

Orientamento in Entrata Dipartimento di Scienze della Comunicazione Piano Strategico

**Gruppo di lavoro: Rossella Di Federico (coordinatrice), Romina Eramo, Cecilia Paolini,
Danilo Boffa, Antonio Prencipe**

Attività di Orientamento di Ateneo

a.a. 2022/2023

- OPEN-DAY Istituto Omnicomprensivo di Alanno “Cuppari” (22 novembre)
- OPEN DAY (gennaio 2023)
- WINTER SCHOOL (febbraio-marzo 2023) – lezioni/laboratorio
- PRESENTAZIONI dell’offerta formativa presso le scuole (marzo-maggio 2023)
- WEBINAR GENERALE di Ateneo (?)
- SUMMER SCHOOL (luglio 2023)
- LATE SUMMER SCHOOL/OPEN HOUSE (settembre 2023)
- PARTECIPAZIONE A FIERE, SALONI DELLO STUDENTE (gennaio-ottobre 2023)
- SPORTELLO di ORIENTAMENTO ON-LINE
- PROGETTO PNRR “Orientamento attivo nella transizione scuola-università” (progetto quadriennale)

Attività di Orientamento di Dipartimento

- PCTO (annuali, biennali e triennali) e altre attività
- INCONTRI a tema con le classi quarte e quinte (in sede o presso le scuole)
- CONVENZIONI con ITS (diploma di secondo livello) e coorti professionali
- OPEN- HOUSE specifici per i corsi di laurea magistrale
- Lezioni/Laboratori da parte di docenti dei corsi magistrali per gli studenti triennali DAMS e SCOM
- PNRR- missione 4 componente 1 Investimento 1.6 “Orientamento attivo nella transizione scuola-università”.
- POT
- Questionario di orientamento on-line
- Virtual Tour Dip-Scom

Descrizione delle attività/1

- PCTO per ogni macro-area disciplinare (01,10,11a,13a,b,14)
- EVENTI a tema (con studenti di scuola superiore); altre attività
- CONVENZIONI con il SISTEMA ITS ABRUZZO SMART ACADEMY (ISTITUTI TECNICI SUPERIORI DI SECONDO LIVELLO)
- WORKSHOP CORSI MAGISTRALI LM/59 e LM/65 per studenti di terzo anno DAMS e SCOM (studenti lavoratori)
- Progetti della durata di 20-30; 40-60; 60-90 ore che consentono agli studenti degli ultimi tre anni di scuola di ottenere crediti formativi.
- ARTE E TECNOLOGIA (17 novembre 2022, Einstein); WORLD LOGIC DAY (13 gennaio 2023) Istituto Moretti.
- ITS: “cybersecurity e servizi digitali avanzati” (Lanciano), “tecnologie dell’informazione e della comunicazione” (Aquila); mobilità sostenibile (MO.ST) (Ortona); ITS moda (Pescara).
- workshop LM/59 (1 indirizzo impresa-commercio; 1 indirizzo piattaforme digitali); workshop LM/65 (1 per DAMS; 1 per indirizzo piattaforme digitali)

Descrizione delle attività/2

- OPEN DAY dedicato ai CORSI DI LAUREA MAGISTRALE
- Progetto PNRR: «Orientamento attivo nella transizione scuola-università». Durata quadriennale (650 studenti ogni anno).
- POT
- Questionario di orientamento on-line
- Virtual tour del Dipartimento
- Social Media
- Coinvolgimento di nostri laureati magistrali (di eccellenza) e imprese che hanno assunto nostri studenti.
- Progettazione di lezioni da erogare presso scuole superiori del territorio convenzionate con UniTe
- Migliorare la qualità dell'orientamento e del tutorato per sostenere le/i giovani di tutta Italia nella scelta del corso e nei primi anni di studio universitari attraverso partnership con altri Atenei.
- Creazione di uno spazio web interamente dedicato alla redazione di un questionario con domande psico-attitudinali, volto a rendere gli studenti più consapevoli circa la scelta tra i corsi di studio offerti dal Dipartimento di Scienze della Comunicazione.
- Consente di esplorare le nostre sedi, le aule, i laboratori e gli spazi ricreativi. All'interno di ogni sezione, potranno quindi essere inserite infografiche che illustrano allo studente tutte le possibili attività realizzabili al suo interno.
- Intensificazione degli investimenti in social media, anche attraverso il coinvolgimento di testimoni privilegiati che possano fungere da elemento di attrazione per gli studenti interessati ai corsi di studio.

Risultati attesi/outcome

LUNGO PERIODO (3 ANNI)

- Aumentare la qualità e il numero di studenti regionali ed extra-regionali che hanno accesso ai servizi di orientamento in entrata Dip-Scom; incentivare il prosieguo degli studi dopo la scuola secondaria di secondo grado, ridurre il tasso di abbandono e dispersione, aumentare la percentuale di coloro che terminano con successo e nei tempi previsti il percorso formativo; aumentare il numero di istituti/enti, partner (POT, PNRR, Convezioni con ITS e coorti professionali, Social Media, Virtual Tour, Questionario on line di orientamento).

MEDIO PERIODO (1 ANNO)

- Potenziare l'engagement degli studenti di scuola superiore (PCTO, eventi a tema, visite presso le scuole, partecipazione di Dip-Scom a Open day organizzati dalla scuola)
- Potenziare l'engagement degli studenti triennali e lavoratori (Work-shop; Open Day LM).

BREVE PERIODO (6-8 MESI)

- Fornire adeguata informazione circa i percorsi formativi triennali e i servizi agli studenti di scuola superiore per favorire una scelta consapevole del corso di studio più idoneo alle proprie aspettative e attitudini (incontri a tema, Open day, visite presso le scuole, Winter school, Summer school, Winter Open House, Sportelli di orientamento on-line).

Metodologia/1

- **Ideazione e pianificazione delle attività**
 - Riunioni mensili della gruppo di lavoro Dip-Scom-Orienta (5 dicembre 2022)
- **Indicatori di performance degli obiettivi**
 - n° contatti con scuole
 - Analisi dei questionari di C.S. (Open Day, Summer e Winter School, PCTO)
 - Dato iscrizione (grado di attrattività dei corsi di studio);
 - Rapporto tra totale studenti che hanno partecipato alle attività di orientamento/totale iscritti al primo anno L.T e L.M (grado di efficacia delle attività di orientamento)
 - Tasso di ritenzione (al primo anno) (qualità delle attività di tutorato)
 - Tasso di riuscita e di abbandono sull'intero arco del percorso di studio (qualità delle attività di tutorato nel lungo periodo)

Metodologia/2

- **Controllo e monitoraggio delle attività pianificate**

Riunioni mensili del gruppo Dip-Scom-Orienta

- Analisi del rapporto tra Attività attuate/Attività pianificate
- Analisi degli indicatori di performance sopra descritti e comparazione con i risultati riferiti ad a.a. passati.