

## **Relazione sui dati relativi al corso di laurea in Economia.**

L'esame delle risposte fornite dalle matricole del corso di laurea in Economia dell'Università degli Studi di Teramo ha prodotto i seguenti risultati.

Tra i canali di comunicazione attraverso i quali gli studenti sono venuti a conoscenza dell'offerta formativa proposta dall'Università, si sono collocati al primo posto il passaparola tra amici e parenti (**51%**), al secondo il servizio di orientamento offerto dall'Università (**35%**) e al terzo gli altri strumenti informativi (**14%**). Tra le matricole che hanno risposto di aver conosciuto l'offerta formativa UniTE grazie all'attività di orientamento dell'Università stessa, il **27%** ha preso parte a manifestazioni, convegni, seminari e/o Open Day svoltisi negli ambiti dell'Ateneo, mentre un altro **27%** ha utilizzato gli strumenti disponibili in Internet (sito di Ateneo e Facebook). Tra i restanti, il **24%** ha partecipato alle visite effettuate dagli studenti senior presso i loro istituti, il **17%** ha preso visione dei manifesti apposti nelle vie e nelle piazze delle proprie città e il **5%** ha letto le pubblicità apparse sui quotidiani.

L'azione di orientamento attivata dall'Università è stata giudicata utile ai fini della scelta accademica dall'**89%** degli intervistati.

Il **65%** delle matricole di Economia non ha mai preso parte ad incontri o eventi di orientamento di altre università. Il rimanente **35%** ha invece specificato anche l'evento al quale ha partecipato.

Con il successivo quesito si è chiesto di giudicare la qualità dell'orientamento così come proposto sul sito [www.unite.it](http://www.unite.it). Il **72%** degli intervistati ha dichiarato di aver trovato la suddetta sezione chiara ed efficace, il **25%** non era a conoscenza, il **3%** si è espresso in termini di insufficiente adeguatezza.

In base ai suggerimenti formulati dagli interessati, per migliorare i servizi di orientamento, sarebbe opportuno organizzare un numero maggiore di Open Day, soprattutto in centro città, aumentare la frequenza degli incontri con professionisti del settore che esponano i possibili sbocchi occupazionali e intensificare la divulgazione del patto con lo studente.

L'ultima domanda, riguardante l'adesione ad attività progettuali di supporto alla sezione di orientamento dell'Università, ha ricevuto risposta positiva nel **65%** dei casi.