

dal 1994

Consorzio Interuniversitario



ALMA LAUREA

**Strategie di orientamento e manutenzione
dei percorsi formativi per alimentare il
successo occupazionale dei laureati**

Tiziana Pascucci e Giuseppe Cirino

Roma, 6 giugno 2019



Tiziana Pascucci
Roma - Sapienza



Giuseppe Cirino
Napoli Federico II



Giuseppe de Luca
Milano



Daniela Lucangeli
Padova



Maurizio Cisi
Torino



Riccardo Cambini
Pisa



Mario Mezzanzanica
Milano-Bicocca



Paolo Pardolesi
Bari -Aldo Moro



- I. Chi sono gli studenti che oggi siedono nelle aule universitarie?
- II. In che modo le università interpretano l'orientamento alle soglie del 2020? I risultati dall'indagine del CSS di AlmaLaurea
- III. Ripensare l'orientamento



I. Chi sono gli studenti che oggi siedono nelle aule universitarie?

I. Chi sono gli studenti che oggi siedono nelle aule universitarie?



I VOSTRI FIGLI NON SAPRANNO MAI
CHE RELAZIONE C'È TRA QUESTI DUE

I. Chi sono gli studenti che oggi siedono nelle aule universitarie?

- **generazione Y** o “millennials”: quelle persone che hanno compiuto la maggiore età nel nuovo millennio (William Strauss e Neil Howe, 1980)
- i giovani della **generazione Z** - nati tra il 1995 e il 2010
- Y millennials; Z nativi digitali
- **Target informato e fortemente critico**





I. Chi sono gli studenti che oggi siedono nelle aule universitarie?

I genitori della baby boom generation vissero questa fase di transizione prima della grande crisi degli anni '70, con l'esplosione dei consumi nel corso tra la metà degli anni '60 e i primi anni del decennio successivo

La generazione dei millennials e Z in questo periodo storico ha una vita da costruire, il che equivale a moltissime spese da sostenere e quindi scelte di dover fare!

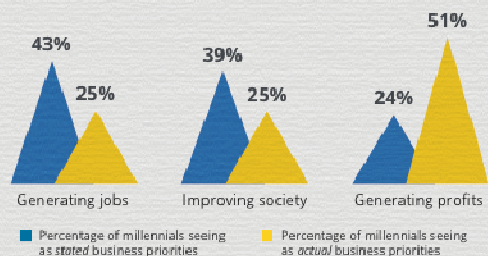
I. Chi sono gli studenti che oggi siedono nelle aule universitarie?

Fonte: Deloitte Millennial Survey 2018

In this year's survey, millennials' views of business's motivations and ethics, which had been trending up, took a sharp downward turn . . .



. . . partly because businesses are out of step with millennials' priorities.



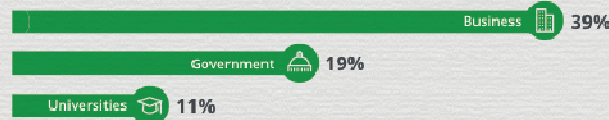
Are employers—and their younger workers—prepared for an Industry 4.0 environment?

70% of millennials predict wide-scale change as a result of Industry 4.0

52% of millennials see Industry 4.0 technology augmenting their jobs, not threatening them

Yet only 36% of millennials believe they have the skills required for Industry 4.0

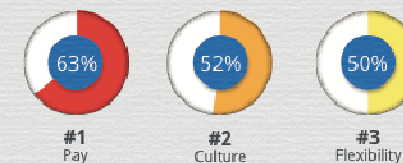
Who do millennials think should be most responsible for preparing them to work with technologies such as robotics and artificial intelligence?



So how can businesses attract and retain millennial talent in an uncertain future?

1 Consider what millennials report as top priorities when considering an employer.

Millennial survey respondents rated as very important:



2 Good pay and positive cultures attract millennials and Gen Z, but diversity/inclusion and flexibility are important keys to keeping them happy.

Percentage of millennials saying they will stay beyond five years:



55% of millennials who say their organizations are more flexible compared to three years ago plan to stay at least five years. Where they see less flexibility, only 17 percent plan to stay long-term.

3 In an Industry 4.0 workplace, younger employees see "soft" skills as increasingly necessary.

Top "essential skills" for long-term success, according to millennials:



About Deloitte: Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee ("DTTL"), its network of member firms, and their related entities. DTTL and each of its member firms are legally separate and independent entities. DTTL (also referred to as "Deloitte Global") does not provide services to clients. In the United States, Deloitte refers to one or more of the US member firms of DTTL, their related entities that operate using the "Deloitte" name in the United States and their respective affiliates. Certain services may not be available to attest clients under the rules and regulations of public accounting. Please see www.deloitte.com/about to learn more about our global network of member firms. Copyright © 2018 Deloitte Development LLC. All rights reserved.

I. Chi sono gli studenti che oggi siedono nelle aule universitarie?

5 modi per dialogare con i Millennials e per coinvolgerli

- I brand devono essere **dinamici** e pronti a mettere in discussione operati consolidati, essere **flessibili per rispondere tempestivamente** alle richieste, mutate, di un ambiente di marketing sempre più complesso.
- I brand devono fare **promesse in linea con le aspettative dei millennials** e realizzarle.
- I brand devono **comunicare in modo sempre più autentico**, con mezzi sempre più vicini al quotidiano delle persone, per **entrare in modo organico nella loro vita**: senza fastidi, senza interruzioni.
- I brand devono **affermare la loro sfera identitaria valoriale** coerentemente con la loro storia e con la storia che vogliono scrivere nel mercato (cioè nella società).
- I brand devono **prendere posizione in relazione a determinate questioni rilevanti per la società**.

I. Chi sono gli studenti che oggi siedono nelle aule universitarie?

I millennials e l'Istruzione

- **I millennials sono più internazionali**, abituati alle lingue straniere e avvantaggiati con le tecnologie, anche senza raggiungere la padronanza istintiva dei nativi digitali (a propria volta scavalcati dagli utenti più giovani).
- **Il programma che è riuscito a “democratizzare” di più le esperienze oltreconfine è l'Erasmus**, lanciato nel 1987 e capace di mobilitare nei suoi primi 30 anni di vita oltre 4 milioni di studenti in tutta Europa.
- **Gli italiani**, secondo i dati dell'agenzia Indire, hanno inciso per il **10%, con 41mila partenze stimate per il solo anno accademico 2017-2018**. L'età media è di 23 anni, segno che esperienze sostanziali di vita all'estero scattano prima della laurea triennale e si prolungano magari fra gli studi biennali.
- Gli ultimi dati di AlmaLaurea, il consorzio che riunisce 75 università, rivelano che il 13,0% dei laureati del 2018 ha svolto almeno un'esperienza fuori dall'Italia nel corso dei studi, con mete che variano dalla Spagna, Francia, Germania, Regno Unito.

II. In che modo le università interpretano l'orientamento alle soglie del 2020?

Risultati della rilevazione sugli Atenei aderenti ad AlmaLaurea

- Obiettivo della rilevazione: identificare come interpretano oggi la missione dell'orientamento gli Atenei italiani.
- Comunicazione inviata ai 75 Atenei aderenti al Consorzio Interuniversitario AlmaLaurea
- Hanno risposto 50 Atenei

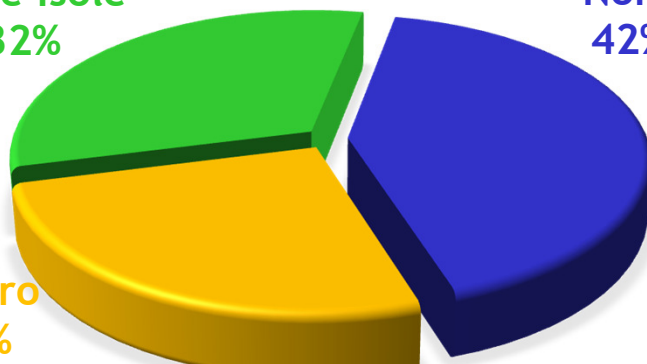


Atenei rispondenti

Lib.Univ.Mediterranea Jean Monnet
Università del Molise (CB)
Università del Sannio
Università della Basilicata (PZ)
Università della Calabria
Università di Bari
Università di Catanzaro
Università di Chieti - Pescara
Università di Foggia
Università di Messina
Università di Napoli 'Federico II'
Università di Napoli "L'Orientale"
Università di Napoli "Parthenope"
Università di Palermo
Università di Sassari
Università di Teramo

Sud e Isole
32%

Centro
26%



Nord
42%

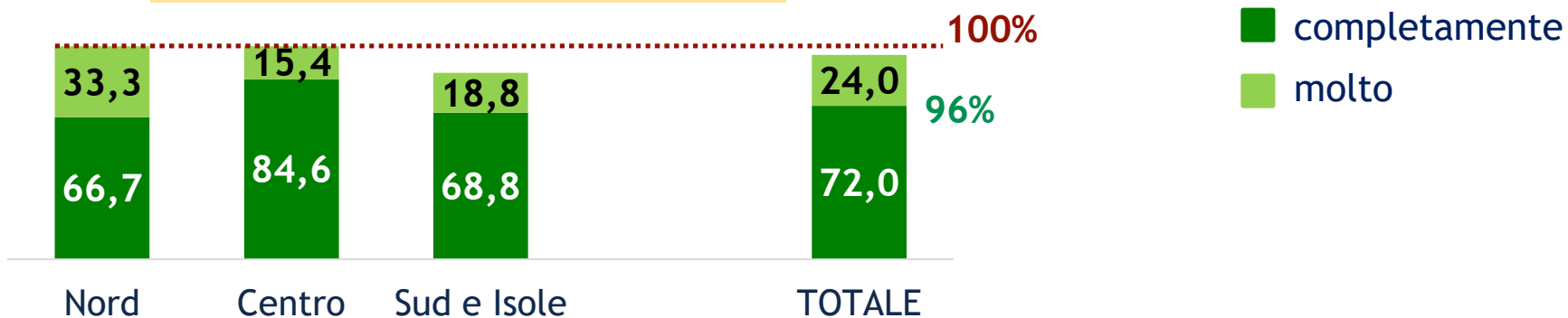
Università di Cassino e del Lazio Meridionale
Università di Firenze
Università di Macerata
Università di Perugia
Università di Pisa
Università di Roma - LUMSA
Università di Roma 'Foro Italico'
Università di Roma 'Tor Vergata'
Università di Roma Sapienza
Università di Siena
Università di Urbino
Università per Stranieri di Siena
Università politecnica delle Marche

IULM di Milano
Politecnico di Torino
Università Bicocca - Milano
Università Ca' Foscari Venezia
Università Cattaneo - LIUC
Università del Piemonte Orientale
Università della Valle d'Aosta
Università di Bergamo
Università di Bologna
Università di Bolzano
Università di Brescia
Università di Ferrara
Università di Genova
Università di Milano
Università di Modena e Reggio Emilia
Università di Padova
Università di Parma
Università di Pavia
Università di Trento
Università di Trieste
Università IUAV di Venezia

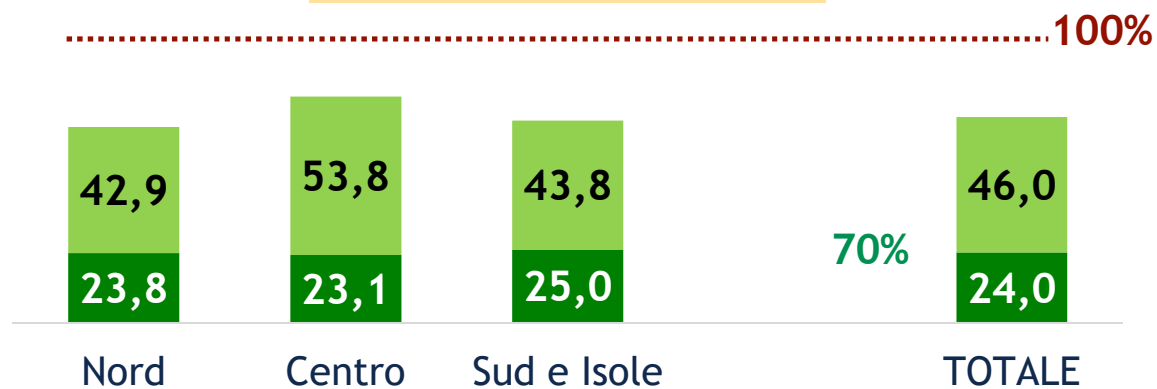


Le iniziative di orientamento sono organizzate per orientare lo studente ...

... all'offerta formativa dell'Ateneo



... alla futura professione

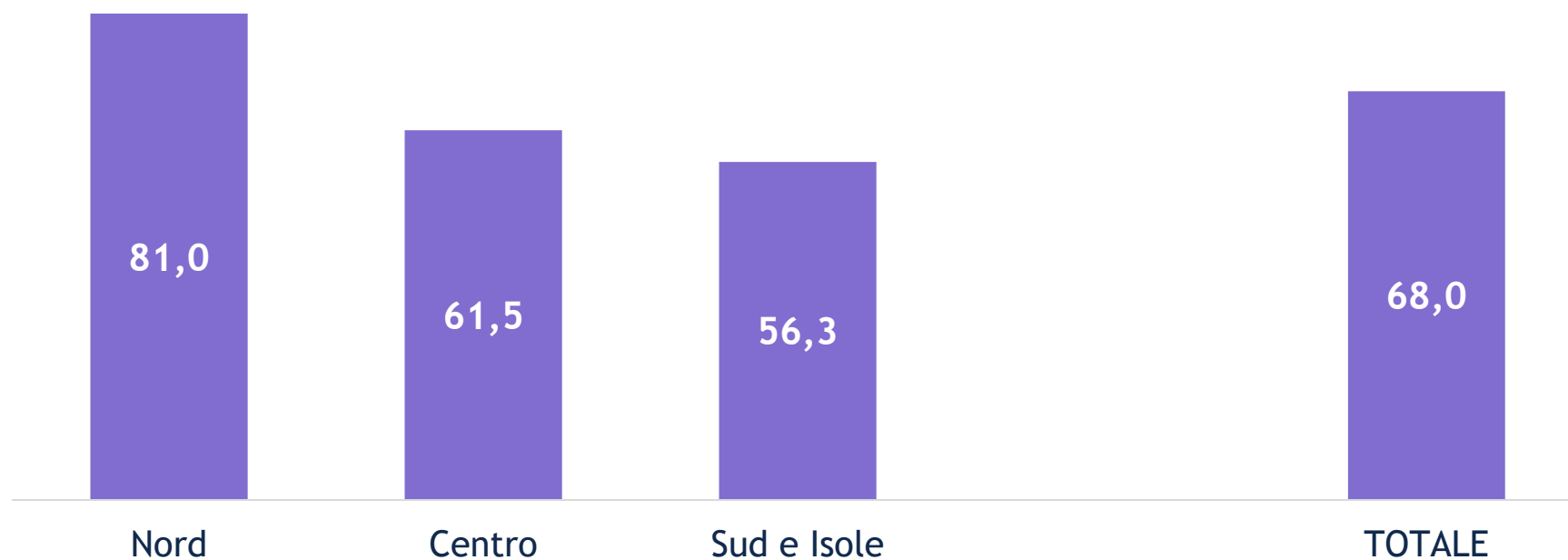


valori percentuali



Personale docente e tecnico amministrativo formato per svolgere l'attività di orientamento

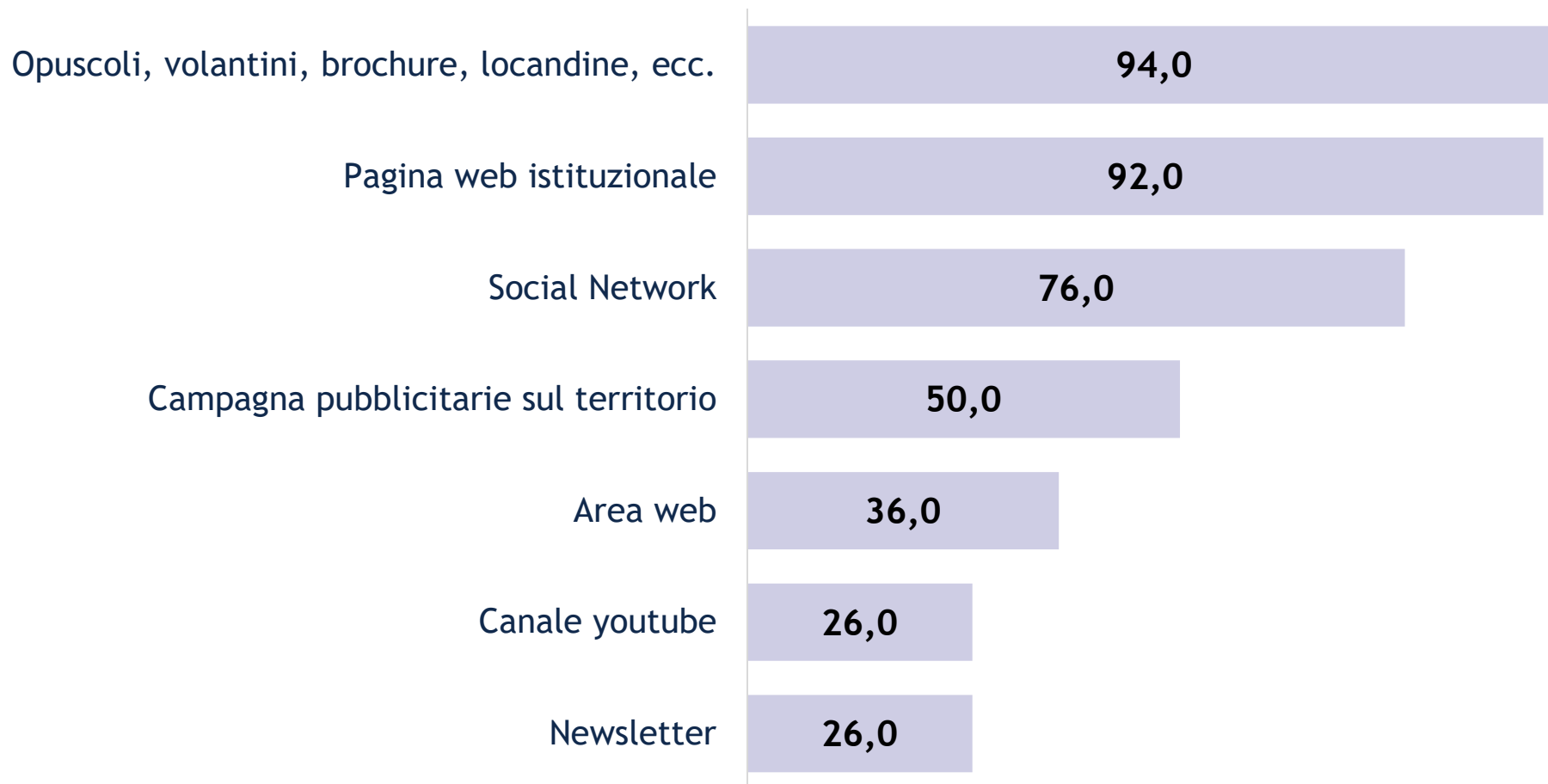
Il personale si forma prevalentemente attraverso corsi di formazione (interni ed esterni), training periodici, riunioni programmatiche con commissioni di orientamento, seminari, *webinar*



valori percentuali



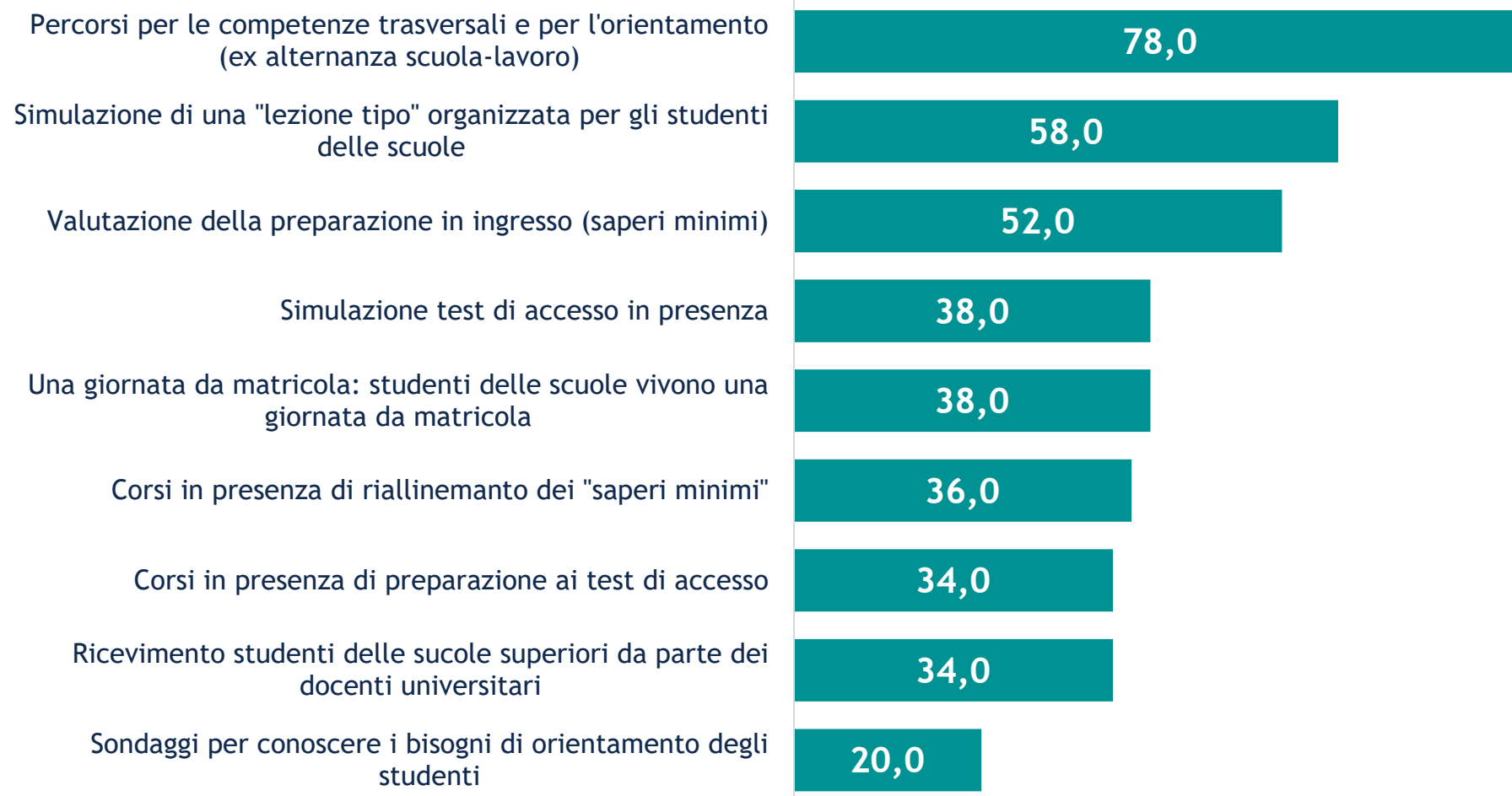
Strumenti «molto utilizzati» dalle strutture che si occupano di orientamento



valori percentuali



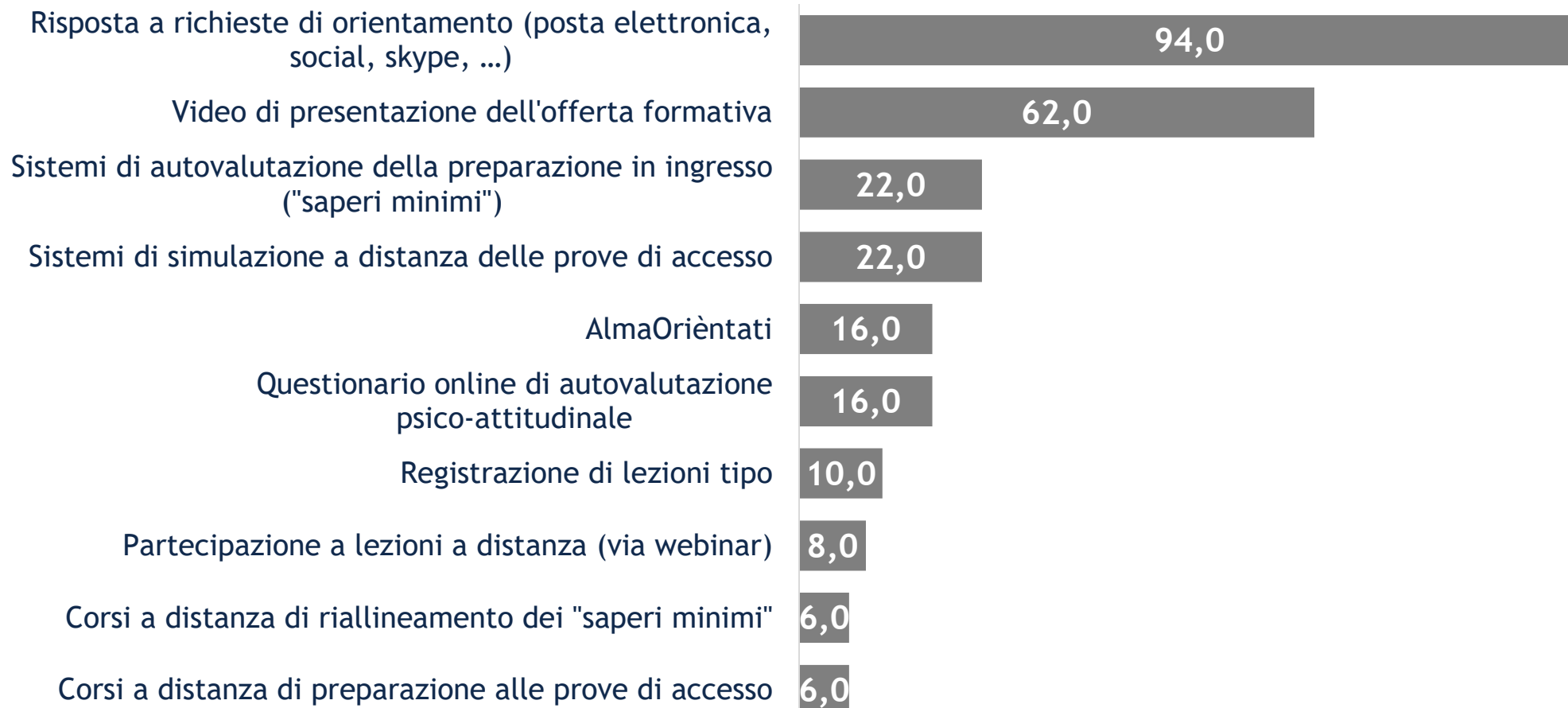
Attività di orientamento "attivo" molto utilizzate dagli Atenei



valori percentuali



Attività di orientamento «a distanza» molto utilizzate dagli Atenei



valori percentuali



Indicatori utilizzati per il monitoraggio dell'efficacia delle azioni di orientamento attuate



valori percentuali



Incentivi di Ateneo per i docenti impegnati nelle attività di orientamento

rendicontazione delle attività di orientamento nelle 350 ore

36,0

compensi economici per le attività di orientamento svolte

8,0

fondi da utilizzare per le attività di orientamento

8,0

punteggi utili ai fini dei contributi aggiuntivi
previsti dal fondo di Ateneo per la premialità

6,0

nessun incentivo

56,0

valori percentuali



III. Ripensare l'orientamento



III. Ripensare l'orientamento



DAL CENSIMENTO EMERGE CHE:

- Le iniziative sono per lo più organizzate per orientare lo studente della scuola all'offerta formativa dell'Ateneo
- Le strutture che si occupano di Ateneo sono per lo più centralizzate (a livello di Ateneo)
- La maggior parte degli Atenei prevede azioni di orientamento di tipo «informativo»
- Nella metà degli Atenei che hanno risposto, i docenti non ricevono alcun riconoscimento per l'attività di orientamento svolta

MA ANCHE CHE:

- I Percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento (ex ASL) sono frequentemente utilizzati come forma di orientamento «attivo»
- Gli Atenei monitorano l'efficacia delle azioni di orientamento attuate
- La maggior parte degli Atenei ha aderito a uno o più progetti POT e/o PLS



III. Ripensare l'orientamento

- Porre lo studente al centro delle azioni di orientamento: andare verso forme di orientamento personalizzato
- Conoscere la popolazione delle future matricole: provenienza geografica, preparazione scolastica, attitudini, ecc...
- Aumentare le azioni di orientamento «attivo» rispetto all'orientamento «informativo»
- Riconoscere adeguatamente l'attività dei docenti nell'orientamento
- Sperimentare e condividere forme di orientamento efficace



GRAZIE PER L'ATTENZIONE