

# L'UNIVERSITÀ ORIENTA

Comportamenti e iniziative  
negli atenei italiani



*Pubblicazione distribuita gratuitamente*

*Copyright 2004 by CRUI, Roma, Italy*

*Tutti i diritti riservati.*

*È vietata la riproduzione, anche parziale o ad uso interno o didattico, con qualsiasi mezzo effettuata, compresa la fotocopia, non autorizzata dalla CRUI.*

*Editing: Polaris - [www.polarisonline.it](http://www.polarisonline.it)*

Il volume è frutto delle riflessioni del Gruppo di lavoro CRUI sull'Orientamento, presieduto dal Rettore Oronzo Limone coordinatore della Commissione Orientamento, costituito dai Professori Antonella d'Orazio, Maria Francesca Romano, Mario Binetti, Massimo Massagli, Paolo Bernardini, Walter Racugno e dalla Dottoressa Francesca Giannessi.

L'indagine è stata realizzata dal Centro Studi della Fondazione CRUI per le università Italiane ed è stata coordinata dalla Dottoressa Francesca Giannessi che ha partecipato anche alle attività del gruppo di lavoro, soprattutto in fase di analisi.



# Indice

<b>Prefazione</b> .....	pag. VII
<b>1_Scopo dell'indagine</b> .....	pag. 1
<b>2_Risultati</b> .....	pag. 5
<b>a_Analisi descrittiva</b> .....	pag. 5
<i>Organizzazione dell'orientamento</i> .....	pag. 5
<i>Orientamento in ingresso</i> .....	pag. 7
<i>L'orientamento in itinere</i> .....	pag. 13
<i>L'orientamento in uscita</i> .....	pag. 16
<b>b_Analisi esplorativa</b> .....	pag. 22
<i>Primo gruppo</i> .....	pag. 24
<i>Secondo gruppo</i> .....	pag. 25
<i>Terzo gruppo</i> .....	pag. 26

## **ALLEGATO 1**

Indagine sulle iniziative di Orientamento	
Anno Accademico 2001-02 .....	pag. 29
A) <u>Organizzazione dell'Orientamento</u> .....	pag. 31
B) <u>Orientamento in ingresso</u> .....	pag. 33
C) <u>Orientamento in itinere</u> .....	pag. 37
D) <u>Orientamento in uscita</u> .....	pag. 41



# *Prefazione*

**ORONZO LIMONE**

**Rettore dell'Università degli Studi di Lecce  
Coordinatore della commissione CRUI sull'Orientamento**

## **Relazione introduttiva (\*)**

La crescente consapevolezza dell'importanza dell'orientamento, la progressiva ridefinizione degli ambiti, dei modi di erogazione, delle tipologie ed infine delle competenze necessarie, soprattutto in relazione ai cambiamenti innescati dalla riforma universitaria in merito all'offerta formativa e all'organizzazione dei servizi di supporto all'attività didattica, hanno prodotto l'esigenza di orientare gli studenti nella scelta universitaria (orientamento in ingresso), di accompagnarli nel loro cammino (orientamento in itinere) e di seguirli anche nel percorso post-laurea (orientamento in uscita). Per integrare i tre aspetti della questione (attitudini, percorsi formativi, sbocchi professionali) sembra necessario avviare e sviluppare un sistema integrato di orientamento, capace di raccordare i diversi soggetti e di tener conto delle migliori esperienze realizzate in Italia e nell'Unione Europea.

Solo uno straordinario impegno in tale direzione può colmare lo squilibrio esistente all'interno dell'Unione Europea in termini di numero dei diplomati, dei laureati e dei giovani che frequentano esperienze di alternanza e di apprendistato: l'adeguamento a questi standard è un atto dovuto, al fine di garantire la qualità dei servizi. D'altra parte, l'ambito dell'orientamento in Italia è oggetto di progressiva ridefinizione.

Insieme all'università, anche il mondo della scuola, della formazione professionale, dei servizi per l'impiego, in questi ultimi anni si sono impegnati in iniziative volte ad orientare le scelte degli studenti, tenendo conto dei problemi posti dalla società complessa, in primo luogo il modificarsi del mondo del lavoro e l'accresciuta sensibilità per la qualità della didattica. Questo grazie anche all'ausilio delle risorse finanziarie stanziare dall'Unione Europea per migliorare la transizione fra ambienti di formazione e mondo del lavoro.

Emerge però oggi un insieme estremamente eterogeneo di azioni e di modalità

operative a fronte del quale nasce l'esigenza di ridefinire e razionalizzare la galassia indefinita d'interventi di orientamento attivati.

Razionalizzazione degli interventi, controllo della qualità delle iniziative in atto e diffusione di pratiche omogenee nell'orientamento, sono gli obiettivi che si prefigge la Conferenza dei Rettori delle università Italiane. La CRUI vuole definire una nuova ed omogenea tipologia delle azioni orientative, che sia coerente con la nuova "domanda" e con i nuovi bisogni e che sia scientificamente accreditata. La funzione di ruolo guida e di orientamento non può essere che dell'università, l'unica istituzione in grado d'integrare i diversi "sistemi" di erogazione di pratiche orientative che corrono spesso il rischio dell'autoreferenzialità se fuori da una logica di rete (Scuola, Sindacati, Confindustria, Istituti di Formazione, Regioni, Province etc. ). L'università deve sviluppare una politica integrata, che coinvolga tutti i servizi erogati in un disegno organico centrato sulla persona e quindi sui bisogni del giovane che fruisce delle iniziative poste in essere per suo vantaggio, secondo una linea di continuità, di coerenza formativa e di massima efficacia.

Non è infatti sufficiente che l'incontro tra mondo del lavoro ed ambienti universitari avvenga sul mercato; esso deve essere anticipato nel percorso formativo che muove dalla acquisizione delle competenze scientifico professionali e dallo sviluppo delle abilità di ricerca. La definizione di strategie comuni adottabili dalle università in materia di orientamento e la loro pratica attuazione possono accompagnare questo processo, che trova riscontro nella organizzazione degli studi nei Paesi dell'Europa comunitaria. L'Unione Europea, come è noto, persegue una strategia di cooperazione culturale, tecnica e scientifica fondata sul riconoscimento dell'esistenza di un patrimonio di valori e problematiche comuni. Gli strumenti che ha scelto di adottare in modo da combinare cooperazione inter-governativa e cooperazione decentrata sono quelli del dialogo interculturale e degli scambi a livello umano, scientifico e tecnologico. In questo quadro l'Italia si presenta piuttosto indietro nella modernizzazione, in quanto si adegua con fatica alle nuove realtà, affrontando con difficoltà il cambiamento. Lo stesso impareggiabile patrimonio culturale, custodito e valorizzato dall'università italiana, ritarda, talvolta, le risposte che la società complessa richiede per reagire convenientemente alle sollecitazioni al cambiamento che ne caratterizzano il tessuto connettivo. Insegnare ad apprendere, ed apprendere ad agire il cambiamento in modo da guidarlo e governarlo è la sfida a cui il mondo dell'educazione e della formazione non si possono sottrarre. Davanti alla scelta se subire passivamente il cambiamento o affrontarlo coraggiosamente, l'università ha deciso per la seconda ipotesi. Vuole anticipare e guidare il cambiamento, formare la società del futuro e fornire agli studenti le competenze necessarie per sostenere la modernizzazione. Fine ultimo è quello di formare le coscienze individuali e collettive che possono rendere il cambiamento

un processo positivo, condiviso e sostenibile.

L'applicazione di buone pratiche di orientamento fornisce un valore strategico e fondamentale alla qualità della formazione e dell'istruzione delle giovani generazioni. Nella società della conoscenza i modelli di trasmissione del sapere costituiscono, insieme all'efficace organizzazione della ricerca, uno dei principali fattori di competitività per un Paese. Per questa ragione il ruolo dell'università nel processo di diffusione di una cultura dell'orientamento assume particolari significati di proattività normativa, di approfondimento e di sintesi.

L'università è infatti l'unico organismo in grado di diffondere la cultura tra tutti i cittadini e di promuovere una crescita consapevole e l'affermazione di un valore aggiunto europeo.

Fino ad oggi ogni ateneo, in tema di orientamento, si è mosso senza la preoccupazione di fare sistema, ottenendo risultati che sono da ricondurre alle risorse e alle capacità dei singoli protagonisti, ai quali è mancato il riscontro e il supporto del *sistema* cultura, del *sistema* mercato, del *sistema* formazione... perché essi stessi non formavano e non avevano dato luogo al "sistema" università.

E' in tale contesto che è stato istituito un Gruppo di lavoro, all'interno della Assemblea dei Delegati rettorali all'orientamento, avente come primo intento quello di realizzare un'indagine sui comportamenti e le iniziative di orientamento negli atenei italiani. La Cabina di regia di questa iniziativa è stata il Centro Studi e Valutazione della CRUI coordinata dal rettore Limone, delegato per l'Orientamento dalla CRUI.

L'azione sinergica di orientamento vuole inserire gli interventi proposti, *in fieri* o realizzati in un quadro strategico volto alla modernizzazione della struttura sociale ed economica del Mezzogiorno, al miglioramento dell'alta formazione e della qualificazione dell'occupazione.

L'intento è quello d'innalzare il posizionamento competitivo dei nostri studenti e neolaureati.

L'indagine *L'Università orienta* ha rappresentato un punto di partenza utile per il raggiungimento di una piattaforma comune italiana sia dal punto di vista degli standard dei servizi di orientamento sia in relazione alla qualità delle iniziative di supporto alla didattica da offrire agli studenti. L'indagine ha offerto altresì interessanti spunti per intervenire sulla regolazione del rapporto fra utenti e fornitori dei servizi, anche dal punto di vista gestionale ed amministrativo.

Per avere un quadro della situazione si è fatto un monitoraggio sui comportamenti e le iniziative negli atenei italiani: si è inteso studiare prima lo scenario italiano, da qui analizzare la struttura dell'occupazione e le prospettive occupazionali in modo da individuare quali figure professionali servono, e quindi attivarsi per formarle e rapportarle ad uno scenario internazionale. A tale fine è stato

formulato un questionario d'indagine per conoscere la situazione in cui vertono gli atenei, soprattutto alla luce del fatto che siamo ancora in una fase sperimentale della riforma.

Al questionario hanno risposto 67 atenei (circa l'87% del totale) ed i dati si riferiscono all'anno accademico 2001/2002. La scelta di questo periodo è stata condizionata dall'esigenza di avere a disposizione tutti i dati entro settembre 2003, ma è ferma intenzione del Gruppo di lavoro estendere l'indagine, in tempi brevi, all'a.a. 2002/2003.

La nostra indagine è nata dall'esigenza di conoscere lo stato dell'arte delle politiche di orientamento universitario, in modo da stabilire standard comuni per le diverse azioni orientative ed assicurarne l'omogeneità e la qualità sul territorio.

L'analisi condotta ha fatto emergere alcuni punti di forza fra cui l'impegno profuso e la pluralità di iniziative realizzate, soprattutto per quanto riguarda l'orientamento in ingresso e in uscita, ma ha anche permesso di mettere in evidenza alcuni punti di criticità.

Fra gli elementi di criticità emersi possono annoverarsi la necessità di articolare maggiormente il questionario, soprattutto per quanto riguarda l'orientamento in itinere, la necessità di migliorare in progress la rilevazione dei dati e di verificare in modo continuativo il livello della loro qualità, la consapevolezza di dover aggiornare i dati al 2002/2003.

Sulla base dell'analisi dei dati si ritiene necessario porre l'attuazione su una serie di iniziative che consentano di innescare meccanismi di crescita a partire da quanto emerso in questa ricerca.

(\*) Nel ringraziare l'intera Assemblea dei delegati rettorali all'Orientamento ed il Tutorato, mi corre l'obbligo di formulare particolare apprezzamento per l'operato del gruppo di lavoro che ha consentito la definizione, la somministrazione e l'interpretazione del questionario, costituito dai Professori Walter Racugno, Massimo Massagli, Maria Francesca Romano, Mario Binetti, Paolo Bernardini, Antonella d'Orazio e dalla Dottoressa Francesca Giannessi.

Marzo 2004

**Rettore Oronzo Limone**  
**Delegato all'Orientamento dalla CRUI**

X

## 1\_Scopo dell'indagine

L'iniziativa è stata promossa dalla Commissione CRUI dedicata al tema dell'orientamento, nata in seno alla Commissione per la Didattica, composta da delegati rettorali e coordinata dal Rettore Oronzo Limone dell'Università di Lecce.

Dal dibattito fra i delegati è emersa la necessità di conoscere lo stato delle attività delle università in materia di orientamento: infatti, in nome dell'autonomia, ogni ateneo si è mosso per conto proprio, avviando iniziative ed elaborando modelli organizzativi diversi, a seconda della propria realtà di riferimento. L'indagine, oltre che da tale esigenza, è stata suggerita anche da una precedente esperienza della Commissione, che aveva realizzato un questionario esplorativo, al quale avevano risposto 36 atenei; l'analisi dei questionari, caratterizzati da risposte per lo più aperte, ha consentito di individuare i temi di maggiore interesse, che sono stati ripresi e sviluppati nella predisposizione del questionario utilizzato in questa indagine.

Gli scopi della nuova indagine L'Università Orienta erano essenzialmente tre:

- individuare le attività ed i modelli organizzativi proposti dalle università, anche con l'intento di far emergere le eventuali buone pratiche, che potrebbero costituire modelli per altri atenei;
- individuare comportamenti simili e linee di tendenza rispetto ad elementi caratterizzanti ritenuti importanti in materia;
- individuare e/o definire dei "modelli" di riferimento proponibili e replicabili a livello di sistema.

Tali finalità hanno inoltre consentito di definire alcuni principi base che potranno essere utili per pianificare le attività future della Commissione.

Questa esperienza ha anche indotto a considerare l'opportunità di istituire un osservatorio permanente, che consentirebbe la realizzazione di una banca dati on-line sulle iniziative di orientamento attraverso la quale poter seguire il progressivo andamento delle attività e costruire nel tempo una serie di indicatori di performance utili agli atenei per monitorare i risultati raggiunti e valutare l'efficacia delle iniziative adottate. Un'iniziativa di tale genere permetterebbe inoltre di superare il limite di avere un forte scostamento temporale fra la situazione reale e l'effettiva disponibilità delle informazioni e dei dati.



L'indagine è stata realizzata dal Centro Studi e Valutazione della Fondazione CRUI. Il questionario è stato somministrato in modalità on-line, al fine di consentire in tempo reale sia la compilazione che l'eventuale modifica delle informazioni inserite, anche da parte di più soggetti e differenti strutture all'interno degli atenei.

Hanno aderito 67 atenei (circa l'87% del totale) distribuiti sull'intero territorio nazionale; si tratta di atenei molto diversificati tra loro, sia per dimensione e tipologia (statali, non statali, politecnici) sia per profilo formativo offerto.

La scelta dell'anno accademico di riferimento della rilevazione - 2001/02 - è stata dettata dalla necessità di avere a disposizione i dati entro settembre 2003. Lo scarto tra il periodo di riferimento dei dati ed i risultati dell'analisi potrà essere ridotto in futuro se l'iniziativa verrà ripetuta, grazie anche alla maggiore rapidità del processo di aggiornamento dei dati e, come già accennato in precedenza, attraverso l'utilizzo di strumenti di monitoraggio on-line.

I contenuti del questionario sono stati definiti con particolare attenzione alle attività di orientamento in ingresso ed in uscita, che sono usualmente gestite a livello centralizzato, cioè di ateneo, anche per una necessità di ottimizzazione delle risorse. Minore articolazione è stata data alle informazioni sull'orientamento in itinere, che invece è gestito soprattutto a livello di facoltà e/o di corso di studio; almeno in questa prima fase non si è ritenuto opportuno estendere la rilevazione al dettaglio di ogni singola struttura coinvolta nelle attività di orientamento.

Si è quindi mirato ad individuare le relazioni esistenti tra ateneo e organi periferici con l'obiettivo principale di stabilire chi fa cosa. Alla base di questo approccio c'è la consapevolezza che le azioni di orientamento risultano più efficaci quando sono sostenute da azioni programmate e da risorse dedicate, piuttosto che quando sono lasciate all'iniziativa e buona volontà delle singole strutture, portate a perseguire scopi parziali e contingenti.

Il target di riferimento è stato quindi l'ateneo nel suo complesso, ed in particolare le strutture centrali specificamente dedicate all'orientamento; come interlocutori sono stati individuati i responsabili di tali strutture oppure i delegati per l'orientamento laddove queste strutture ancora non esistevano.

Le 60 domande del questionario erano articolate in quattro sezioni:

- Organizzazione dell'orientamento, in cui si intendeva analizzare il modello organizzativo delle strutture dedicate e individuare, da un punto di vista qualitativo e quantitativo, le risorse umane e finanziarie destinate da ogni ateneo a questa attività.
- Orientamento in ingresso, per individuare le relazioni esistenti fra l'università e la scuola superiore, i servizi offerti e le modalità di erogazione, le iniziative realizzate per aiutare i giovani nella scelta del percorso formativo, le collaborazioni esistenti con il tessuto socio-culturale esterno.

- Orientamento in itinere, per rilevare i servizi offerti e le iniziative realizzate, con particolare attenzione al tutorato didattico.
- Orientamento in uscita, per rilevare i servizi offerti e il raccordo con il mondo del lavoro con particolare riguardo all'esistenza di strumenti di monitoraggio dell'inserimento lavorativo dei laureati coerentemente con gli studi universitari.

Il tasso di non risposta alle singole domande è stato in generale basso; inoltre, nei pochi casi in cui alcune informazioni, soprattutto di carattere quantitativo, non sono state fornite, si è tentato di reperirle attraverso il contatto diretto con le università oppure, nel caso di dati strutturali, dalle banche dati del CNVSU.



## 2\_Risultati

L'analisi statistica dei dati è stata condotta in due fasi: in una prima fase sono state descritte singolarmente le variabili oggetto dell'indagine, essenzialmente attraverso la loro distribuzione di frequenza e alcuni indici sintetici; nella seconda fase sono state utilizzate tecniche di analisi multivariata al fine di mettere in luce le interazioni tra le diverse variabili e classificare gli atenei rispetto ad alcune caratteristiche rilevanti ai fini dell'indagine.

Si è ritenuto opportuno non presentare in dettaglio tutti gli aspetti metodologici e le considerazioni di carattere esclusivamente statistico a supporto delle analisi riportate in questo lavoro per non appesantirne la lettura.

### a\_Analisi descrittiva

Questa prima parte di analisi segue la stessa suddivisione del questionario nelle quattro sezioni: organizzazione dell'orientamento; orientamento in ingresso; orientamento in itinere e orientamento in uscita.

Inoltre tutte le percentuali riportate e le considerazioni generali nel seguito sono sempre riferite alle 67 università che hanno risposto al questionario, quindi all'87% degli atenei italiani.

#### Organizzazione dell'orientamento

Uno dei primi aspetti da evidenziare è la diffusa presenza di strutture di ateneo specificamente dedicate all'orientamento: il 95,5% delle università ha infatti dichiarato di avere un'organizzazione centralizzata delle attività attraverso una struttura di ateneo appositamente dedicata. Nel 63,5% dei casi tali strutture sono sorte prima del 2000, cioè prima che la Riforma universitaria ne disciplinasse l'istituzione (Tab. 1).

Anno accademico di istituzione della struttura organizzata per l'orientamento	%
Prima del 2000	63,5
2000	17,5
2001	9,5
2003	1,6
Non risponde alla domanda	7,9
Totale	100,0

Tabella 1: Anno accademico di istituzione della struttura per l'orientamento

Un altro aspetto degno di nota riguarda la stabilità del personale:

- nell'89% degli atenei un totale di 649 docenti risulta impegnato stabilmente nella struttura dedicata all'orientamento, con una media quindi di circa 11 docenti per ciascuno di quegli atenei;
- il 92,6% degli atenei impiega un totale di 190 unità lavorative a tempo indeterminato (mediamente poco più di 3 unità per ateneo);
- nel 70% degli atenei lavorano in modo stabile nella struttura d'orientamento 805 collaboratori studenteschi (in media circa 17 per struttura) (Tab. 2).

Personale stabilmente impegnato nell'orientamento (a.a. 2001/2002)	Numero complessivo	Numero rispondenti	Valore medio
Docenti di ruolo impegnati stabilmente nella struttura dell'orientamento	649	60	11,4
Unità lavorative a tempo indeterminato impiegati esclusivamente nella struttura per l'orientamento	190	62	3,2
Unità lavorative a tempo determinato impiegati esclusivamente nella struttura per l'orientamento	161	55	3,1
Unità lavorative impiegate in maniera non esclusiva nella struttura per l'orientamento	256	52	5,2
Borsisti specificatamente impegnati nella struttura per l'orientamento	77	41	2,0
Studenti che collaborano stabilmente nella struttura per l'orientamento	805	50	17,1
Non risponde alla domanda		-	

**Tabella 2:** Personale stabilmente impegnato nelle struttura per l'orientamento

Le attività di orientamento appaiono quindi inserite ed integrate nella organizzazione dei servizi offerti dall'università, servizi che risultano erogati con continuità e capillarmente, dato che circa l'89% (Fig. 1) degli atenei ha attivato uno sportello aperto al pubblico per l'orientamento.



**Figura 1:** Atenei che hanno attivato un servizio di sportello aperto al pubblico

Per le attività di orientamento le università, in genere, si avvalgono anche del contributo delle facoltà e dei corsi di studio. In particolare le facoltà partecipano alle attività nel

95,5% dei casi ed i corsi di studio nell'80,3%.

La partecipazione dei corsi di studio avviene principalmente attraverso: il coinvolgimento dei docenti, la pubblicazione di materiale informativo e la realizzazione di incontri e conferenze rivolte agli studenti delle scuole superiori.

Le risorse finanziarie destinate all'orientamento derivano, per la quasi totalità degli atenei, [circa il 94%], da fondi ordinari sul bilancio e, nel 50% dei casi, da risorse ministeriali specifiche. Una frazione nettamente inferiore di università [34,9%] dispone di fondi derivanti da progetti (o ad essi legati) con particolare riguardo ai fondi europei (30,3%) (Fig. 2).

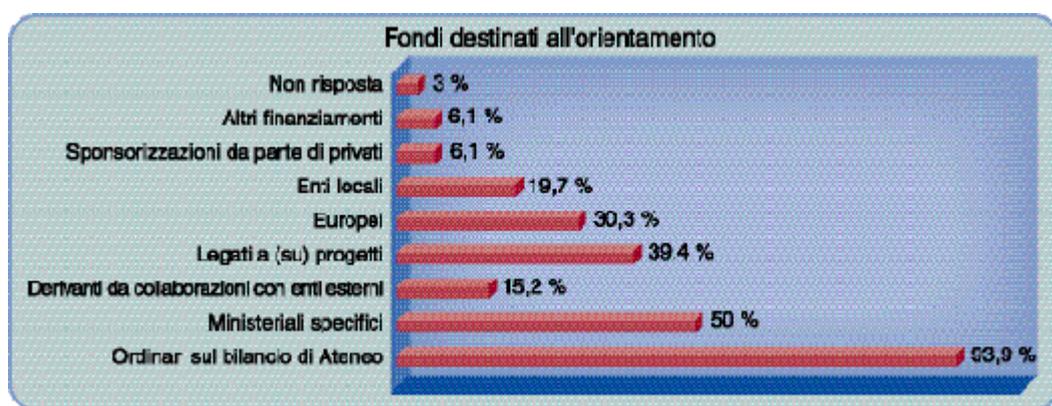


Figura 2: Derivazione dei fondi destinati all'orientamento

Questo dato mette in luce un impegno progettuale e organizzativo in grado di attrarre finanziamenti esterni; tale constatazione acquista maggiore interesse per il fatto che le università che ricorrono a queste fonti di finanziamento sono quasi esclusivamente pubbliche.

Infine non tutte le università sono state in grado di definire la percentuale di F.F.O. destinata all'orientamento: limitatamente ai 46 atenei, [il 69,7%], che hanno fornito il dato, risulta che essi impiegano in media lo 0,9% dell' F.F.O.

### Orientamento in ingresso

L'offerta dei servizi per l'orientamento in ingresso è risultata, come era atteso, organizzata e coordinata principalmente a livello centrale: ad esempio, sia l'assistenza agli studenti stranieri sia l'assistenza agli studenti disabili viene realizzata nell'84,8% dei casi in ateneo, mentre il contributo delle facoltà si manifesta con percentuali più basse, rispettivamente il 30,3% ed il 40,9% [Tab. 3], ed è decisamente inferiore il contributo dei corsi di studio (13,6 e 15,6%).

Indicare per ognuno dei seguenti servizi, relativamente all'orientamento in ingresso a che livello sono offerti	% Ateneo	% Facoltà	% Corso di studio	% Classi di corso
Accoglienza	87,9	69,7	48,5	9,1
Counseling psicologico	53	12,1	7,6	-
Assistenza studenti stranieri	84,8	30,3	13,6	-
Assistenza studenti disabili	84,8	40,9	15,2	-
Rapporti con le scuole	95,5	65,2	43,9	6,1
Altro	16,6	15,2	4,5	-
Non risponde alla domanda	1,5%			

**Tabella 3:** Servizi offerti per l'orientamento in ingresso

Anche per quanto riguarda l'accoglienza ed i rapporti con le scuole, l'impegno a livello di ateneo è presente, rispettivamente, in circa l'88% ed il 95,5% dei casi, contro percentuali inferiori al 70% per le facoltà ed inferiori del 50% per i corsi di studio, (dal dettaglio in Tab. 3, si nota che il coinvolgimento delle facoltà e dei corsi di studio è più elevato di circa 5 punti percentuali per l'accoglienza rispetto ai rapporti con le scuole). Tali valori inducono a ritenere che i servizi all'accesso siano visti soprattutto come orientamento alla vita universitaria (organizzazione, amministrazione, etc.) piuttosto che come indirizzo al percorso didattico che richiederebbe una maggiore presenza del corso di studio ed attività specifiche proprie delle facoltà.

Le iniziative dedicate all'orientamento in ingresso sono molteplici e diversificate; non vi sono atenei che si limitano ad alcune in particolare ma, in generale, tutti hanno attuato una pluralità di iniziative con l'intento di offrire un'ampia gamma di servizi agli studenti e divulgare sul territorio la propria offerta formativa. Dalla Tab. 4 si evince che:

- il 98,5% degli atenei realizza iniziative nelle scuole medie superiori;
- il 91% partecipa ad eventi e manifestazioni e l'88% si propone anche come organizzatore;
- il 91% promuove incontri di orientamento presso la propria sede;
- nell'89,4% dei casi è predisposto un servizio di accoglienza alle matricole.

Vi è una forte attenzione alle esigenze didattiche dello studente, soprattutto riguardo alle carenze formative: infatti il 62% degli atenei rileva in ingresso le lacune formative ed il 60,6% realizza corsi di azzeramento; nel 56% delle università vengono realizzate entrambe le iniziative.

Iniziative realizzate per l'orientamento in ingresso (risposta multipla)	%
Rilevazione delle lacune formative	62,1
Corsi di azzeramento delle lacune formative	60,6
Organizzazione di eventi e manifestazioni	87,9
Partecipazione dell'ateneo ad eventi e manifestazioni	90,9
Diffusione della proposta formativa offerta dall'ateneo	97,0
Accoglienza alle matricole	89,4
Iniziative nelle scuole medie superiori	98,5
Corsi di preparazione per l'esame di ammissione alle facoltà a numero chiuso	25,8
Incontri di orientamento presso l'ateneo	90,9
Altro	27,2
Non risponde alla domanda	1,5

**Tabella 4:** Iniziative realizzate per l'orientamento in ingresso

La quasi totalità degli atenei impegna una grande quantità di risorse umane ed organizzative per portare a conoscenza degli studenti delle scuole medie superiori la propria offerta formativa. In particolare, (Fig. 3):

- il 98,5% promuove incontri con gli studenti sull'offerta formativa dell'ateneo;
- il 92,4% realizza incontri di studenti con i docenti;
- il 34,8% cura la formazione per esperti di orientamento nelle scuole medie superiori;
- il 45,5% propone corsi di aggiornamento per insegnanti.



**Figura 3:** Tipologia di iniziative per l'orientamento in ingresso realizzate dagli atenei nelle scuole medie superiori

In sintesi si può affermare che vi è un'attenzione generalizzata nel mettere in contatto l'università con la scuola superiore in modo da poter realizzare un passaggio "naturale" tra i due momenti formativi fornendo anche agli studenti quei supporti informativi e decisionali necessari ad affrontare consapevolmente scelte che condizionano la loro futura vita professionale. La tendenza è confermata anche dalla ricerca di momenti di integrazione con gli insegnanti delle scuole medie superiori. Infatti il 69,7% degli atenei dichiara di coinvolgerli nella definizione delle attività per l'orientamento in ingresso artico-

late in una pluralità di iniziative quali ad esempio: commissioni e/o gruppi di lavoro, convenzioni, progetti comuni, tavoli di confronto e discussione su determinate tematiche (saperi minimi, esami di maturità, requisiti di accesso all'università, etc.).

Sono state inoltre attivate collaborazioni con soggetti diversi quali (Tab. 5):

- docenti delle scuole medie superiori, nell'84,8% dei casi;
- dirigenza scolastica regionale (63,6%);
- enti territoriali (62,1%);
- uffici informagiovani (75,8%);

e, aspetto interessante, sempre dal punto di vista dell'integrazione, circa la metà degli atenei ha collaborazioni attive con altre università presenti sul territorio (45,5%) e con associazioni studentesche (56,6%).

Soggetti con cui sono attive collaborazioni [risposta multipla]	%
Associazioni studentesche	56,1
Docenti delle scuole medie superiori	84,8
Dirigenza scolastica regionale	63,6
Società di consulenza	15,2
Enti territoriali	62,1
Uffici informagiovani	75,8
Altre università presenti sul territorio	45,5
Altro	13,6
Non risponde alla domanda	3,0

**Tabella 5:** Soggetti con cui sono attive collaborazioni

I contatti con le scuole medie superiori si estendono nel 63,6% dei casi anche alle scuole di altre province e nel 59% all'intera regione di appartenenza; il 29% delle università arriva a coinvolgere scuole dislocate sull'intero territorio nazionale (Tab. 6).

La tipologia degli eventi organizzati dagli atenei per raggiungere gli studenti in ingresso varia principalmente tra (Tab. 7):

- organizzazione di giornate di orientamento presso l'ateneo (94% dei casi);
- visite guidate presso l'ateneo/facoltà (l'89,4%);
- partecipazione a lezioni (54,5%), che appare come il dato probabilmente più interessante;
- anche l'attitudine ad organizzare momenti di "porte aperte all'università" è abbastanza diffusa (74,2%).

Collocazione geografica delle scuole medie superiori coinvolte nell'azione di orientamento [risposta multipla]	%
Provincia in cui ha sede l'ateneo	75,8
Altre province	63,6
Intera regione in cui ha sede l'ateneo	59,1
Intero territorio nazionale	28,8
Estero	10,6
Non risponde alla domanda	1,5

**Tabella 6:** Collocazione geografica delle scuole medie superiori

Tipologie di eventi e/o manifestazioni organizzati (o sponsorizzati) [risposta multipla]	%
Organizzazione di giornate di orientamento presso l'ateneo (informazioni su come sono strutturati i corsi, sui servizi offerti dall'ateneo....)	93,9
Momenti di 'porte aperte all'università'	74,2
Visite guidate presso l'ateneo/facoltà	89,4
Saloni sull'orientamento	77,3
Partecipazione a lezioni	54,5
Altro	22,7
Non risponde alla domanda	1,5

**Tabella 7:** Tipologia di eventi e/o manifestazioni organizzati (o sponsorizzati)

Gli strumenti e i canali di diffusione delle informazioni (Tab. 8) vanno dai più tradizionali

- materiale cartaceo (98,5%);
- guida dello studente (95,5%);

ad altri più insoliti che, ad una prima analisi, sembrano avere principalmente una funzione di marketing:

- spazi pubblicitari (92,4% di cui il 97% circa su quotidiani ed il 72% su riviste specializzate);
- articoli su quotidiani (83,3%);
- partecipazione a programmi televisivi (44%).

Le risorse umane stabilmente impegnate nell'orientamento in ingresso riguardano nell'83,3% dei casi personale tecnico-amministrativo, per un totale di 234 unità, mentre i docenti che partecipano alle attività del 74,2% degli atenei sono in totale 969; inoltre il 66,7% degli atenei coinvolge un totale di 1184 studenti o neolaureati con funzioni di tutor (Tab. 9).

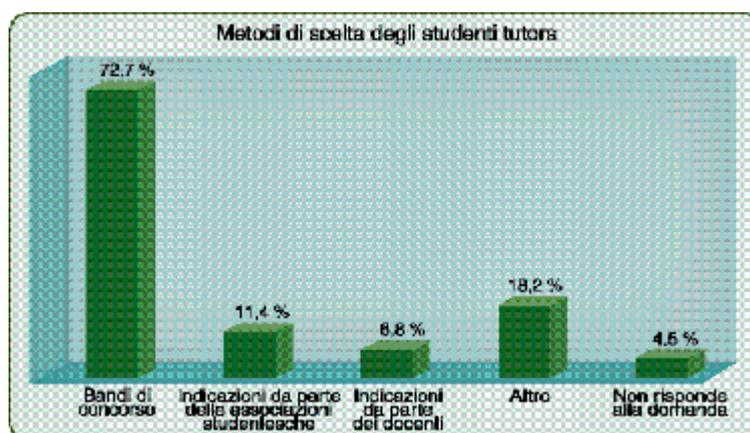
Strumenti di comunicazione e diffusione utilizzati per l'orientamento in ingresso (risposta multipla)	%
Materiale informativo su supporto cartaceo	98,5
Materiale multimediale	68,2
Guida dello studente	95,5
Numero verde	59,1
Informazioni su web	95,5
Articoli su quotidiani nazionali	83,3
Spazi pubblicitari:	92,4
- su quotidiani	96,7
- su riviste specializzate	72,1
- in televisione	47,5
- in programmi radiofonici	55,7
Partecipazione a programmi televisivi	43,9
Altro	22,7
Non risponde alla domanda	1,5

**Tabella 8:** Strumenti di comunicazione e diffusione utilizzati per l'orientamento

Personale stabilmente impegnato nell'orientamento in ingresso (a.a. 2001/2002)	% Si	Numero complessivo	Valore medio	Numero rispondenti
Docenti di ruolo stabilmente coinvolti nelle attività	74,2	969	19,8	60
Personale tecnico-amministrativo stabilmente coinvolto	83,3	234	5,3	55
Studenti o neolaureati con funzioni di tutors	66,7	1.184	26,9	52
Altro personale	60,9	314	6,8	57

**Tabella 9:** Personale stabilmente impegnato nell'orientamento in ingresso

In particolare è interessante rilevare che gli studenti tutor vengono selezionati nel 72,7% dei casi attraverso bandi di concorso e solo il 6,8% delle strutture dichiara di avvalersi di specifiche indicazioni da parte dei docenti (Fig. 4).



**Figura 4:** Metodi utilizzati per la scelta degli studenti tutor

Il 58,2% delle università svolge indagini mirate a verificare la customer satisfaction in merito ai servizi prestati per l'orientamento in ingresso, con particolare riguardo all'accoglienza, ai rapporti con le scuole (nel 66% circa dei casi) ed all'assistenza agli studenti disabili (32%) (Tab. 10); la quasi totalità degli atenei (95%) che svolge questo tipo di verifica utilizza le indicazioni emerse per migliorare la qualità dei servizi.

Servizi per i quali vengono realizzate indagini di customer satisfaction rivolte agli studenti	% Sì	% Ogni qualvolta lo studente accede al servizio	% Ogni 2 /3 mesi	% Ogni 6 mesi	% Saltuariamente	Non specifica la periodicità
Accoglienza	65,8	25,9	7,4	11,0	51,8	1
Counseling psicologico	36,6	46,7	13,3	13,0	26,7	-
Assistenza studenti stranieri	46,3	31,6	0,0	5,3	63,1	-
Assistenza studenti disabili	51,2	52,4	0,0	4,8	42,8	-
Rapporti con le scuole	65,8	29,6	7,4	26,0	37,0	-
Altro	29,3	33,3	0,0	0,0	8,3	7
Non rispondono alla domanda	-					
Non fanno indagini di customer	41,8					

**Tabella 10:** Servizi per i quali vengono realizzate le indagini di customer satisfaction

### L'orientamento in itinere

Per quanto concerne l'orientamento in itinere, il dato probabilmente più interessante riguarda il tutorato didattico: dalle risposte ai questionari emerge che, nonostante questa attività sia stata resa obbligatoria dalla legge 341/90, [art. 13, c.1] ed in particolare dalla L.509/99 [art.11, c.7] il 9,1% degli atenei non la attua ad alcun livello.

Tra gli atenei che praticano il tutorato didattico, nel 60,6% dei casi ciò avviene al livello del corso di studio mentre il restante 39,4% ha preferito riferirsi ad altre strutture, in particolare alle facoltà (Tab. 11).

Una possibile scelta di centralizzare il servizio desterebbe qualche perplessità in quanto potrebbe compromettere il rapporto individuale docente-studente che dovrebbe rappresentare l'essenza stessa del tutorato didattico ed essere garanzia di una proficua ed attiva collaborazione.

Indicare per ognuno dei seguenti servizi, relativamente all'orientamento in itinere a che livello sono offerti	% Ateneo	% Facoltà	% Corso di studio	% Classi di corso di studio	% Non sono offerti a nessun livello
Tutorato didattico	22,7	74,2	60,6	19,7	9,1
Counselling psicologico	56,1	21,2	9,1	-	36,4
Assistenza studenti stranieri	71,2	36,4	15,2	-	13,6
Assistenza studenti disabili	71,2	47,0	22,7	-	15,1
Stage e tirocini	74,2	60,6	45,5	7,6	9,1
Altri servizi	9,1	4,5	3,0	-	86,4
Non risponde alla domanda	-				

**Tabella 11:** Servizi offerti per l'orientamento in itinere

Il tutorato didattico sembra assumere un significato ben più ampio di quello di assistenza individuale offerta dai docenti agli studenti, anche se questa rappresenta l'attività principale (86,7% degli atenei dichiara di svolgere incontri con i singoli studenti): infatti il 60% degli atenei prevede corsi per il recupero dei debiti formativi ed il 45% corsi sulla metodologia di apprendimento e di studio (Tab. 12).

L'attività di tutorato didattico prevede:	%
Incontri con i singoli studenti	86,7
Corsi per il recupero dei debiti formativi	60,0
- gli studenti partecipano di propria iniziativa	63,9
- gli studenti vengono contattati dal tutore e invitati a partecipare	23,1
- altro	22,2
Corsi sulle metodologie di apprendimento e di studio	45,0
- gli studenti partecipano di propria iniziativa	77,7
- gli studenti vengono contattati dal tutore e invitati a partecipare	18,5
- altro	7,4
Didattica tutoriale a distanza (es. test di autovalutazione)	30,0
Didattica in rete (materiale didattico, corsi, approfondimenti)	50,0
Altro	6,6
Non risponde alla domanda	3,3

**Tabella 12:** Iniziative previste per il tutorato didattico

I dati sembrano confermare quanto già emerso dall'analisi dell'orientamento in ingres-

so e cioè una particolare attenzione rivolta dalle università a rimuovere gli ostacoli che possono compromettere la partecipazione consapevole degli studenti al processo formativo.

Il personale stabilmente impegnato nel tutorato didattico è nella maggior parte degli atenei (66,6%) rappresentato da docenti. Da rilevare che in 24 atenei (pari al 40%) vi è anche un ampio coinvolgimento di studenti per un totale di 1.466 (Tab. 13).

Personale stabilmente impegnato nel tutorato didattico (a.a. 2001/2002)	% Sì	Numero complessivo	Valore medio	Non indicano il numero
Docenti di ruolo	66,6	5.141	183,6	12
Docenti di ruolo appositamente formati	10,0	343	57,2	-
Ricercatori, borsisti, assegnisti	31,7	3.288	173,0	-
Studenti	40,0	1.466	61,1	-
Altro personale	50,0	421	20,0	9
Non risponde alla domanda				

**Tabella 13:** Personale stabilmente impegnato nel tutorato didattico

Come accade per il tutorato didattico, anche per l'assistenza specifica agli studenti disabili, non tutti gli atenei sono in regola: infatti il 15,1% delle università non offre alcun tipo di servizio a questa categoria di studenti. Gli altri atenei, invece, hanno organizzato una serie di attività mirate: il 66,1% si è dotato di particolare materiale didattico (libri in Braille, CD audio, ecc.), il 66,1% di ausili tecnici per lo svolgimento di esami ed il 73,2% fornisce un servizio di tutorato didattico specifico (Tab. 14).

L'assistenza per studenti disabili prevede (risposta multipla):	%
Mezzi di trasporto specifici (es. pulmini attrezzati)	42,9
Materiale didattico specifico (es. libri in Braille, CD audio)	66,1
Tutorato didattico specifico	73,2
Counseling psicologico specifico	41,1
Svolgimento di esami con ausili tecnici	66,1
Altro	37,5
Non risponde alla domanda	7,1

**Tabella 14:** Iniziative previste per l'assistenza agli studenti disabili

Anche per l'assistenza agli studenti stranieri una percentuale analoga di atenei (13,6%) non ha previsto un servizio specifico mentre gli altri vanno incontro alle esigenze dello studente: oltre alle informazioni di carattere generale ed amministrativo, fornite dal 94,7% delle univer-

sità, più della metà degli atenei (68,4%) organizza corsi di italiano (Tab. 15).

L'assistenza per studenti stranieri prevede (risposta multipla):	%
Informazioni generale e di carattere amministrativo	94,7
Corsi di italiano	68,4
Tutorato didattico specifico	43,8
Counseling psicologico specifico	12,3
Altro	12,3
Non risponde alla domanda	3,5

**Tabella 15:** Iniziative previste per l'assistenza agli studenti stranieri.

Come per l'orientamento in ingresso, anche per quello in itinere le indagini di customer satisfaction non sembrano essere una procedura utilizzata in modo diffuso: infatti il 41,8% degli atenei non realizza alcun tipo di indagine in questo senso; gli altri invece la prevedono soprattutto per gli stage e tirocini (73,6%) e per il tutorato didattico (57,9%) (Tab. 16).

Servizi per i quali vengono realizzate indagini di customer satisfaction rivolte agli studenti	% Sì	% Ogni qualvolta lo studente accede al servizio	% Ogni 2/3 mesi	% Ogni 6 mesi	% Saltuariamente	Non specifica la periodicità
Tutorato didattico	57,9	22,7	9,1	13,6	50,0	1,0
Counseling psicologico	42,1	31,2	6,2	18,8	43,8	0,0
Assistenza studenti stranieri	44,7	35,3	0,0	5,8	58,9	0,0
Assistenza studenti disabili	36,8	28,6	0,0	14,3	57,1	0,0
Stage e tirocini	73,7	50,0	0,0	10,7	39,3	0,0
Altro	23,7	44,4	0,0	11,1	22,2	2,0
Non rispondono alla domanda	-					
Non fanno customer	41,8					

**Tabella 16:** Servizi per i quali vengono realizzate le indagini di customer satisfaction

### L'orientamento in uscita

I dati raccolti sull'orientamento in uscita evidenziano un notevole coinvolgimento della struttura centrale per ciò che riguarda gli stage ed i tirocini.

Infatti, ben l'80,3% delle università ha dichiarato che l'assistenza per stage e tirocini viene fornita a livello di ateneo (Tab. 17), in alcuni casi in maniera esclusiva (20,8%); in altri, invece, prevedendo un analogo servizio ad altri livelli, soprattutto nelle facoltà.

Indicare per ognuno dei seguenti servizi, relativamente all'orientamento in uscita a che livello sono offerti	% Ateneo	% Facoltà	% Corso di studio	% Classi di Corso
Stage e tirocini	80,3	68,2	43,9	7,6
Placement	53,0	34,8	9,1	97,0
Altri servizi	12,1	4,5	3,0	0,0
Non risponde alla domanda	2,9%			

**Tabella 17:** Servizi offerti per l'orientamento in uscita

Questa forte centralizzazione può avere una duplice interpretazione: nei casi in cui l'ateneo svolge una funzione di coordinamento dei servizi offerti si può pensare all'esistenza di una struttura collaudata, in cui lo stage riveste una funzione strategica. Diversamente, se il coinvolgimento dell'ateneo viene realizzato senza il supporto delle strutture didattiche, si svilisce la funzione dello stage: in quest'ultimo caso, infatti, il collegamento tra l'attività didattica in aula e quella professionalizzante potrebbe non essere sempre garantito.

Interessante notare l'altissima percentuale (97%) degli atenei che hanno dichiarato di offrire il servizio di placement a livello di classi di corso, segno dell'attiva collaborazione instaurata tra corsi di studio aventi i medesimi obiettivi formativi.

A prescindere dalle strutture impiegate, le università partecipanti all'indagine mostrano di avere creato un forte legame con il mondo del lavoro: positivo il numero complessivo delle aziende coinvolte in stage e tirocini (21.355), con una media di 402 aziende per ateneo (Tab. 18 e 18.a).

	Valore medio	Valore complessivo
Numero di aziende coinvolte nelle attività di stage e tirocini (a.a 2001/2002)	402,9	21.355

**Tabella 18:** Aziende coinvolte nelle attività di stage e tirocini

Range delle aziende coinvolte negli stage e tirocini	N. di atenei
da 1 a 200	32
da 202 a 400	7
da 401 a 600	6
più di 600	8
Totale	53

**Tabella 18.a:** Aziende coinvolte nelle attività di stage e tirocini

L'obiettivo che le università si sono poste sembra tuttavia essere non solo quello di garantire il collegamento con il mondo del lavoro, ma anche di diventare esse stesse strutture in cui gli studenti possano realizzare esperienze professionalizzanti; gli incubatori di impresa, i laboratori di impresa e gli spin off, che fino a pochi anni fa erano iniziative sporadiche, ora iniziano ad essere maggiormente diffuse: infatti il 30,3% dei rispondenti promuove la realizzazione di spin off e il 22,7% di incubatori e laboratori di impresa (Fig. 5).

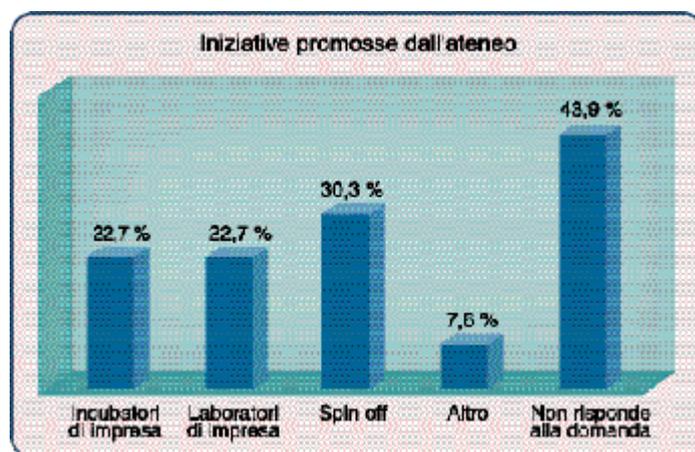


Figura 5: Iniziative promosse dagli atenei per l'orientamento in uscita

Accanto all'orientamento al mondo del lavoro si rileva una elevata sensibilità nell'indirizzare gli studenti verso i successivi livelli di studio.

L'università, in questo modo, si pone come un vero e proprio servizio in grado di offrire allo studente un valido aiuto per la scelta del percorso post - laurea: si prevedono iniziative per mettere in contatto il laureato con il mondo del lavoro, quali stage e tirocini (89,4%) ed incontri università - imprese (74,2%), inoltre si forniscono informazioni sull'iter formativo successivo (75,8%) (Tab. 19).

Iniziativa realizzata [risposta multipla]	%
Orientamento relativo alla scelta della tesi di laurea	47,0
Orientamento verso successivi livelli di studio	75,8
- lauree specialistiche	88,0
- scuole di specializzazione	74,0
- master di 1° e 2° livello	88,0
- dottorati di ricerca	84,0
Orientamento verso stage e tirocini	89,4
Orientamento su tecniche di ricerca del lavoro (es. assistenza alla stesura del curriculum, indicazioni su modalità di svolgimento di un colloquio di selezione)	57,6
Incontri Università-Imprese	74,2
Altro	18,2
Non risponde alla domanda	4,5

Tabella 19: Iniziative realizzate per l'orientamento in uscita

Uno degli strumenti utilizzati per garantire il collegamento con il mondo del lavoro, è rappresentato dalla banca dati dei laureati. Infatti l'81,8% degli atenei possiede una banca dati dei laureati contenente informazioni aggiuntive rispetto a quelle di carattere amministrativo e realizzata, per il 55,5% dei casi, prima del 2000.

In questo ambito gli atenei hanno optato per scelte distinte: da una parte (38,9%)

hanno deciso di gestire direttamente una propria banca dati, dall'altra, di usufruire di una banca dati consorziata quale Almalaurea, Vulcano, Diogene, etc. (44,4%) (Fig. 6).

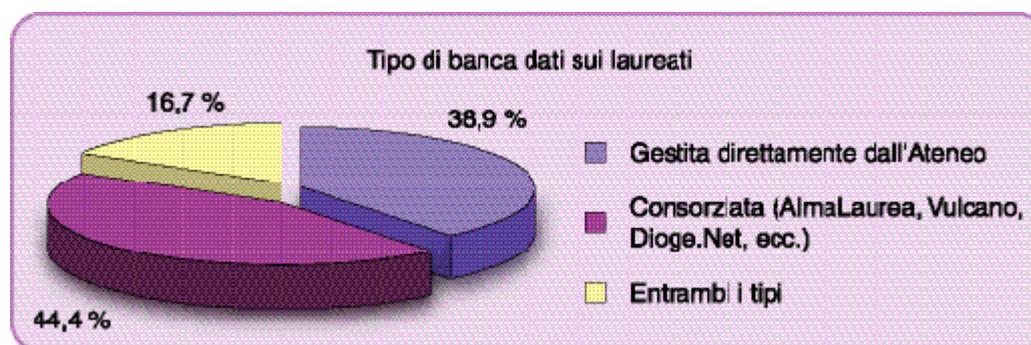


Figura 6 Tipo di banca dati sui laureati utilizzata/realizzata dagli atenei

Le banche dati realizzate si presentano come un vero e proprio servizio offerto agli studenti: per la maggior parte sono aperte a tutti gli studenti che intendono essere inseriti (83,3%) (Tab. 20), i quali possono aggiornare i propri dati in tempo reale (92,6%) perlopiù (66,0%) per mezzo di password (Tab. 21).

Le informazioni della banca dati derivano:	%
E' un database in cui i laureati che lo desiderano possono essere inseriti	83,3
Indagini ad hoc effettuate sui laureati o laureandi	48,1
- su un campione di laureati o laureandi	34,6
- su tutti	53,8
- N.R. sul tipo di indagini	11,5
Altro	11,1
Non risponde alla domanda	0,0

Tabella 20: Provenienza delle informazioni della banca dati

Modalità di aggiornamento del curriculum nella banca dati	%
Direttamente da parte del laureato, per mezzo di password	66,0
Tramite il personale addetto in seguito a comunicazione da parte del laureato	28,0
Altro	6,0
Non risponde alla domanda	0,0
Totale	100,0

Tabella 21: Modalità di aggiornamento del curriculum nella banca dati

Le banche dati vengono considerate dagli atenei come uno strumento fondamentale per creare un canale comunicativo tra gli studenti e il mondo del lavoro: tutti coloro che ne possiedono una la rendono accessibile alle aziende, che possono ottenere l'elenco dei

laureati per il 44,4% dei casi in modo gratuito (Tab. 22).

Modalità di acquisizione dei dati sui laureati da parte delle aziende (risposta multipla)	%
Accesso diretto e gratuito alla banca dati	31,5
Accesso diretto alla banca dati solo previo pagamento del servizio	27,8
Ricezione gratuita dell'elenco dei laureati previa richiesta	44,4
Ricezione a pagamento dell'elenco dei laureati previa richiesta	27,8
Altro	13,0
Non risponde alla domanda	1,9

**Tabella 22:** Modalità di acquisizione dei dati sui laureati da parte delle aziende

Del resto, le banche dati dei laureati sembrano riscuotere una forte approvazione da parte del mondo produttivo: ben 11.715 aziende le hanno utilizzate nell'a.a. 2001-2002, con un valore medio di 433,89 aziende per ogni ateneo (Tab. 23 e 23.a).

	Valore medio	Valore complessivo	N.R.
Stima del numero di aziende che utilizzano la banca dati dei laureati (a.a 2001/2002)	433,89	11.715	27

**Tabella 23:** Stima del numero di aziende che utilizzano la banca dati dei laureati. Si consideri che il numero dei rispondenti a questa domanda è 54 in quanto comprende solo quegli atenei che hanno dichiarato di avere una banca dati dei laureati.

Range di aziende che hanno utilizzato la banca dati dei laureati	N. di atenei
da 1 a 200	11
da 201 a 400	8
da 401 a 600	3
più di 600	5
Totale	27

**Tabella 23.a:** Stima del numero di aziende che utilizzano la banca dati dei laureati. Si consideri che il numero dei rispondenti a questa domanda è 54 in quanto comprende solo quegli atenei che hanno dichiarato di avere una banca dati dei laureati.

La loro funzione, tuttavia, non si esaurisce esclusivamente nel favorire l'incontro tra la domanda e l'offerta di lavoro (51,9%), ma rappresentano un utile strumento anche per esigenze interne: l'85,7% degli atenei le utilizza per realizzare indagini statistiche e il 71,4% come fonte di informazioni per il Nucleo di Valutazione dell'ateneo (71,4%) (Tab. 24).

Modalità di utilizzo delle informazioni (risposta multipla)	%
Progettazione dei percorsi formativi	25,0
Indagini statistiche	85,7
Considerazioni da parte del Nucleo di Valutazione dell'ateneo	71,4
Altro	21,4
Non risponde alla domanda	0,0

**Tabella 24:** Modalità di utilizzo delle informazioni

Oltre a garantire il collegamento con le aziende, molte università, il 57,6%, si pongono l'obiettivo di monitorare l'inserimento dei laureati nel mondo del lavoro: per questo scopo realizzano perlopiù indagini specifiche (57,9%), oppure utilizzano la stessa banca dati dei laureati (23,7%) (Tab. 25).

Anche per l'orientamento in uscita molti atenei non effettuano indagini di customer satisfaction per nessun servizio (42,4%); gli altri realizzano perlopiù indagini per il servizio di stage (89,5%) (Tab. 26).

Strumenti utilizzati per effettuare il monitoraggio dell'inserimento nel mondo del lavoro	%
Banca dati dei laureati	23,7
Indagini specifiche	57,9
Altro	13,2
Non risponde alla domanda	5,3

**Tabella 25:** Strumenti utilizzati per effettuare il monitoraggio dell'inserimento nel mondo del lavoro

Servizi per i quali vengono realizzate indagini di customer satisfaction rivolte agli studenti	% Sì	% Ogni qualvolta lo studente accede al servizio	% Ogni 2/3 mesi	% Ogni 6 mesi	% Saltuariamente	% Non specifica la periodicità
Stage	89,5	50,0	2,9	8,8	38,2	0,0
Placement	44,7	29,4	0,0	5,9	64,7	0,0
Altro	26,3	40,0	0,0	10,0	20,0	0,0
Non rispondono alla domanda	-					
Non fanno customer	41,8%					

**Tabella 26:** Servizi per i quali vengono realizzate le indagini di customer satisfaction

## b\_Analisi esplorativa

L'analisi descrittiva per sua stessa natura non consente di individuare quali atenei presentano comportamenti simili in tema di orientamento; nel tentativo di definire gruppi omogenei riguardo alle azioni intraprese sono stati quindi utilizzati modelli di analisi multivariata che consentono di derivare informazioni di sintesi a partire dall'insieme delle variabili iniziali. In particolare si fa riferimento all'analisi delle Corrispondenze Multiple ed all'analisi delle Componenti Principali privilegiando l'una e l'altra tecnica secondo la tipologia di variabile oggetto di analisi; l'intento è stato quello di individuare comportamenti omogenei tali da far emergere le dinamiche caratterizzanti un possibile gruppo di appartenenza.

In fase di analisi la scelta delle variabili è stata fatta privilegiando quelle che da un lato presentavano un interesse maggiore rispetto agli scopi prefissati e dall'altro risultavano essere maggiormente significative rispetto alle distribuzioni di frequenza e all'analisi descrittiva preliminarmente attuata.

Sono stati anche costruiti a posteriori degli indicatori di sintesi, qualitativi e quantitativi, a partire dai dati iniziali allo scopo di caratterizzare sia la tipologia delle università sia l'impegno nelle attività di orientamento.

Le variabili che sono state prese in considerazione, dopo varie operazioni di lettura dei risultati e significatività degli elementi emersi, possono essere riassunte nel modo seguente:

- differenziazione fra: atenei statali, atenei non statali;
- differenziazione fra: atenei del centro, del nord e del sud;
- anno accademico di istituzione dell'ateneo; le classi individuate sono le seguenti:
  - prima del 1949;
  - dal 1950 al 1992;
  - dopo il 1992;
- indicatore costruito come rapporto fra immatricolati e numero di personale docente e non docente per ogni ateneo;
- indicatore di impegno in termini di risorse umane nella struttura per l'orientamento: costruito come sommatoria delle persone stabilmente impegnate nella struttura ponderato sulla base della tipologia di personale (docenti di ruolo impegnati stabilmente nella struttura di orientamento, unità lavorative a tempo indeterminato impegnate stabilmente nella struttura di orientamento, unità lavorative a tempo determinato impegnate stabilmente nella struttura di orientamento, unità lavorative impiegate in maniera non esclusiva nella struttura per l'orientamento, borsisti specificatamente impegnati nella struttura per l'orientamento e studenti che collaborano stabilmente nella struttura per l'orientamento);
- esistenza di un servizio di sportello per l'orientamento aperto al pubblico;
- ammontare delle risorse finanziarie impiegate nelle attività di orientamento in percentuale rispetto all'F.F.O.;
- organizzazione di corsi di azzeramento delle lacune formative;

- indicatore di impegno in termini di risorse umane nel tutorato didattico: costruito come sommatoria delle persone impegnate ponderato sulla base della tipologia di personale (docenti di ruolo impegnati stabilmente nel tutorato didattico, docenti di ruolo appositamente formati e impegnati stabilmente nel tutorato didattico, ricercatori, borsisti, assegnisti impegnati stabilmente nel tutorato didattico, studenti impegnati stabilmente nel tutorato didattico, altro personale impegnato stabilmente nel tutorato didattico);
- numero di studenti coinvolti in stage e tirocini;
- esistenza di una banca dati dei laureati contenente anche informazioni aggiuntive rispetto a quelle di carattere amministrativo;
- azioni di monitoraggio sull'inserimento lavorativo dei laureati;
- coinvolgimento degli insegnanti delle scuole medie superiori nella definizione di iniziative per l'orientamento in ingresso;
- realizzazione di incontri università-imprese per l'orientamento in uscita;
- realizzazione di indagini di customer satisfaction rivolte agli studenti per l'orientamento in ingresso, in itinere, in uscita per almeno uno dei servizi indicati nel questionario (in ingresso, in itinere e in uscita) e con periodicità almeno semestrale.

Dall'analisi è emerso che:

- Le risorse finanziarie dedicate all'orientamento non appaiono correlate con:
  - la dimensione degli atenei vista quale rapporto fra immatricolati e personale universitario nel suo complesso; l'ammontare dei finanziamenti messi a disposizione per le attività di orientamento è indipendente dalle risorse umane presenti nell'ateneo;
  - il numero di studenti che vengono indirizzati e svolgono attività di tirocini o di stage; i risultati (n. di studenti coinvolti) ottenuti dagli atenei per offrire ai propri studenti un'opportunità di contatto con il mondo del lavoro non dipendono dalle risorse finanziarie messe in campo dall'ateneo per l'orientamento.

Inoltre i finanziamenti risultano scarsamente correlati anche con l'indicatore che rappresenta il personale stabilmente impiegato nella struttura per l'orientamento.

- Non emerge una particolare caratterizzazione di tipo territoriale; non sono stati quindi evidenziati particolari comportamenti o tendenze riconducibili all'appartenenza a regioni del nord, del centro o del sud.
- Non emergono comportamenti differenti tra atenei statali e non statali ad eccezione dell'organizzazione dei corsi per colmare le lacune formative che risultano quasi sempre assenti nelle università private. Queste ultime, inoltre, manifestano una maggiore disponibilità di risorse finanziarie dedicate all'orientamento ed un rapporto mediamente più favorevole fra il numero di immatricolati ed il personale universitario nel suo complesso.
- Gli atenei che sono inseriti nei progetti dell'Obiettivo 1 non presentano particolari differenziazioni rispetto agli altri.

Dalla lettura dei risultati è stato possibile individuare in particolare tre gruppi (cluster) che presentano al loro interno dei comportamenti omogenei rispetto alle variabili considerate.

### **Primo gruppo**

In questo primo gruppo si collocano 38 atenei (circa il 57% del totale), di cui 7 non statali (il 18,4% del gruppo ed il 54 % rispetto al totale delle università non statali presenti nell'indagine) e i restanti statali (l'81,6% del gruppo ed il 57,4% rispetto al totale delle università statali presenti nell'indagine). Fra quelli statali ritroviamo anche 10 atenei appartenenti all'Obiettivo 1, che rappresentano circa il 56% del totale degli atenei aderenti al progetto.

Le principali caratterizzazioni di questo gruppo possono essere così riassunte:

- tutti hanno un servizio di sportello per l'orientamento aperto al pubblico e coinvolgono gli insegnanti delle scuole medie superiori per la definizione delle iniziative per l'orientamento in ingresso;
- il 97,4% ha una banca dati dei laureati contenente anche informazioni aggiuntive rispetto a quelle di carattere amministrativo;
- il 95% organizza incontri università-impresa nell'ambito delle iniziative realizzate per l'orientamento in uscita degli studenti;
- il 79% organizza corsi di azzeramento delle lacune formative.

In generale si può affermare che gli appartenenti a questo gruppo presentano una discreta attenzione agli aspetti maggiormente critici legati all'ingresso ed all'uscita dall'ambito universitario.

All'interno del gruppo si possono inoltre mettere in evidenza anche ulteriori caratteristiche che, pur non concorrendo direttamente nella differenziazione del gruppo, presentano interessanti spunti di riflessione:

- sono pochi gli atenei (il 21%) che dichiarano di fare indagini di customer satisfaction in almeno uno dei servizi per ogni livello di orientamento e con periodicità almeno semestrale;
- hanno un numero di studenti coinvolti in stage e tirocini che risulta essere, in media, superiore al valore medio rilevato sul totale dei rispondenti (la media complessiva è di 631 mentre quella del gruppo di 747);
- nel 79% dei casi effettuano il monitoraggio dell'inserimento lavorativo dei loro laureati;
- impiegano stabilmente un discreto numero di personale nelle attività di tutorato didattico; il valore medio dell'indicatore che rappresenta questa grandezza risulta essere nel gruppo uguale a 44 mentre nel complesso è 59;
- il valore medio dell'indicatore che identifica l'impegno in termini di risorse umane nella struttura per l'orientamento è lievemente superiore alla media riscontrata sull'intera popolazione oggetto di analisi;
- nel gruppo c'è una prevalenza di atenei di vecchia costituzione intendendo in tal senso quelli nati prima del 1950; infatti il 58% delle università appartenenti a questo grup-

po risalgono a prima di quella data ed il 31% sono nate fra il 1950 ed il 1992.

La totalità delle università che ricadono in questo gruppo indicano le facoltà quali strutture partecipanti alle attività di orientamento e nel 94,7% dei casi anche i corsi di studio. Per quanto concerne le risorse impiegate nell'orientamento circa il 58% degli atenei utilizza anche fondi ministeriali specifici e nel 50% dei casi fondi legati a progetti specifici.

La maggior parte (circa il 65,8%) evidenzia, fra gli strumenti di comunicazione per l'orientamento in ingresso, il ricorso a spazi pubblicitari in televisione e/o programmi televisivi.

Gli atenei per orientare i giovani alla scelta universitaria hanno attivato collaborazioni in diverse aree, in particolare: la totalità dei rispondenti coinvolge gli insegnanti delle scuole medie superiori e collabora con loro; l'84,2% ha attivato canali di confronto con la dirigenza scolastica e nel 76,3% dei casi anche con le associazioni studentesche. Inoltre il 63,2% ha realizzato corsi di aggiornamento per insegnanti delle scuole medie superiori e il 50% ha contribuito a formare esperti di orientamento.

Fra le attività di tutorato didattico si possono mettere in evidenza: i corsi per il recupero dei debiti formativi (circa il 71% degli atenei dichiara di tenerli), i corsi sulle metodologie di apprendimento e di studio (nel 63,2% dei casi) e l'utilizzo di forme di didattica in rete (circa il 66%).

Per quanto concerne l'orientamento in uscita si evidenziano in particolar modo alcune iniziative realizzate quali: in circa l'82% dei casi gli atenei supportano gli studenti nella scelta dei successivi livelli di studio; l'orientamento verso stage e tirocini viene realizzato dal 92% degli atenei ed il 71% ha anche pensato di aiutare gli studenti sulle tecniche di ricerca del lavoro.

### Secondo gruppo

Gli atenei che fanno parte di questo secondo gruppo sono 22 (circa il 33% del totale); rispetto alla tipologia statali e non statali si rileva che: il 22,7% degli appartenenti al gruppo sono atenei non statali (rappresentando il 38,4% della totalità delle università non statali aderenti all'indagine); fra le università statali se ne ritrovano anche 5 appartenenti all'Obiettivo 1, circa il 28% del totale degli atenei aderenti al progetto.

Il gruppo si definisce in particolar modo intorno ai seguenti aspetti caratterizzanti:

- anche in questo caso tutti hanno un servizio di sportello per l'orientamento aperto al pubblico;
- il 68,2% non coinvolge gli insegnanti delle scuole medie superiori nella definizione delle iniziative per l'orientamento in ingresso;
- nel 68,2% dei casi non organizzano corsi di azzeramento delle lacune formative.

All'interno del gruppo si possono inoltre mettere in evidenza ulteriori caratteristiche anche se meno rilevanti rispetto alle precedenti:

- la quasi totalità degli atenei appartenenti a questo gruppo (il 95,5%) non realizza indagini di customer satisfaction in almeno uno dei servizi per ogni livello di orientamento e con periodicità almeno semestrale;
- nel 45,5% dei casi non vengono organizzati incontri università - impresa nell'am-

- bito delle iniziative realizzate per l'orientamento in uscita degli studenti;
- il 36,4% non ha una banca dati dei laureati contenente anche informazioni aggiuntive rispetto a quelle di carattere amministrativo;
  - il numero di studenti coinvolti in stage e tirocini è, in media, inferiore al valore medio rilevato sul totale dei rispondenti (la media complessiva risulta essere di 631 mentre quella del gruppo è 436);
  - in questo gruppo ritroviamo il 50% del totale degli atenei di giovane istituzione nati cioè dopo il 1992 anche se, a livello di percentuale relativa, la prevalenza nel gruppo risulta essere di università nate prima del 1950; infatti il 54,5% delle università appartenenti a questo gruppo risalgono a prima di quella data ed il 18,2% sono nate fra il 1950 ed il 1992;
  - le risorse finanziarie impiegate in media dagli appartenenti al gruppo sono superiori a quelle impiegate sia dal primo gruppo sia a livello complessivo (la percentuale di F.F.O. impiegata per le attività di orientamento risulta essere in media dell'1% mentre a livello complessivo il valore medio risulta essere di 0,9% e nel primo gruppo di 0,6%);
  - presentano mediamente un rapporto più sfavorevole, rispetto agli altri gruppi, fra gli immatricolati nell'ateneo e il personale docente e non docente impiegato.

Anche in questo gruppo le facoltà ed i corsi di studio sono indicate come strutture partecipanti alle attività di orientamento anche se in percentuali inferiori rispetto al precedente (circa il 91 % degli atenei coinvolge le facoltà ed il 68,2% i corsi di studio).

Non vengono evidenziate particolari sinergie con le scuole medie superiori o con altre strutture ad eccezione degli insegnanti degli istituti superiori con cui il 68,2% degli atenei ha instaurato delle collaborazioni. La quasi totalità delle università appartenenti a questo gruppo non realizza iniziative di formazione per esperti di orientamento nelle scuole medie superiori o corsi di aggiornamento per insegnanti.

Dal punto di vista dell'orientamento in uscita non si rilevano particolari comportamenti ad eccezione dell'orientamento verso stage e tirocini che viene realizzato dalla quasi totalità degli atenei (il 95,5%).

### **Terzo gruppo**

Nel terzo gruppo trovano collocazione solo 7 atenei e sono quasi tutti statali (con valori pari all'85,7% degli appartenenti al gruppo e circa l'11% della totalità degli statali).

Il gruppo si costituisce avendo come unica caratterizzazione il fatto di non evidenziare la presenza di un servizio di sportello per l'orientamento aperto al pubblico (il 100% delle università appartenenti al gruppo non ha questa caratteristica).

Ulteriori elementi che possiamo ricavare dall'analisi delle variabili possono essere:

- nell'85,7% dei casi hanno una banca dati dei laureati contenente anche informazioni aggiuntive rispetto a quelle di carattere amministrativo;
- l'85,7% effettua il monitoraggio dell'inserimento lavorativo dei laureati;

- circa la metà degli atenei (il 57%) appartenenti al gruppo non coinvolge gli insegnanti delle scuole medie superiori nella definizione delle iniziative per l'orientamento in ingresso;
- le risorse finanziarie impiegate, in media, dagli appartenenti al gruppo sono decisamente superiori a quelle impiegate sia negli altri gruppi sia a livello complessivo (la percentuale di F.F.O. impiegata per le attività di orientamento risulta essere in media circa dell'1,9% mentre a livello complessivo il valore medio è pari allo 0,9%);
- il numero di studenti coinvolti in stage e tirocini è, in media, superiore al valore medio rilevato sul totale dei rispondenti (la media complessiva è di 631 mentre quella del gruppo di 794);
- nel gruppo emerge un impiego stabile di risorse per il tutorato didattico decisamente superiore alla media; l'indicatore di sintesi costruito per "misurare" questo aspetto risulta infatti pari a 109, se calcolato all'interno del gruppo, mentre è 59 nel complesso;
- nessuno degli atenei appartenenti al gruppo si attiva per realizzare indagini di customer satisfaction in almeno uno dei servizi per ogni livello di orientamento e con periodicità almeno semestrale;
- presentano mediamente un rapporto più favorevole, rispetto agli altri gruppi, fra gli immatricolati nell'ateneo e il personale docente e non docente impiegato.

Gli atenei che si rispecchiano in questo gruppo utilizzano nella quasi totalità (85,7%) spazi pubblicitari in televisione e/o programmi televisivi quali strumenti di comunicazione per l'orientamento in ingresso.

Non hanno messo in evidenza particolari collaborazioni con le strutture presenti sul territorio (relativamente all'orientamento in ingresso) anche se circa il 71,4% dichiara di coinvolgere gli insegnanti delle scuole medie.

Per quanto concerne le attività di tutorato didattico l'aspetto probabilmente più interessante è la realizzazione di corsi per il recupero dei debiti formativi nella totalità degli atenei appartenenti al gruppo.

Relativamente all'orientamento in uscita si possono evidenziare in particolar modo alcune iniziative realizzate quali: il 100% delle università realizza iniziative di orientamento verso stage e tirocini; nel 71,4% dei casi gli atenei supportano gli studenti nella scelta dei successivi livelli di studio e il 71,4% ha pensato di aiutare gli studenti sulle tecniche di ricerca del lavoro.



## ALLEGATO 1

### **Indagine sulle iniziative di Orientamento Anno Accademico 2001-02**

Il presente questionario nasce dalla necessità di conoscere le forme e i modi con cui si organizzano le iniziative di Orientamento nelle università italiane. La disponibilità di dati di sistema rilevati con un unico questionario di riferimento, stimola le collaborazioni, permette il confronto e l'adozione delle iniziative più interessanti ed efficaci come modello di riferimento, senza per questo dimenticare i diversi contesti sociali, culturali ed economici in cui operano i vari atenei.

Il questionario si riferisce all'anno accademico indicato nell'intestazione ed è progettato per rilevare sia le iniziative gestite centralmente dagli atenei, che quelle promosse dalle Facoltà e dai singoli corsi di laurea. Questo al fine di tracciare una mappatura, seppur minima, delle iniziative di orientamento nel sistema universitario.

Nella sezione 'organizzazione dell'orientamento' sono rilevate alcune grandezze che descrivono sinteticamente il singolo ateneo, mentre le tematiche oggetto di indagine sono trattate separatamente in tre diverse sezioni, al fine di focalizzare l'attenzione su iniziative specifiche legate alle diverse fasi dell'orientamento - all'ingresso, in itinere e all'uscita. La scelta di separare i contenuti anche in fase di rilevazione è stata fatta nella consapevolezza che la distinzione tra fasi diverse dell'Orientamento non dia conto dell'intrecciarsi delle varie iniziative.

**In dettaglio, le finalità di ogni sezione sono le seguenti:**

- A)** Organizzazione dell'Orientamento – per individuare, quantitativamente e qualitativamente, le risorse che ogni ateneo riserva a questa attività e le modalità organizzative
- B)** Orientamento in ingresso – rivolto principalmente agli studenti delle scuole medie superiori nel passaggio dalla scuola all'università. I giovani vengono aiutati nella scelta di percorsi formativi in relazione alle loro attitudini ed aspettative
- C)** Orientamento in itinere – i ritmi di studio imposti dalla riforma universitaria ren-

dono ancor più necessaria un'azione di assistenza, tutorato e orientamento dello studente durante tutto il corso dei suoi studi

- D)** Orientamento in uscita - l'università rappresenta un punto di riferimento per i giovani anche dopo il conseguimento della laurea e favorisce l'inserimento nel mondo del lavoro, in coerenza con gli studi universitari

## A) Organizzazione dell'Orientamento

### a.1

Dati generali dell'ateneo	Indicare il numero
Facoltà dell'ateneo	
Corsi di laurea di primo livello attivi nell'a.a 2001/2002	
Lauree specialistiche attive nell'a.a 2001/2002	
Studenti iscritti nel complesso nell'ateneo nell'a.a. 2001/2002	
Personale tecnico-amministrativo in servizio al 31/12/2001	
Docenti di ruolo al 31/12/2001	

### a.2 Esistenza di una struttura a livello di ateneo organizzata per l'orientamento (si/no)

**Nel caso di risposta affermativa alla domanda a.2 rispondere alle domande seguenti altrimenti passare alla domanda a.8**

### a.3 Anno accademico di istituzione

.....

### a.4 Sito web gestito dalla struttura

.....

### a.5

Personale stabilmente impegnato nell'orientamento (a.a. 2001/2002)	Indicare il numero
Docenti di ruolo impegnati stabilmente nella struttura dell'orientamento	
Unità lavorative a tempo indeterminato impiegati esclusivamente nella struttura per l'orientamento	
Unità lavorative a tempo determinato impiegati esclusivamente nella struttura per l'orientamento	
Unità lavorative impiegate in maniera non esclusiva nella struttura per l'orientamento	
Borsisti specificatamente impegnati nella struttura per l'orientamento	
Studenti che collaborano stabilmente nella struttura per l'orientamento	

### a.6 La struttura organizzata a livello di ateneo possiede un servizio di sportello aperto al pubblico per l'orientamento? (si/no)

**Nel caso di risposta affermativa alla domanda a.6 rispondere alla domanda seguente altrimenti passare alla domanda a.8**

**a.7 Il servizio di sportello è organizzato in tre sezioni distinte per l'orientamento in ingresso, in itinere, in uscita? (sì/no)**

se no specificare

.....

**a.8 Le Facoltà partecipano all'attività di orientamento? (sì/no)**

se sì in che modo

.....

**a.9 I Corsi di studio partecipano all'attività di orientamento? (sì/no)**

se sì in che modo

.....

**a.10 Altre istanze partecipano all'attività di orientamento? (sì/no)**

se sì

1. specificare quale ..... in che modo .....

2. specificare quale ..... in che modo .....

**a.11 Fondi destinati all'orientamento (risposta multipla)**

- Ordinari sul bilancio di ateneo
- Ministeriali specifici
- Derivanti da collaborazioni con enti esterni
- Legati a (su) progetti
- Europei
- Enti locali
- Sponsorizzazioni da parte di privati
- Altri finanziamenti ..... (specificare .....

**a.12 Ammontare delle risorse finanziarie impegnate nelle attività di orientamento in percentuale rispetto ai F.F.O. (valore %)**

## B) Orientamento in ingresso

**b.1 Indicare per ognuno dei seguenti servizi, relativamente all'orientamento *in ingresso* a che livello sono offerti**

	Ateneo	Facoltà	Corso di studio	Classi di corso
Accoglienza				
Counseling psicologico				
Assistenza studenti stranieri				
Assistenza studenti disabili				
Rapporti con le scuole				
Altro: .....				
Altro: .....				
Altro: .....				

**b.2 Iniziative realizzate per l'orientamento in ingresso (risposta multipla)**

- Rilevazione delle lacune formative
- Corsi di azzeramento delle lacune formative
- Organizzazione di eventi e manifestazioni
- Partecipazione dell'ateneo ad eventi e manifestazioni
- Diffusione della proposta formativa offerta dall'ateneo
- Accoglienza alle matricole
- Iniziative nelle scuole medie superiori
- Corsi di preparazione per l'esame di ammissione alle facoltà a numero chiuso
- Incontri di orientamento presso l'ateneo
- Altro (specificare.....)

**b.3 Studenti che necessitano di corsi di azzeramento delle lacune formative (a.a. 2001/2002)**

% (sul totale iscritti) .....  
 dato non disponibile (sì/no)

**b.4 Studenti frequentanti i corsi di azzeramento delle lacune formative (a.a. 2001/2002)**

% (sul totale iscritti con lacune formative)

dato non disponibile (sì/no)

**b.5 Iniziative realizzate nelle scuole medie superiori (risposta multipla)**

- Incontri con gli studenti sull'offerta formativa dell'ateneo
- Incontri di studenti con i docenti dell'ateneo
- Formazione di esperti di orientamento nelle scuole medie superiori
- Corsi di aggiornamento per insegnanti
- Altro (specificare.....)

**b.6 Gli insegnanti delle scuole medie superiori sono coinvolti nella definizione di iniziative per l'orientamento *in ingresso* (Sì/no)**

**Nel caso di risposta affermativa alla domanda b.6 rispondere alla domanda seguente altrimenti passare alla domanda b.8**

**b.7 Modalità di coinvolgimento degli insegnanti delle scuole medie superiori (indicare quali) .....**

**b.8 Collocazione geografica delle scuole medie superiori coinvolte nell'azione di orientamento (risposta multipla)**

- Provincia in cui ha sede l'ateneo
- Altre provincie
- Intera regione in cui ha sede l'ateneo
- Intero territorio nazionale
- Estero

**b.9 Tipologie di eventi e/o manifestazioni organizzati (o sponsorizzati) (risposta multipla)**

- Organizzazione di giornate di orientamento presso l'ateneo (informazioni su come sono strutturati i corsi, sui servizi offerti dall'ateneo....)
- Momenti di 'porte aperte all'università'
- Visite guidate presso l'ateneo/facoltà
- Saloni sull'orientamento
- Partecipazione a lezioni
- Altro.....(specificare.....)

**b.10 Strumenti di comunicazione e diffusione utilizzati per l'orientamento *in ingresso* (risposta multipla)**

- Materiale informativo su supporto cartaceo

- Materiale multimediale
- Guida dello studente
- Numero verde
- Informazioni su web
- Articoli su quotidiani nazionali
- Spazi pubblicitari:
  - su quotidiani
  - su riviste specializzate
  - in televisione
  - in programmi radiofonici
- Partecipazione a programmi televisivi
- Altro.....(specificare.....)

#### **b.11 Soggetti con cui sono attive collaborazioni (risposta multipla)**

- Associazioni studentesche
- Dirigenza scolastica regionale
- Società di consulenza
- Enti territoriali
- Uffici informagiovani
- Altre università presenti sul territorio
- Altro.....(specificare.....)

#### **b.12**

<b>Personale stabilmente impegnato nell'orientamento in ingresso (a.a. 2001/2002)</b>	<b>Si/No</b>	<b>Indicare il numero</b>
Docenti di ruolo stabilmente coinvolti nelle attività		
Personale tecnico-amministrativo stabilmente coinvolto		
Studenti o neolaureati con funzioni di tutors		
Altro personale (specificare la tipologia) .....		
Altro personale (specificare la tipologia) .....		
Altro personale (specificare la tipologia) .....		

#### **b.13 Gli studenti tutors come vengono scelti: (risposta multipla)**

- Bandi di concorso
- Indicazioni da parte delle associazioni studentesche
- Indicazioni da parte dei docenti
- Altro.....(specificare.....)

**b.14 Servizi per i quali vengono realizzate indagini di Customer Satisfaction rivolte agli studenti:**

	Si/No	Ogni qualvolta lo studente accede al servizio	Ogni 2/3 mesi	Ogni 6 mesi	Saltuariamente
Accoglienza					
Counseling psicologico					
Assistenza studenti stranieri					
Assistenza studenti disabili					
Rapporti con le scuole					
Altro:...					
Altro:...					
Altro:...					

**b.15 I risultati della Customer Satisfaction vengono utilizzati per il miglioramento dei servizi?**

(Si/no)

## **C) Orientamento in itinere**

**c.1 Indicare per ognuno dei seguenti servizi, relativamente all'orientamento *in itinere* a che livello sono offerti**

	Ateneo	Facoltà	Corso di studio	Classe di Corso
Tutorato didattico				
Counseling psicologico				
Assistenza studenti stranieri				
Assistenza studenti disabili				
Stage e tirocini				
Altro:.....				
Altro:.....				
Altro:.....				

**c.2 Iniziative realizzate per l'orientamento *in itinere* (risposta multipla)**

- Ascolto richieste, indicazione e spiegazione servizi, prima informazione, orari lezioni, calendari.
- Informazioni su borse di studio, programmi Socrates ed Erasmus.
- Aiuto per compilazione dei piani di studio
- Informazioni su alloggi e servizi in città
- Numero verde
- Informazioni su web
- Altro..... (specificare.....)

**c.3**

Personale stabilmente impegnato nel tutorato didattico (a.a. 2001/2002)	Si/No	Indicare il numero
Docenti di ruolo		
Docenti di ruolo appositamente formati		
Ricercatori, borsisti, assegnisti		
Studenti		
Altro personale (specificare la tipologia) .....		
Altro personale (specificare la tipologia) .....		

**c.4 L'attività di tutorato didattico prevede:**

- Incontri con i singoli studenti
- Corsi per il recupero dei debiti formativi

- gli studenti partecipano di propria iniziativa
- gli studenti vengono contattati dal tutore e invitati a partecipare altro
- Corsi sulle metodologie di apprendimento e di studio
  - gli studenti partecipano di propria iniziativa
  - gli studenti vengono contattati dal tutore e invitati a partecipare altro
- Didattica tutoriale a distanza (es. test di autovalutazione)
- Didattica in rete (materiale didattico, corsi, approfondimenti)
- Altro.....(specificare.....)

**c.5 Numero degli studenti frequentanti i corsi di recupero dei debiti formativi (a.a. 2001/2002)**

.....

**c.6 L'assistenza per studenti disabili prevede:**

- Mezzi di trasporto specifici (es. pulmini attrezzati)
- Materiale didattico specifico (es. libri in Braille, CD audio)
- Tutorato didattico specifico
- Counseling psicologico specifico
- Svolgimento di esami con ausili tecnici
- Altro.....(specificare.....)

**c.7 L'assistenza per studenti stranieri prevede:**

- Informazioni generale e di carattere amministrativo
- Corsi di italiano
- Tutorato didattico specifico
- Counseling psicologico specifico
- Altro..... (specificare.....)

**c.8 Servizi per i quali vengono realizzate indagini di Customer Satisfaction rivolte agli studenti:**

	Ateneo	Facoltà	Corso di studio	Classe di Corso
Tutorato didattico				
Counseling psicologico				
Assistenza studenti stranieri				
Assistenza studenti disabili				
Stage e tirocini				
Altro:.....				
Altro:.....				
Altro:.....				

**c.9 I risultati della Customer Satisfaction vengono utilizzati per il miglioramento dei servizi?**

(Sì/no)



## **D) Orientamento in uscita**

**d.1 Indicare per ognuno dei seguenti servizi, relativamente all'orientamento *in uscita* a che livello sono offerti**

	Ateneo	Facoltà	Corso di studio	Classe di Corso
Stage e tirocini				
Placement				
Altro: .....				
Altro: .....				
Altro: .....				

**d.2 Iniziative realizzate (risposta multipla)**

- Orientamento relativo alla scelta della tesi di laurea
- Orientamento verso successivi livelli di studio
  - lauree specialistiche
  - scuole di specializzazione
  - master di 1° e 2° livello
  - dottorati di ricerca
- Orientamento verso stage e tirocini
- Orientamento su tecniche di ricerca del lavoro (es. assistenza alla stesura del curriculum, indicazioni su modalità di svolgimento di un colloquio di selezione)
- Incontri Università-Imprese
- Altro..... (specificare.....)

**d.3 L'ateneo promuove la realizzazione di: (risposta multipla)**

- Incubatori di impresa
- Laboratori di impresa
- *Spin off*
- Altro.....(specificare.....)

**d.4 Numero di studenti coinvolti in stage e tirocini (a.a 2001/2002)**

.....

**d.5 Numero di aziende coinvolte nell'attività di stage e tirocini (a.a 2001/2002)**

.....

**d.6 Servizi per i quali vengono realizzate indagini di Customer Satisfaction rivolte agli studenti:**

	Si/no	Ogni qualvolta lo studente accede al servizio	Ogni 2 /3 mesi	Ogni 6 mesi	Saltuariamente
Stage e tirocini					
Placement					
Altro:.....					
Altro:.....					
Altro:.....					

**d.7 I risultati della Customer Satisfaction vengono utilizzati per il miglioramento dei servizi?**

(Si/no)

**d.8 Esiste una Banca Dati dei laureati contenente anche informazioni aggiuntive rispetto a quelle di carattere amministrativo?**

(Si/no)

**Nel caso di risposta negativa alla domanda d.8 rispondere alla domanda seguente altrimenti passare alla domanda d.21**

**d.9 Anno di attivazione**

.....

**d.10 Tipo di Banca Dati**

- Gestita direttamente dall'ateneo
- Consorziata (AlmaLaurea, Vulcano, Dioge.Net, ecc.)
- Entrambi i tipi

**d.11 Le informazioni della Banca Dati derivano da:**

- Un database in cui i laureati che lo desiderano possono essere inseriti
- Indagini ad hoc effettuate sui laureati o laureandi
  - Su un campione di laureati o laureandi
  - Su tutti
- Altro.....(Specificare.....)

**d.12 Aggiornamento della Banca Dati**

- Annuale
- Semestrale
- Non viene aggiornata
- Altro..... (Specificare.....)

**d.13 Il laureato può aggiornare i suoi dati nel tempo?**

(Sì/no)

**Nel caso di risposta affermativa alla domanda d.13 rispondere alla domanda seguente altrimenti passare alla domanda d.15**

**d.14 Modalità di aggiornamento del curriculum nella Banca Dati**

- Direttamente da parte del laureato, per mezzo di password
- Tramite il personale addetto in seguito a comunicazione da parte del laureato
- Altro.....(Specificare.....)

**d.15 I dati dei laureati vengono conservati**

- Per più di un anno
- Per un anno
- Altro.....(Specificare.....)

**d.16 Le aziende possono richiedere l'elenco dei laureati?**

(Sì/no)

**Nel caso di risposta affermativa alla domanda d.16 rispondere alla domanda seguente altrimenti passare alla domanda d.19**

**d.17 Modalità di acquisizione dei dati sui laureati da parte delle aziende (risposta multipla)**

- Accesso diretto e gratuito alla Banca Dati
- Accesso diretto alla Banca Dati solo previo pagamento del servizio
- Ricezione gratuita dell'elenco dei laureati previa richiesta
- Ricezione a pagamento dell'elenco dei laureati previa richiesta
- Altro.....(Specificare.....)

**d.18 Stima del numero delle aziende che utilizzano la Banca Dati**  
(a.a. 2001/2002)

.....

**d.19 Le informazioni presenti nella Banca Dati sono utilizzate per finalità diverse da quelle dell'incontro tra la domanda e l'offerta di lavoro?**

(sì/no)

**Nel caso di risposta affermativa alla domanda d.19 rispondere alla domanda seguente altrimenti passare alla domanda d.21**

**d.20 Modalità di utilizzo delle informazioni (risposta multipla)**

- Progettazione dei percorsi formativi
- Indagini statistiche
- Considerazioni da parte del Nucleo di Valutazione dell'ateneo
- Altro..... (Specificare.....)

**d.21 Viene effettuato un monitoraggio dell'inserimento nel mondo del lavoro?**

(sì/no)

**Nel caso di risposta affermativa alla domanda d.21 rispondere alla domanda seguente altrimenti passare alla e.1**

**d.22 Strumenti utilizzati per effettuare il monitoraggio**

- Banca Dati dei laureati
- Indagini specifiche
- Altro.....(Specificare .....

**d.23 Anno di inizio dell'attività di monitoraggio**

.....

**d.24 A che distanza dalla laurea viene effettuato il monitoraggio?**

- Sei mesi
- 1 anno

- 2 anni
  - 3 anni
  - Altro.....(Specificare.....)
- 

**e.1 Esprimere una valutazione sull'utilità complessiva dell'attività di orientamento sinora svolta**

(1 nessuna, 5 massima)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

**e.2 Indicare quale tra i servizi di orientamento attivati dovrebbe essere migliorato**

.....

**e.2.1 In che modo?**

.....

.....



Finito di stampare nel mese di aprile 2004 dalla  
tipografia Città Nuova della P.A.N.O.M.  
Via S. Romano in Garfagnana, 23  
00148 Roma - tel. 066530467  
e-mail: [segr.tipografia@cittanuova.it](mailto:segr.tipografia@cittanuova.it)

