

Perché sceglierei la LUISS



RAPPORTO SULLE
GIORNATE DI ORIENTAMENTO
ANNO 2010

Ottava edizione

Marzo 2011

INDICE

Introduzione ai dati	1
1 - Informazioni generali sugli intervistati	2
2 - La famiglia	5
3 - La Giornata di Orientamento della LUISS Guido Carli: canali di conoscenza e valutazioni	7
4 - Come nasce l'interesse per la LUISS Guido Carli e le percezioni sulle Università concorrenti ...	9
5 - I canali di informazione per conoscere la LUISS	15
Allegato 1: Le tabelle	18
Allegato 2: Il questionario	26

Ha curato e coordinato l'Indagine Brunella Bonito

Supervisione di Alessandro Lubicz

Si ringrazia l'Ufficio Orientamento per la collaborazione

INTRODUZIONE AI DATI

Il Rapporto annuale sulle Giornate di Orientamento, che giunge alla sua ottava edizione, rappresenta una iniziativa di indagine che mira ad ottenere una visione di insieme sulla identità dei potenziali studenti LUISS, sulla loro percezione circa il primo impatto con la nostra Università e, inoltre, sui percorsi alternativi di studio che stanno prendendo in considerazione oltre a quello proposto dalla LUISS. L'indagine è tesa inoltre a rilevare il grado di soddisfazione espresso dai partecipanti sulle Giornate di Orientamento che vengono realizzate periodicamente in sede.

Il *target* è composto pertanto da ragazzi delle scuole medie superiori che, partecipando alle Giornate di Orientamento, manifestano un interesse esplicito nei confronti della LUISS; ragazzi che, evidentemente, si trovano proprio nel momento in cui stanno riflettendo sulla possibilità di iscriversi al nostro Ateneo.

Il Rapporto si riferisce alle informazioni raccolte durante le sette Giornate di Orientamento della LUISS Guido Carli che hanno avuto luogo durante il 2010.

Sono stati raggiunti in sette giornate complessivamente 1.579 studenti delle scuole medie superiori (lo scorso anno erano 1.434 in sei giornate).

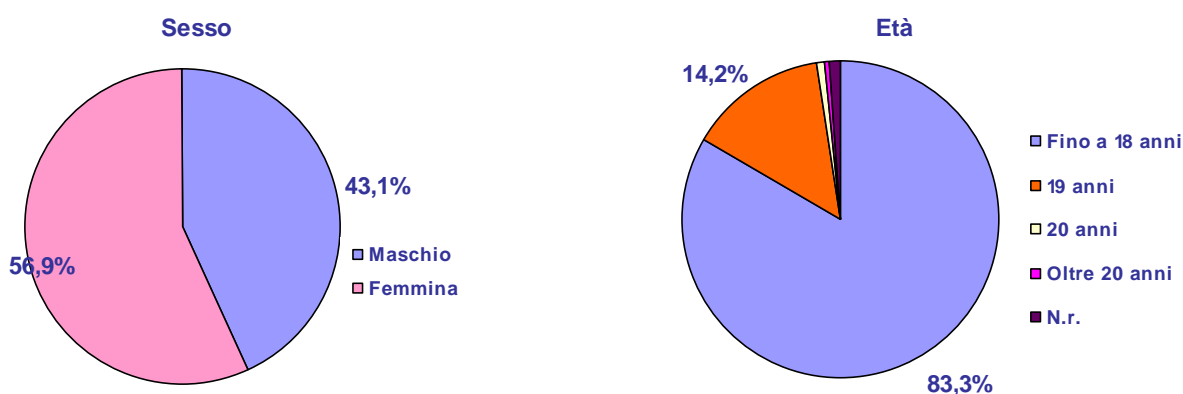
All'interno del Rapporto sono disponibili alcuni confronti con i risultati degli anni precedenti.

Il questionario utilizzato (v. allegato) è necessariamente breve, per indurre gli studenti a compilarlo con facilità e senza un impiego di tempo eccessivo.

1 - INFORMAZIONI GENERALI SUGLI INTERVISTATI

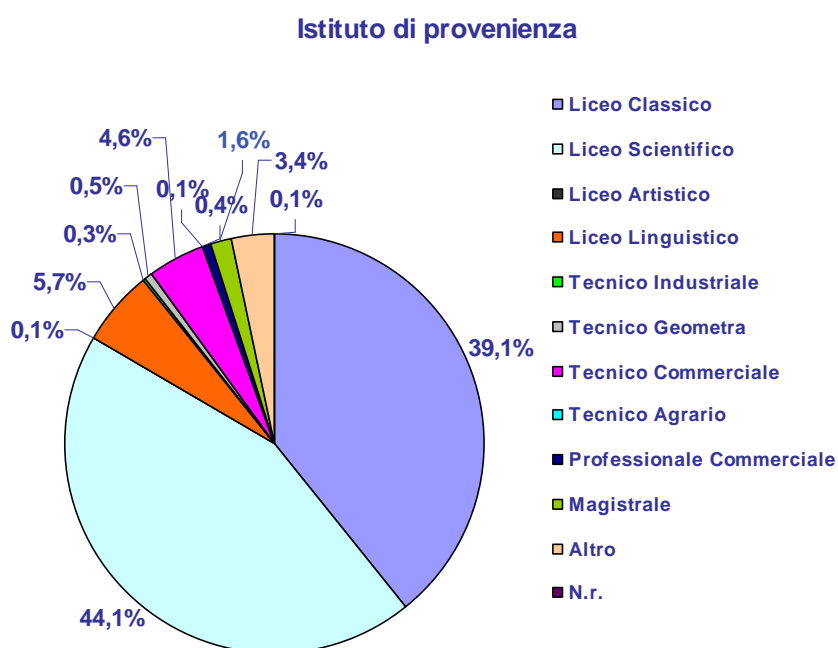
Il campione dei partecipanti alle Giornate di Orientamento del 2010 è composto da 1.579 intervistati ed è presente, come gli scorsi anni, una più alta percentuale di donne (56,9%).

L'83,3% dei rispondenti ha fino a 18 anni. Questo dato è giustificato dal fatto che le Giornate di Orientamento si rivolgono a studenti che frequentano l'ultimo anno della scuola media superiore.



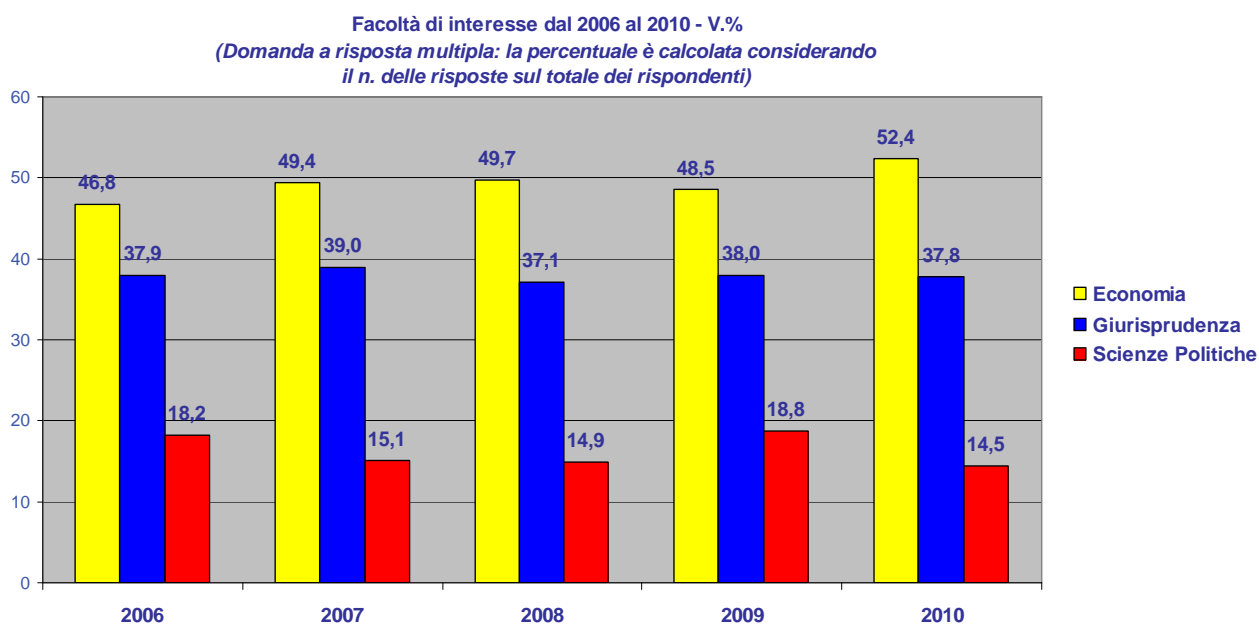
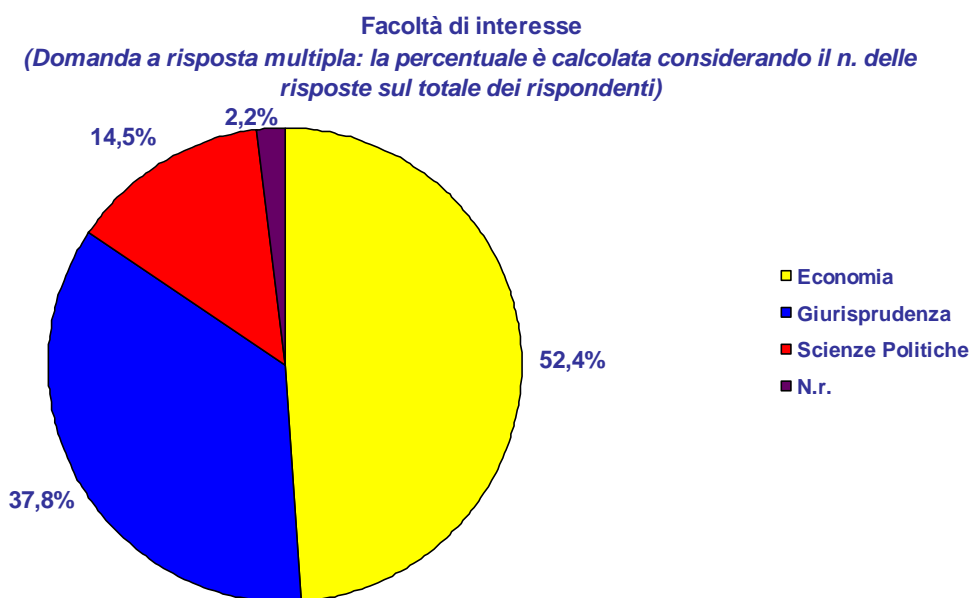
L'89% degli intervistati proviene da un liceo, mentre il restante 11% ha frequentato un istituto tecnico, commerciale, magistrale o un altro tipo di istituto.

Il liceo classico e il liceo scientifico sono caratterizzati, come sempre, da un elevato peso percentuale, rispettivamente il 39,1% e il 44,1%. Tradizionalmente la LUISS attrae in misura maggiore questo tipo di diplomati.



La Facoltà della LUISS di maggiore interesse per i ragazzi che hanno partecipato quest'anno alle Giornate di Orientamento è Economia (52,4% contro il 48,5% del 2009 e il 49,7% dello 2008), seguita da Giurisprudenza (37,8% quest'anno e 38% nel 2009); infine troviamo la Facoltà di Scienze Politiche, indicata dal 14,5% degli intervistati (18,8% nel 2009).

Dunque, nelle preferenze dei ragazzi, è ancora la Facoltà di Economia, in ulteriore aumento rispetto allo scorso anno, a superare le altre due Facoltà; si registra invece una certa flessione per la Facoltà di Scienze Politiche; mentre Giurisprudenza si mantiene nel complesso stabile.



Il 45,9% degli intervistati proviene dal Lazio, contro il 60% del 2009 e il 55,1% nel 2008. Questa contrazione del Lazio riflette un calo più generale delle regioni del Centro (50,3% contro il 65,8% del 2009).

Con un notevole peso percentuale, pari al 25,3% (e in netto aumento rispetto al 2009: 10,9%) è la Campania la regione che registra il maggior afflusso di studenti alle giornate di orientamento. In generale il Sud registra un notevole aumento percentuale, passando dal 28,5% al 44,4%.

Nel complesso costanti gli afflussi dalle altre regioni.

Regione di residenza	2006	2007	2008	2009	2010
	%	%	%	%	%
Liguria	0,1	0,5	0,3	0,2	0,1
Lombardia	0,2	0,2	0,2	0,8	0,2
Piemonte	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
Emilia Romagna	0,5	0,8	0,7	1,2	0,8
Friuli Venezia Giulia	0,1	0,3	0,1	0,1	0,3
Trentino	0,0	0,0	0,1	0,3	0,1
Veneto	0,8	0,4	0,4	0,3	0,7
Lazio	50,9	56,4	55,1	59,8	45,9
Marche	1,6	2,3	2,1	2,0	1,2
Toscana	1,8	2,8	2,2	2,1	2,3
Umbria	1,6	1,3	0,8	1,7	0,9
Abruzzo	12,2	4,8	3,5	4,9	4,6
Basilicata	0,9	0,5	4,8	0,4	2,2
Calabria	2,1	2,1	3,9	2,3	2,3
Campania	15,9	14,2	13,6	10,9	25,3
Molise	1,1	1,0	1,3	0,6	2,3
Puglia	8,0	8,6	8,7	9,5	7,7
Sardegna	0,5	0,6	0,3	0,6	0,8
Sicilia	1,3	2,3	1,4	1,8	1,9
Estero	0,2	0,5	0,5	0,1	0,1
N.r.	0,0	0,2	0,1	0,0	0,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Area Geografica	2006	2007	2008	2009	2010
	%	%	%	%	%
Nord	1,9	2,5	1,8	3,2	2,5
Centro	56,8	64,1	60,1	65,8	50,3
Sud	39,5	30,3	35,9	28,5	44,4
Isole	1,6	2,4	1,6	2,4	2,7
Estero	0,2	0,5	0,5	0,1	0,1
N.r.	0,0	0,2	0,1	0,0	0,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

2 - LA FAMIGLIA

Come in passato, i ragazzi provengono per lo più da famiglie composte da quattro componenti (54%). Nel complesso sono numerose le famiglie composte rispettivamente da tre e da cinque componenti (20,4% e 18,2%).

Nel 51,9% dei casi (53,6% nel 2009) il padre dell'intervistato ha conseguito la laurea, mentre il 38% ha un diploma di scuola media superiore.

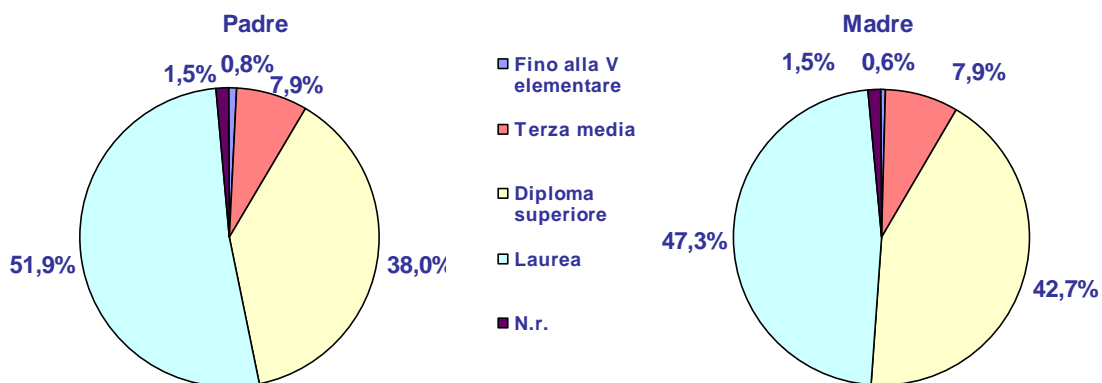
Rispetto alla situazione dei padri, la percentuale delle madri laureate è leggermente più bassa (47,3%, in linea con gli anni precedenti), ma è più elevata la percentuale delle madri diplomate (42,7%).

Minoritarie le percentuali dei genitori con un titolo di studio inferiore; è comunque presente circa l'8% dei padri e delle madri con un diploma di terza media.

d.7 - N. componenti del nucleo familiare
(compreso l'intervistato)

	Frequenza	Percentuale
Due	43	2,7
Tre	322	20,4
Quattro	853	54,0
Cinque	287	18,2
Più di cinque	68	4,3
N.r.	6	,4
Totale	1579	100,0

Titolo di studio dei genitori



Riguardo all'attività del padre, si presenta nel complesso una distribuzione simile a quella degli ultimi anni; la quota più significativa è del 25,6% (28,9% lo scorso anno) e si riferisce alla libera professione; seguono gli imprenditori (14,9%), i dirigenti (13,2%), i quadri e gli impiegati (11,8%).

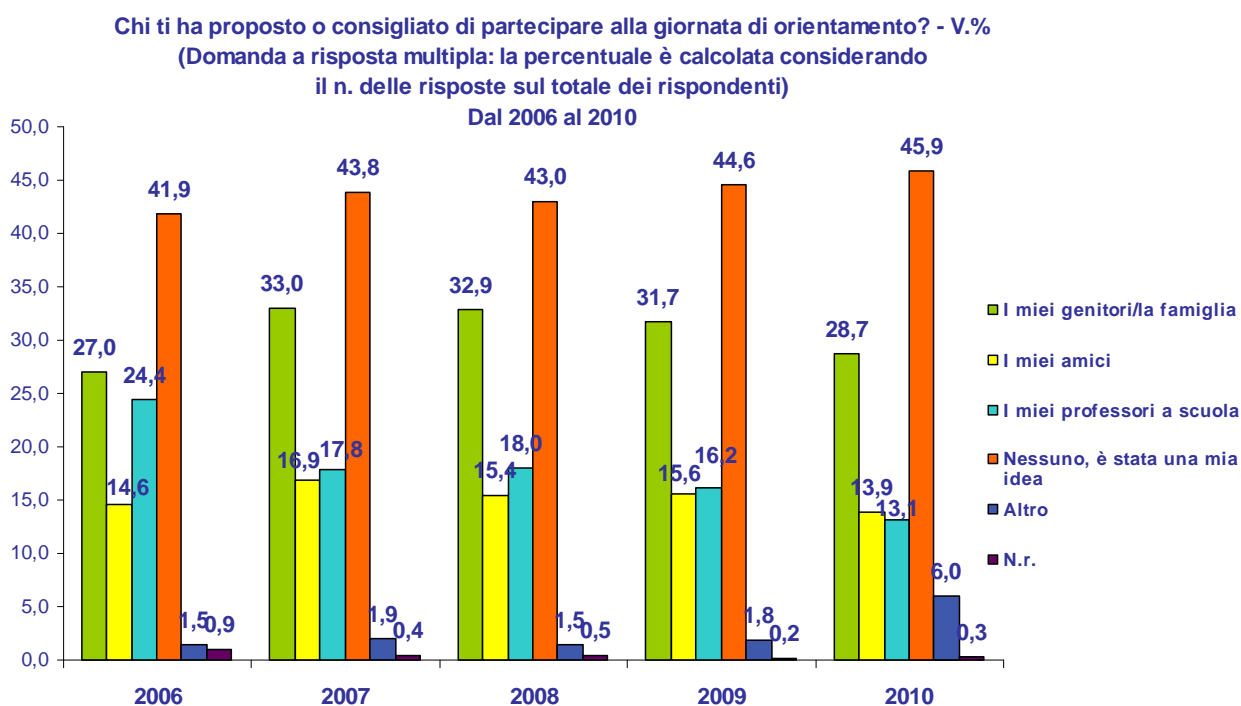
Tra le madri, invece, l'attività dichiarata più di frequente è la casalinga, con il 20% - lo scorso anno il 19% delle indicazioni - (categoria sempre qualificata al primo posto negli anni scorsi); seguono le insegnanti (16,1%), i quadri e le impiegate (18,3%).

Come gli altri anni, è ancora esigua la quota di madri dirigenti - 5,4% - o imprenditrici - 5,6% - (contro rispettivamente il 13,2% e il 14,9% dei padri).



3 - LA GIORNATA DI ORIENTAMENTO DELLA LUISS GUIDO CARLI: CANALI DI CONOSCENZA E VALUTAZIONI

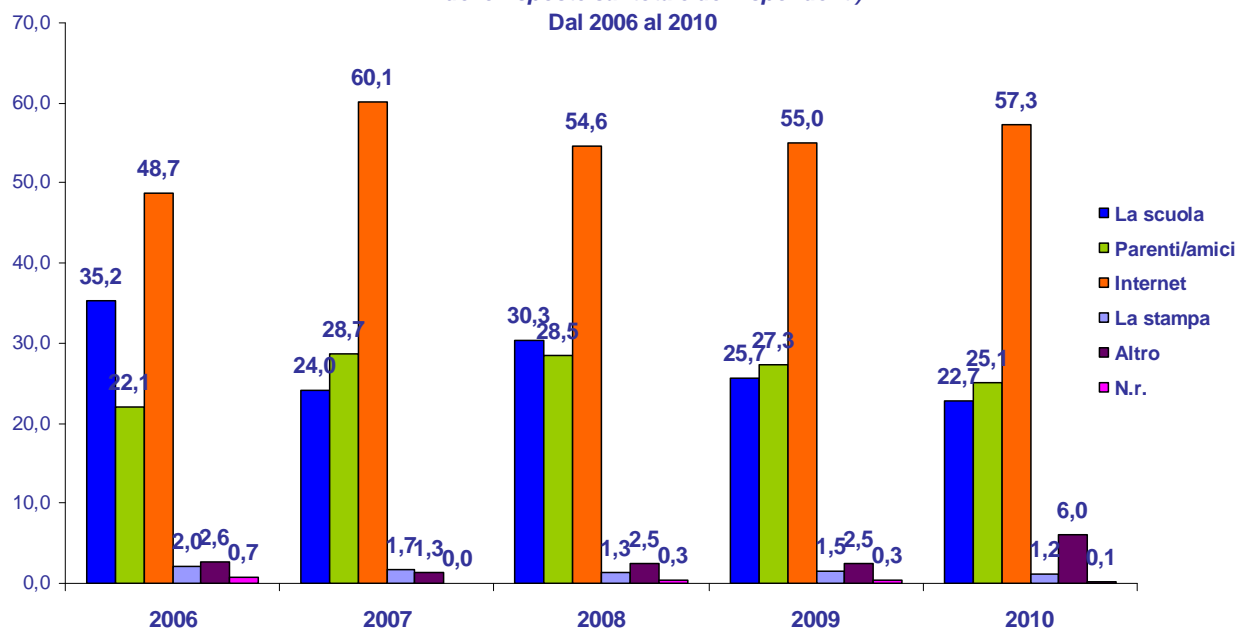
Diversi fattori hanno spinto i ragazzi a partecipare alla Giornata di Orientamento. Prevale, come lo scorso anno, l'iniziativa personale (45,9%); la partecipazione alla Giornata è scaturita da un consiglio dei genitori nel 28,7% dei casi, o degli amici (13,9%). Il consiglio dei professori a scuola scende dal 18% del 2008 al 16,2% del 2009 fino al 13,1% di quest'anno.



Con il 57,3% delle preferenze (55% nel 2009) è sempre e in assoluto internet il canale più utilizzato per apprendere la notizia della Giornata di Orientamento. Con il passa parola, parenti ed amici hanno informato il 25,1% del campione dello svolgimento della Giornata (27,3% lo scorso anno), mentre si conferma un costante indebolimento del potere del canale stampa nel raggiungere i ragazzi (1,2% - soli 19 soggetti - 1,5% nel 2009 e 1,3% nel 2008).

Da sottolineare invece il canale scolastico che raccoglie il 22,7% delle indicazioni, in leggero calo rispetto allo scorso anno (25,7%) e a due anni fa (30,3%).

Attraverso quale canale sei venuto a conoscenza della giornata di orientamento? - V.%
 (Domanda a risposta multipla: la percentuale è calcolata considerando il n. delle risposte sul totale dei rispondenti)



Gli intervistati hanno espresso una valutazione sulla Giornata di Orientamento relativa a quattro aspetti. Il risultato è assolutamente positivo e non lascia spazio a dubbi anche se confrontato con il livello di gradimento espresso gli scorsi anni:

- l'organizzazione e la logistica delle Giornate di Orientamento è stata ritenuta positiva dal 95,3% dei partecipanti (97,9% del 2009);
- il 95,3% dei ragazzi ha apprezzato l'utilità del materiale informativo (stessa percentuale nel 2009).
- il 94,4% dei ragazzi (95,3% lo scorso anno) ha ritenuto assolutamente utile ed efficace partecipare alla giornata;
- secondo il 94,4% (94,3% nel 2009), i relatori sono stati efficaci nel comunicare e quindi orientare.

Si conferma pertanto l'efficacia complessiva di questo importante strumento di orientamento.

d12 – Valutazione della Giornata di orientamento

	Valutazione						
	Positiva	Abbast. positiva	Tendenzialmente positiva	Abbast. negativa	Negativa	Tendenzialmente negativa	N.r.
Organizzazione/ logistica	71,6	23,7	95,3	0,9	0,3	1,2	3,5
Materiale informativo	70,4	24,9	95,3	1,1	0,3	1,4	3,3
Efficacia della comunicazione dei relatori	72,5	21,9	94,4	1,1	0,4	1,5	4,1
Utilità ed efficacia	58,4	34,8	93,2	2,1	0,3	2,4	4,4

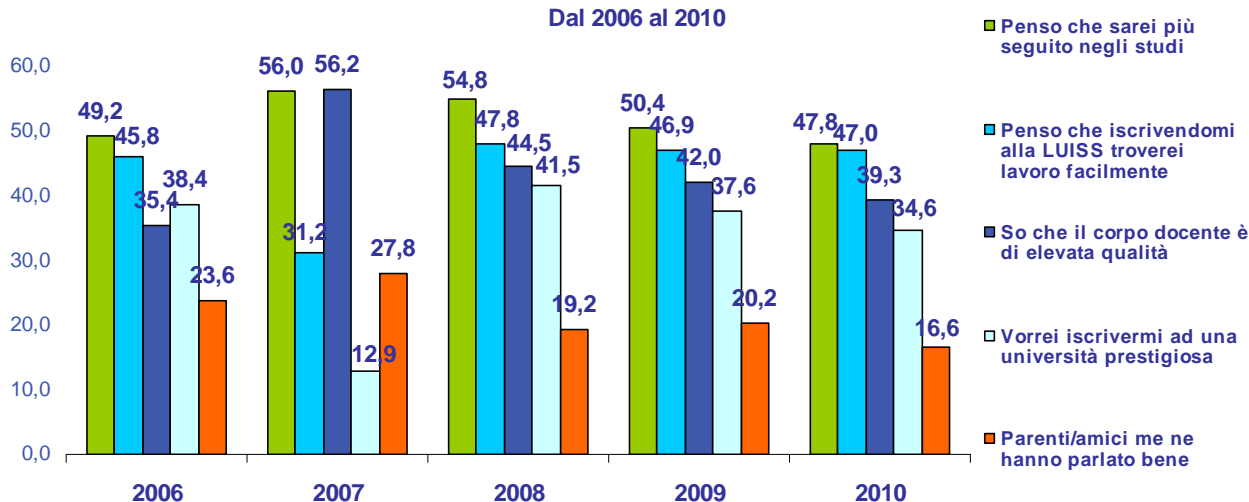
4 - COME NASCE L'INTERESSE PER LA LUISS GUIDO CARLI E LE PERCEZIONI SULLE UNIVERSITÀ CONCORRENTI

In questa sezione si analizzano le informazioni probabilmente più significative dell'Indagine, poiché capaci di far emergere sia le aspettative nei confronti della LUISS sia il “sentito dire” intorno al nostro Ateneo.

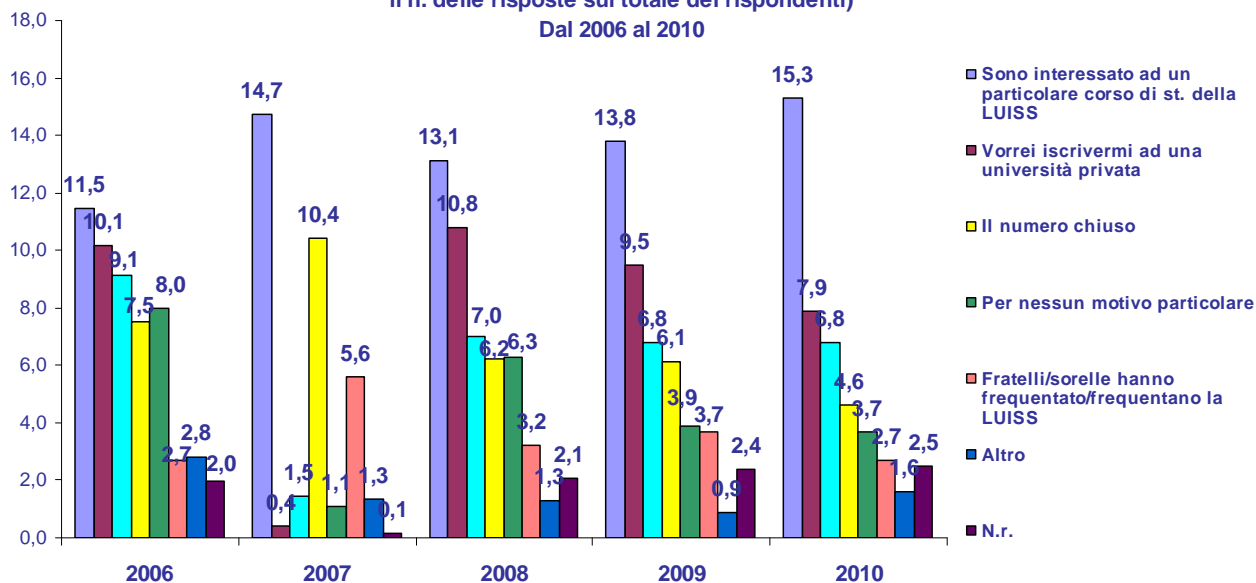
Diversi elementi spingono i ragazzi della scuola superiore ad interessarsi alla LUISS e in base a questi stanno maturando la decisione di iscriversi. I principali, nello stesso ordine dello scorso anno, sono:

1. l'aspettativa di essere più seguiti negli studi: 47,8% (50,4% nel 2009 e 54,8% nel 2008);
2. l'aspettativa di trovare lavoro più facilmente una volta conseguita la laurea: 47% (46,9% nel 2009 e 47,8% nel 2008);
3. l'elevata qualità del corpo docente: 39,3% (42% nel 2009 e 44,5% nel 2008);
4. il prestigio della LUISS: 34,6% (37,6% nel 2009 e 41,5% nel 2008);
5. il passaparola (parenti e amici hanno parlato bene della LUISS): 16,6% (20,2% nel 2009 e 19,2% nel 2008).

Quali sono i principali motivi (i primi 5) che la inducono ad interessarsi alla LUISS? - V.%
(Domanda a risposta multipla: la percentuale è calcolata considerando il n. delle risposte sul totale dei rispondenti)
Dal 2006 al 2010

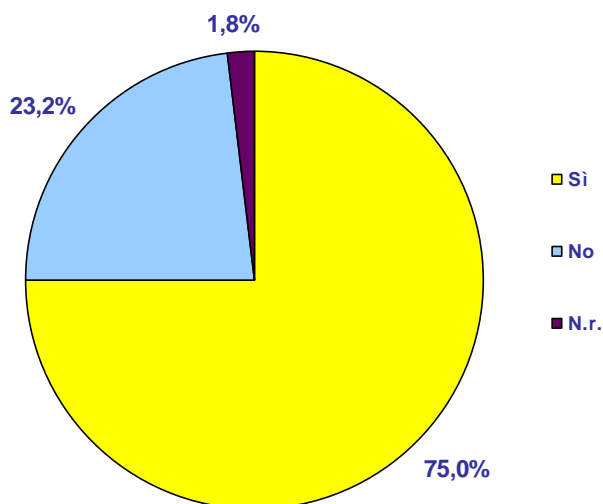


Quali sono i principali motivi (dal 6° in poi...) che ti inducono ad interessarti alla LUISS? - V.%
 (Domanda a risposta multipla: la percentuale è calcolata considerando il n. delle risposte sul totale dei rispondenti)
 Dal 2006 al 2010

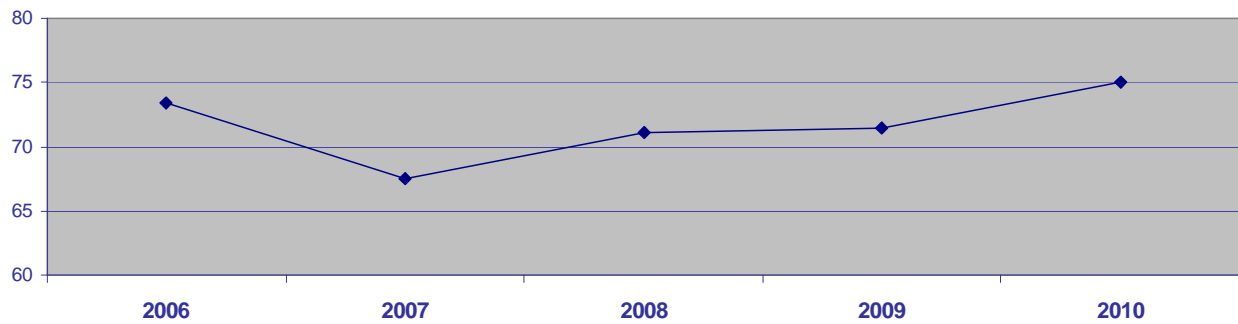


Analogamente al passato (71,5% nel 2009) ed anche più marcatamente, ben il 75% del campione dichiara che sta prendendo in considerazione la possibilità di iscriversi alla LUISS e contemporaneamente anche ad altre Università.

Contemporaneamente, sta considerando la possibilità di iscriversi ad altre Università?



**Contemporaneamente, sta considerando la possibilità di iscriversi ad altre Università?
(dal 2006 al 2010)**



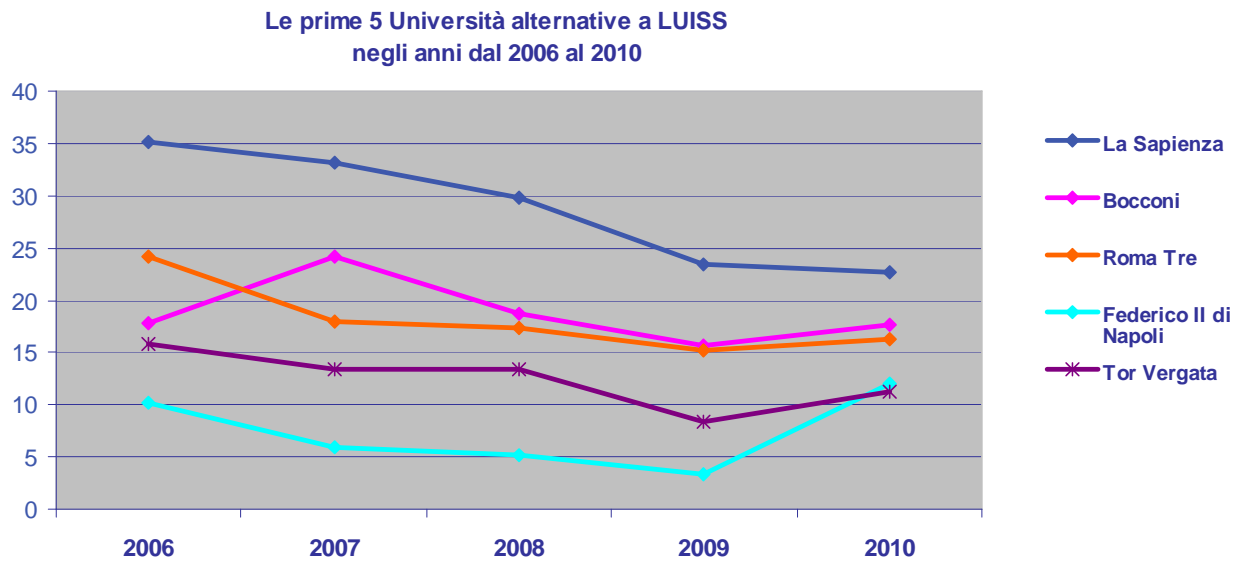
Come avviene ormai da diversi anni, le Università su cui gli intervistati stanno maturando la scelta alternativa alla LUISS sono nell'ordine:

1. La Sapienza: 22,6% (23,4% nel 2009 e 29,8% nel 2008); dunque, sebbene costantemente in calo, da anni sempre stabilmente al primo posto tra le alternative alla LUISS;
2. Bocconi: 17,7% (15,7% nel 2009 e 18,7% nel 2008), dunque ai primi posti più o meno stabilmente;
3. Roma Tre: 16,2% (15,2% nel 2009 e 17,4% nel 2008);

A queste si aggiunge l'Università Federico II di Napoli con il 12%, in forte crescita rispetto allo scorso anno quando registrava solo il 3,4%; c'è da dire che, durante il 2010, hanno partecipato alle giornate di orientamento in LUISS molte più scuole della Campania rispetto al passato.

Dunque l'Università di Tor Vergata, con l'11,3% delle indicazioni (8,4% nel 2009 e 13,4% nel 2008), risulta quest'anno al quinto posto.

Ad ogni modo le prime scelte alternative alla LUISS sono sempre le stesse da diversi anni, anche se c'è sempre una crescente frammentazione e differenziazione tra le altre Università.



È importante sottolineare come le risposte a questa domanda non fossero strutturate ma libere.

Come si evince dalla tabella che segue, per i molti ragazzi che ipotizzano delle scelte alternative alla LUISS, la decisione riguardo all'ateneo non si configura esclusivamente come una scelta tra Università non Statali, né tra Università romane.

14.a1 - Quale Università? (Domanda a risposta multipla: la percentuale è calcolata considerando il n. delle risposte sul totale dei rispondenti)

	Frequenza	Percentuale
1 La Sapienza	274	22,6%
2 Bocconi	215	17,7%
3 Roma Tre	196	16,2%
4 Federico II Napoli	145	12,0%
5 Tor Vergata	137	11,3%
6 Cattolica	97	8,0%
7 Lumsa	47	3,9%
8 Bologna	30	2,5%
9 Pisa	22	1,8%
10 Seconda Università di Napoli	16	1,3%
11 Campus Biomedico	15	1,2%
12 Milano statale	11	0,9%
13 Firenze	10	0,8%
14 Siena	10	0,8%
15 Europea	8	0,7%
16 Bari	8	0,7%
17 San Raffaele - Milano	9	0,7%
18 Salerno	7	0,6%
19 Torino	7	0,6%
20 Molise	5	0,4%
21 Padova	5	0,4%
22 Altro	186	15,3%
N.r.	197	16,2%
Totale	1213	100,0%

(*) La voce "Altro" comprende Università che hanno un numero di preferenze pari o inferiore o pari a 4.

Per quanto riguarda la Facoltà eventualmente scelta in una Università alternativa alla nostra, la maggior parte degli intervistati (60,2% analogamente allo scorso anno) indica Facoltà comprese nell'offerta formativa della LUISS:

1. Economia: 31,9% (31,3% nel 2009);
2. Giurisprudenza: 22,8% (23,6% nel 2009);
3. Scienze Politiche: 5,5% (5,9% nel 2009).

Confermando scelte frammentarie e più dispersive, tutti gli altri indicano Facoltà non comprese nell'offerta formativa LUISS:

1. tra questi è sempre rilevante una quota pari al 12,5% degli intervistati (11% negli ultimi due anni) che indica il settore Medicina, Chirurgia, Odontoiatria, Farmacia e Veterinaria;
2. il 6,2% (7,6% nel 2009 e 5,1% nel 2008) indica Lettere, Lingue, Psicologia, Scienze della Comunicazione, Filosofia;
3. il 9,1% (7,5% nel 2009 e 10,5% nel 2008) indica invece Ingegneria e Architettura.

Considerando che i ragazzi potevano dare più di una risposta, non è da sottovalutare, la quota di coloro che indicano Facoltà che si riferiscono a settori del tutto diversi da quelli presenti alla LUISS. L'incertezza che contraddistingue questa fase della vita e la problematicità della scelta universitaria in particolare, trovano conferma in questa analisi.

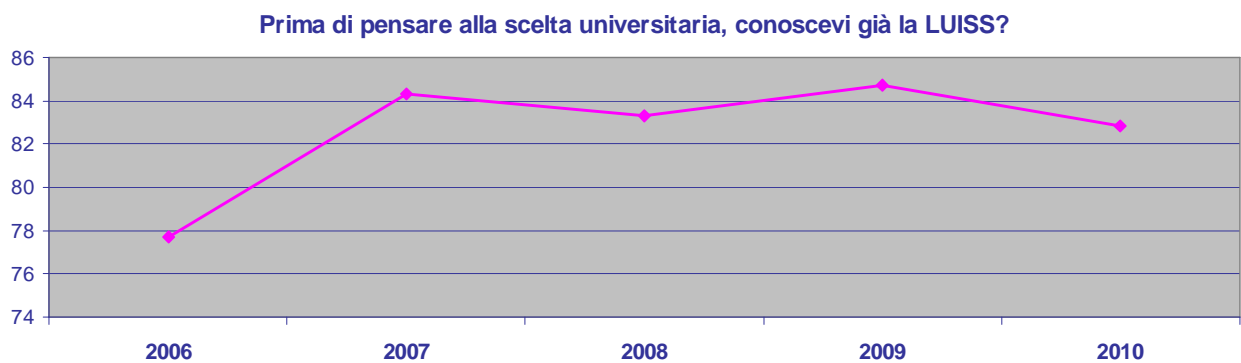
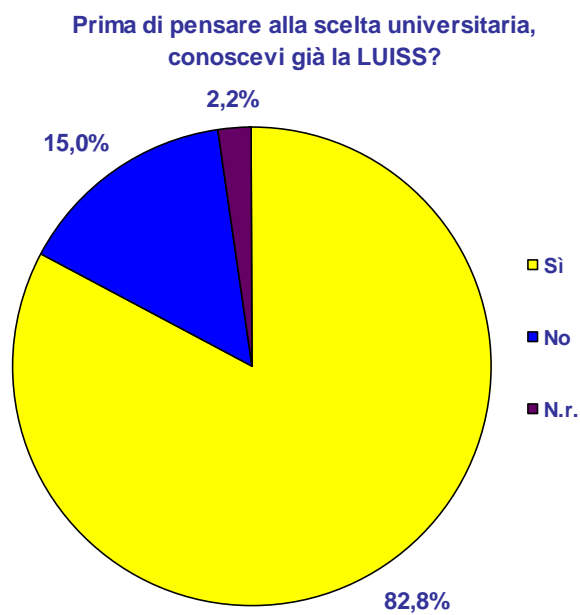
Si deduce comunque che, oltre ad essere costante negli ultimi anni l'indecisione degli intervistati relativamente alla scelta della Facoltà, tale scelta è in qualche modo subordinata alla selezione dell'Ateneo, più che al tipo di studi che si apprestano ad intraprendere.

14.a2 - Quale Facoltà? (Domanda a risposta multipla: la percentuale è calcolata considerando il n. delle risposte sul totale dei rispondenti)

	Frequenza	Percentuale
Economia (e altre ramo economico e/o statistico)	387	31,9%
Giurisprudenza (e altre ramo giuridico)	277	22,8%
Medicina, chirurgia, odontoiatria, farmacia, veterinaria	152	12,5%
Ingegneria/ Architettura	110	9,1%
Lettere, lingue, psicologia, sc. comunicazione, filosofia, storia	75	6,2%
Scienze Politiche	67	5,5%
Matematica, fisica, chimica, biologia	6	0,5%
Altro	40	3,3%
N.r.	306	25,2%
Totale	1213	100,0%

5 - I CANALI DI INFORMAZIONE PER CONOSCERE LA LUISS

Analogamente a quanto dichiarato dai ragazzi negli ultimi anni, ben l'82,8% conosceva la LUISS prima ancora di cominciare a pensare alla scelta universitaria; il 15% ha conosciuto la LUISS soltanto con l'avvicinarsi del momento della scelta universitaria.



Il canale attraverso il quale i nostri potenziali studenti vengono a conoscenza della esistenza della LUISS si conferma senza dubbio il passa parola che circola tra parenti e amici: 76,3% (79,3% nel 2009 e 80,5% nel 2008); segue la scuola (31,1% quest'anno e 35,5% nel 2009) e internet (38,9% quest'anno contro il 31,2% del 2009).

d.16 - Come sei venuto a conoscenza della LUISS?
(Domanda a risposta multipla: la percentuale è calcolata considerando il n. delle risposte sul totale dei rispondenti)

	Frequenza	Percentuale
Parenti/amici	1204	76,3%
Internet	615	38,9%
Scuola	491	31,1%
Televisione	165	10,4%
Stampa	117	7,4%
Saloni dell'orientamento	112	7,1%
Cartelloni pubblicitari	74	4,7%
Giano	46	2,9%
Locandine	38	2,4%
Incontri presso le Associazioni industriali	19	1,2%
Radio	16	1,0%
Altro	47	3,0%
N.r.	21	1,3%
Totale	1579	100,0%

Tra i canali di promozione della LUISS attraverso cui gli intervistati hanno acquisito informazioni sull'Università nell'ultimo anno, spicca ancora, come gli altri anni, Internet con una percentuale estremamente elevata e sempre intorno all'80% che, se sommata alla modalità "Internet attraverso il collegamento da altri siti", raggiunge addirittura il 93.4%.

Con un grande distacco, segue la pubblicità veicolata attraverso gli incontri di orientamento nelle scuole (16,4% sia nel 2010 che nel 2009) e i saloni dell'orientamento (13,5% quest'anno e 18% nel 2009).

Se si sommano le indicazioni relative alle locandine e ai cartelloni pubblicitari si ottiene l'11,8% (11,3% nel 2009). La stampa ha raggiunto nell'ultimo anno il 6,3% dei ragazzi (6,8% nel 2009); televisione e radio hanno invece raggiunto un *target* limitato: rispettivamente il 7,5% per la tv (8,7% nel 2009) e lo 0,9% per la radio (1,4% nel 2009) ha avuto modo nell'ultimo anno di vedere o ascoltare spot riguardanti la LUISS.

d.17 - Nell'ultimo anno, da quali mezzi di informazione hai acquisito informazioni sulla LUISS? (Domanda a risposta multipla: la percentuale è calcolata considerando il n. delle risposte sul totale dei rispondenti)

	Frequenza	Percentuale
Internet (collegamento diretto al sito LUISS)	1247	79,0%
Incontri di orientamento nelle scuole (*)	259	16,4%
Internet (collegamento da altri siti)	227	14,4%
Saloni dell'orientamento	213	13,5%
Televisione	119	7,5%
Cartelloni pubblicitari	106	6,7%
Stampa	99	6,3%
Locandine	80	5,1%
Incontri presso le Associazioni industriali (*)	18	1,1%
Radio	14	0,9%
Altro	62	3,9%
N.r.	36	2,3%
Totale	1579	100,0%

(*) Si precisa che gli incontri che si svolgono in collaborazione con le Associazioni degli industriali vengono spesso organizzati all'interno delle scuole.

ALLEGATO 1: LE TABELLE

d1 - Sesso

	Frequenza	Percentuale
Maschio	681	43,1
Femmina	898	56,9
Totale	1579	100,0

d2 - Età

	Frequenza	Percentuale
Fino a 18 anni	1315	83,3
Diciannove anni	225	14,2
Venti anni	12	,8
Oltre 20 anni	9	,6
N.r.	18	1,1
Totale	1579	100,0

d4 - Tipologia Istituto

	Frequenza	Percentuale
Liceo Classico	617	39,1
Liceo Scientifico	697	44,1
Liceo Artistico	2	,1
Liceo Linguistico	90	5,7
Tecnico Industriale	5	,3
Tecnico Geometra	8	,5
Tecnico Commerciale	72	4,6
Tecnico Agrario	2	,1
Professionale Commerciale	7	,4
Magistrale	25	1,6
Altro	53	3,4
N.r.	1	,1
Totale	1579	100,0

d.5 - Facoltà di interesse

(Domanda a risposta multipla: la percentuale è calcolata considerando il n. delle risposte sul totale dei rispondenti)

	Frequenza	Percentuale
Economia	827	52,4%
Giurisprudenza	597	37,8%
Scienze Politiche	229	14,5%
N.r.	34	2,2%
Totale	1579	100,0%

d.6.1 - REGIONE di residenza

	Frequenza	Percentuale
Liguria	2	,1
Lombardia	3	,2
Piemonte	3	,2
Emilia Romagna	12	,8
Friuli Venezia Giulia	4	,3
Trentino Alto Adige	2	,1
Veneto	10	,6
Lazio	725	45,9
Marche	19	1,2
Toscana	37	2,3
Umbria	15	,9
Abruzzo	73	4,6
Basilicata	34	2,2
Calabria	37	2,3
Campania	400	25,3
Molise	37	2,3
Puglia	121	7,7
Sardegna	13	,8
Sicilia	30	1,9
Estero	2	,1
Totale	1579	100,0

d.6.2 - Area Geografica

	Frequenza	Percentuale
Nord	39	2,5
Centro	795	50,3
Sud	701	44,4
Isole	42	2,7
Estero	2	,1
Totale	1579	100,0

d.7 - N. componenti del nucleo familiare
(compreso l'intervistato)

	Frequenza	Percentuale
Due	43	2,7
Tre	322	20,4
Quattro	853	54,0
Cinque	287	18,2
Più di cinque	68	4,3
N.r.	6	,4
Totale	1579	100,0

d.8a - Titolo di studio del padre

	Frequenza	Percentuale
Fino alla V elementare	13	,8
Terza media	124	7,9
Diploma superiore	600	38,0
Laurea	819	51,9
N.r.	23	1,5

d.8a - Titolo di studio del padre

	Frequenza	Percentuale
Fino alla V elementare	13	,8
Terza media	124	7,9
Diploma superiore	600	38,0
Laurea	819	51,9
N.r.	23	1,5
Totale	1579	100,0

d.8b - Titolo di studio della madre

	Frequenza	Percentuale
Fino alla V elementare	9	,6
Terza media	125	7,9
Diploma superiore	675	42,7
Laurea	747	47,3
N.r.	23	1,5
Totale	1579	100,0

d.9a - Professione del padre

	Frequenza	Percentuale
Artigiano	21	1,3
Commerciante	87	5,5
Dirigente	208	13,2
Imprenditore	235	14,9
Insegnante	36	2,3
Libero professionista	405	25,6
Militare	69	4,4
Operaio/bracciante	33	2,1
Quadro, impiegato	186	11,8
Altro lavoro dipendente	72	4,6
Pensionato	31	2,0
Altro	159	10,1
N.r.	37	2,3
Totale	1579	100,0

d.9b - Professione della madre

	Frequenza	Percentuale
Artigiana	8	,5
Commerciante	86	5,4
Dirigente	85	5,4
Imprenditrice	88	5,6
Insegnante	255	16,1
Libera professionista	202	12,8
Casalinga	318	20,1
Operaia/bracciante	14	,9
Quadro, impiegata	289	18,3
Altro lavoro dipendente	89	5,6
Pensionata	8	,5
Altro	111	7,0
N.r.	26	1,6
Totale	1579	100,0

d.10 - Chi le ha proposto o consigliato di partecipare alla giornata di orientamento? (Domanda a risposta multipla: la percentuale è calcolata considerando il n. delle risposte sul totale dei rispondenti)

	Frequenza	Percentuale
I miei genitori/la famiglia	453	28,7%
I miei amici	219	13,9%
I miei professori a scuola	207	13,1%
Nessuno, è stata una mia idea	724	45,9%
Altro	94	6,0%
N.r.	4	,3%
Totale	1579	100,0%

d.11 - Attraverso quale canale sei venuto a conoscenza della LUISS? (Domanda a risposta multipla: la percentuale è calcolata considerando il n. delle risposte sul totale dei rispondenti)

	Frequenza	Percentuale
La scuola	358	22,7%
Parenti/amici	397	25,1%
Internet	905	57,3%
La stampa	19	1,2%
Altro	94	6,0%
N.r.	2	,1%
Totale	1579	100,0%

d.12a - Una valutazione sulla Giornata di Orientamento rispetto alla Organizzazione/logistica

	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Positiva	1130	71,6	71,6
Abbastanza positiva	375	23,7	95,3
Abbastanza negativa	14	,9	96,2
Negativa	5	,3	96,5
N.r.	55	3,5	100,0
Totale	1579	100,0	

d.12b - Una valutazione sulla Giornata di Orientamento rispetto alla utilità ed efficacia

	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Positiva	922	58,4	58,4
Abbastanza positiva	550	34,8	93,2
Abbastanza negativa	33	2,1	95,3
Negativa	4	,3	95,6
N.r.	70	4,4	100,0
Totale	1579	100,0	

**d.12c - Una valutazione sulla Giornata di Orientamento
rispetto alla efficacia comunicazione relatori**

	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Positiva	1144	72,5	72,5
Abbastanza positiva	346	21,9	94,4
Abbastanza negativa	17	1,1	95,4
Negativa	7	,4	95,9
N.r.	65	4,1	100,0
Totale	1579	100,0	

**d.12d - Una valutazione sulla Giornata di Orientamento
rispetto al materiale informativo**

	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Positiva	1112	70,4	70,4
Abbastanza positiva	393	24,9	95,3
Abbastanza negativa	18	1,1	96,5
Negativa	4	,3	96,7
N.r.	52	3,3	100,0
Totale	1579	100,0	

**d.13 - Quali sono i principali motivi che ti inducono ad interessarti alla LUISS?
(Domanda a risposta multipla: la percentuale è calcolata in base
alle risposte e non ai rispondenti)**

	Frequenza	Percentuale
Vorrei iscrivermi ad una università privata	125	7,9%
Vorrei iscrivermi ad una università romana	108	6,8%
Vorrei iscrivermi ad una università prestigiosa	547	34,6%
Penso che iscrivendomi alla LUISS troverò lavoro facilmente	742	47,0%
Penso che sarei più seguito negli studi	754	47,8%
Parenti/amici me ne hanno parlato bene	262	16,6%
Fratelli/sorelle hanno frequentato/frequentano la LUISS	43	2,7%
Sono interessato ad un particolare corso di st. della LUISS	241	15,3%
So che il corpo docente è di elevata qualità	620	39,3%
Il numero chiuso	72	4,6%
Per nessun motivo particolare	58	3,7%
Altro	26	1,6%
N.r.	40	2,5%
Totale	1579	100,0%

**d.14 - Contemporaneamente, stai considerando la possibilità
di iscriverti ad altre Università?**

	Frequenza	Percentuale
Sì	1184	75,0
No	366	23,2
N.r.	29	1,8
Totale	1579	100,0

14.a1 - Quale Università? (Domanda a risposta multipla: la percentuale è calcolata considerando il n. delle risposte sul totale dei rispondenti)

	Frequenza	Percentuale
La Sapienza	274	22,6%
Bocconi	215	17,7%
Roma Tre	196	16,2%
Federico II Napoli	145	12,0%
Tor Vergata	137	11,3%
Cattolica	97	8,0%
Lumsa	47	3,9%
Bologna	30	2,5%
Pisa	22	1,8%
Seconda Università di Napoli	16	1,3%
Campus Biomedico	15	1,2%
Milano statale	11	,9%
Firenze	10	,8%
Siena	10	,8%
Europea	8	,7%
Bari	8	,7%
San Raffaele - Milano	9	,7%
Salerno	7	,6%
Torino	7	,6%
Molise	5	,4%
Padova	5	,4%
Altro	186	15,3%
N.r.	197	16,2%
Totale	1213	100,0%

14.a2 - Quale Facoltà? (Domanda a risposta multipla: la percentuale è calcolata considerando il n. delle risposte sul totale dei rispondenti)

	Frequenza	Percentuale
Economia (e altre ramo economico e/o statistico)	387	31,9%
Giurisprudenza (e altre ramo giuridico)	277	22,8%
Lettere, lingue, psic., sc. comunicaz., filosofia, storia	75	6,2%
Medicina, chirurgia, odont., farmacia, veterinaria	152	12,5%
Scienze Politiche	67	5,5%
Ingegneria, Architettura	110	9,1%
Matematica, fisica, chimica, biologia	6	,5%
Altro	40	3,3%
N.r.	306	25,2%
Totale	1213	100,0%

d.15 - Prima di pensare alla scelta universitaria, conoscevi già la LUISS?

	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Si	1308	82,8	82,8
No	237	15,0	97,8
N.r.	34	2,2	100,0
Totale	1579	100,0	

d.16 - Come sei venuto a conoscenza della LUISS?

(Domanda a risposta multipla: la percentuale è calcolata considerando il n. delle risposte sul totale dei rispondenti)

	Frequenza	Percentuale
Scuola	491	31,1%
Parenti/amici	1204	76,3%
Internet	615	38,9%
Stampa	117	7,4%
Televisione	165	10,4%
Radio	16	1,0%
Locandine	38	2,4%
Cartelloni pubblicitari	74	4,7%
Saloni dell'orientamento	112	7,1%
Incontri presso le Associazioni industriali	19	1,2%
Giano	46	2,9%
Altro	47	3,0%
N.r.	21	1,3%
Totale	1579	100,0%

d.17 - Nell'ultimo anno, da quali mezzi di informazione hai acquisito informazioni sulla LUISS? (Domanda a risposta multipla: la percentuale è calcolata considerando il n. delle risposte sul totale dei rispondenti)

	Frequenza	Percentuale
Internet (collegamento diretto al sito LUISS)	1247	79,0%
Incontri di orientamento nelle scuole	259	16,4%
Internet (collegamento da altri siti)	227	14,4%
Saloni dell'orientamento	213	13,5%
Televisione	119	7,5%
Cartelloni pubblicitari	106	6,7%
Stampa	99	6,3%
Locandine	80	5,1%
Incontri presso le Associazioni industriali	18	1,1%
Radio	14	0,9%
Altro	62	3,9%
N.r.	36	2,3%
Totale	1579	100,0%

ALLEGATO 2: IL QUESTIONARIO

Questionario
Giornata di Orientamento della Luiss Guido Carli

Ai sensi dell'art. 12 comma 1 lett. d della legge 675/96, tutte le informazioni raccolte saranno trattate in forma anonima e saranno utilizzate esclusivamente allo scopo specifico della presente iniziativa di studio.

Questionario n. (a cura della LUISS)

Informazioni generali

1. Sesso

(1) Maschio(2) Femmina

2. Età

(1) Fino a 18 anni(2) 19 anni(3) 20 anni(4) Oltre 20 anni

3. Nome Istituto di provenienza

.....

4. Tipologia di Istituto

(1) Liceo Classico(2) Liceo Scientifico(3) Liceo Artistico(4) Liceo Linguistico(5) Tecnico Industriale(6) Tecnico Geometra(7) Tecnico Commerciale(8) Tecnico Agrario(9) Professionale Industriale(10) Professionale Commerciale(11) Magistrale(12) Altro (*specificare*

5. Facoltà di interesse

(1) Economia(2) Giurisprudenza(3) Scienze Politiche

6. Provenienza dello studente

(1) In sede (Roma)(2) Fuori sede nella provincia di Roma(3) Fuori sede nel Lazio (*specificare la sigla*)(4) Fuori sede in altra regione (*specificare la sigla*)

6.1 REGIONE di residenza

(1) **Valle d'Aosta**(2) **Liguria**(3) **Lombardia**(4) **Piemonte**(5) **Emilia Romagna**(6) **Friuli Venezia Giulia**(7) **Trentino Alto Adige**(8) **Veneto**(9) **Lazio**(10) **Marche**(11) **Toscana**(12) **Umbria**(13) **Abruzzo**(14) **Basilicata**(15) **Calabria**(16) **Campania**(17) **Molise**(18) **Puglia**(19) **Sardegna**(20) **Sicilia**(21) **Eestero**

La famiglia**7. Numero componenti del nucleo familiare (compreso lei)**

- | | | | |
|------------------------------|-----|------------------------------|---------------|
| (1) <input type="checkbox"/> | Due | (3) <input type="checkbox"/> | Quattro |
| (2) <input type="checkbox"/> | Tre | (4) <input type="checkbox"/> | Cinque |
| | | (5) <input type="checkbox"/> | Più di cinque |

8. Titolo di studio dei genitori**8a. Titolo di studio del padre**

- | | |
|------------------------------|------------------------|
| (1) <input type="checkbox"/> | Fino alla V elementare |
| (2) <input type="checkbox"/> | Terza media |
| (3) <input type="checkbox"/> | Diploma superiore |
| (4) <input type="checkbox"/> | Laurea |

8b. Titolo di studio della madre

- | | |
|------------------------------|------------------------|
| (1) <input type="checkbox"/> | Fino alla V elementare |
| (2) <input type="checkbox"/> | Terza media |
| (3) <input type="checkbox"/> | Diploma superiore |
| (4) <input type="checkbox"/> | Laurea |

9. Professione dei genitori**9a. Professione del padre**

- | | |
|-------------------------------|-------------------------|
| (1) <input type="checkbox"/> | Artigiano |
| (2) <input type="checkbox"/> | Commerciante |
| (3) <input type="checkbox"/> | Dirigente |
| (4) <input type="checkbox"/> | Imprenditore |
| (5) <input type="checkbox"/> | Insegnante |
| (6) <input type="checkbox"/> | Libero professionista |
| (7) <input type="checkbox"/> | Militare |
| (8) <input type="checkbox"/> | Operaio/bracciante |
| (9) <input type="checkbox"/> | Quadro, impiegato |
| (10) <input type="checkbox"/> | Altro lavoro dipendente |
| (11) <input type="checkbox"/> | Pensionato |
| (12) <input type="checkbox"/> | Altro _____ |

9b. Professione della madre

- | | |
|-------------------------------|-------------------------|
| (1) <input type="checkbox"/> | Artigiana |
| (2) <input type="checkbox"/> | Commerciante |
| (3) <input type="checkbox"/> | Dirigente |
| (4) <input type="checkbox"/> | Imprenditrice |
| (5) <input type="checkbox"/> | Insegnante |
| (6) <input type="checkbox"/> | Libero professionista |
| (7) <input type="checkbox"/> | Casalinga |
| (8) <input type="checkbox"/> | Operaia/bracciante |
| (9) <input type="checkbox"/> | Quadro, impiegata |
| (10) <input type="checkbox"/> | Altro lavoro dipendente |
| (11) <input type="checkbox"/> | Pensionata |
| (12) <input type="checkbox"/> | Altro _____ |

La Giornata di Orientamento della LUISS Guido Carli**10. Chi ti ha proposto/congiato di partecipare alla Giornata di Orientamento della LUISS?***(Sono possibili più risposte)*

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| (1) <input type="checkbox"/> | I miei genitori/la famiglia |
| (2) <input type="checkbox"/> | I miei amici |
| (3) <input type="checkbox"/> | I miei professori a scuola |
| (4) <input type="checkbox"/> | Nessuno, è stata una mia idea |
| (5) <input type="checkbox"/> | Altro (specificare _____) |

11. Attraverso quale canale sei venuto a conoscenza della Giornata di Orientamento della LUISS?*(Sono possibili più risposte)*

- | | |
|------------------------------|---------------------------|
| (1) <input type="checkbox"/> | La scuola |
| (2) <input type="checkbox"/> | Parenti/amici |
| (3) <input type="checkbox"/> | Internet |
| (4) <input type="checkbox"/> | Stampa |
| (5) <input type="checkbox"/> | Altro (specificare _____) |

12. Una valutazione complessiva rispetto ai seguenti aspetti relativi alla Giornata di Orientamento...**12a. Organizzazione/logistica**

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| (1) <input type="checkbox"/> | Positiva |
| (2) <input type="checkbox"/> | Abbastanza positiva |
| (3) <input type="checkbox"/> | Abbastanza negativa |
| (4) <input type="checkbox"/> | Negativa |

12b. Utilità ed efficacia

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| (1) <input type="checkbox"/> | Positiva |
| (2) <input type="checkbox"/> | Abbastanza positiva |
| (3) <input type="checkbox"/> | Abbastanza negativa |
| (4) <input type="checkbox"/> | Negativa |

12c. Efficacia comunicazione relatori

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| (1) <input type="checkbox"/> | Positiva |
| (2) <input type="checkbox"/> | Abbastanza positiva |
| (3) <input type="checkbox"/> | Abbastanza negativa |
| (4) <input type="checkbox"/> | Negativa |

12d. Materiale informativo

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| (1) <input type="checkbox"/> | Positiva |
| (2) <input type="checkbox"/> | Abbastanza positiva |
| (3) <input type="checkbox"/> | Abbastanza negativa |
| (4) <input type="checkbox"/> | Negativa |

L'interesse per la LUISS Guido Carli

13. Quali sono i principali motivi che ti inducono ad interessarti alla LUISS Guido Carli?

(Sono possibili più risposte)

- (1) Vorrei iscrivermi ad una Università privata
 (2) Vorrei iscrivermi ad una Università romana
 (3) Vorrei iscrivermi ad una Università prestigiosa
 (4) Penso che iscrivendomi alla LUISS troverò lavoro più facilmente
 (5) Penso che sarei più seguito negli studi
 (6) Parenti/amici me ne hanno parlato bene
 (7) Ho fratelli/sorelle che hanno frequentato la LUISS o che la frequentano
 (8) Sono interessato ad un particolare corso di studi della LUISS
 (9) So che il corpo docente è di elevata qualità
 (10) Il numero chiuso
 (11) Per nessun motivo particolare
 (12) Altro (specificare _____)

14. Contemporaneamente, stai considerando la possibilità di iscriverti ad altre Università?

- (1) Sì (2) No

14a. ..se sì, quali Università?

(Sono possibili più risposte)

14.a.1. Università

- (1) Università: _____
 (2) Università: _____
 (3) Università: _____
 (4) Università: _____

14.a.2. Facoltà

- (1) Facoltà: _____
 (2) Facoltà: _____
 (3) Facoltà: _____
 (4) Facoltà: _____

I canali di informazione per conoscere la LUISS

15. Prima di pensare alla scelta universitaria, conoscevi già la LUISS?

- (1) Sì (2) No

16. Come sei venuto a conoscenza della esistenza della LUISS?

(Sono possibili più risposte)

- (1) Scuola (7) Locandine
 (2) Parenti/amici (8) Cartelloni pubblicitari
 (3) Internet (9) Saloni dell'orientamento
 (4) Stampa (10) Incontri presso le Associazioni Industriali
 (5) Televisione (11) "Giano - Dialoga con LUISS"
 (6) Radio (12) Altro (specificare _____)

17. Nell'ultimo anno, da quali mezzi pubblicitari hai acquisito informazioni sulla LUISS?

(Sono possibili più risposte)

- (1) Internet (collegamento diretto al sito LUISS) (6) Locandine
 (2) Internet (collegamento da altri siti) (7) Cartelloni pubblicitari
 (3) Stampa (8) Saloni dell'orientamento
 (4) Televisione (9) Incontri di orientamento nelle scuole
 (5) Radio (10) Incontri presso le Associazioni Industriali
 (11) Altro (specificare _____)

GRAZIE PER LA COLLABORAZIONE