



**CRUI**

Conferenza dei Rettori  
delle Università Italiane

# L'UNIVERSITÀ ORIENTA 2005

Rilevazione CRUI su  
comportamenti e iniziative  
negli atenei italiani

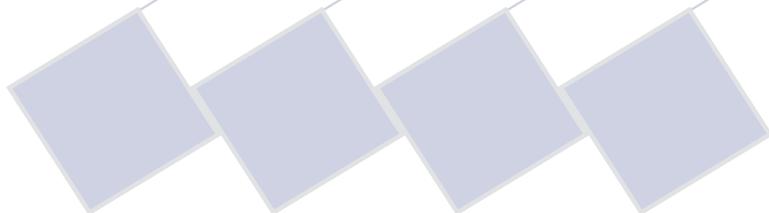


**CRUI**

Conferenza dei Rettori  
delle Università Italiane

# L'UNIVERSITÀ ORIENTA 2005

Rilevazione CRUI su  
comportamenti e iniziative  
negli atenei italiani



*Pubblicazione distribuita gratuitamente*

*Copyright 2005 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.*

---

Il volume riporta i risultati dell'indagine annuale realizzata dal Centro Studi della CRUI su incarico della Commissione Orientamento, presieduta e coordinata dal Rettore Oronzo Limone dell'Università degli Studi di Lecce.

Le analisi contenute nel volume sono state realizzate dal dott. Giovanni Morreale e dalla dott.ssa Antonella Mancini del Centro Studi della Fondazione CRUI.

Si ringraziano la Prof. Vincenza Capursi dell'Università di Palermo e la Prof. Paola Monari dell'Università di Bologna per i preziosi suggerimenti.



---

# Indice

<b><i>Prefazione</i></b> .....	pag VII
<b>Risultati</b> .....	pag 1
<b>Analisi descrittiva</b> .....	pag 3
<i>Organizzazione dell'orientamento</i> .....	pag 3
<i>Orientamento in ingresso</i> .....	pag. 7
<i>Orientamento in itinere</i> .....	pag. 16
<i>Orientamento in uscita</i> .....	pag. 21
<b>Analisi esplorativa</b> .....	pag. 27

## ***Allegato***

<b><i>Indagine sulle iniziative di Orientamento</i></b> <b>(Anno Accademico 2002-03)</b> .....	pag. 47
A) <i>Organizzazione dell'Orientamento</i> .....	pag. 49
B) <i>Orientamento in ingresso</i> .....	pag. 52
C) <i>Orientamento in itinere</i> .....	pag. 57
D) <i>Orientamento in uscita</i> .....	pag. 60
E) <i>Valutazione complessiva</i> .....	pag. 64



# Prefazione

**ORONZO LIMONE**

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

Negli ultimi anni la concezione dell'orientamento ha ampliato il suo referente semantico, comprendendo non solo la diffusione delle informazioni e l'analisi delle caratteristiche dei giovani ma soprattutto le attività orientate allo sviluppo di competenze trasversali.

Questa evoluzione del concetto di orientamento corrisponde ad un mutamento di prospettiva nella definizione dei processi formativi, fondati in misura maggiore sulla centralità degli studenti, cioè sull'attenzione alle loro caratteristiche ed ai loro bisogni.

Sono aumentate in misura notevole le attività di orientamento e di tutorato finalizzate ad aiutare gli studenti ad affrontare la lunga fase di riforma dell'istruzione scolastica e universitaria, le difficoltà del mercato del lavoro e il mutamento delle professioni.

Per evitare tali derive e per rendere sempre più efficaci le attività di orientamento, è necessario che queste siano oggetto di riflessione anche da parte dei diretti interessati, in riferimento ai loro bisogni ed ai loro progetti.

L'infinita pluralità di esperienze costituisce, senza dubbio, un valore da tenere in debita considerazione. Tuttavia, il consolidamento e la diffusione di situazioni e strutture efficaci non può avvenire attraverso l'applicazione generalizzata dello stesso "sistema" di attività articolate ed integrate fun-

zionalmente, altrimenti sarebbero contraddetti alcuni principi su cui ormai si basa l'università, e cioè l'autonomia e l'attenzione alle caratteristiche specifiche dei giovani e delle realtà locali.

Una modalità alternativa è costituita dall'individuazione delle cosiddette "pratiche migliori", dalla loro progressiva diffusione e integrazione in modelli che devono stimolare, e non condizionare, la realizzazione di insiemi territoriali coerenti di attività di orientamento ed una certa uniformità di queste realtà locali, soprattutto rispetto all'efficacia nel raggiungimento degli obiettivi ed ai principi di riferimento. Il concetto di "pratica migliore", tuttavia, non è ancora sufficientemente chiaro e molto probabilmente deve avere un significato diverso da quello che gli viene abitualmente attribuito. Non si deve riferire a pacchetti di attività rigidamente predefinite, da trasferire e da realizzare cercando di omologare i comportamenti con l'obiettivo di ricostituire un "sistema" strutturato e uniforme al suo interno. Le "pratiche migliori" dovrebbero, invece, essere intese come esperienze significative e verificate positivamente, che possono essere formulate in termini generali per costituire dei riferimenti che orientano la realizzazione di altre esperienze simili, che tuttavia devono avere caratteri di originalità e specificità per essere adeguate in situazioni particolari.

La verifica delle attività di orientamento, deve tener conto, inoltre, non soltanto della conformità al progetto o del gradimento, ma soprattutto delle capacità di spesa, dei risultati e dell'impatto in termini di rilevanza per l'ambiente sociale di riferimento. Questi obiettivi della valutazione possono essere raggiunti dalle istituzioni stesse, attraverso la definizione di indicatori e la rilevazione periodica di dati. Esiste tuttavia un altro tipo di "valutazione", anch'esso molto importante, che consiste nella percezione da parte degli studenti dell'efficacia, dal loro punto di vista, delle iniziative alla quali partecipano e dei servizi che vengono loro offerti. L'orientamento è, infatti, un diritto, rispetto al quale è necessario avanzare delle pretese,

per cominciare ad esercitare un ruolo di cittadinanza attiva.

Lo sviluppo delle tecnologie telematiche offre molte possibilità nuove per far conoscere l'offerta formativa e le caratteristiche delle scuole e delle università, ma anche di stabilire contatti interattivi anche con studenti e docenti di scuole situate in regioni lontane dalla sede universitaria, ma che possono essere interessati ai corsi di studio che essa realizza. Ancora, tuttavia, non sono stati definiti principi e strumenti per garantire la correttezza e l'efficacia delle informazioni diffuse e non sono totalmente condivise norme, anche deontologiche, che regolino l'uso delle tecnologie nelle relazioni interpersonali così importanti per la vita dei giovani.

Per quanto riguarda il passaggio dalla scuola media superiore agli studi universitari, si tratta di definire quali sono le informazioni effettivamente necessarie e le capacità ritenute utili per avere un progetto personale di vita e per compiere scelte che attuino tale progetto. Il Miur sta definendo le attività relative all'avvicinamento all'università come momenti particolari di un orientamento realizzato in tutti i cicli scolastici e concentrato negli ultimi due anni della scuola media superiore. Tali momenti sono la raccolta e diffusione delle informazioni da parte degli istituti scolastici, le preiscrizioni, che ritengo debbano essere obbligatorie, brevi esperienze di studio nelle università, appositamente predisposte, e l'esame di stato, che può diventare l'occasione per conoscere le caratteristiche degli studenti, in modo da permettere alle Università di programmare, in tempi adeguati, attività di accoglienza. Tale disegno di continuità dei percorsi di studio deve essere attentamente valutata anche dagli studenti, che devono essere convinti della sua validità per partecipare attivamente e rendere più efficaci tali attività.

La continuità presuppone, inoltre, stretti rapporti fra scuole e università, riguardanti anche i contenuti disciplinari e le attività formative, visto che stanno tutte realizzando una profonda riforma dei propri corsi di studio e

che, in regime di autonomia, è aumentata la possibilità di definire programmi specifici corrispondenti alle caratteristiche degli studenti e agli obiettivi formativi individuati da ciascuna istituzione educativa. Il confronto continuo fra insegnanti delle scuole e docenti universitari e la definizione collettiva di saperi e di competenze costituisce la modalità più adeguata per unire orientamento e didattica. In questa prospettiva, risultano particolarmente importanti l'orientamento formativo e la didattica orientante, cioè lo sviluppo di competenze funzionali ad orientarsi, realizzato attraverso specifiche attività formative ed attraverso le attività di insegnamento disciplinare.

È, inoltre, indispensabile che l'incontro tra mondo del lavoro ed ambienti universitari venga anticipato nel percorso formativo, nel momento dell'acquisizione delle competenze scientifico professionali e dello sviluppo delle abilità di ricerca da parte degli studenti. Insegnare ad apprendere, ed apprendere ad agire per 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, con l'intento d'innalzare il posizionamento competitivo dei nostri studenti e neolaureati.

L'indagine "L'Università orienta" consente di delineare un quadro generale in materia di: organizzazione delle attività di orientamento; servizi offerti e iniziative di supporto alla didattica. I risultati possono, inoltre, offrire interessanti spunti di riflessione sul rapporto fra utenti e fornitori dei servizi, anche dal punto di vista gestionale ed organizzativo.

In questo volume sono presentati i principali risultati emersi nella terza edizione dell'indagine a cui hanno aderito 72 atenei su 77; i dati si

riferiscono all'anno accademico 2002/2003. La quarta edizione, relativa all'anno accademico 2003/2004, è già avviata.

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

Fra gli elementi di debolezza emersi: la scarsa presenza di attività di orientamento rivolte alle classi di corso; l'uso eccessivo di eventi e manifestazioni che si rivelano sempre più occasioni per fare delle vere e proprie azioni di marketing, piuttosto che momenti in cui si orientano i giovani verso la determinante scelta del proprio futuro accademico; lo scarso impegno, in termini di servizi offerti, per l'assistenza agli studenti disabili.

Lo strumento del questionario si è rivelato sì utile per avere un quadro chiaro e completo dell'offerta di servizi destinati alle attività di orientamento ma non consente, tuttavia, allo stato attuale, di rilevare l'efficacia di tali attività. Si potrebbe, quindi, ipotizzare, nel futuro, di affiancare all'attuale indagine, altre iniziative, che consentano, attraverso il coinvolgimento dei soggetti impegnati in tali attività, anche il monitoraggio degli effetti delle attività di orientamento e di pervenire, quindi, ad una valutazione di efficacia ed efficienza di tali azioni.

Giugno 2005

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



# Risultati

L'indagine sulle attività di orientamento degli atenei italiani per l'anno accademico 2002/2003, come ormai consuetudine, è stata realizzata dal Centro Studi & Valutazione della Fondazione Crui attraverso la somministrazione *on line* di un questionario (in allegato) strutturato in 4 sezioni: organizzazione dell'orientamento, orientamento in ingresso, in itinere e in uscita.

Ad una preliminare analisi descrittiva dei principali risultati dell'indagine segue una analisi multivariata (cluster analysis), attraverso la quale è stato possibile individuare gruppi omogenei di atenei rispetto sia alle caratteristiche strutturali che alle strategie adottate per l'orientamento.

Infine, è stato possibile effettuare un primo confronto con i risultati dell'edizione precedente dell'indagine, cercando di evidenziare, laddove possibile, le differenze. A tal fine è stato deciso di non modificare la struttura del questionario già somministrato per l'anno accademico 2001/2002, in modo da consentire un confronto tra dati omogenei.



## Analisi descrittiva

L'indagine ha registrato un'ampia partecipazione, con una adesione di ben 72 atenei su 77, pari al 93,5% del totale (in realtà, hanno effettuato la registrazione in 74, ma 2 di questi non hanno poi compilato il questionario), con un incremento rispetto allo scorso anno di cinque atenei.

### Organizzazione dell'orientamento

La struttura che si occupa di orientamento è quasi sempre centralizzata: 70 atenei (nell'indagine 2001/2002 erano 64), il 97,2% di quelli che hanno aderito all'indagine, possiedono una struttura di questo tipo; tra questi, 46 atenei l'hanno istituita prima del 2000, vale a dire prima che la riforma Universitaria ne sancisse l'istituzione (Tab. 1)

Anno di istituzione della struttura di ateneo per l'orientamento	Atenei	%
Prima del 2000	46	65,7
2000	10	14,3
2001	8	11,4
2002	5	7,1
2003	1	1,4
Totale	70	100,0

**Tab.1:** Anno di istituzione della struttura di ateneo per l'orientamento

Notevole l'impiego di personale impegnato nelle attività di orientamento (Tab.2):

- 68 atenei dichiarano di impegnare in queste attività 220 unità di personale tecnico amministrativo a tempo indeterminato, pari ad una media di 3,2 unità;

- Leggermente inferiore la media (2,5 unità) se calcolata sul personale tecnico amministrativo a tempo determinato;
- 56 atenei dichiarano di impiegare nella struttura per l'orientamento altre unità lavorative, seppur in maniera non esclusiva, per un totale di 320 unità, pari ad una media di 5,7 unità;
- Per quanto riguarda il coinvolgimento del personale docente, 61 atenei dichiarano di aver coinvolto nel 2004 un totale di 1211 unità, pari ad una media di 19,8 unità;
- Il 60% degli atenei dichiara inoltre di aver coinvolto 512 laureandi (borsisti, collaboratori occasionali, etc.), pari ad una media di 12,2 unità; il 57,1%, invece, ha coinvolto laureati (dottorandi, contrattisti, assegnisti, cultori della materia, assistenti volontari), per un totale di 487 unità, pari ad una media di 12,2 unità.

<b>Personale impiegato nella struttura per l'orientamento (a.a. 2002/2003)</b>	<b>Atenei</b>	<b>%</b>	<b>Totale personale</b>	<b>Media per ateneo</b>
Personale tecnico amm. a tempo indeterminato	68	97,1	220	3,2
Personale tecnico amm. a tempo determinato	56	80,0	140	2,5
Unità lavorative impiegate in maniera non esclusiva	56	80,0	320	5,7
Docenti di ruolo	61	87,1	1211	19,8
Ricercatori	35	50,0	114	3,2
Laureandi	42	60,0	512	12,2
Laureati	40	57,1	487	12,2

**Tab.2:** Personale impiegato nella struttura per l'orientamento

Quasi tutti gli atenei (69) che possiedono una struttura centralizzata per l'orientamento, hanno attivato un servizio di sportello aperto al pubblico al fine di avvicinare la struttura all'utenza. Lo scorso anno erano 57 gli atenei che offrivano un servizio di questo genere. Nel 2004 si è rilevato che nel

30,4% dei casi il servizio di sportello è organizzato in 3 sezioni distinte: in ingresso, in itinere e in uscita.

Interessanti le cifre riguardanti la partecipazione alle attività di orientamento delle diverse strutture e dei diversi enti ed organismi che partecipano a vario titolo all'attività universitaria: il 95,8% degli atenei ha coinvolto le singole Facoltà, l'83,3% i singoli Corsi di studio, l'80,5% le Strutture amministrative dell'ateneo, il 93% le Scuole medie superiori, il 68% gli Enti territoriali locali, il 58,3% le Aziende ed il 63,9% le Aziende per il diritto allo studio. Non mancano gli atenei, il 19,4%, che coinvolgono anche altri soggetti, quali, ad esempio, Associazioni dei laureati, Associazioni professionali, Centri di orientamento regionali, ministeriali, etc.

Per quanto riguarda le risorse finanziarie destinate all'orientamento, si riscontra una relativa eterogeneità di comportamento tra le diverse realtà universitarie (Tab.3): ad esempio, il 23,6% degli atenei utilizza soltanto fondi ordinari sul bilancio di ateneo, il 19,4%, oltre ai fondi ordinari, utilizza fondi ministeriali e fondi legati a progetti, il 16,7% utilizza fondi ordinari e ministeriali, l'11,1% fondi ordinari e fondi legati a progetti, etc.

<b>Fondi impiegati per l'attività di orientamento (anno finanziario di riferimento 2003)</b>	<b>N. atenei</b>	<b>%</b>
Fondi ordinari sul bilancio di ateneo	17	23,6
Fondi ordinari + ministeriali	12	16,7
Fondi ordinari + legati a progetti	8	11,1
Fondi ordinari + ministeriali + collaborazioni con enti esterni	2	2,8
Fondi ordinari + ministeriali + legati a progetti	14	19,4
Fondi ordinari + ministeriali + collaborazioni con enti esterni + legati a progetti	7	9,7
Fondi ordinari + altro	7	9,7
Altro	5	6,9
<b>Totale</b>	<b>72</b>	<b>100,0</b>

**Tab.3:** Fondi impiegati per l'attività di orientamento

I Fondi ordinari sul bilancio restano di gran lunga i più utilizzati: ben il 93,1% degli atenei fa ricorso a tale tipo di finanziamento per le attività di orientamento. Fondi ministeriali specifici vengono utilizzati dal 52,8% degli atenei (Fig.1), fondi derivanti da collaborazioni con enti esterni dal 13,9%, fondi legati a progetti dal 44,4%, fondi europei dal 27,8%.

Rispetto allo scorso anno è leggermente diminuita la percentuale di atenei che ricorrono ai fondi ordinari, passando dal 93,9% al 93,1%, mentre è aumentata la percentuale di quelli che utilizzano fondi ministeriali specifici (dal 50% al 52,8%), ma anche fondi legati a progetti (dal 39,4% al 44,4%) e provenienti dagli enti locali (dal 19,7% al 25%).

Da questi dati sembrerebbe emergere un più ampio ricorso a fonti di finanziamento esterne, malgrado gli atenei continuino ad utilizzare per tali attività i fondi ordinari sul bilancio.

Per quanto riguarda l'ammontare complessivo delle risorse finanziarie di ateneo, specificamente impegnate nelle attività di orientamento, si registra una media dell'1% rispetto al totale delle entrate.

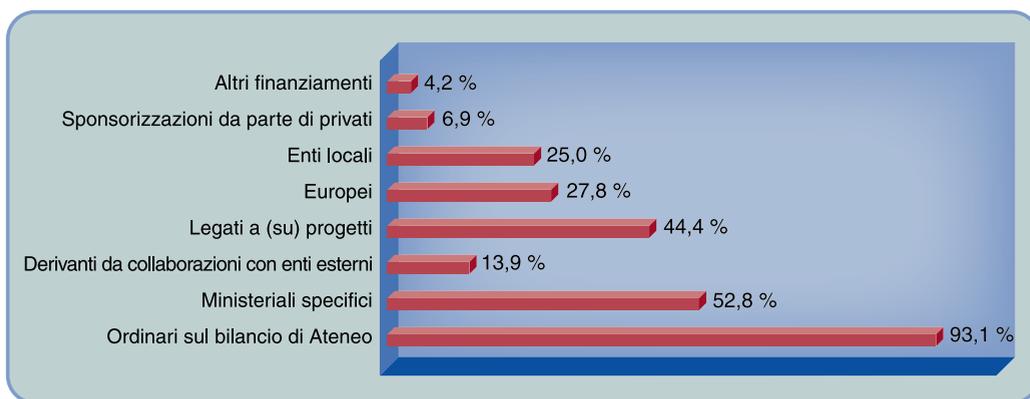


Fig.1: Provenienza dei fondi destinati all'orientamento

## Orientamento in ingresso

Sebbene l'organizzazione dei servizi per l'orientamento in ingresso risulti ancora prevalentemente centralizzata, aumentano rispetto allo scorso anno gli atenei che coinvolgono nell'offerta di tali servizi anche le facoltà ed i corsi di studio, evidenziando una maggiore sensibilità verso l'orientamento inteso come indirizzo al percorso didattico, piuttosto che come generico orientamento alla vita universitaria (organizzazione, amministrazione, etc.); ancora pochi gli atenei che riescono ad offrire servizi specificamente orientati alle diverse classi di corso (Tab.4).

Rispetto allo scorso anno, ad esempio, la percentuale degli atenei in cui i Corsi di studio sono stati direttamente coinvolti nei rapporti con le scuole, è aumentata dal 43,9% al 52,8%; in aumento anche la quota di atenei (dal 48,5% al 52,8%) che garantisce un servizio di accoglienza agli immatricolati e di assistenza agli studenti stranieri (dal 13,6% al 16,7%); è diminuita, invece, dal 15,2% al 13,9%, la quota di atenei che offrono assistenza agli studenti disabili.

Molteplici le iniziative realizzate per l'orientamento in ingresso (Tab.5), alcune delle quali svolte dalla quasi totalità degli atenei (oltre il 90%), come la diffusione della proposta formativa offerta dall'ateneo (100%), l'organizzazione di eventi e manifestazioni (98,6%), le iniziative nelle scuole medie superiori (98,6%), la partecipazione dell'ateneo ad eventi e manifestazioni (97,2%) e gli incontri di orientamento presso l'ateneo (94,4%).

Indicare per ognuno dei seguenti servizi a che livello sono offerti	Ateneo		Facoltà		Corso di Studio		Classi di Corso	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Accoglienza	66	91,7	54	75,0	38	52,8	6	8,3
Counseling psicologico	37	51,4	10	13,9	5	6,9	0	0,0
Assistenza studenti stranieri	62	86,1	32	44,4	12	16,7	2	2,8
Assistenza studenti disabili	60	83,3	33	45,8	10	13,9	2	2,8
Rapporti con le scuole	70	97,2	52	72,2	38	52,8	5	6,9
Altro	12	16,7	11	15,3	8	11,1	3	4,2

**Tab.4:** Livello dell'offerta dei servizi relativamente all'orientamento in ingresso

Iniziative realizzate per l'orientamento in ingresso (risposta multipla)	N. atenei	%
Rilevazione delle lacune formative	47	65,3
Corsi di azzeramento delle lacune formative	54	75,0
Organizzazione di eventi e manifestazioni	71	98,6
Partecipazione dell'ateneo ad eventi e manifestazioni	70	97,2
Diffusione della proposta formativa offerta dall'ateneo	72	100,0
Accoglienza delle matricole	66	91,7
Iniziative nelle scuole medie superiori	71	98,6
Corsi di preparazione per l'esame di ammissione alle facoltà a numero chiuso	23	31,9
Incontri di orientamento presso l'ateneo	68	94,4
Test di orientamento	39	54,2
Altro	24	33,3

**Tab.5:** Iniziative realizzate per l'orientamento in ingresso

Tra le iniziative per l'orientamento in ingresso, emergono quelle relative al recupero delle lacune formative degli studenti che si inseriscono per la prima volta nel sistema universitario: 47 atenei (il 65,3%) si impegnano nella loro rilevazione, 54 organizzano corsi di azzeramento delle stesse; soltanto 23 atenei (contro i 17 dello scorso anno) organizzano corsi di preparazione per l'esame di ammissione alle facoltà a numero chiuso.

Più elevata, rispetto allo scorso anno, la percentuale degli atenei che realizzano iniziative per l'orientamento in ingresso: l'incremento maggiore è registrato dai corsi di azzeramento delle lacune formative (dal 60,6% al 75%), dall'organizzazione di eventi e manifestazioni (dall'87,9% al 98,6%) e dalla partecipazione degli atenei a eventi e manifestazioni (dal 90,9% al 97,2%).

Gli atenei risultano molto impegnati anche sul fronte delle iniziative di orientamento realizzate nelle scuole medie superiori (Fig.2): tutti prevedono incontri con gli studenti per presentare la propria offerta formativa; il

94,4% organizza incontri tra studenti delle scuole medie superiori e i docenti dell'ateneo; il 44,4% realizza corsi di formazione per esperti di orientamento nelle scuole medie superiori ed il 41,7% anche corsi di aggiornamento per insegnanti.

Tali attività hanno un'importanza strategica crescente, non solo per gli atenei, ma anche per il Paese: fornire informazioni, non soltanto sull'offerta formativa, ma anche sui possibili sbocchi occupazionali delle varie figure professionali, aiuta infatti gli studenti a compiere una scelta consapevole, nella speranza che ciò possa costituire una garanzia per una migliore riuscita negli studi e, al tempo stesso, per la preparazione di un "prodotto" migliore e più motivato per il mondo del lavoro.

Inoltre, per cercare di avvicinare i giovani all'università, la maggior parte degli atenei - l'80,5% - coinvolge, nell'attività di orientamento in ingresso, anche gli insegnanti delle scuole medie superiori attraverso varie iniziative:

- il 77,6% degli atenei coinvolge gli insegnanti nella realizzazione di progetti;
- il 74,1% organizza incontri periodici con i referenti dell'orientamento;
- il 46,6% istituisce gruppi di lavoro misti fra insegnanti e docenti.

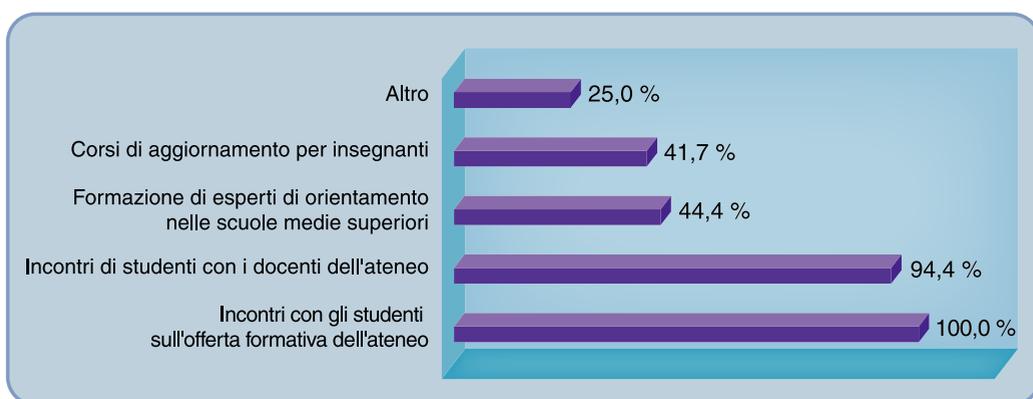


Fig.2: Iniziative realizzate dagli atenei nelle scuole medie superiori

Nei contatti con le scuole medie superiori gli atenei vanno spesso al di

là dei confini della regione in cui risiedono (in 17 casi), mentre sono 14 quelli che si muovono all'interno della provincia e 40 quelli che attivano contatti con scuole dell'intera regione (Tab.6).

<b>Collocazione geografica delle scuole medie superiori prevalentemente coinvolte nell'azione di orientamento</b>	<b>N. atenei</b>	<b>%</b>
Provincia in cui ha sede l'ateneo	14	19,4
Intera regione in cui ha sede l'ateneo	40	55,5
Altre regioni	17	23,6
Non risponde	1	1,4
<b>Totale</b>	<b>72</b>	<b>100,0</b>

**Tab.6:** Collocazione geografica delle scuole medie superiori coinvolte nell'azione di orientamento

Oltre a coinvolgere le scuole medie superiori, molti atenei hanno attivato collaborazioni anche con altri organismi (Tab.7), quali: dirigenza scolastica regionale (79,2%), enti territoriali (75%), uffici informa giovani (70,8%), associazioni studentesche (55,5%), etc. Percentuali superiori allo scorso anno si riscontrano soprattutto per quel che riguarda il coinvolgimento della dirigenza scolastica regionale (dal 63,6% al 79,2%), delle società di consulenza (dal 15,2% al 22,2%) e degli enti territoriali (dal 62,1% al 75%).

<b>Soggetti con cui sono state attivate collaborazioni</b>	<b>N. atenei</b>	<b>%</b>
Associazioni studentesche	40	55,5
Dirigenza scolastica regionale	57	79,2
Società di consulenza	16	22,2
Enti territoriali	54	75,0
Uffici informa giovani	51	70,8
Altre università presenti sul territorio	34	47,2
Associazioni di categoria	32	44,4
Altro	11	15,3

**Tab.7:** Soggetti con cui sono state attivate collaborazioni

Molteplici le tipologie di eventi e manifestazioni organizzate al fine di pubblicizzare l'offerta formativa (Tab.8): il 97,2% degli atenei organizza giornate dedicate all'orientamento presso lo stesso ateneo, il 94,4% visite guidate presso l'ateneo/facoltà, il 90,3% saloni sull'orientamento ed il 66,7% apre le aule agli studenti delle scuole superiori consentendo la partecipazione alle lezioni. Anche in questo caso si registra un incremento rispetto all'anno precedente in tutte le tipologie di eventi organizzati.

<b>Tipologie di eventi e/o manifestazioni organizzati (o sponsorizzati)</b>	<b>N. atenei</b>	<b>%</b>
Organizzazione di giornate dedicate all'orientamento presso l'ateneo	70	97,2
Visite guidate presso l'ateneo/facoltà	68	94,4
Saloni sull'orientamento	65	90,3
Partecipazione a lezioni	48	66,7
Altro	0	0,0

**Tab.8:** Tipologie di eventi e/o manifestazioni organizzati (o sponsorizzati)

Per quanto riguarda la diffusione delle informazioni utili per l'orientamento in ingresso, è interessante notare che gli atenei (Tab.9), oltre ad utilizzare mezzi tradizionali quali i supporti cartacei (100% degli atenei) e la guida dello studente (98,6% degli atenei), fanno ricorso sempre più spesso anche a strumenti di comunicazione multimediale o comunque ad alto contenuto tecnologico: il 79,2% degli atenei fa ricorso a materiale multimediale; tutti dispongono di un sito web; il 56,9% sfrutta anche altri siti web sempre attinenti al mondo universitario; il 38,9% fa ricorso a siti non attinenti al mondo universitario; il 58,3% mette a disposizione degli studenti un numero verde. Inoltre, il 75% pubblica articoli su quotidiani nazionali; il 94,4% sfrutta gli spazi pubblicitari su vari quotidiani, su riviste specializzate, ma anche in televisione ed in programmi radiofonici; il 45,8% dichiara di partecipare a programmi televisivi.

Rilevante l'impegno degli atenei per l'orientamento in ingresso anche in

termini di risorse umane (Tab.10):

- 66 atenei dichiarano di impegnare stabilmente, in questa attività, 543 unità di personale tecnico amministrativo, pari ad una media di 8,2 unità;
- 66 atenei dichiarano di impegnare stabilmente 1132 docenti di ruolo, pari ad una media di 18,9 unità;
- 49 atenei dichiarano di coinvolgere gli studenti con funzioni di tutor, anche se soltanto 47 ne dichiarano il numero; vengono coinvolti in tutto 1698 studenti, pari ad una media di 36,1 unità;
- 37 gli atenei che dichiarano di impegnare consulenti e/o collaboratori, per un totale di 117 unità, pari ad una media di 3,2 unità;
- 18 atenei impegnano 299 neolaureati con funzioni di tutor, pari ad una media di 16,6 unità.

<b>Strumenti di comunicazione e diffusione utilizzati per l'orientamento in ingresso</b>	<b>N. atenei</b>	<b>%</b>
Materiale informativo su supporto cartaceo	72	100,0
Materiale multimediale	57	79,2
Guida dello studente	71	98,6
Numero verde	42	58,3
Informazioni sul web	72	100,0
- nel portale dell'ateneo	72	100,0
- nei siti web attinenti al mondo universitario	41	56,9
- in altri siti	28	38,9
Articoli su quotidiani nazionali	54	75,0
Spazi pubblicitari	68	94,4
- su quotidiani nazionali	52	76,5
- su quotidiani locali	59	86,8
- su riviste specializzate	52	76,5
- in televisione	39	57,4
- in programmi radiofonici	43	63,2
- nel web	37	54,4
Partecipazione a programmi televisivi	33	45,8
Altro	12	16,7

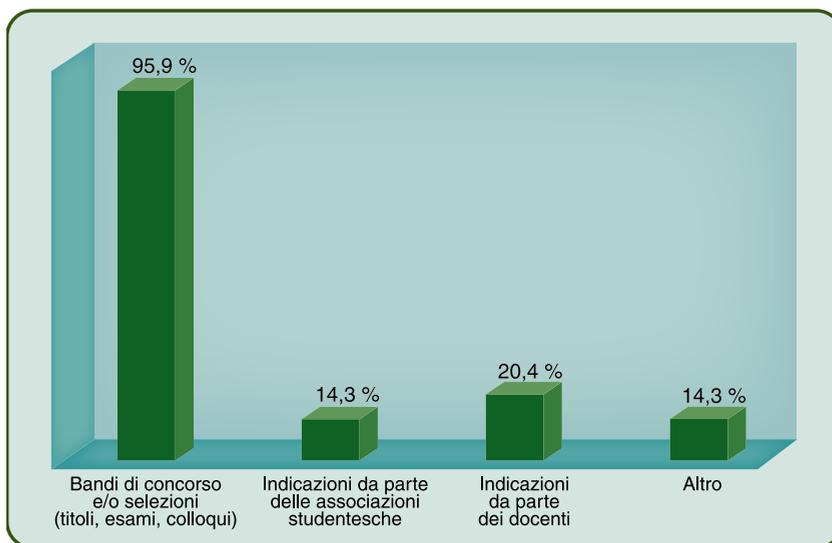
**Tab.9:** Strumenti di comunicazione e diffusione utilizzati per l'orientamento in ingresso

È quasi raddoppiato, rispetto allo scorso anno, il numero di studenti e laureati impegnati nell'orientamento in ingresso, passando, in media, da circa 27 unità a 53 circa, mentre è rimasto pressoché invariato il numero di docenti coinvolti.

<b>Personale impegnato nell'orientamento in ingresso</b>	<b>Sì</b>	<b>%</b>	<b>N. rispondenti</b>	<b>%</b>	<b>N. complessivo</b>	<b>Media</b>
Docenti di ruolo stabilmente coinvolti	60	83,3	60	83,3	1132	18,9
Personale tecn.-amm. stabilmente coinvolto	66	91,7	66	91,7	543	8,2
Ricercatori stabilmente coinvolti	24	33,3	23	31,9	185	8,0
Studenti con funzioni di tutor	49	68,0	47	65,3	1698	36,1
Neolaureati con funzioni di tutor	18	25,0	18	25,0	299	16,6
Consulenti e/o collaboratori	37	51,4	37	51,4	117	3,2
Altro personale	29	40,3	19	26,4	100	5,3

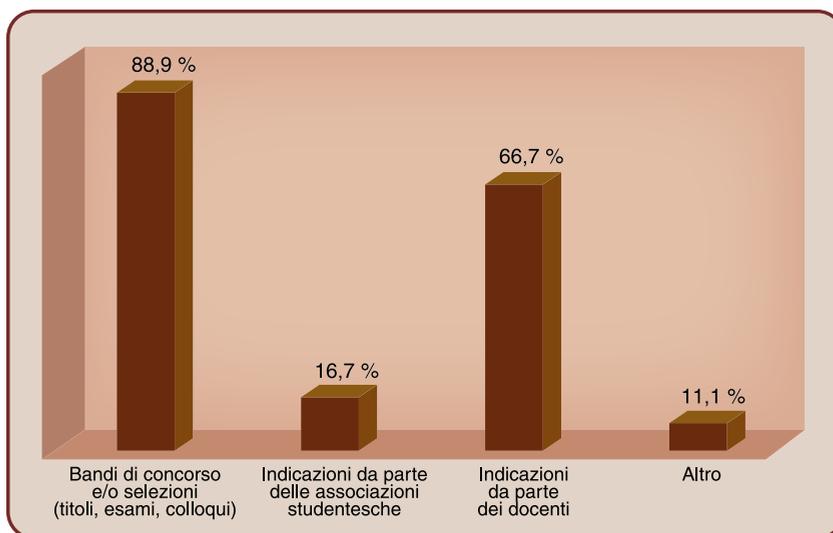
**Tab.10:** Personale impegnato nell'orientamento in ingresso

Per quanto riguarda il reclutamento degli studenti si evidenziano delle differenze nelle modalità di selezione: il 95,9% degli atenei prevede l'utilizzo di specifici bandi (Fig.3), il 20,4% segue le indicazioni dei docenti, il 14,3% le indicazioni delle associazioni studentesche ed il 14,3% dichiara genericamente di utilizzare altri canali.



**Fig.3:** Modalità di selezione degli studenti tutor

Analogamente per il reclutamento dei neolaureati tutor si evidenziano delle differenze nelle modalità di selezione: l'88,9% degli atenei prevede l'uso di specifici bandi (Fig.4), il 66,7% segue le indicazioni dei docenti, il 16,7% le indicazioni delle associazioni studentesche e l'11,1% dichiara di utilizzare altri canali.



**Fig.4:** Modalità di selezione dei neolaureati tutor

Un'importanza notevole per il miglioramento dei servizi rivestono le indagini di customer satisfaction, sia in ingresso sia in itinere e in uscita.

Circa il 72% degli atenei svolge almeno un'indagine mirata a verificare la soddisfazione dell'utenza in relazione ai servizi prestati per l'orientamento in ingresso (Tab.11); in particolare, 39 atenei (il 54,2% del totale) svolgono indagini sul servizio di accoglienza, il 43,6% dei quali soltanto saltuariamente, il 35,9% ad ogni prestazione del servizio ed il 15,4% ogni 6 mesi; 37 atenei (il 51,4% del totale) svolgono indagini per rilevare la soddisfazione a proposito dei rapporti con le scuole; il 34,7% degli atenei svolge indagini sul servizio di assistenza agli studenti disabili ed il 29,2% sul servizio di assistenza agli studenti stranieri. Il 96,1% degli atenei che svolgono almeno uno di questi tipi d'indagine utilizza le indicazioni emerse per migliorare la qualità dei servizi.

Servizi per i quali sono state realizzate indagini di Customer Satisfaction	Sì		Ogni qualvolta lo studente accede al servizio		Ogni 2 o 3 mesi		Ogni 6 mesi		Saltuariamente		Non specifica la periodicità	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%		N.
Accoglienza	39	54,2	14	35,9	0	0,0	6	15,4	17	43,6	2	
Counseling psicologico	19	26,4	10	52,6	1	5,3	2	10,5	6	31,6	0	
Ass. studenti stranieri	21	29,2	9	42,9	1	4,8	4	19,0	7	33,3	0	
Ass. studenti disabili	25	34,7	13	52,0	2	8,0	3	12,0	7	28,0	0	
Rapporti con le scuole	37	51,4	15	40,5	0	0,0	8	21,6	13	35,1	1	
Altro	25	34,7	9	36,0	0	0,0	3	12,0	4	16,0	9	
Nessun servizio	13	18,0										
Non risponde	7	9,7										

**Tab.11:** Servizi per i quali sono state realizzate indagini di Customer Satisfaction

## Orientamento in itinere

La tendenza alla centralizzazione si evidenzia anche nei servizi offerti per l'orientamento in itinere. La maggior parte dei servizi viene erogata principalmente a livello di ateneo (Tab.12). Fa eccezione il tutorato didattico che è offerto a livello di Facoltà nell'80,5% dei casi e a livello di Corso di studio nel 63,9%. Questo dato è sicuramente da attribuirsi alla legge 341/90 (art.13, c.1) prima, e al decreto ministeriale 509/99 (art.11, c.7) poi, che ne hanno sancito l'obbligatorietà. Ciò nonostante, il 5,5% degli atenei non sembra ancora offrire tale servizio a nessun livello. Anche l'organizzazione di stage e tirocini comincia ad essere gestita in forma più decentrata: il 70,8% degli atenei dichiara di offrire il servizio a livello di Facoltà ed il 58,3% a livello di Corso di studio. Interessante notare che i servizi di assistenza agli studenti stranieri ed agli studenti disabili sono prevalentemente offerti a livello di ateneo, anche se non mancano quelli che li offrono a livello di Facoltà: il servizio di assistenza agli studenti stranieri viene fornito a livello di Facoltà dal 43%, mentre il servizio di assistenza agli studenti disabili dal 47,2%; non è comunque da trascurare il fatto che ben il 13,9% degli atenei non offre ancora assistenza agli studenti disabili, a nessun livello, e l'8,3% non offre assistenza agli studenti stranieri.

Indicare per ognuno dei seguenti servizi a che livello sono offerti	Ateneo		Facoltà		Corso di Studio		Classi di Corso		A nessun livello	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Tutorato didattico	21	29,2	58	80,5	46	63,9	9	12,5	4	5,5
Counseling psicologico	42	58,3	12	16,7	6	8,3	2	2,8	25	34,7
Ass. studenti stranieri	57	79,2	31	43,0	16	22,2	2	2,8	6	8,3
Ass. studenti disabili	58	80,5	34	47,2	13	18,0	2	2,8	10	13,9
Stage e tirocini	59	81,9	51	70,8	42	58,3	5	6,9	1	1,4
Altro	9	12,5	3	4,2	3	4,2	0	0,0	63	87,5

Tab.12: Livello dell'offerta dei servizi relativi all'orientamento in itinere

Molte le iniziative realizzate per l'orientamento in itinere (Tab.13) da quasi tutti gli atenei. Tutti prevedono infatti un servizio di ascolto delle richieste degli studenti, forniscono informazioni sui servizi, sulle lezioni, sui calendari, sulle borse di studio e sui programmi Socrates ed Erasmus; in particolare, si segnala che l'88,9% garantisce un supporto nella compilazione dei piani di studio e il 79,2% fornisce informazioni su alloggi e servizi in città. Per diffondere le diverse iniziative, il 97,2% utilizza il web mentre il 51,4% mette a disposizione un numero verde.

<b>Iniziative realizzate per l'orientamento in itinere(risposta multipla)</b>	<b>N. atenei</b>	<b>%</b>
Ascolto richieste, spiegazione servizi, prima informazione, orari lezioni, calendari	72	100,0
Informazioni su borse di studio, programmi Socrates ed Erasmus	72	100,0
Aiuto per compilazione dei piani di studio	64	88,9
Informazioni su alloggi e servizi in città	57	79,2
Numero verde	37	51,4
Informazioni su web	70	97,2
Altro	18	25,0

**Tab.13:** Iniziative realizzate per l'orientamento in itinere

Per quanto riguarda il personale impegnato nell'orientamento in itinere (Tab.14) è importante sottolineare il coinvolgimento dei docenti di ruolo, previsto dal 79,2% degli atenei, con una media di 75 unità per ateneo, ma notevole è anche la partecipazione dei Manager Didattici nel 59,7% degli atenei, con una media di 4,6 unità per ateneo; la figura del Manager Didattico ha assunto quindi un ruolo cruciale all'interno degli atenei, come punto di riferimento sia per gli studenti sia per i docenti. Pochi (il 13,9%) gli atenei che hanno formato docenti specificamente per l'attività di orientamento. Alta la partecipazione degli studenti: il 38,9% degli atenei ha impiegato complessi-

vamente 1387 studenti in qualità di tutor, con una media di 57,8 unità.

<b>Personale impegnato nel tutorato didattico</b>	<b>Sì</b>	<b>%</b>	<b>N. rispondenti</b>	<b>%</b>	<b>N. complessivo</b>	<b>Media</b>
Docenti di ruolo	57	79,2	48	66,7	3583	74,6
Docenti di ruolo appositamente formati	10	13,9	6	8,3	95	15,8
Ricercatori	29	40,3	20	27,8	500	25
Dottorandi, borsisti, assegnisti	28	38,9	20	27,8	390	19,5
Studenti	28	38,9	24	33,3	1387	57,8
Manager didattico o assimilabile	43	59,7	39	54,2	181	4,6
Personale tecnico amministrativo	32	44,4	27	37,5	245	9,1
Altro	25	34,7	16	22,2	590	36,9

**Tab.14:** Personale impegnato stabilmente nel tutorato didattico

L'attività di tutorato didattico (Tab.15) é realizzata dalla stragrande maggioranza degli atenei, l'88,9%, attraverso incontri con i singoli studenti. Il 55,5% organizza corsi per il recupero dei debiti formativi, frequentati prevalentemente da studenti che aderiscono spontaneamente. Molti anche gli atenei che offrono corsi sulle metodologie di apprendimento e di studio (il 41,7%). Interessante notare anche come il 55,5% sia impegnato nella diffusione della didattica in rete per attutire soprattutto i disagi degli studenti lavoratori.

Tuttavia, si rileva al contempo che soltanto il 27,5% degli atenei che offrono corsi per il recupero dei debiti formativi conosce il numero degli studenti che li frequentano, e soltanto il 22,5% riporta tale numero: 9 atenei dichiarano, complessivamente, un numero di 2338 studenti, pari ad una media di 260 unità.

<b>Attività previste per il tutorato didattico</b>	<b>N. atenei</b>	<b>%</b>
Incontri con i singoli studenti	64	88,9
Corsi per il recupero dei debiti formativi	40	55,5
- gli studenti partecipano di propria iniziativa	26	65,0
- gli studenti vengono contattati dal tutore e invitati a partecipare	7	17,5
- altro	7	17,5
Corsi sulle metodologie di apprendimento e di studio	30	41,7
- gli studenti partecipano di propria iniziativa	21	70,0
- gli studenti vengono contattati dal tutore e invitati a partecipare	3	10,0
- altro	6	20,0
Didattica tutoriale a distanza	23	31,9
Didattica in rete	40	55,5
Altro	6	8,3

**Tab.15:** Attività previste per il tutorato didattico

Pur essendo numerosi gli atenei che mettono a disposizione degli studenti disabili risorse e servizi (Tab.16), non si può ancora affermare che le misure intraprese siano soddisfacenti: soltanto il 41,2% dispone, infatti, di mezzi di trasporto da destinare all'uso da parte dei disabili. Il 72,2% fornisce un servizio di tutorato didattico specifico; molto, ma ancora poco se si considera che ben il 13,9% degli atenei non offre agli studenti svantaggiati alcun tipo di assistenza (Tab.12).

<b>Servizi previsti per l'assistenza agli studenti disabili</b>	<b>N. atenei</b>	<b>%</b>
Mezzi di trasporto specifici	30	41,2
Materiale didattico specifico	43	59,7
Tutorato didattico specifico	52	72,2
Counseling psicologico specifico	34	47,2
Svolgimento di esami con ausili tecnici	45	62,5
Altro	25	34,7

**Tab.16:** Servizi previsti per l'assistenza agli studenti disabili

Si registra un incremento dei servizi offerti agli studenti stranieri rispetto all'anno precedente (Tab.17). Il 95,8% degli atenei fornisce, a questi studenti, informazioni di carattere generale e di carattere amministrativo, contro il 94,7% dello scorso anno; il 72,2% organizza corsi d'italiano ed il 44,4% fornisce un servizio di tutorato specifico.

Servizi previsti per l'assistenza agli studenti stranieri	N. atenei	%
Informazioni generali e di carattere amministrativo	69	95,8
Corsi di italiano	52	72,2
Tutorato didattico specifico	32	44,4
Counseling psicologico specifico	13	18,0
Altro	9	12,5

**Tab.17:** Servizi previsti per l'assistenza agli studenti stranieri

Ancora molti gli atenei che non svolgono indagini di customer satisfaction in itinere o non rispondono alla relativa domanda, quasi il 30% (Tab.18). Il 55,5% svolge indagini riguardanti gli stage e i tirocini, anche se con periodicità diversa: il 50% ogni qualvolta lo studente accede al servizio, il 30% saltuariamente, il 12,5% ogni 6 mesi ed il 2,5% ogni 2 o 3 mesi. Analogamente, per il tutorato didattico, il 43% degli atenei dichiara di svolgere indagini specifiche: il 41,9% dei quali saltuariamente, il 25,8% ogni 6 mesi e solo il 22,6% ogni qualvolta lo studente accede al servizio. Soltanto il 29,2% svolge indagini di customer satisfaction sul servizio di assistenza agli studenti disabili ed il 25% sul servizio di assistenza agli studenti stranieri. Più alta la percentuale di atenei che monitorano, attraverso apposite indagini, il servizio di counseling psicologico (31,9%).

È certamente da segnalare che la quasi totalità degli atenei (circa il 98%) che svolge almeno un tipo di indagine di customer satisfaction utilizza, poi, i risultati di tali indagini per il miglioramento dei servizi. Questo è un indicatore della maggiore consapevolezza di questo strumento, ini-

zionalmente utilizzato solo per prassi ma non per le sue potenzialità a supporto di interventi correttivi.

Servizi per i quali sono state realizzate indagini di Customer Satisfaction	Sì		Ogni qualvolta lo studente accede al servizio		Ogni 2 o 3 mesi		Ogni 6 mesi		Saltuariamente		Non specifica la periodicità
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.
Tutorato didattico	31	43,0	7	22,6	2	6,4	8	25,8	13	41,9	1
Counseling psicologico	23	31,9	12	52,2	3	13,0	3	13,0	5	21,7	0
Ass. studenti stranieri	18	25,0	7	38,9	2	11,1	4	22,2	5	27,8	0
Ass. studenti disabili	21	29,2	8	38,1	1	4,8	4	19,0	6	28,6	2
Stage e tirocini	40	55,5	20	50,0	1	2,5	5	12,5	12	30,0	2
Altro	18	25,0	6	33,3	3	16,7	3	16,7	2	11,1	4
Nessun servizio	14	19,4									
Non risponde	7	9,7									

**Tab.18:** Servizi per i quali sono state realizzate indagini di Customer Satisfaction

## ***Orientamento in uscita***

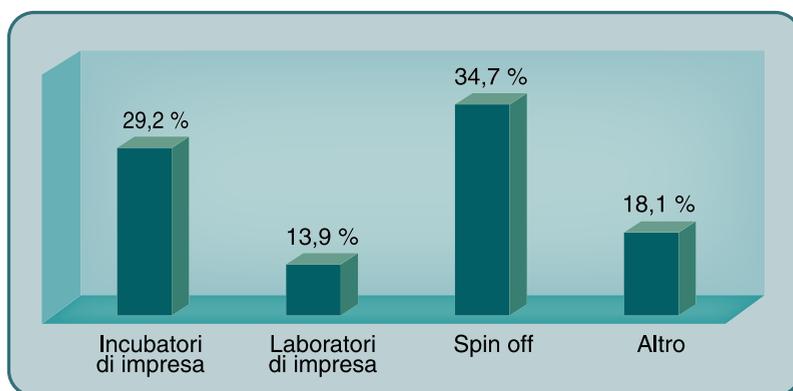
Anche per quanto riguarda l'orientamento in uscita, si riscontra la tendenza all'accentramento dei servizi offerti (Tab.19), nonostante la maggiore decentralizzazione registrata quest'anno, soprattutto per quanto riguarda l'organizzazione di stage e tirocini. Resta invece bassissima la percentuale di atenei che offre servizi di stage e placement progettati specificamente per le diverse aree disciplinari. Ciò potrebbe indicare uno scarso coinvolgimento delle classi di corso (Tab.4 e 12).

Indicare per ognuno dei seguenti servizi a che livello sono offerti	Ateneo		Facoltà		Corso di Studio		Classi di Corso	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Stage e tirocini	61	84,7	50	69,4	47	65,3	6	8,3
Placement	45	62,5	29	40,3	13	18,0	2	2,8
Altro	15	20,8	6	8,3	4	5,5	2	2,8

**Tab.19:** Livello dell'offerta dei servizi relativi all'orientamento in uscita

Di crescente interesse il dato relativo alla realizzazione di iniziative volte a ridurre la "distanza" tra l'Università ed il mondo del lavoro (Fig.5), che prevedono il coinvolgimento degli studenti in attività professionalizzanti come incubatori e laboratori d'impresa, spin off, etc.: il 34,7% degli atenei dichiara di aver promosso la realizzazione di spin off, il 29,2% di incubatori d'impresa, il 13,9% di laboratori d'impresa e il 18% di altri tipi di attività finalizzate allo scopo.

Oltre alla partecipazione attiva dell'Università nella professionalizzazione dei laureati, è da notare anche il notevole impegno degli atenei nelle diverse attività di orientamento (Tab.20): il 95,8% dichiara di svolgere un'attività di orientamento agli stage ed ai tirocini, l'87,5% orientamento verso i successivi livelli di studio, ossia la laurea specialistica, il dottorato, il master, etc., l'80,5% organizza incontri tra Università e imprese ed il 72,2% svolge attività di orientamento sulle diverse tecniche di ricerca del lavoro.



**Fig.5:** Iniziative promosse dall'ateneo per l'orientamento in uscita

Iniziative realizzate per l'orientamento in uscita	N. atenei	%
Orientamento relativo alla scelta della tesi di laurea	41	56,9
Orientamento verso successivi livelli di studio	63	87,5
- Lauree specialistiche	59	93,6
- Scuole di specializzazione	46	73,0
- Master di 1 e 2 livello	58	92,1
- Dottorati di ricerca	52	82,5
Orientamento verso stage e tirocini	69	95,8
Orientamento su tecniche di ricerca del lavoro	52	72,2
Incontri Università-Imprese	58	80,5
Altro	15	20,8

**Tab.20:** Attività previste per l'orientamento in uscita

Notevole la partecipazione degli studenti alle attività di stage e tirocini: l'88,9% degli atenei li coinvolge in tali attività (Tab.21), per un totale di 79.447 studenti, pari ad una media di 1241 unità. Tra questi atenei, il 67,2% dichiara di impegnare anche studenti non obbligati a svolgerle. L'83,3% degli atenei riesce a coinvolgere le aziende: 34171 aziende, pari ad una media di 569 unità.

Numero studenti coinvolti in stage e tirocini	Sì	%	N. complessivo	Media
Studenti coinvolti in stage/tirocini	64	88,9	79447	1241,4
- di cui non obbligatori	43	67,2	17406	404,8
Aziende coinvolte nelle attività di stage e tirocini	60	83,3	34171	569,5

**Tab.21:** Numero studenti coinvolti in stage e tirocini

Per quanto riguarda le indagini di customer satisfaction sui servizi di orientamento in uscita (Tab.22), è da notare che il 26,4% degli atenei non prevede alcun tipo di indagine ed il 12,5% non risponde; il 55,5% realizza indagini sul tutorato didattico, il 60% dei quali ogni volta che lo stu-

dente accede al servizio. Soltanto il 27,8% degli atenei svolge indagini riguardanti gli stage e i tirocini, solitamente in forma saltuaria. In ogni caso, gli atenei che hanno previsto almeno un'indagine di customer hanno poi utilizzato i risultati di tali rilevazioni ai fini del miglioramento delle proprie iniziative.

Servizi per i quali sono state realizzate indagini di Customer Satisfaction	Sì		Ogni qualvolta lo studente accede al servizio		Ogni 2 o 3 mesi		Ogni 6 mesi		Saltuariamente		Non specifica la periodicità
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.
Tutorato didattico	40	55,5	24	60,0	0	0,0	3	7,5	12	30,0	1
Stage e tirocini	20	27,8	5	25,0	1	5,0	3	15,0	10	50,0	1
Altro	14	19,4	6	42,8	0	0,0	1	7,1	3	21,4	4
Nessun servizio	19	26,4									
Non risponde	9	12,5									

**Tab.22:** Servizi per i quali sono state realizzate indagini di Customer Satisfaction

Importante l'aspetto informativo legato ai laureati. Il servizio di monitoraggio dei laureati prende il via, prevalentemente, dall'implementazione di una banca dati che raccoglie le informazioni rilevanti sul destino occupazionale e sulla carriera dei laureati stessi. L'87,5% degli atenei gestisce una Banca Dati dei laureati contenente informazioni aggiuntive rispetto a quelle di carattere amministrativo provenienti dalle segreterie studenti. Di questi (Tab.23), il 41,3% possiede una banca dati consorziate, il 34,9% gestisce autonomamente la banca dati ed il 22,2% possiede entrambi i tipi.

Tipologia Banca Dati	N. atenei	%
Gestita direttamente dall'ateneo	22	34,9
Consortziata	26	41,3
Entrambi i tipi	14	22,2
Non risponde	1	1,6
Totale	63	100,0

**Tabella 23:** Tipologia Banca Dati

Molto positivo il giudizio espresso dagli atenei sulle attività di orientamento: il 47,2% ritiene molto utili tali attività, il 48,6% abbastanza utili, soltanto il 4,2% ritiene tali attività di poca o nessuna utilità.

Valutazione sull'utilità delle attività di orientamento	N. atenei	%
Molto	34	47,2
Abbastanza	35	48,6
Poco	2	2,8
Per niente	1	1,4
Totale	72	100,0

**Tabella 24:** Valutazione sull'utilità delle attività di orientamento



## Analisi esplorativa

L'analisi descrittiva, certamente utile a sintetizzare lo "stato dell'arte" dell'orientamento nelle nostre Università, appiattisce le diversità legate a caratteristiche strutturali che, invece, non possono non condizionare le scelte strategiche derivanti dalle diverse realtà. Al fine di "filtrare" le tecniche adottate in relazione alla tipologia di struttura, è stata condotta un'analisi esplorativa che ha consentito di raggruppare i diversi atenei in base alle iniziative realizzate per le attività di orientamento. A questo scopo è stata utilizzata la *cluster analysis*, una tecnica di analisi multivariata che rientra tra quelle che hanno l'obiettivo di raggruppare le unità, nel nostro caso gli atenei, in classi omogenee, sulla base di un insieme di variabili, consentendo la semplificazione di una realtà che altrimenti risulterebbe estremamente complessa. Essendo una tecnica esplorativa di analisi dei dati, non si pretende che abbia una valenza prescrittiva né tanto meno esplicativa, ma può certamente servire per individuare aree critiche da approfondire in indagini future.

La cluster analysis si basa sull'utilizzo di indici di distanza, che misurano la vicinanza o l'omogeneità tra le unità, ciascuna delle quali è caratterizzata da  $p$  osservazioni su altrettante variabili. Esistono molte procedure che consentono di raggruppare unità e di formare classi; ognuna ha delle caratteristiche che la rendono opportuna in certe situazioni e non in altre. Ogni procedura è il risultato di diverse scelte operate in relazione a 3 punti fondamentali:

- 1** *Operazioni preliminari*: scelta delle unità e delle variabili.
- 2** *Indici di prossimità*: scelta di un indice di somiglianza o di distanza tra coppie di unità.
- 3** *Costruzione dei gruppi*: scelta dell'impostazione da adottare, della struttura delle classi, del criterio da ottimizzare.

Alcune scelte sono, ovviamente, collegate ad altre. Ad esempio, la scelta delle variabili è collegata a quella della misura di prossimità, che a sua volta influisce sulla costruzione dei gruppi.

In questo lavoro le unità sono rappresentate dai 70 atenei italiani che hanno aderito all'indagine e che hanno dichiarato di possedere una struttura centralizzata che si occupa delle attività di orientamento.

Per quanto riguarda la scelta delle variabili, che incide fortemente sulla definizione dei gruppi e rappresenta la parte più soggettiva della cluster analysis, si è deciso di inserirne alcune di tipo strutturale, tratte dagli archivi del MIUR, accanto ad altre relative all'orientamento ricavate dagli item del questionario utilizzato nell'indagine. Si è naturalmente avuto cura di selezionare soltanto quelle variabili che fossero attinenti allo scopo, che potessero cioè discriminare tra i gruppi, escludendo le variabili correlate, per evitare la ridondanza delle informazioni e soprattutto la distorsione nel calcolo della misura della distanza tra i gruppi, e le variabili di disturbo, che, presentando una distribuzione omogenea sulle unità, avrebbero potuto mascherare il contributo di quelle rilevanti.

Trattandosi di variabili misurate su scale diverse, si è decisa la trasformazione di alcune di esse al fine di ottenere un insieme di variabili il più omogeneo possibile e, al contempo, di sacrificare la minor informazione possibile. Così, ad esempio, invece di utilizzare singolarmente le variabili relative alle iniziative realizzate per l'orientamento in ingresso (rilevazione delle lacune formative (Sì/No), corsi di azzeramento delle lacune formative (Sì/No), organizzazione di eventi e manifestazioni (Sì/No), etc.), si è deciso di considerarne la somma, costruendo la variabile "numero di iniziative realizzate per l'orientamento in ingresso". In questo modo si è persa l'informazione legata al tipo di iniziativa nella fase di costruzione dei gruppi, ma tale informazione, "trascurata" nella prima fase, è stata recuperata nella fase successiva di analisi dettagliata, all'interno dei singoli gruppi, delle iniziative realizzate dagli atenei. Si è deciso, altresì, di procedere ad una prelimi-

nare suddivisione in classi di alcune variabili di "struttura" (quali, ad esempio, il numero di iscritti, la quantità di risorse finanziarie impiegate, etc.), di altre variabili metriche (quali, ad esempio, il n° di aziende coinvolte in stage e tirocini) e degli indicatori utilizzati.

Le variabili e gli indicatori utilizzati sono, quindi:

- numero di iscritti;
- tipo di ateneo: statale, non statale, politecnico, scuola superiore;
- localizzazione geografica dell'ateneo: centro, nord o sud;
- presenza della facoltà di medicina, che può essere interpretata come *proxy* dell'obbligatorietà, da parte degli atenei, dell'organizzazione di stage e tirocini (tali attività sono, infatti, obbligatorie nelle suddette facoltà);
- rapporto tra il numero di immatricolati nell'anno accademico corrente ed il numero di immatricolati nell'anno accademico precedente, che può essere interpretato come *proxy* dell'efficacia dell'orientamento in ingresso;
- numero di anni intercorsi dall'istituzione della struttura di ateneo organizzata per l'orientamento;
- indicatore di impegno in termini di risorse umane nella struttura per l'orientamento: costruito come rapporto tra la sommatoria delle persone impegnate nella struttura, ponderata sulla base del tipo di impegno (personale impiegato a tempo indeterminato e personale impiegato a tempo determinato) e la sommatoria, non ponderata, delle persone impegnate nella struttura;
- impegno finanziario per l'orientamento (percentuale di risorse destinate all'orientamento sul totale delle risorse finanziarie dell'ateneo);
- varietà dei canali utilizzati per il reperimento di fondi destinati all'attività di orientamento (fondi ordinari sul bilancio di ateneo, fondi ministeriali specifici, fondi derivanti da collaborazioni con enti esterni, fondi legati a progetti, fondi europei, fondi provenienti da enti locali e fondi provenienti da sponsorizzazioni da parte di privati);
- numero di soggetti coinvolti nelle attività di orientamento (strutture

- amministrative di ateneo, scuole medie superiori, enti territoriali locali, aziende, aziende per il diritto allo studio);
- numero di iniziative realizzate per l'orientamento in ingresso (rilevazione delle lacune formative, eventi e manifestazioni, accoglienza alle matricole, etc.);
  - coinvolgimento degli insegnanti delle scuole superiori nella definizione di iniziative per l'orientamento in ingresso;
  - collocazione geografica delle scuole superiori coinvolte nelle attività di orientamento (provincia in cui ha sede l'ateneo, intera regione in cui ha sede l'ateneo, altre regioni);
  - numero di strumenti di comunicazione utilizzati per l'orientamento in ingresso (materiale informativo su supporto cartaceo, materiale multimediale, guida dello studente, informazioni sul web, articoli su quotidiani, spazi pubblicitari, etc.);
  - numero di servizi per i quali sono state realizzate indagini di customer satisfaction;
  - numero di iniziative realizzate per l'orientamento in itinere (ascolto richieste, informazioni varie, numero verde, informazioni sul web, etc.);
  - numero di servizi messi a disposizione per l'attività di tutorato didattico (incontri con i singoli studenti, corsi per il recupero dei debiti formativi, corsi sulle metodologie di apprendimento e di studio, etc.);
  - numero di servizi messi a disposizione degli studenti disabili (mezzi di trasporto specifici, materiale didattico specifico, tutorato didattico specifico, counseling psicologico, etc.);
  - numero di servizi messi a disposizione degli studenti stranieri (informazioni generali e di carattere amministrativo, corsi di italiano, tutorato didattico specifico, counseling psicologico, etc.);
  - numero di iniziative realizzate per l'orientamento in uscita (orientamento nella scelta della tesi di laurea, verso successivi livelli di studio, verso stage e tirocini, su tecniche di ricerca del lavoro, etc.);
  - numero di iniziative realizzate per promuovere un maggiore raccordo tra università e mondo del lavoro (incubatori d'impresa, spin off, etc.);

- numero di aziende coinvolte in attività di stage e tirocini.

Individuate le variabili, l'omogeneità dei gruppi può essere valutata tramite una misura del grado di vicinanza tra le unità, detta "indice di prossimità", che dipende dalla scala di misura delle variabili. Ad ogni indice di prossimità è associato un ordinamento delle coppie di unità. In questo caso, è stata utilizzata come misura di prossimità la distanza massima. Definito l'indice, si è passati all'individuazione dei gruppi attraverso un metodo gerarchico. Tale metodo, a differenza di altri che conducono all'individuazione di un'unica partizione dell'insieme delle unità, consente di ottenere diverse partizioni a seconda del livello al quale viene tagliato l'*albero*, ossia il grafo (dendrogramma) che rappresenta la relazione di inclusione tra le classi della gerarchia. Esso ha il vantaggio, producendo più di un raggruppamento, di permettere di studiare diverse strutture possibili per i dati, con un numero diverso di gruppi.

In particolare, si è utilizzata una procedura gerarchica agglomerativa, che si distingue dalla procedura divisiva per il fatto che si basa su aggregazioni successive delle unità più omogenee a partire dalle unità singole, mentre l'altra si basa sulla separazione delle unità più disomogenee a partire dall'intero insieme delle unità.

Per quanto riguarda l'indice di aggregazione dei gruppi si è fatto riferimento al metodo del legame medio, che si basa sulla distanza media tra i gruppi.

Dall'analisi, condotta in base ai criteri sopra indicati, sono stati individuati sei cluster, e quindi sei tipologie di atenei. Non esistendo criteri oggettivi per determinare il numero dei gruppi, si è deciso di tagliare il dendrogramma in corrispondenza del massimo salto tra i livelli di distanza a cui sono avvenute le aggregazioni.

Diversi sono gli aspetti che discriminano tra questi gruppi di atenei, tra i quali principalmente: la dimensione, la localizzazione geografica, la sensibilità al problema delle persone con disabilità, l'accoglienza nei confronti degli studenti stranieri e l'azione di raccordo tra mondo accademico e mondo del lavoro.

Alcuni aspetti, riscontrabili in tutti i suddetti gruppi, e ritenuti di notevole interesse sono: la realizzazione di molteplici iniziative per l'orientamento in ingresso (rilevazione delle lacune formative e corsi di azzeramento di tali lacune, 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, test di orientamento), per l'orientamento in itinere (ascolto richieste, indicazioni e spiegazione servizi, prima informazione, orari lezioni, calendari, informazioni su borse di studio, programmi Socrates ed Erasmus, aiuto per compilazioni dei piani di studio, informazioni su alloggi e servizi in città, numero verde, informazioni su web), per l'orientamento in uscita (orientamento relativo alla scelta della tesi di laurea, verso successivi livelli di studio, verso stage e tirocini, su tecniche di ricerca del lavoro, incontri tra Università e imprese), e l'uso di canali di comunicazione, non solo tradizionali, quali brochure su supporto cartaceo, guida dello studente, articoli su quotidiani e spazi pubblicitari, ma anche innovativi, quali: materiale multimediale, numero verde e siti web.

Prima di presentare un prospetto riassuntivo di ogni cluster individuato, è utile evidenziare alcune considerazioni di sintesi, emerse dal confronto tra i vari gruppi, sulle attività di orientamento nelle università italiane.

- Gli atenei di dimensioni medio-grandi impiegano una percentuale di risorse inferiore alla media (primo, secondo, quinto e sesto cluster) mentre gli atenei medio-piccoli una quota superiore alla media (terzo e quarto cluster). Questo comportamento di spesa, tuttavia, non sempre è seguito da una coerente erogazione di servizi.
- Diffusa la partecipazione delle aziende in attività di stage e tirocini nella maggioranza degli atenei, anche se non mancano, all'interno di ciascun gruppo, quelli che ancora non ricorrono a tale tipo di iniziativa per avvicinare gli studenti al mondo del lavoro.
- Molti gli atenei che realizzano incubatori d'impresa; ancora una

volta sono gli atenei di piccole dimensioni quelli che hanno maggiori difficoltà ad attuare iniziative di questo tipo (terzo e quarto cluster). Analogamente, i laboratori d'impresa vengono realizzati dai grandi atenei (primo cluster), mentre gli spin-off, prevalentemente, dagli atenei di dimensioni medie (secondo, quinto e sesto cluster).

- Forte è il coinvolgimento degli enti territoriali e delle aziende nelle attività di orientamento in quasi tutte le realtà esaminate; soltanto i piccoli atenei mostrano una evidente difficoltà in tale ambito (terzo cluster).
- La partecipazione, nell'azione di orientamento, delle scuole medie superiori della provincia e della regione sembra un dato ormai acquisito; molti gli atenei, soprattutto quelli di medie dimensioni, che estendono la loro azione anche al di fuori della regione in cui ha sede l'ateneo (quinto cluster).
- La definizione delle iniziative di orientamento vede coinvolti gli insegnanti delle scuole medie superiori quasi ovunque. I piccoli atenei, anche in questo caso, sembrano avere maggiori difficoltà, probabilmente anche per la carenza di personale impegnato in tali attività (terzo cluster).
- L'attenzione nei confronti degli studenti disabili risulta abbastanza elevata in quasi tutte le tipologie di ateneo esaminate; anche in questo caso, sono i piccoli atenei ad essere in controtendenza, nonostante la quota di risorse finanziarie utilizzate sia superiore alla media: probabilmente, per l'esiguità di casi di questo tipo, il tema non viene avvertito come prioritario (terzo cluster).
- Notevole l'apertura e la disponibilità nei confronti degli studenti stranieri da parte di tutte le tipologie di ateneo.

Di seguito si riportano le schede dei 6 cluster individuati, da leggersi riferendosi ad un criterio di prevalenza, piuttosto che di totalità, delle caratteristiche degli atenei che appartengono al gruppo di riferimento.

*Primo cluster*

<b>Principali caratteristiche</b>	
<b>Numero di Atenei appartenenti al cluster</b>	4
<b>Localizzazione geografica</b>	-
<b>Tipologia</b>	Statali
<b>Dimensioni</b>	Grandi (media iscritti: 102.474)
<b>Istituzione struttura per l'orientamento</b>	2 Atenei prima della riforma, 2 Atenei dopo la riforma
<b>Risorse umane</b>	63 unità in media, prevalentemente a tempo indeterminato
<b>Risorse finanziarie</b>	Inferiore all'1% (media 0,16%)
<b>Tipologia di fondi impiegati</b>	Fondi ordinari sul bilancio di Ateneo, fondi Ministeriali, fondi legati a progetti, fondi provenienti da Enti locali
<b>Soggetti coinvolti nell'attività di orientamento</b>	Facoltà, Corsi di studio, Strutture amministrative, Scuole medie superiori, Enti territoriali e, 2 Atenei su 4, Aziende
<b>Indagini di customer satisfaction</b>	2 Atenei svolgono diversi tipi di indagini in ingresso, in itinere ed in uscita, 2 Atenei non svolgono alcun tipo di indagine
<b>Tutorato didattico</b>	Svolgono diverse attività, tra cui: incontri con i singoli studenti, didattica tutoriale a distanza e didattica in rete
<b>Assistenza studenti disabili</b>	Sensibili al problema: mettono a disposizione diversi servizi, quali materiale didattico, tutorato didattico, ausili tecnici per lo svolgimento degli esami, 2 Atenei counseling psicologico e 2 Atenei mezzi di trasporto
<b>Assistenza studenti stranieri</b>	Accoglienti: forniscono informazioni di carattere generale, tengono corsi di Italiano, 2 Atenei svolgono una specifica attività di tutorato didattico e 2 forniscono il servizio di counseling psicologico
<b>Raccordo Università-Imprese</b>	Promuovono incubatori e laboratori d'impresa
<b>Coinvolgimento di aziende in stage e tirocini</b>	3.483 aziende, in media

Si tratta dei maggiori Atenei italiani, indipendentemente dalla loro collocazione territoriale. Sono caratterizzati da una particolare sensibilità al tema dell'orientamento, come alcuni dati evidenziano: il coinvolgimento nelle attività di orientamento di soggetti anche esterni al mondo dell'università, come Enti territoriali ed Aziende; il coinvolgimento nella definizione delle iniziative di orientamento degli insegnanti delle scuole medie superiori; il coinvolgimento nell'azione di orientamento di scuole medie superiori non solo della provincia in cui ha sede l'Ateneo, ma anche dell'intera regione.

Gli Atenei appartenenti a questo gruppo si distinguono, inoltre, per l'attenzione nei confronti degli studenti disabili, a disposizione dei quali mettono servizi specifici, quali mezzi di trasporto, materiale didattico, tutorato didattico, counseling psicologico, ausili tecnici per lo svolgimento degli esami; notevole anche l'apertura e la disponibilità nei confronti degli studenti stranieri, per i quali garantiscono un servizio informativo specifico, il supporto di tutor didattici e corsi di italiano.

Si tratta di Atenei che promuovono la realizzazione di incubatori e laboratori d'impresa, anche se risulta piuttosto eterogeneo il livello di coinvolgimento delle aziende in attività di stage e tirocini: 2 Atenei, sui 4 appartenenti al gruppo, coinvolgono le aziende in tali attività, con una media di 3.483 aziende per Ateneo.

*Secondo cluster*

<b>Principali caratteristiche</b>	
<b>Numero di Atenei appartenenti al cluster</b>	12
<b>Localizzazione geografica</b>	Nord
<b>Tipologia</b>	Statali
<b>Dimensioni</b>	Medio-grandi (media iscritti: 46.816)
<b>Istituzione struttura per l'orientamento</b>	Prima della riforma
<b>Risorse umane</b>	83 unità in media, prevalentemente tempo indeterminato
<b>Risorse finanziarie</b>	Inferiore all'1% (media 0,28%)
<b>Tipologia di fondi impiegati</b>	Fondi ordinari sul bilancio di Ateneo, fondi Ministeriali, ma anche fondi legati a progetti (il 50% degli Atenei)
<b>Soggetti coinvolti nell'attività di orientamento</b>	Facoltà, Corsi di studio, Strutture amministrative, Scuole medie superiori, Enti territoriali e il 50% Aziende
<b>Indagini di customer satisfaction</b>	Svolgono differenti tipi di indagini in ingresso, in itinere e in uscita
<b>Tutorato didattico</b>	Svolgono diverse attività, tra cui: incontri con i singoli studenti, corsi per il recupero dei debiti formativi, corsi sulle metodologie di apprendimento e di studio, didattica tutoriale a distanza e didattica in rete
<b>Assistenza studenti disabili</b>	Sensibili al problema: mettono a disposizione diversi servizi, quali materiale didattico, tutorato didattico, ausili tecnici per lo svolgimento degli esami, counseling psicologico e mezzi di trasporto
<b>Assistenza studenti stranieri</b>	Abbastanza accoglienti: forniscono informazioni di carattere generale, tengono corsi di Italiano e il 50% svolge una specifica attività di tutorato didattico
<b>Raccordo Università-Imprese</b>	Promuovono spin-off ed il 42% incubatori d'impresa
<b>Coinvolgimento di aziende in stage e tirocini</b>	1.116 aziende, in media

Di dimensioni medio-grandi, gli Atenei appartenenti a questo gruppo sono collocati per due terzi nel nord e per un terzo nel sud.

Notevole l'impegno degli Atenei di questo gruppo per coinvolgere anche soggetti esterni al mondo accademico: Enti territoriali ed Aziende nelle attività di orientamento, insegnanti delle scuole medie superiori nella definizione delle iniziative da intraprendere, scuole medie superiori non esclusivamente della provincia in cui ha sede l'Ateneo, ma anche dell'intera regione, nella loro realizzazione.

Tale gruppo di Atenei si distingue, inoltre, per la particolare sensibilità nei confronti degli studenti disabili, mettendo a loro disposizione servizi specifici, quali mezzi di trasporto, materiale didattico, tutorato didattico, counseling psicologico, ausili tecnici per lo svolgimento degli esami; discreta l'apertura e la disponibilità nei confronti degli studenti stranieri, per i quali, oltre a mettere a disposizione un servizio informativo specifico, vengono organizzati anche corsi di italiano e vengono messi a disposizione tutor didattici.

Si tratta di Atenei che promuovono iniziative come spin off e, in parte (il 42% degli Atenei), incubatori d'impresa, e che coinvolgono, in media, 1.116 aziende in attività di stage e tirocini.

*Terzo cluster*

<b>Principali caratteristiche</b>	
<b>Numero di Atenei appartenenti al cluster</b>	22
<b>Localizzazione geografica</b>	-
<b>Tipologia</b>	Statali e non statali
<b>Dimensioni</b>	Piccoli (media iscritti: 8.601)
<b>Istituzione struttura per l'orientamento</b>	Il 50% prima della riforma, il 50% dopo la riforma
<b>Risorse umane</b>	9 unità in media, a tempo determinato e indeterminato
<b>Risorse finanziarie</b>	Superiore all'1% (media 1,05%)
<b>Tipologia di fondi impiegati</b>	Fondi ordinari sul bilancio di Ateneo, il 32% fondi Ministeriali, il 27% fondi legati a progetti
<b>Soggetti coinvolti nell'attività di orientamento</b>	Facoltà, Corsi di studio, Strutture amministrative, Scuole medie superiori, il 32% Enti territoriali e il 50% Aziende
<b>Indagini di customer satisfaction</b>	La maggior parte degli Atenei non svolge alcun tipo di indagine in ingresso, in itinere e in uscita
<b>Tutorato didattico</b>	Svolgono poche attività, prevalentemente, incontri con i singoli studenti e circa il 32% didattica in rete
<b>Assistenza studenti disabili</b>	Non molto sensibili al problema: solo il 41% degli Atenei mette a disposizione tutorato didattico specifico; pochissimi (circa il 13%) gli Atenei che forniscono il servizio di counseling psicologico, mezzi di trasporto, materiale didattico e ausili tecnici per lo svolgimento degli esami
<b>Assistenza studenti stranieri</b>	Discretamente accoglienti: forniscono informazioni di carattere generale e tengono corsi di Italiano
<b>Raccordo Università-Imprese</b>	Non promuovono la realizzazione di incubatori d'impresa e laboratori d'impresa; solo il 18% promuove la realizzazione di spin-off
<b>Coinvolgimento di aziende in stage e tirocini</b>	145 aziende, in media

Più difficile la caratterizzazione di questo gruppo che risulta essere piuttosto eterogeneo; vi appartengono, infatti, sia Atenei statali che non statali; si tratta, per lo più, di Atenei di piccole dimensioni dislocati su tutto il territorio nazionale; in particolare, gli Atenei statali sono per lo più collocati al centro-sud, quelli non statali al centro-nord.

Questi Atenei destinano, per le attività di orientamento, una quota di risorse finanziarie superiore alla media; in particolare, si nota una differenza tra Atenei statali, non statali e scuole superiori: gli Atenei statali impiegano, in media, lo 0,49% delle risorse finanziarie di Ateneo, gli Atenei non statali l'1,60% e le scuole superiori il 2,21%.

L'aspetto contraddittorio che meriterebbe un approfondimento, magari attraverso un'indagine *ad hoc*, è che questo "impegno finanziario" non sembrerebbe correlato ad un altrettanto consistente impegno in termini di attività.

Trattandosi di Università piccole o di tipologie di "nicchia" (Scuole superiori, Università per stranieri), probabilmente, le loro attività a supporto della didattica, che normalmente rientrano nelle attività di orientamento, fanno parte della mission dell'Ateneo, sono già acquisite e quindi non sono state specificamente inserite in un questionario sulle attività di orientamento.

Tuttavia, dall'analisi condotta emerge che questo gruppo di Atenei sembra avere qualche difficoltà a coinvolgere nelle attività di orientamento soggetti esterni al mondo universitario, quali Enti territoriali ed Aziende.

Soltanto il 50% circa degli Atenei che appartengono a questo gruppo coinvolge, nella definizione delle iniziative di orientamento, gli insegnanti delle scuole medie superiori; per quanto riguarda, invece, il coinvolgimento, nell'azione di orientamento, delle scuole medie superiori, tali Atenei estendono la propria azione anche al di fuori della provincia in cui ha sede l'Ateneo, vale a dire la regione, e talvolta (nel 14% dei casi) anche al di fuori della regione.

Sembra, inoltre, che questo gruppo di Atenei mostri una minore atten-

zione nei confronti delle esigenze degli studenti disabili, a disposizione dei quali vengono messi, molto sporadicamente, soltanto alcuni servizi specifici, prevalentemente il tutorato didattico (41% degli Atenei); si evidenzia, invece, una discreta apertura nei confronti degli studenti stranieri, per i quali, viene messo a disposizione un servizio informativo specifico e vengono organizzati corsi di italiano.

Infine, non sembrerebbe emergere un significativo impegno nella realizzazione di incubatori d'impresa e spin off, anche se, data la ridotta dimensionalità degli Atenei, diventa rilevante il coinvolgimento delle aziende in attività di stage e tirocini (in media, 145 aziende per Ateneo; nel calcolo di tale media non sono stati considerati 4 Atenei che non coinvolgono alcuna azienda).

## Quarto cluster

Principali caratteristiche	
Numero di Atenei appartenenti al cluster	14
Localizzazione geografica	Nord-Sud
Tipologia	Statali
Dimensioni	Medio-piccoli (media iscritti: 14.248)
Istituzione struttura per l'orientamento	Il 50% prima della riforma, il 50% dopo la riforma
Risorse umane	18 unità in media, prevalentemente a tempo indeterminato
Risorse finanziarie	Superiore all'1% (media 1,03%)
Tipologia di fondi impiegati	Fondi ordinari sul bilancio di Ateneo, il 50% fondi legati a progetti
Soggetti coinvolti nell'attività di orientamento	Facoltà, Corsi di studio, Strutture amministrative, Scuole medie superiori, Enti territoriali e Aziende
Indagini di customer satisfaction	Svolgono svariate indagini in ingresso, in itinere e in uscita
Tutorato didattico	Svolgono qualche attività, prevalentemente incontri con i singoli studenti, il 50% corsi per il recupero dei debiti formativi e il 43% didattica in rete
Assistenza studenti disabili	Discretamente sensibili al problema: mettono a disposizione tutorato didattico specifico, materiale didattico, ausili tecnici per lo svolgimento degli esami, circa il 50% counseling psicologico
Assistenza studenti stranieri	Abbastanza accoglienti: forniscono informazioni di carattere generale, tengono corsi di Italiano e svolgono una specifica attività di tutorato didattico
Raccordo Università-Imprese	Non promuovono la realizzazione di incubatori d'impresa, laboratori d'impresa e spin-off
Coinvolgimento di aziende in stage e tirocini	310 aziende, in media

Gruppo composto, prevalentemente, da Atenei statali, di dimensioni medio-piccole, di collocazione geografica eterogenea, prevalentemente nord e sud. Gli Atenei del gruppo mostrano una particolare sensibilità al tema dell'orientamento, come emerge dal coinvolgimento:

- nelle attività di orientamento, di soggetti anche esterni al mondo dell'università, quali Enti territoriali ed Aziende,
- nella definizione delle iniziative di orientamento, degli insegnanti delle scuole medie superiori;
- nell'azione di orientamento, delle scuole medie superiori, non solo della provincia in cui ha sede l'Ateneo, ma anche dell'intera regione, e in qualche caso (il 14% degli Atenei) anche esterne alla regione.

È possibile, inoltre, distinguere questi Atenei per una discreta sensibilità nei confronti degli studenti disabili, a disposizione dei quali vengono messi diversi servizi specifici, tra i quali, in prevalenza: materiale didattico specifico, tutorato didattico, ausili tecnici per lo svolgimento degli esami, in parecchi casi (il 43% degli Atenei) anche counseling psicologico; discreta anche l'apertura nei confronti degli studenti stranieri, ai quali sono offerti un servizio informativo specifico, un servizio di tutorato didattico e corsi di italiano.

Si tratta di Atenei che, in prevalenza, non promuovono iniziative come incubatori o laboratori d'impresa e spin off, ma che coinvolgono, in media, 310 aziende in attività di stage e tirocini. Un solo Ateneo di questo gruppo non coinvolge alcuna azienda, promuovendo comunque la realizzazione di laboratori e incubatori d'impresa, attraverso la collaborazione con enti pubblici territoriali. Questo può diventare un interessante esempio se si considera che spesso le università penalizzate dal territorio per l'organizzazione di stage e tirocini, trascurano proprio di coinvolgere gli enti locali in questo tipo di attività.

## Quinto cluster

Principali caratteristiche	
Numero di Atenei appartenenti al cluster	9
Localizzazione geografica	Centro-nord
Tipologia	Statali
Dimensioni	Medi (media iscritti: 23.204)
Istituzione struttura per l'orientamento	Prima della riforma
Risorse umane	21 unità in media, prevalentemente a tempo indeterminato
Risorse finanziarie	Inferiore all'1% (media 0,40%)
Tipologia di fondi impiegati	Fondi ordinari sul bilancio di Ateneo, fondi Ministeriali
Soggetti coinvolti nell'attività di orientamento	Facoltà, Corsi di studio, Strutture amministrative, Scuole medie superiori, Enti territoriali e il 56% Aziende
Indagini di customer satisfaction	Svolgono qualche indagine in ingresso, in itinere e in uscita
Tutorato didattico	Svolgono svariate attività, tra cui: incontri con i singoli studenti, corsi per il recupero dei debiti formativi, didattica in rete e circa il 50% corsi sulle metodologie di apprendimento e di studio
Assistenza studenti disabili	Sensibili al problema: mettono a disposizione diversi servizi, quali materiale didattico, tutorato didattico, ausili tecnici per lo svolgimento degli esami, counseling psicologico e mezzi di trasporto
Assistenza studenti stranieri	Poco accoglienti: forniscono informazioni di carattere generale, il 50% tiene corsi di Italiano e il 50% svolge una specifica attività di tutorato didattico
Raccordo Università-Imprese	Non promuovono la realizzazione di laboratori d'impresa; il 44% promuove incubatori d'impresa e spin-off
Coinvolgimento di aziende in stage e tirocini	221 aziende, in media

A questo gruppo appartengono Atenei statali di medie dimensioni collocati prevalentemente al centro-nord, che mostrano una particolare sensibilità al tema dell'orientamento, soprattutto per quanto riguarda il coinvolgimento di soggetti anche esterni al mondo dell'università, quali Enti territoriali ed Aziende; degli insegnanti delle scuole medie superiori; delle scuole medie superiori, non solo della propria provincia e della propria regione, ma anche di altre regioni.

Il gruppo si distingue, inoltre, per il notevole impegno nei confronti degli studenti disabili, a disposizione dei quali vengono messi vari servizi specifici: mezzi di trasporto, materiale didattico, tutorato didattico, counseling psicologico e ausili tecnici per lo svolgimento degli esami. Per quanto riguarda i servizi a disposizione degli studenti stranieri, gli Atenei appartenenti a questo gruppo si limitano, prevalentemente, a fornire informazioni di carattere generale ed amministrativo, anche se molti organizzano corsi d'italiano (55%) e servizi di tutorato didattico (44%).

Si tratta di Atenei che non promuovono la realizzazione di laboratori d'impresa, ma che, nel 44% dei casi, realizzano incubatori d'impresa e spin off. Soltanto 4 Atenei, sui 9 appartenenti al gruppo, coinvolgono le aziende in attività di stage e tirocini, con una media di 221 aziende per Ateneo.

## Sesto cluster

Principali caratteristiche	
Numero di Atenei appartenenti al cluster	9
Localizzazione geografica	Nord
Tipologia	Statali
Dimensioni	Medio-piccoli (media iscritti: 15.490)
Istituzione struttura per l'orientamento	Prima della riforma
Risorse umane	14 unità in media, prevalentemente a tempo indeterminato
Risorse finanziarie	Inferiore all'1% (media 0,31%)
Tipologia di fondi impiegati	Fondi ordinari sul bilancio di Ateneo, fondi Ministeriali, fondi legati a progetti, il 44% fondi derivanti da collaborazioni con enti esterni, il 44% fondi europei e il 44% fondi provenienti dagli enti locali
Soggetti coinvolti nell'attività di orientamento	Facoltà, Corsi di studio, Strutture amministrative, Scuole medie superiori, Enti territoriali e Aziende
Indagini di customer satisfaction	Svolgono qualche indagine in ingresso, in itinere e in uscita
Tutorato didattico	Svolgono differenti attività, tra cui: incontri con i singoli studenti, corsi per il recupero dei debiti formativi, corsi sulle metodologie di apprendimento e di studio, didattica in rete e circa il 50% didattica tutoriale a distanza
Assistenza studenti disabili	Sensibili al problema: mettono a disposizione diversi servizi, quali materiale didattico, tutorato didattico, ausili tecnici per lo svolgimento degli esami, counseling psicologico e mezzi di trasporto
Assistenza studenti stranieri	Discretamente accoglienti: forniscono informazioni di carattere generale e tengono corsi di Italiano
Raccordo Università-Imprese	Non promuovono la realizzazione di laboratori d'impresa; il 55% promuove incubatori d'impresa e il 44% spin-off
Coinvolgimento di aziende in stage e tirocini	635 aziende, in media

A questo gruppo appartengono, prevalentemente, Atenei statali, di medio-piccole dimensioni collocati al nord Italia, che mostrano una particolare sensibilità al tema dell'orientamento. Segnali di tale impegno sono, ad esempio, il coinvolgimento nelle attività di orientamento di soggetti anche esterni al mondo dell'università, quali Enti territoriali ed Aziende; il coinvolgimento nella definizione delle iniziative di orientamento, degli insegnanti delle scuole medie superiori; il coinvolgimento nell'azione di orientamento delle scuole medie superiori non solo della provincia in cui ha sede l'Ateneo, ma anche dell'intera regione, e in qualche caso (il 33% degli Atenei) anche esterne alla regione.

Il gruppo si distingue, inoltre, per la notevole sensibilità nei confronti degli studenti disabili, ai quali sono offerti servizi specifici, quali mezzi di trasporto, materiale didattico, tutorato didattico, counseling psicologico e ausili tecnici per lo svolgimento degli esami; e per la discreta apertura nei confronti degli studenti stranieri, per i quali mettono a disposizione, in prevalenza, un servizio informativo specifico e organizzano corsi di italiano.

Si tratta di Atenei che per lo più non promuovono la realizzazione di laboratori d'impresa, ma nella misura del 55% realizzano incubatori d'impresa e del 44% spin off e che coinvolgono, in media, 635 aziende in attività di stage e tirocini.

# **ALLEGATO**

## *Indagine sulle iniziative di Orientamento*

### *Anno Accademico 2002/2003*

Il presente questionario intende raccogliere a scopo conoscitivo le iniziative di Orientamento nelle Università italiane e le loro caratteristiche organizzative. La disponibilità e la conseguente diffusione di tali dati dovrebbe stimolare, attraverso il confronto, eventuali collaborazioni, emulazione di iniziative e la identificazione di eventuali modelli di riferimento da trasferire ed adattare ai diversi contesti sociali, culturali ed economici in cui operano i vari Atenei.

Nella compilazione è da tenere presente che i dati si devono riferire all'anno accademico indicato nell'intestazione e che il questionario è progettato per rilevare sia le iniziative gestite centralmente dagli Atenei, sia quelle promosse dalle Facoltà e dai singoli corsi di laurea. Ciò per poter fornire un quadro, seppure non esaustivo, delle iniziative di orientamento in atto nella globalità del sistema universitario.

Nella sezione A, Organizzazione dell'orientamento, si richiedono alcune grandezze che caratterizzano sinteticamente l'ateneo. Le restanti sezioni B, C, e D sono focalizzate sulle specifiche iniziative delle fasi di orientamento in ingresso, in itinere ed in uscita. La scelta di tale separazione è solo strumentale, ben sapendo che nell'azione dell'Orientamento tutte le iniziative sono tra loro intrecciate e non delimitabili.

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

- A) Organizzazione dell'Orientamento** - per individuare, quantitativamente e qualitativamente, le risorse destinate da ogni Ateneo e le modalità organizzative.
- B) Orientamento in ingresso** - rivolto agli studenti nel passaggio dalla Scuola all'Università. Azioni di sostegno nella scelta dei percorsi formativi.
- C) Orientamento in itinere** - rivolto agli studenti iscritti. Azioni di assistenza nella pianificazione degli studi, tutorato ed indirizzo sino al completamento del corso di studio.
- D) Orientamento in uscita** - rivolto ai laureandi e neolaureati nel passaggio dall'Università al mondo del lavoro, per favorirne l'inserimento in coerenza con gli studi svolti.

## 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 2002/2003	
Lauree specialistiche attive nell'a.a 2002/2003	
Studenti iscritti nel complesso nell'ateneo nell'a.a. 2002/2003	
Personale tecnico-amministrativo in servizio al 31/12/2002	
Personale docente di ruolo al 31/12/2002	

### a.2 Esistenza di una struttura di ateneo organizzata per l'orientamento (sì/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 Inserisci il sito web gestito dalla struttura .....**

### a.5 Personale tecnico-amministrativo impegnato nell'orientamento (a.a. 2002/2003)

	Indicare il numero
Personale tecnico amministrativo a tempo indeterminato impiegato esclusivamente nella struttura per l'orientamento	
Personale tecnico amministrativo tempo determinato impiegati esclusivamente nella struttura per l'orientamento	
Unità lavorative impiegate in maniera non esclusiva nella struttura per l'orientamento	

### a.5.a Altro personale impegnato nell'orientamento (a.a. 2002/2003)

	Indicare il numero
Docenti di ruolo impegnati stabilmente nella struttura dell'orientamento	
Ricercatori stabilmente impiegati nella struttura dell'orientamento	
Laureandi (borsisti, collaboratori occasionali, etc) specificatamente impegnati nella struttura per l'orientamento	
Laureati (dottorandi, contrattisti, assegnisti, cultori della materia, assistenti volontari) che collaborano stabilmente nella struttura per l'orientamento	

### a.6 La struttura di Ateneo per l'orientamento possiede un servizio di sportello aperto al pubblico? (sì/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 hanno partecipato all'attività di orientamento? (sì/no)

se sì, attraverso quali iniziative .....

### a.9 I Corsi di studio hanno partecipato all'attività di orientamento? (sì/no)

se sì, attraverso quali iniziative .....

### a.10 Altri soggetti che partecipano all'attività di orientamento (risposta multipla)

- Strutture amministrative dell'ateneo

- Scuole medie superiori
- Enti territoriali locali
- Aziende
- Azienda per il diritto allo studio
- Altro (specificare.....)

**a.11 Fondi destinati all'orientamento (anno finanziario di riferimento 2002) (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 di ateneo, specificatamente impegnate nelle attività di orientamento (anno finanziario di riferimento 2002) (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 .....				

**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
- Test di orientamento
- Altro (specificare.....)

**b.3 Studenti che necessitano di corsi di azzeramento delle lacune formative** (a.a. 2002/2003)

Il dato è disponibile? (sì/no)  
% (sul totale iscritti)

**b.4 Studenti frequentanti i corsi di azzeramento delle lacune formative** (a.a. 2002/2003)

Il dato è disponibile? (sì/no)  
% (sul totale iscritti con lacune formative)

**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** (risposta multipla)

- Incontri periodici con i referenti dell'orientamento
- Istituzione di gruppi di lavoro misti fra insegnanti e docenti
- Collaborazione per la realizzazione di progetti
- Altro (specificare.....)

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

- Provincia in cui ha sede l'ateneo
- Intera regione in cui ha sede l'ateneo
- Altre regioni (specificare.....)

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

- Organizzazione di giornate dedicate all'orientamento presso l'ateneo (informazioni su come sono strutturati i corsi, sui servizi offerti dall'ateneo, etc.)
- 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 (brochure)
- Materiale multimediale
- Guida dello studente
- Numero verde
- Informazioni nel web (risposta multipla):
  - nel portale dell'ateneo
  - nei siti web attinenti al mondo universitario (studenti.it; orientagiovani; etc.)
  - in altri siti
- Articoli su quotidiani nazionali
- Spazi pubblicitari (risposta multipla):
  - su quotidiani nazionali
  - su quotidiani locali
  - su riviste specializzate

- in televisione
- in programmi radiofonici
- nel web
- Partecipazione a programmi televisivi
- Altro (specificare.....)

**b.11 Soggetti con cui sono state attuate collaborazioni** (risposta multipla)

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

**b.12 Personale impegnato nell'orientamento in ingresso** (a.a. 2002/2003)

	Sì/No	Indicare il numero
Docenti di ruolo stabilmente coinvolti nelle attività		
Personale tecnico-amministrativo stabilmente coinvolto		
Ricercatori stabilmente coinvolti nelle attività		
Studenti con funzioni di tutors (compresi i part-time)		
Neolaureati con funzioni di tutors		
Consulenti e/o collaboratori		
Altro personale (specificare la tipologia.....)		

**b.13 Modalità di selezione degli studenti tutors**

(risposta multipla)

- Bandi di concorso e/o selezioni (titoli, esami, colloqui)
- Indicazioni da parte delle associazioni studentesche
- Indicazioni da parte dei docenti
- Altro (specificare.....)

**b.13.a Modalità di selezione dei neolaureati tutors**

(risposta multipla)

- Bandi di concorso e/o selezioni (titoli, esami, colloqui)
- Indicazioni da parte delle associazioni studentesche
- Indicazioni da parte dei docenti
- Altro (specificare.....)

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

	Sì/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.....					

**b.15 I risultati della Customer Satisfaction sono stati utilizzati per il miglioramento dei servizi? (Sì/no)**

## C) Orientamento in itinere

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

	Ateneo	Facoltà	Corso di studio	Classi di Corso
Tutorato didattico				
Counseling psicologico				
Assistenza studenti stranieri				
Assistenza studenti disabili				
Stage e tirocini				
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.2002/2003)

	Sì/No	Indicare il numero
Docenti di ruolo		
Docenti di ruolo appositamente formati		
Ricercatori		
Borsisti, assegnisti, dottorandi		
Studenti		
Manager didattico o assimilabile		
Personale tecnico amministrativo		
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 di studenti frequentanti i corsi di recupero dei debiti formativi (a.a. 2002/2003)

Il dato è disponibile? (sì/no)

Se sì, indicare il numero .....

**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 sono state realizzate indagini di Customer Satisfaction rivolte agli studenti**

	Sì/No	Ogni qualvolta lo studente accede al servizio	Ogni 2/3 mesi	Ogni 6 mesi	Saltuariamente
Tutorato didattico					
Counseling psicologico					
Assistenza studenti stranieri					
Assistenza studenti disabili					
Stage e tirocini					
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 stati offerti**

	Ateneo	Facoltà	Corso di studio	Classi di Corso
Stage e tirocini				
Placement				
Altro .....				

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

- Orientamento relativo alla scelta della tesi di laurea
- Orientamento verso successivi livelli di studio (risposta multipla)
- 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.2002/2003)**  
.....**d.5 Numero di aziende coinvolte nell'attività di stage e tirocini (a.a 2002/2003)** .....**d.6 Servizi per i quali sono state realizzate indagini di Customer Satisfaction rivolte agli studenti**

	Sì/No	Ogni qualvolta lo studente accede al servizio	Ogni 2/3 mesi	Ogni 6 mesi	Saltuariamente
Stage e tirocini					
Placement					
Altro.....					

**d.7 I risultati della Customer Satisfaction sono stati utilizzati per il miglioramento dei servizi? (Sì/no)****d.8 Esiste una Banca Dati dei laureati contenente anche informazioni aggiuntive rispetto a quelle di carattere amministrativo? (Sì/no)**

Nel caso di risposta negativa alla domanda d.8  
rispondere alla domanda seguente  
altrimenti passare alla domanda d.16

**d.9 Tipo di Banca Dati**

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

**d.10 Le informazioni della Banca Dati derivano:**

- E' 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.11 Le aziende possono richiedere l'elenco dei laureati? (Sì/no)**

Nel caso di risposta affermativa alla domanda d.11  
rispondere alla domanda seguente  
altrimenti passare alla domanda d.14

**d.12 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.13 Stima del numero delle aziende che utilizzano la Banca Dati (a.a. 2002/2003) .....**

**d.14 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.14  
rispondere alla domanda seguente  
altrimenti passare alla domanda d.16

### **d.15 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.16 Viene effettuato un monitoraggio dell'inserimento nel mondo del lavoro? (sì/no)**

Nel caso di risposta affermativa alla domanda d.16  
rispondere alla domanda seguente  
altrimenti passare alla e.1

### **d.17 Strumenti utilizzati per effettuare il monitoraggio**

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

### **d.18 Anno di inizio dell'attività di monitoraggio .....**

### **d.19 A che distanza dalla laurea viene effettuato il monitoraggio?**

- Sei mesi
- 1 anno
- 2 anni
- 3 anni
- Altro (Specificare.....)

## *E) Valutazione complessiva*

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

1. Molto    2. Abbastanza    3. Poco    4. Per niente Utile

**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 settembre 2005  
dalla tipografia Città Nuova della P.A.M.O.M.  
Via S. Romano in Garfagnana, 23  
00148 Roma - tel. 066530467  
e-mail: [segr.tipografia@cittanuova.it](mailto:segr.tipografia@cittanuova.it)

