



UNIVERSITÀ GIUSTINO FORTUNATO

D.M. 13 aprile 2006 - G.U. n° 104 del 6/05/2006 - TELEMATICA

PQA - 18/11/2023

Linee guida per l'organizzazione e l'assicurazione della qualità delle attività di Orientamento, Placement e Public Engagement

Il documento si sviluppa attraverso l'illustrazione dei seguenti punti:

- 1. *Introduzione su politiche e obiettivi***
- 2. *Natura e finalità***
- 3. *Destinatari***
- 4. *La attività di Orientamento e Placement***
 - 4.1 Orientamento in entrata (ORE)
 - 4.2 Orientamento in itinere (ORI)
 - 4.3 Orientamento in uscita (ORU)
 - 4.4 Placement
- 5. *Le attività di Public Engagement***
- 6. *Organizzazione generale e rapporto con i CdS***
- 7. *L'assicurazione della qualità delle attività di Orientamento, Placement e Public Engagement***

1. Introduzione su politiche e obiettivi

L'Università Telematica Giustino Fortunato intende promuovere l'assicurazione della qualità delle attività di orientamento, placement e public engagement strutturando processi condivisi per un'autovalutazione consapevole e una valutazione congrua ed efficace. L'Ateneo, attraverso gli organi preposti, monitora periodicamente le attività di orientamento, placement e public engagement messe in campo, garantendo trasparenza e supporto, anche attraverso l'ausilio di strumenti informatici che permettono attività di verifica, di confronto, di contatto con i principali stakeholders, locali e nazionali.

Su queste basi, l'Ateneo ha la responsabilità di stabilire, dichiarare ed effettivamente perseguire adeguate politiche volte a realizzare la propria visione delle attività di orientamento, placement e public engagement. Tali politiche sono definite in coerenza con i documenti di Pianificazione in vigore (a livello nazionale, di Ateneo e di Corsi di Studio): le vigenti Linee guida ANVUR (Autovalutazione, Valutazione Periodica, Accreditamento): il Piano Strategico d'Ateneo, la Carta dei servizi, il Regolamento didattico di Ateneo, il Regolamento Studenti, il Regolamento tirocini, il Regolamento Tutor e i documenti di Assicurazione Qualità di Ateneo e dei singoli CdS.

2. Natura e finalità

L'Università Giustino Fortunato assicura, da un lato, un servizio di orientamento e placement finalizzato a guidare e assistere gli studenti nell'arco dell'intero percorso formativo e nel momento dell'immissione nel mondo del lavoro. Il servizio ha lo scopo di informare, orientare, accompagnare e sostenere le studentesse e gli studenti, i laureandi e i laureati, per aiutarli a compiere una scelta consapevole ed efficace degli studi universitari, per renderli protagonisti del processo di formazione e apprendimento e della progettazione del proprio futuro professionale, per favorirne la proficua partecipazione allo studio e alla vita universitaria nelle sue molteplici espressioni e forme, per sostenerli nella fase di avvicinamento al mondo del lavoro.

In particolare, l'Università si impegna a:

- a) accogliere gli studenti nel momento dell'ingresso nel mondo universitario e offrire loro un'accurata assistenza informativa, culturale, metodologica, psicologica e motivazionale, anche al fine di supportarli nella risoluzione delle diverse problematiche che si possono incontrare;
- b) fornire le informazioni sui percorsi di studio, sulle caratteristiche dell'Università, del mercato del lavoro e delle figure professionali;
- c) conoscere e valutare le necessità del bacino di utenza mediante informazioni sulle provenienze e le esigenze formative degli studenti degli IISS;
- d) operare, in collaborazione con le istituzioni educative, gli enti locali e gli altri soggetti pubblici o privati, che operano nel settore dell'orientamento e della formazione dei giovani affinché siano garantiti gli strumenti opportuni per la scelta del percorso formativo e del futuro professionale;
- e) produrre organizzare e promuovere quelle iniziative e quei progetti che coinvolgono in primis studenti e insegnanti delle scuole secondarie superiori, docenti universitari, operatori ed esperti del settore;
- f) rendere gli studenti autori di decisioni responsabili di fronte alle varie opportunità formative;

- g) eliminare, o comunque ridurre, gli ostacoli che impediscono una proficua frequenza alla vita universitaria con l'obiettivo di contenere il fenomeno della dispersione, dell'abbandono e del divario tra la durata normale e la durata reale del percorso di studio;
- h) porre in atto azioni di collegamento tra scuola, università e mondo produttivo in modo da accompagnare gli studenti alla vita lavorativa, tanto in termini di scelta dei profili professionali che di formazione continua.

L'Università Giustino Fortunato assicura, inoltre, il servizio di Public engagement che come definito dall'ANVUR, riguarda l'insieme di attività senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società che gli Atenei e le loro strutture dipartimentali svolgono per comunicare e condividere con la società civile le attività e i benefici dell'istruzione superiore e della ricerca. L'UniFortunato riconosce l'esigenza di comunicare all'esterno la propria attività, introducendo approcci comunicativi che intendano rispondere a bisogni sempre più moderni, come la comprensione del sapere e della conoscenza nonché il coinvolgimento attivo del cittadino. Recependo le indicazioni dell'ANVUR, l'Università Giustino Fortunato, oltre alla Didattica, alla Ricerca e all'Alta Formazione, promuove iniziative con lo scopo di innescare nuove relazioni con il territorio e con la società civile. Le attività sono svolte con diversi livelli di coinvolgimento: dalla iniziativa individuale libera ad attività sinergiche con enti, associazioni e istituzioni fino ad attività istituzionali.

3. Destinatari

Le attività di orientamento e placement sono rivolte a:

- studenti degli IISS con particolare attenzione a quelli del quarto e quinto anno
- famiglie degli studenti
- insegnanti, in particolare, referenti per le attività di orientamento e percorsi per le competenze trasversali
- stakeholders
- studenti/laureati dell'Ateneo

Le attività di public engagement sono rivolte a:

- la società civile nel suo complesso
- le imprese del territorio nazionale e locale
- le istituzioni pubbliche e private presenti sul territorio nazionale e locale

4. Le attività di Orientamento e Placement

4.1 Orientamento in entrata (OrE)

L'orientamento in entrata mira a presentare l'offerta formativa dell'Ateneo per consentire a tutti coloro che intendano sottoscrivere l'immatricolazione o l'iscrizione, di scegliere in modo consapevole il proprio percorso di studi, all'interno dell'ampia proposta presente presso l'UniFortunato. Il tutto si realizza mediante l'organizzazione e la partecipazione a manifestazioni di orientamento, ad attività di informazione e grazie ai costanti rapporti con il sistema scolastico.

In sintesi, l' OrE offre diverse opportunità quali la partecipazione agli incontri nell'Ateneo, partecipazione agli incontri presso le scuole superiori per presentare l'offerta formativa e tenere seminari didattici, partecipazione alle fiere e ai saloni di orientamento, sperimentare "lezioni prova" per le aspiranti matricole, Summer School, premio di studio per le classi IV e V, progetti e competizioni tra scuole con finalità di orientamento alla scelta e/o al lavoro; progetti per le competenze trasversali e l'orientamento al lavoro; partecipazione a incontri motivazionali con il supporto del servizio orientamento, colloqui per considerare le esigenze di specifiche categorie di studenti, partecipazione a indagini (questionari) di verifica delle esigenze e delle motivazioni degli studenti in entrata; formazione di studenti orientatori.

4.2 Orientamento in itinere (OrI)

Lo scopo dell'attività di orientamento *in itinere* è sostenere lo studente durante il suo percorso formativo universitario. Le attività di tutorato orientano lo studente in itinere all'interno dell'organizzazione dei percorsi didattici e garantiscono l'efficace tenuta del percorso formativo, monitorandone in continuità l'apprendimento individuale e complessivo. Infatti, uno degli obiettivi è quello di provare a contenere il fenomeno della dispersione e dell'abbandono, del ritardo e del divario tra la durata normale e la durata reale del percorso di studio, eliminando, o comunque riducendo, gli ostacoli che impediscono una proficua frequenza. A questo scopo, ci si occupa di motivare adeguatamente lo studente, di supportarlo al meglio nella fruizione del percorso formativo da un punto di vista metodologico e contenutistico, anche attraverso iniziative rapportate alle necessità, alle attitudini e alle esigenze dei singoli. Accanto all'orientamento individuale realizzato grazie al supporto dell'Ufficio orientamento e dalle figure dei tutor di orientamento, l'Ateneo promuove una serie di attività volte al coinvolgimento e a favorire il protagonismo degli studenti dell'università.

In sintesi, l'OrI offre numerosi servizi, quali partecipazione a visite istituzionali, partecipazione a convegni e incontri con il mondo del lavoro e professionale, organizzazione di visite aziendali, partecipazione a giornate di orientamento alle lauree magistrali, stipula di convenzioni per attività sportive e ricreative, organizzazione di laboratori professionalizzanti, organizzazione di esperienze di viaggio all'estero, attivazione di convenzioni per tirocinio con e senza conseguimento di cfu, convegni, seminari, stage e laboratori didattici, attività di promozione dell'apporto degli studenti nei processi di miglioramento dell'attività didattica e dei processi a supporto; attività volte ad aumentare la consapevolezza degli studenti circa l'importanza del loro apporto nei processi di miglioramento della didattica; annuale di presentazione dei risultati dell'analisi soddisfazione studenti, servizio counseling.

4.3 Orientamento in uscita (OrU)

Il servizio di orientamento in uscita è rivolto ai laureandi e laureati che vivono la fase di transizione dal mondo universitario a quello del lavoro, al fine di facilitarne l'inserimento tramite azioni di avvicinamento al lavoro. Durante il periodo di studi l'Ateneo punta ad offrire opportunità di entrare in contatto con il mondo del lavoro e, per tal fine, il servizio sviluppa rapporti con realtà professionali di ogni settore, in congruità con gli sbocchi professionali previsti per ogni CdS. L'orientamento in uscita offre informazioni ai laureandi su come muovere i primi passi nel mondo delle professioni, conoscere il mercato del lavoro e coglierne le opportunità.

In sintesi, l' OrU offre la possibilità di partecipare a incontri con le aziende/enti per promuovere attività di stage/tirocini curriculari ed extracurriculari; di partecipare ad attività promosse in collaborazione con agenzie per il lavoro; di partecipare ai programmi di

scambio culturale e di orientamento al lavoro; di partecipare alla giornata annuale dedicata al Career Day e a quella dedicata alla giovane imprenditoria e all'autoimprenditorialità; di partecipare ad attività di svolgimento delle ricerche per la tesi di laurea in realtà imprenditoriali o istituzionali convenzionate; Professional Summer School; la possibilità di espletamento del periodo di tirocinio per l'accesso alle professioni ove previsto.

4.4. Placement

Il servizio di Placement offre ai laureati un aiuto concreto nella possibilità di coniugare il percorso di studi effettuato con i profili professionali richiesti dal mercato del lavoro locale, nazionale e internazionale. Il servizio punta a ridurre i tempi di inserimento lavorativo – anche attraverso il monitoraggio ciclico dei laureati - e a realizzare proficui contatti tra domanda e offerta mirati alla migliore coincidenza tra le competenze del laureato e i profili professionali evidenziati dalle necessità contingenti delle aziende, del mondo delle professioni e del mercato. Accanto all'apposita sezione del sito istituzionale e/o i canali social, costantemente aggiornati con offerte di lavoro, stage e tirocini in Italia e all'estero, anche presso istituzioni europee e internazionali, premi di studio, borse di studio e bandi per la formazione post-lauream, il servizio offre consulenza diretta agli studenti sulla compilazione del curriculum vitae, la lettera di presentazione e sulle tecniche più moderne per affrontare un colloquio di lavoro. Per favorire anche il contatto diretto con il mondo del lavoro, il servizio si occupa della promozione e organizzazione di incontri, seminari e workshop (in sede e presso le aziende) di confronto degli studenti con il mondo delle professioni e con aziende nazionali e internazionali, enti e associazioni di categoria e/o agenzie per il lavoro. Infine, puntando sul ruolo fondamentale della motivazione nell'approcciarsi al mondo del lavoro, si promuovono incontri motivazionali all'accompagnamento al mondo del lavoro, per trovare quel motivo per agire e per avere successo nel lavoro e nella vita. L'Ateneo è convenzionato con Almalaurea fruendo dei servizi offerti in termini di intermediazione tra offerta e domanda di lavoro e indagini sulla condizione occupazionale.

5. Le attività di Public Engagement

Il Public Engagement risponde a pieno titolo al ruolo che le università hanno assunto nel corso degli ultimi anni, ossia come organismo generatore e sostenitore della crescita socio – economica di un territorio. *“[...] L'università diventa il centro di gravità per lo sviluppo economico, la creazione e la diffusione di conoscenza, sia nelle società industriali avanzate che quelle in via di sviluppo. E nell'interpretare questo ruolo, l'università si trasfigura, nell'interpretazione più estrema, verso un modello università imprenditoriale, ispirandosi al fenomeno delle «organizzazioni ibride» (Etzkowitz, Leydesdorff, 2001: 15).* L'Università Giustino Fortunato, nella sua specificità di università aperta ai territori in cui opera e attenta alle esigenze dagli stessi provenienti, si impegna a realizzare attraverso le attività di Public engagement, uno vero e proprio modello di Tripla Elica, volto alla produzione virtuosa di beni pubblici di natura sociale, educativa e culturale e alla creazione di reti relazionali e fiduciarie con i principali stakeholders del territorio, nel tentativo dimostrare come la socializzazione sia un meccanismo atto a favorire concretamente le dinamiche relazionali tra i protagonisti della costruzione della conoscenza e della sua diffusione. Nello specifico, le attività di public engagement si riferiscono a tutte le seguenti possibili attività:

- divulgazione scientifica su temi di attualità e di interesse pubblico: convegni, seminari, workshop e momenti di incontro, oltre che di confronto, con la popolazione;

- divulgazione attraverso media tradizionali e innovativi, partecipando al dibattito culturale e animandolo con interventi di approfondimento su stampa, televisione e social media;
- partecipazione a tavoli, comitati, commissioni, organi di vigilanza ecc. per il coordinamento, indirizzo e contributo al confronto pubblico su tematiche di interesse economico, sociale, culturale, ambientale;
- collaborazione con le associazioni culturali per organizzare proposte formative su specifiche tematiche;
- promozione e partecipazione a eventi in difesa dei valori e tradizioni culturali e di rafforzamento dell'interculturalità;
- promozione e partecipazione a iniziative di associazioni e organismi esterni a favore di tematiche di rilevanza sociale (es.: Integrazione fasce di popolazione deboli e pari opportunità, cultura dell'ambiente e sfruttamento risorse naturali, cultura della sostenibilità e fonti rinnovabili, educazione del cittadino e sviluppo urbano, educazione alimentare, educazione musicale; salute e prevenzione sanitaria, cultura dello sport attivo, ecc.);
- diffusione di best practices;
- percorsi di PCTO
- partecipazioni attive a incontri pubblici organizzati da altri soggetti (ad es. caffè scientifici, festival, fiere scientifiche, ecc.);
- organizzazione di eventi pubblici (ad es. Open day);
- organizzazione di concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità;
- iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione);
- iniziative in collaborazione con enti per progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio;
- iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori;
- iniziative divulgative rivolte a bambini e giovani;
- iniziative di democrazia partecipativa.

6. *Organizzazione generale e rapporto con i CdS*

L'Organizzazione generale – che sarà più approfonditamente descritta con i compiti dei diversi soggetti coinvolti nel processo di assicurazione della qualità – delle attività di orientamento, placement e public engagement è così articolata:

- Il Rettore;
- Il Delegato del Rettore per le attività di orientamento, placement e public engagement;
- La Commissione orientamento, placement e public engagement;
- Il Tavolo Tecnico OSFAL
- I Consigli di Corso di Studi
- I docenti dell'Ateneo
- Gli studenti e i laureati
- L'Ufficio orientamento d'Ateneo

Tutte le attività sono progettate, programmate e condivise con i CdS. Ogni CdS è tenuto a coordinare e pianificare le attività di orientamento e di placement d'intesa con il Delegato e la Commissione d'Ateneo e a darne comunicazione. Ciascun CdS indica annualmente

suggerimenti e proposte per il programma annuale di orientamento, placement e public engagement e indica osservazioni di miglioramento. D'intesa con i CdS si realizza la pianificazione generale (di Ateneo) e particolare (di CdS) delle attività programmate.

7. L'assicurazione della qualità delle attività di Orientamento, Placement e Public Engagement

Obiettivo della presente sezione è la messa a disposizione di linee guida per l'Assicurazione della Qualità delle attività di orientamento e public engagement dell'Università Telematica Giustino Fortunato.

7.1 I requisiti di Assicurazione della Qualità

Il Sistema di Assicurazione della Qualità delle attività di orientamento, placement e public engagement intende rispondere ai Requisiti di Assicurazione della Qualità per l'Accreditamento Periodico, definiti dall'Anvur. L'Ateneo, pertanto, aggiorna il Sistema di Assicurazione della Qualità delle attività di orientamento e public engagement recependo i risultati delle valutazioni esterne che vengono effettuate dall'ANVUR. Esso si propone di stabilire gli obiettivi di orientamento, placement e public engagement da perseguire e le azioni necessarie per conseguirli, rimuovendo - ove possibile - eventuali ostacoli; di monitorare le condizioni di svolgimento delle attività di orientamento, placement e public engagement e contestualmente osservare il regolare svolgimento delle attività previste (a intervalli annuali e pluriennali) e di verificare il grado di effettivo raggiungimento degli obiettivi.

7.2 Gli ambiti di applicazione dell'Assicurazione della Qualità

Gli ambiti di applicazione dell'Assicurazione della Qualità delle attività di orientamento, placement e public engagement sono individuabili in:

- Politica e Obiettivi per la Qualità delle attività di orientamento, placement e public engagement;
- Definizione e assegnazione degli obiettivi strategici e operativi delle attività di orientamento, placement e public engagement;
- Compilazione della Scheda Unica Annuale delle attività di orientamento, placement e public engagement;
- Partecipazione alla procedura di Valutazione della Qualità attività di orientamento, placement e public engagement.

7.3 L'assegnazione degli obiettivi strategici e operativi

La definizione e l'assegnazione degli obiettivi strategici e operativi delle attività di orientamento, placement e public engagement vengono sviluppate attraverso la predisposizione di obiettivi *ad hoc* definiti nel Piano Strategico e nel conseguente Piano annuale delle attività di orientamento, placement e public engagement, che su impulso del Rettore, viene predisposto dal Delegato alle attività di orientamento, placement e public engagement, dalla Commissione orientamento, placement e public engagement, sempre previa consultazione e confronto dei Consigli di Corso di Studio - CdS - e del Tavolo OSFAL.

7.4 La struttura organizzativa per l'Assicurazione della Qualità

La struttura organizzativa per l'attuazione e l'Assicurazione della Qualità delle attività di orientamento, placement e public engagement è costituita dai seguenti organi, organismi e soggetti:

- Il Rettore;
- Il Delegato del Rettore per le attività di orientamento, placement e public engagement;
- La Commissione orientamento, placement e public Engagement;
- Tavolo Tecnico OSFAL
- I Consigli di Corso di Studio
- I Docenti
- Gli studenti e i laureati
- L'Ufficio orientamento

A questi si aggiungono gli OAAA con funzioni statutarie:

- Il Senato Accademico
- Il Direttore Amministrativo
- Il Consiglio di Amministrazione
- Il Presidio della Qualità di Ateneo (PQA)
- Il Nucleo di Valutazione (NDV)

7.4.1 Il Rettore

Il Rettore stabilisce le linee di indirizzo politico per lo sviluppo delle attività di orientamento, placement e public engagement. Si occupa in particolare di:

- Promuovere azioni per lo sviluppo delle attività di orientamento, placement e public engagement;
- Definire linee di intervento atte a favorire la migliore operatività delle attività di orientamento, placement e public engagement d'Ateneo;
- Indirizzare e verificare le politiche di partecipazione dell'Ateneo nell'ambito delle attività di orientamento, placement e public engagement;
- Promuovere politiche di indirizzo atte a garantire l'attrattività dell'Ateneo.

Il Rettore opera attraverso il Delegato alla attività di orientamento, placement e public engagement, coadiuvato da una Commissione, che ha la funzione principale di mettere in atto gli indirizzi e le direttive dettati dal Rettore.

A tal fine il Rettore incontra periodicamente il Delegato alle attività di orientamento, placement e public engagement (almeno due volte l'anno), con il quale si interfaccia sull'andamento dell'attività.

In particolare, ogni semestre la Commissione relaziona al Rettore sulle attività svolte e alla fine di ogni ciclo di attività. Inoltre, il Rettore, anche alla luce dei risultati conseguiti, tiene anche un audit con il Delegato e la Commissione per indirizzare l'attività di programmazione annuale e triennale nel mese di maggio di ogni anno. Per un miglior coordinamento tra i diversi settori, all'audit annuale partecipano anche il Delegato alla Didattica, il Delegato alla Ricerca e il Delegato alla Terza Missione. Considerato lo stretto collegamento, è necessario che le singole attività, pur nella loro specificità, si realizzino all'interno di un quadro coerente di sviluppo e interazione tra le diverse componenti e si colleghino con le iniziative degli altri settori dell'Ateneo.

7.4.2 Il Delegato del Rettore

Il Delegato del Rettore alle attività di orientamento, placement e public engagement è la persona di riferimento per la relativa area: veicola e favorisce le singole iniziative ed è la persona con la quale si relazionano gli altri Organi d'Ateneo responsabili del Sistema di Assicurazione della Qualità.

Il Delegato, sulla base delle linee di indirizzo dettate dal Rettore, con il supporto della Commissione e dei Consigli di Corso di Studio, ha il compito di coordinare le attività di orientamento, placement e public engagement.

In particolare ha il compito:

- di programmare le attività di orientamento, placement e public engagement d'Ateneo passando attraverso le linee strategiche individuate nel Piano Strategico triennale;
- di monitorare costantemente le attività di orientamento, placement e public engagement previste dal programma annuale delle attività sia per quanto riguarda i Cds che l'Ateneo;
- di svolgere il riesame delle attività di orientamento, placement e public engagement realizzate, proponendo agli OO.AA. le eventuali azioni correttive o migliorative sulla base dei risultati conseguiti.

Più precisamente il Delegato, unitamente alla Commissione, adempie ai seguenti obblighi:

- propone ogni anno, entro il 30 aprile un progetto di attività di orientamento, placement e public engagement, strumentale alla compilazione della SUA-CdS, in cui vengono definiti obiettivi e strategie;
- entro il 30 maggio incontra, con i membri della Commissione referenti di CdS, i docenti nei Consigli di Corso di Studio per una verifica sugli esiti delle attività dell'anno e per raccogliere suggerimenti e proposte per la programmazione delle attività del nuovo anno;
- entro il 15 giugno ed entro il 30 novembre di ogni anno, convoca un'apposita riunione alla quale prendono parte i membri del Tavolo O.S.F.A.L., strumentale all'attività di programmazione e di verifica (finale e intermedia) delle attività di orientamento, placement e public engagement. In vista della riunione di giugno invia i test di valutazione ai soggetti che hanno partecipato alle iniziative nell'anno;
- entro il 31 luglio di ogni anno presenta al PQA e agli OO.AA il programma annuale delle attività di orientamento, placement e public engagement con la previsione delle iniziative di Ateneo e di CdS;
- entro il 15 settembre di ogni anno invia il programma annuale di orientamento, placement e public engagement alle scuole e alle altre P.I. coinvolte;
- entro il 30 settembre di ogni anno, incontra unitamente ai membri della Commissione referenti, i docenti nei consigli di Corso di studio per la pianificazione generale delle attività di orientamento, placement e public engagement riguardanti i singoli CdS;
- entro il 30 gennaio di ogni anno, incontra unitamente ai membri della Commissione referenti, i docenti nei Consigli di Corso di studio per la pianificazione particolare delle attività di orientamento, placement e public engagement valutando i più opportuni adattamenti delle attività e delle richieste pervenute al profilo del singolo CdS e promuovendo entro la stessa data un incontro annuale di formazione sulle tecniche di orientamento;
- concorre a definire ogni tre anni, entro il 30 gennaio, in linea con le direttive del Rettore e degli OO.AA., il piano strategico, per ciò che concerne le attività di

orientamento, placement e public engagement, individuando gli obiettivi e le strategie relativi;

- effettua, entro il 30 giugno e il 31 dicembre di ogni anno, un monitoraggio sull'attività di orientamento, placement e public engagement, così da verificare l'andamento delle attività svolte rispetto agli obiettivi prefissati nel programma annuale. A tal fine tutti i docenti dell'Ateneo sono tenuti a inviare a mezzo mail, entro il 15 giugno e entro il 15 dicembre, all'attenzione della Commissione OPPE, una scheda di monitoraggio sulla propria attività di orientamento, placement e public engagement (Allegato "Scheda di monitoraggio attività OPPE");
- redige entro il 27 febbraio di ogni anno la relazione annuale di riesame, in cui viene descritta tutta l'attività svolta nell'anno e in cui vengono analizzati i risultati conseguiti nell'ambito dell'orientamento, del placement e del public engagement rispetto agli obiettivi prefissati nel PS evidenziando i punti di forza e di debolezza nonché, eventuali azioni correttive di miglioramento;
- redige, alla scadenza del triennio del piano strategico, sempre entro il 27 febbraio, la relazione di riesame triennale, in cui viene descritta tutta l'attività svolta nel triennio di riferimento, analizzando i risultati conseguiti nell'ambito dell'orientamento, del placement e del public engagement rispetto agli obiettivi prefissati nel Piano Strategico, evidenziando i punti di forza e di debolezza nonché, eventuali azioni correttive di miglioramento;
- verifica la compilazione della scheda SUA-CdS entro le scadenze prefissate dal MIUR.

Ogni documento sopra descritto, alla cui redazione contribuiscono il Delegato e la Commissione, deve essere trasmesso al PQA e agli OO.AA. entro il rispettivo termine previsto.

7.4.3 La Commissione Orientamento, Placement e Public Engagement

La Commissione è un organo di supporto a tutte le attività del Delegato che la presiede e in particolare collabora per la realizzazione di tutte le fasi del procedimento AQ delle attività di orientamento, placement e public engagement: dalla fase della programmazione alla fase del riesame dell'attività.

La Commissione in particolare:

- concorre alla redazione di tutti i documenti sopra descritti, unitamente al Delegato, dalla fase della programmazione, a quella di monitoraggio;
- favorisce gli scambi e il confronto tra tutti i docenti dell'Ateneo nell'ambito dell'orientamento, del placement e del public engagement;
- veicola e favorisce, unitamente al Delegato, le singole iniziative di carattere scientifico.

La Commissione si riunisce ogni settimana.

Per ogni riunione viene redatto apposito verbale.

Nell'ottica di favorire e potenziare l'impegno di ogni singolo CdS, i membri della Commissione rappresentano, nella loro compagine complessiva, tutti i Corsi di Studio e sono i referenti dello stesso per i settori di competenza della Commissione.

Ciascun membro della Commissione, anche quale referente di uno o più Corsi di Studio, coglie l'occasione di ogni Consiglio di Corso, per interagire con tutti i docenti del CdS, in modo da recepirne tutte le eventuali proposte e le iniziative inerenti alle attività di orientamento, placement e public engagement, così come eventuali criticità o problematiche, trasferendole, poi, alla Commissione e al Delegato nel corso delle riunioni settimanali.

Più dettagliatamente i principali compiti della Commissione sono così esplicitati:

- applica le strategie e le politiche di orientamento in entrata, in itinere e in uscita, di placement e di public engagement, definite nel piano strategico di Ateneo;
- svolge funzioni di indirizzo, coordinamento, monitoraggio e valutazione delle attività di orientamento in entrata, in itinere e in uscita, di placement e di public engagement in stretto contatto con i Corsi di studio;
- stabilisce e cura i rapporti con le scuole superiori e le altre istituzioni deputate alla formazione dei giovani, allo scopo di realizzare iniziative relative all'orientamento alla scelta;
- cura i rapporti con aziende, associazioni di categoria e altri enti, al fine di promuovere iniziative di orientamento al mondo del lavoro e specifiche attività di placement;
- cura i rapporti con le associazioni e gli enti/aziende interessati a collaborare in iniziative di orientamento alla scelta e al lavoro nonché in attività di public engagement;
- recepisce le richieste di orientamento e di sostegno rivolte all'Ateneo e individua le necessità emerse al riguardo, promuovendo percorsi di diffusione e promozione in ordine all'orientamento;
- cura la diffusione dei dati e delle informazioni sulle iniziative intraprese, stabilisce rapporti istituzionali con enti e realtà esterne, allo scopo di realizzare iniziative e strutture comuni relative all'orientamento e al tutorato;
- cura il coordinamento delle attività e individua forme di collegamento e di trasferimento di attività realizzate dalle singole strutture didattiche;
- promuove iniziative di sperimentazione e diffusione di interventi innovativi;
- analizza studi di settore specifici riguardanti le competenze di riferimento;
- presta supporto nelle modalità richieste dagli OOAA e dai singoli CdSper le rilevazioni annuali e triennali riguardanti i settori orientamento, placement e public engagement
- favorisce la crescita di una cultura dell'importanza dell'orientamento, del placement e del public engagement in tutti i docenti, anche predisponendo attività *ad hoc* di formazione e condivisione di best practices.

Ogni anno la Commissione bandisce una selezione per studenti e laureati che collaborino nello svolgimento delle attività di orientamento, placement e public engagement. Questi studenti operano sotto la supervisione e il coordinamento del Delegato. Agli studenti, giuste delibere degli OOAA, viene dato un incentivo alla partecipazione in termini di punteggio (fino a 3 punti) sul voto finale di laurea.

La Commissione, per favorire lo svolgimento delle sue funzioni e con esse il raggiungimento degli obiettivi di Ateneo di orientamento in entrata, in itinere e in uscita, di placement e di public engagement, accoglie tra i suoi componenti anche un/a componente tutor, un/a Dottorato-a/Dottorando-a e un/a componente del personale TA con funzioni di orientamento, un/a rappresentante degli studenti e un/a dei laureati/e che concorrono e partecipano sistematicamente alle attività della Commissione.

7.4.4. Il Tavolo Tecnico O.S.F.A.L.

Presso l'UniFortunato è attivo il Tavolo Tecnico per l'Orientamento, la promozione del Successo Formativo e l'Accompagnamento al mondo del Lavoro (O.S.F.A.L.).

Il Tavolo è l'occasione per una reale e fattiva "sinergia" tra scuola, università e parti sociali nelle azioni di orientamento, riorientamento, occupabilità, accompagnamento al lavoro e public engagement.

Possono aderire al tavolo tutti i soggetti che possono rientrare nella più ampia categoria di parti interessate in base alle indicazioni ministeriali e in coerenza con i profili dei diversi CdS.

Le azioni del Tavolo tecnico hanno lo scopo di monitorare i bisogni formativi e di orientamento alla scelta, rappresentati dalle scuole e dalla società, intrecciando le

esigenze occupazionali delle parti sociali. L'esperienza ha lo scopo di fornire un servizio efficace attraverso la conoscenza dei ruoli di ogni aderente al Tavolo per divulgare sistematicamente le azioni nell'ottica della collaborazione, anche al fine di agevolare la pianificazione e lo svolgimento di attività concordate.

Il Tavolo tecnico si riunisce almeno due volte all'anno, su convocazione del Delegato, per programmare e verificare (in fase finale e intermedia) le attività: entro il mese giugno ed entro il mese di novembre di ogni anno.

Il Tavolo svolge una preziosa funzione anche nell'ambito del confronto sull'offerta formativa d'Ateneo e delle attività delle consultazioni delle P.I. dando impulso alle attività di consultazione che poi i singoli CdS realizzano individualmente, in base alle linee guida d'Ateneo per la consultazione delle P.I..

7.4.5. Consigli di Corso di Studio

Tutte le attività sono progettate, programmate e condivise con i CdS secondo la programmazione temporale indicata, così da favorire un coinvolgimento attivo e diretto di ogni CdS nella progettazione, programmazione e nello svolgimento delle attività. Ciascun CdS indica suggerimenti e proposte per il programma annuale di orientamento, placement e public engagement e indica osservazioni di miglioramento. Tale programma è adattato alle esigenze e specificità di ciascun CdS. D'intesa con i CdS avviene la pianificazione generale e particolare di tutte le attività programmate. I presidenti/responsabili di CdS sono membri di diritto del Tavolo OSFAL. Ciascun CdS provvede alla ripartizione tra i docenti dei compiti di orientamento, placement e public engagement.

7.4.6. Studenti

Prezioso viene ritenuto, nell'intero processo di assicurazione della qualità l'apporto degli studenti e dei laureati. Essi collaborano, tramite i loro rappresentanti in seno ai Consigli di Corso di Studi e alle rappresentanze studentesche e dei laureati in seno al tavolo OSFAL, alla progettazione delle attività di orientamento, placement e public engagement. La Commissione può, quando lo ritiene utile ed opportuno direttamente richiedere un confronto con gli stessi rappresentanti anche fuori dai Consigli di CdS nonché interfacciarsi con gli organi delle associazioni degli Alunni e/o ex Alunni presenti in Ateneo. La Commissione è stabilmente integrata da un componente rappresentante degli studenti e dei laureati.

7.4.7 Docenti

L'attività di orientamento e tutorato rientra tra i compiti istituzionali del personale docente, come parte integrante dell'impegno didattico previsto dalla normativa vigente. I docenti, sulla base di quanto previsto dal programma annuale, adattato alle esigenze e specificità di ciascun CdS, svolgono attività di orientamento e tutorato, individuale o di gruppo; partecipano alle iniziative di CdS e di Ateneo, contribuendo alla realizzazione delle attività relative alla fase di scelta, di inserimento nei corsi di studio, di accesso al mondo del lavoro e ad altre opportunità di formazione e perfezionamento nonché, alle attività di public engagement.

7.4.8. Ufficio Orientamento d'Ateneo

L'ufficio orientamento e tutorato coadiuva sotto il profilo pratico le attività di orientamento e tutorato messe in atto dalle strutture dell'Ateneo e dai CdS, operando in collaborazione con gli altri servizi di Ateneo. La è stabilmente integrata da un componente dell'Ufficio Orientamento di Ateneo.

7.5. Documenti del Sistema di Assicurazione della Qualità

I documenti del Sistema di Assicurazione della Qualità da redigere vengono di seguito riportati:

- Piano strategico di ateneo;
- Programma annuale delle attività di orientamento, placement e public engagement;
- Monitoraggio infrannuale sull'attività;
- Relazione di riesame annuale;
- Relazione di riesame triennale;
- Scheda SUA-CdS.

7.6 Modalità operative per l'attuazione della politica per la qualità

Il Piano Strategico, che contiene le linee di indirizzo generale di Ateneo, nonché i Riesami annuali, devono essere approvati dal SA e dal CDA. Essi rappresentano la base di riferimento per l'individuazione della Politica per la Qualità delle attività di orientamento, placement e public engagement d'Ateneo.

Tale politica si sostanzia nell'individuazione degli obiettivi strategici di orientamento, placement e public engagement triennali e annuali.

L'individuazione di tali obiettivi fornisce all'Ateneo gli indirizzi e gli orientamenti generali per la qualità delle attività di orientamento, placement e public engagement.

L'Ateneo deve essere dotato di una struttura organizzativa adeguata al raggiungimento degli obiettivi funzionale alla gestione della sua Assicurazione Qualità. I principi su cui si basa l'AQ dell'orientamento e PE d'Ateneo sono:

1. una gestione per obiettivi;
2. una gestione basata sul Ciclo di Miglioramento.

7.7 La gestione per obiettivi

L'approccio alla gestione per obiettivi prevede che, in modo coerente alle politiche e alle strategie di Ateneo, siano fissati gli obiettivi di orientamento, placement e public engagement dell'Ateneo e che sia predisposto un piano operativo che descriva le modalità di raggiungimento di tali obiettivi.

Le attività di AQ devono essere fondate su evidenze: il livello di efficacia delle azioni intraprese deve essere chiaramente identificabile sulla base della definizione di obiettivi, indicatori e target e di una raccolta di dati interpretabili in modo oggettivo. Ciò al fine di dimostrare l'adeguatezza del sistema di gestione per la qualità agli scopi dell'organizzazione e la capacità di ottenere un risultato conforme ai requisiti specificati in tema di orientamento, placement e public engagement. L'Ateneo si deve anche interrogare sul valore e sulla gerarchia degli obiettivi che definisce, in quanto gli obiettivi non hanno tutti la stessa importanza e lo stesso impatto.

Per ciascuno di essi, devono essere identificati in un piano operativo i seguenti attributi:

- azioni da intraprendere (cosa si intende fare);
- responsabilità (possibilmente individuali o di pochi) per la gestione dell'obiettivo (chi sarà responsabile delle attività);

- modalità di raggiungimento (strumenti per perseguire l'obiettivo);
- risorse necessarie o assegnate (cosa serve dal punto di vista delle risorse umane ed economico/finanziarie);
- definizione dell'indicatore o degli indicatori (come si valuta in modo intersoggettivo lo stato di raggiungimento dell'obiettivo) e dei corrispondenti traguardi/valori obiettivo (target);
- scadenze previste per il raggiungimento (quando si verificherà lo stato di raggiungimento) e gli eventuali stati di avanzamento;
- valutazione dell'efficacia degli obiettivi.

7.8 Il ciclo di miglioramento

La metodologia che guida il processo di mantenimento e miglioramento continuo si concretizza in un'azione ciclica basata sulla reiterazione sequenziale delle seguenti quattro fasi che costituiscono il cosiddetto Ciclo di Miglioramento:

- **Plan:** pianificare, ovvero descrivere e analizzare il processo attuale, misurare le sue prestazioni, fissare degli obiettivi misurabili, individuare le possibili alternative per raggiungere questi obiettivi, valutare le alternative, pianificare l'applicazione delle scelte fatte. La fase di plan confluisce nella definizione del piano operativo.
- **Do:** dare attuazione al piano;
- **Check:** verificare i risultati, confrontandoli con ciò che è stato pianificato, e misurare lo scostamento tra i risultati ottenuti e gli obiettivi prefissati;
- **Act:** adottare azioni per migliorare in modo continuo le prestazioni dei processi e per ridurre eventuali scostamenti tra obiettivi pianificati e risultati conseguiti.

La visualizzazione in forma circolare sottolinea la necessità di una continua ripetizione della loro successione, per portare a una nuova pianificazione sulla base dell'esperienza acquisita.

La definizione del sistema organizzativo per l'Assicurazione Qualità delle attività di orientamento, placement e public engagement d'Ateneo, intesa come capacità di raggiungimento degli obiettivi definiti, deve quindi considerare i seguenti aspetti:

- Pianificazione degli obiettivi e dei relativi processi di attuazione;
- Attuazione del piano e controllo delle attività;
- Misurazione della qualità, verifica dei risultati /valutazione degli esiti;
- Analisi dei problemi riscontrati e delle relative cause e definizioni delle strategie di miglioramento.

Nella pianificazione, il Delegato e la Commissione dovranno redigere un piano operativo di attività comprendente responsabilità, risorse, tempi e modalità di controllo necessarie per raggiungere gli obiettivi definiti con gli attributi precedentemente elencati.

La complessità del piano dovrà essere commisurata alla difficoltà e ai rischi di mancato raggiungimento degli obiettivi definiti. Il livello di dettaglio del piano potrà variare a seconda del tipo e della complessità dell'obiettivo.

In ogni caso non si dovranno mai dettagliare le attività oltre il livello al quale tali attività potranno essere controllate, verificate e sottoposte a miglioramento.

Nella fase di attuazione del piano e controllo delle attività, si darà corso a quanto previsto dal piano monitorandone il corretto svolgimento.

La fase di misurazione/valutazione degli esiti è quella in cui saranno determinati i risultati delle attività svolte e lo stato di raggiungimento degli obiettivi.

Infine, durante la fase denominata di analisi e miglioramento, tutti i dati e le evidenze a supporto delle attività condotte saranno presi in considerazione per comprendere le cause dell'eventuale mancato raggiungimento; per discutere degli esiti; per cogliere le opportunità

di miglioramento e, da ultimo, per capire se i processi e le procedure messe in atto sono efficaci ed adeguate.

In particolare, attraverso un test di valutazione (diverso in base alle attività previste: orientamento in entrata, in itinere, in uscita/placement, public engagement) si verifica l'efficacia e il grado di soddisfacimento degli studenti, docenti e dei soggetti terzi coinvolti sulle azioni svolte. I risultati del test sono trasmessi al PQA. L'indagine viene condotta rispettando i seguenti principi:

- anonimato della rilevazione;
- trasparenza dei risultati;
- indagine totale (l'invito alla compilazione sarà inviato via mail).

Il questionario viene somministrato all'esito delle attività. Più precisamente, la Commissione provvede a somministrare via mail o in presenza il questionario. Contestualmente all'invio o alla consegna di ciascun questionario, la stessa Commissione ne chiede la restituzione via mail o con consegna presso l'Ateneo entro il termine di 30 giorni dall'invio. Alla scadenza di detto termine, la Commissione procede alla rilevazione dei risultati dei questionari. I dati raccolti vengono utilizzati solo in forma aggregata e sono finalizzati ad identificare eventuali punti nevralgici e possibili azioni per il miglioramento delle attività.

Elemento fondamentale della fase di analisi e miglioramento è, poi, il Riesame, che consiste in un'attività sistematica per riscontrare l'idoneità, l'adeguatezza e l'efficacia del sistema di gestione. Sono inoltre valutati gli interventi di miglioramento proposti nel precedente riesame, con l'individuazione degli scostamenti e delle proposte di miglioramento per l'anno successivo.

Al termine del triennio dovrà essere effettuata un'autovalutazione dei risultati raggiunti in riferimento agli indicatori e ai target triennali previsti.

Al fine di rendere agevoli il suddetto riscontro tra quanto programmato e quanto conseguito, nonché la relazione annuale di riesame, la Commissione prevede, di pubblicare sul sito istituzionale le attività di orientamento, placement e public engagement. In questo modo chiunque può accedere in modo immediato e diretto a tutto quanto realizzato nelle diverse aree, trovando poi un ulteriore riscontro delle attività svolte nelle schede di monitoraggio compilate semestralmente dai singoli docenti.

CRONOPROGRAMMA

SUA – CdS

G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D

Aprile: scadenza consegna progetto per SUA

RIESAME

G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D

Febbraio: scadenza riesame

Giugno: monitoraggio semestrale

Dicembre: scadenza monitoraggio semestrale

ATTIVITA' PROGETTAZIONE, PROGRAMMAZIONE, PIANIFICAZIONE, SVOLGIMENTO

M	G	L	A	S	O	N	D	G	F	M	A

Maggio: Riunione CdS esiti e proposte

Giugno: Riunione OSFAL progettazione e verifica finale anno

Luglio: Predisposizione programma annuale

Settembre: Invio programma annuale e pianificazione generale con i CdS

Novembre: Riunione OSFAL verifica intermedia

Gennaio: Pianificazione particolare con i CdS

Gennaio/Maggio: periodo centrale di svolgimento delle attività

SCHEDA MONITORAGGIO ORIENTAMENTO, PLACEMENT E PUBLIC ENGAGEMENT

NOME DEL DOCENTE

Periodo _____

ORIENTAMENTO IN ENTRATA

	DATA indicare la data o le date di svolgimento della singola attività	DESCRIZIONE	NOTE indicare anche eventuali collaborazioni, il link al sito web dell'iniziativa, il n. delle persone coinvolte
1 - iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori			
2 - partecipazione a iniziative di PCTO (percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento)			
3 – partecipazione a Open Day, Summer school, Welcome days			

ORIENTAMENTO IN ITINERE

	DATA indicare la data o le date di svolgimento della singola attività	DESCRIZIONE	NOTE indicare anche eventuali collaborazioni, il link al sito web dell'iniziativa, il n. delle persone coinvolte
4– partecipazione attività di supporto di orientamento in itinere			
5– partecipazione attività di			

counseling			
6 – Seminari di orientamento in itinere e sulle skills			
ORIENTAMENTO IN USCITA E PLACEMENT			
	DATA indicare la data o le date di svolgimento della singola attività	DESCRIZIONE	NOTE indicare anche eventuali collaborazioni, il link al sito web dell'iniziativa, il n. delle persone coinvolte
7 – partecipazione a Career Day, Job Corner, Recruiting, Job Week			
8 – partecipazione attività promosse dall'Ateneo, come "Che professione sei?"			
9 – partecipazione ad altre attività di placement			
10- Tesi seguite come "relazione scientifica di tirocinio" o redatte sulla base di tirocini effettuati dallo studente			
PUBLIC ENGAGEMENT			
	DATA indicare la data o le date di svolgimento della singola attività	DESCRIZIONE	NOTE indicare anche eventuali collaborazioni, il link al sito web dell'iniziativa, il n. delle persone coinvolte
11 - pubblicazioni divulgative a livello nazionale o internazionale (interventi su quotidiani, anche on line, stampa di settore, rubriche, newsletter, ecc)			

12 - partecipazioni dello staff docente a trasmissioni radiotelevisive a livello locale, nazionale o internazionale			
13 - partecipazioni attive a incontri pubblici organizzati da altri soggetti (es. caffè scientifici, festival, fiere scientifiche, ecc.)			
14 - divulgazione scientifica su temi di attualità e di interesse pubblico o collettivo: convegni, seminari, webinar, workshop e momenti di incontro, oltre che di confronto, con la popolazione			
15 - partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making)			
16 - partecipazione a tavoli, comitati, commissioni, organi di vigilanza ecc. per il coordinamento, indirizzo e contributo al confronto pubblico su tematiche di interesse economico, sociale, culturale, ambientale e tecnologico			
17-partecipazione a eventi pubblici (es. Notte dei Ricercatori...)			
18-partecipazione a concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità			
19 - collaborazione con le associazioni culturali o altri enti, per organizzare proposte formative su			

specifiche tematiche			
20 - iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione)			
21 - iniziative in collaborazione con enti per progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio			
22 - iniziative divulgative rivolte a bambini e giovani			
23 - promozione e partecipazione a iniziative di associazioni e organismi esterni a favore di tematiche di rilevanza sociale			
24 - iniziative di democrazia partecipativa (es. consensus conferences, citizen panel)			
25 - giornate organizzate di formazione alla comunicazione (rivolta a PTA o docenti)			
26 - siti web interattivi e/o divulgativi, blog			
27 –attività consulenziali e progettuali con/per Enti pubblici e privati/Associazioni/Ordini professionali/Società/Compagnie ecc.			
28 – Altro (specificare attività)			