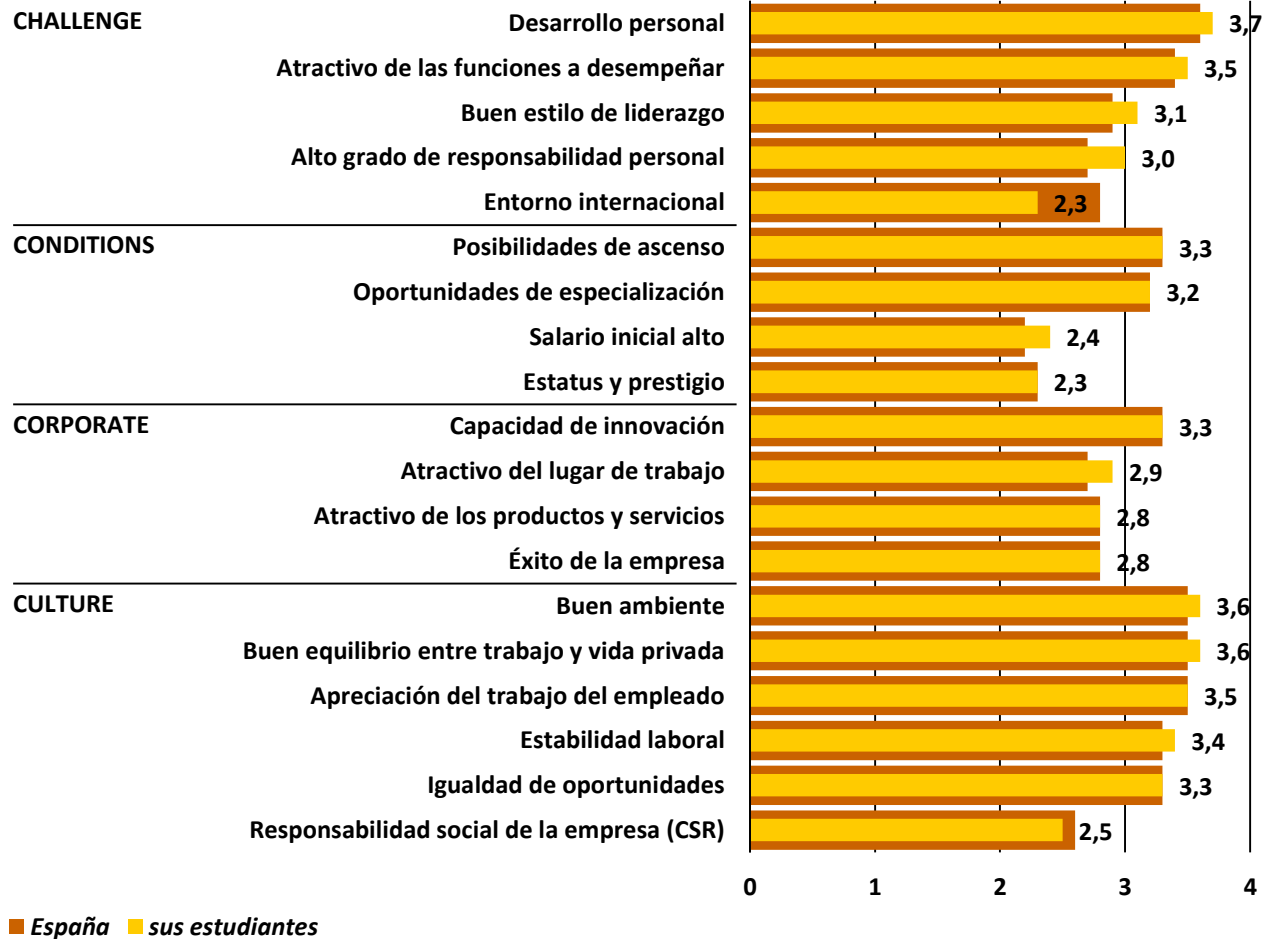


III. Communication and Career

- **Important factors regarding student selection of employers**
- **Most popular top employers, expected income and working hours**
- **Mobility and student opinions**



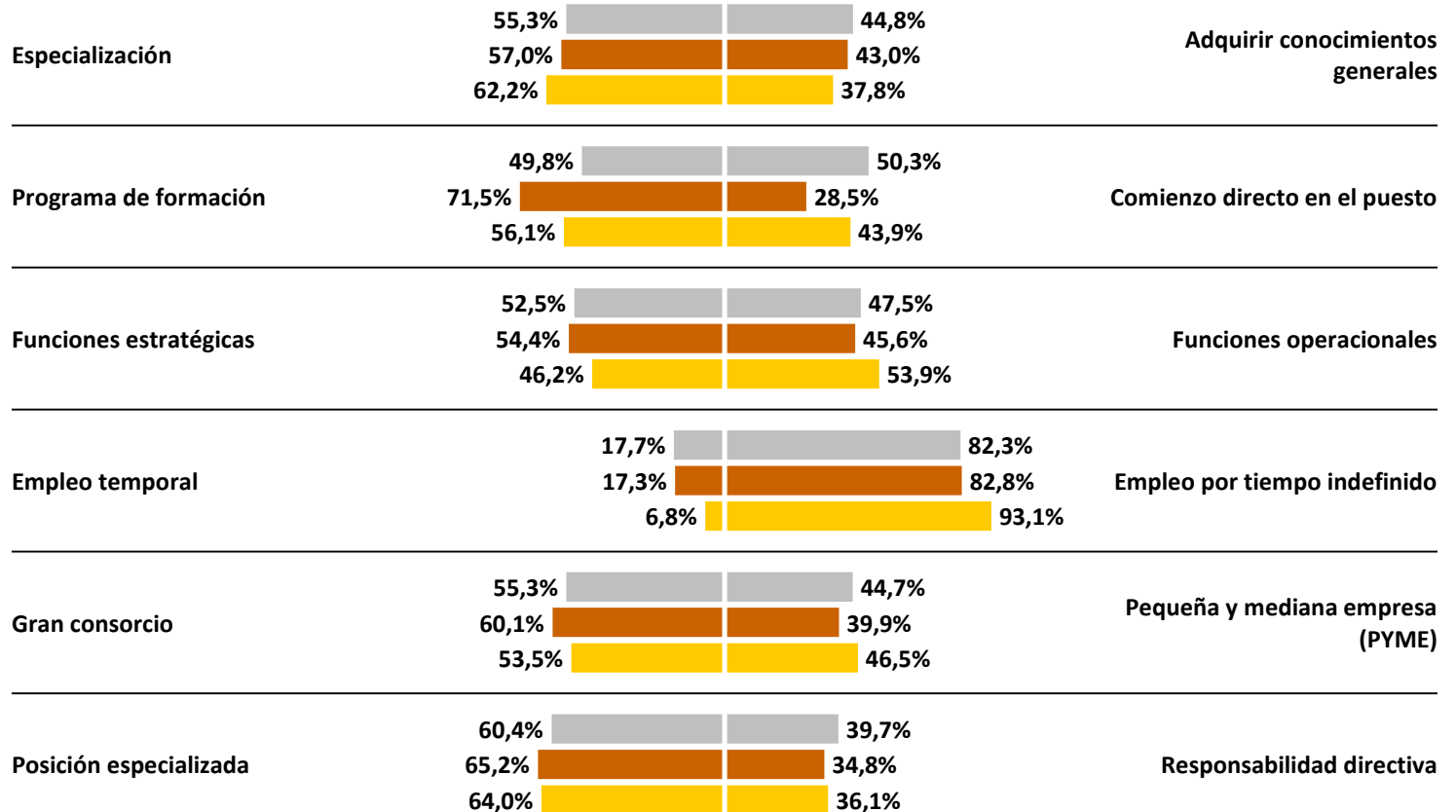
Factores de atracción del empleador



Pregunta: Nos gustaría que nos dijera cuáles son los aspectos que más valora a la hora de buscar una posible empresa. Díganos qué IMPORTANCIA tienen para usted los siguientes aspectos de la búsqueda.



Prioridades de carrera



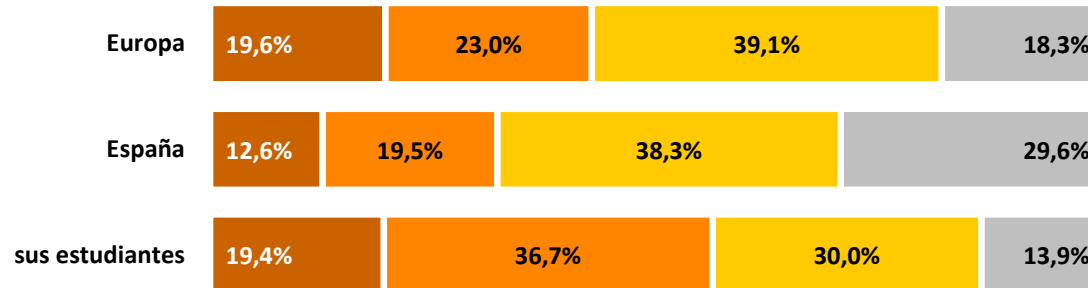
■ Europa ■ España ■ sus estudiantes

Pregunta: ¿Qué criterios son los más importantes cuando piensa en su actividad laboral después de sus estudios?

Se les pidió a los estudiantes que valoraran cada característica sobre una escala de cuatro valores (de 'fuerte preferencia de la característica de la izquierda' a 'fuerte preferencia de la característica de la derecha'). A los estudiantes se les presentaron parejas de conceptos que no necesariamente eran opuestos. Cuanto más tiende una de las barras del gráfico a uno de los conceptos, más fuerte es la preferencia de este concepto como oposición al otro.



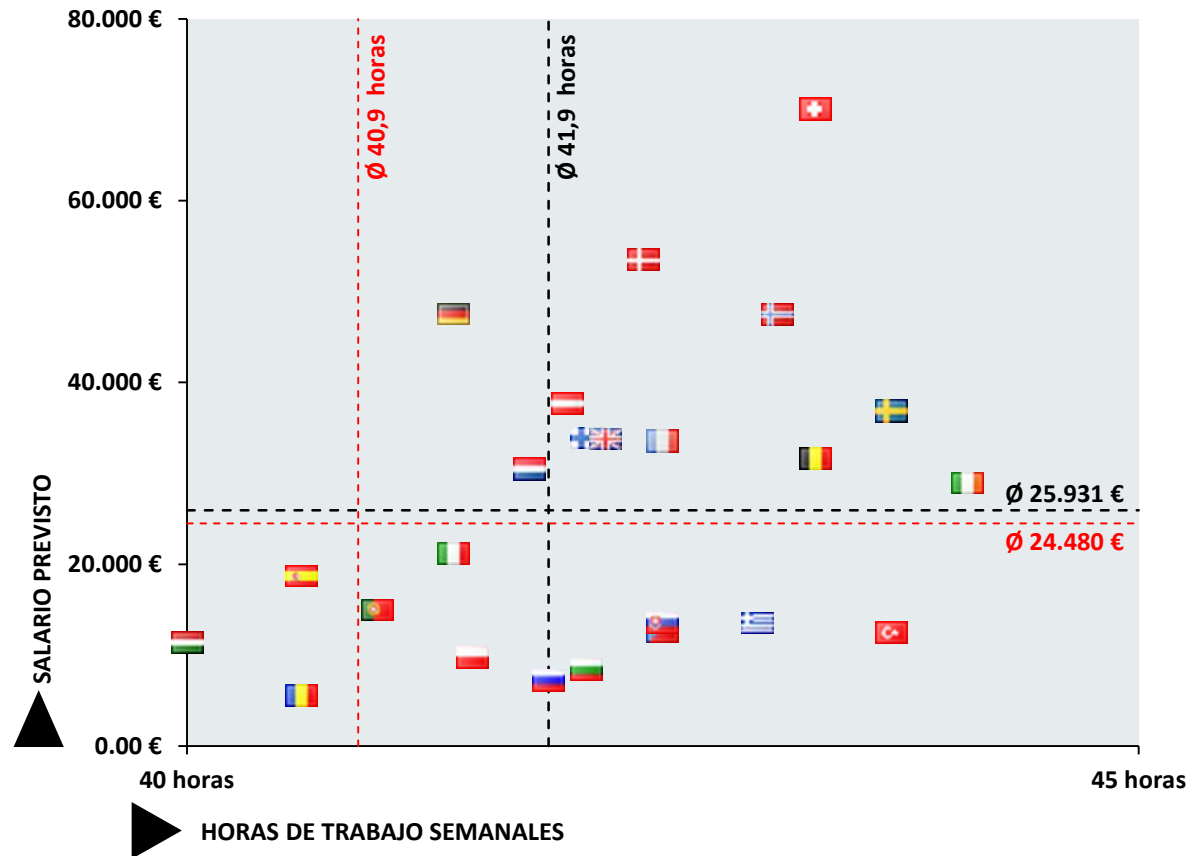
Movilidad: disposición de traslado



- *Planeo buscar mi primer trabajo en el lugar donde he estudiado.*
- *Planeo buscar mi primer trabajo en mi región de origen.*
- *Planeo buscar mi primer trabajo en España.*
- *Planeo buscar mi primer trabajo en el extranjero.*



Salario bruto anual previsto / relación de horas de trabajo previstas en Europa



Pregunta: ¿Cuántas horas está dispuesto a trabajar en este puesto de trabajo?

Pregunta: ¿Cuánto espera ganar (salario bruto) en este puesto de trabajo?

La línea negra marca la media europea. La línea roja indica la media de sus estudiantes.



Quiénes son los empleadores más atractivos en España?

Posición	Empleador	España
1	Google	20,5%
2	CSIC	12,4%
3	Apple	11,1%
4	Microsoft	7,5%
5	European Space Agency	6,5%
6	Airbus Group	6,0%
7	Bayer	5,4%
8	BMW Group	5,0%
8	Iberdrola	5,0%
8	Repsol	5,0%
11	IBM	4,2%
12	Acciona	4,1%
13	Nintendo	3,7%
14	Intel	3,4%
14	Nestlé	3,4%
16	Ubisoft	3,3%
17	Inditex	3,1%
17	Telefónica	3,1%
19	ACS (incl. Dragados)	3,0%
20	Indra	2,9%

Pregunta: ¿Qué empresas considera más atractivas, es decir, en cuales solicitaría trabajo en primer lugar?
Los estudiantes podían elegir tres empleadores de toda la lista de empleadores.
La tabla muestra los top 20 empleadores según los estudiantes de España.



Quiénes son los empleadores más atractivos en su universidad?

Posición	Empleador	sus estudiantes
1	Google	44,4%
2	Apple	19,8%
3	Microsoft	18,2%
4	Ubisoft	7,7%
5	Cisco	7,6%
6	Nintendo	7,4%
7	IBM	7,3%
7	Intel	7,3%
9	Oracle	5,3%
9	Telefónica	5,3%
11	Indra	4,4%
12	European Space Agency	4,1%
13	Hewlett-Packard	3,6%
14	Airbus Group	3,0%
15	AENA	2,7%
15	Sony	2,7%
17	Samsung	2,4%
18	Inditex	2,3%
18	SAP	2,3%
20	Siemens	2,1%

Pregunta: ¿Qué empresas considera más atractivas, es decir, en cuales solicitaría trabajo en primer lugar?
Los estudiantes podían elegir tres empleadores de toda la lista de empleadores.
La tabla muestra los top 20 empleadores según los estudiantes de su universidad.



Quiénes son los empleadores más activos en España?

Posición	Empleador	España
1	Telefónica	17,3%
2	Santander	17,2%
3	Repsol	13,4%
4	Accenture	13,2%
5	Vodafone	12,0%
6	Google	10,3%
7	Indra	10,1%
8	Deloitte	9,8%
8	Microsoft	9,8%
10	CSIC	8,9%

Pregunta: ¿Qué empresas buscan más activamente estudiantes en su universidad?
Los estudiantes podían elegir tres empleadores de toda la lista de empleadores.
La tabla muestra los top 10 empleadores según los estudiantes de España.



Quiénes son los empleadores más activos en su universidad?

Posición	Empleador	sus estudiantes
1	Google	22,0%
1	Telefónica	22,0%
3	Microsoft	17,6%
4	Apple	16,4%
5	Vodafone	16,1%
6	Santander	14,0%
7	Accenture	12,2%
7	Indra	12,2%
9	T-Systems ITC Iberia	11,9%
10	Deloitte	9,5%

Pregunta: ¿Qué empresas buscan más activamente estudiantes en su universidad?
Los estudiantes podían elegir tres empleadores de toda la lista de empleadores.
La tabla muestra los top 10 empleadores según los estudiantes de su universidad.



Opiniones

Gracias a mi formación, me siento perfectamente preparado para la vida profesional.



Será difícil encontrar un puesto de trabajo en 2016.



Me preocupa mi futuro profesional.



■ *Estoy de acuerdo* ■ *NS/NC* ■ *No estoy de acuerdo*

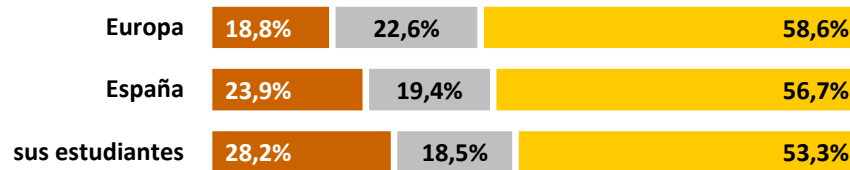
Pregunta: Por favor, opine sobre las siguientes afirmaciones.

Se les pidió a los estudiantes que respondieran utilizando las opciones: 'de acuerdo (+1)', 'NS/NC (0)', 'no estoy de acuerdo (-1)'.



Opiniones

El hecho de tomarse tiempo para la familia afecta negativamente a la carrera.



Para mí es más importante realizarme que ganar mucho dinero.



Aceptaría un salario menor si pensara que el empleador es bueno para mí.



■ *Estoy de acuerdo* ■ *NS/NC* ■ *No estoy de acuerdo*

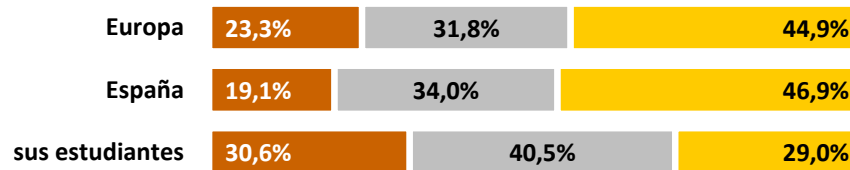
Pregunta: Por favor, opine sobre las siguientes afirmaciones.

Se les pidió a los estudiantes que respondieran utilizando las opciones: 'de acuerdo (+1)', 'NS/NC (0)', 'no estoy de acuerdo (-1)'.



Opiniones

Estoy pensando en fundar mi propia start-up durante o recién terminados mis estudios.



■ *Estoy de acuerdo* ■ *NS/NC* ■ *No estoy de acuerdo*

Pregunta: Por favor, opine sobre las siguientes afirmaciones.

Se les pidió a los estudiantes que respondieran utilizando las opciones: 'de acuerdo (+1)', 'NS/NC (0)', 'no estoy de acuerdo (-1)'.



CHRISTINE DIETZSCH

Head of Partner Relations

christine.dietzsch@trendence.com

+49 30 2592988-311

trendence Institut GmbH

Markgrafenstraße 62

10969 Berlin

Germany

www.trendence.com and on





FLORIAN HANEL

Country Manager DACH

florian.hanel@trendence.com

+49 30 2592988-618

trendence Institut GmbH

Markgrafenstraße 62

10969 Berlin

Germany

www.trendence.com and on

