

Questionario customer satisfaction Career Day 2014

INTRODUZIONE

Attraverso il software Survey System è stato sottoposto un questionario agli/alle studenti/studentesse e laureati/e dell'Università di Macerata che hanno partecipato al Career Day 2014, organizzato dalla stessa in collaborazione con l'Università di Camerino il 22 e 23 Ottobre nella splendida cornice dell'Abbadia di Fiastra.

Il questionario aveva la finalità di rilevare il grado di soddisfazione percepita e valutare eventuali aspetti di perfezionamento dell'evento.

L'analisi dei dati raccolti è stata condotta per mezzo dello stesso software e di seguito vengono riportati i dati più significativi.

DESCRIZIONE DEL CAMPIONE

Sono stati raccolti 133 questionari su un campione totale di circa 500 partecipanti provenienti dall'Università di Macerata. Nella tabella 1 è possibile vedere come l'evento sia stato frequentato in maggioranza da *studenti/studentesse Unimc* (51,13%) e in seconda misura da *laureati Unimc* (36,09%), con una piccola percentuale (10,53%) di soggetti provenienti da altri percorsi (master, corsi di perfezionamento ecc.).

Tab.1 Tipologia partecipanti

		frequenza	%
Tipologia partecipanti	Studente/Studentessa Unimc	68	51,13
	Laureato/a Unimc	48	36,09
	Altro (es iscritto master, corso di perfezionamento ecc..)	14	10,53
	Dottorando/a di ricerca Unimc	0	0,00
	Laureato/a Unicam	1	0,75
	Dottorando/a di ricerca Unicam	0	0,00
	Studente/Studentessa Unicam	0	0,00
	N. r.	2	1,50
	Totale	133	100,00

Nella tabella 2 è possibile vedere, invece, il Dipartimento di provenienza del campione dei partecipanti: il 32,33% proviene da *Studi Umanistici*, il 15,79% da *Giurisprudenza*, il 14,29% da *Economia e Diritto*, il 12,78% da *Scienze della Formazione, Beni Culturali e Turismo* e l'11,28% da *Scienze Politiche, della Comunicazione e delle Relazioni Internazionali*.

Tab.2 Dipartimento di provenienza

		frequenza	%
Dipartimento di provenienza	Studi Umanistici	43	32,33
	Giurisprudenza	21	15,79
	Economia e Diritto	19	14,29
	Scienze della Formazione, Beni Culturali e Turismo	17	12,78
	Scienze Politiche, della Comunicazione e delle Relazioni Internazionali	15	11,28
	Vecchio Ordinamento	0	0,00
	N. r.	1	0,75
	Totale	133	100,00

ANALISI DEI DATI RACCOLTI

In primo luogo, abbiamo chiesto agli intervistati di fornire un feedback in base all'esperienza da loro vissuta, esprimendo una valutazione da 1 (max negativo) a 4 (max positivo) rispetto ad una serie di item: *utilità dell'evento nel suo insieme, tavola rotonda, workshop, stand aziende/enti, attività della Provincia di Macerata/Eures, presentazioni aziende/enti e colloqui di selezione* (tab.3).

Tab.3 Valutazione in base all'esperienza vissuta

	Max / 1/2		Negativo Negativo		Positivo/ 3/4		Max Positivo		Totale		N. r.		Totale	
	frequenz a	%	frequenz a	%	frequenz a	%	frequenz a	%	frequenz a	%	frequenza	%	frequenza	%
Utilità dell'evento nel suo insieme	18	13,53	110	82,71	128	96,24	5	3,76	133	100,00				
Tavola rotonda	14	10,53	51	38,35	65	48,88	68	51,13	133	100,00				
Workshop	13	9,78	61	45,87	74	55,65	59	44,36	133	100,00				
Stand Aziende/Enti	25	18,80	95	71,43	120	90,23	13	9,77	133	100,00				
Attività Provincia di Macerata/Eures	16	12,03	60	45,11	76	57,14	57	42,86	133	100,00				
Presentazioni Aziende/Enti	21	15,79	78	58,65	99	74,44	34	25,56	133	100,00				
Colloqui di selezione	36	27,07	81	60,90	117	87,97	16	12,03	133	100,00				

Come si può vedere dalla tabella 3, l'82,71% degli intervistati ha valutato positivamente *l'evento nel suo insieme* così come sono state valutate positivamente tutte le attività proposte. In particolare, sono stati in primis apprezzati gli *stand delle/degli Aziende/Enti*, valutati positivamente dal 71,43% degli intervistati, *i colloqui di selezione*, giudicati positivamente dal 60,90% , le presentazioni *delle Aziende/Enti*, che hanno ottenuto il 58,65% di giudizi positivi, *i workshop*, che hanno ottenuto una percentuale di giudizi positivi del 45,87%, le *attività della Provincia di Macerata/Eures*, con una percentuale positiva del 45,11%, e *la tavola rotonda*, valutata positivamente dal 38,35% degli intervistati. Come si può vedere, ciascun item presenta una percentuale di non risposta molto probabilmente perchè gli intervistati non hanno partecipato a tutte le attività previste nelle due giornate.

Successivamente, è stato chiesto di esprimere, sempre su una scala likert a 4 punti da 1(max negativo) a 4 (max positivo), *il grado di interesse nei confronti delle tematiche affrontate durante i workshop* (tab.4).

Tabella 4 Grado di interesse temi workshop

	Max Negativo		Positivo /Max		Totale		N. r.		Totale	
	/Negativ o 1/2		3/4	Positivo						
	frequenz a	%	frequenz a	%	frequenz a	%	frequenza	%	frequenza	%
Il curriculum internazionale e l'uso della lingua inglese	6	4,51	62	46,62	68	51,13	65	48,87	133	100,00
Il recruiting via web	8	6,01	48	36,09	56	42,10	77	57,89	133	100,00
Imprenditorialità e mobilità in Europa (SIDA)	15	11,28	38	28,57	53	39,85	80	60,15	133	100,00
Nuove forme di assunzione e contrattualistica	7	5,26	45	33,83	52	39,09	81	60,90	133	100,00
La definizione dell'obiettivo professionale e le parole chiave per il futuro	11	8,27	38	28,57	49	36,84	84	63,16	133	100,00
L'orientamento al lavoro e alle professioni in un'epoca di passioni tristi	11	8,27	37	27,82	48	36,09	85	63,91	133	100,00
Tips and tricks for your Cv-Letters of application of shortlisted candidates	7	5,26	44	33,08	51	38,34	82	61,65	133	100,00
Successful job interviews – How and where to find a job after your graduation	8	6,01	42	31,58	50	37,59	83	62,41	133	100,00
Workshop a cura della Provincia di Macerata (EURES)	13	9,77	37	27,82	50	37,59	83	62,41	133	100,00
Autoimprenditorialità e avvio di impresa	13	9,77	32	24,06	45	33,83	88	66,17	133	100,00
Il bilancio delle competenze	12	9,02	34	25,56	46	34,58	87	65,42	133	100,00
La valutazione delle Soft Skill	14	10,52	32	24,06	46	34,58	87	65,42	133	100,00
Le nuove forme di candidatura: video e audio curriculum	13	9,77	37	27,82	50	37,59	83	62,41	133	100,00
Le varie tipologie di selezione	9	6,76	42	31,58	51	38,34	82	61,66	133	100,00

Nella tabella 4, emerge come il tema che sembra maggiormente interessare gli intervistati, tra quelli proposti, sia il *Curriculum internazionale e l'uso della lingua inglese* (46,62%), seguito da *Il recruiting via web* (36,09%), *Nuove forme di assunzione e contrattualistica* (33,83%), *Tips and tricks for your cv-letters of application of shortlisted candidates* (33,08%), *Successful job interviews – how and where to find a job after your graduation* (31,58%), *Le varie tipologie di selezione* (31,58%), *Imprenditorialità e mobilità in Europa* (28,57%), *Workshop a cura della provincia di Macerata (Eures)* (27,82%), *Le nuove forme di candidatura: video e audio curriculum* (27,82%), *La definizione dell'obiettivo professionale e le parole chiave per il futuro* (28,57%), *L'orientamento al lavoro e alle professioni in un'epoca di passioni tristi* (27,82%), *Il bilancio delle competenze* (25,56%), *Autoimprenditorialità e avvio di impresa* (24,06%) e la *Valutazione delle soft skill* (24,06%).

Anche in questa domanda si registra una percentuale di non rispondenti, variabile per ogni item, molto probabilmente perchè gli intervistati non hanno espresso il loro grado di interesse per i workshop a cui non hanno partecipato.

Tale dato è evidente nella successiva domanda, dove è stato chiesto appunto agli intervistati se avevano *partecipato a uno o più workshop tra quelli proposti* e il 37,59% di essi ha confermato la partecipazione (tab.5).

Tabella 5. Partecipazione uno o più workshop proposti

		frequenza	%
Partecipazione a uno o più workshop proposti	Sì	50	37,59
	No	67	50,38
	Totale	117	87,97
	N. r.	16	12,03
	Total e	133	100,00

Per quanto riguarda invece il contatto con le/gli *Aziende/Enti* presenti al Career Day, abbiamo chiesto ai partecipanti di segnalare quelle *con le quali avevano avuto un contatto positivo o che avevano particolarmente apprezzato*, specificandone i motivi. Come si può vedere dalla tabella 6, la maggior parte delle Aziende presenti hanno ricevuto feedback positivi e, in particolar modo, nelle motivazioni riportate viene evidenziato come quelle effettivamente intenzionate ad assumere, con posizioni aperte e maggiormente propense all'investimento sui giovani siano state maggiormente apprezzate dai partecipanti.

Tabella 6. Aziende/Enti particolarmente apprezzate o con le quali si è avuto un contatto positivo

	frequenza	%
Clementoni spa	11	8,27%
Tod's spa	11	8,27%
Decathlon Italia srl	9	6,77%
IGuzzini Illuminazione	8	6,02%
Elica spa	7	5,26%
Lube Industries srl	7	5,26%
Banca della Provincia di Macerata	6	4,51%
Fileni	6	4,51%
Tombolini Industrie srl	6	4,51%

Banca dell'Adriatico	5	3,76%
Gruppo Loccioni	5	3,76%
Generali Italia	4	3,01%
La Balena Dispettosa (Associazione Culturale Orizzonti)	4	3,01%
Leonardo Ambiente srl	4	3,01%
Marcozzi di Campofilone	4	3,01%
Alleanza Assicurazioni	3	2,26%
Carelli Libri	3	2,26%
Diasen srl	3	2,26%
Sapore di Mare (D.I. MAR srl)	3	2,26%
Flonal spa	3	2,26%
Industria Chimica Adriatica spa	3	2,26%
Play Marche srl	3	2,26%
The Victoria Company srl	3	2,26%
Xplace Digital Agency	3	2,26%
Abenergie spa	2	1,50%
Bocci and Partners srl	2	1,50%
Creaticity Società Cooperativa	2	1,50%
Cronache Maceratesi	2	1,50%
Ergonbluenergy	2	1,50%
Faggiolati Pumps spa	2	1,50%
Internet Solution	2	1,50%
ISTAO – Istituto Adriano Olivetti	2	1,50%
Jobmetoo	2	1,50%
Nautes spa	2	1,50%
Simplicissimus Book Farm srl/Edizioni Università di Macerata	2	1,50%
Elicos snc	1	0,75%
Fondazione Italiana Gestalt	1	0,75%
Gruppo Meccaniche Luciani	1	0,75%
Halley Informatica	1	0,75%
Praxis	1	0,75%
Empix Multimedia srl	0	0,00%
Informanager	0	0,00%
Rete di Imprese Casa Italia System	0	0,00%
Sida Group srl	0	0,00%
Società Cooperativa O.per.O.	0	0,00%

Successivamente, è stato chiesto agli intervistati di esprimere un giudizio, da 1 (max negativo) a 4 (max positivo), sugli *aspetti organizzativi della giornata: la disponibilità e cortesia del personale Unimc/Unicam* è stata valutata positivamente dall' 86,46% degli intervistati, *l'adeguatezza degli ambienti (aule e sale workshop)* è stata ritenuta positiva dal 78,94%, *l'agibilità e l'adeguatezza degli stand* ha ottenuto il 76,70% di giudizi positivi, *la programmazione delle attività* è stata valutata positivamente dal 75,94% e infine *l'accoglienza e gli spostamenti* sono stati giudicati in modo positivo dal 72,93% degli intervistati (Tab. 7).

Tabella 7. Valutazione aspetti organizzativi

	Max Negativo		Positivo		Totale		N. r.		Totale	
	1/2		3/4	Max Positivo						
	frequenza	%	frequenza	%	frequenza	%	frequenza	%	frequenza	%
Programmazione delle attività	23	17,30%	101	75,94%	124	93,24%	9	6,77%	133	100,00%
Adeguatezza ambienti (aule e sale workshop)	11	8,28%	105	78,94	116	87,22%	17	12,78%	113	100,00%
Agibilità e adeguatezza degli stand	25	18,80%	102	76,70%	127	95,50%	6	4,50%	133	100,00%
Accoglienza e spostamenti	29	21,81%	97	72,93%	126	94,74%	7	5,26%	133	100,00%
Disponibilità e cortesia del personale Unimc/Unicam	11	8,28%	115	86,46%	126	94,74%	7	5,26%	133	100,00%

Infine, abbiamo chiesto di *suggerire dei miglioramenti* da apportare alle diverse attività organizzate nelle giornate del Career Day e in particolare per quanto riguarda *i workshop, le attività con le/gli Aziende/Enti e la tavola rotonda.*

Dall'analisi delle risposte qualitative, viene più volte suggerito la non sovrapposizione dei workshop o la loro ripetizione in orari diversi in modo tale da permettere ai partecipanti di ascoltare diversi argomenti di interesse e anche la possibilità di inserire tematiche specifiche ai vari percorsi universitari.

Per quanto riguarda le/gli Aziende/Enti emerge dai suggerimenti la necessità di coinvolgerli in numero sempre maggiore, invitando all'evento non solo Aziende/Enti marchigiani ma provenienti anche da altre regioni, di modo tale da allargare le opportunità di lavoro da offrire agli studenti/laureati provenienti da diversi percorsi di laurea. Inoltre, viene più volte ribadita l'importanza di coinvolgere esclusivamente Aziende/Enti che abbiano una reale e imminente intenzione di inserire personale nel loro organico.

In merito alla tavola rotonda, invece, è stato suggerito di coinvolgere più relatori, affiancando ad esempio agli interventi dei rappresentanti delle aziende anche le testimonianze di laureati neo-inseriti nei diversi contesti aziendali illustrati.

Infine, altri suggerimenti generali da tenere in considerazione nella programmazione futura dell'evento riguardano la programmazione degli orari delle diverse attività previste evitando sovrapposizioni che non permettono la partecipazione a tutte le iniziative e un rafforzamento dei collegamenti bus. Inoltre, è stata più volte indicata la possibilità di prevedere con una maggiore frequenza annuale eventi di questo tipo di modo tale da far sì che l'Università funga sempre di più da raccordo tra la formazione e il mondo del lavoro.

CONCLUSIONI

Concludiamo la lettura dei dati del questionario con una breve sintesi dei principali aspetti emersi e con alcune riflessioni utili ai fini di un perfezionamento nella programmazione futura dell'evento.

Come si può vedere dalle diverse tabelle, sia l'evento in generale che le specifiche attività previste nelle due giornate sono state valutate in maniera positiva dagli intervistati, i quali in misura maggiore sono stati studenti dell'Università evidenziando come ci sia sempre di più una maggiore esigenza di anticipare la raccolta di informazioni e la preparazione per il mondo del lavoro già durante la frequentazione del percorso universitario.

In particolare, emerge come in primis l'evento venga frequentato per la possibilità di conoscere le/gli Aziende/Enti del territorio attraverso le presentazioni aziendali e per stabilire dei contatti con le stesse ai fini di un possibile inserimento lavorativo, tramite colloqui di selezione. Le/gli Aziende/Enti maggiormente apprezzate sono stati, infatti, soprattutto quelli con posizioni aperte e maggiormente interessate ad investire sui giovani.

In secondo luogo, dal questionario emerge anche come le attività informative, quali workshop, attività della Provincia di Macerata/Eures e tavola rotonda siano state valutate positivamente, evidenziando la necessità di affiancare ai momenti di contatto personalizzato con le aziende, anche spazi in cui trattare tematiche specifiche e attuali connesse al mondo del lavoro, di modo tale da aiutare i giovani a comprendere più da vicino le trasformazioni del mercato del lavoro.

Per quanto riguarda azioni di perfezionamento dell'evento, il questionario sembra suggerire di potenziare le diverse attività previste, allargando il bacino delle Aziende/Enti provenienti anche da altre Regioni, creando maggiori spazi informativi e di confronto tra giovani ed esperti di diverse categorie professionali e potenziando le attività di preparazione al Career Day durante l'anno all'interno dell'Ateneo e dei diversi Dipartimenti, come già iniziato a sperimentare attraverso i Martedì del Placement, ovvero seminari e consulenze personalizzate in preparazione al mondo del lavoro.