



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

Relazione Finale Job Placement 2016



Career Service

Indice

1. Introduzione	5
2. I servizi	7
2.1 Il modello dei servizi	7
2.2 Servizi per gli studenti	9
2.3 Servizi per le imprese	21
2.4 Rapporti privilegiati con le imprese	28
3. Organizzazione	29
3.1 L'Ufficio Centrale	30
3.2 La struttura territoriale-operativa	30
3.3 Il team di lavoro	32
3.4 Diffusione in Ateneo	34
4.1 Attività di ricerca del Job Placement	35
4.2 Relazioni istituzionali	47
4.3 Iniziative Scientifiche anno 2016	49
4.4 Iniziative anno 2017	54
5. Progetti di connessione tra Career Service e IUF	56
5.1 Bridge Placement-IUF	56
5.2 Progetto C-Lab	57
6. Il monitoraggio dei servizi: una proposta operativa	59
7. Comunicazione e dati di Ateneo	74
7.1 Progetto comunicazione strategica Communication Strategies Lab	75
7.2 L'indagine Almalaurea sulla condizione occupazionale dei laureati	75
8. Prospettive future	78

Allegati

- All. 1 Career Day
- All. 2 Incontri con le Imprese
- All. 3 Job in Lab
- All. 4 Palestra di Intraprendenza
- All. 5 Laboratorio Ricerca Attiva e servizi 2 livello
- All. 6 Semol
- All. 7 Tirocini
- All. 8 Vetrina
- All. 9 Career Counseling

La Relazione Finale Career Service 2016 è stata redatta con la supervisione del Prof. Andrea Arnone, il coordinamento della Prof. Vanna Boffo e il supporto della Dott. Elena Nistri.

Redazione dei testi a cura di: Prof. Vanna Boffo (cap. 1, cap. 8); Dott. Ilenia Buscemi (cap. 2, cap. 7), Dott. Annarita Fasano (cap. 3, cap. 5), Dott. Carlo Terzaroli (cap. 4), Prof. Giovanna Del Gobbo e Dott. Annalisa Tonarelli (cap. 6).

1. Introduzione

All'interno della strategia politica di Europa 2020, per creare le condizioni di uno spazio futuro europeo favorevole a una crescita "intelligente, sostenibile e inclusiva" si ritrovano 5 obiettivi "occupazione, innovazione, istruzione, integrazione sociale e clima/energia" che coinvolgono e impegnano ogni stato membro a implementare, sviluppare, orientare azioni per il loro raggiungimento. Nel 2015 i Ministri Europei dell'Educazione hanno riconfermato e reso più solidi gli indirizzi strategici e politici per le Università del futuro: «1. enhancing the quality and relevance of learning and teaching; 2. fostering the employability of graduates throughout their working lives; 3. making our systems more inclusive; 4. implementing agreed structural reforms» (Yerevan, May 2015). L'impegno a incrementare l'*employability* dei laureati, attraverso la cura del processo di formazione al lavoro, di inserimento professionale, di sviluppo delle strategie imprenditive strettamente connesse con il mondo della produzione di beni e servizi, è al primo punto per la crescita dell'Europa. Le Università sono chiamate a muovere i propri programmi proprio a partire da questi obiettivi. Il Piano strategico di Ateneo 2016-2018 richiama nelle sue linee fondanti le direzioni individuate dagli organismi sovranazionali, in particolar modo, anche attraverso il consolidamento dei Servizi di inserimento nel mondo del lavoro.

Il rapporto fra università e mondo del lavoro è un nodo nevralgico per lo sviluppo delle professionalità dei laureati e dei dottori di ricerca, per l'implementazione di *employability*, per il miglioramento delle fasi di transizione dallo studio al lavoro, per la costruzione di carriere adeguate al mondo delle conoscenze e delle competenze in continua evoluzione, per il benessere delle giovani generazioni e delle società attuali.

La relazione rappresenta la sintesi del lavoro svolto durante l'anno 2016 da tutti coloro che hanno operato per il traghettamento del Progetto Cantieri di Intraprendenza e lavoro, avviato agli inizi del 2015 dalla Prof.ssa Paola Lucarelli (Delegata all'Orientamento al lavoro dell'Università degli Studi di Firenze dal 2010 al 2015), verso una struttura di Servizi che potesse coniugare l'originaria idea progettuale con la presenza di un Career Service di respiro nazionale e internazionale. Abbiamo lavorato in continuità per dare voce e sviluppo al "Progetto Cantieri".

Possiamo dire di aver rispettato il mandato avuto dal Rettore nel Novembre 2015, al momento dell'avvio della nuova Delega al Job Placement, facendo crescere il Progetto oltre i propri confini. Il cambiamento di denominazione e l'arrivo all'attuale "Career Service" ha significato proprio la connessione con le dimensioni nazionali e internazionali. Attualmente, il Career Service dell'Ateneo di Firenze basa la propria operatività su un modello definito a partire da quattro linee di Servizi (Counseling, Formazione, Matching, Intraprendenza), che prendono forza dalla ricerca scientifica che li giustifica e ne sviluppa le ragioni fondanti, e si interfacciano costantemente con il mondo delle imprese, delle professioni, del lavoro.

La categoria di *employability* e la letteratura anglossasone sulle scelte strategiche legate alla sua implementazione rappresentano la matrice di ricerca e il punto di partenza dello sfondo di riferimento generale (Harvey 2003, Knight & Yorke 2006). Le relazioni nazionali si sono avviate grazie al costante collegamento con l'attività che ItaliaLavoro (ora ANPAL Servizi) svolge, per conto del Ministero del Lavoro, nella costruzione di una rete dei Career Service Universitari italiani, ma anche grazie al rapporto con il Consorzio AlmaLaurea e alla nuova Assemblea dei Delegati al Placement. Massima centralità e riferimento imprescindibile è rappresentato dalla riflessione sui processi di innovazione della terza missione, in stretta sinergia e in contatto costante e ravvicinato proprio con il settore del trasferimento tecnologico, dei rapporti con il territorio e con il mondo delle imprese.

Sotto la supervisione costante del Pro-rettore al trasferimento tecnologico e ai rapporti con il territorio e con il mondo delle imprese, Prof. Andrea Arnone, con il coordinamento dei delegati al Job Placement e la collaborazione dei Responsabili dei Career Service Point, sono stati messi a punto e continuamente aggiornati i servizi offerti, da una parte ai giovani universitari, agli studenti, ai laureati e ai dottori di ricerca, dall'altra, alle imprese, agli studi professionali e alle varie istituzioni e

organizzazioni interessate. Il Career Service rappresenta, infatti, un punto di riferimento per le imprese e per tutte le organizzazioni del mondo del lavoro che mirano ad entrare in contatto con gli studenti e i laureati dell'Università per reclutare risorse umane qualificate e per portare il loro contributo alla consapevolezza, autonomia e sviluppo professionale dei giovani.

L'intento è stato quello di avvicinare all'utenza i programmi e i servizi di orientamento, formazione e Job Placement, realizzando un più efficace coordinamento con le strutture dell'Ateneo e con il corpo docente di ciascuna Scuola. Tali Servizi si inseriscono, quindi, pienamente nel contesto del Piano Strategico di Ateneo 2016-2018 relativo alla Terza Missione (DL 19/2012; DM 47/2013), pur evidenziando la stringente connessione con gli ambiti privilegiati della Ricerca e della Didattica.

L'impegno per il 2017 sarà quello, in primo luogo, di creare le condizioni di comunicarci efficacemente per contribuire al miglioramento della motivazione a costruire il futuro professionale di ogni laureato. In secondo luogo, l'obbiettivo, altrettanto importante, sarà la costruzione di relazioni con il tessuto locale e nazionale delle imprese. Il lavoro è già stato avviato, ma ancora molta strada deve essere percorsa, anche in stretta sinergia con docenti e studenti.

In tutto questo percorso, l'Ufficio di Supporto alle iniziative di Orientamento in ingresso, in itinere, al Job Placement, creato nel marzo 2016, ha e avrà un ruolo di sostegno, di coordinamento, di pianificazione e sviluppo. La sfida è consistente poiché si situa sui molteplici piani di impegno a creare comunicazione interna all'Ateneo, relazioni con le strutture formative, rapporti con il mondo del lavoro, sinergie con le istituzioni.

Guardare all'Università del futuro significa costruirla nell'oggi, attraverso percorsi che avvantaggino i nostri studenti nella transizione alla realizzazione, ognuno, del proprio progetto di vita. Il lavoro e la professione rappresentano quel futuro che non può essere costruito senza strategie condivise, comunicate e realizzate da ogni componente della nostra comunità universitaria fiorentina.

Firenze, 31 Gennaio 2017

La Delegata al Job Placement
Vanna Boffo

2. I servizi

I servizi di Placement dell'Università degli Studi di Firenze hanno l'obiettivo di supportare i propri studenti, laureandi, laureati per orientarli nelle individuali scelte di carriera, nonché agevolarne l'inserimento nel mercato del lavoro. I servizi si rivolgono anche ad enti, imprese e datori di lavoro con l'intento di assisterli nella ricerca e selezione di studenti e laureati.

Perché rivolgersi ai servizi di Placement:

Studenti e laureati

- per conoscere concretamente il mercato del lavoro locale, nazionale ed internazionale
- per identificare e guidare le personali strategie di accesso al mercato del lavoro
- per gestire in maniera competente e autonoma la propria ricerca attiva del lavoro
- per ricevere una formazione volta a creare e migliorare l'autoimprenditorialità

Enti, imprese e datori di lavoro

- per pubblicare offerte di lavoro o tirocinio
- per consultare i cv in database
- per incontrare studenti, laureandi, laureati dell'Ateneo
- per generare un incrocio domanda/offerta quanto più rispondente alle proprie richieste

I servizi di Placement si suddividono in quattro linee, ciascuna di queste include una serie di iniziative.

Alcuni programmi sono dedicati in modo esclusivo agli studenti/laureati, altri solo ad enti e aziende e altri raccolgono esigenze e richiести di entrambi gli *stakeholder*.

Di seguito si riportano le informazioni su tutti i servizi, i dettagli (numeri, valutazioni, punti di forza...), riguardanti i programmi maggiormente richiesti, saranno approfonditi negli allegati.

2.1 Il modello dei servizi

L'Università di Firenze offre ai suoi studenti, laureati e dottori di ricerca numerosi servizi per favorire la transizione dal mondo accademico a quello del lavoro. I servizi offerti dall'Università di Firenze riguardano:

- il Career Counseling, attraverso il quale vengono promosse le capacità personali utili a costruire un efficace progetto professionale;
- la Formazione al Lavoro, attraverso la quale vengono fornite informazioni e strumenti utili per facilitare l'ingresso nel mondo del lavoro;
- gli Incontri con le Imprese attraverso i quali viene realizzato un canale diretto tra Università e mondo del lavoro con la possibilità per studenti e laureati di essere informati in tempo reale sulle offerte di lavoro e di sostenere veri e propri colloqui di lavoro con le aziende che ricercano personale;
- lo Sviluppo dell'intraprendenza, che tramite l'uso di specifiche metodiche, stimola lo sviluppo di idee innovative, rafforza l'acquisizione di competenze trasversali e abilità imprenditoriali dei partecipanti.

I Career service sono declinati in servizi rivolti alle aziende e in servizi rivolti a studenti e laureati.

Fig. 1 Il modello dei servizi

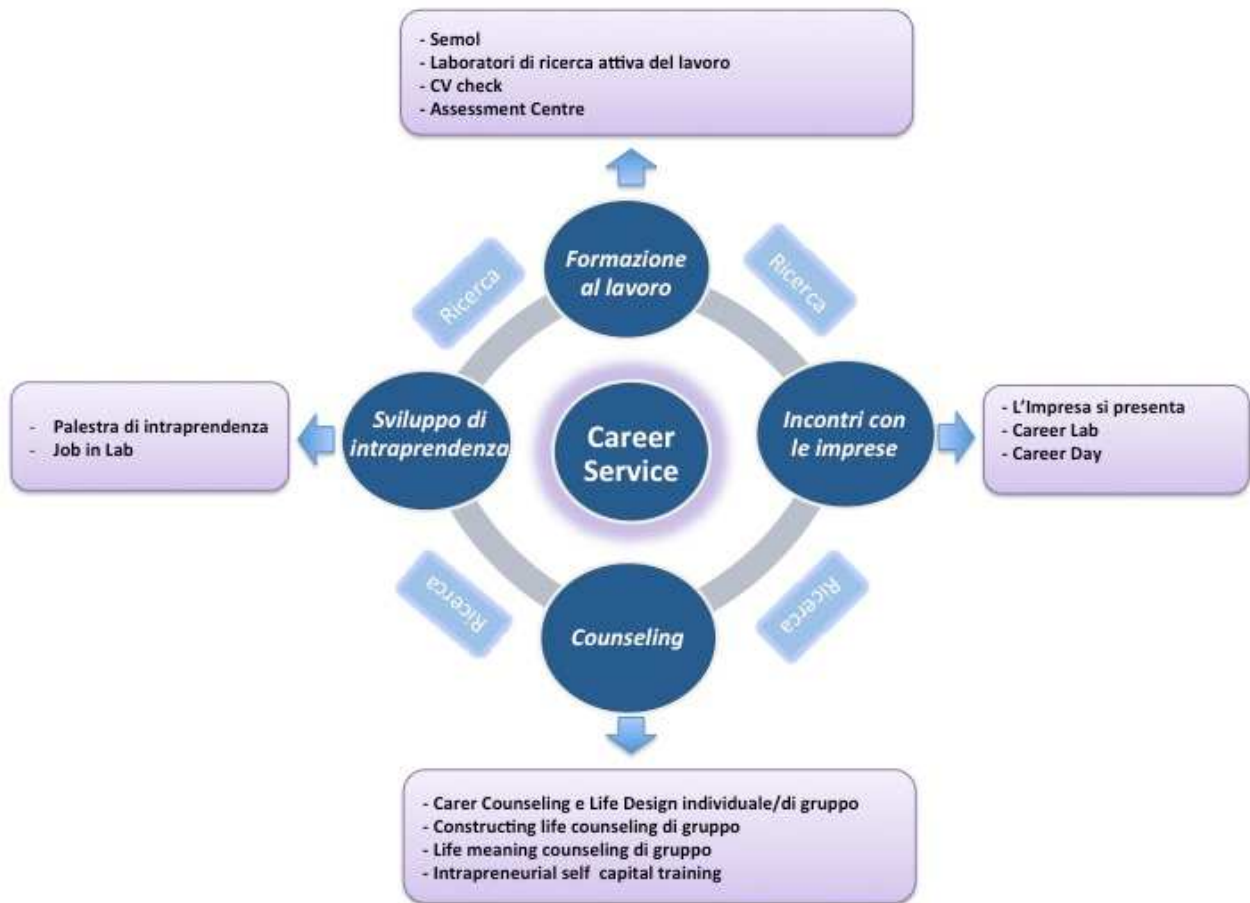
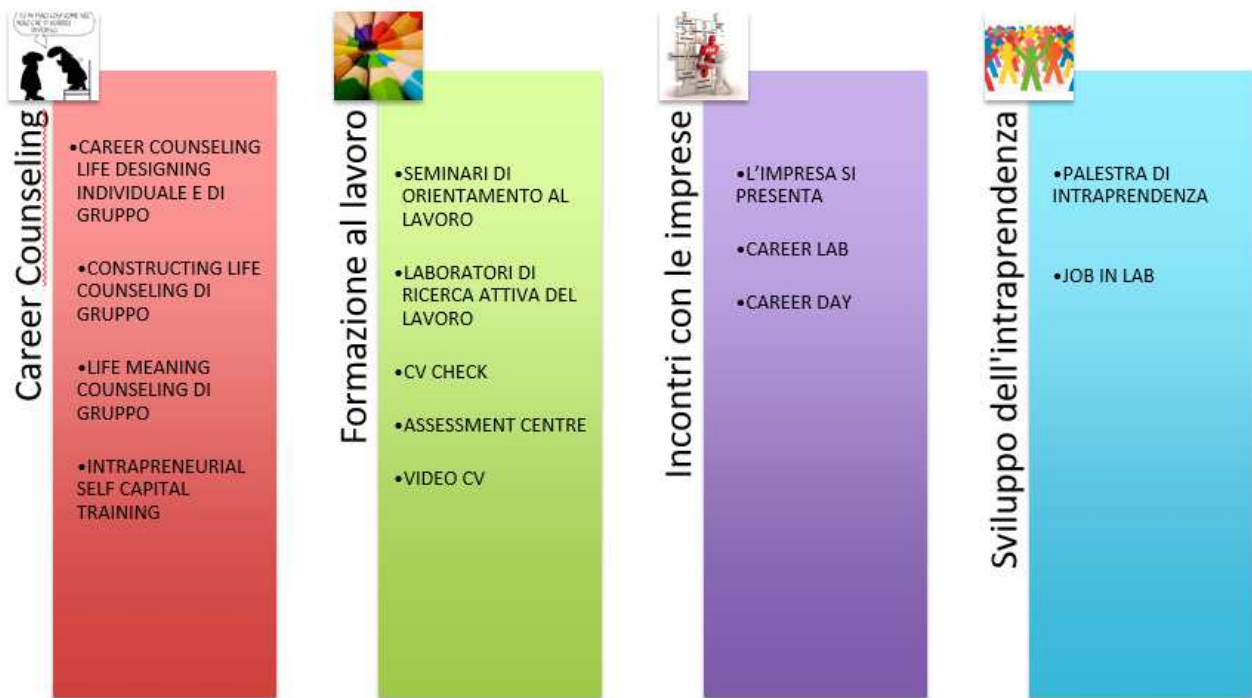


Fig. 2 La struttura dei servizi



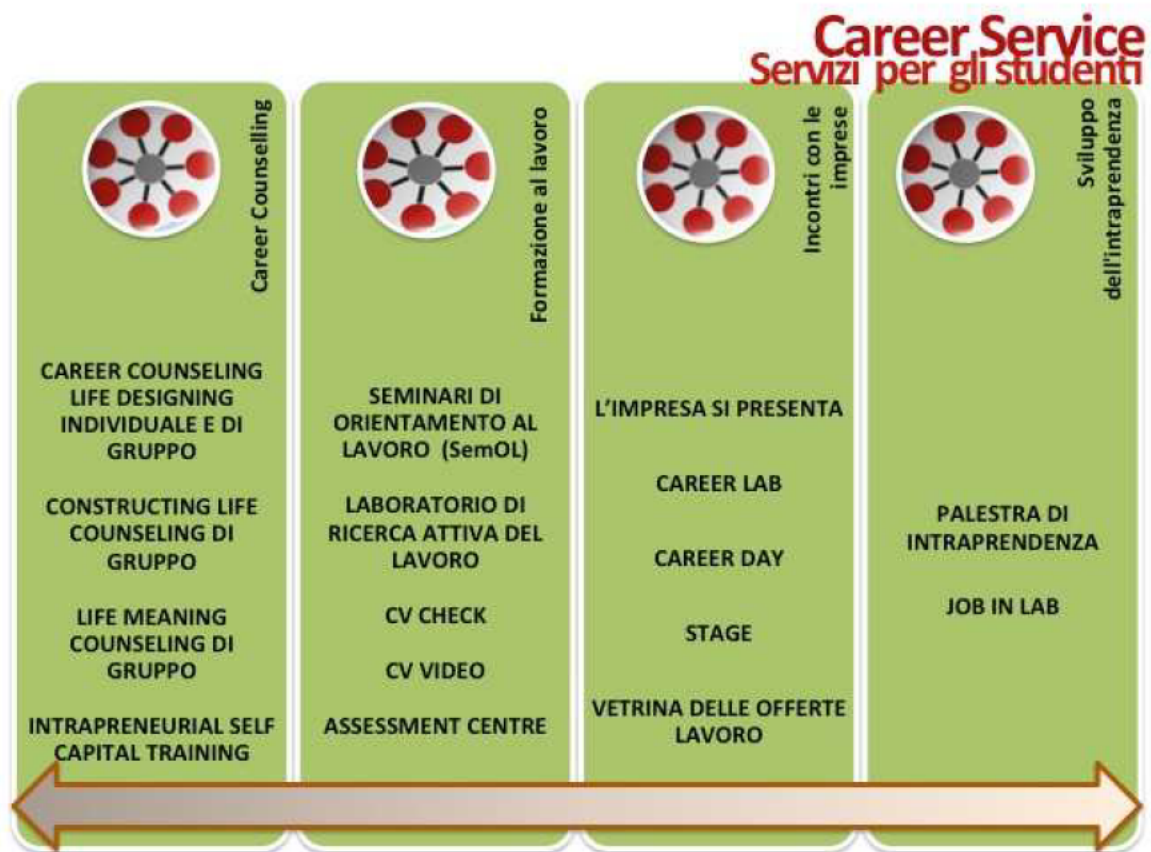
2.2 Servizi per gli studenti

Si tratta di programmi, servizi e iniziative di Job Placement che mirano a fornire risposte adeguate ai bisogni degli studenti e dei laureati, offrendo loro informazioni e formazione necessarie per la costruzione della propria identità professionale e per la progettazione attiva della propria carriera.

I servizi rivolti a studenti e laureati riguardano quattro linee:

- a) Career Counseling
- b) Formazione al lavoro
- c) Incontri con le imprese
- d) Sviluppo dell'intraprendenza

Fig. 3 Servizi per gli studenti



a) **Career Counseling:** Valorizzare le risorse personali di ciascuno allo scopo di promuovere la costruzione di un progetto professionale e di vita in linea con i propri valori.

I servizi di Career Counseling includono:

- Career Counseling e Life Designing individuale
- Constructing life counseling di gruppo
- Life Meaning Counseling di gruppo
- Intrapreneurial Self-Capital Training di gruppo

Career Counseling e Life Design	
Descrizione	L'intervento, individuale o di gruppo, mira a potenziare le competenze per progettare adattivamente la propria carriera e la propria vita secondo una formula personale di successo
Destinatari	Laureandi e laureati, laureandi e laureati magistrali
Edizioni 2016	Career Counseling e Life Design: 5 edizioni (4 giornate di 8 ore ciascuna), con 51 partecipanti Career Counseling e Life Design Individuale: 130 colloqui individuali, 26 partecipanti
Partecipanti totali 2016	77
Constructing Life Counseling	

Descrizione	L'intervento si propone di facilitare nei partecipanti una riflessione sugli aspetti più autentici di se stessi nel costruire il proprio futuro
Destinatari	Laureandi e laureati (max 15 partecipanti per gruppo)
Edizioni 2016	2 edizioni da 3 giornate di 8 ore ciascuna (48 ore di intervento)
Partecipanti totali 2016	21
Life Meaning Counseling	
Descrizione	Obiettivo del servizio è favorire nei partecipanti la capacità di porsi delle domande sul senso della propria vita in relazione al lavoro e al di fuori di esso, rintracciando piste prioritarie della propria esistenza attraverso l'intenzionalità riflessiva
Destinatari	Laureandi e laureati magistrali (max 15 partecipanti per gruppo)
Edizioni 2016	1 edizione da 3 giornate di 8 ore ciascuna (24 ore di intervento)
Partecipanti totali 2016	9
Intrapreneurial Self-Capital Training di Gruppo	
Descrizione	Il servizio mira a promuovere lo sviluppo di un core di caratteristiche degli individui come intrapreneur delle proprie vite per affrontare i continui cambiamenti e transizioni attraverso la creazione di soluzioni innovative di fronte ai vincoli dell'ambiente trasformando tali vincoli in opportunità
Destinatari	Laureandi e laureati, laureandi e laureati magistrali (max 15 partecipanti per gruppo)
Edizioni 2016	2 edizioni da 4 giornate di 8 ore ciascuna (64 ore di intervento)
Partecipanti totali 2016	19

b) **Formazione al lavoro:** Fornire percorsi utili e strumenti che facilitino un ingresso consapevole nel mondo del lavoro, promuovendo attività laboratoriali, simulazioni e consulenza individualizzate come anche competenze trasversali. I servizi di Formazione al lavoro includono:

- Laboratorio di ricerca attiva del Lavoro
- CV Check
- Video CV
- Assessment Centre
- Seminari di Orientamento al Lavoro

Laboratorio di Ricerca Attiva del Lavoro	
Descrizione	Laboratorio di gruppo (50 persone) organizzato in due sessioni da 8 ore. L'obiettivo è prepararsi in modo consapevole ad un colloquio di lavoro e redigere Curriculum Vitae e Lettera di Presentazione efficaci
Destinatari	Studenti dell'Università di Firenze, i laureati e i dottorati fino a 2 anni dal conseguimento del titolo

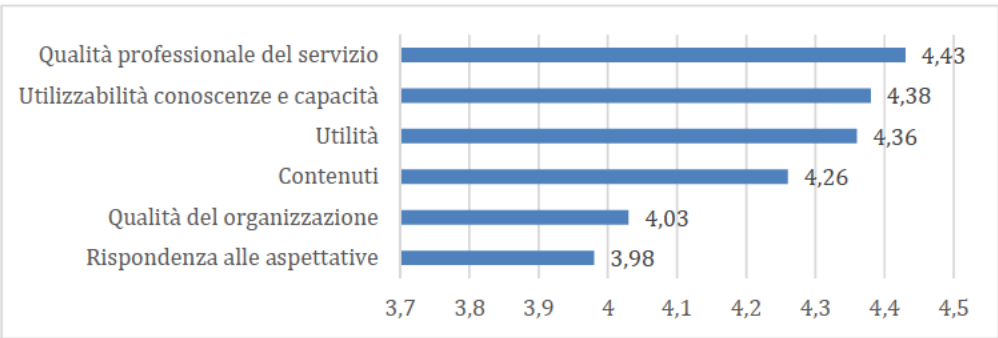
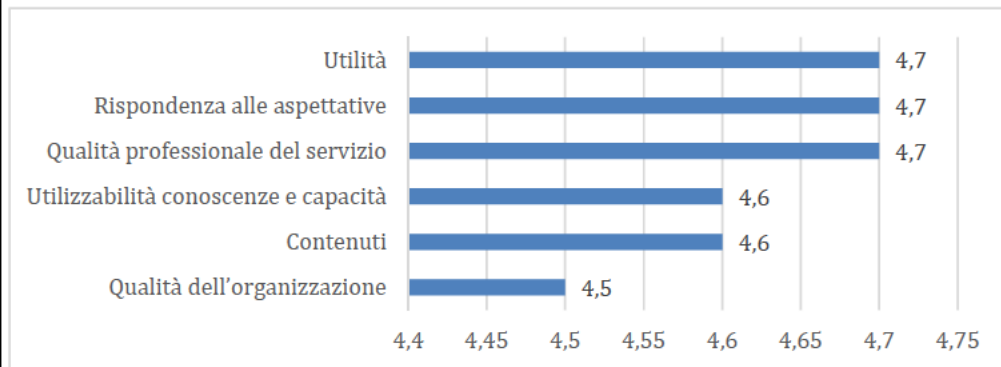
Edizioni 2016	<p>Numero totale edizioni: 9 I edizione: 1-8 febbraio II edizione: 27 febbraio -7 marzo III edizione: 4-13 aprile IV edizione: 2-9 maggio V edizione: 30 maggio- 6 giugno VI edizione: 4-11 luglio VII edizione: 3-10 ottobre VIII edizione: 7-14 novembre IX edizione: 21-28 novembre</p>														
Partecipanti totali 2016	301														
Valutazione del servizio	<p>92 partecipanti hanno espresso un giudizio sull'efficacia del servizio. La scala utilizzata è stata la seguente: 1= assolutamente inefficace 2= inefficace 3= né inefficace né efficace 4= efficace 5= molto efficace</p> <p>Fig. 1 Giudizio sull'efficacia del servizio espresso dai partecipanti</p>  <table border="1" data-bbox="391 1032 1394 1368"> <thead> <tr> <th>Aspetto</th> <th>Valutazione media</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Qualità professionale del servizio</td> <td>4,43</td> </tr> <tr> <td>Utilizzabilità conoscenze e capacità</td> <td>4,38</td> </tr> <tr> <td>Utilità</td> <td>4,36</td> </tr> <tr> <td>Contenuti</td> <td>4,26</td> </tr> <tr> <td>Qualità del organizzazione</td> <td>4,03</td> </tr> <tr> <td>Rispondenza alle aspettative</td> <td>3,98</td> </tr> </tbody> </table>	Aspetto	Valutazione media	Qualità professionale del servizio	4,43	Utilizzabilità conoscenze e capacità	4,38	Utilità	4,36	Contenuti	4,26	Qualità del organizzazione	4,03	Rispondenza alle aspettative	3,98
Aspetto	Valutazione media														
Qualità professionale del servizio	4,43														
Utilizzabilità conoscenze e capacità	4,38														
Utilità	4,36														
Contenuti	4,26														
Qualità del organizzazione	4,03														
Rispondenza alle aspettative	3,98														
CV Check															
Descrizione	<p>Revisione personalizzata del proprio Curriculum Vitae e della propria lettera di presentazione. L' incontro é individuale (per appuntamento il lunedì e il giovedì) ed ha una durata di circa mezz'ora.</p>														
Destinatari	Coloro che hanno partecipato al Laboratorio di Ricerca Attiva del Lavoro														
Edizioni 2016	40														
Partecipanti totali 2016	154														
Valutazione del servizio	<p>9 partecipanti hanno espresso un giudizio sull'efficacia del servizio. La scala utilizzata è stata la seguente: 1 = assolutamente inefficace 2 = inefficace 3 = né inefficace né efficace 4 = efficace 5 = molto efficace</p>														

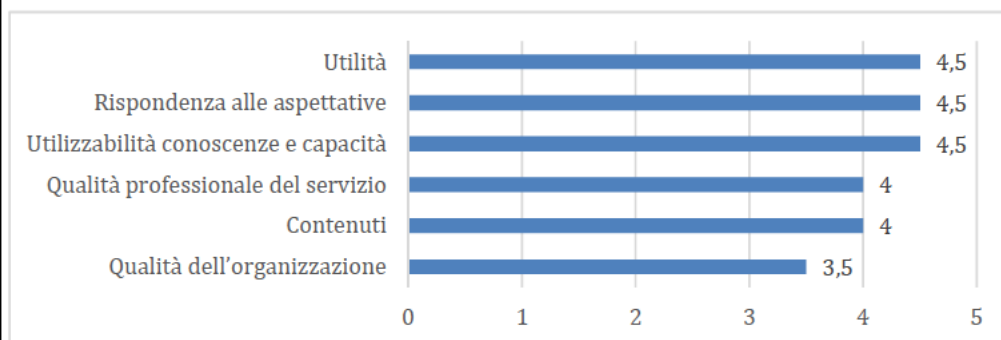
Fig. 2 Giudizio sull'efficacia del servizio espresso dai partecipanti



Video CV

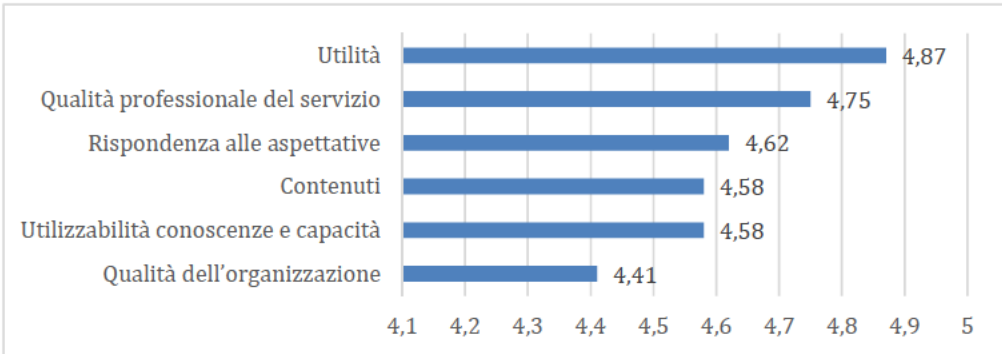
Descrizione	Laboratorio di gruppo organizzato in una giornata formativa di 8 ore. Alla fine della giornata sarà possibile accedere ad un appuntamento individuale per la realizzazione del video.
Destinatari	Coloro che hanno partecipato al Laboratorio di Ricerca Attiva del Lavoro
Edizioni 2016	4
Partecipanti totali 2016	39
Valutazione del servizio	2 partecipanti hanno espresso un giudizio sull'efficacia del servizio. La scala utilizzata è stata la seguente: 1 = assolutamente inefficace 2 = inefficace 3 = né inefficace né efficace 4 = efficace 5= molto efficace

Fig. 3 Giudizio sull'efficacia del servizio espresso dai partecipanti



Assessment Centre

Descrizione	Una sessione di somministrazione dell'Assessment Center (I mattina), e una di restituzione dei risultati (II mattina). L'obiettivo è sostenere una sessione di Assessment Center, ovvero prova di selezione utilizzata in ambito aziendale, volto alla rilevazione delle competenze trasversali dei candidati.
-------------	--

Destinatari	Coloro che hanno partecipato al Laboratorio di Ricerca Attiva del Lavoro														
Edizioni 2016	Numero totale edizioni: 9 I edizione: 24-25 febbraio II edizione: 16-18 marzo III edizione: 20-21 aprile IV edizione: 11-13 maggio V edizione: 15- 16 giugno VI edizione: 27 e 28 Settembre VII edizione: 26 e 28 Ottobre VIII edizione: 16 e 18 Novembre IX edizione: 14 e 16 Dicembre														
Partecipanti totali 2016	74														
Valutazione del servizio	<p>24 partecipanti hanno espresso un giudizio sull'efficacia del servizio. La scala utilizzata è stata la seguente:</p> <p>1 = assolutamente inefficace 2 = inefficace 3 = né inefficace né efficace 4 = efficace 5 = molto efficace</p> <p>Fig. 4 Giudizio sull'efficacia del servizio espresso dai partecipanti</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Aspetto</th> <th>Valutazione Media</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Utilità</td> <td>4,87</td> </tr> <tr> <td>Qualità professionale del servizio</td> <td>4,75</td> </tr> <tr> <td>Rispondenza alle aspettative</td> <td>4,62</td> </tr> <tr> <td>Contenuti</td> <td>4,58</td> </tr> <tr> <td>Utilizzabilità conoscenze e capacità</td> <td>4,58</td> </tr> <tr> <td>Qualità dell'organizzazione</td> <td>4,41</td> </tr> </tbody> </table>	Aspetto	Valutazione Media	Utilità	4,87	Qualità professionale del servizio	4,75	Rispondenza alle aspettative	4,62	Contenuti	4,58	Utilizzabilità conoscenze e capacità	4,58	Qualità dell'organizzazione	4,41
Aspetto	Valutazione Media														
Utilità	4,87														
Qualità professionale del servizio	4,75														
Rispondenza alle aspettative	4,62														
Contenuti	4,58														
Utilizzabilità conoscenze e capacità	4,58														
Qualità dell'organizzazione	4,41														
Seminari di Orientamento al Lavoro															
Descrizione	Formazione al lavoro collettiva, in una sessione da due giornate. L'obiettivo è costruire la propria employability, tramite la formazione impartita da specialisti di vari settori lavorativi e la conoscenza di competenze trasversali.														
Destinatari	Tutti gli studenti dell'Università di Firenze, laureati e dottorati fino ad un massimo di due anni dal conseguimento del titolo														
Edizioni 2016	1 edizione suddivisa in 3 giornate: 19-20 maggio (SeMOL) 26 maggio (Seminario Jobs act) 27 maggio (Seminario Employability and Management Skills)														
Partecipanti totali 2016	SeMOL: 167 Seminario Jobs act: 48 (seminario di approfondimento) Seminario Employability and Management Skills: 29 (seminario di														

approfondimento)

Valutazione del servizio

SeMOL

104 partecipanti hanno espresso un giudizio sull'efficacia del servizio.

La scala utilizzata è stata la seguente:

1 = assolutamente inefficace

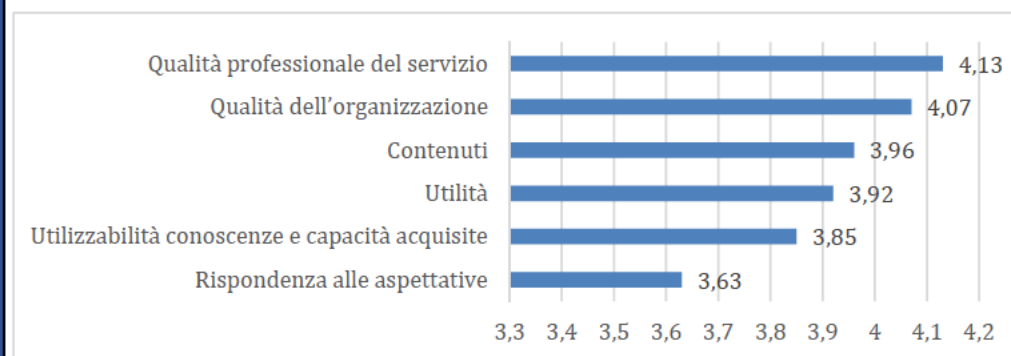
2 = inefficace

3 = né inefficace né efficace

4 = efficace

5 = molto efficace

Fig. 5 Giudizio sull'efficacia del servizio espresso dai partecipanti



Seminari di approfondimento (26-27 maggio)

32 partecipanti dei Seminari hanno espresso un giudizio sull'efficacia del servizio.

La scala utilizzata è stata la seguente:

1 = assolutamente inefficace

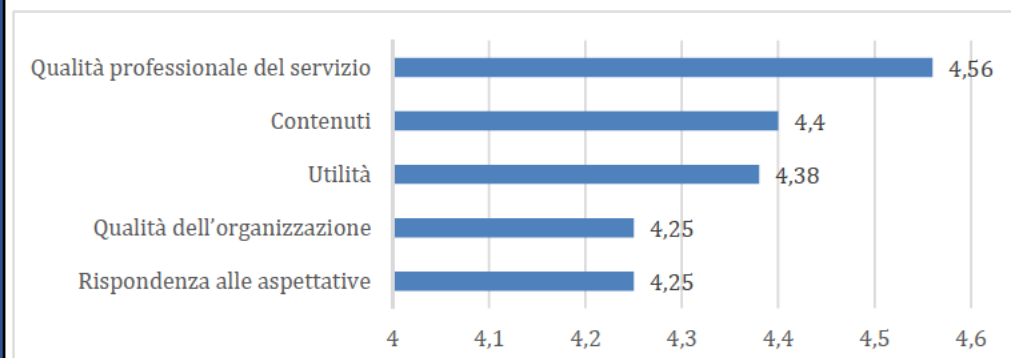
2 = inefficace

3 = né inefficace né efficace

4 = efficace

5 = molto efficace

Fig. 6 Giudizio sull'efficacia del servizio espresso dai partecipanti



c) **Incontri con le imprese:** Creare le condizioni ottimali per una attiva ricerca del lavoro e un proficuo incontro tra domanda e offerta, sia per fini conoscitivi che per fini selettivi.

Gli incontri con le imprese includono:

- L'Impresa si presenta
- Career Lab
- Career Day
- Stage
- Vetrina delle offerte di lavoro

L'Impresa si presenta																																									
Descrizione	Studenti e laureati hanno l'opportunità di incontrare e dialogare con responsabili di Imprese, Studi Professionali, Enti ed Associazioni invitati a presentare la propria realtà associativa e/o professionale e a fornire informazioni utili in merito al proprio settore d'impiego e agli eventuali programmi di reclutamento attivi o in fase di definizione. Il servizio ha l'obiettivo di favorire l'incontro tra studenti/laureati e le diverse realtà associative e professionali operanti a livello locale, nazionale ed estero																																								
Destinatari	Studenti, Laureati, Laureandi, Dottorandi, Dottori di Ricerca																																								
Edizioni 2016	7 edizioni: 21 aprile 27 aprile 10 novembre 14 novembre 16 novembre 23 novembre 24 novembre																																								
Partecipanti totali 2016	334																																								
Valutazione del servizio	<p>169 partecipanti hanno espresso un giudizio sul servizio, su una scala di valori da ottimo a scarso.</p> <p>Fig. 7 Giudizio sulla qualità del servizio espresso dai partecipanti</p> <table border="1"> <caption>Data for Fig. 7: Giudizio sulla qualità del servizio espresso dai partecipanti</caption> <thead> <tr> <th>Aspetto</th> <th>ottimo</th> <th>buono</th> <th>sufficiente</th> <th>scarso</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>UTILITA'</td> <td>60</td> <td>33</td> <td>6</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>SODDISFAZIONE</td> <td>59</td> <td>34</td> <td>6</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>INTERESSE</td> <td>75</td> <td>21</td> <td>3</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>PERSONALE</td> <td>76</td> <td>21</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>ORGANIZZAZIONE</td> <td>64</td> <td>29</td> <td>5</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>ORARIO</td> <td>56</td> <td>31</td> <td>11</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>PUBBLICIZZAZIONE</td> <td>49</td> <td>34</td> <td>13</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table>	Aspetto	ottimo	buono	sufficiente	scarso	UTILITA'	60	33	6	1	SODDISFAZIONE	59	34	6	1	INTERESSE	75	21	3	1	PERSONALE	76	21	2	1	ORGANIZZAZIONE	64	29	5	2	ORARIO	56	31	11	2	PUBBLICIZZAZIONE	49	34	13	4
Aspetto	ottimo	buono	sufficiente	scarso																																					
UTILITA'	60	33	6	1																																					
SODDISFAZIONE	59	34	6	1																																					
INTERESSE	75	21	3	1																																					
PERSONALE	76	21	2	1																																					
ORGANIZZAZIONE	64	29	5	2																																					
ORARIO	56	31	11	2																																					
PUBBLICIZZAZIONE	49	34	13	4																																					
Career Lab																																									

Descrizione	Studenti e laureati hanno l'opportunità di sostenere veri e propri colloqui di lavoro alla presenza di responsabili di Imprese, Cooperative e Studi Professionali entrando in contatto con professionisti e aziende che cercano direttamente in Università le proprie risorse. Il servizio ha l'obiettivo di favorire l'incontro tra laureandi/laureati e le diverse realtà professionali operanti a livello locale, nazionale ed estero offrendo ai partecipanti la possibilità concreta di sostenere colloqui di lavoro a fini selettivi.																																								
Destinatari	Laureati, Laureandi, Dottorandi, Dottori di Ricerca																																								
Edizioni 2016	Numero totale di edizioni: 52 + 1 Career Lab International Business																																								
Partecipanti totali 2016	646																																								
Valutazione del servizio	<p>469 partecipanti hanno espresso un giudizio sul servizio, su una scala di valori sa ottimo a scarso.</p> <p>Fig. 8 Giudizio sulla qualità del servizio espresso dai partecipanti</p> <table border="1"> <caption>Data for Fig. 8: Giudizio sulla qualità del servizio espresso dai partecipanti</caption> <thead> <tr> <th>Categoria</th> <th>ottimo</th> <th>buono</th> <th>sufficiente</th> <th>scarso</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>UTILITA'</td> <td>58</td> <td>35</td> <td>6</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>SODDISFAZIONE</td> <td>61</td> <td>33</td> <td>5</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>INTERESSE</td> <td>72</td> <td>24</td> <td>3</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>PERSONALE</td> <td>66</td> <td>31</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>ORGANIZZAZIONE</td> <td>64</td> <td>29</td> <td>5</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>ORARIO</td> <td>58</td> <td>29</td> <td>10</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>PUBBLICIZZAZIONE</td> <td>45</td> <td>36</td> <td>13</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table>	Categoria	ottimo	buono	sufficiente	scarso	UTILITA'	58	35	6	1	SODDISFAZIONE	61	33	5	1	INTERESSE	72	24	3	1	PERSONALE	66	31	2	1	ORGANIZZAZIONE	64	29	5	2	ORARIO	58	29	10	3	PUBBLICIZZAZIONE	45	36	13	6
Categoria	ottimo	buono	sufficiente	scarso																																					
UTILITA'	58	35	6	1																																					
SODDISFAZIONE	61	33	5	1																																					
INTERESSE	72	24	3	1																																					
PERSONALE	66	31	2	1																																					
ORGANIZZAZIONE	64	29	5	2																																					
ORARIO	58	29	10	3																																					
PUBBLICIZZAZIONE	45	36	13	6																																					
Career Day																																									
Descrizione	Laureandi e laureati dell'Ateneo Fiorentino hanno l'opportunità di sostenere in un'unica giornata più colloqui di selezione con Imprese, Cooperative, Agenzie formative e per il lavoro, Studi Professionali che partecipano all'iniziativa con posizioni di lavoro o di tirocinio aperte. Il servizio ha l'obiettivo di favorire l'incontro tra laureandi/laureati di Ateneo con le diverse realtà professionali operanti a livello locale, nazionale ed estero offrendo ai partecipanti la possibilità concreta di sostenere colloqui di lavoro a fini selettivi.																																								
Destinatari	Laureandi, Laureati (da non più i 12 mesi), Dottorandi, Dottori di Ricerca																																								
Edizioni 2016	1 edizione suddivisa in due giornate (6-7 ottobre)																																								
Iscritti totali 2016	2214 iscritti																																								
Stage																																									
Descrizione	Il servizio supporta e gestisce l'attivazione e l'offerta di tirocini curriculari per gli studenti (come periodo di alternanza scuola/lavoro incluso nel piano di studio o all'interno di un percorso di istruzione universitaria) e tirocini non-curriculari per																																								

	i neo-laureati (finalizzato ad agevolare le scelte professionali e occupazionali dei giovani nella fase di transizione dallo studio al mondo del lavoro mediante una formazione in ambiente produttivo e conoscenza diretta del mondo del lavoro). Il tirocinio può essere svolto presso Aziende o Enti accreditati previa stipula di convenzione tra l'Ateneo (soggetto promotore) e l'Azienda/Ente (soggetto ospitante). E' possibile attivare: Tirocini curriculari; Tirocini non-curriculari; svolgere la Pratica forense presso l'Ufficio Legale dell'Università di Firenze.
Destinatari	Tirocini curriculari: studenti, dottorandi, specializzandi o iscritti a master dell'Università di Firenze. Tirocini non curriculari: neo-laureati che abbiano conseguito il titolo triennale o magistrale presso l'Università di Firenze da non più di 12 mesi.
Partecipanti totali 2016	Tirocini curriculari: 10.548 Tirocini non curriculari: 169
Vetrina delle offerte di lavoro	
Descrizione	Una banca dati online in cui vengono pubblicate offerte di lavoro da parte di varie realtà professionali a cui studenti e laureati possono inviare direttamente la propria candidatura. L'obiettivo è ricercare e candidarsi online a offerte di lavoro presentate da Imprese, Studi e Ordini professionali, Associazioni ed Enti.
Destinatari	Studenti, laureandi, laureati, dottorandi, dottori di ricerca
Candidati totali 2016	3.694

d) **Sviluppo dell'intraprendenza:** Sviluppare e rafforzare l'intraprendenza e le abilità imprenditoriali dei partecipanti incontrando testimoni, facendo rete e sviluppando progetti di innovazione. I servizi di sviluppo dell'intraprendenza includono:

- Job-in Lab
- Palestra di intraprendenza

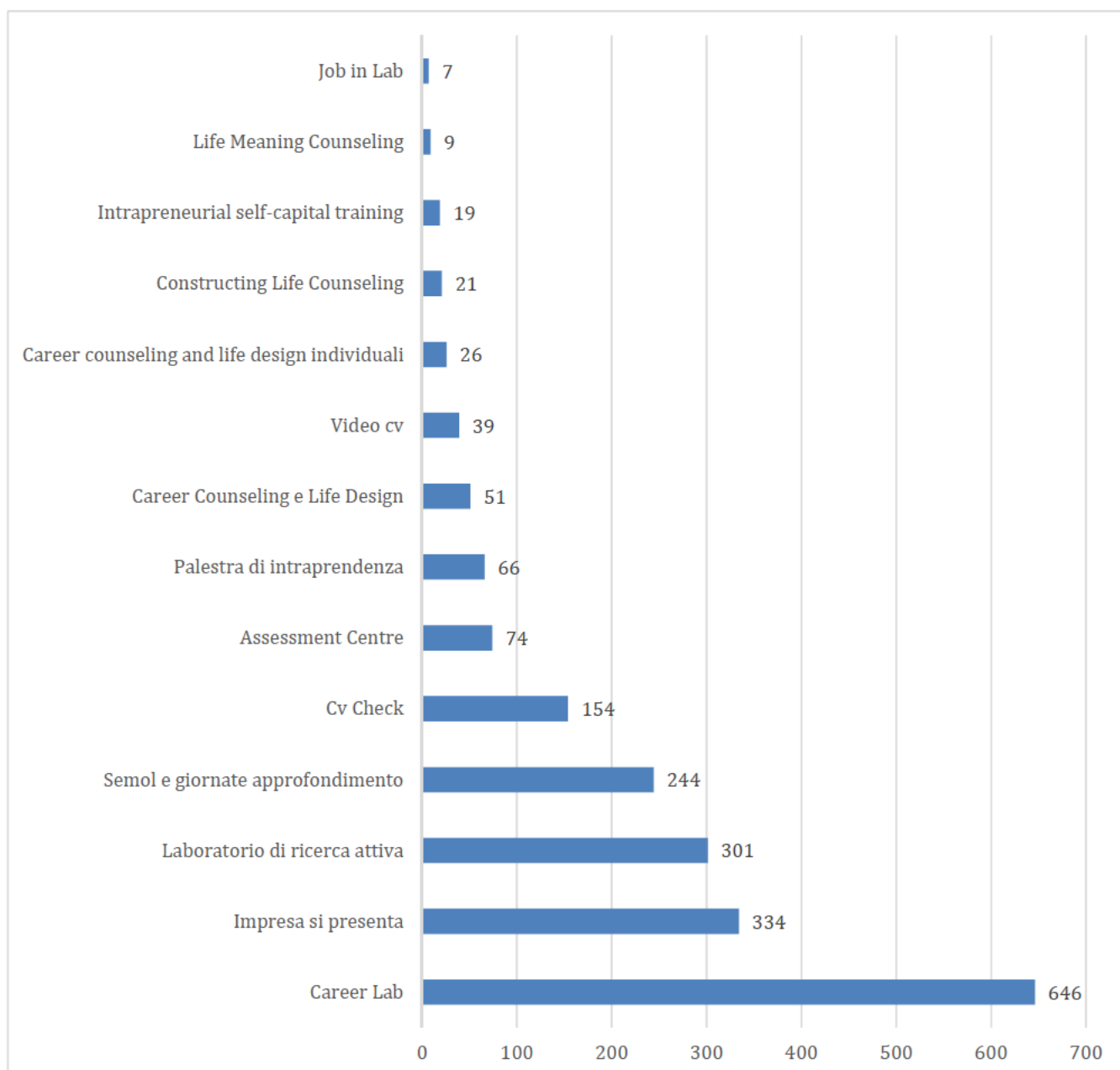
Job-in Lab	
Descrizione	Tramite il Servizio Job In Lab vengono attivati laboratori per l'avvio di progetti di innovazione, internazionalizzazione o gestione del cambiamento dei processi aziendali e professionali promossi dalle imprese e realizzati tramite il coinvolgimento di esperti di innovazione e quello di studenti, laureati, dottorandi o studenti iscritti a master dell'Università degli Studi di Firenze. I laboratori offrono ai ragazzi l'opportunità di sperimentare le conoscenze acquisite durante il percorso di studi e di svilupparne di nuove. Le aziende, invece, grazie al contributo dei ragazzi e degli esperti di innovazione, possono di avviare processi di innovazione
Destinatari	Il Servizio si rivolge a studenti, laureati, dottorandi o iscritti a master dell'Università degli Studi di Firenze, oltre che ad imprese ed esperti di innovazione e start-up.
Edizioni	2 edizioni Job in Lab 1 edizione Job in Lab – versione IODA Totale edizioni 2016: 3

Partecipanti	7
Palestra di Intraprendenza	
Descrizione	La Palestra di Intraprendenza rappresenta un percorso di formazione volto a favorire l'intraprendenza, le abilità imprenditoriali e l'attitudine alla innovazione e al fare impresa. Tramite la partecipazione alla Palestra di Intraprendenza viene potenziato l'atteggiamento imprenditivo dei partecipanti nella presentazione delle idee, nella loro progettazione e nella ricerca dei migliori strumenti e modelli per la relativa realizzazione
Destinatari	Il Programma è rivolto a: <ul style="list-style-type: none"> • Laureandi di secondo livello, iscritti ad un corso di laurea magistrale/specialistica o vecchio ordinamento; • Neolaureati che abbiano conseguito il titolo da non più di 12 o 24 mesi; • Dottorandi iscritti ad un corso di dottorato; • Dottori di ricerca che abbiano conseguito il titolo da non più di 12 mesi
Edizioni 2016	Nel corso del 2016 sono state attivate 6 edizioni della Palestra di Intraprendenza: <ul style="list-style-type: none"> • n.2 edizioni tenute da Euroteam Progetti, articolate in xx ore distribuite in xx incontri e svolte nei periodi: <ul style="list-style-type: none"> ○ 8 marzo - 5 aprile 2016 ○ 23 marzo - 23 aprile 2016 • n. 4 edizioni tenute da Clelia Consulting, articolate in 20 ore distribuite in 5 incontri di 4 ore nei periodi: <ul style="list-style-type: none"> ○ 30 maggio - 16 giugno 2016 ○ 10 ottobre - 14 novembre 2016 ○ 11 novembre - 16 dicembre 2016 ○ 18 novembre - 16 dicembre 2016
Partecipanti	I e II edizione N° partecipanti: 35 III, IV, V e VI edizione N° partecipanti: 31 Totale partecipanti edizioni 2016: 66
Valutazione del servizio	Durante il corso delle sei edizioni della Palestra di Intraprendenza sono state perfezionate le modalità di monitoraggio del servizio, cosa che ha comportato la restituzione di differenti dati di analisi. Nelle giornate conclusive delle prime due edizioni della Palestra (8 marzo - 5 aprile; 23 marzo - 20 aprile) i partecipanti sono stati sollecitati a definire un "piano di azione" rispetto allo sviluppo del proprio progetto di impresa/lavoro autonomo. Di seguito si riportano i risultati. <ul style="list-style-type: none"> • La totalità dei partecipanti ha dichiarato l'interesse e la disponibilità a portare avanti la propria idea, rispetto alla quale sono riusciti a mettere a fuoco punti di eccellenza e criticità • 14 persone hanno dichiarato di "aver bisogno di tempi più lunghi per fare un lavoro metodico per avviare la mia impresa o il mio lavoro autonomo, perché ho capito che adesso devo dare priorità alla verifica preliminare di alcuni aspetti della mia idea (analisi di mercato, sviluppo del prodotto, ricerca di finanziamenti, verifica dei vincoli e dei permessi...)" • 9 persone ha dichiarato di "essere motivato/a e idoneo/a ad intraprendere e proseguire la mia formazione finalizzata alla stesura di un piano

d'impresa”

- 2 persone ha dichiarato di “avere necessità di tempi più lunghi per decidere, perché ho capito che adesso devo dare priorità ad altre cose (fare esperienze, conoscere meglio il settore, acquisire un titolo di studio, di specializzazione...)”
- 2 persone ha dichiarato di “essere interessata a verificare le opportunità promosse dall’Incubatore Universitario Fiorentino per un progetto di spin-off della mia idea”
- 0 persone non ritiene "adesso di essere sufficientemente motivato/a o idoneo/a mettermi in proprio"

Di seguito si riporta un grafico che riepiloga la partecipazione degli studenti ai diversi servizi, con l’esclusione del Career Day.



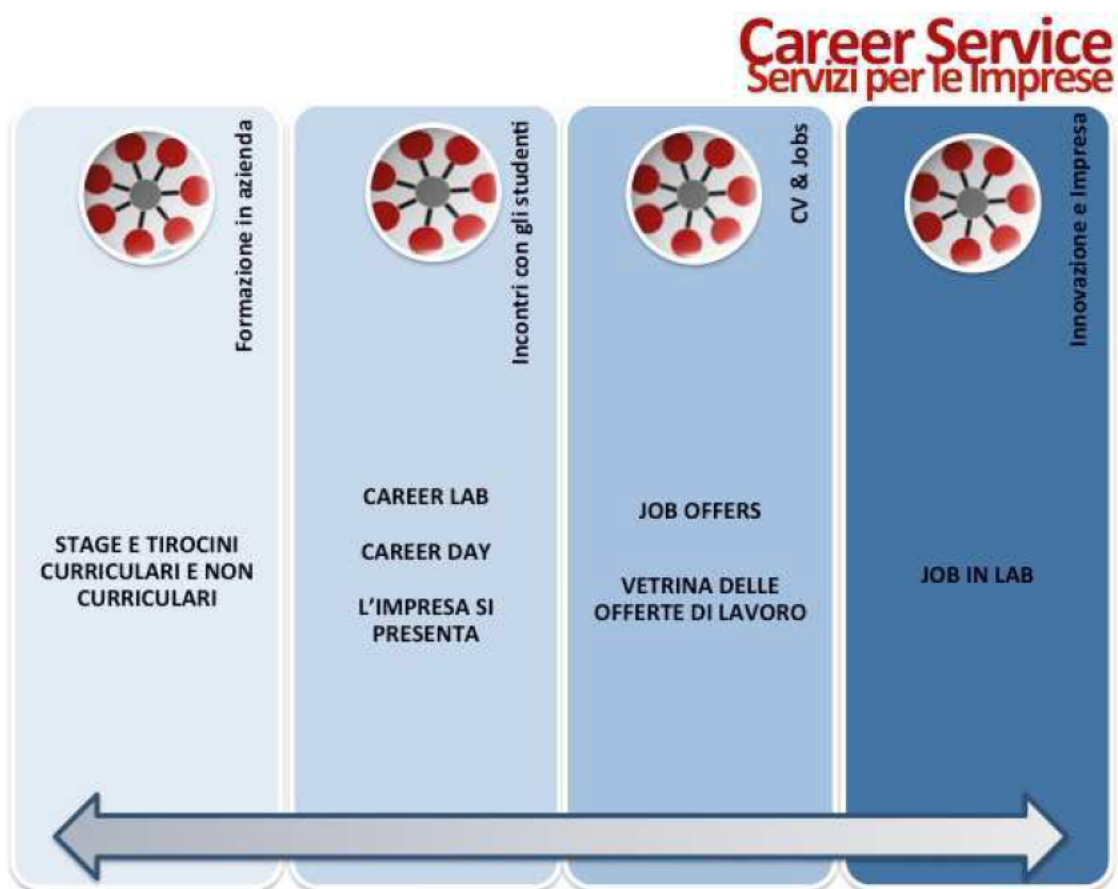
2.3 Servizi per le imprese

Si tratta di programmi, servizi e iniziative a sostegno del lavoro e dell'innovazione dedicati a tutte le organizzazioni del mondo del lavoro che mirano ad entrare in contatto con gli studenti e i laureati

dell'Università, a reclutare risorse umane qualificate, a portare il loro contributo alla consapevolezza, autonomia e sviluppo professionale dei giovani. I servizi rivolti alle imprese riguardano quattro linee:

- a) Formazione in azienda
- b) Incontri con gli studenti
- c) CV & Jobs
- d) Innovazione e impresa

Fig. 5 Servizi per le imprese



a) **Formazione in azienda:** Gestire e attivare tirocini curriculari per i propri studenti e tirocini non-curriculari per i propri neolaureati.

I servizi di formazione in azienda includono:

- Stage

Stage	
Descrizione	Il servizio permette di attivare tirocini curriculari (per studenti, dottorandi, specializzandi o iscritti a master dell'Università di Firenze) e tirocini non-curriculari (per i neolaureati che abbiano conseguito il titolo triennale o magistrale)

	presso l'Università di Firenze da non più di 12 mesi).
Destinatari	Aziende o Enti accreditati previa stipula di convenzione con l'Ateneo
Convenzioni 2016	1.369
Progetti formativi sottoscritti	Progetti formativi sottoscritti per tirocini curriculari: 10.548 Progetti formativi sottoscritti per tirocini non curriculari: 169

b) **Incontri con gli studenti:** Presentare la propria realtà produttiva e incontrare giovani in possesso di competenze specifiche per eventuali posizioni aperte di lavoro o di tirocinio, dialogando con loro individualmente o gestendo veri e propri colloqui di lavoro. Gli incontri con gli studenti includono:

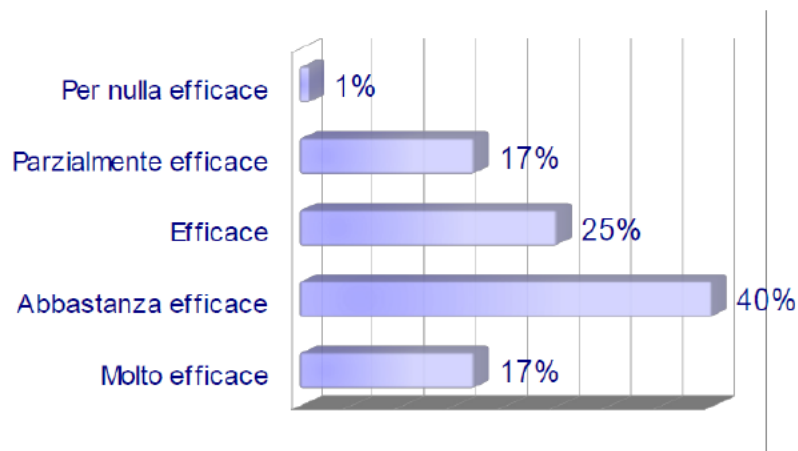
- L'impresa si presenta
- Career lab
- Career Day

L'impresa si presenta	
Descrizione	Il servizio offre ad Imprese, Studi professionali, Enti e Associazioni la possibilità di presentare a studenti e laureati di Ateneo la propria realtà associativa o professionale. L'obiettivo è quello di favorire l'incontro e lo scambio reciproco. Le Imprese, gli Studi professionali, gli Enti e le Associazioni che partecipano hanno la possibilità di conoscere e prendere contatti con studenti/laureati in possesso di competenze specifiche, fornendo loro informazioni utili in merito alla propria realtà professionale e presentando gli eventuali programmi di reclutamento attivi o in fase di definizione.
Destinatari	Aziende, Studi Professionali, Cooperative, Enti e Associazioni, Agenzie formative e per il lavoro che vogliono presentarsi a studenti/laureati
Edizioni 2016	Numero totale di edizioni: 7 Te: 21 aprile 27 aprile 10 novembre 14 novembre 16 novembre 23 novembre 24 novembre
Aziende partecipanti totali 2016	6
Career lab	
Descrizione	I professionisti che partecipano incontrano in Ateneo laureandi/laureati in possesso delle competenze tecniche e dei requisiti formativi indicati durante l'organizzazione dell'evento, presentando loro la propria realtà professionale, le

	posizioni di lavoro o tirocinio aperte e gestendo dei veri e propri colloqui di lavoro a fini selettivi.
Destinatari	Imprese, Studi Professionali, Cooperative, Enti e Associazioni che abbiano posizioni di tirocinio/lavoro aperte.
Edizioni 2016	Numero totale edizioni: 52 + 1 Career Lab International Business (con 14 aziende partecipanti)
Aziende partecipanti totali 2016	55 (alcune aziende hanno partecipato a più incontri)
Career Day	
Descrizione	Un'unica giornata più colloqui di selezione con laureandi/laureati di Ateneo in possesso di competenze specifiche. L'obiettivo è incontrare laureandi/laureati di Ateneo e svolgere colloqui di lavoro.
Destinatari	Posso partecipare Imprese, Cooperative, Agenzie formative e per il lavoro, Studi Professionali che abbiano posizioni di lavoro o di tirocinio aperte.
Edizioni 2016	1 edizione suddivisa in due giornate: 6 – 7 ottobre
Aziende partecipanti totali 2016	6 ottobre: 77 aziende 7 ottobre: 81 aziende Totale: 158
Valutazione del servizio	<p>Contestualmente all'evento alle aziende partecipanti è stato sottoposto un questionario anonimo, con la finalità di rilevare il grado di soddisfazione percepito e valutare eventuali cambiamenti da attuare nelle prossime edizioni. Il questionario è stato elaborato secondo il monitoraggio previsto nell'ambito delle attività del Placement di Ateneo.</p> <p>Sono stati raccolti 89 questionari su un totale di 110 aziende intervistate. Agli intervistati è stato chiesto di:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. valutare il modulo di gestione eventi M.I.T.O. (Matching Italian Talent Organiser) 2. valutare i profili colloquiati 3. indicare il numero di studenti/laureati incontrati e il numero di coloro da ricontattare 4. indicare il periodo di preferenza del prossimo "Career Day". <p>I giudizi relativi all'efficacia del modulo di gestione M.I.T.O. e ai profili incontrati sono stati espressi attraverso una scala di valori da 0 a 4. A questa scala sono state aggiunte delle celle in cui poter inserire la motivazione della propria valutazione. I giudizi risultano essere piuttosto uniformi e positivi. Le risposte rilevano un buon grado di soddisfazione sia per quel che concerne gli aspetti organizzativi e del servizio in generale, sia per quel che concerne i profili incontrati. Di seguito si riportano i dati e relative rappresentazioni grafiche.</p> <p>Valutazione efficacia M.I.T.O.</p> <p>Gli intervistati si dichiarano soddisfatti per la grande affluenza di ragazzi. Per tale motivo propongono un'agenda colloqui per organizzare gli orari degli</p>

appuntamenti. Alcuni suggeriscono, invece, una “via preferenziale” (o addirittura esclusiva) per incontrare i ragazzi che hanno ricevuto l'invito allo stand. Il **3%** degli intervistati definisce “poco chiara” l'informazione relativa al meccanismo degli inviti.

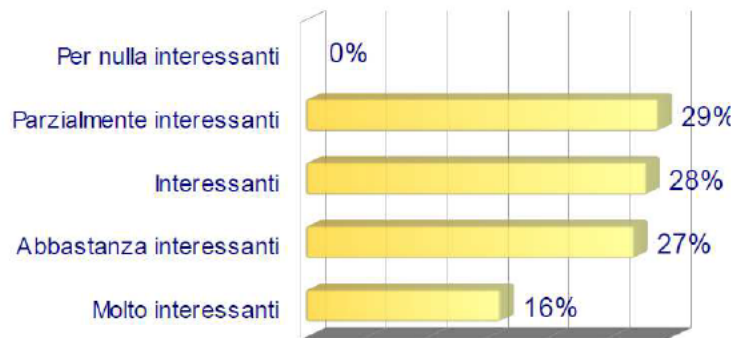
Fig. 9 Valutazione efficacia M.I.T.O. da parte delle aziende



Valutazione Profili incontrati

Il **6%** degli intervistati valuta i profili molto **preparati** e **motivati**. I ragazzi colloquiati vengono definiti “qualificati” e preparati sul mondo del lavoro. Un intervistato sottolinea la crescente adeguatezza dei candidati nell'affrontare i colloqui: “Nel tempo la media è migliorata. Partecipiamo da diversi anni e sempre con maggiore soddisfazione”. Il **29%** degli intervistati definisce, però, i profili incontrati “parzialmente interessanti” in quanto i candidati hanno mostrato scarso interesse alla mobilità nazionale e hanno poche esperienze internazionali pregresse. Le aziende partecipanti, inoltre, avrebbero desiderato incontrare un numero maggiore di laureati (e non laureandi/studenti).

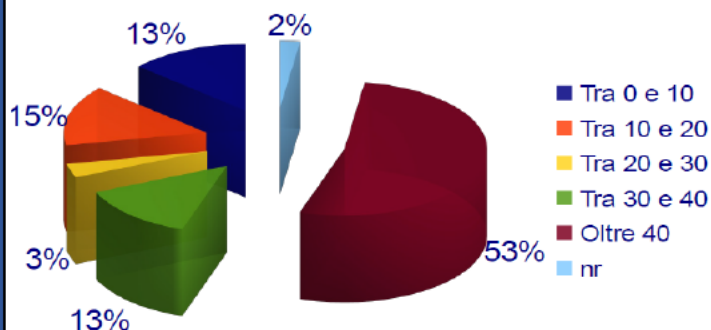
Fig. 10 Valutazione profili incontrati da parte delle aziende



Numeri colloqui effettuati e profili da ricontattare

E' stato chiesto agli intervistati di quantificare orientativamente il numero di colloqui effettuati. Alle aziende partecipanti sia giorno 6 che giorno 7 è stato chiesto di inserire un dato complessivo per entrambe le giornate. Mediamente ciascun intervistato pensa che nelle settimane successive all'evento ricontatterà **5 studenti** e **9 laureati**. E' stato chiesto, dunque, di specificare anche per quali opportunità intende ricontattare gli studenti/laureati incontrati. Come indicato nella tabella che segue, il **62%** degli intervistati proporrà delle opportunità di tirocinio, il **51%** proporrà delle opportunità lavorative.

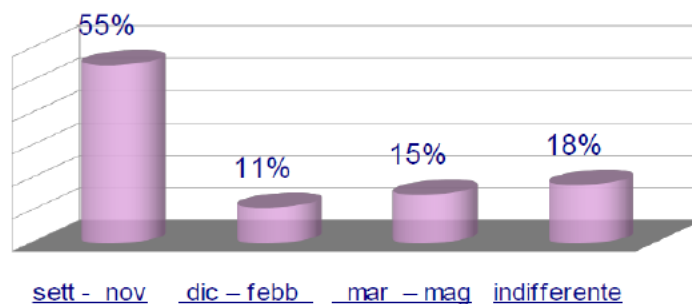
Fig. 11 Numero di colloqui effettuati dalle aziende



Periodo di preferenza prossimo Career Day

Per quanto riguarda l'organizzazione del prossimo Career Day, è stato chiesto agli intervistati di indicare un periodo di preferenza sulla base delle esigenze aziendali (quale ad esempio piani di assunzioni). Il **55%** degli intervistati ha così indicato il periodo da settembre a novembre come il più adatto per questo tipo di evento.

Fig.12 Periodo di preferenza del prossimo career Day



Note e commenti

Parte degli intervistati ha utilizzato lo spazio “Note e commenti” per ribadire la soddisfazione sull'intero evento. Note positive sono state evidenziate riguardo lo staff e la location messa a disposizione (considerata più confortevole rispetto le edizioni passate). Non si rilevano particolari criticità né nuovi suggerimenti per le prossime edizioni.

c) **CV & Jobs:** Richiedere i CV dei laureati e pubblicare offerte di lavoro e tirocinio per selezione del personale e avviamento all'occupazione. I servizi CV & Jobs includono:

- Job Offers/Vetrina delle offerte di lavoro

Job Offers/Vetrina delle offerte di lavoro	
Descrizione	Attraverso il servizio è possibile accedere a una banca dati aggregato alla piattaforma AlmaLaurea di consultazione cv a cui si iscrivono le aziende interessate ad individuare profili di laureati da inserire in azienda. Al momento dell'iscrizione le credenziali vengono abilitate anche per la pubblicazione di offerte e annunci di lavoro.
Destinatari	Aziende registrate e accreditate
Numero offerte 2016	1.334 offerte (sia di lavoro che di tirocini post-laurea)

d) **Innovazione e impresa:** Avviare progetti di innovazione per l'internazionalizzazione, la gestione del cambiamento dei processi aziendali e professionali, con la partecipazione di giovani laureati, imprese ed esperti di innovazione e start-up. I servizi dedicati a Innovazione e impresa includono:

- Job in Lab

Job in Lab

Descrizione	Tramite il Servizio Job In Lab vengono attivati laboratori per l'avvio di progetti di innovazione, internazionalizzazione o gestione del cambiamento dei processi aziendali e professionali promossi dalle imprese e realizzati tramite il coinvolgimento di esperti di innovazione e quello di studenti, laureati, dottorandi o studenti iscritti a master dell'Università degli Studi di Firenze. I laboratori offrono ai ragazzi l'opportunità di sperimentare le conoscenze acquisite durante il percorso di studi e di svilupparne di nuove. Le aziende, invece, grazie al contributo dei ragazzi e degli esperti di innovazione, possono di avviare processi di innovazione.
Destinatari	Il Servizio si rivolge a studenti, laureati, dottorandi o iscritti a master dell'Università degli Studi di Firenze, oltre che ad imprese ed esperti di innovazione e start-up.
Edizioni 2016	2 edizioni Job in Lab 1 edizione Job in Lab – versione IODA Totale edizioni 2016: 3
Aziende partecipanti totali 2016	25 aziende si sono candidate per partecipare al programma nelle 3 edizioni del 2016. Con 7 è stato avviato il programma

2.4 Rapporti privilegiati con le imprese

Nel corso del 2016 sono stati instaurati rapporti privilegiati con alcune importanti realtà imprenditoriali fra le quali, in particolare, Eli Lilly, Lagcoop e Paxi-AIDP Toscana. Con queste aziende sono state avviate azioni specifiche a sostegno dell'occupabilità degli studenti.

Eli Lilly

Per quanto riguarda Eli Lilly, sono stati realizzati 2 incontri nell'ambito della terza linea dei servizi dei Career Service sviluppati nella forma di presentazioni aziendali. Gli incontri sono stati realizzati con target differenti al fine di offrire informazioni specifiche sulle variegate opportunità di impiego all'interno dell'azienda e fornire un quadro più esaustivo possibile delle diverse figure professionali richieste in connessione con gli sbocchi occupazionali di diverse Scuole dell'Ateneo.

Un incontro si è tenuto presso la Scuola di Ingegneria il 16 novembre e l'altro presso la Scuola di Scienze della Salute Umana il 23 novembre.

In connessione con le attività di presentazione aziendale e matching è stato programmato un percorso di visite aziendali con il fine di avvicinare i ragazzi alla realtà del mondo lavorativo e, contemporaneamente, offrire supporto all'azienda nella selezione dei candidati più qualificati.

Legacoop

Per quanto riguarda Legacoop, è stata pianificata una attività propedeutica alla realizzazione del protocollo di intesa siglato dal Magnifico Rettore dell'Università degli Studi di Firenze.

Si tratta di realizzare alcune giornate di approfondimento sul tema delle imprese cooperative, dare informazioni sulle opportunità lavorative e di carriera legate agli ambiti di attività delle cooperative e, infine, fare un approfondimento specifico su tirocini curriculari ed extra curriculari che è possibile svolgere presso le cooperative. Oltre a queste attività, che verranno descritte di seguito, è importante sottolineare che Legacoop ha già presentato formale adesione al progetto Contamination Lab che è attualmente in fase di programmazione.

Il primo evento di approfondimento generale sul tema delle imprese cooperative è stato programmato per il 30 marzo 2017 presso l'Aula Magna del Rettorato (evento di Ateneo). L'incontro sarà occasione per discutere di temi come: origine, natura e prospettive di sviluppo futuro delle cooperative, specificità giuridiche delle cooperative, peso economico delle cooperative in Italia, valori collegati alla costruzione delle professionalità presenti all'interno delle cooperative, importanza della multidisciplinarietà all'interno dei team di lavoro, opportunità di lavoro nel settore della cooperazione.

A seguire sono stati organizzati tre *workshop* tematici presso diverse sedi (eventi dei Career Service).

I tre *workshop* si terranno presso diverse Scuole nelle date di seguito elencate:

- Settore Sociale e Lavoro: aprile presso SCIFOPSI in Via Laura
- Settore agroalimentare: maggio presso Scuola di Agraria
- Settore Consumo: maggio presso Scuola di Ingegneria

PRAXI-AIDP Toscana

La collaborazione gratuita con Praxi SpA e con AIDP Toscana, attiva già dal Giugno 2015, rappresenta un fiore all'occhiello della linea di Formazione al lavoro del Career Service. Attraverso la profonda *expertise* dei soggetti aziendali è possibile organizzare il servizio di formazione degli studenti all'Assessment Center (coordinato dalla Dott.ssa Silvia Moretti sotto la supervisione scientifica della Prof.ssa Vanna Boffo). In questo senso, il servizio si configura non tanto come una valutazione delle competenze, quanto come un vero e proprio allenamento allo strumento di selezione. La partnership ha permesso di contattare 52 Direttori del Personale affiliati ad AIDP Toscana per una *survey* sulle più importanti *soft skills* su cui si focalizzano i processi di *recruitment* a partire dalle quali è stato possibile pianificare il servizio. Inoltre, Praxi ha fornito gratuitamente i propri materiali di lavoro e offre due giornate di lavoro per la formazione dei tutor che operano all'interno del servizio di Light Assessment Center. L'esperienza è perciò altamente rilevante in quanto permette di sostenere il processo di innovazione del Career Service.

La sinergia con Praxi SpA e AIDP Toscana si è attivata anche nell'organizzazione dei Seminari di Orientamento al Lavoro, all'interno dei quali entrambi i soggetti hanno portato una testimonianza sulle principali modalità di ingresso all'interno del mondo del lavoro.

3. Organizzazione

Le attività di Job Placement realizzate dall'Università di Firenze sono organizzate a livello centrale (Ateneo) e periferico (Scuole). A livello di Ateneo, la Commissione per l'Orientamento e il Job Placement, istituita con D.R. 1616/2015, indica le linee di indirizzo per i servizi, gli eventi e le

iniziative di Orientamento e Placement. La Commissione si avvale dei servizi amministrativi dell'Ufficio Supporto alle Iniziative di Orientamento in Ingresso, in Itinere e Job Placement.

Le attività di Job Placement ricadono sotto il coordinamento generale del Rettore al Trasferimento Tecnologico e ai Rapporti con il Territorio e con il Mondo delle Imprese, Prof. Andrea Arnone e, operativamente, sono sotto la guida della Delegata al Job Placement, Prof. Vanna Boffo, coadiuvata dai Delegati al Job Placement delle Scuole di Ateneo e dai Referenti dei Service Point.

Commissione Orientamento e Job Placement

- Prof. Vittoria Perrone Compagni - Rettore Vicario e con Delega all'Innovazione della Didattica
- Prof. Andrea Arnone - Rettore al Trasferimento Tecnologico e ai rapporti con il Territorio e con il Mondo delle Imprese
- Prof. Sandra Furlanetto - Delegata all'Orientamento
- Prof. Annamaria Di Fabio - Delegata alla consulenza psicologica per l'Orientamento e il Job Placement
- Prof. Vanna Boffo - Delegata al Job Placement
- Prof. Bruno Bertaccini - Referente AlmaLaurea

3.1 L'Ufficio Centrale

I Career Service di Ateneo si avvalgono dei servizi dell'Ufficio Supporto alle iniziative di Orientamento in Ingresso, in Itinere e Job Placement - Piazza San Marco, 4

Responsabile Amministrativo

Dott. Elena Nistri

Staff

Dott. Daniela Divita

Dott. Elisa Dolara

Dott. Francesca Giannini

Dott. Marisa Santioli

3.2 La struttura territoriale-operativa

I Career Service di Ateneo si avvalgono a livello territoriale di 8 Service Point che presidiano le attività e offrono servizi informativi agli utenti attraverso degli sportelli.

Fig. 1 I Service Point di Ateneo

Service Point CENTRO	• Via Laura, 48 – Firenze
Service Point TORRETTA	• Via della Torretta, 16- Firenze
Service Point VERDIANA	• Piazza <u>Ghiberti</u> , 27- Firenze
Service Point NOVOLI	• Via delle Pandette, 32 (D1) - Firenze
Service Point MORGAGNI	• Viale <u>Morgagni</u> , 40/42- Firenze
Service Point SESTO	• Viale delle Idee, 26 – Sesto Fiorentino
Service Point CASCINE	• Piazzale delle Cascine, 18- Firenze
Service Point PRATO	• Piazza Giovanni <u>Ciardi</u> , 25- Prato

Si riporta di seguito l'elenco dei Service Point con i nominativi dei Referenti:

- Service Point Torretta – Prof. Annamaria Di Fabio
- Service Point Centro – Prof. Giovanna Del Gobbo
- Service Point Verdiana – Prof. Maria De Santis
- Service Point Novoli – Prof. Vincenzo Cavaliere
- Service Point Morgagni – Prof. Mario Rapaccini
- Service Point Cascine – Prof. Cesare Pacini
- Service Point Prato – Prof. Annalisa Tonarelli
- Service Point Sesto – Prof. Anna Vinattieri

3.3 Il team di lavoro

Il team di lavoro dei Career Service si compone dei Responsabili dei Service Point, dei Delegati JP delle Scuole, di Tutor e Borsisti. Di seguito si riporta uno schema che ne descrive la struttura.

Service Point	Delegati	Responsabili	Tutor		Borsisti	
			Gennaio – Giugno	Luglio - Dicembre	Gennaio - Giugno	Luglio - Dicembre
Torretta	Prof. Annamaria Di Fabio	Prof. Annamaria Di Fabio	Dott.ssa Nicolina Bosco	Dott.ssa Ornella Bucci	Dott.ssa Cristina Cecchini	
Centro Storico	Prof. Silvano Zipoli Caiani Prof. Giovanna del Gobbo	Prof. Giovanna del Gobbo	Dott. Camillo Donati Dott.ssa Nicoletta Tomei (fino a maggio)	Dott.ssa Lucia Argento (fino a ottobre) Dott.ssa Ilenia Buscemi (da ottobre)	Dott.ssa Valentina Boschi	Dott. Camillo Donati
Verdiana	Prof. Maria De Santis	Prof. Maria De Santis		Dott.ssa Lucia Argento (fino a ottobre)		Dott. Camillo Donati
Novoli	Prof. Giorgia Bulli Prof. Simona Viciani Prof. Cristina Martelli	Prof. Vincenzo Cavaliere		Dott. Vincenzo Bianculli	Dott.ssa Eugenia Corbino Dott.ssa Annarita Fasano	Dott.ssa Chiara Chini Dott.ssa Eugenia Corbino
Morgagni	Prof. Claudia Giorgi Prof. Cristina Luceri Prof. Mario Milco D'Elíos Prof. Filippo De Carlo	Prof. Mario Rapaccini	Dott.ssa Ilenia Buscemi	Dott.ssa Cristina Cecchini	Dott. Marco Casarosa	Dott.ssa Annarita Fasano Dott.ssa Natascia Mennini
Sesto	Prof. Claudia Giorgi	Prof. Anna Vinattieri		Dott.ssa Cristina Cecchini		Dott.ssa Annarita Fasano Dott.ssa Natascia Mennini
Cascine	Prof. Fabio Baldi	Prof. Gaio Cesare Pacini	Dott.ssa Roberta Riviaccio	Dott. Vincenzo Bianculli		
Prato		Prof. Annalisa Tonarelli	Dott.ssa Bianca Degli Innocenti	Dott.ssa Bianca Degli Innocenti Dott.ssa Katia Cigliuti	Dott.ssa Katia Cigliuti	

Fanno parte del team di lavoro quattro Responsabili che operano su diverse linee di attività.

- Responsabile servizi linea 1 Career Counseling: Prof. ssa Annamaria Di Fabio
- Responsabile servizi linea 2 Formazione al lavoro: prof. Giovanna Del Gobbo
- Responsabile servizi linea 3 Incontri con le imprese: prof. Vincenzo Cavaliere
- Responsabile servizi linea 4 Sviluppo dell'intraprendenza: Prof. Mario Rapaccini

Oltre ai Responsabili, il gruppo di lavoro si compone di dodici Delegati al Job Placement incardinati presso le Scuole.

- Scuola di Agraria – Prof. Fabio Baldi
- Scuola di Architettura – Prof. Maria De Santis
- Scuola di Economia e Management – Prof. Cristina Martelli
- Scuola di Giurisprudenza – Prof. Simona Viciani
- Scuola di Ingegneria – Prof. Filippo De Carlo
- Scuola di Studi Umanistici e della Formazione – Prof. Daniela Manetti, Prof. Silvano Zipoli Caiani, Prof. Giovanna Del Gobbo
- Scuola di Scienze della Salute Umana – Prof. Mario Milco D'Elis, Prof. Cristina Luceri
- Scuola di Psicologia – Prof. Annamaria Di Fabio
- Scuola di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali – Prof. Claudia Giorgi –
- Scuola di Scienze Politiche "Cesare Alfieri" – Prof. Giorgia Bulli

Nel corso del 2016 sono state effettuate diverse riunioni di pianificazione. Di seguito si riportano le relative date.

DATA	PARTECIPANTI
21 Dicembre 2015	Responsabili
21 Gennaio 2016	Delegati
1 Febbraio 2016	Commissione Monitoraggio
4 Febbraio 2016	Responsabili
3 Marzo 2016	Responsabili, Delegati, Presidenti Scuole
17 Marzo 2016	Commissione Monitoraggio
7 Aprile 2016	Responsabili
5 Maggio 2016	Responsabili e Delegati
6 Luglio 2016	Responsabili e Delegati
15 Settembre 2016	Responsabili e Delegati
17 Novembre 2016	Responsabili e Delegati

Altri incontri sono stati organizzati con il coinvolgimento di tutor, borsisti e assegnisti. Di seguito si riportano le relative date.

DATA	PARTECIPANTI
11 Gennaio 2016	Tutor e Borsisti
15 Febbraio 2016	Tutor e Borsisti
10 Marzo 2016	Assegnisti
18 Aprile 2016	Tutor e Borsisti
29 Giugno 2016	Borsisti
28 Luglio 2016	Tutor e Borsisti
12 Settembre 2016	Tutor e Borsisti
24 Ottobre 2016	Tutor e Borsisti
20 Dicembre 2016	Tutor e Borsisti

3.4 Diffusione in Ateneo

Al fine di diffondere la massima conoscenza delle opportunità legate ai servizi erogati nell'ambito dei Career Service di Ateneo nel corso del 2016 sono stati organizzati numerosi incontri con i Presidenti delle Scuole e dei CdS.

Di seguito si riporta l'elenco delle riunioni effettuate con i Presidenti delle Scuole e dei CdS per la presentazione delle attività dei Career Service di Ateneo.

SCUOLA	DATA	PRESIDENTI SCUOLE E CDS PRESENTI
Scuola di Ingegneria e Scienze Matematiche Fisiche e Naturali	06-apr-16	18
Scuola di Studi Umanistici e della Formazione	06-apr-16	17
Scuola di Psicologia	27-apr-16	3
Scuola di Scienze della Salute Umana	12-mag-16	9
Scuola di Economia e Giurisprudenza	19-mag-16	10
Scuola di Scienze Politiche "Cesare Alfieri"	19-mag-16	6
Scuola di Architettura	16-mar-16	7
Scuola di Agraria	Non effettuato	
Totale presentazioni		70

Per diffondere la massima conoscenza delle opportunità legate ai servizi erogati nell'ambito dei Career Service di Ateneo nel corso del 2016 sono state organizzate 172 presentazioni aula. Di seguito si riporta il dettaglio delle presentazioni suddivise per Scuole.

PRESENTAZIONI IN AULA	
Service Point Torretta	13
Service Point Centro e Verdiana	49
Service Point Novoli e Cascine	41
Service Point Morgagni e Sesto	60
Service Point Prato	9
Totale	172

4. La Ricerca a supporto dei Servizi di Placement

Le attività di Job Placement realizzate dall'Università di Firenze sono indirizzate e sostenute dalla ricerca finalizzata al miglioramento delle azioni formative, dei servizi e dell'innovazione. Attraverso sei Assegni di Ricerca, co-finanziati dal Job Placement e dai Dipartimenti, il Career Service contribuisce all'implementazione di servizi innovativi a livello locale, regionale e nazionale. Unitamente alla dimensione di ricerca sviluppata dai Dipartimenti in connessione con il Job Placement, il Career Service ha avviato un percorso di confronto con gli attori istituzionali e produttivi nella prospettiva del *Public Engagement*. Infatti, la diffusione di cultura (tramite eventi e pubblicazioni) e la creazione di una riflessione condivisa a più livelli costituiscono elementi centrali per lo sviluppo del mercato del lavoro e del collegamento tra imprese e alta formazione. In particolare ogni ricerca si connette con specifiche azioni/strumenti per il miglioramento degli obiettivi di performance del Career Service: 1. Strumenti per la Formazione al lavoro e l'inserimento professionale; 2. Competenze trasversali e Soft Skills; 3. Disciplina dei Contratti di lavoro; 4. Strumenti per l'autovalutazione e il Counseling; 5. Strumenti per l'analisi dei bisogni del mercato del lavoro; 6. Strumenti per la comunicazione generativa del Job Placement.

4.1 Attività di ricerca del Job Placement

Si riporta di seguito lo stato di avanzamento dei lavori di ricerca co-finanziati dal Job Placement. In particolare, i progetti risultano così articolati:

Dipartimento	Responsabile Scientifico	Assegnista di Ricerca	Titolo della Ricerca
Dip. SCIFOPSI	Prof. Vanna Boffo	Dott. Carlo Terzaroli	Employability, Università a Alta Formazione. Analizzare, studiare e costruire strategie innovative per sostenere e favorire l'occupabilità e il placement dei laureati italiani: competenze trasversali, capability innovative e soft skills. <i>Strumenti per la Formazione al lavoro e l'inserimento professionale</i>
Dip. DISEI	Prof. Vincenzo Cavaliere	Dott.ssa Sara Lombardi	Cantieri Intraprendenza e lavoro. Ripensare il rapporto tra Università e imprese: il ruolo dell'Università di Firenze nello sviluppo delle competenze per il mercato del lavoro nell'area dell'economia e management <i>Competenze trasversali e Soft Skills</i>
Dip. DSG	Prof. Riccardo Del Punta	Dott. Antonio Riccio	Jobs Act: i nuovi contratti di lavoro <i>Disciplina dei Contratti di lavoro</i>
Dip. SCIFOPSI	Prof.ssa Annamaria di Fabio	Dott.ssa Letizia Palazzeschi	Interventi di orientamento e counseling: valutazione dell'efficacia e prospettiva cost-effective nei servizi di Ateneo <i>Strumenti per l'autovalutazione e il Counseling</i>
Dip. DSPS	Prof. Franca Alacevich	Dott.ssa Annalisa Tonarelli	Opportunità e risorse per l'out-placement dei laureati dell'Ateneo di Firenze: dall'analisi dei fabbisogni al monitoraggio delle attività realizzate all'interno dei Cantieri di Intraprendenza e Lavoro.

			<i>Strumenti per l'analisi dei bisogni del mercato del lavoro</i>
Dip. DSPS	Prof. Luca Toschi	Dott.ssa Viola Davini	Strategie di comunicazione generativa per i servizi di Job Placement <i>Strumenti per la comunicazione generativa del Job Placement</i>

Titolo della Ricerca: Employability, Università a Alta Formazione. Analizzare, studiare e costruire strategie innovative per sostenere e favorire l'occupabilità e il placement dei laureati italiani: competenze trasversali, capability innovative e soft skills

Responsabile Scientifico: Prof.ssa Vanna Boffo, Dipartimento di Scienze della Formazione e Psicologia

Assegnista di Ricerca: Dott. Carlo Terzaroli

Obiettivo: Analizzare e comprendere la dimensione formativa implicita delle politiche di Job Placement attraverso lo studio dell'organizzazione dei Career Service a livello nazionale e internazionale.

Effettuazione

Contesto

Il progetto si inserisce in continuità con il lavoro di mappatura dei servizi di Job Placement messo in campo dalla Linea Università del programma FIxO di Italia Lavoro . Nei suoi dieci anni di attività, ha supportato l'avvio dei servizi nelle Università, promuovendo l'utilizzo di percorsi specifici di politica attiva del lavoro in accordo con gli attori istituzionali locali. L'intento è quello di sostenere il percorso di transizione dall'università all'impresa attraverso la costruzione di employability (Yorke, 2006; Commissione Europea/EACEA/Eurydice, 2014). Al suo interno, il programma ha previsto un'indagine (Candia, Cumbo, 2016) al fine di elaborare un quadro della situazione nazionale utile per la progettazione di nuove linee di intervento. In tal senso, il report ha analizzato varie dimensioni: dal livello politico agli investimenti, fino alle dotazioni strutturali e di attività.

In questo quadro, la ricerca si è posta l'obiettivo di comprendere la dimensione formativa implicita delle politiche di Job Placement, in continuità con Italia Lavoro, al fine di cogliere le trasformazioni in nuce dell'Higher Education attraverso lo sviluppo di capabilities (Nussbaum, 2012) nei Career Service.

Metodologia

La ricerca di tipo qualitativo (Denzin, Lincoln, 1998), inserita nell'ampio framework dell'educazione degli adulti (Federighi, 2011), si basa sul metodo della Grounded Theory (Strauss, Corbin, 1990) in quanto insieme di procedure che permettono di costruire una teoria fondata induttivamente sui dati (Tarozzi, 2008). Tale metodo ha suggerito di impostare un percorso di raccolta e analisi dei dati che faccia uso costante di comparazioni, così da assistere il lavoro esplorativo nel raggiungimento di maggiore precisione e consistenza nella concettualizzazione dei risultati. Alla luce di ciò, si è scelto di realizzare interviste semi-strutturate con i Responsabili dei Career Service , attraverso lo strumento del questionario, volte ad indagare quattro aree fondamentali:

- Strategia istituzionale dell'Ateneo;

- Struttura servizi di Job Placement/Career Service;
- Relazione tra università e mondo del lavoro;
- Relazione tra employability e curriculum di studi;

Campione

Il campione attualmente costruito è volto a mappare i trend all'interno dei principali Atenei italiani.

In particolare, esso risulta così composto:

- Università di Padova
- Università di Pisa
- Università di Milano-Bicocca
- Politecnico Milano
- Università di Bologna
- Università di Siena
- Università Commerciale "Luigi Bocconi"
- Università di Torino
- Università Ca' Foscari di Venezia

Nel prosieguo della ricerca, si valuterà la possibilità di estendere il campione con altre Università (Università di Roma "La Sapienza", Università di Napoli Federico II, Università di Bari, Università di Catania). Visto il respiro internazionale della dimensione dei Career Service, che molto trae dalla tradizione universitaria anglosassone (Dey, Cruzvergara, 2014), si è deciso di avviare un percorso di comparazione con l'Irlanda, grazie alla possibilità di effettuare un periodo come Visiting Researcher presso il Higher Education Research Center, Dublin City University, guidato dalla Prof. Maria Slowey (Settembre 2016). In questa direzione, si è potuto intervistare i responsabili dei servizi della Dublin City University, del Trinity College Dublin e il Direttore della Irish University Association.

Presentazione dei dati

I principali dati che emergono da questa prima fase del percorso si riferiscono all'individuazione di best practices implementate dagli Atenei al fine di supportare lo sviluppo di employability. Tali buone pratiche (presentate in Figura 1) rappresentano i punti di principale innovazione dei Career Service rispetto alla mappatura generale fornita da Italia Lavoro.

ITALIA		
	PROGETTO	DESCRIZIONE
Politecnico Milano	Sport & Soft Skills	Attività sportive e ludiche organizzate dal Career Service per lo sviluppo delle Competenze Trasversali degli Studenti
Bocconi	Percorso Attitudinale di Orientamento al Lavoro (POL)	Percorso di orientamento, sviluppato in collaborazione con responsabili HR, che prevede assessment center e prova individuale, oltre ad un colloquio di due ore
Bologna	Progetto PIL (Employability e Didattica)	Esperienza pilota di inserimento di sviluppo di employability all'interno della didattica. E' la definizione di un curriculum specifico all'interno della Scuola di Scienze Politiche che prevede 30CFU mirati allo sviluppo di competenze trasversali e all'orientamento al lavoro.
Milano-Bicocca	Percorsi Talent	Serie di incontri con professionisti, in collaborazione con alcune importanti aziende, per sviluppare competenze tecniche e trasversali in vista della transizione al lavoro.
Padova	Individual Career Development ICARD	ICARD (Individual CAREer Development) è un progetto finanziato dal programma ERASMUS+ e sviluppato per

		supportare gli studenti (attraverso Moodle) ad acquisire competenze utili per affrontare sia il passaggio verso l'università sia dall'università al mondo del lavoro.
Pisa	PhD Plus	Programma finalizzato a promuovere e incoraggiare lo spirito imprenditoriale e di innovazione tra studenti di laurea magistrale, dottorandi, dottori di ricerca e docenti.
Siena	Santa Chiara Lab	Spazio creativo e ricreativo all'interno dell'Università per creare connessioni, dentro l'università, tra università e città, tra studenti ed ex-studenti, tra laureati e mondo del lavoro
Torino	Atlante delle Professioni	Osservatorio delle professioni in uscita dai percorsi universitari per l'orientamento e il job placement
Venezia Ca' Foscari	Centro sviluppo e autovalutazione delle competenze trasversali	Centro che offre Corsi (6 CFU) e Seminari per incrementare la performance e l'attrattività sul mercato del lavoro delle persone, attraverso lo sviluppo del loro portafoglio di competenze trasversali.
IRLANDA		
	PROGETTO	DESCRIZIONE
Dublin City University	INTRA Program	Programma obbligatorio che gli studenti devono svolgere prima di laurearsi. Generalmente esso viene svolto tra la fine del 2° anno e l'inizio del 3° anno. Consiste in un programma che può durare dai 6 ai 12 mesi, in cui lo studente è impiegato per circa 40 ore settimanali in azienda ed è retribuito con un vero e proprio salario di circa 400€ settimanali e un regolare contratto di lavoro.
Trinity College Dublin	Collaborazione con i corsi di studio	Percorso dettagliato di formazione, mirato specificamente agli studenti del quarto anno, che li aiuti a comprendere le possibilità del proprio settore di studi in relazione al lavoro o a percorsi di Dottorato.
Trinity College Dublin/ Dublin City University	Career Day nazionali in partnership con GradIreland	Organizzazione Career Day nazionale, in più edizioni sul territorio, in partnership pubblico-privata di GradIreland. GradIreland è un attore, all'interno del quale sono presenti le università irlandesi ed il soggetto privato GTI . La collaborazione tra università è data dalla necessità di organizzare al meglio, in location logisticamente belle ed efficaci, attività di recruitment che possano coinvolgere quanti più employers possibili.

Analisi dei dati

I progetti qui mostrati, approfonditi in prima istanza all'interno delle interviste con i responsabili dei Career Service menzionati, si riferiscono a molteplici campi di azione del Job Placement. In essi, si evidenzia la multiforme offerta di programmi e attività a supporto dell'employability degli studenti, ben oltre la tradizionale conformazione di servizi implementati dagli Atenei. Le esperienze fanno riferimenti a campi tradizionalmente ascritti ad attività di ricerca (innovazione e trasferimento tecnologico), di didattica (inserimento nel curriculum, corsi mirati allo sviluppo di soft skills), integrative (orientamento, mobilità internazionale, challenge di innovazione), ricreative talvolta (spazi ricreativi, sport).

Interpretazione e prospettive future

Quello che emerge ad un primo sguardo è la profonda intersezione che sussiste tra il Career Service e le dimensioni di didattica, ricerca e terza missione. La natura innovativa dei servizi di Job

Placement, spesso costruiti in connessione con i principali trend del mondo del lavoro (Teichler, 2009), può esser vista come rappresentare uno dei luoghi del trasferimento tecnologico dall'università all'impresa e dall'impresa all'università. E' in esso, infatti, che l'innovazione dell'Higher Education si coagula per restituire nuove forme e modalità di articolazione dei processi formativi. L'analisi delle best practices fornisce un panorama relativo non soltanto a singoli progetti, ma a trasformazioni embrionali dell'intero impianto dell'alta formazione.

In prospettiva, il lavoro dovrà ampliarsi alla mappatura di ulteriori soggetti istituzionali, approfondendo maggiormente la comparazione internazionale (Irlanda) e lo sguardo sui trend internazionali (Commissione Europea).

Pubblicazioni

- Boffo, V., Terzaroli, C., 'Alta Formazione e Placement: modelli di Employability', in *Giovani Adulti tra Transizioni e Alta Formazione. Strategie per l'Employability: Dal Placement ai Career Services*, Boffo, V. (a cura di), Pacini Editore.
- Gioli, G., Tomei, N., Terzaroli C., 'Quality in Higher Education career guidance: procedures and processes for the enhancement of students' employability' in Pejatovic, A., Egetenmeyer-Neher, R., Slowey, M. (2016) *Contribution of Research to Improvement of Adult Education Quality*, Belgrado: Institute for Pedagogy and Andragogy, Faculty of Philosophy, University of Belgrade.
- Lombardi, S., Mennini, N., Terzaroli, C. 'Dalla laurea alla professione oggi, passando per i servizi universitari di placement', in *Laurea e Professione. Percorsi, Indirizzi e Luoghi di Interesse: Una Mappa per Orientarsi nella Scelta del Lavoro*, Lucarelli, P. (a cura di), Pacini Editore.
- Terzaroli, C. (2016), 'Rilevazione dei fabbisogni delle aziende partecipanti al Career Day 2016', in *Career Day 2016 - Career Book* http://www.unifi.it/upload/sub/studenti/ojp/careerday/2016/career_book_2016.pdf
- Terzaroli, C., Tomei, T., 'Enhancing Experiential Learning in Higher Education' in Novotny, P., Sava, S. (a cura di) (2016), *Researches in Adult and Learning Education: the European Dimension*, Firenze: Firenze University Press.

Titolo della Ricerca: Cantieri Intraprendenza e lavoro. Ripensare il rapporto tra Università e imprese: il ruolo dell'Università di Firenze nello sviluppo delle competenze per il mercato del lavoro nell'area dell'economia e management

Responsabile scientifico: Prof. Vincenzo Cavaliere, Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa

Assegnista di Ricerca: Dott.ssa Sara Lombardi

Obiettivo: La ricerca ha avuto l'obiettivo di rilevare le competenze trasversali possedute dagli studenti dell'Università degli Studi di Firenze per comprendere il loro impatto sul proprio potenziale di occupabilità.

Realizzazione

La prima fase della ricerca è stata dedicata all'analisi e sistematizzazione della letteratura di riferimento sul tema dell'employability, a valle della quale si è ritenuto necessario concentrare l'attenzione su tre aspetti:

1. l'employability percepita dallo studente, ovvero la soggettiva percezione circa il proprio potenziale di occupabilità sul mercato del lavoro, anziché l'occupabilità oggettiva;
2. il ruolo svolto dalle competenze individuali. Il progetto ha dunque previsto l'analisi di tre cluster principali di competenze:
 - a. le competenze cognitive, relative all'analisi dei problemi, la presa di decisioni e la valutazioni delle conseguenze;
 - b. le competenze emotive, le quali richiamano la capacità di un individuo di riconoscere le proprie emozioni e quelle degli altri, di saperle comunicare attraverso le espressioni e il linguaggio di regolarle in modo adeguato al contesto;
 - c. le competenze sociali, riferite alla capacità di lavorare in gruppo e di costruire relazioni con altri finalizzate;

3. alcuni fattori di contesto (es. l'età e il genere del rispondente, il livello di istruzione dei genitori, il voto di laurea, il numero di esami sostenuti, la partecipazione alle attività del Job Placement, etc.) che possono avere un ruolo critico nelle relazioni oggetto di osservazione modificare le connessioni tra i vari fattori analizzati.

Al fine di testare il modello di ricerca, la ricerca si è servita della somministrazione di un questionario (prevalentemente tramite piattaforma on line), sviluppato a partire da scale di misurazione già testate e validate in letteratura. I soggetti coinvolti sono stati sia laureandi sia neo-laureati dell'Università degli Studi di Firenze.

Una volta costruito, il questionario ha necessitato di essere testato mediante un'indagine pilota per verificarne la funzionalità, la chiarezza di linguaggio delle domande formulate e la loro comprensibilità. Il test pilota è stato somministrato ad un campione di 149 studenti, provenienti da corsi di laurea diversificati. I dati raccolti sono stati esaminati mediante statistiche descrittive (es. calcolo delle medie, delle distribuzioni delle risposte, delle mediane, etc.), analisi di correlazione tra le variabili, analisi fattoriale, analisi di regressione, t-test, etc.

Risultati

Le analisi compiute evidenziano che un approccio razionale alle decisioni e alla risoluzione dei problemi (competenza cognitiva), un orientamento al raggiungimento dei risultati (competenza emotiva) e l'abilità di lavorare in team (competenza sociale) risultano essere particolarmente presenti nel campione di studenti osservato. Inoltre, nel complesso la percezione della loro occupabilità assume un valore medio, senza dunque risultare né particolarmente positiva né mediocre.

Produzione scientifica

Sulla base del lavoro condotto durante l'intero anno di assegno di ricerca sono stati prodotti due saggi da includere nei seguenti volumi:

- Cavaliere, V., Lombardi, S. (2017), "Promuovere l'employability degli studenti: Un modello concettuale per analizzare lo skills-gap tra educazione e lavoro", in *Giovani Adulti tra Transizioni e Alta Formazione. Strategie per l'Employability: Dal Placement ai Career Services*, Boffo, V. (a cura di), Pacini Editore.

- Lombardi, S., Mennini, N., Terzaroli, C. (2017), “Dalla laurea alla professione oggi, passando per i servizi universitari di placement”, in *Laurea e Professione. Percorsi, Indirizzi e Luoghi di Interesse: Una Mappa per Orientarsi nella Scelta del Lavoro*, Lucarelli, P. (a cura di), Pacini Editore.

<p>Titolo della ricerca: “Jobs Act: i nuovi contratti di lavoro”</p>

Responsabile scientifico: Prof. Riccardo Del Punta, Dipartimento di Scienze Giuridiche

Assegnista di ricerca: Dott. Antonio Riccio

Obiettivo della ricerca: ricostruire un quadro organico dei contratti di lavoro standard e non-standard e analizzarne la disciplina attraverso un esame critico della normativa vigente.

Effettuazione/Risultati: data l'ampiezza del tema e dell'obiettivo, ambizioso, di ricostruire un quadro organico dei contratti di lavoro standard, non-standard, anche alla luce della introduzione del nuovo contratto di lavoro subordinato a "tutele crescenti" e delle novità in tema di mansioni e controlli sul lavoro (al fine di fornire una panoramica chiara ed esaustiva del nuovo assetto della materia non solo agli operatori dei cantieri ma anche agli stessi utenti), si è proceduto ad una circoscrizione teorico-pratica degli obiettivi generali sui quali concentrare l'attenzione, in quello che potremmo definire soltanto un primo step di una ricerca potenzialmente molto più ampia.

Anche a seguito dei numerosi e proficui confronti sia con i responsabili del progetto “Cantieri di Intraprendenza e Lavoro”, sia con i colleghi assegnisti degli altri settori scientifici coinvolti, si è giunti ad individuare un doppio contributo che l'attività in materia giuslavoristica poteva fornire al progetto. Da un lato, l'approfondimento prettamente teorico sul ruolo dell'Università nell'attività di Placement e, più in generale, nel supporto che l'Ateneo può offrire agli studenti nella delicata fase della transizione scuola-lavoro e nell'orientamento in uscita dal percorso di studi. In particolare l'attività si è concentrata sugli strumenti previsti dall'ordinamento, tipologie contrattuali e non, in cui gli atenei sono chiamati a svolgere un ruolo attivo di primo piano. Dopo una produttiva fase di raccolta, analisi e studio della corposa bibliografia in materia e attraverso un esame critico della normativa vigente (di cui è stato possibile fornire i primi risultati nell'intervento “Jobs act: a labour market reform”, presentato al seminario “Youth Transitions and Higher Education: Strategies for the Employability. The Role of Career Services. 1st Job Placement Workshop”, che si è tenuto presso la Biblioteca Lazzeriniana di Prato, venerdì 22 aprile 2016), l'attenzione si è concentrata sulla disciplina della tipologia contrattuale che meglio si presta al perseguimento dei diversi interessi perseguiti dalle politiche in tema di transizioni.

Sull'argomento è emerso chiaramente, infatti, come uno degli obiettivi principali cui mira l'ordinamento consista nell'allargamento e miglioramento dell'offerta formativa post-diploma e post-laurea, nella convinzione che solo un più stretto rapporto tra università e mercato del lavoro possa rilanciare efficacemente una politica di qualificazione e formazione delle risorse umane coerente con le esigenze delle attività produttive e i processi di sviluppo delle piccole e medie imprese

Proprio in ragione di queste premesse, l'analisi ha trovato il suo terreno di elezione nel contratto di apprendistato di alta formazione e ricerca, la cui disciplina è oggi contenuta nel d.lgs. n. 81/2015. Se è vero, infatti, che l'intero tema dei contratti di lavoro costituisce ormai da tempo una delle leve attraverso le quali le politiche pubbliche intervengono sulla transizione scuola-mercato del lavoro,

utilizzando i margini di flessibilizzazione degli istituti giuridici in funzione di incentivo normativo alla creazione di occupazione, è altrettanto vero che è l'apprendistato, e in particolare quello di alta formazione e ricerca, a emergere dalla ricerca come strumento contrattuale maggiormente orientato all'obiettivo della creazione di una buona occupazione. In particolare, l'attenzione si è concentrata sulle ragioni della sua limitata diffusione fino ad oggi per analizzare, poi, l'adeguatezza delle ultime novità legislative nel determinare una auspicabile inversione di rotta.

Dall'altro lato, poi, su di un versante più pratico-operativo, si è proceduto alla realizzazione di una agile guida pratica alle tipologie contrattuali previste dalla legislazione vigente che l'Ateneo potrà utilizzare sia come materiale informativo di sicuro interesse per gli studenti che si affacciano per la prima volta nel mondo del lavoro, sia come strumento di supporto agli stessi operatori dei Cantieri.

Pubblicazioni: è in fase di elaborazione un intervento sul tema dell' "apprendistato di alta formazione e ricerca" per il Volume "Giovani Adulti tra Transizioni e Alta Formazione: Strategie per l'Employability. Dal Placement ai Career Services" e l'adeguamento ai fini della pubblicazione della "Guida agile ai contratti di lavoro".

Titolo della Ricerca: “Interventi di orientamento e counseling: valutazione dell’efficacia e prospettiva cost-effective nei servizi di Ateneo”

Responsabile Scientifico: Prof.ssa Annamaria Di Fabio, Dipartimento di Scienze della Formazione e Psicologia

Assegnista di Ricerca: Dott.ssa Letizia Palazzeschi

Obiettivo: Il progetto risponde ai principi dell’accountability per favorire la realizzazione di interventi efficaci e *cost-effective* per il XXI secolo. L’obiettivo della ricerca è di confermare l’efficacia di differenti interventi psicologici *dialogue* innovativi: *Career and Life Design Counseling* di gruppo, *Constructing Life Counseling* di gruppo, *Life Meaning Counseling* di gruppo, *Career and Life Design Counseling* individuale, e *Intrapreneurial Self-Capital Training* di gruppo. Gli interventi di gruppo utilizzano la nuova metodologia del potere dell’audience messa a punto dal Laboratorio internazionale di Ricerca e Intervento in Psicologia per l’Orientamento Professionale, il Career Counseling e i Talenti (LabOProCCareer&T), Dipartimento di Scienze della Formazione e Psicologia (Sezione di Psicologia), Università degli Studi di Firenze.

Effettuazione

Per la verifica dell’efficacia degli interventi è stata utilizzata una metodologia quali+quantitative, con l’utilizzo del gruppo di controllo. A livello qualitativo sono stati utilizzati strumenti innovativi prodotti o adattati da LabOProCCareer&T: *Future Career Autobiography* (FCA; Rehfuß & Di Fabio, 2012); *Life Adaptability Quality Assessment* (LAQuA; Di Fabio, 2015); *Career Counseling Innovative Outcomes* (CCIO; Di Fabio, 2016). A livello quantitativo sono stati utilizzati sia strumenti per rilevare variabili tradizionali come le *career decision-making difficulties* e la *career decision-making self-efficacy* sia strumenti per rilevare variabili innovative come la *self-perceived employability*, la *career adaptability*, la resilienza, la soddisfazione di vita, il senso della vita, l’autenticità, il flourishing, l’*Intrapreneurial Self-Capital*, la *life project reflexivity*, il *positive relational management*, l’accettazione del cambiamento.

Al gruppo sperimentale sono stati somministrati sia gli strumenti qualitativi che gli strumenti quantitativi prima e dopo l'intervento. Al gruppo di controllo sono stati somministrati gli strumenti con la medesima modalità del gruppo sperimentale ma diversamente da questo non hanno usufruito dell'intervento tra la prima e la seconda somministrazione. Per una questione etica, il gruppo di controllo non rimarrà privo di intervento ma l'intervento si realizzerà successivamente, iniziando una volta che il gruppo di controllo avrà assolto la sua funzione.

Il gruppo sperimentale è composto da 126 partecipanti che hanno usufruito di differenti interventi presso il career service Torretta. Nello specifico sono stati effettuati i seguenti interventi di gruppo: 5 gruppi di *Career counseling e life design* (51 partecipanti; 5 gruppi effettuati ciascuno di 4 giornate di 8 ore); 2 gruppi di *Constructing life counseling* (21 partecipanti; 2 gruppi effettuati ciascuno di 3 giornate di 8 ore); 1 gruppo di *Life meaning counseling* (9 partecipanti; 3 giornate di 8 ore); 2 gruppi di *Intrapreneurial self-capital training* (19 partecipanti; 2 gruppi effettuati ciascuno di 4 giornate di 8 ore). Hanno partecipato agli interventi di *career counseling and life design* individuali 26 partecipanti.

Risultati

Dalle analisi effettuate sui dati raccolti, a livello qualitativo è emerso nel gruppo sperimentale rispetto al gruppo di controllo un aumento dei temi di cambiamento rilevati da FCA, LAQuA e CCIO. A livello quantitativo è emerso nel gruppo sperimentale rispetto al gruppo di controllo un incremento relativo a *career decision-making self-efficacy*, *self-perceived employability*, *career adaptability*, resilienza, soddisfazione di vita, senso della vita, autenticità, flourishing, *Intrapreneurial Self-Capital*, *life project reflexivity*, *positive relational management*, accettazione del cambiamento; una riduzione delle *career decision-making difficulties*. Si sta proseguendo la raccolta dati per approfondire con ulteriori analisi le differenze tra i diversi tipi di interventi erogati.

Pubblicazioni:

- Di Fabio, A., & Palazzeschi, L. (in press). Counseling e Career Service. In V. Boffo (Ed.), *Giovani adulti tra transizioni e alta formazione: Strategie per l'employability. Dal placement ai career services*. Pisa: Pacini Editore.
- Di Fabio, A. & Palazzeschi, L. (2016). Marginalization and precariat: The challenge of intensifying life construction intervention. In A. Di Fabio & D. L. Blustein (Eds.), "From meaning of working to meaningful lives: The challenges of expanding decent work". Research topic in *Frontiers in Psychology. Organizational Psychology Section. 7*, 444. doi: 10.3389/fpsyg.2016.00444.
- Di Fabio, A., Giannini, M., Loscalzo, Y., Palazzeschi, L., Bucci, O., Guazzini, A., & Gori, A. (2016). The challenge of fostering healthy organizations: An empirical study on the role of workplace relational civility in acceptance of change, and well-being. In G. Giorgi, M. Shoss, & A. Di Fabio (2016). "From organizational welfare to business success: Higher performance in healthy organizational environments". Research Topic in *Frontiers in Psychology. Organizational Psychology*. doi: 10.3389/fpsyg.2016.01748
- Di Fabio, A., & Palazzeschi, L. (2016). Organizational Citizenship Behaviors Scale: Valutazione delle proprietà psicometriche della versione italiana. *Counseling. Giornale Italiano di Ricerca e Applicazioni*, 9(1).

- Di Fabio, A., & Palazzeschi, L. (2016). Entrepreneurial Intention Questionnaire: Primo contributo alla validazione della versione italiana. *Counseling. Giornale Italiano di Ricerca e Applicazioni*, 9(3).
- Di Fabio, A., & Palazzeschi, L. (in press). *Occupational Engagement Scale*: Primo contributo alla validazione della versione italiana per lavoratori. *Counseling. Giornale Italiano di Ricerca e Applicazioni*, 10(1).

Titolo della Ricerca: Opportunità e risorse per l'out-placement dei laureati dell'Ateneo di Firenze: dall'analisi dei fabbisogni al monitoraggio delle attività realizzate all'interno dei Cantieri di Intraprendenza e Lavoro.

Responsabile Scientifico: Prof.ssa Franca Alacevich, Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali
Assegnista di Ricerca: Dott.ssa Annalisa Tonarelli

Obiettivo: La ricerca oggetto dell'assegno si è posta come obiettivo generale quello di verificare, attraverso la raccolta di materiale di carattere quantitativo e qualitativo, la modalità attraverso cui studenti e laureati costruiscono la propria idea di futuro e le rappresentazioni in merito alle opportunità e le risorse necessarie per inserirsi sul mercato del lavoro. In particolare, il progetto di ricerca era finalizzato al compimento di due principali azioni:

- la predisposizione di attività di monitoraggio dei servizi erogati nell'ambito dei *Cantieri di Intraprendenza e Lavoro* nel corso dell'anno 2015-2016;
- la realizzazione di indagini mirate ad individuare i fattori che contribuiscono a rendere ancora problematico, anche all'interno di questo segmento del mercato del lavoro, il matching tra domanda e offerta.

Effettuazione e risultati

Il lavoro di ricerca si è concentrato sulla riflessione intorno alle opportunità conoscitive che, circa il tema in oggetto, vengono offerte dalle attività di monitoraggio del progetto di Placement cui la Dott.ssa Tonarelli si è dedicata nel corso dei mesi passati. La ricchissima documentazione di carattere gestionale in possesso dagli uffici, e relativa a studenti e imprese beneficiari delle diverse attività promosse all'interno dei servizi di Out-placement dell'Ateneo, si presta infatti ad essere analizzata al fine di individuare Profili/Percorsi tipici molto utili sia per la pianificazione dei servizi che per la riflessioni sulle competenze personali e trasversali che emergono dai comportamenti degli stessi studenti. In particolare, l'attività di ricerca si è indirizzata in quattro diverse direzioni.

- *Azione 1 – Sistematizzazione e analisi dei dati di funzionamento.* Obiettivo primario di questa azione è quello di ricostruire, sul piano quantitativo, il funzionamento dei servizi e l'utilizzo da parte degli utenti finali. A questo fine è stata predisposta una raccolta sistematica e centralizzata di tutti i dati disponibili e ricavabili tanto dall'attività di back office svolta dagli uffici che dall'attività di rendicontazione prodotta dai tutor/borsisti. Le informazioni raccolte sono state uniformate e sistematizzate in matrici dati costantemente implementate e analizzate al fine di porre in evidenza i seguenti aspetti: l'entità quantitativa e le caratteristiche degli utenti che si sono rivolti ai vari servizi e hanno preso parte alle singole attività; profili tipici di utilizzo dei servizi caratterizzati in base alla

frequenza dell'attività, al corso di laurea, alle caratteristiche socio-anagrafiche e di carriera.

- *Azione 2 – Feedback sul gradimento e l'efficacia percepita in merito ai servizi.* La seconda azione ha previsto la messa a punto e la somministrazione di uno strumento di rilevazione del gradimento dei servizi erogati che si struttura in una prima parte comune a tutti i servizi (informazioni di carattere socio anagrafico) e l'altra personalizzata sulla base delle attività svolte.
- *Azione 3 – Indagine sincronica e longitudinale su l'intensità e le modalità di utilizzo dei servizi.* Grazie a quanto previsto dall'azione 1 è stato possibile individuare profili diversi di utenti con i quali condurre un lavoro in profondità. Questi profili possono essere caratterizzati sulla base delle differenti modalità di utilizzo dei servizi stessi: *occasionale* (ha partecipato ad un solo evento); *assiduo intra-servizio* (ha partecipato ad almeno due eventi organizzati nell'ambito di uno stesso servizio); *assiduo intra-servizio* (ha partecipato ad almeno due eventi organizzati nell'ambito di servizi diversi); *demotivato* (non ha partecipato a nessuno -o alla maggior parte- degli eventi cui si era iscritto).
- *Azione 4 – Indagine sulla domanda di lavoro e la partecipazione delle imprese ai servizi di placement.* Per quanto riguarda le imprese l'obiettivo è stato quello di ricostruire un archivio in grado di sistematizzare le informazioni riguardo ai soggetti economici che a diverso titolo hanno partecipato ai servizi di placement così come loro diverse modalità di coinvolgimento. In questa prospettiva è stato possibile distinguere tra: *imprese partner*, *imprese fidelizzate*, *occasionali*, e *imprese in vetrina*. Successivamente, al fine di approfondire l'ambito della domanda di lavoro l'attenzione è stata poi portata alle opportunità occupazionali e di training che il mondo delle imprese e delle istituzioni mette a disposizione dei laureati dell'Università di Firenze attraverso i vari servizi attivati nell'ambito del Career Service di Ateneo ed in particolare: le *vacancies* inserite dalle imprese sul Portale Almalaurea e quelle proposte nell'ambito dei Career Day. La riflessione si è sviluppata tanto in una prospettiva quantitativa che qualitativa attraverso un'analisi testuale e del contenuto applicata alle declaratorie con le quali vengono individuati dalle imprese i profili richiesti.

Publicazioni

- Tonarelli A., (2017), “Le imprese in vetrina: cosa chiede il mercato del lavoro ai laureati”, in *Laurea e Professione. Percorsi, Indirizzi e Luoghi di Interesse: Una Mappa per Orientarsi nella Scelta del Lavoro*, Lucarelli, P. (a cura di), Pacini Editore.
- Del Gobbo G., Tonarelli A., (2017), “La Ricerca per il Job Placement. Monitoraggio, valutazione e impatto dei Servizi di Placement”, in *Giovani Adulti tra Transizioni e Alta Formazione. Strategie per l'Employability: Dal Placement ai Career Services*, Boffo, V. (a cura di), Pacini Editore.

Strategie di comunicazione generativa per i servizi di Job Placement

Responsabile Scientifico: Prof. Luca Toschi, Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali

Assegnista di Ricerca: Dott.ssa Viola Davini

Obiettivo: Il progetto di ricerca *Strategie di comunicazione generativa per i servizi di Job Placement* si è inserito all'interno delle attività del Center for Generative Communication (CfGC), unità di ricerca del Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali, diretto dal Professor Luca Toschi.

Nel caso specifico, ovvero la comunicazione per i servizi di Job Placement nel periodo di lancio dei Cantieri di Intraprendenza e Lavoro dell'Università di Firenze, la domanda che ha guidato la ricerca è stata come potesse essere pianificata la comunicazione per diffondere i servizi di Job Placement sia a livello organizzativo interno, per rafforzare le relazioni con il coinvolgimento del target di riferimento (studenti, laureandi, laureati e dottorandi), che esterno con l'obiettivo di sostenere e di avviare relazioni sinergiche con il sistema delle imprese che operano sul territorio.

Effettuazione

Il progetto rientra in un ambito di interesse che il Center for Generative Communication da anni porta avanti, ovvero la terza missione dell'Università e il trasferimento tecnologico. I servizi di Placement, infatti, rappresentano una parte della terza missione e sono utilizzati per rafforzare il rapporto dell'istituzione universitaria con il territorio in cui è inserita e fornire gli strumenti utili a studenti e laureandi per affrontare il mondo del lavoro.

Nell'ambito dell'assegno è stato fondamentale ricostruire la storia della terza missione dell'Università e l'impatto che questo ha sulla società. In termini di sociologia dei processi comunicativi, la ricerca ha riguardato i modelli di comunicazione sviluppati dall'Università per comunicare verso l'esterno e la proposta di costruire un modello di comunicazione generativo.

Lo studio alla base di questo progetto ha riguardato anche l'analisi delle strategie di comunicazione messe in atto dalle università (sia nazionali che internazionali) per comunicare le attività e i servizi di Placement. Analizzando siti web e canali social attivi, è stato possibile raccogliere elementi utili per pianificare una strategia pensata per l'Ateneo fiorentino.

In questo contesto è stata attivata una sperimentazione partita dalla gestione di un canale di comunicazione specifico: un social network, come strumento che più si avvicina ai linguaggi e alla modalità comunicativa del target interno di riferimento. L'obiettivo è stato quello di sviluppare una strategia di comunicazione social in grado di far nascere dei meccanismi di ascolto della comunità studentesca, tali da consentire, oltre che la diffusione dei servizi, la possibilità di monitorare il livello di soddisfazione degli studenti e la conseguente raccolta di elementi conoscitivi importanti e utili a migliorare e a ottimizzare l'offerta dei servizi.

La strategia di comunicazione proposta si basa sul modello di comunicazione generativa e riflette una visione della comunicazione esterna che si sviluppa di pari passo con l'evoluzione dell'organizzazione interna: un canale di comunicazione esterna, infatti, deve essere una diretta espressione della visione e della mission dell'organizzazione (nel nostro caso, l'Ateneo stesso).

Risultati

La sperimentazione, che si è svolta da luglio 2015 a settembre 2016, è stata applicata alla gestione della pagina Facebook "OJP – Cantieri Unifi", è stato condivisa da chi dirige le attività e i servizi, con chi si occupa della comunicazione istituzionale di Ateneo, ma anche in collaborazione con coloro che sono stati più a contatto con gli studenti (come i tutor che lavorano nei Cantieri e che rappresentano

dei validi sensori all'interno della comunità studentesca) con l'obiettivo di diffondere una maggiore cultura del Placement, intesa come la possibilità per gli studenti di usufruire di servizi pensati per prepararli ad affrontare il mondo del lavoro. Lo sviluppo dei contenuti per la pagina Facebook, che all'inizio mirava alla diffusione della novità dei Cantieri di Intraprendenza e Lavoro e a valorizzare la loro presenza sul territorio, ha cercato poi di capire come puntare al coinvolgimento e alla partecipazione, passando dall'informazione puntuale circa i servizi offerti e dalla loro descrizione a un'apertura all'ascolto dei bisogni espressi dagli studenti.

4.2 Relazioni istituzionali

Il Job Placement di Ateneo ha coltivato nell'anno 2016 molteplici relazioni con importanti soggetti a livello istituzionale con l'obiettivo di creare una rete di rapporti che possano posizionare l'Ateneo sulla scena dei principali trend nazionali e internazionali.

Italia Lavoro S.p.A.

La collaborazione con Italia Lavoro, quale soggetto incaricato per l'assistenza tecnica all'implementazione delle politiche attive del lavoro (oggi all'interno della nuova Agenzia Nazionale per le Politiche Attive – ANPAL), ha rappresentato un partner importante nello sviluppo dei servizi di Job Placement di Ateneo. Attraverso la relazione con la linea del programma FIO – Linea Università, coordinata dal Dott. Tommaso Cumbo, è stato possibile confrontarsi sui più importanti scenari che coinvolgono i Career Service italiani. La partecipazione ai Seminari organizzati da Italia Lavoro sui modelli di placement nelle università hanno costituito il momento di confronto con altre realtà insieme alla costruzione di un solido network. Si riportano di seguito gli eventi di Italia Lavoro a cui il Job Placement ha presenziato nel corso dell'anno 2016:

- 23 Febbraio 2016, Roma: Seminario I servizi alle imprese offerti dagli Atenei e il ruolo svolto dalle strutture di Orientamento e Placement (ha partecipato la Dott.ssa Elena Nistri in qualità di Responsabile dell'Ufficio Supporto alle attività di orientamento in ingresso, in itinere e Job Placement);
- 24 Maggio 2016, Roma: Seminario I modelli organizzativi dei servizi di Orientamento e Placement (ha partecipato la Delegata al Job Placement Prof.ssa Vanna Boffo presentando il modello, unico nel panorama nazionale, dell'Università di Firenze);
- 8 Luglio 2016, Montepulciano: Evento Luci sul Lavoro (ha partecipato la Dott.ssa Marisa Santioli in rappresentanza dell'Ufficio Supporto alle iniziative di Orientamento in ingresso, in itinere e Job Placement e la Prof.ssa Annamaria di Fabio in qualità di esperta in materia di consulenza psicologica per l'orientamento e il job placement).
- 13 Dicembre 2016, Roma: Workshop Il mercato del lavoro della *White Economy*. Seminario sulle tendenze e i profili professionali di un settore in crescita (ha partecipato il Dott. Carlo Terzaroli, Assegnista di Ricerca, per conto della Delegata al Job Placement);

Inoltre, il Dott. Tommaso Cumbo, responsabile della Linea Università del Programma FIO di Italia Lavoro, è intervenuto al Seminario del Job Placement “Giovani Adulti tra Transizioni e Alta Formazione. Strategie per l'Employability, dal Placement ai Career Service” che si è tenuto a Prato il 22 Aprile 2016. Il suo intervento sarà pubblicato nel volume *Giovani adulti tra transizioni e alta formazione*, (Vanna Boffo, a cura di).

Rete del Job Placement

La Delegata al Job Placement (tramite l'Assegnista di Ricerca Dott. Carlo Terzaroli) ha preso parte ai lavori preparatori della Rete del Placement delle Università Italiane, organizzato dal Comitato Promotore nella persona del Prof. Giancarlo Tanucci (Università di Bari). L'incontro si è tenuto il 9 Maggio 2016 presso l'Università di Padova.

OECD Skills Strategy

La Delegata al Job Placement ha partecipato, per conto della Commissione Orientamento e Placement di Ateneo, al Progetto Skills Strategy dell'OECD. Il progetto, sviluppato dal Governo Italiano in cooperazione con l'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE), ha l'obiettivo di favorire la crescita della produttività del lavoro e accompagnare i relativi processi di sviluppo delle competenze e del buon funzionamento del mercato del lavoro. In tal senso, si è avviato un programma volto ad identificare punti di forza e criticità del Paese sugli aspetti focali di questo percorso.

Attenendosi a buone pratiche internazionali, l'OCSE ha preparato un percorso basato su tre workshops che offrono ai partecipanti la possibilità di influenzare le politiche governative nell'ambito delle competenze, volto ad includere nello sviluppo del progetto gli "Stakeholders" cioè di coloro che come voi sono gli attori e destinatari principali della realizzazione fattuale di questo processo.

- Il primo incontro si è tenuto il 20 e 21 Luglio a Roma, presso il Ministero dell'Economia e delle Finanze, ed è stato volto da identificare i punti di forza e le debolezze del "sistema in Italia" per quanto riguarda le competenze e la capacità a trasformarle in posti di lavoro migliori e vite migliori.
- Il secondo svoltosi il 28 settembre a Milano presso il centro AFOL è stato dedicato a comprendere quali sono i fattori e i contesti che portano l'Italia ad avere una performance inferiore alle aspettative/necessità per ciò che riguarda lo sviluppo, l'attivazione, l'uso delle competenze.
- L'ultimo incontro è previsto per il mese di febbraio 2017 e sarà volto a convalidare una lista sintetica di "sfide" sulla quale andranno concentrate le energie delle policies nazionali per i prossimi anni.

AlmaLaurea

La Delegata al Job Placement ha preso parte, per conto del Rettore, all'Assemblea dei Soci delle 72 Università aderenti che si è tenuta a Bologna in data 2 Dicembre 2016.

4.3 Iniziative Scientifiche anno 2016

Gli eventi organizzati dal Job Placement nell'ambito delle proprie attività di Public Engagement si delineano come l'intersezione cruciale tra il livello dei servizi e la riflessività su questi. Il fine è quello di aprire lo sviluppo del Placement verso i più innovativi scenari nazionali e internazionali, oltre alla creazione di una comunità che operi e pensi assieme. Le attività scientifiche sono principalmente rivolte ai Delegati al Job Placement delle Scuole, ai Responsabili dei Career Service, all'Ufficio Orientamento e Placement e a tutto il personale che collabora all'interno delle attività di Job Placement.

Si riportano di seguito alcune brevi schede di presentazione delle iniziative, realizzate e diffuse in collaborazione con l'Ufficio Progettazione e Comunicazione di Ateneo.

Seminario "Giovani Adulti tra Transizioni e Alta Formazione. Strategie per l'Employability, dal Placement ai Career Service"

Data	22 Aprile 2016
Luogo	Biblioteca Lazzarini, Prato
Abstract	Il Seminario propone una riflessione sul ruolo dei Career Service nell'Alta Formazione e, in particolare, desidera porre all'attenzione degli studenti, dei docenti e delle imprese del territorio la funzione del Job Placement nella transizione al lavoro e nella costruzione dell' <i>Employability</i> dei giovani laureati.



venerdì 22 aprile 2016
ore 9.00 – 13.30
Biblioteca Lazzerini
via Puccetti 3 – Prato

Giovani Adulti tra Transizioni e Alta Formazione

Strategie per l'Employability | Dal Placement ai Career Service



PRIMO WORKSHOP DEI SERVIZI DI JOB PLACEMENT

9.00 Saluti

Andrea Arnone

Prorettore al Trasferimento Tecnologico e ai Rapporti con il Territorio e con il Mondo delle Imprese, Università di Firenze

Franco Neri

Direttore Biblioteca Lazzerini, Città di Prato

Maurizio Fioravanti

Presidente Polo Universitario, Città di Prato

Matteo Biffoni

Sindaco, Comune di Prato

9.40 Il Placement per le Transizioni e l'Employability

Coordinata

Vanna Boffo

Delegata del Rettore per il Job Placement, Università di Firenze

9.50-10.10

I Giovani verso il Lavoro

Paolo Federighi

Direttore del Dipartimento di Scienze della Formazione e Psicologia, Università di Firenze

10.10-10.30

I Career Service nell'Università italiana

Tommaso Cumbo

Italia Lavoro Progetto FixO, Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

10.30-10.40

Il Placement all'Università di Firenze

Elena Nistri

Responsabile Ufficio Orientamento in Ingresso, in itinere e Job Placement, Università di Firenze

10.40 Coffee Break

11.00

11.00-11.10

La Ricerca nel Job Placement

Coordinata

Annalisa Tonarelli

Responsabile Career Service Prato, Università di Firenze

11.10-11.20

Counseling e Career Services

Letizia Palazzeschi

Assegnista di Ricerca, Università di Firenze

11.20-11.30

Transizioni e Employability: il caso dei Corsi di Studio di Scienze della Formazione

Carlo Terzaroli

Assegnista di Ricerca, Università di Firenze

11.30-11.40

Promuovere l'Employability degli Studenti: un Modello per Analizzare lo Skills-Gap tra Educazione e Lavoro

Sara Lombardi

Assegnista di Ricerca, Università di Firenze

11.40-11.50

Jobs Act: una Riforma del Mercato del Lavoro

Antonio Riccio

Assegnista di Ricerca, Università di Firenze

11.50-12.00

Strategie di Comunicazione per i Servizi di Job Placement

Viola Davini

Assegnista di Ricerca, Università di Firenze

Ufficio Supporto alle iniziative di orientamento in ingresso, in itinere e job placement

12.00 Uno Sguardo al Mercato del Lavoro: la Ricerca per l'Innovazione

Coordinata

Paola Lucarelli

già Delegata del Rettore per il Job Placement, Università di Firenze

Lorenzo Bacchi

Regione Toscana direzione Cultura e Ricerca

Federico Cecchi

Delegato di Prato per la formazione di Confindustria Toscana Nord

Leonardo Bassilichi

Presidente Camera di Commercio di Firenze

Giovan Battista Donati

Presidente Confindustria Toscana

Mario Rapaccini

Spin-off SMARTOPERATIONS

Emanuele Rossini

Presidente AIDP Regione Toscana

Fabio Sola

Consulenza organizzativa PRAXI

13.20 Conclusioni

Andrea Arnone

Prorettore al Trasferimento Tecnologico e ai Rapporti con il Territorio e con il Mondo delle Imprese, Università di Firenze

Questo primo Workshop propone una riflessione sul ruolo del Career Service nell'Alta Formazione e, in particolare, desidera porre all'attenzione degli studenti, dei docenti, delle imprese del territorio, la funzione del Job Placement nella transizione al lavoro e nella costruzione dell'Employability dei giovani laureati. I Career Service del Progetto Job Placement dell'Università di Firenze, al inserimento nel contesto del Piano Strategico di Ateneo 2016-2018 relativo alla Terza Missione (DL 19/2012; DM 4/7/2013) pur evidenziando la stringente connessione con gli ambiti privilegiati della Ricerca e della Didattica, la ricerca ha reso privilegiato della costruzione del Servizio per il lavoro. In tal senso, vengono presentate le linee di azione che ne hanno supportato lo sviluppo: dal Counseling alla costruzione dell'identità professionale, dalla Formazione al lavoro allo sviluppo delle Politiche per il lavoro, dallo studio delle Soft Skills per l'Employability all'approfondimento del Jobs Act, fino alla definizione di opportunità pratiche comunicative che attraverso i Social possano portare al lavoro ai giovani adulti, studenti, laureandi, laureati, dottorandi e dottori di ricerca.

Comitato Scientifico.

Vanna Boffo, Vincenzo Cavaliere, Giovanna del Gobbo, Maria De Santis, Annamaria Di Fabio, Gaio Cesare Pacini, Mario Rapaccini, Annalisa Tonarelli

Delegati delle Scuole di Ateneo

Fabio Baldi (Scuola di Agraria)

Maria De Santis (Scuola di Architettura)

Cristina Martelli (Scuola di Economia e Management)

Simona Viciani (Scuola di Giurisprudenza)

Filippo De Carlo (Scuola di Ingegneria)

Annamaria Di Fabio (Scuola di Psicologia)

Giorgia Bulli (Scuola di Scienze Politiche)

Mario Milco D'Ellos e Cristina Luceri (Scuola di Scienze della Salute umana)

Claudia Giorgi (Scuola di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali)

Giovanna del Gobbo e Daniela Manetti (Scuola di Studi Umanistici della Formazione)

Seminario "Fostering Work-Related Learning in Higher Education: Methods, Strategies and Experiences"

Data	20-21 Ottobre 2016
Luogo	Dip. SCIFOPSI, Via Laura 48, Firenze
Docenti	Prof.ssa Monica Fedeli, Dott.ssa Daniela Frison (Università di Padova)
Abstract	Il seminario ha avuto l'obiettivo di fornire ai partecipanti metodi e strumenti di didattica <i>work-related</i> al fine di sostenere negli studenti lo sviluppo di competenze trasversali e capacità legate all' <i>Employability</i> . Si configura dunque come un'attività



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

20 - 21 ottobre 2016

Fostering Work-Related Learning in Higher Education Methods, Strategies and Experiences

Il seminario ha l'obiettivo di fornire metodi e strumenti di didattica work-related al fine di sostenere lo sviluppo dell'employability nell'Alta Formazione. Si configura come un'attività di ricerca del Career Service dell'Università degli Studi di Firenze volta a supportare la transizione al lavoro di studenti e dottorandi attraverso strategie didattiche innovative

seminario

organizzato da
Piattaforma amministrativa unitaria "Supporto alle iniziative di orientamento in ingresso, in itinere e job placement"
Dipartimento di Scienze della Formazione e Psicologia (SCIFOPSI)

A chi è rivolto
20 docenti
10 assegnisti e dottorandi

Organizzazione didattica
Il seminario si articola in due giornate, con attività di didattica frontale e laboratoriale:

- giovedì 20 Ottobre 2016 | 15.30 - 18.30**
Saluti Istituzionali
Vittoria Perrone Compagni
Prorettore Vicario con delega all'innovazione della didattica
Paolo Federighi
Direttore del Dipartimento di Scienze della Formazione e Psicologia
Sandra Furlanetto
Delegata del Rettore all'orientamento
Annamaria di Fabio
Delegata del Rettore alla consulenza psicologica per l'orientamento e job placement
Introduce
Yanna Boffo
Delegata del Rettore al Job Placement
- venerdì 21 Ottobre 2016 | 9.00 - 16.00**
Introduce
Andrea Amone
Prorettore al trasferimento tecnologico e ai rapporti con il territorio e con il mondo delle imprese
Light lunch 12.30 - 13.30
Conclusioni
Yanna Boffo
Delegata del Rettore al Job Placement

Sede attività didattica
aula Altana | III piano
Dipartimento di Scienze della Formazione e Psicologia
via Laura, 48 - 50121 Firenze

Docenti
Monica Fedeli
Dipartimento di Filosofia, Pedagogia e Psicologia Applicata,
Università di Padova
Daniela Frison
Dipartimento di Filosofia, Pedagogia e Psicologia Applicata,
Università di Padova

Informazioni e iscrizioni
orientamentoplacement@adm.unifi.it



Employability & Co. Curricula innovativi per creare nuove professionalità
FRN2012 LATRIN



Comitato Scientifico
Yanna Boffo, Vincenzo Cavaliere, Giovanna del Gobbo,
Maria De Santis, Annamaria Di Fabio, Gaio Cesare Pacini,
Mario Rapaccini, Annalisa Tonarelli, Anna Vinattieri

Delegati al Job Placement delle Scuole di Ateneo
Fabio Baldi, Scuola di Agraria
Maria De Santis, Scuola di Architettura
Cristina Martelli, Scuola di Economia e Management
Simona Viciani, Scuola di Giurisprudenza
Filippo De Carlo, Scuola di Ingegneria
Annamaria Di Fabio, Scuola di Psicologia
Giorgia Bulli, Scuola di Scienze Politiche
Mario Milco D'Elisio e Cristina Luceri, Scuola di Scienze della Salute umana
Claudia Giorgi, Scuola di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali
Giovanna del Gobbo e Silvano Zipoli Caiati, Scuola di Studi Umanistici e della Formazione

Commissione di Ateneo per l'Orientamento e il Job Placement
Vittoria Perrone Compagni, Andrea Amone, Sandra Furlanetto,
Annamaria di Fabio, Yanna Boffo, Bruno Bertaccini

Percorsi di formazione per il Career Service di Ateneo

Data	7 Novembre 2016; 14 Novembre 2016; 21 Novembre 2016; 28 Novembre 2016.
Luogo	Dip. SCIFOPSI, Via Laura 48, Firenze
Docenti	Prof. Mario Rapaccini; Prof. Vincenzo Cavaliere; Prof.ssa Annamaria di Fabio; Prof.ssa Vanna Boffo
Abstract	Il ciclo di incontri ha avuto l'obiettivo di sviluppare le competenze del gruppo di lavoro che opera all'interno del Career Service di Ateneo attraverso il contributo di diversi approcci disciplinari. Gli incontri erano rivolti al personale dell'Ufficio Orientamento e Placement, ai Tutor, Borsisti e Assegnisti del Career Service, a tutti i Responsabili dei Service Point e Delegati al Job Placement.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

Percorsi di Formazione per il Career Service di Ateneo



organizzato da

Piattaforma amministrativa unitaria

"Supporto alle iniziative di orientamento in ingresso, in itinere e job placement"

In cosa consiste

Il ciclo di incontri ha l'obiettivo di sviluppare le competenze del gruppo di lavoro che opera all'interno del Career Service di Ateneo attraverso il contributo di diversi approcci disciplinari

A chi è rivolto

Gli incontri sono rivolti al personale dell'Ufficio Orientamento e Placement, ai Tutor, Borsisti e Assegnisti del Career Service, a tutti i Responsabili del Service Point e Delegati al Job Placement

Dove si svolgerà

Sala SM2 - II piano
Dipartimento di Scienze della Formazione e Psicologia
via Laura, 48 - 50121 Firenze

🕒 LUNEDÌ 7 NOVEMBRE 2016 | 16 -18

Service Design & Management in a Nutshell

"Someone Calling Themselves a Student Says They Want Something Called Career Service"

Mario Rapaccini

🕒 LUNEDÌ 14 NOVEMBRE 2016 | 16 -18

Organizzare persone e attività nel Career Service dell'Università di Firenze

Vincenzo Cavaliere

🕒 LUNEDÌ 21 NOVEMBRE 2016 | 16 -18

Comunicazione, Attending e ascolto attivo: dal front-office ai servizi

Annamaria Di Fabio

🕒 LUNEDÌ 28 NOVEMBRE 2016 | 16 -18

The Care of the Work as Reflective Method in the Career Service

Vanna Boffo

informazioni

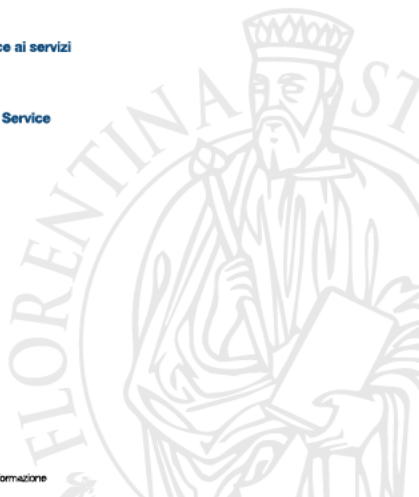
orientamento@placement@adm.unifi.it

Comitato Scientifico

Vanna Boffo, Vincenzo Cavaliere, Giovanna del Gobbo,
Maria De Santis, Annamaria Di Fabio, Gaio Cesare Pacini,
Mario Rapaccini, Annalisa Tonarelli, Anna Vinattieri

Delegati al Job Placement delle Scuole di Ateneo

Fabrizio Baldi, Scuola di Agraria
Maria De Santis, Scuola di Architettura
Cristina Martelli, Scuola di Economia e Management
Simona Viciani, Scuola di Giurisprudenza
Filippo De Carlo, Scuola di Ingegneria
Annamaria Di Fabio, Scuola di Psicologia
Giorgia Bulli, Scuola di Scienze Politiche
Mario Mico D'Ellos e Cristina Luceri, Scuola di Scienze della Salute umana
Claudia Giorgi, Scuola di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali
Giovanna del Gobbo e Silvano Zepi Caiani, Scuola di Studi Umanistici e della Formazione



4.4 Iniziative anno 2017

Si riportano di seguito le iniziative future di ricerca che il Career Service ha già pianificato per l'anno 2017. Tali attività rappresentano un'importante occasione per implementare ulteriormente riflessione sui servizi oltre che un'occasione di consolidamento della comunità scientifica a livello di Ateneo. Le attività scientifiche sono principalmente rivolte ai Delegati al Job Placement delle Scuole, ai Responsabili dei Career Service, all'Ufficio Orientamento e Placement e a tutto il personale che collabora all'interno delle attività di Job Placement.

Seminario "Competenze Trasversali e Tirocinio in Higher Education: una best practice del Career Service di Ateneo"

Data	23 Febbraio 2017
Luogo	Dip. SCIFOPSI, Via Laura 48, Firenze
Docenti	Prof.ssa Vanna Boffo, Dott.ssa Silvia Moretti, Tirocinanti Assessment Center di Ateneo
Abstract	La presentazione ha l'obiettivo di illustrare, attraverso l'esperienza del <i>light</i> Assessment Center di Ateneo, le potenzialità del Tirocinio come strumento per sostenere lo sviluppo dell' <i>Employability</i> nell'Alta Formazione e l'acquisizione di competenze trasversali. Si configura come un'attività di disseminazione del Career Service dell'Università degli Studi di Firenze, volta a supportare la transizione al lavoro di Laureati e Dottori di Ricerca dell'Ateneo mediante strategie innovative. Il seminario è rivolto a Docenti, Studenti, Assegnisti e Dottorandi di Ricerca dell'Ateneo. I posti disponibili sono 30. La presentazione prevede gli interventi dei Tirocinanti (anno 2016) nel programma di Formazione al Lavoro <i>light</i> Assessment Center di Ateneo.

Eventi in collaborazione con Legacoop

Data	30 Marzo 2017
Luogo	Aula Magna del Rettorato, Piazza San Marco, 4
Abstract	Il seminario ha l'obiettivo di presentare le attività delle imprese cooperative, dandone anche un focus sui possibili campi di sviluppo futuro. La rilevanza del sistema cooperativo in Italia costituisce un importante campo di azione anche in relazione ai nuovi trend dell'Università: dalla costruzione di professionalità al valore della multidisciplinarietà nei team di lavoro, fino alle opportunità concrete di inserimento lavorativo. In questo senso, la cooperazione rappresenta un fronte importante per il Job Placement anche in termini di autoimprenditorialità. All'evento saranno collegati tre workshop di due ore ciascuno: <ul style="list-style-type: none">• Settore Sociale e Lavoro: 6 aprile presso Dip. SCIFOPSI• Settore agroalimentare: 4 maggio presso Scuola di Agraria• Settore Consumo: 11 maggio presso Scuola di Ingegneria

Collana Pubblicazioni

Finalità

La collana editoriale del Job Placement vuole rappresentare un contributo finalizzato a promuovere, sostenere, armonizzare e potenziare i servizi di Placement e con la quale ci si propone di portare contributi conoscitivi che consentano di inquadrare meglio l'universo giovanile, approfondendo una serie di aspetti relativi ai percorsi di transizione formazione-lavoro.

L'obiettivo è in particolare quello di:

- valorizzare le aspettative e le valutazioni dei giovani circa il percorso universitario compiuto e l'investimento formativo effettuato;
- delineare la condizione lavorativa ad uno, tre e cinque anni dal conseguimento del titolo;
- ottenere elementi circa le aspettative e gli atteggiamenti nei confronti dell'esperienza lavorativa raccogliendo anche valutazioni in merito al presente e al futuro della propria attività professionale.

Destinatari

Il target di riferimento è molto composito: dagli studiosi di tematiche del lavoro, della formazione e dell'universo giovanile, data la sua natura di approfondimento scientifico, ai dirigenti e funzionari delle amministrazioni incaricati della definizione e dell'implementazione di politiche locali a carattere formativo, occupazionale e giovanile, per l'attenzione al contesto territoriale toscano. Anche il mondo imprenditoriale avrà la possibilità di acquisire elementi conoscitivi grazie alla definizione dei fabbisogni formativi/occupazionali per migliorare le strategie di raccordo tra il mondo produttivo e quello della formazione. In ultimo, ma non di minore importanza, i giovani e le loro famiglie potrebbero individuare nelle pubblicazioni informazioni facilmente fruibili e utili trovandosi nella necessità di effettuare una scelta formativa e/o di orientamento al mercato del lavoro.

Casa Editrice

La scelta della Casa Editrice Pacini è determinata dalla continuità della collaborazione, che vede una partnership attiva già dal 2012, creata dalla Prof.ssa Paola Lucarelli. Sono già presenti titoli strettamente legati al ruolo del Placement per le Professioni.

Board scientifico

Il board scientifico della Collana è rappresentato dal Prorettore al Trasferimento Tecnologico e ai Rapporti con il Territorio e con il Mondo delle Imprese Prof. Andrea Arnone, dalla Delegata al Job Placement Prof.ssa Vanna Boffo e dal gruppo dei Delegati al Job Placement delle Scuole e dei Responsabili dei Career Service.

Pubblicazioni previste nel 2017

- Volume Giovani adulti tra transizioni e alta formazione, Vanna Boffo (a cura di)
- Volume Laurea e professione, Paola Lucarelli (a cura di)
- Volume Guida al jobs act, Riccardo del Punta, Antonio Riccio
- Volume Giovani adulti tra transizioni e alta formazione, edizione in inglese

5. Progetti di connessione tra Career Service e IUF

E' allo studio un percorso di interconnessione tra i servizi erogati nell'ambito dei Career Service di Ateneo e le attività implementate dall'Incubatore Universitario Fiorentino (IUF). La costruzione di tale percorso è funzionale a valorizzare e potenziare i servizi offerti in un'ottica di positiva collaborazione e più ampia visione dei bisogni espressi da studenti e laureati dell'Ateneo.

5.1 Bridge Placement-IUF

La necessità di costruire un *bridge* che connetta il Placement e lo IUF risponde alla volontà di portare a sistema diversi servizi offerti a studenti e laureati con l'obiettivo di integrarli e potenziarli. Tra i servizi offerti nell'ambito dei Career Service di Ateneo, sono in particolare quelli afferenti alla quarta linea a configurarsi come particolarmente affini a quelli implementati nell'ambito dell'Incubatore.

Si tratta dei servizi di supporto allo sviluppo dell'intraprendenza, ovvero:

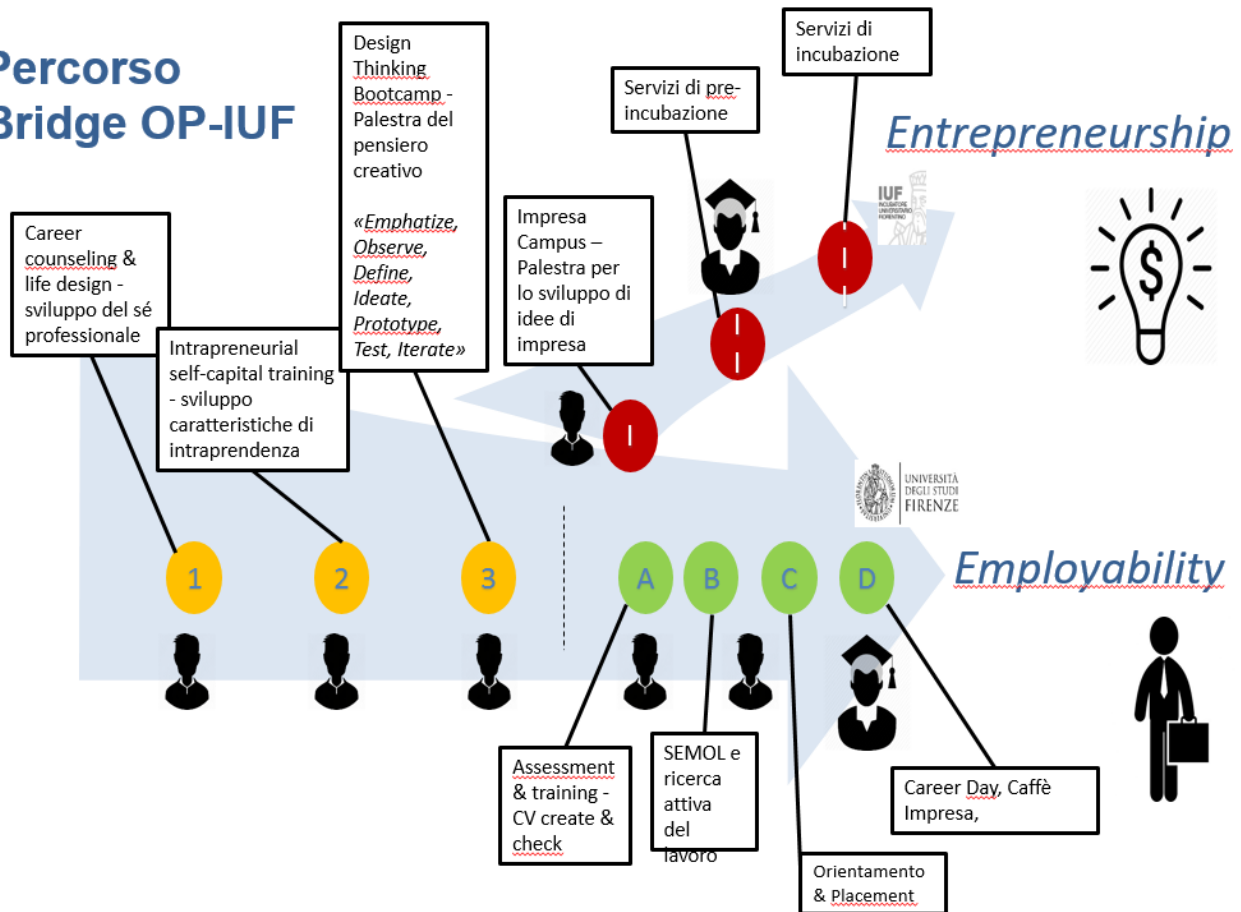
- Palestra di intraprendenza: workshop formativo di 5 incontri di 4 ore ciascuno, mirato allo sviluppo di pensiero creativo. Sono state svolte 6 edizioni nel 2016. Il numero limitato di incontri non permette di fare una progettualità approfondita;
- Job-In Lab: attivazione di tirocini formativi, accompagnati da attività di mentorship, per lo sviluppo di laboratori innovativi in impresa attraverso team multidisciplinare con competenze profilate sugli obiettivi del progetto.

Presso l'Incubatore Universitario Fiorentino, invece, è soprattutto il progetto denominato Impresa Campus a presentare importanti elementi che possono essere positivamente portati a sistema con i servizi erogati nell'ambito dei Career Service. Sinteticamente, Impresa Campus rappresenta:

- un progetto sviluppato con Ente CR in relazione alla preparazione ai percorsi di Pre-Incubazione, con l'obiettivo di favorire e sostenere il percorso imprenditivo/imprenditoriale. Il percorso si configura anche come formazione in vista dell'accesso alla pre-incubazione.

A seguito di un processo di ricognizione sugli elementi di continuità e reciproco rafforzamento espressi dai servizi erogati nell'ambito della quarta linea dei Career Service e di quelli erogati nell'ambito dei servizi dello IUF, è stato progettato il percorso *bridge* Placement-IUF. Il percorso *bridge*, su cui già era in atto un processo di riflessione che aveva prodotto idee concrete per la sua implementazione attraverso una riorganizzazione dei contenuti delle attività erogate e un sistema di propedeuticità e canali privilegiati di accesso fra diversi servizi erogati nell'ambito del Placement e dell'Incubatore, ha trovato poi sbocco nella definizione del progetto Contamination Lab (CLab) che riassume in sé molti elementi da tempo oggetto di discussione.

Percorso Bridge OP-IUF



5.2 Progetto C-Lab

A partire dal mese di novembre 2016, il gruppo di lavoro della linea Intraprendenza, ha cominciato a studiare il progetto C-Lab implementato in alcuni Atenei italiani al fine di raccogliere elementi utili a comprenderne natura e potenzialità e valutare la sua fattibilità presso l'Università di Firenze. A tal fine, in particolare, è stato creato un rapporto privilegiato di collaborazione con l'Università Politecnica delle Marche i cui referenti del C-Lab hanno fornito informazioni dettagliate sull'esperienza realizzata, le modalità organizzative adottate e i risultati conseguiti.

A seguito dell'emanazione dell'avviso dd3158 del 29/11/2016, con il quale il MIUR ha destinato 5 Milioni di euro a sostegno della creazione e sviluppo di Contamination Lab presso gli Atenei, è in atto un lavoro di stesura del progetto che dovrà essere presentato entro il 15 febbraio 2017. In progetto viene redatto sotto la guida del prorettore al trasferimento tecnologico prof. Arnone.

Per la definizione del progetto forniscono il loro contributo:

- Settore Placement;
- Settore Trasferimento Tecnologico;
- l'Incubatore Universitario Fiorentino;
- Csavri;
- Fondazione per la Ricerca e l'Innovazione

Si riporta di seguito un descrizione sintetica del progetto.

Progetto Contamination Lab	
Descrizione	Il progetto CLab rappresenta uno spazio fisico di contaminazione fra studenti, laureati, dottorandi di diversi ambiti disciplinari. Gli spazi del CLab ospitano iniziative finalizzate a promuovere la cultura dell'imprenditorialità, della sostenibilità, dell'innovazione e del fare.
Caratteristiche salienti	<p>Caratteristica distintiva del CLab è quella di promuovere la contaminazione fra studenti delle varie aree disciplinari e fra mondo accademico e sistema socio-economico. Infatti, gli spazi del C-Lab sono concepiti come spazi di contaminazione dell'Ateneo verso l'esterno e non solo come spazi per i partecipanti al C-Lab.</p> <p>La contaminazione avviene in diverse direzioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> • tra studenti provenienti da corsi/facoltà/università diversi; • tra studenti e docenti/dipartimenti • con attori terzi – del mondo produttivo (imprese, startup, investitori, camere di commercio, associazioni imprenditoriali ecc.), delle istituzioni e del terzo settore; • con attori internazionali, costruendo partenariati e collaborazioni per acquisire le migliori prassi di innovazione e avviare partenariati che facilitino la mobilità degli studenti/partecipanti.
Obiettivi	<p>Grazie alla partecipazione al CLab, gli studenti hanno l'opportunità di fruire di percorsi formativi multidisciplinari e fortemente orientati allo sviluppo di competenze trasversali, di discutere temi di proprio interesse, di progettare idee imprenditoriali, di studiare, lavorare insieme a progetti innovativi, di interagire con compagni di differente età e background culturale, anche stranieri.</p> <p>Lo spazio a disposizione consente in modo flessibile di partecipare a lezioni, lavorare in gruppo, fare presentazioni interattive, partecipare a incontri ed eventi, sviluppare relazioni di tipo informale con gli altri partecipanti e i docenti afferenti a diversi ambiti scientifico-disciplinari.</p>
Destinatari	Studenti, laureati, dottorandi di tutte le Scuole dell'Ateneo selezionati sulla base di diversi elementi fra i quali riveste un ruolo rilevante la motivazione.
Potenzialità	<p>Il CLab si pone come elemento di congiunzione tra i servizi di quarta linea erogati nell'ambito dei Career Service e le iniziative di IUF. Esso viene sviluppato in un momento storico in cui è richiesto di ripensare, riorganizzare e potenziare le connessioni con il territorio, il mondo delle imprese e gli attori sociali.</p> <p>Il CLab può valorizzare alcune iniziative già esistenti, può catalizzare nuove energie, può contribuire alla diffusione di nuovi saperi e di azioni educative innovative e, infine, esso può favorire la creazione di positivi modelli di collaborazione e governo delle relazioni con il territorio.</p>

6. Il monitoraggio dei servizi: una proposta operativa¹

Premessa

Nel 2016 è stata realizzata una prima azione sperimentale di monitoraggio dei Career Service con l'obiettivo di esplorare le potenzialità informative dei dati relativi alla gestione e alla fruizione dei servizi erogati. La finalità dell'azione realizzata non è stata quella di "valutare" i servizi ed esprimere un giudizio in merito alla loro efficacia, ma quella di evidenziare le possibilità di raccolta sistematica di elementi conoscitivi utili per migliorare costantemente le attività di accompagnamento al placement. Alla luce dei risultati di questa prima azione, presentati nelle pagine seguenti, si ritiene che un'attività sistematica di monitoraggio sulla base dei dati che già vengono raccolti (o la cui raccolta è stata impostata e sollecitata attraverso la sperimentazione) possa consentire all'Ateneo di disporre dei dati adeguati per: 1) valutare la qualità del servizio reso, sia in termini di efficacia (raggiungimento degli obiettivi) che di soddisfazione degli utenti (soddisfacimento delle aspettative); 2) facilitare l'identificazione delle opportunità di miglioramento.

Il presupposto da cui è partita la sperimentazione è la constatazione di come il sistema di Placement realizzi, nella sua attuazione, la produzione di un numero consistente di informazioni sia di carattere quantitativo che qualitativo relativi sia all'utenza (studenti e imprese) che al matching tra domanda e offerta di lavoro. Valorizzare tale potenzialità informativa rappresenta un passaggio indubbiamente virtuoso dal momento che consente potenzialmente di ricostruire, a costo zero e in tempi brevi, un quadro conoscitivo d'insieme sul quale innestare sia un eventuale riesame del sistema dei Career Service sia eventuali ulteriori attività di approfondimento e ricerca.

Questi sono i principi su cui è stato impostato il progetto di Monitoraggio dei Career Service dell'Università di Firenze.

Di seguito viene fornita una breve sintesi di quanto realizzato, articolata per:

1. Obiettivi
2. Azioni realizzate
 - 2.1 Azione 1 – Sistematizzazione e analisi dei dati di funzionamento
 - 2.2. Azione 2 – Feedback sul gradimento e l'efficacia percepita in merito ai servizi
 - 2.2 Azione 3 – Indagine sincronica e longitudinale su l'intensità e le modalità di utilizzo dei servizi
3. Aree di riflessione per lo sviluppo dei Servizi.

Per ciascuna Azione sono stati indicati possibili obiettivi di miglioramento.

1. Gli obiettivi

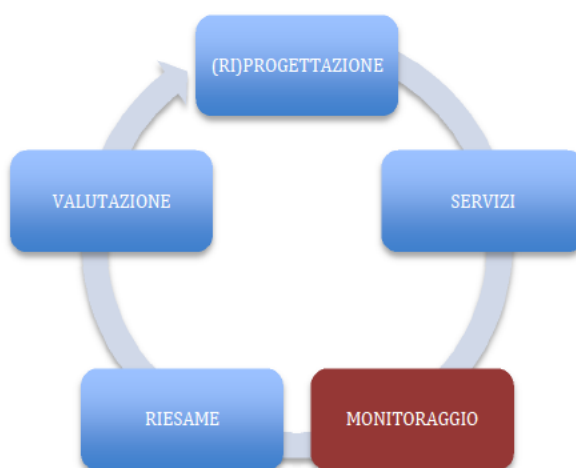
Nella definizione del Progetto di monitoraggio si è tenuto conto di quattro elementi:

- 1) la valenza formativa di tutti i Servizi offerti;
- 2) il modello organizzativo integrato e reticolare con plurimi livelli e ambiti di responsabilità e raccolta dati;
- 3) la collocazione dei Servizi nel quadro delle strategie complessive di Ateneo;
- 4) la costituzione di un Gruppo di Monitoraggio all'interno della Commissione orientamento.

¹ Il Gruppo di Monitoraggio si è costituito nel febbraio 2016. Ne fanno parte Vanna Boffo, Giovanna Del Gobbo, Elena Nistri, Annalisa Tonarelli, Ilenia Buscemi. Il presente rapporto è stato redatto da Giovanna Del Gobbo e Annalisa Tonarelli. Si ringrazia il prof. Bruno Bertaccini per la preziosa collaborazione offerta per quanto attiene ai rapporti con AlmaLaurea. Si ringrazia inoltre la dott.ssa Moretti per il contributo offerto nella fase di test dei questionari di autovalutazione per gli studenti.

Riguardo più specificatamente all'impostazione, il progetto ha cercato di seguire un approccio di analisi globale del sistema a partire soprattutto dall'utilizzo dei dati regolarmente prodotti e disponibili, ma anche dall'individuazione, durante il procedere del monitoraggio stesso, di eventuali aspetti su cui la produzione di dati si ritiene possa essere utile ai fini conoscitivi e di miglioramento.

Fig. 1 Schema di processo: dalla progettazione alla valutazione



Obiettivi specifici della proposta di monitoraggio sono stati:

- ricognizione delle informazioni ricavabili dalle attuali attività di gestione;
- individuazione delle possibili modalità di acquisizione in continuo dei dati sia attraverso le informazioni di gestione sia attraverso l'acquisizione da fonti esterne;
- individuazione di possibili procedure e modalità di reportistica sistematica sull'andamento dei servizi;
- formulazione di modalità standardizzate di elaborazione e analisi dei dati nel tentativo di produrre evidenze da utilizzare sia in fase di riesame del sistema di placement che il riesame dei singoli corsi di Laurea;
- proposta di un modello di reportistica e di diffusione dei risultati.

2. Le azioni

Le azioni di monitoraggio progettate al fine di poter valutare l'efficacia delle attività realizzate nell'ambito del Career Service d'Ateneo muovono dall'idea che questa non possa essere correttamente rilevata attraverso il ricorso al mero indicatore fornito dall'indagine AlmaLaurea sulla "Condizione occupazionale dei laureati" a uno, tre e cinque anni dal conseguimento del titolo e ciò per almeno due ordini di motivi. Il primo ha che vedere con fatto che la possibilità di trovare lavoro risente tanto delle caratteristiche individuali del laureato che di variabili sociali (come, ad esempio l'andamento generale della domanda di lavoro) che non sono direttamente riconducibili alla maggiore o minore efficacia dei servizi di placement. In secondo luogo, poiché la filosofia che soggiace all'architettura complessiva del Career Service è quella di rafforzare la persona (le sue competenze, le sue capacità, la sua consapevolezza) e non semplicemente di influire sulle opportunità di *matching* tra domanda e offerta di lavoro. In questa prospettiva va considerata proprio la funzione formativa

(di *guidance* e accompagnamento) che svolgono i servizi e non solo a fine percorso formativo, ma anche durante il suo svolgimento: i Career Service si configurano come spazio di sviluppo e accompagnamento al processo di *employability*.

La misurazione dell'efficacia sulla base dell'unico indicatore riconducibile al semplice tasso di occupazione è dunque rischiosa e non rispondente alle finalità complessive del servizio. Peraltro il tasso di occupazione, così come misurato da AlmaLaurea, viene calcolato su una popolazione, (un campione selezionato – auto-selezionato – sulla totalità dei laureati) che non necessariamente è quella costituita da coloro che hanno usufruito dei servizi di placement; potrebbe, ad esempio, verificarsi la situazione, non prevedibile e non nota, per cui nessuno degli intervistati nel corso della rilevazione condotta da AlmaLaurea ha usufruito dei servizi di placement.

Al fine di contenere questo possibile limite e per cercare di individuare una modalità che consenta di rilevare una correlazione tra servizi erogati nell'ambito delle attività di placement e livello di occupazione, si è ritenuto opportuno richiedere al Consorzio AlmaLaurea la possibilità di rendere disponibili, attraverso la rilevazione sugli esiti occupazionali a un anno dalla laurea, alcune informazioni relative all'utilizzo dei servizi attivati (per tipologia), nonché la possibilità di incrociare tali informazioni con la condizione occupazionale.

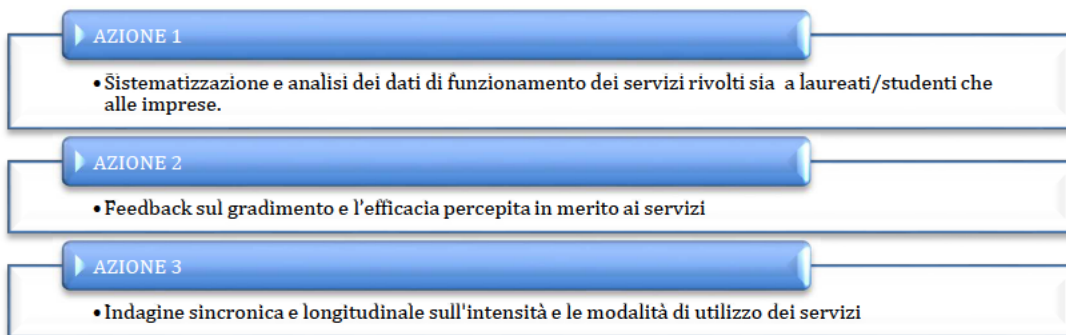
L'obiettivo che ha guidato tale richiesta, a oggi in attesa di eventuale soluzione da parte di AlmaLaurea, è quello di disporre di una base di dati per rilevare l'influenza dei servizi erogati in termini di accrescimento delle possibilità occupazionali, selezionando, e confrontando tra loro, le due sub popolazioni costituite da studenti che hanno partecipato e da studenti che non hanno partecipato alle attività dei Career Service, effettuando una normalizzazione in base alla classe di laurea, al genere, ed ad altre variabili e che si mostrassero significative. L'integrazione di queste domande all'interno del questionario potrebbe consentire di ricavare indicazioni utili riguardo al funzionamento dei servizi e alla loro capacità di intercettare gli studenti².

Nell'auspicata prospettiva che la richiesta delle suddette informazioni possa essere accolta e le domande possano far parte del questionario utilizzato da AlmaLaurea a livello nazionale, i dati raccolti potrebbero, inoltre, essere suscettibili di una analisi comparativa che andrebbe ad integrare quanto promosso a livello ministeriale riguardo allo sviluppo di sinergie e confronto tra i diversi modelli di Career Service implementati da gli Atenei italiani.

Fatte queste necessarie premesse passiamo ad illustrare sinteticamente le Azioni di monitoraggio messe a punto. Come si evince dalla Figura 2, le attività di monitoraggio sono state raggruppate in tre macro-azioni.

Fig. 2 Schema relativo alle azioni di monitoraggio

² Quest'ultimo dato tuttavia è ora ricavabile grazie all'inserimento da parte di AlmaLaurea di domande specifiche nel questionario n. 5 ANVUR, relative al gradimento dei Servizi di Placement dell'Ateneo fiorentino e l'efficacia percepita rispetto al corso di studi. Si rimanda in proposito al paragrafo relativo all'Azione 2.



2.1. Azione 1 – Sistematizzazione e analisi dei dati di funzionamento

Obiettivo primario è stato quello di ricostruire, sul piano quantitativo, il funzionamento dei servizi e la fruizione da parte degli utenti finali. A questo fine è stata realizzata una raccolta sistematica e centralizzata di tutti i dati disponibili e ricavabili tanto dall'attività di back office svolta dagli uffici (es. iscrizioni ai servizi e registri delle presenze) che dall'attività di rendicontazione prodotta dai tutor/borsisti per alcune attività (es. attività di sportello). Le informazioni raccolte sono uniformate e sistematizzate in matrici dati implementate in modo sistematico (trimestralmente) e analizzate al fine di porre in evidenza l'entità quantitativa e le caratteristiche degli utenti che si sono rivolti ai vari servizi e hanno preso parte alle singole attività³.

Di particolare rilievo risulta la possibilità di disporre dei dati relativi al funzionamento della Piattaforma AlmaLaurea attraverso la quale si realizza l'incontro tra domanda e offerta di lavoro. Grazie a questo strumento i laureati possono caricare il proprio CV e rispondere agli annunci pubblicati dalle imprese, mentre queste possono pubblicare annunci relativi ad opportunità di lavoro o stage e scaricare, al contempo, i cv dei laureati. Questo servizio, gestito Piattaforma amministrativa unitaria "Supporto alle iniziative di orientamento in ingresso, in itinere e job placement" consente di acquisire una serie di informazioni di grande utilità ai fini del monitoraggio.

Riportiamo qui di seguito (BOX 1) alcuni dati relativi all'utilizzo della Piattaforma di incontro domanda offerta gestita da Almalaurea. Pur nell'estrema sintesi che la contraddistingue la trattazione consente di evidenziare le grandi potenzialità del sistema dal punto di vista della produzione di informazioni utili per il monitoraggio del Servizio.

BOX 1 – Il crescente interesse delle imprese e la nuova capacità di attivarsi dei laureati. Un esempio di analisi longitudinale dei dati forniti dalla piattaforma AlmaLaurea.

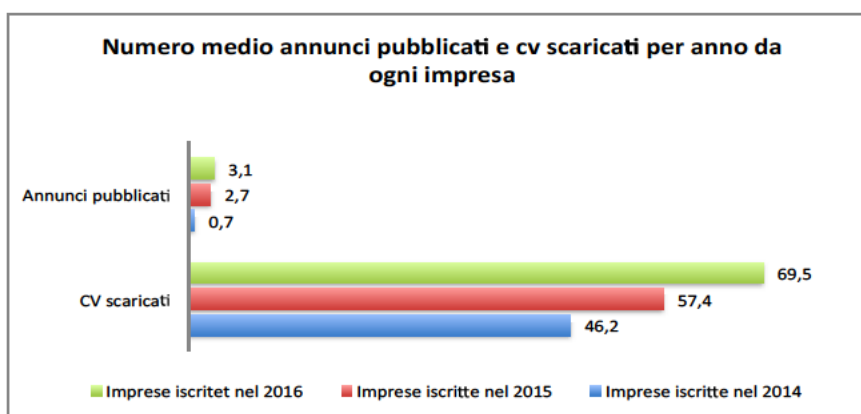
Il numero complessivo delle aziende che hanno mostrato interesse nei confronti dei laureati dell'Università di Firenze chiedendo di attivare l'accesso alla Piattaforma per pubblicare annunci di lavoro e scaricare i cv è costantemente aumentato nel corso degli anni. Nell'intervallo di tempo considerato per questa prima azione di monitoraggio (maggio 2015 giugno 2016) il numero delle **nuove** imprese è stato di 756. Rispetto al periodo maggio 2014 maggio 2015, quando le imprese erano state 544 si assiste ad un saldo positivo di 211 unità pari al + 38,7% a fronte di un +5,2% registrato nel periodo precedente. Nel periodo maggio 2016 dicembre 2017 il numero delle **nuove** imprese è aumentato di ulteriori 98 unità. La crescita ha interessato le imprese di ogni classe dimensionale: per quanto la componente largamente maggioritaria sia sempre, e di gran lunga, rappresentata dalle realtà aziendali con un numero di addetti inferiore o uguale a 10 va rilevato l'importante incremento del numero delle grandi imprese con oltre 500 addetti aumentate del 20%.

Ugualmente interessante è constatare come la domanda di lavoro assuma una connotazione sempre meno locale: tra le imprese interessate a reclutare laureati presso l'Ateneo la percentuale di quelle fiorentine scende

³ Per i dati di fruizione dei servizi si rimanda alla prima parte del rapporto relativa ai singoli servizi.

dal 40 al 36% mentre il numero di province di localizzazione delle imprese passa da 38 a 51 nell'arco di un biennio. A fronte di un incremento del numero delle imprese si assiste anche a un forte aumento della quantità di cv scaricati dalle aziende che raggiungono complessivamente quota 52.710 nel periodo aprile 2015- maggio 2016 (+ 68% rispetto ai 12 mesi precedenti). Per quanto riguarda gli annunci nell'arco di tempo considerato, le imprese attive hanno pubblicato 1.375 annunci rivolti ai laureati presso l'Università di Firenze; 888 in più rispetto al periodo precedente facendo così registrare un incremento pari al 182,3%

Gli annunci pubblicati hanno riguardato una fattispecie molto ampia di opportunità: stage, tirocini e contratti a tempo indeterminato sono quelli che hanno subito gli incrementi più significativi. Questi ultimi che erano solo 76 nell'arco di tempo maggio 2014 giugno 2015 sono passati a 232 e la loro incidenza sul totale è salita dal 15 al 17%. Rispetto all'anno precedente le imprese non solo sono più numerose ma anche più attive e ciò sia per quanto riguarda il numero medio di annunci pubblicati da ogni azienda (da 0,7 a 3,1) che per il numero medio di CV scaricati (da 46,2 a 69,5).



Graf.1 Numero medio annunci pubblicati e cv scaricati

Contestualmente cresce la capacità dei laureati di attivarsi per rispondere alle richieste provenienti dal mondo del lavoro: a una crescita degli annunci pubblicati dalle imprese corrisponde un aumento del numero delle candidature da parte dei laureati che passano da 1034 a 3151 facendo registrare un incremento del 204,7%.

I laureati esprimono un crescente interesse a incontrare le aziende interessate a reclutare: il numero medio di candidature per ogni annuncio pubblicato, passa infatti, da 2,12 a 2,29.

Si tratta di un incremento importante che ci indica come nel tempo tenda ad attenuarsi quel fenomeno di disallineamento tra domanda e offerta che determina sovente la permanenza di vacancies senza candidature. Il dato diventa ancora più significativo se disarticolato per ramo di attività. Dai dati emerge lo sforzo fatto per recuperare un equilibrio tra domanda e offerta in alcuni segmenti del mercato dove tipicamente le richieste sono molte e i laureati pochi ma indica al contempo le direzioni verso cui è necessario canalizzare l'impegno in futuro per attenuare ulteriormente tali squilibri.

La maggiore dinamicità dei laureati coinvolge tutti i settori disciplinari: l'incremento registrato nel periodo maggio 2015 giugno 2016 interessa tutta l'offerta formativa dell'ateneo e anche i settori disciplinari che nel periodo precedente non avevano espresso candidature.

A ulteriore conferma della maggiore capacità dei laureati di usufruire dei servizi di out placement va rilevata la crescita, oltre che delle candidature, del numero dei candidati che hanno risposto agli annunci delle imprese che sono passati da 236 a 652 (con un incremento pari al +176,2%)

Cresce dunque nel corso del tempo la quota di laureati che usano in modo strategico e consapevole il servizio messo loro a disposizione per l'incontro domanda/offerta: l'incidenza degli utenti attivi sul totale dei candidati aumenta per la maggior parte settori disciplinari anche di quelli che fino all'anno prima erano totalmente inattivi.

Obiettivi di miglioramento relativamente all'Azione 1:

- a) Predisposizione, a cura dell'Ufficio, di una reportistica standardizzata relativa all'utilizzo dei servizi per Scuola e per Corso di studi da inviare periodicamente ai Presidenti delle Scuole e

dei Corsi di laurea ed utile ai fini del monitoraggio previsto dalle delle nuove procedure AVA. Per consentire il raggiungimento di tale finalità è necessario che il processo passi attraverso:

- b) definizione di una modalità di acquisizione sistematica, continua e centralizzata dei dati relativi all'attività di gestione e funzionamento dei servizi di placement attivati dall'Ateneo;
- c) costruzione di un database relazionale in remoto che permetta di operare interrogazioni ed acquisire una reportistica da parte dei soggetti autorizzati in linea con altri servizi statistici di Ateneo;

2.2. Azione 2 – Feedback sul gradimento e l'efficacia percepita in merito ai servizi

Il feedback degli studenti

La seconda azione, che si è svolta parallelamente all'attivazione delle diverse attività di Placement, ha visto la revisione dei questionari già utilizzati negli anni precedenti e la messa a punto di un modello unico di questionario per la rilevazione del gradimento dei servizi erogati. Il questionario si struttura in una prima parte comune a tutti i servizi e una seconda parte differenziata sulla base delle attività.

In considerazione della forte connotazione intenzionalmente formativa dei Career Service, si è ritenuto opportuno inserire all'interno del questionario una specifica sezione relativa alla rilevazione della percezione degli studenti delle conoscenze e competenze acquisite attraverso la partecipazione all'attività del career service. Questa impostazione comporta, ai fini di facilitare la riflessione e l'autovalutazione da parte degli studenti, che all'interno di ogni attività il responsabile proceda ad una chiara e preventiva illustrazione degli obiettivi attesi e che la valutazione successivamente effettuata attraverso il questionario venga esplicitamente proposta come una valutazione del livello percepito di raggiungimento degli obiettivi.

Per quanto riguarda la somministrazione dei questionari di gradimento si è ritenuto necessario:

- a) standardizzare i criteri di somministrazione da adottare per le varie attività;
- b) uniformare i database all'interno dei quali inserire i dati raccolti attraverso i questionari;

BOX 3 – L'auto-valutazione degli apprendimenti

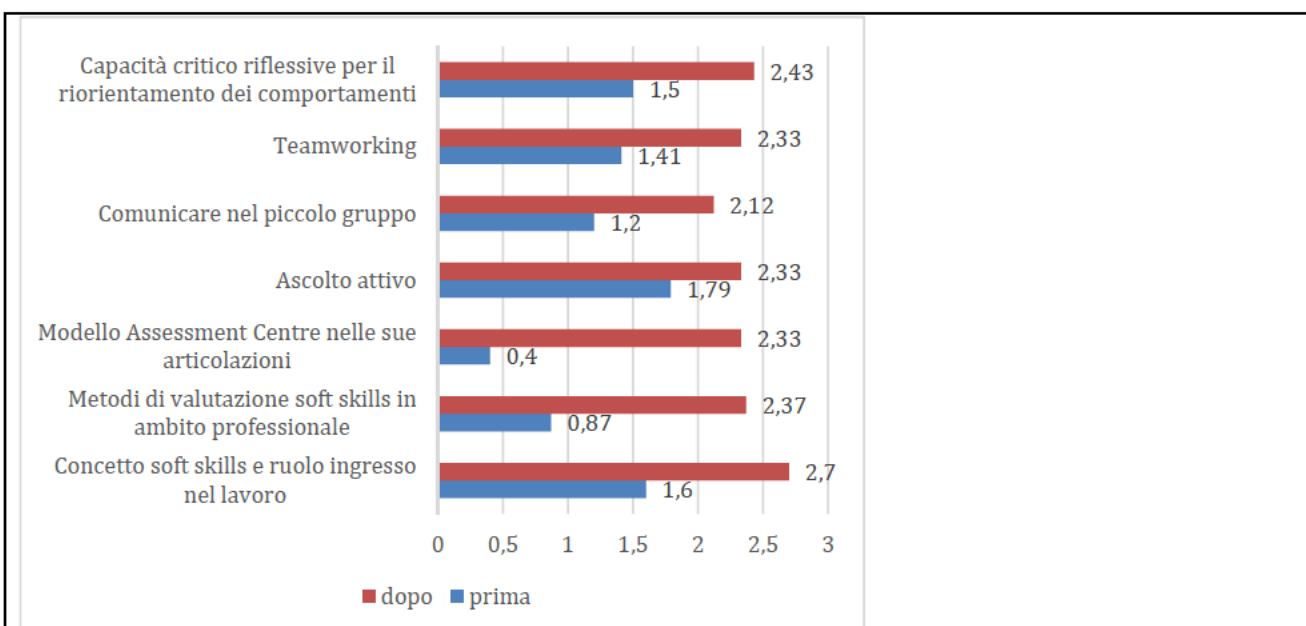
In via sperimentale è stato predisposto e sperimentato il questionario di autovalutazione delle competenze acquisite e consolidate per i seguenti Servizi:

- Laboratorio di ricerca attiva del lavoro
- CV Check
- CV Video
- Assessment Center
- Palestra di Intraprendenza (parziale)

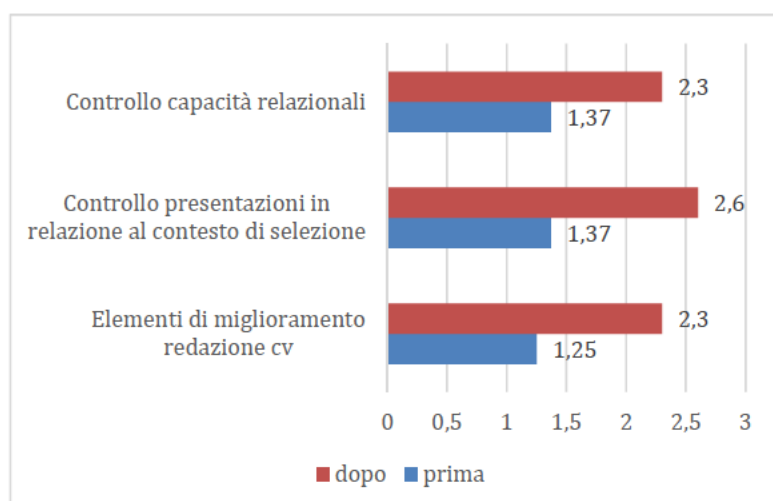
È stato chiesto agli intervistati di esprimere un giudizio relativo al livello di possesso di alcune conoscenze e capacità prima della partecipazione al servizio e dopo aver svolto l'attività. Il giudizio prevedeva una scala di valori da 0 a 3. Nelle tabelle seguenti è riportato il valore medio attribuito a ciascun item.

Per alcuni di questi servizi il numero di studenti a cui è stato possibile somministrare il questionario è ancora relativamente basso (24 per l'Assessment Center, 9 per il CV Check, solo 2 studenti per il CV Video; 15 per la Palestra di Intraprendenza).

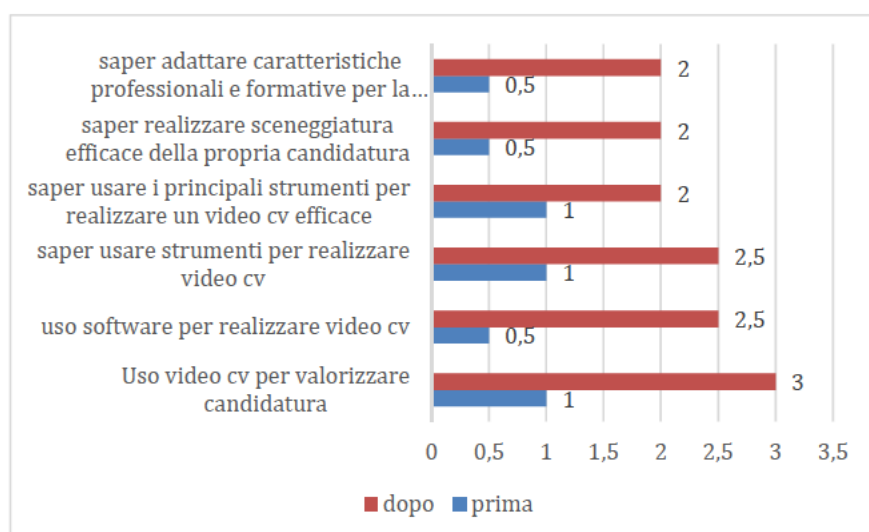
Si riportano alcuni grafici relativi ai risultati per i Servizi che fanno riferimento ai Service Point Centro e Verdiana.



Graf. 2 – Assessment Center

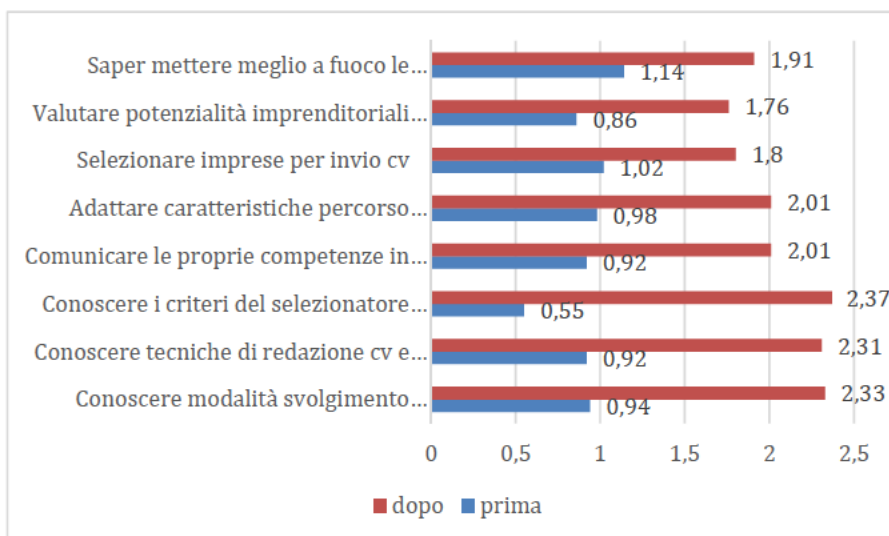


Graf. 3 – CV Check



Graf. 4 – CV Video

Per il Laboratorio di Ricerca Attiva del lavoro sono stati somministrati 92 questionari.



Graf.5. - Laboratorio di Ricerca Attiva del lavoro

Già da questi primi risultati si rileva che nella percezione degli studenti la partecipazione ai Servizi determina un significativo sviluppo delle competenze. Questo dato conferma la valenza formativa dei Servizi e nel contempo consente di ipotizzare un riconoscimento della partecipazione alle attività da quantificare in termini di CFU acquisiti. Infatti seppur in autovalutazione, si conferma che lo svolgimento delle attività determina l'apprendimento atteso, sia in termini di conoscenze acquisite che di skills maturate. Con il 2017 saranno messi a punto questionari per tutti i principali servizi.

Un ulteriore feedback sul gradimento e l'efficacia percepita in merito ai servizi è stato raccolto attraverso l'inserimento nel questionario 5 ANVUR compilato dai laureandi prima della discussione della tesi o della prova finale e somministrato da AlmaLaurea, delle seguenti domande, in linea con l'impostazione complessiva di tale questionario:

- È soddisfatto delle iniziative formative di orientamento al lavoro?
- È soddisfatto dei servizi dell'ufficio placement?
- È soddisfatto dei servizi di sostegno alla ricerca del lavoro?
- È soddisfatto dei servizi di orientamento allo studio post-lauream?

Grazie a questo inserimento è stato possibile rilevare quanti sono gli studenti che usufruiscono dei servizi. Si tratta di un primo passo verso l'auspicabile rilevazione della correlazione con l'occupazione a un anno dalla laurea, già richiamata nel precedente paragrafo. Inoltre l'Università di Firenze rappresenta l'unica Università che attualmente rileva in modo sistematico il livello di soddisfazione degli studenti rispetto ai servizi.

Box 4 – Soddisfazione rispetto all'uso dei servizi dei laureati a.a. 2014-2015

I dati raccolti e sinteticamente riportati nella Tabella 1 rivelano un quadro caratterizzato da una certa criticità: – i punteggi medi si attestano sotto il livello della piena sufficienza – che va tuttavia posizionato all'interno di una prospettiva complessa.

Tab.1

	Iniziative formative di inserimento al lavoro	Servizi dell'ufficio placement	Servizi sostegno alla ricerca di lavoro
Hanno usufruito dei servizi*	44,7	45,0	43,0
Punteggio medio**	5,79	5,92	5,61
Più sì che no	47,6	52,0	47,3
Decisamente sì	11,8	10,9	10,5
Decisamente no	17,0	15,3	19,0

* Percentuale calcolata su totale dei rispondenti all'indagine =5770

** (suff=7)

Il primo dato da rilevare è come solo una percentuale lievemente inferiore al 50% abbia saputo esprimere un giudizio in merito ai servizi considerati perché vi ha effettivamente preso parte. Il dato ci indica dunque, in prima battuta che, per quanto le attività svolte interessino un numero consistente di laureati il lavoro da fare per intercettare una fetta più larga di utenza resta ancora molto.

Il secondo aspetto da evidenziare riguarda l'articolazione dei giudizi espressi. Se consideriamo l'insieme della valutazioni **più positive che negative**, queste sfiorano, e in parte superano, il 50% dei giudizi espressi; ad abbassare il dato medio contribuiscono, tuttavia, le percentuali dei giudizi decisamente negativi. Dunque, apparentemente a una soddisfazione media e generalizzata si associa il giudizio particolarmente severo di una percentuale che oscilla tra il 15 e il 20%. Dalla possibilità di incrociare questo dato con le altre variabili raccolte nel corso dell'indagine renderebbe possibile raccogliere indicazioni utili per poter meglio connotare questa componente di forte insoddisfazione sulla quale sarebbe importante poter più efficacemente incidere.

Il terzo aspetto riguarda la diversa articolazione del dato sulle tre variabili considerate. La maggiore soddisfazione viene espressa in merito ai servizi di placement, e dunque ciò che più direttamente riguarda la responsabilità diretta dell'Ateneo in ambito di orientamento al lavoro mentre quando si passa a considerare i servizi che favoriscono l'incontro domanda offerta le valutazioni appaiono più critiche. In questa prospettiva potremmo ipotizzare che i giudizi risentono tanto della oggettiva difficoltà sperimentata dai laureati a trovare una propria collocazione all'interno del mercato del lavoro.

Infine, va ulteriormente sottolineato come i laureati dell'a.a. 2014-2015 abbiano con ogni probabilità usufruito dei servizi di placement attivati nel corso dell'a.a. 2013-2014 un momento in cui tanto sul piano quantitativo che qualitativo l'offerta dispiegata dalla Commissione Orientamento e Placement di Ateneo era largamente sottodimensionata rispetto a quanto realizzato nel corso degli anni successivi. A titolo indicativo può essere ad esempio ricordato come mentre il CD 2016 ha contato 2.214 iscritti e 158 aziende nell'edizione 2014 questi erano rispettivamente 1018 e 85; gli incontri con le imprese che nel 2014 sono stati 3 raggiungono quota 7 nel 2016 mentre il numero di studenti coinvolti passa da 66 a 334; le edizioni della palestra attivate passano da 2 a 7 mentre i soli Career Lab, servizio assente nel 2014 ha movimentato nel corso del 2016 un numero di aziende pari a 52 con la partecipazione di 646 studenti. Tutto ciò per dire come indicazioni utili per poter verificare l'impatto dei servizi attivati nel corso dell'ultimo anno non potranno venire che dalle successive rilevazioni che AlmaLaurea condurrà utilizzando queste domande del questionario. I dati ad oggi disponibili vanno, in questa logica, assunti come una sorta di momento zero rispetto al quale poter monitorare l'impatto quali/quantitativo dell'attività condotta.

Il feedback delle imprese

Un ulteriore tassello di questa azione orientata ad acquisire un feedback sul gradimento e l'efficacia percepita da parte delle imprese potrebbe passare, così come è stato da tempo proposto al Consorzio AlmaLaurea, attraverso l'introduzione di una serie di domande ad hoc da somministrare alle imprese che utilizzano in modo attivo la Piattaforma Almalaurea per l'acquisizione dei cv. Le dimensioni trattate potrebbero essere le seguenti:

- Quali sono i motivi per cui scarica i cv dalla Piattaforma Almalaurea?
- Orientativamente quanti dei colloqui svolti nell'ultimo anno con i laureati dell'Università di Firenze i cui cv sono stati scaricati attraverso la piattaforma Almalaurea hanno avuto come esito un inserimento lavorativo?
- In prevalenza di che tipo di inserimento si è trattato?

- Quando il contatto non ha portato ad un inserimento lavorativo quale è stata la motivazione prevalente ?
- Tra quelli che le verranno indicati qui di seguito, può dire quali sono i tre canali di reclutamento utilizzati in modo prevalente dalla sua azienda ?
- Come valuta le risorse umane reclutate tra i laureati presso l'Università di Firenze i cui cv sono stati scaricati attraverso la piattaforma Almalaurea ?

Attraverso questa indagine, che potrebbe essere gestita direttamente da AlmaLaurea ed essere quindi estesa alla totalità degli Atenei aderenti al Consorzio in modo tale da favorire un'analisi comparativa, o fare alternativamente l'oggetto di un'azione di ricerca gestita direttamente dai servizi di Placement dell'Ateneo (vedi infra), consentirebbe di acquisire elementi conoscitivi fondamentali ai fini della valutazione non solo dell'effettivo utilizzo che viene fatto dalle imprese dei cv scaricati ma anche dell'efficacia del Career Service nel favorire l'employability dei laureati.

Obiettivi di miglioramento relativamente all'Azione 2:

- 1) Consolidare le forme di autovalutazione da parte degli studenti e predisporre una reportistica sull'efficacia formativa percepita, da mettere a disposizione dei responsabili delle attività e ad altri soggetti a diverso titolo coinvolti nella gestione del Career Service al fine di promuovere quell'azione di revisione e valutazione utile per la riprogettazione dei servizi stessi.
- 2) Consolidare l'acquisizione dei dati da parte di AlmaLaurea (domande inserite nel questionario 5) e sollecitare la rilevazione anche tra i laureati (almeno a un anno) per verificare l'eventuale correlazione con i dati sull'occupazione.

2.3. Azione 3 – Indagine sincronica e longitudinale su l'intensità e le modalità di utilizzo dei servizi

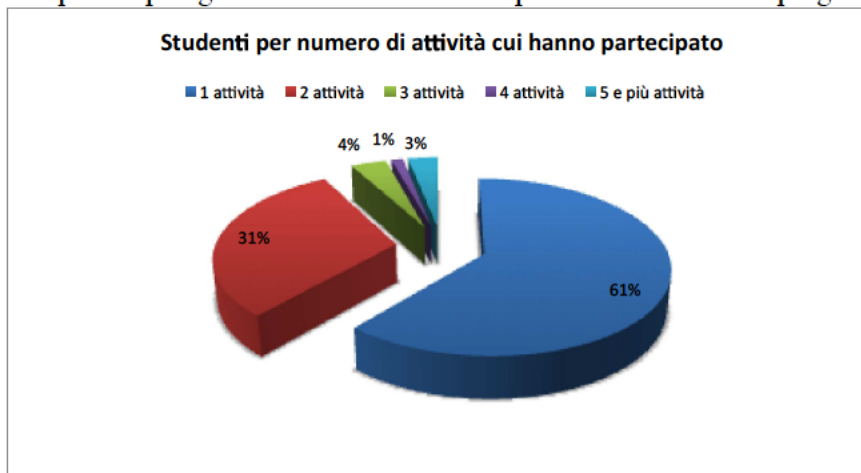
Il lavoro di rilevazione longitudinale parte sempre dall'ipotesi che, poiché quello erogato è un servizio di accompagnamento con finalità volte all'accrescimento dell'*employability*, la valutazione dell'efficacia non possa ridursi alla sola verifica della condizione occupazionale. L'aspetto che, valorizzando i dati di gestione disponibili, si è cercato di esplorare è quello relativo alla capacità di sviluppare, grazie ad un contatto con i servizi di placement una capacità strategica di utilizzare i servizi stessi, tanto da parte dell'utenza studentesca che da parte delle imprese. Per studenti e laureati si è trattato di far emergere profili diversi caratterizzati sulla base delle differenti modalità di utilizzo dei servizi stessi. Questi possono essere individuati in:

- *occasionale* (ha partecipato ad un solo evento);
- *assiduo intra-servizio* (ha partecipato ad almeno due eventi organizzati nell'ambito di uno stesso servizio);
- *assiduo intra-servizio* (ha partecipato ad almeno due eventi organizzati nell'ambito di servizi diversi);
- *demotivato* (non ha partecipato a nessuno -o alla maggior parte- degli eventi cui si era iscritto).

L'analisi dei dati fino ad ora a nostra disposizione ha consentito di acquisire un quadro informativo di carattere preliminare che contiene alcune indicazioni utili per il riesame e che vengono sinteticamente proposte nel BOX 5

BOX 5 – Percorsi di utilizzo dei servizi di placement da parte di studenti e laureati.

Oltre la metà (53%) ha preso parte ad almeno uno dei 79 Career Lab attivati nel periodo considerato, e il 21% al Career Day mentre il restante 46% si distribuisce tra gli altri servizi. La percentuale di utenti fidelizzati, che hanno cioè partecipato a più di un'attività resta ancora limitata (38,6%) e ancora inferiore è il numero di coloro che hanno partecipato ad attività differenti. E' un dato questo che rende al momento difficile procedere all'identificazione di quella tipologia diversificata di utenza ipotizzata nella fase di progettazione.



Ciò nonostante è possibile pur nella limitatezza del dato evidenziare come quando la partecipazione riguarda un evento isolato si tratti con maggiore frequenza del Career Day mentre qualora si tratti di un utente di più servizi questi riguardano più le attività legate all'imprenditività e alla formazione che quelle di matching tra domanda e offerta. Riguardo alla caratterizzazione degli utenti per Scuola di appartenenza emerge una netta prevalenza dei laureati/studenti della Scuola di Economia e Management seguiti da quelli di Studi Umanistici e della formazione (14%) e Ingegneria (13%) mentre Psicologie e Agraria sono le scuole che vantano il numero minore di partecipanti. Se andiamo a vedere fatto 100 il numero di rappresentanti di ogni scuola come questi si distribuiscono tra le varie tipologie di servizio, emergono due aspetti di notevole interesse. Il primo è che mentre i laureati che si sentono più "appetibili" sul mercato (ingegneria, economia, giurisprudenza) tendono a frequentare in misura minore i servizi con uno spiccato carattere formativo (Semol, CV-Check e Laboratorio di ricerca attiva) e più quelli che mettono direttamente in contatto con le imprese; dall'altro lato i laureati che provengono da Scuole prive di un chiaro mercato di riferimento, puntano più sulla prima tipologia di servizi. Chi, invece, ha frequentato i corsi della Scuola di Psicologia o Architettura che hanno, dunque, un percorso orientato alla libera professione ma dai contorni meno definiti e prescrittivi rispetto all'avvocatura, guarda con un relativo, maggiore interesse all'offerta di servizi rivolti alla promozione dell'imprenditività. Si tratta di un primo riscontro che conferma l'opportunità di fornire servizi di accompagnamento differenziati al mercato del lavoro e che non può prescindere da una riflessione, supportata anche da azioni di ricerca, in merito alle aspettative occupazionali che caratterizzano l'offerta formativa di ogni singola Scuola.

Per quanto riguarda il mondo delle imprese, il confronto tra gli archivi relativi tanto a quelle che hanno partecipato ai servizi attivati nell'ambito del Career Service che a quelle iscritte alla Piattaforma Almalaurea⁴ ha consentito di individuare comportamenti diversi messi in atto delle imprese. Questi riguardano principalmente tre dimensioni: l'intensità di utilizzo dei servizi di

⁴ Si tratta di un confronto reso complesso a causa della parziale disomogeneità delle informazioni presenti: ad esempio le imprese sono state registrate di volta in volta con denominazioni diverse, aspetto questo che ha reso necessario un controllo accurato di una grossa mole di informazioni e una successiva ricodifica dei dati.

placement attivati; la durata del rapporto con i servizi; le strategie di reclutamento adottate e ricavabili da un'analisi testuale delle vacancies.

BOX 6 Le strategie di utilizzo dei servizi da parte delle imprese.

Intensità di utilizzo dei servizi - E' stato possibile distinguere un nucleo di imprese che limitano la loro partecipazione ai servizi all'utilizzo della piattaforma Almalaurea si tratta di 576 sul totale delle 649 che hanno pubblicato annunci sulla vetrina di incontro domanda/offerta. Dovendone tratteggiare sommariamente le caratteristiche possiamo dire che si contraddistinguono rispetto a quelle più attive sulla base di alcuni aspetti: la natura (sono sovra rappresentati gli enti, pubblici e non; gli studi professionali; le grandi imprese di servizi); l'ambito territoriale (sono sovra rappresentate le imprese che hanno sede al di fuori del contesto regionale); la dimensione (sono sovra rappresentate le piccole imprese con meno di dieci addetti); e, soprattutto si tratta con maggiore frequenza di soggetti che offrono opportunità di stage/tirocinio post laurea o posizioni e contratti non meglio identificati (manca la voce o è presente la generica dizione "altro"). Le restanti 73 imprese che non si limitano al solo utilizzo della piattaforma, confluiscono, assieme alle altre che pur avendo usufruito dei servizi di Placement non sono iscritte al servizio gestito da Almalaurea, all'interno del gruppo delle 245 imprese. Sulla base di quanto detto è stato possibile individuare quattro differenti profili:

1 - le *imprese in vetrina*: quelle che si sono limitate all'iscrizione alla piattaforma Almalaurea che consente di pubblicare offerte (di lavoro e di stage) e di scaricare i CV dei laureati.

2 - le *imprese occasionali* (79,7%)⁵, vale a dire quelle realtà che hanno partecipato ad un solo evento ed in particolare 36,5% al Career Day 2015; il 31% al Carrer Day 2016 e il 32,5% ad almeno un Carrer Lab.

3 - le *imprese fidelizzate*: quelle che hanno partecipato ad almeno due attività diverse (i due Carrer Day 2015 e 2016 o un Carrer Day e un Carrer Lab; Le *imprese fidelizzate* (17,9%) che hanno partecipato ad almeno due iniziative: (80% ad entrambi i Carrer Day e 20% a uno dei due Carrer Day e a un Career Lab);

4 - le *imprese partners* (2,4%) che hanno partecipato a tutti gli eventi e che, nella totalità dei casi sono anche iscritte alla Piattaforma Almalaurea. Per quanto numericamente limitato questo nucleo presenta caratteristiche qualitative peculiari: riunisce imprese di grandi dimensioni che operano, e spesso nascono, sul territorio toscano per quanto in settori anche differenziati (farmaceutico, sistemi informativi, servizi alla persona; commercio).

Durata del rapporto - Per quanto riguarda la durata del rapporto, prendendo in considerazione i soli dati relativi alle imprese che hanno partecipato alle edizioni del Carrer Day che vanno dal 2012 al 2016 è possibile individuare in che misura ci sia stato un ricambio ovvero quanto il servizio tenda a rivolgersi a gruppi di imprese fidelizzati. In prima battuta è necessario sottolineare come il numero delle imprese sia cresciuto passando dalle 89 del 2012 alle 117 del 2016 con un incremento del 31%. Nel confronto tra le due edizioni emerge, anche, una riduzione degli studi professionali a vantaggio delle aziende che si accompagna ad una maggiore differenziazione dei settori in cui operano le imprese. In generale si nota come nel passaggio da un'edizione all'altra esista un nucleo che oscilla tra il 30 e il 45% di aziende che si ripresenta all'edizione successiva. Questa percentuale è salita nell'ultimo anno vedendo ben il 57% delle realtà che avevano partecipato al Career Day del 2015 ripresentarsi anche a quello del 2016 mostrando un evidente gradimento del servizio sperimentato. In buona parte si tratta di imprese che erano presenti anche all'edizione del 2014, o che addirittura vantano un rapporto più o meno stabile che data dal 2012. A questo proposito può essere utile sottolineare come, a fronte di imprese che ritroviamo costantemente tra i partecipanti a tutte le edizioni e quelle che vantano presenze puntuali, esistono realtà che orbitano attorno al servizio ripresentandosi saltuariamente dopo periodi più o meno prolungati di latenza forse motivata dall'assenza di vacancies.

Strategie di recruitment adottate dalle imprese - Guardando all'indicazione dell'area didattica consigliata e alla definizione del profilo professionale richiesto dalle imprese che pubblicano sulla vetrina e che partecipano ai Career Day, si riscontrano all'interno del corpus testuale considerato, delle fortissime differenze. Queste riguardano, in prima battuta, la presenza/assenza dell'informazione ma anche il livello di dettaglio fornito riguardo a ciò che si sta cercando. In particolare, una prima distinzione può essere operata tra le imprese che disegnano la vacancies a partire dall'area disciplinare, trascurando la definizione del profilo, e, viceversa,

⁵ Le percentuali sono in questo caso calcolate su un totale composto da 245 imprese.

quelle che entrano magari in modo dettagliato nella descrizione di ciò che cercano senza far menzione dell'area didattica consigliata. Volendo sistematizzare quanto emerso dall'analisi del testo in merito a queste due dimensioni, è possibile individuare quattro strategie tipiche:

1- *strategia selettiva*, nell'ambito della quale troviamo quegli annunci, che interessano prevalentemente il settore tecnico ingegneristico ma che si ritrovano anche nell'ambito giuridico e più ampiamente libero-professionale, che evidenziano una relazione diretta tra un determinato percorso, di studi che solo consente di acquisire le competenze utili, e uno specifico ambito professionale considerato di elezione.

2 - *strategia esclusiva* relativa a tutti quegli annunci che pur in presenza di un profilo lavorativo generico manifestano interesse per uno specifico ambito disciplinare o, addirittura, per un singolo corso di Laurea. Tipico in proposito il caso di alcuni annunci rivolti a laureati in ambito economico. In questo caso si ha l'impressione di trovarsi di fronte ad una preferenza nei confronti non tanto della competenze tecniche ma di quelle trasversali che si reputa possano essere favorite dall'aver svolto un determinato percorso curriculare. Ugualmente le imprese possono essere portate a riconoscere il *brand* che si porta dietro un certo tipo di Scuola.

3 - *strategia inclusiva*, nell'ambito della quale si passa considerare quegli annunci che ricomprendono una più ampia offerta formativa pur in presenza di un profilo professionale specifico. In questo caso si può andare da annunci che prevedono un numero selezionato di provenienze didattiche, come ad esempio laureati presso le scuole di Economia e Ingegneria chiamati a ricoprire mansioni gestionali, ad annunci che arrivano a interessare tutta, o una larghissima fetta dell'offerta formativa dell'Ateneo, da impiegare nello svolgimento di attività estremamente semplici o rispetto alle quali assume maggior valore il training in azienda rispetto alle competenze curriculari acquisite.

4 - *strategia aperta* che ricomprende annunci rivolti genericamente a laureati da impiegare nello svolgimento di mansioni non meglio specificate. Da rilevare come, in questo specifico caso, si possano ritrovare tanto imprese che operano in settori low che high skill. In questo secondo caso si tratta spesso di imprese dotate di strutture interne di selezione delle risorse umane probabilmente interessate ad utilizzare il Career Day come strategia volta ad operare un pre-screening delle risorse umane.

Tener presente questa tipologia, approfondirne la validità attraverso ulteriori verifiche empiriche, può aiutare nel predisporre strategie di organizzazione dei servizi di Placement più efficaci tanto per le imprese che per i laureati. Per essere certi che i diversi livelli di dettaglio con cui sono definiti i profili e individuate le aree disciplinari di afferenza dei laureati, possono non essere casuali ma riconducibili a specifiche strategie di *recruitment* è tuttavia necessario che, in prima istanza, le imprese siano guidate dagli stessi soggetti che presiedono al Career service siano adeguatamente sensibilizzate e accompagnate alla compilazione delle *vacancies*.

Il fine che si può raggiungere, attraverso ulteriori indagini a carattere qualitativo, è quello di ricostruire le transizioni verso e sul mercato del lavoro (ma anche attraverso periodi di inattività e disoccupazione); comprenderne la logica, le variabili in gioco con particolare riferimento agli elementi che hanno favorito il *matching* ed eventuali percorsi di *upgrading*. A questo proposito potrebbe essere utile procedere all'individuazione nominativa di gruppi di studenti selezionati all'interno dei diversi profili da coinvolgere in un percorso di monitoraggio longitudinale da realizzarsi attraverso la somministrazione, tramite intervista telefonica, di questionari atti a far emergere le seguenti dimensioni:

- condizione socio-anagrafica e familiare;
- status occupazionale;
- percezione dell'utilità delle attività svolte nell'ambito del Career Service;
- (per gli occupati) condizioni di lavoro, percezione delle competenze possedute e richieste, livelli di soddisfazione e aspettative di carriera;
- (per i non occupati) modalità adottate nella ricerca di lavoro; aspettative professionali; percezione delle competenze possedute e di quelle richieste.

In alternativa allo svolgimento di indagini ad *hoc* potrebbe essere verificata la disponibilità da parte del Consorzio AlmaLaurea di eseguire specifiche analisi del dataset dell'indagine sulle condizioni occupazionali dei laureati opportunamente integrate con le domande di cui al BOX 4.

Per quanto riguarda le imprese l'obiettivo di ulteriori indagini di approfondimento potrebbe essere quello di costruire un panel di imprese che abbiano instaurato un rapporto con il Career Service dell'Università da coinvolgere in un'indagine telefonica con questionario con lo scopo di raccogliere le seguenti informazioni: quante imprese a seguito dell'attività hanno assunto studenti e/o laureati che hanno partecipato; tipologia delle imprese che hanno assunto e profili assunti; pertinenza del reclutamento attraverso servizi di placement erogati dall'Ateneo rispetto ad altre forme di reclutamento; aspettative nei confronti degli studenti reclutati (know how, competenze trasversali, trasferimento conoscenze, innovatività, adattabilità....); indicatori di impatto sociale. In alternativa, l'obiettivo conoscitivo che ci si propone con questa ulteriore azione potrebbe essere utilmente acquisto attraverso una collaborazione con AmaLaurea che potrebbe procedere alla somministrazione di domande relative al gradimento del servizio e agli esiti dati dall'utilizzo della piattaforma per scaricare CV e pubblicare opportunità di lavoro (vedi sopra Azione 2). L'individuazione di diversi profili di utilizzo dei servizi tanto da parte delle imprese che dei laureati/studenti sulla base di quanto sperimentato nel corso di questa Azione, potrebbe indurre ad operare un riesame dell'offerta di servizi e ad una loro successiva customerizzazione in base alle specificità dell'utenza. Ad esempio, le imprese partners e fidelizzate potrebbero essere, come in parte sta già accadendo, coinvolte direttamente nel lavoro di progettazione e sperimentazione dei servizi anche attraverso una *tailorizzazione* degli stessi; nei confronti delle imprese che gravitano nell'orbita del Career Service ma senza avere un rapporto stabile potrebbe essere necessario fare un lavoro orientato all'individuazione del fabbisogno formativo e alla crescita della domanda nei confronti dei servizi; verso le imprese che al momento sono solo marginalmente coinvolte dalle attività di placement sarebbe, invece, necessario sviluppare una più incisiva campagna informativa relativamente ai servizi offerti. L'obiettivo finale dovrebbe essere infatti quella di portare il maggior numero di imprese a transitare dall'area della marginalità a quella che gravita più attivamente intorno ai servizi e da questa a quella che riunisce il nucleo delle imprese partners e fidelizzate. Ulteriori sviluppi potrebbero riguardare le strategie di comunicazione dei servizi stessi. L'individuazione attraverso quanto sperimentato nel corso dell'Azione 3 di nuclei di utenza fidelizzata, sia dal lato delle imprese che dei laureati, potrebbe favorire l'utilizzo di testimonial capaci di diffondere le informazioni anche ai soggetti non ancora coinvolti nelle attività di placement (allargamento dell'utenza) così come a motivare alla partecipazione più attiva ed assidua l'utenza attualmente presente.

Obiettivi di miglioramento relativamente all'Azione 3:

- 1) Prevedere anche per le imprese una reportistica trimestrale che evidenzia i contatti e la partecipazione ai servizi.
- 2) Prevedere il controllo delle modalità di compilazione delle vacancies da parte delle imprese al fine di poter intervenire attraverso azioni adeguate di sensibilizzazione alla corretta e completa compilazione.

3. Aree di riflessione per lo sviluppo dei Servizi

I dati raccolti nel corso di primo anno di funzionamento dei servizi, consentono una prima messa a fuoco riguardo alle caratteristiche dell'utenza e alle modalità di utilizzo dei servizi.

Il quadro delineato nei precedenti paragrafi rende conto dell'impostazione del monitoraggio e di una prima serie di evidenze raccolte. Questa prima fase ha consentito di testare e definire gli strumenti di raccolta e di elaborazione dati. Ha rafforzato il controllo dei processi sulla base di evidenze e ha

contribuito a fare emergere l'esigenza di disporre costantemente di report di valutazione nella fase di riprogrammazione delle attività, anche routinarie.

Si è delineata nel corso di questa fase anche la necessità di definire ulteriori indicatori di valutazione, che vadano al di là della misurazione dell'efficacia ed efficienza dei servizi, e che siano coerenti con la forte impostazione formativa delle diverse attività.

Per la prima volta è stata realizzato un Report di frequenza e fruizione dei servizi da parte degli studenti e inviato dall'*Ufficio Supporto alle iniziative di Orientamento in ingresso, in itinere e Job Placement* ai Presidenti delle Scuole in occasione della predisposizione della relazione della Commissione Paritetica. Ulteriori passaggi di dati e informazioni potranno essere considerati anche a seguito dell'applicazione delle nuove procedure AVA di accreditamento periodico a partire dal 1 gennaio 2017⁶, con particolare riferimento a quanto previsto rispetto nel Punto di attenzione "R1.C.2 – Strutture e servizi di supporto agli studenti".

In accordo con il Presidio, potranno essere valutati i flussi informativi e la reportistica utile ad offrire sistematicamente ai diversi soggetti interessati (Presidenti delle Scuole, Presidenti di CdS, Presidenti commissioni paritetiche e referenti dei Gruppi di Riesame) dati e informazioni utilizzabili per la revisione periodica dei CdS, considerato che i servizi di Orientamento in uscita e Placement di Ateneo costituiscono parte integrante della SUA dei diversi CdS (Quadro B5 Scheda SUA) e contribuiscono alle evidenze per rispondere ai requisiti previsti dal Punto di attenzione R3.B.1 – Orientamento (in particolare per quanto attiene ai servizi di orientamento in uscita e le iniziative di accompagnamento al lavoro) e dal Punto di attenzione R3.D.2 – Coinvolgimento degli interlocutori esterni e accompagnamento al lavoro (con riferimento alla responsabilità del CdS di accrescere le opportunità lavorative dei propri laureati, creando, ad esempio, occasioni di nuovi tirocini, contratti di apprendistato, stage o altre iniziative di accompagnamento al lavoro).

Occorre anche considerare che le attività di supporto al placement dei laureati rientrano a pieno titolo tra le attività di Terza Missione e gli Uffici preposti a tale attività sono considerati tra le strutture di intermediazione dell'università con il territorio. All'interno del sistema AVA⁷ viene valutata l'intensità con cui l'Ateneo supporta i laureati nella ricerca di lavoro e offre ai soggetti esterni servizi informativi utili all'identificazione di profili professionali richiesti. L'attività si riferisce esclusivamente al placement dei laureati che non derivi da obblighi curricolari dei corsi di studi (ad es. stage, tirocinio) ma costituisca attività volontaria dell'ateneo. I dati raccolti e le procedure di reportistica che potranno essere stabilite con carattere di sistematicità, dovrebbero poter offrire elementi utili di controllo rispetto agli indicatori previsti dal modello AVA. Dall'analisi dei dati potrebbero emergere anche ulteriori indicatori di impatto che consentano di valutare la ricaduta complessiva dei servizi rispetto agli obiettivi di Terza Missione di Ateneo.

Rispetto al procedere dell'azione di monitoraggio e alla possibilità che questa fornisca elementi di rilievo ai fini della "valutazione", intesa però come espressione di un giudizio sugli stessi Career Service, occorre precisare che, al di là di quanto previsto dal sistema di valutazione nazionale, al momento non è possibile fare riferimento a criteri e benchmark o standard riconosciuti a livello europeo o nazionale. La modalità di espressione di un "giudizio" in chiave comparativa è di fatto un potenziale risultato legato ad altre azioni di ricerca attualmente in corso (assegnisti).

⁶ È stata presa a riferimento la versione provvisoria delle Linee guida dell'Accreditamento periodico nell'ambito del sistema AVA (Autovalutazione, Valutazione periodica, Accreditamento) insieme alla nuova formulazione dei Requisiti di Assicurazione della Qualità.

⁷ Cfr. La valutazione della terza missione nelle università italiane. Manuale per la valutazione 13 Febbraio 2015.

Sicuramente il monitoraggio potrà offrire elementi per un *benchlearning* interno che non includa necessariamente la ricerca di organizzazioni con cui confrontare le performance e l'uso di indicatori per comparazione diretta, sottolineando più la dimensione di apprendimento che di comparazione, in un processo attivo e continuo che coinvolga tutte le aree e le persone dell'organizzazione (organizzazione che apprende). Potrà offrire però anche elementi per avviare un *benchlearning* con altre università, per apprendere dall'analisi dei punti di forza e delle aree di eccellenza di altre organizzazioni (buone pratiche), al fine di valutarne l'adattamento e la trasferibilità. Il monitoraggio in tal senso, può aiutare a rendere sistematica la misurazione dei processi e favorire il confronto con quelli di altre organizzazioni ed ottenere informazioni utili per intraprendere azioni volte a migliorare le performance dei servizi nell'Ateneo fiorentino. Congiuntamente alle azioni di ricerca avviate, finalità del monitoraggio è, dunque, consentire al sistema organizzativo dei Career Service, a tutti i livelli, di disporre di una serie di elementi (dati, procedure, strumenti, indicatori, criteri) per mettere a sistema un processo di autovalutazione che deve avere carattere di continuità per supportare i cambiamenti necessari, funzionali al consolidamento di una struttura organizzativa basata sull'apprendimento.

7. Comunicazione e dati di Ateneo

Al fine di raggiungere risultati efficaci, il Placement d'Ateneo mira a investire nell'attività comunicativa attraverso l'utilizzo di una serie di strumenti e procedure che permettano di raggiungere la molteplicità di soggetti esterni ma anche interni. Con questo intento, a partire dai primi mesi del 2017, verrà rafforzata l'attività comunicativa seguendo procedure e standard operativi omogenei in grado di garantire una comunicazione coerente e costante. L'intento è far emergere una chiara

immagine identificativa riconducibile al Job Placement d'Ateneo nel suo complesso e che ne permetta una diffusione delle attività e delle iniziative svolte. In collaborazione con l'Ateneo, con il Rettore alla Comunicazione e con l'Ufficio Progettazione Comunicazione, si auspica di poter arrivare a portare a buon fine il processo. In particolare, l'azione si riferirà a quattro campi:

- Creazione di cartellonistica e depliant con identità visiva per il supporto trasversale a tutte le attività
- Realizzazione sito web Placement e creazione pulsante apposito su Home Page per promuovere la semplificazione della diffusione delle informazioni sia verso gli studenti/laureati sia verso Enti, Studi professionali e aziende
- Realizzazione Video Tutorial in collaborazione con SIAF per potenziare l'attività comunicativa in modo veloce e interattivo
- Realizzazione Progetto Comunicazione con Communication Strategies Lab a supporto dell'attività di comunicazione

Queste azioni verranno integrate con il progetto di utilizzazione della piattaforma Moodle. Infine, verrà potenziato l'uso dei Social network per una quotidiana promozione degli eventi organizzati e per la diffusione di approfondimenti relativi al mercato del lavoro.

7.1 Progetto comunicazione strategica Communication Strategies Lab

Nell'anno 2016 l'Università di Firenze ha attivato un progetto di valorizzazione del Job Placement orientato all'individuazione dei punti di forza e delle migliori pratiche. Il Progetto riguarda lo studio della comunicazione innovativa del Career Service di Ateneo in accordo con il Communication Strategies Lab (CSL) dell'Università degli Studi di Firenze. A tal fine sono stati pianificati per l'anno 2017 una serie di incontri con alcuni protagonisti delle iniziative di Job Placement. Gli incontri, curati dai ricercatori del CSL, seguiranno il format di brevi lezioni-intervista ovvero occasioni di scambio di informazioni e di racconto delle esperienze. L'obiettivo è quello di animare una promozione dei risultati raggiunti dai servizi di Job Placement coinvolgendo un gruppo di "testimonial" a cui l'Università intende dare voce.

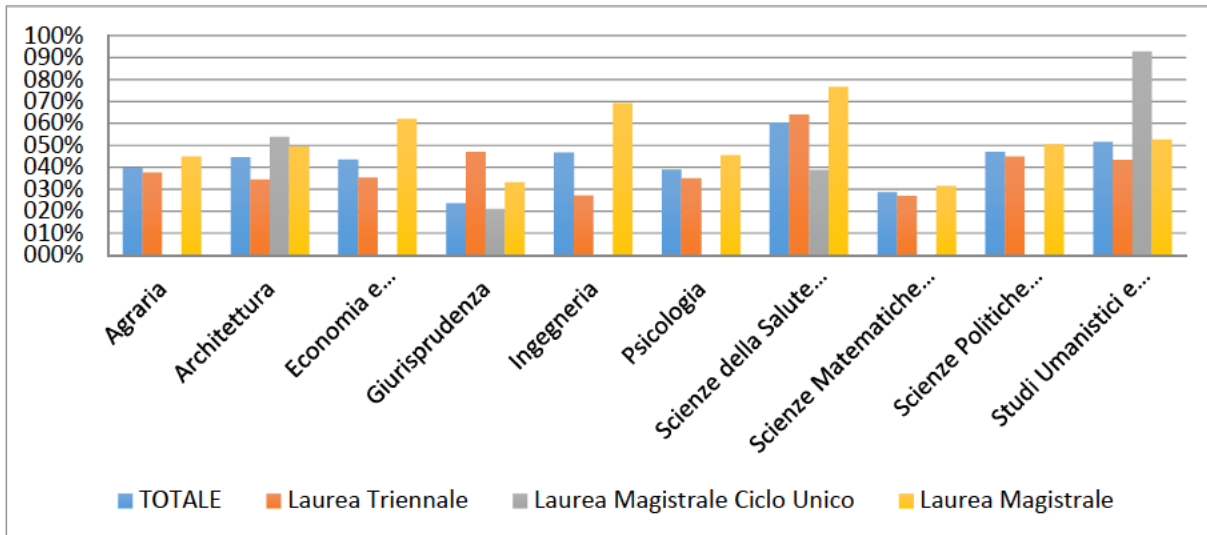
7.2 L'indagine Almalaurea sulla condizione occupazionale dei laureati

AlmaLaurea rappresenta un Consorzio interuniversitario cui aderiscono 73 Atenei italiani incluso l'Ateneo di Firenze. Esso mira ad approfondire e migliorare la conoscenza in merito al sistema formativo di terzo livello anche con l'obiettivo di offrire alle Università uno strumento efficace e tempestivo di analisi e valutazione degli esiti della propria programmazione didattica. A tal fine, di particolare rilievo risulta essere l'indagine annuale sulla condizione occupazionale dei laureati. Essa riporta una fotografia dettagliata della situazione occupazionale ad un anno, a tre anni e a cinque anni dal conseguimento del titolo. Rimandando ad altre sedi per una analisi approfondita sui dati rilevati dall'indagine, di seguito vengono presentati i principali elementi in essa contenuti.

Le esperienze delle singole Scuole ad un anno dalla laurea

Dal sondaggio relativo all'Università di Firenze emerge che ad un anno dalla conclusione degli studi, il maggior numero degli intervistati laureati (di primo livello, magistrali e a ciclo unico) che ha trovato lavoro appartiene alla Scuola di Scienze della Salute Umana (60,20%), alla Scuola degli Studi Umanistici e della Formazione (51,70%) e alla Scuola di Ingegneria (46,80%).

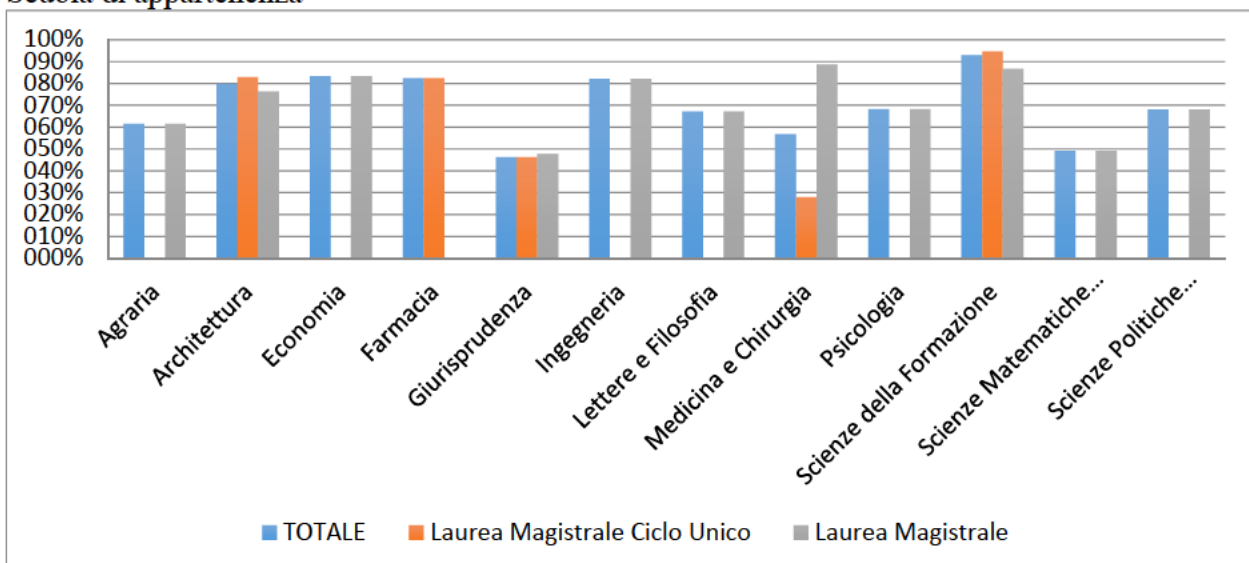
Fig. 1 Condizione occupazionale dei laureati dell'Università di Firenze a un anno dalla Laurea per Scuola di appartenenza



Le esperienze delle singole Scuole a tre anni dalla laurea

A tre anni dalla conclusione del corso di studi lo scenario cambia lievemente. Infatti, il maggior numero degli intervistati laureati (di primo livello, magistrali e a ciclo unico) che ha trovato lavoro appartiene alla scuola di Scienze della Formazione (93%), Economia (83,5%) e Farmacia (82,5%).

Fig.2 Condizione occupazionale dei laureati dell'Università di Firenze a tre anni dalla Laurea per Scuola di appartenenza

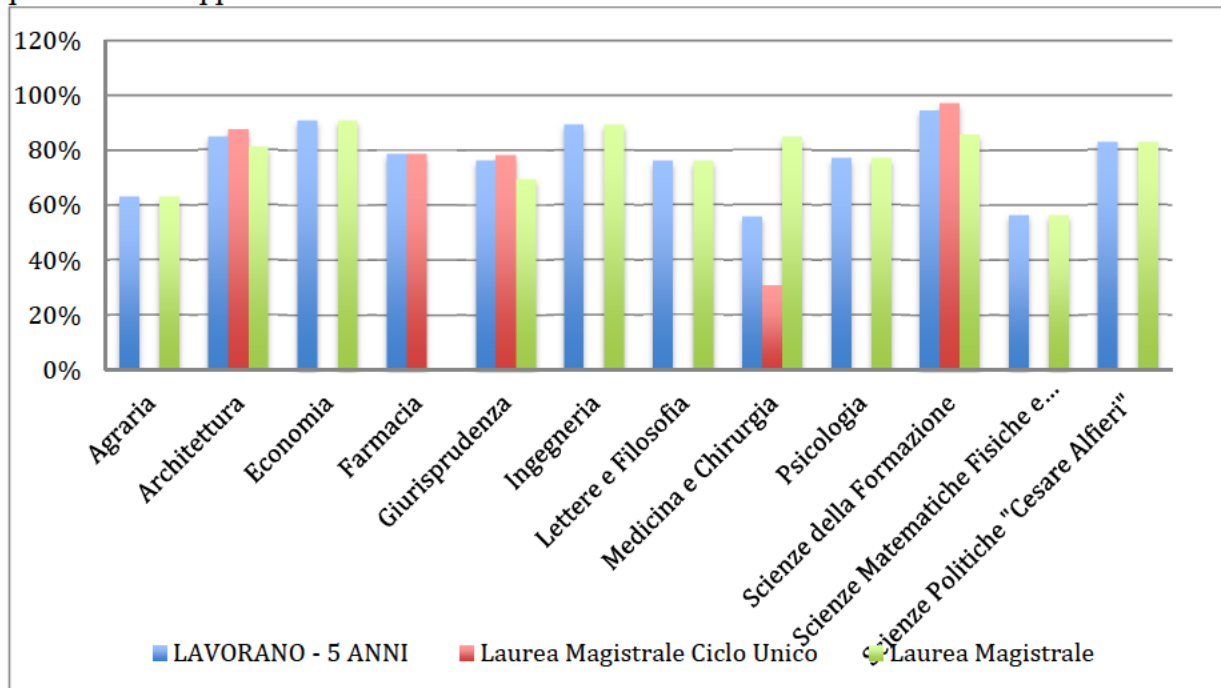


Le esperienze delle singole Scuole a cinque anni dalla laurea

A cinque anni dal conseguimento del titolo il quadro non sembra variare. Infatti, nella totalità dei dati si registra uniformità rispetto i risultati dell'indagine sui laureati ad uno e tre anni dal termine del ciclo di studi. Si riconfermano più fortunati nel trovare un'occupazione i laureati della scuola di Scienze della Formazione (94,6%), a seguire i laureati della Scuola di Economia (90,9%) e Ingegneria (82,1%).

Fig. 3 Condizione occupazionale dei laureati dell'Università di Firenze a cinque anni dalla Laurea

per Scuola di appartenenza



Nel complesso l'Ateneo fiorentino vanta un tasso di occupazione ad un anno dal titolo di studio pari a 46,10%, a tre anni pari a 69,30% e a cinque anni pari al 77,60%. Il corso del tempo determina, quindi, una maggiore stabilità lavorativa.

8. Prospettive future

Anziché scrivere alcune righe di conclusioni, si preferisce lasciare all'attenzione dei lettori alcune prospettive future per il Servizio di Placement dell'Ateneo di Firenze di cui il Career Service rappresenta il cuore operativo. Solo alcuni punti sui quali concentrare le energie per il futuro.

- ✓ Per il 2017 il piano di lavoro prevede di mantenere l'operatività su tutti i servizi attivati nel 2016, pur in presenza di una consistente contrazione delle risorse di tutor e borsisti, con l'intento di avviare i Servizi ad una sostenibilità futura. La gestione operativa dovrebbe, passo dopo passo, essere traghettata all'Ufficio centrale di Orientamento e Placement, in presenza di una sinergia stretta con le funzioni territoriali e locali delle Scuole/Service Point.
- ✓ Le iniziative di comunicazione, diffusione, informazione dei servizi andranno implementate grazie al supporto operativo e strategico dell'Ufficio Comunicazione di Ateneo. Sappiamo che senza la diffusione della conoscenza del ruolo e delle funzioni dei Servizi a tutti gli attori istituzionali, come anche agli studenti, ai docenti, ai professori e ai ricercatori non potremo raggiungere i risultati di un innalzamento dei livelli di Placement dei nostri Laureati.
- ✓ Il terzo spunto operativo riguarda la relazione con il mondo delle imprese e del lavoro. Proprio la relazione con il territorio metropolitano, locale e regionale, deve metterci in grado di dialogare e ascoltare il lavoro per rendere sinergiche le nostre azioni con le esigenze di un contesto disallineato rispetto alle competenze in uscita dei nostri laureati. La ricchezza umana e il potenziale formativo dei laureati dell'Ateneo sono talmente ingenti da richiedere uno sforzo congiunto di collaborazione come anche di interpretazione dei bisogni di aziende e territorio.
- ✓ L'ultimo, ma non per ultimo, è l'impegno sulle strategie di costruzione di percorsi di imprenditorialità e imprenditorialità attraverso l'innovazione formativa per la costruzione di una cultura d'impresa personale e sociale. Le nuove frontiere della fabbrica 4.0 devono riflessivamente guidare anche i servizi di Career Service per sforzarci di adempiere più e meglio alla prospettiva di formazione, accompagnamento e inserimento al lavoro dei nostri studenti e laureati per fornire loro le competenze che potranno essere punto di riferimento nelle molteplici transizioni professionali lungo l'arco della vita giovanile e adulta.