

Relazione sui dati relativi al Corso di Laurea in Giurisprudenza (sede di Teramo e sede di Avezzano)

Dall'analisi dei quesiti sottoposti alle matricole del Corso di Laurea in Giurisprudenza dell'Università degli studi di Teramo e della sede di Avezzano, si deducono i seguenti risultati.

Nella prima domanda riguardante i canali di comunicazione attraverso i quali le matricole sono venute a conoscenza dell'offerta formativa proposta dall'Università degli Studi di Teramo: gli studenti della Facoltà di Giurisprudenza della sede di Teramo hanno utilizzato lo strumento dell'Orientamento da parte dell'Università ,per il **48%**, il passaparola per il **43%** e il **9%** è ricorso ad altri strumenti, mentre gli studenti della sede di Avezzano hanno utilizzato lo strumento del passaparola per il **51%**, l'Orientamento dell'Università per il **27%**, mentre il **22%** ha fatto ricorso ad altri strumenti. Considerando il Corso di Laurea nel suo complesso il **45%** delle è venuto a conoscenza dell'offerta formativa attraverso l'attività di Orientamento in entrata dell'Università degli Studi di Teramo, il **44%** attraverso il passaparola e **11%** attraverso altri canali di informazione.

Tra gli studenti che hanno risposto di essere venuti a conoscenza dell'offerta formativa attraverso l'attività di orientamento dell'Università coloro che sono iscritti nella sede di Teramo hanno utilizzato i social network (sito dell'Università, facebook),per il **35%**, il **33%** ha partecipato alle visite effettuate dagli Studenti Senior presso il proprio Istituto , il **26%** ha partecipato a manifestazioni, convegni, seminari, Open Day svolti presso l'Ateneo, il **5%** dichiara di aver preso visione dei manifesti collocati nelle vie e nelle piazze delle proprie città e **1%** la pubblicità sui quotidiani; gli iscritti nella sede di Avezzano invece hanno utilizzato i social network per il **61%**, il **15%** ha partecipato a manifestazioni, convegni, seminari e Open Day, **8%** dichiara di aver preso visione dei manifesti collocati nelle vie e nelle piazze delle proprie città , **8%** di aver partecipato alle visite effettuate dagli Studenti Senior presso il proprio Istituto e sempre l' **8%** di aver preso visione della pubblicità sui quotidiani. Complessivamente il **37%** delle matricole ha utilizzato i social network, , il **30%** dichiara di aver partecipato alle visite effettuate dagli Studenti Senior presso il proprio Istituto, il **25%** ha partecipato a manifestazioni, convegni, seminari e Open Day il **6%** di aver preso visione dei manifesti collocati nelle vie e nelle piazze il **2%** di aver preso visione della pubblicità sui quotidiani.

Ponendo l'attenzione sull'utilità o meno dell'azione di orientamento attivata dall' Università, riguardo agli studenti della sede di Teramo il **93%** risponde positivamente e il solo il **7%** la

definisce un'esperienza non rilevante ai fini della scelta accademica, nella sede di Avezzano il **69%** la ritiene utile, mentre il **31%** non rilevante. Complessivamente il **90%** delle matricole ritiene l'esperienza di orientamento utile ai fini della scelta formativa.

La terza domanda è così formulata: "ha mai partecipato ad incontri o eventi di orientamento di altre Università?".

Il **67%** degli studenti della sede di Teramo risponde di non averne preso mai parte e di non aver mai assistito a servizi di orientamento di altre università; il **33%** risponde affermativamente specificando anche l'evento al quale ha prestato la propria presenza, nella sede di Avezzano il **75%** risponde negativamente mentre il **25%** risponde affermativamente specificando anch'esso il tipo di evento. Complessivamente il **68%** non ha mai assistito a servizi di orientamento di altre università contro il **32%** che risponde in maniera affermativa.

Nel quinto quesito si è chiesto di esprimere un giudizio sulla qualità dell'orientamento così come proposto sul sito www.unite.it.

Il **78%** degli intervistati della sede di Teramo trova la suddetta sezione chiara ed efficace, il **17%** dichiara di non esserne a conoscenza, il **5%** la ritiene inadeguata, nella sede di Avezzano invece il **97%** degli studenti la ritiene chiara ed efficace e solo un **3%** dichiara di non esserne a conoscenza. Complessivamente l'**82%** dichiara che la sezione è chiara ed efficace, il **14%** dichiara di non conoscerla e solo il **4%** la trova inadeguata.

Formulazione di proposte da parte dei soggetti intervistati sono successivamente avanzate ai fini del miglioramento dei servizi di orientamento.

Gli studenti di entrambe le sedi si sono trovati concordi nella necessità di svolgere l'orientamento presso gli Istituti Superiori, di organizzare più incontri, più meeting, più Open Day. Nella sede di Teramo gli studenti hanno espresso la possibilità di seguire le lezioni prima di iscriversi mentre nella sede di Avezzano hanno sottolineato la necessità di più pubblicità sui social network e per l'Ateneo.

Infine, all'ultimo quesito relativo all'adesione ad attività progettuali di supporto alla sezione di orientamento dell'Università di Teramo, il **58%** degli intervistati risponde positivamente nella sede di Avezzano contro il **44%** della sede di Teramo. Complessivamente il **47%** delle matricole darebbe disposto a partecipare ad attività progettuali di supporto all'attività di orientamento.