

Unitatea de Extensie - Centrul de Consiliere Vocațională și Plasare a Forței de Muncă derulează împreună cu Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară a Banatului și companiile partenere proiecte cu impact localizat în regiunea RO 05 în domeniul agribusiness-ului. În prezent, Centrul de Consiliere Vocațională și Plasare a Forței de Muncă - Unitate de Extensie, derulează trei categorii de activități:

Consilierea vocațională a candidaților care își doresc să devină studenți ai universității. Activitatea constă în prezentarea ofertei educaționale a facultăților universității noastre, un chestionar pentru identificarea aptitudinilor și intereselor profesionale și a unui formular, suport pentru viitoare activități de consiliere. Considerăm că această activitate este benefică atât pentru candidat cât și pentru universitate. Pentru candidat consilierea vocațională poate fi premisa primei bune alegeri. Pentru universitate consilierea se va concretiza în diminuarea abandonului și în creșterea proporției de absolvenți angajați în profesia pentru care s-au pregătit.

Plasarea forței de muncă specializată în agribusiness este a doua categorie de activitate. Aceasta vizează atât serviciul de plasare a studenților fără loc de muncă în companii adecvate specializării și competențelor dobândite cât și *head hunting* -ul. În ambele cazuri, în bazele de date ale unității de extensie, se introduc atât absolvenții cât și companiile care solicită dezvoltarea capitalului uman.

Deși a avut dificultăți inerente începutului activitatea este din ce în ce mai necesară capitalismului românesc care experimentează trecerea de la limitele companiei familial-despotice cu arsenalul de pile cunoștințe și relații aferent la recrutarea unui personal înalt calificat.

Ambele activități sunt derulate și coordonate de către psiholog Hotea Todorut

Extensia rezultatelor cercetării universitare este un alt important serviciu pus la dispoziția societății române. Acest serviciu izvorăște din practica cooperativelor de extensie și din convingerea că extensia trebuie să aibă o abordare centrată pe misiune la nivelul problemelor socio-agrozootehnice ale societății și mai degrabă decât la nivelul cercetării superspecializate

În acest context, membrii activi ai asociației au considerat că problema socio-economică a României va fi incapacitatea de a rezista concurenței agriculturii vestului. În consecință am început promovarea unor *brand*-uri (produs tradițional românesc), concepte (piață de nișă, adăposturi ieftine sau structuri semicirculare versatil-universale) și ferme pilot (denumite ferme partenerie - pentru că, nu-i așa, încercăm să oferim exemple credibile ale mult mediatizatului parteneriat public-privat).