



Good Practice 2017

Laboratorio piano della performance
Coinvolgimento utenti

MIP

POLITECNICO DI MILANO
GRADUATE SCHOOL
OF BUSINESS

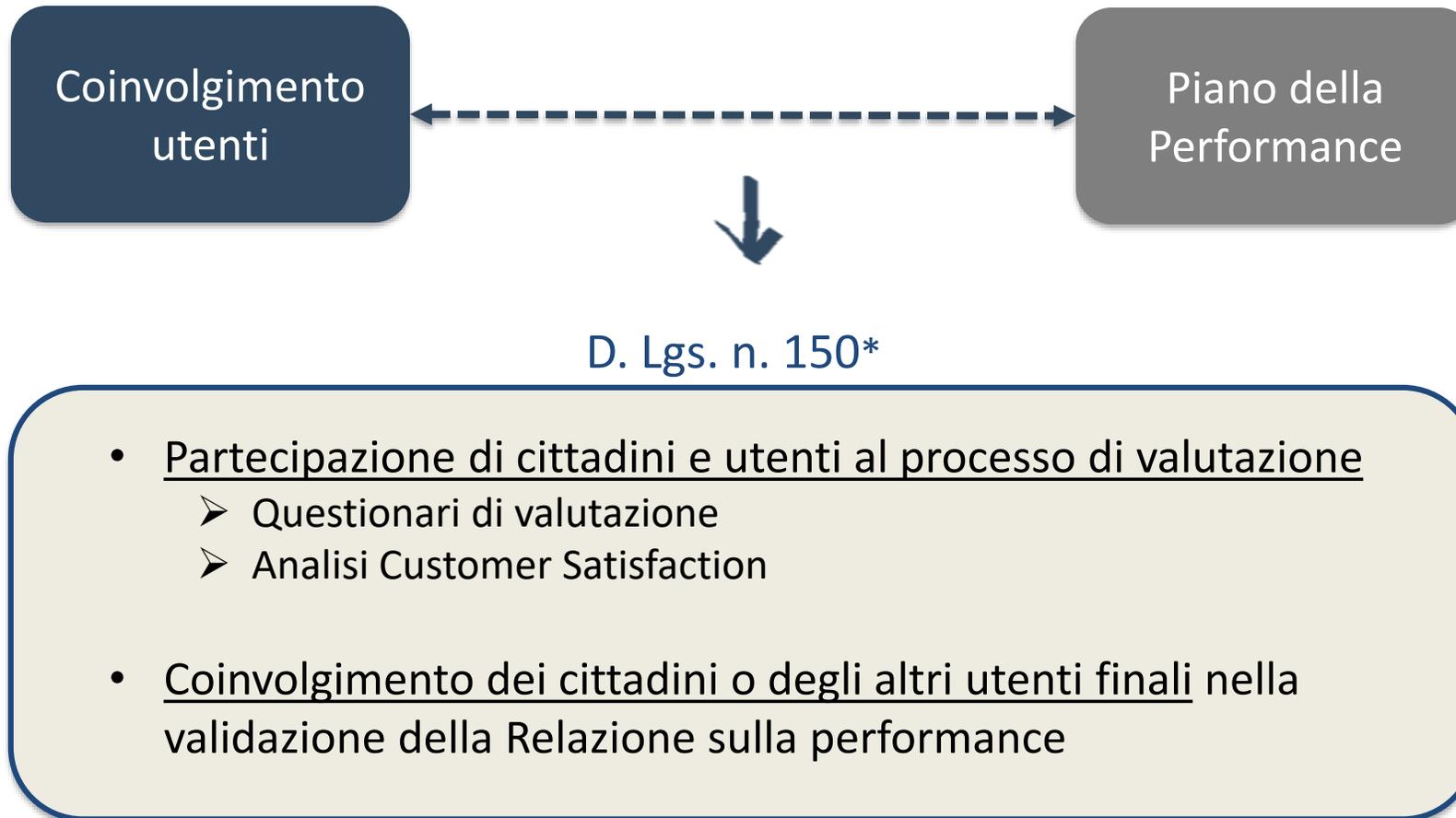
FT
Executive Education
Ranking 2015

FT
European Business Schools
Ranking 2014

EFMD
EQUIS
ACCREDITED

ASSOCIATION
OF AMBA
ACCREDITED

Laboratorio coinvolgimento degli utenti: il contesto



* Modifica del decreto legislativo n. 150/2009, c.d. "decreto Brunetta"

Laboratorio coinvolgimento degli utenti: obiettivo e fasi

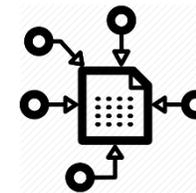


Obiettivo del progetto: analizzare le pratiche degli Atenei in termini di **coinvolgimento** degli **studenti** nel miglioramento o nella progettazione dei **servizi di supporto**.

Fase 1

Informazioni raccolte:

- Descrizione del servizio
- Modalità di coinvolgimento degli studenti
- Numero di studenti coinvolti
- Referente del servizio
- Eventuale coinvolgimento accademici



Raccolta Dati

Fase 2

- Definizione delle metriche e della Matrice di riferimento
- Posizionamento delle iniziative rispetto alla Matrice di riferimento



Analisi delle Iniziative

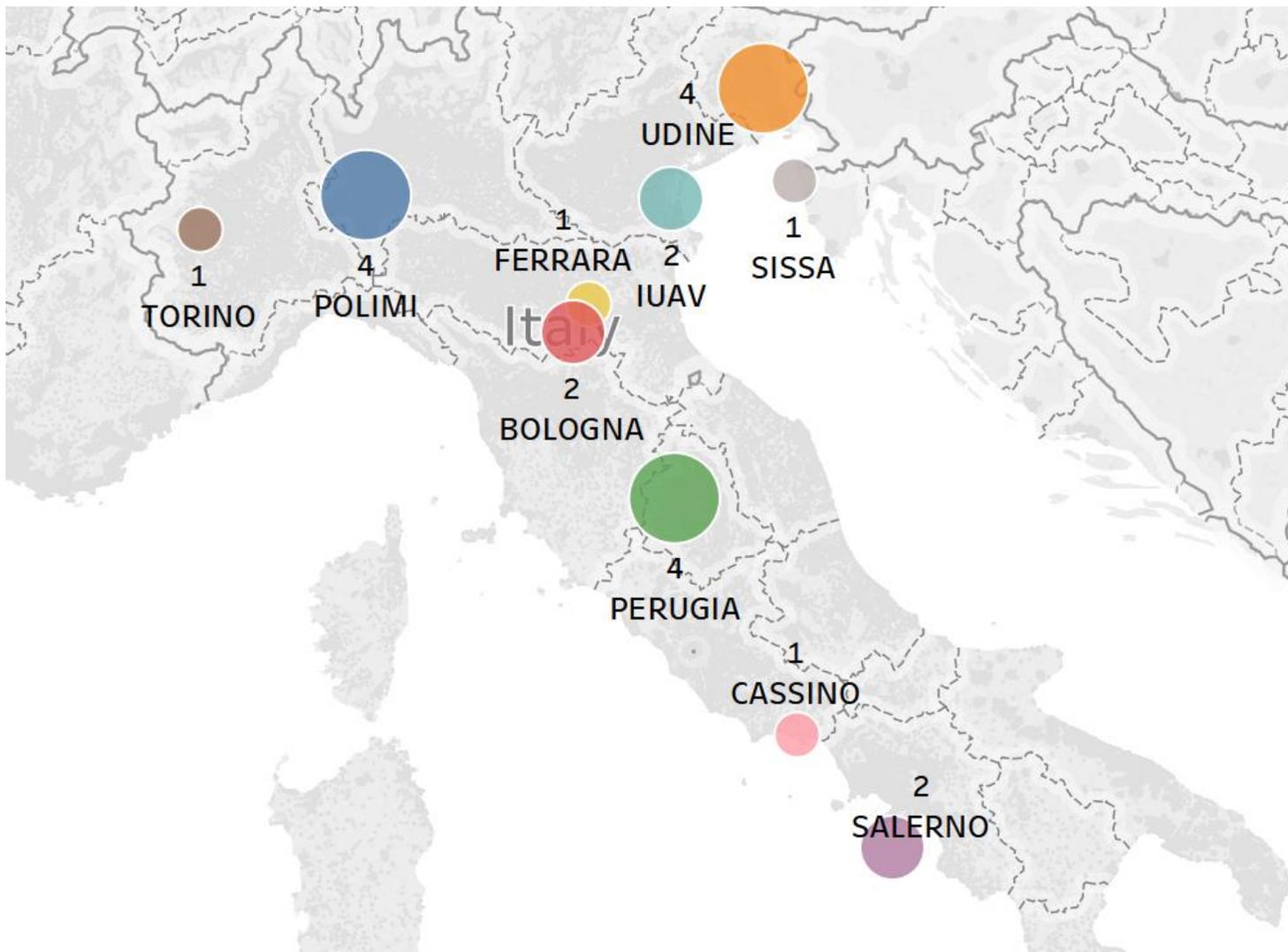
Fase 3

- Il caso IUAV e il caso PoliMi



Presentazione casi di Interesse

Quadro di insieme delle iniziative proposte



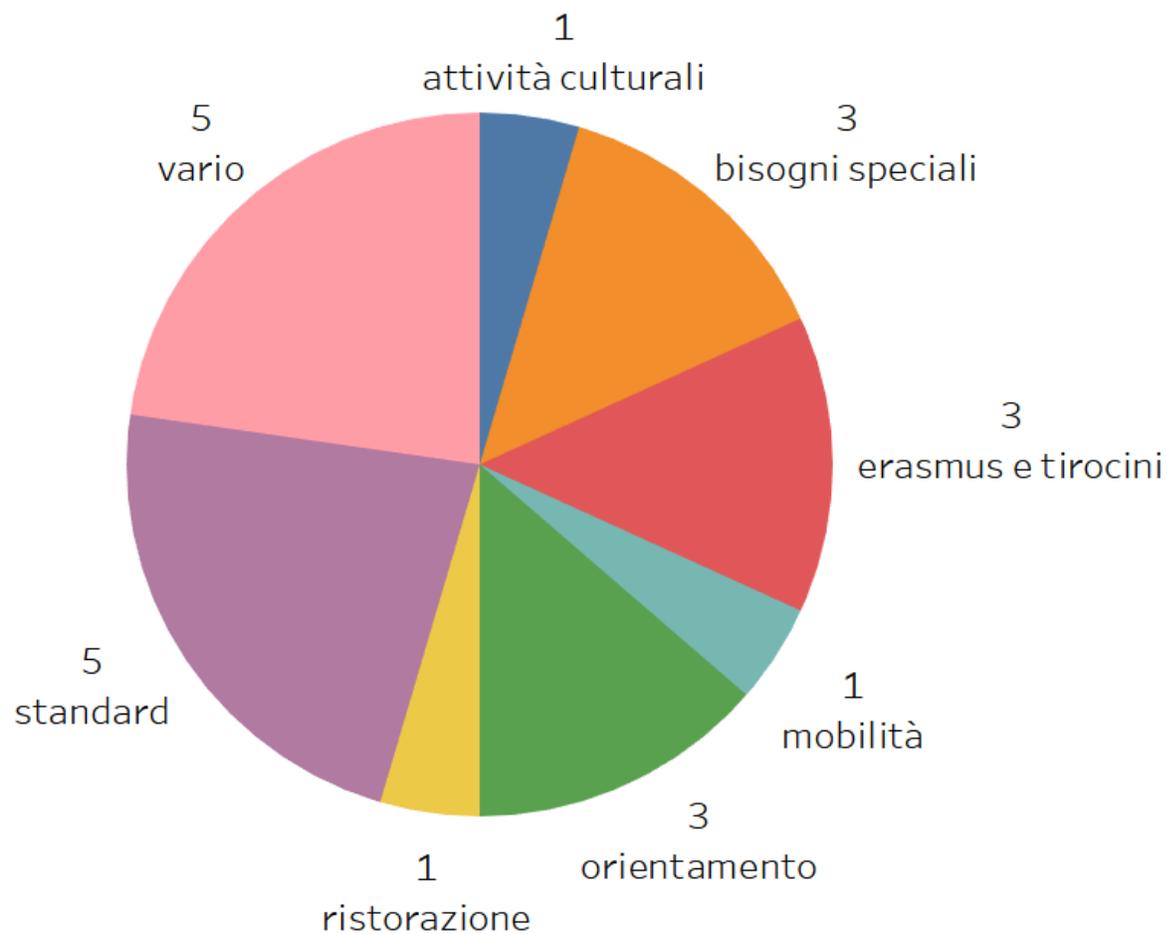
10 atenei hanno segnalato un totale di **22 iniziative** di coinvolgimento

- BOLOGNA
- CASSINO
- FERRARA
- IUAV
- PERUGIA
- POLIMI
- SALERNO
- SISSA
- TORINO
- UDINE

Numero di iniziative per ateneo



Quadro di insieme delle iniziative proposte: tipologia di servizio



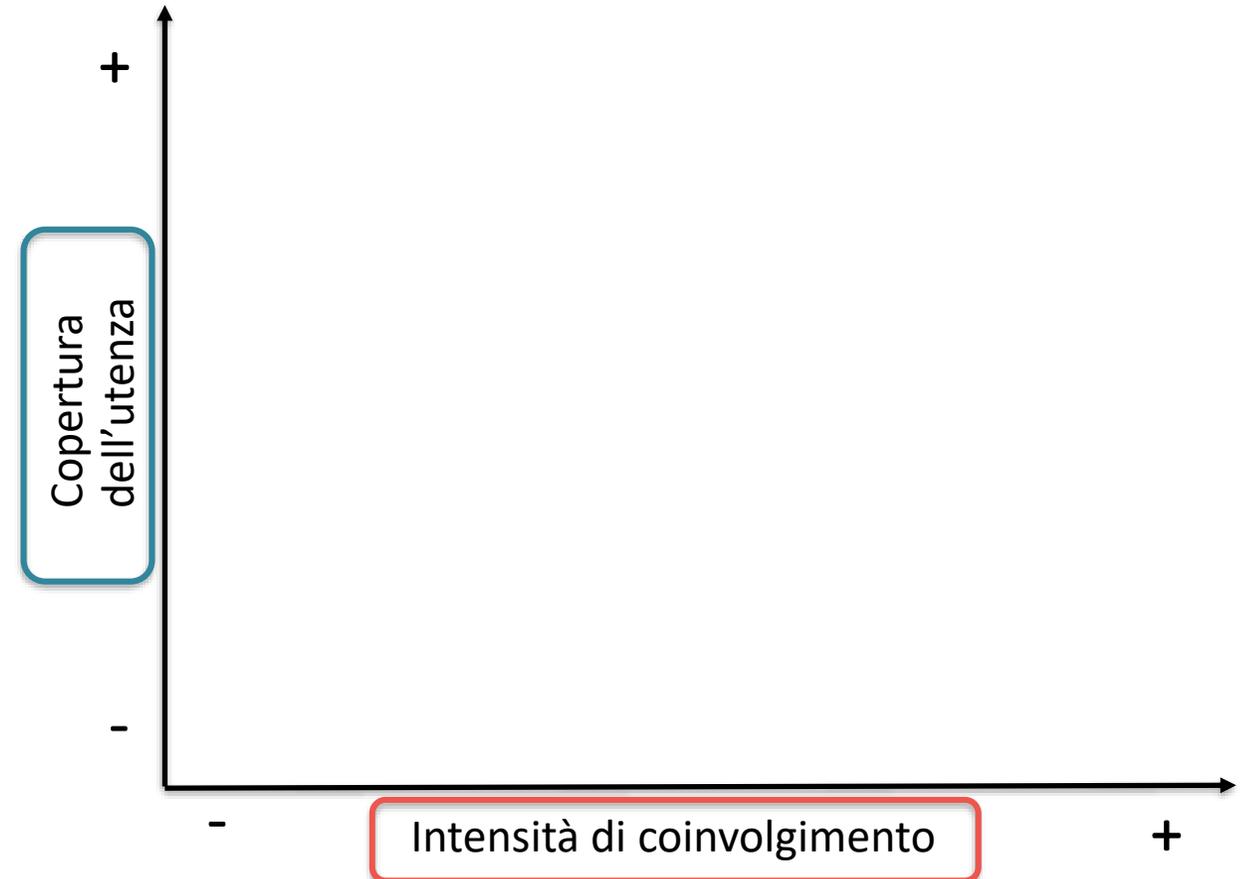
- Attività culturali
- Servizi per bisogni speciali (es: assistenza disabili, supporto psicologico)
- Servizi di Erasmus e tirocini curriculari
- Servizi di mobilità e trasporti (es: bike sharing etc.)
- Servizi di orientamento (es: welcome-day, immatricolazione)
- Servizi di ristorazione (mense e ristoranti convenzionati)
- Servizi standard (es: segreteria studenti)
- Servizi vari (in cui il coinvolgimento non è legato specificatamente ad un solo servizio)

Il Framework

Il **primo risultato** dell'analisi delle iniziative è l'individuazione di un **Framework di riferimento**.

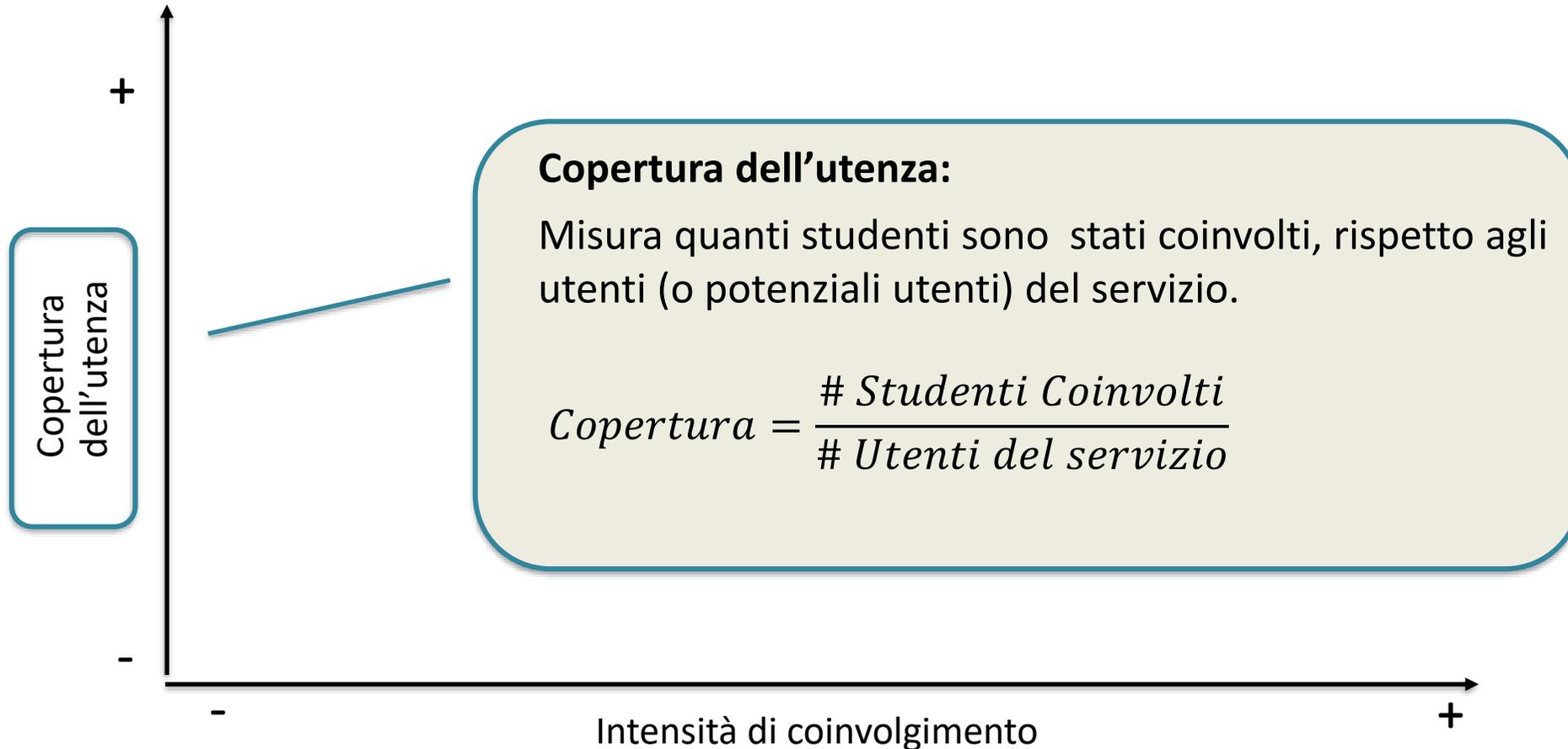
Il framework si sviluppa rispetto a **due dimensioni**:

- **Copertura dell'utenza**
- **Intensità di coinvolgimento**
 - Valutazione
 - Partecipazione e feedback informali
 - Design

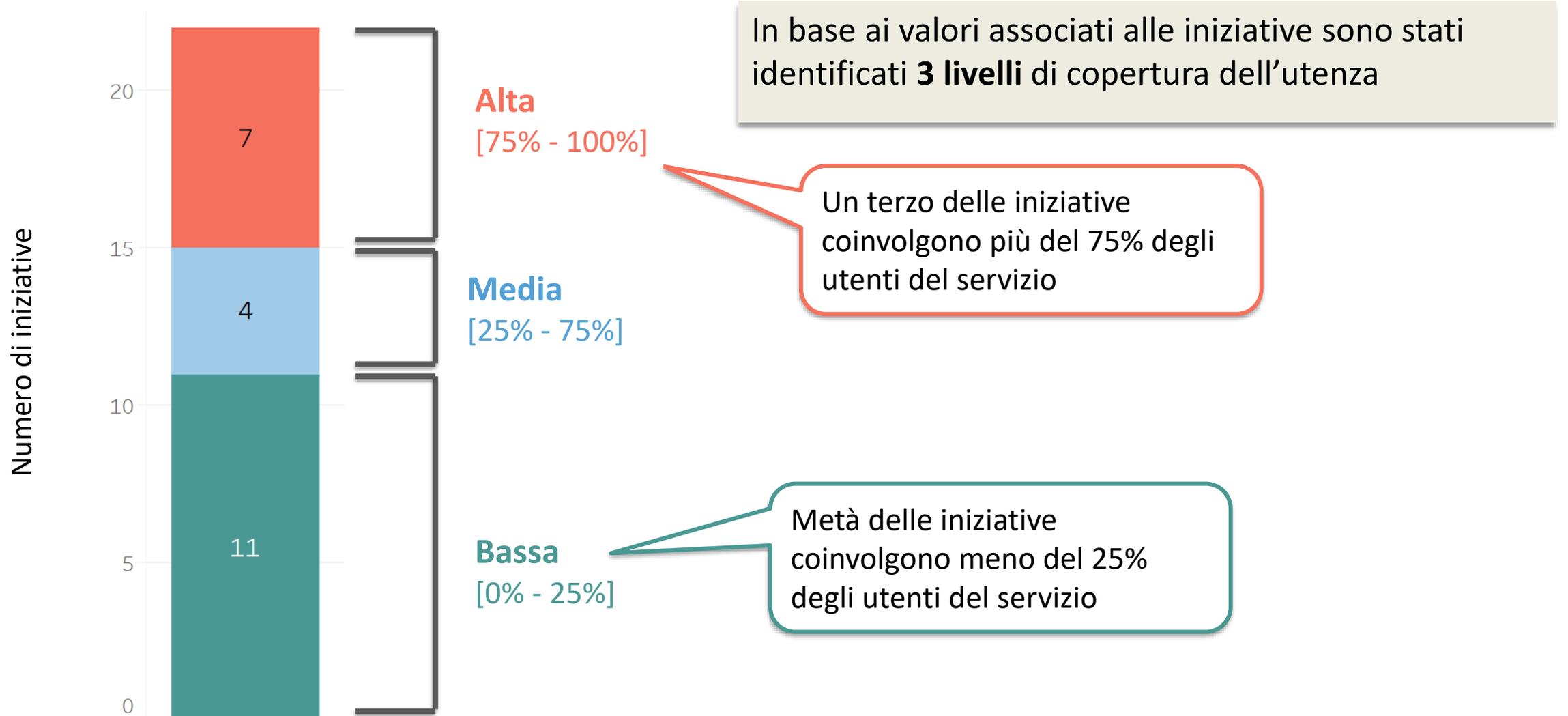


Il Framework: copertura dell'utenza (1/2)

Framework di riferimento: matrice attraverso cui posizionare le iniziative proposte

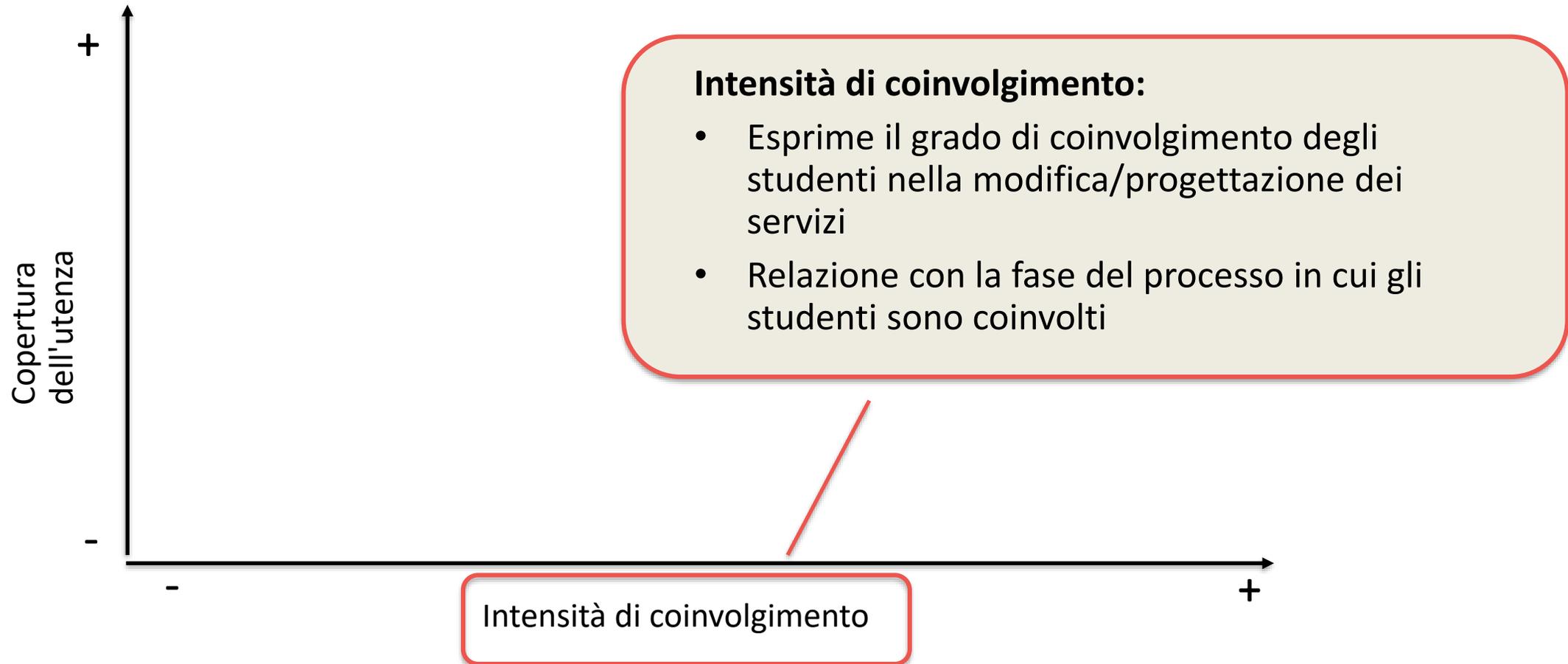


Il Framework: copertura dell'utenza (2/2)



Il Framework: intensità di coinvolgimento (1/3)

Framework di riferimento: matrice attraverso cui posizionare le iniziative proposte

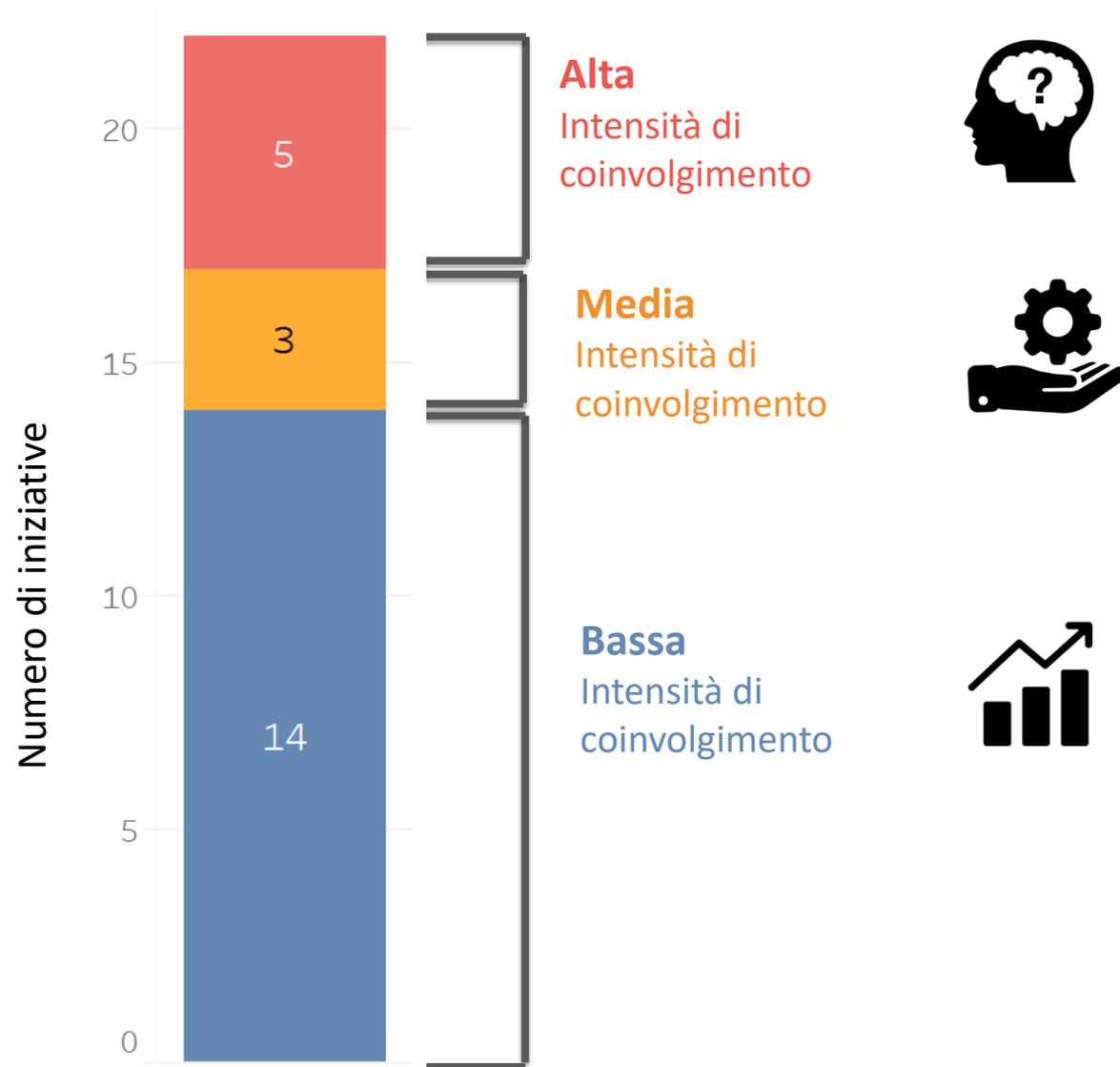


Il Framework: intensità di coinvolgimento (2/3)

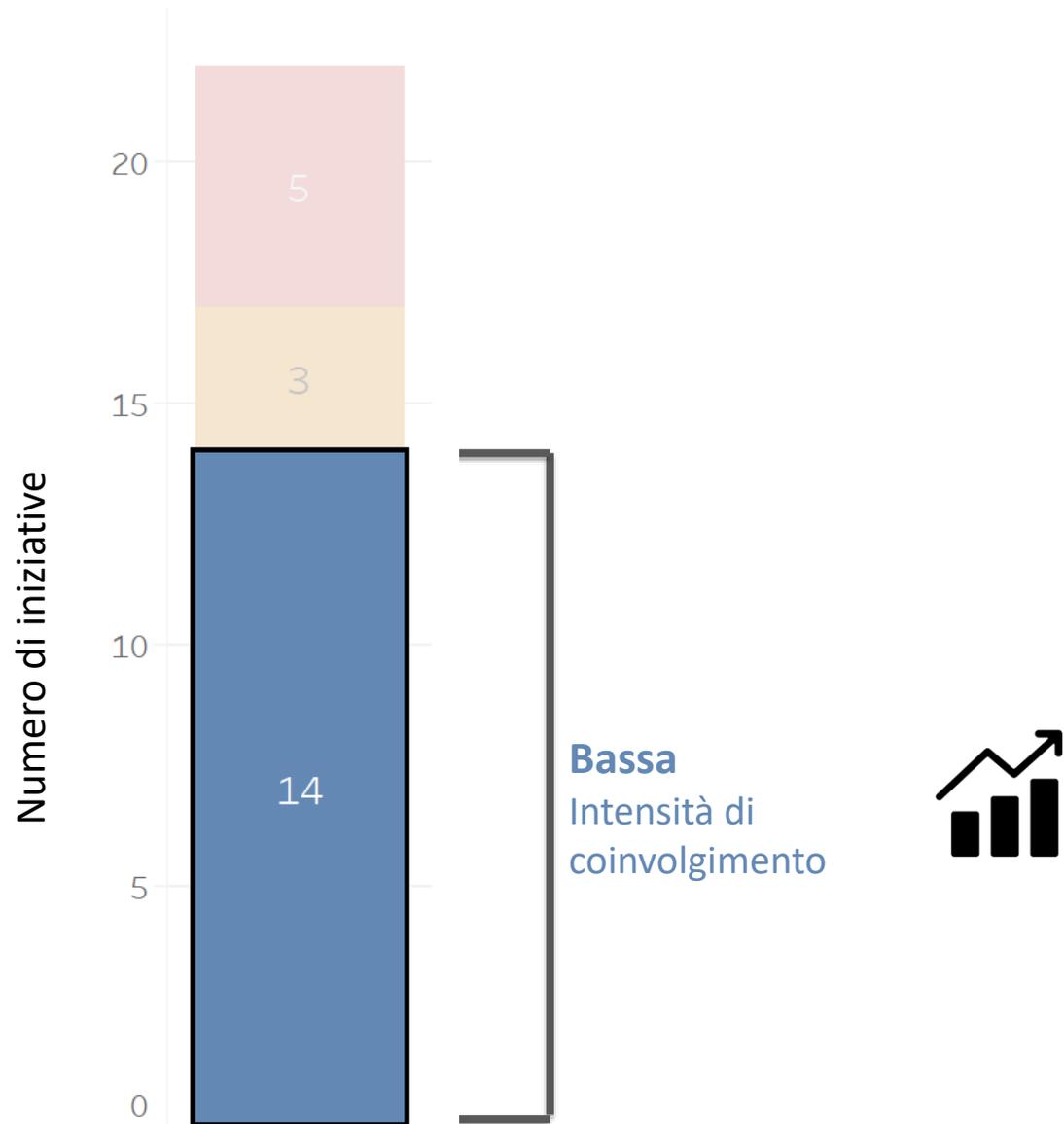
- La misurazione dell'intensità di coinvolgimento è avvenuta sulla base delle **fasi del processo** in cui gli studenti sono coinvolti.
- Sono state considerate **3 fasi**, corrispondenti a **3 livelli di intensità di coinvolgimento**:



Il Framework: intensità di coinvolgimento (3/3)



Il Framework: intensità di coinvolgimento (3/3)



**Intensità di coinvolgimento bassa:
Fase di valutazione**

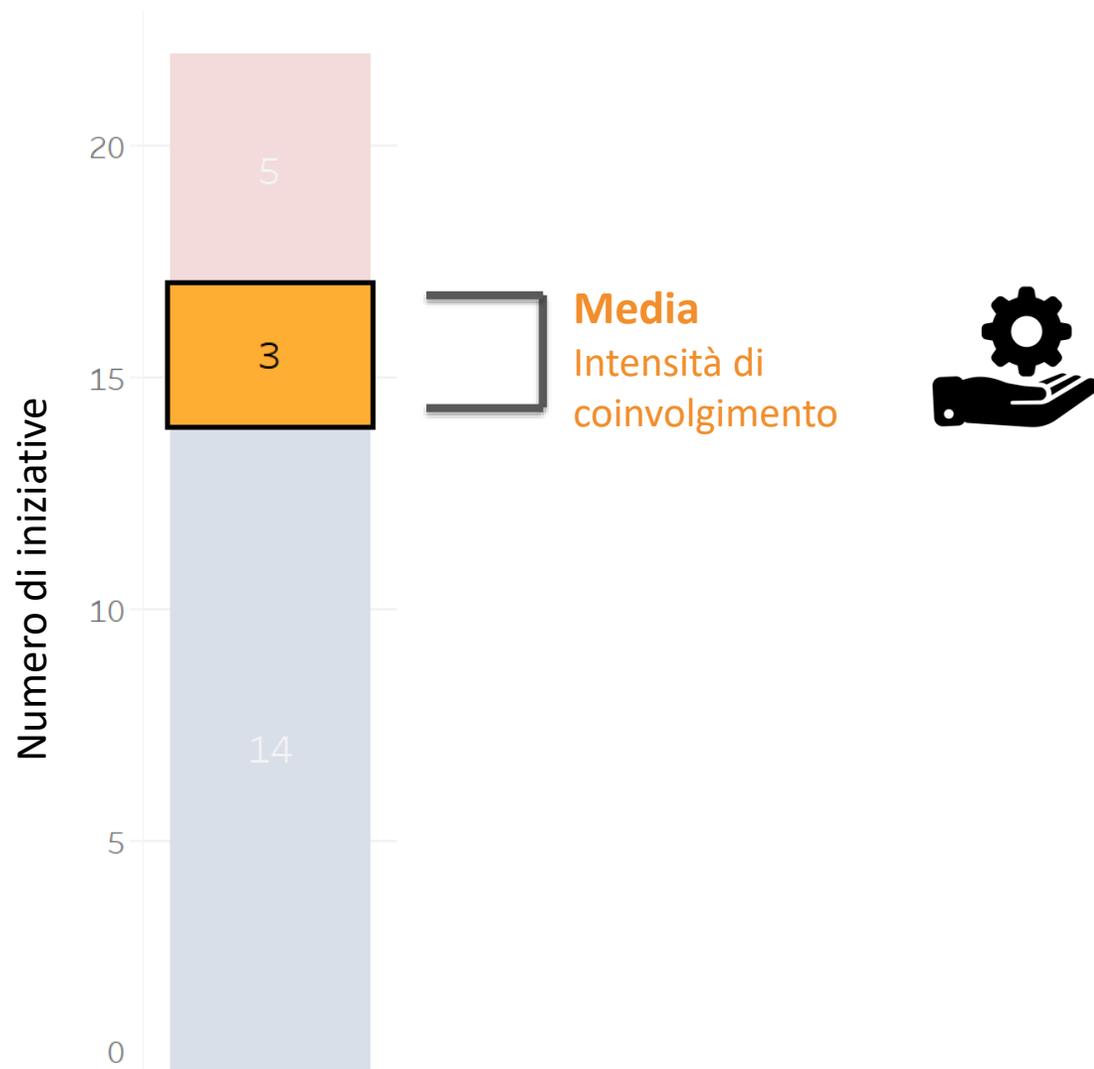
Esempio: Customer satisfaction

Sissa

I risultati della customer satisfaction di Good Practice insieme a interviste ad hoc agli studenti sono utilizzati al fine di modificare e **migliorare i servizi esistenti.**



Il Framework: intensità di coinvolgimento (3/3)



**Intensità di coinvolgimento
media: Fase di partecipazione**

Esempio: «Ambassador»

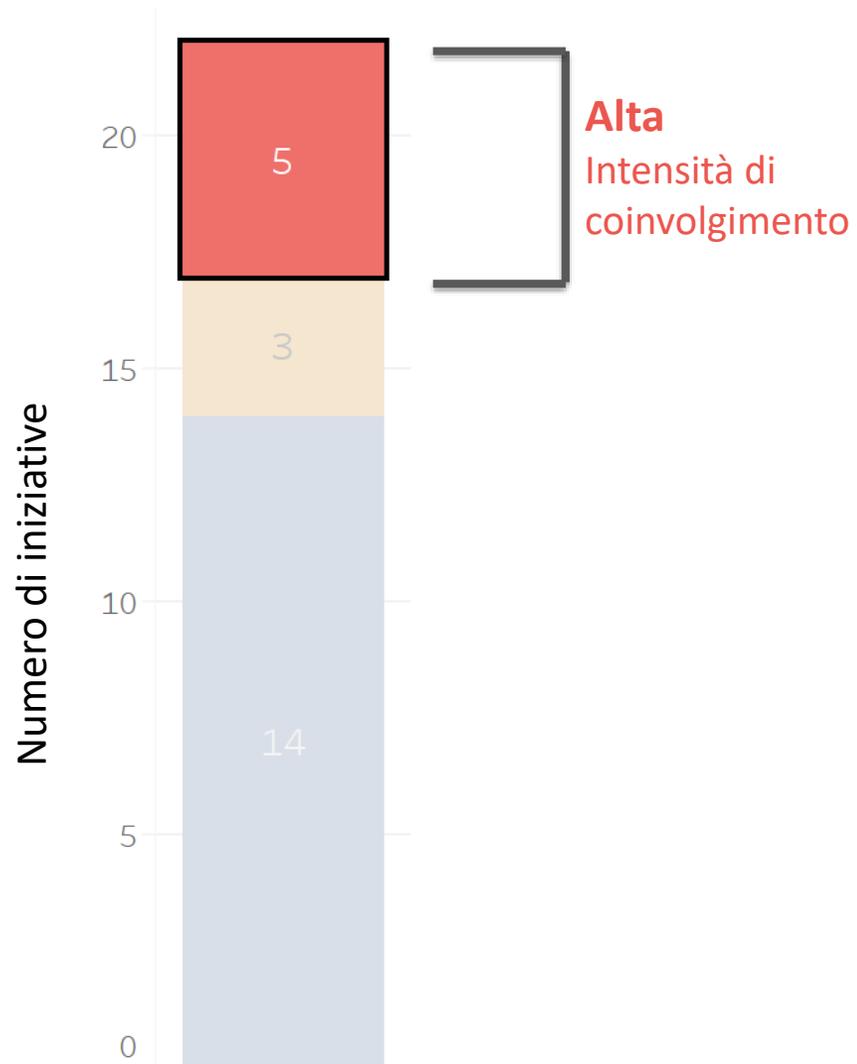
Uni Salerno

Gli studenti rientrati da un'esperienza all'estero possono ricoprire il ruolo di «**ambassadors**» dei paesi in cui hanno svolto la propria esperienza.

L'obiettivo è quello di fornire un **servizio di supporto e orientamento** agli studenti che desiderano svolgere un'esperienza all'estero.



Il Framework: intensità di coinvolgimento (3/3)



**Intensità di coinvolgimento alta:
Fase di design**

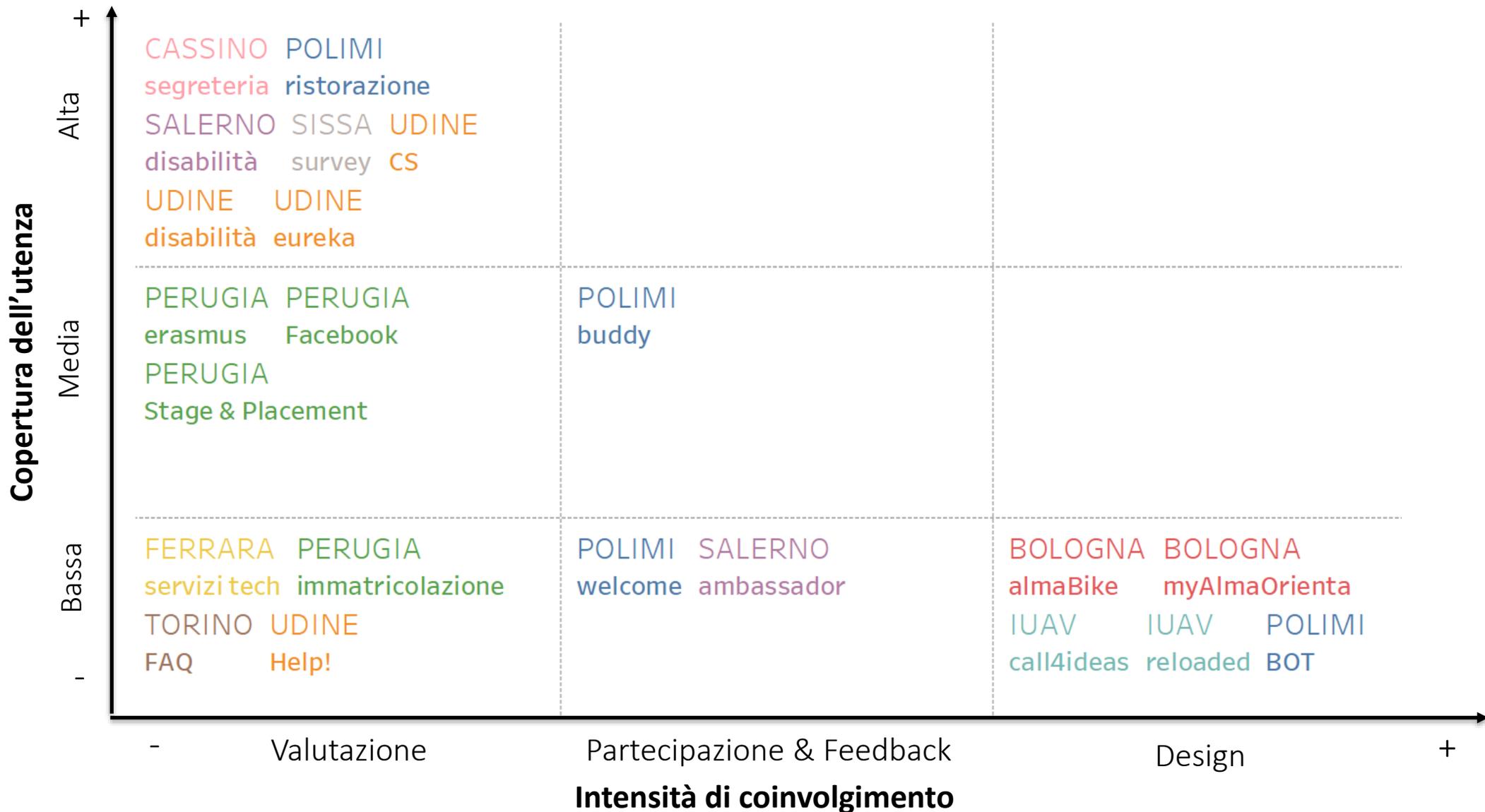
Esempio: «myAlmaOrienta»

UniBO

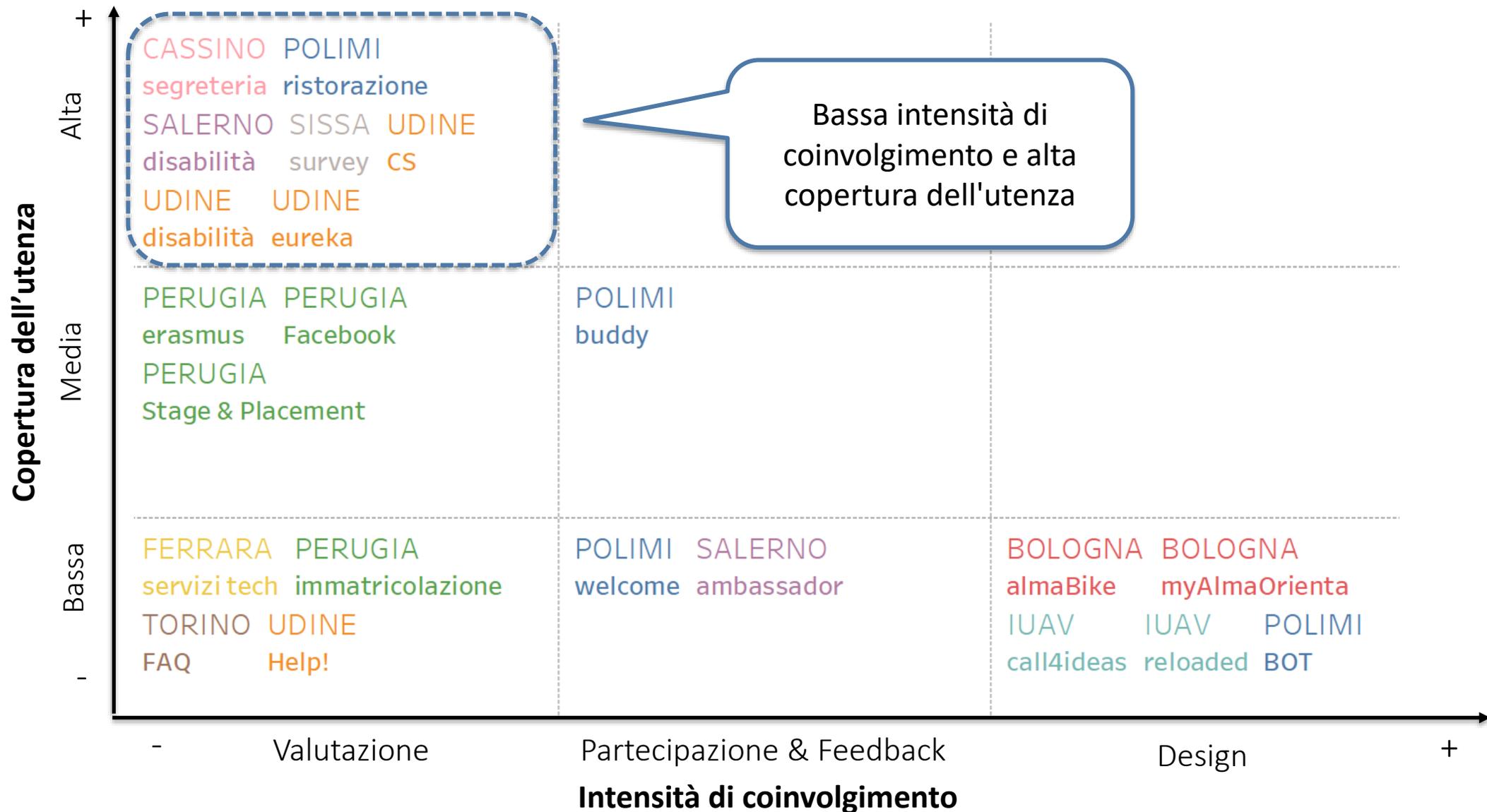
Applicazione per smartphone e tablet **progettata con gli studenti e per gli studenti**, con l'obiettivo di guidarli nella scelta formativa migliore ma anche di orientarli nella gestione della propria partecipazione alle Giornate dell'Orientamento



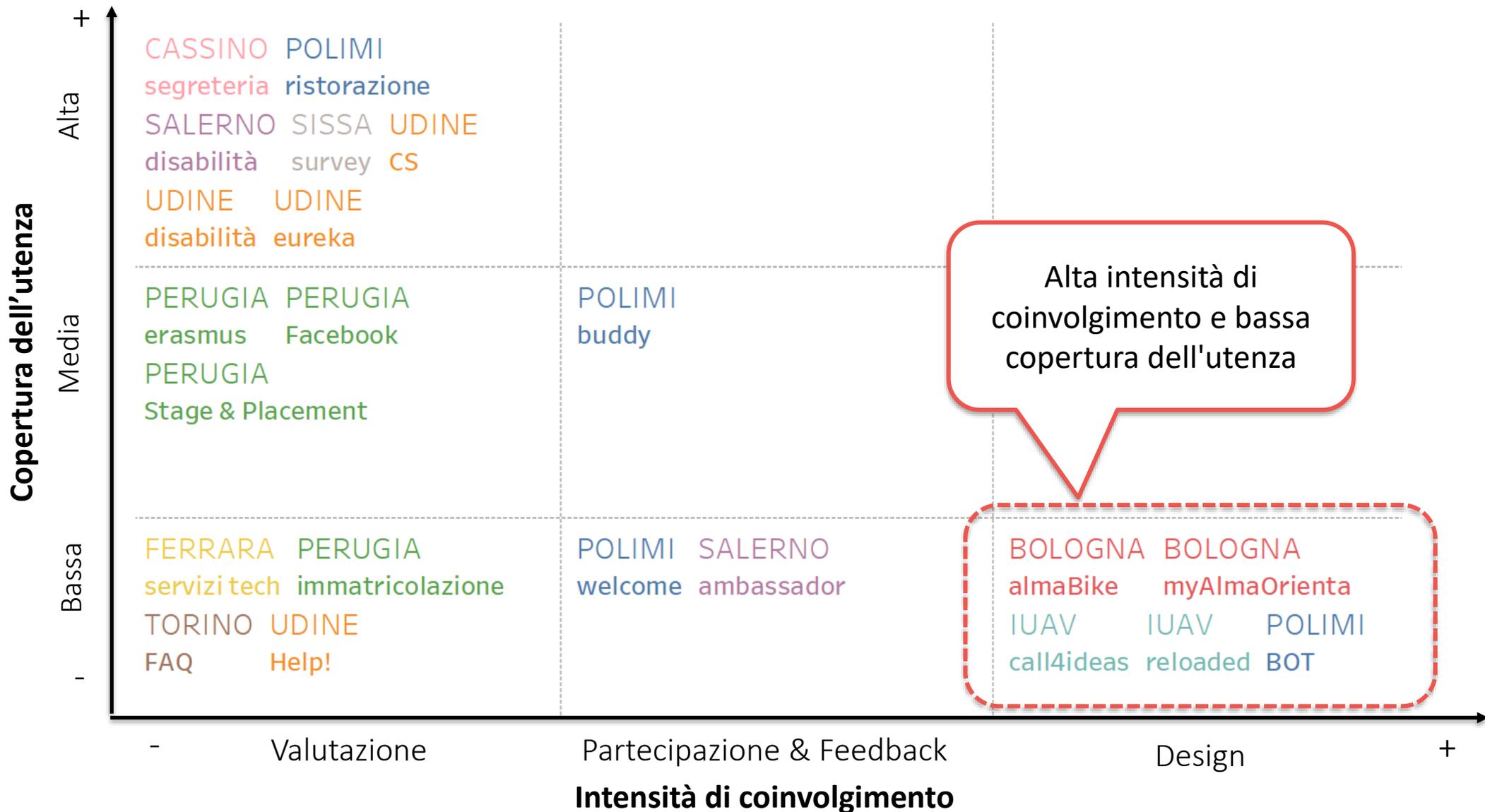
Il Framework: posizionamento delle iniziative



Il Framework: posizionamento delle iniziative



Il Framework: posizionamento delle iniziative



Strumento di coinvolgimento

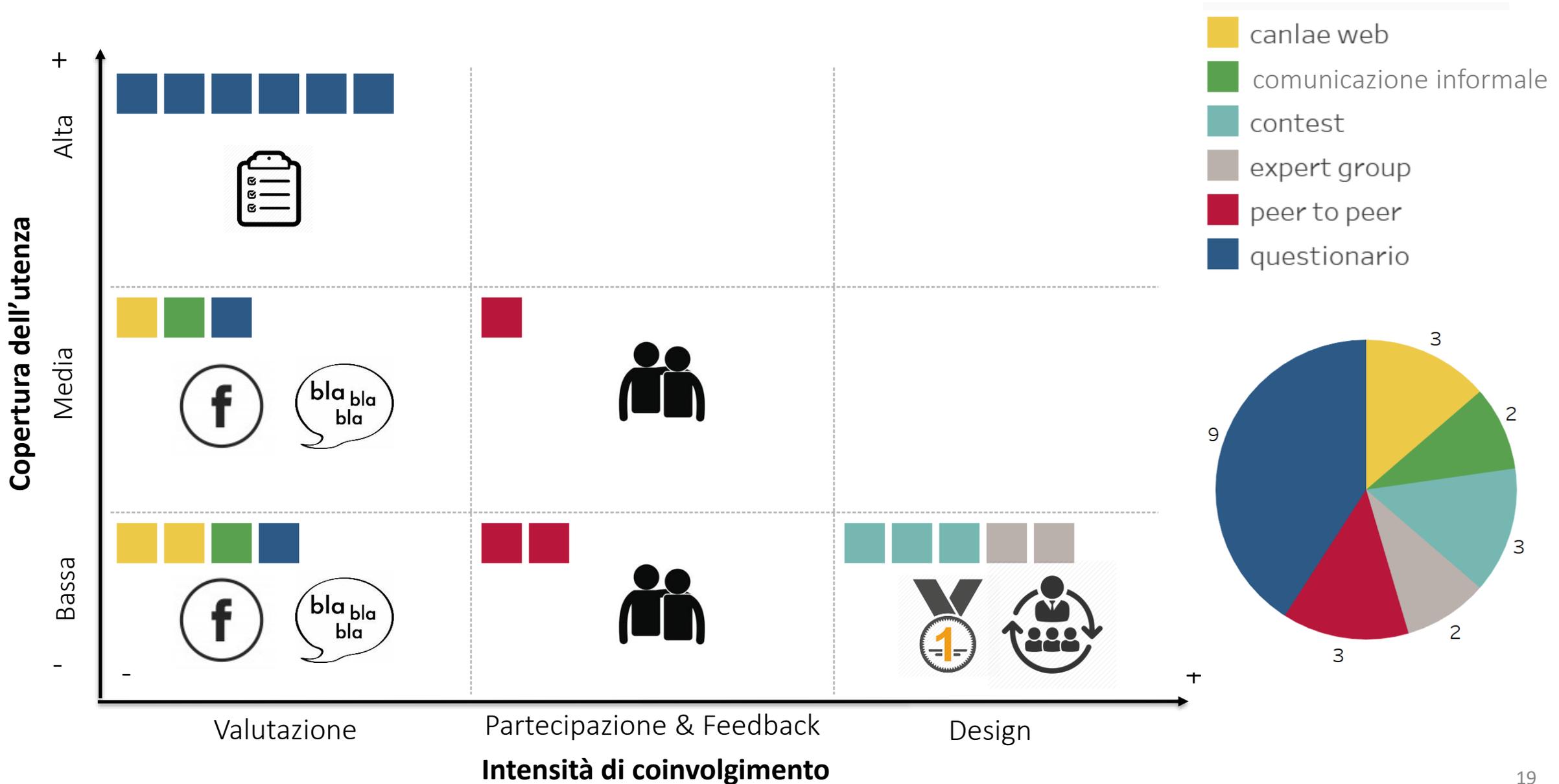
Per analizzare il rapporto tra *copertura dell'utenza* e *intensità di coinvolgimento* è stata considerata una terza dimensione: lo **strumento di coinvolgimento**

Analizzando le iniziative proposte, sono emersi **6 strumenti per raccogliere feedback**:

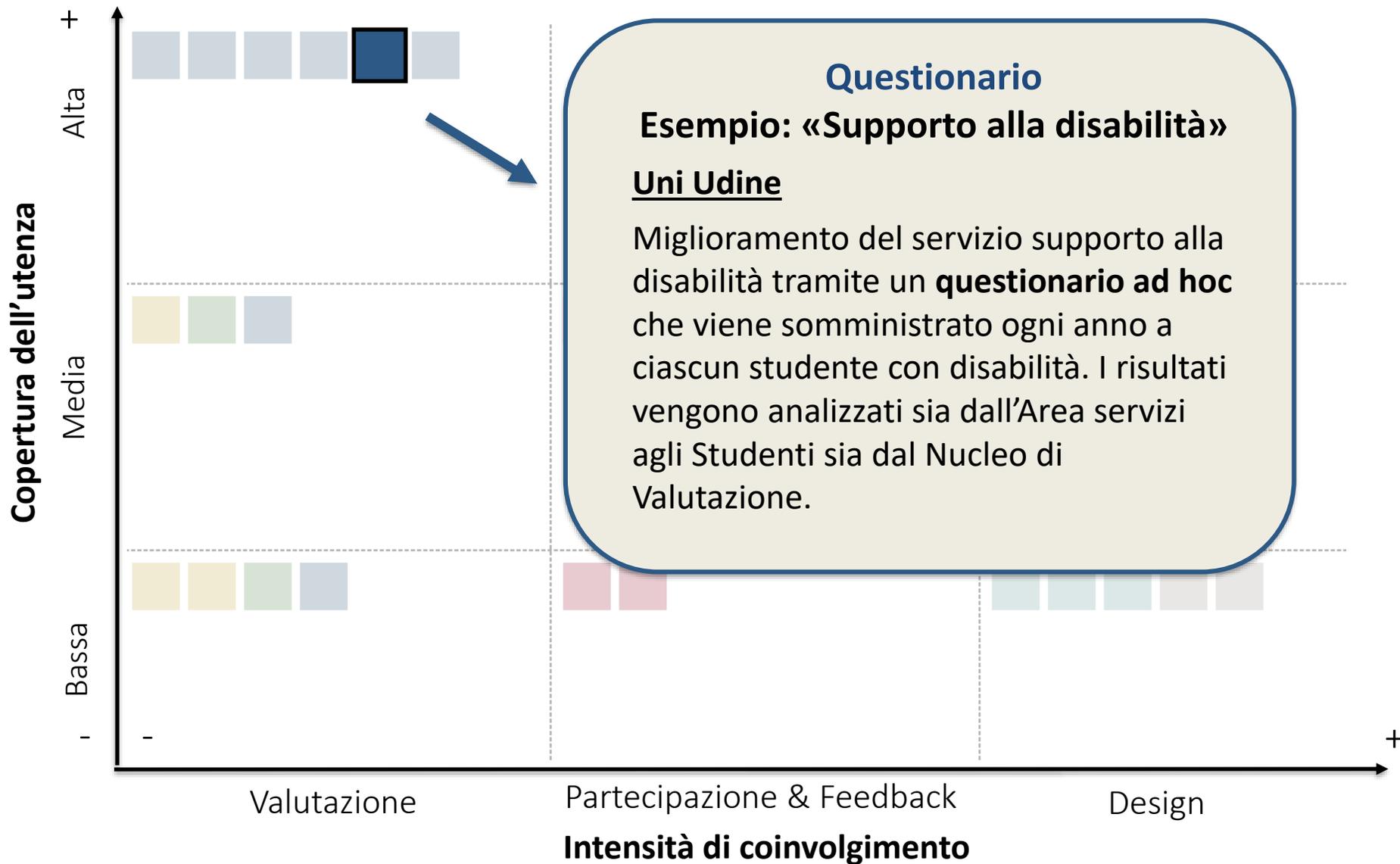
1. **Canali web:** canali web e social media/network
2. **Comunicazione informale:** dialogo diretto con gli studenti
3. **Contest:** call for ideas o contest
4. **Expert group:** un gruppo di studenti partecipa e supporta la progettazione o il miglioramento del servizio
5. **Peer to peer:** uno studente affianca e supporta altri studenti
6. **Questionario:** customer satisfaction e questionari specifici



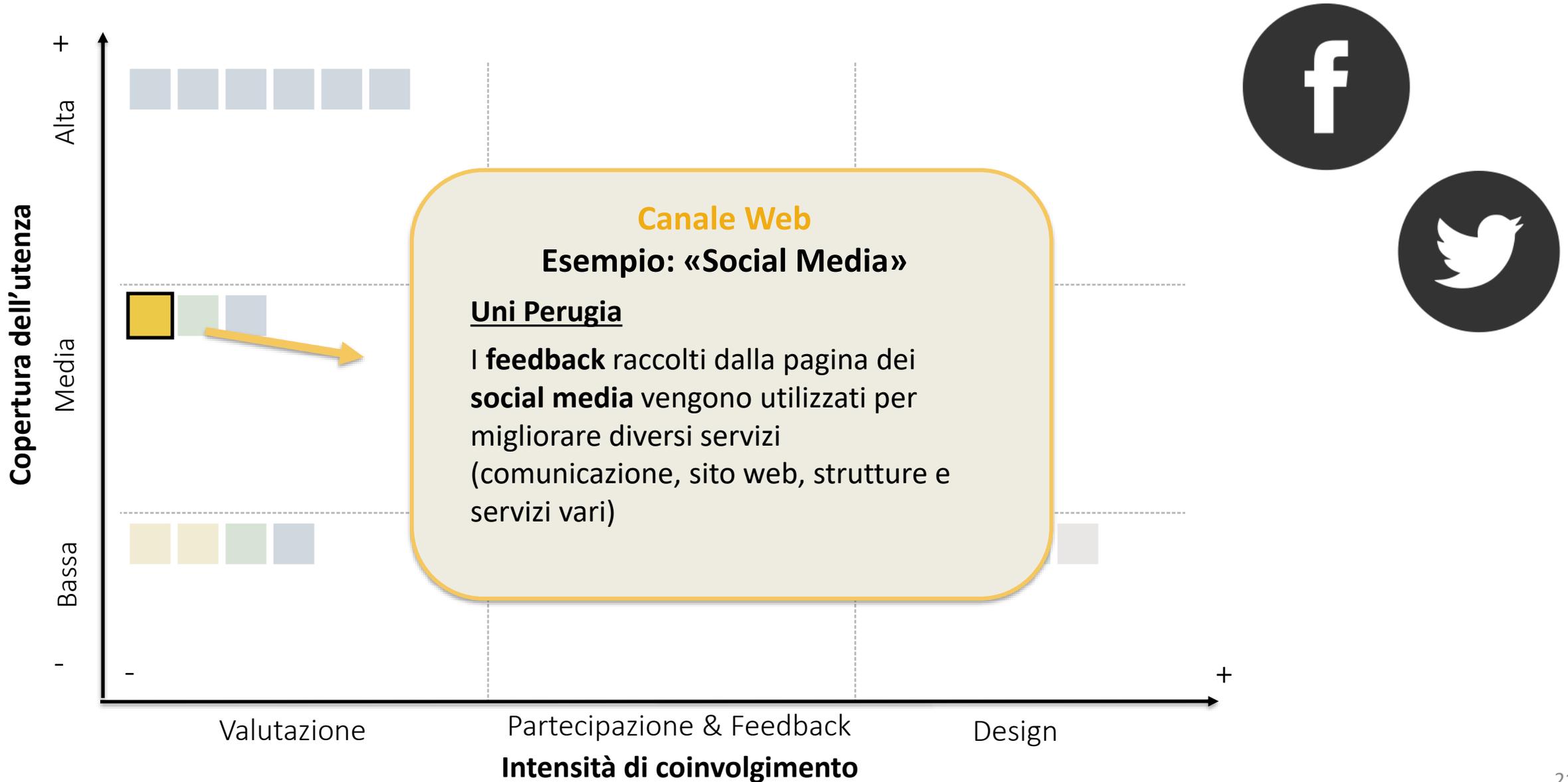
Strumento di coinvolgimento: posizionamento



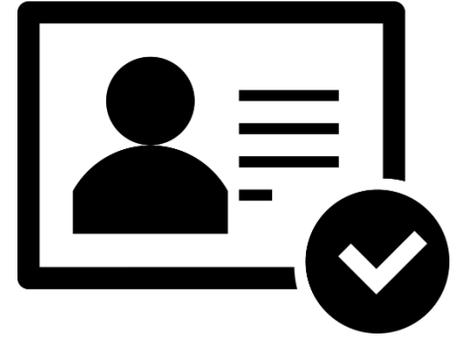
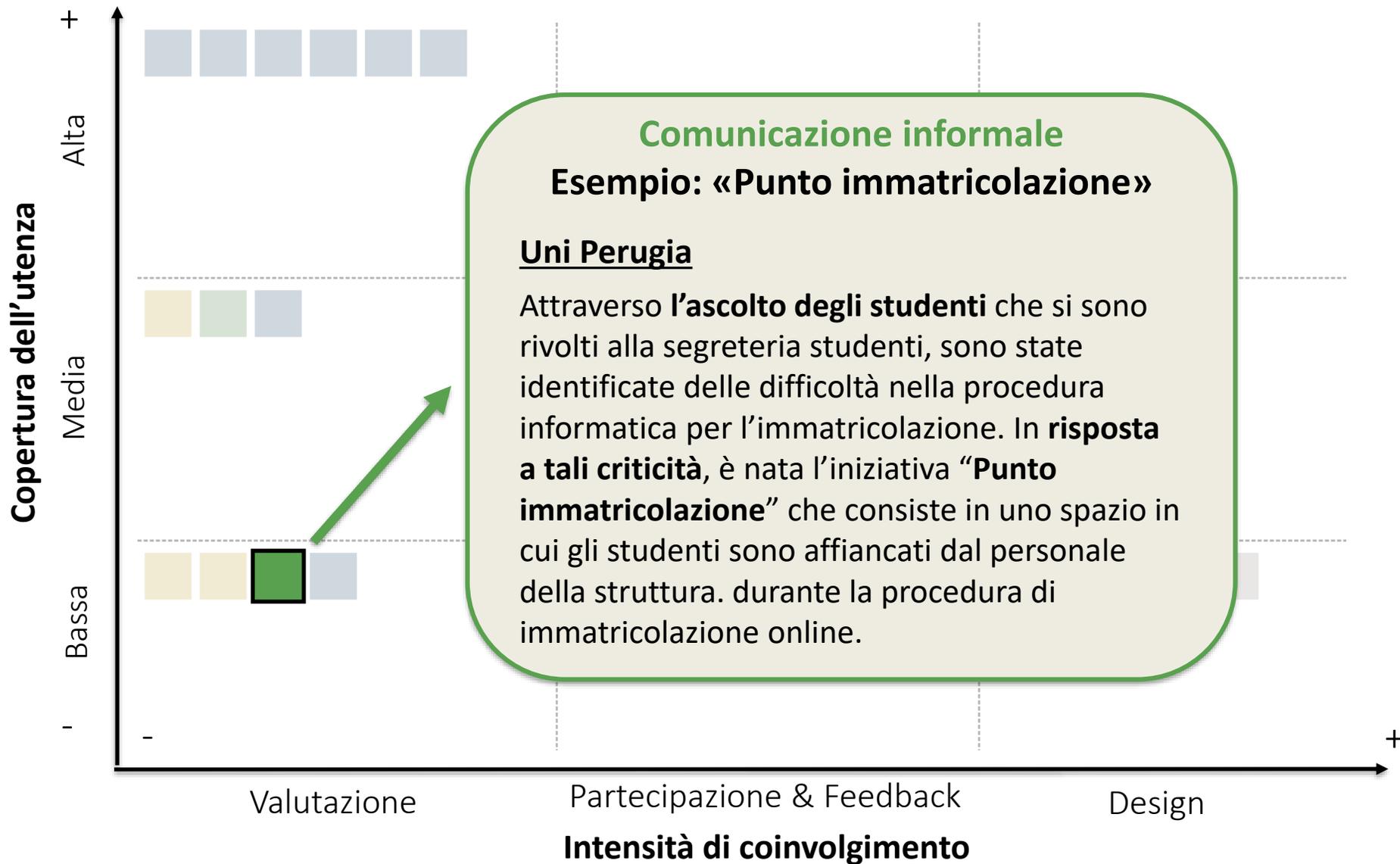
Strumento di coinvolgimento: esempi (1/6)



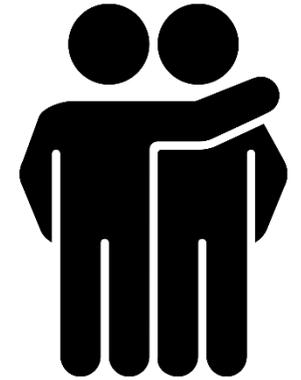
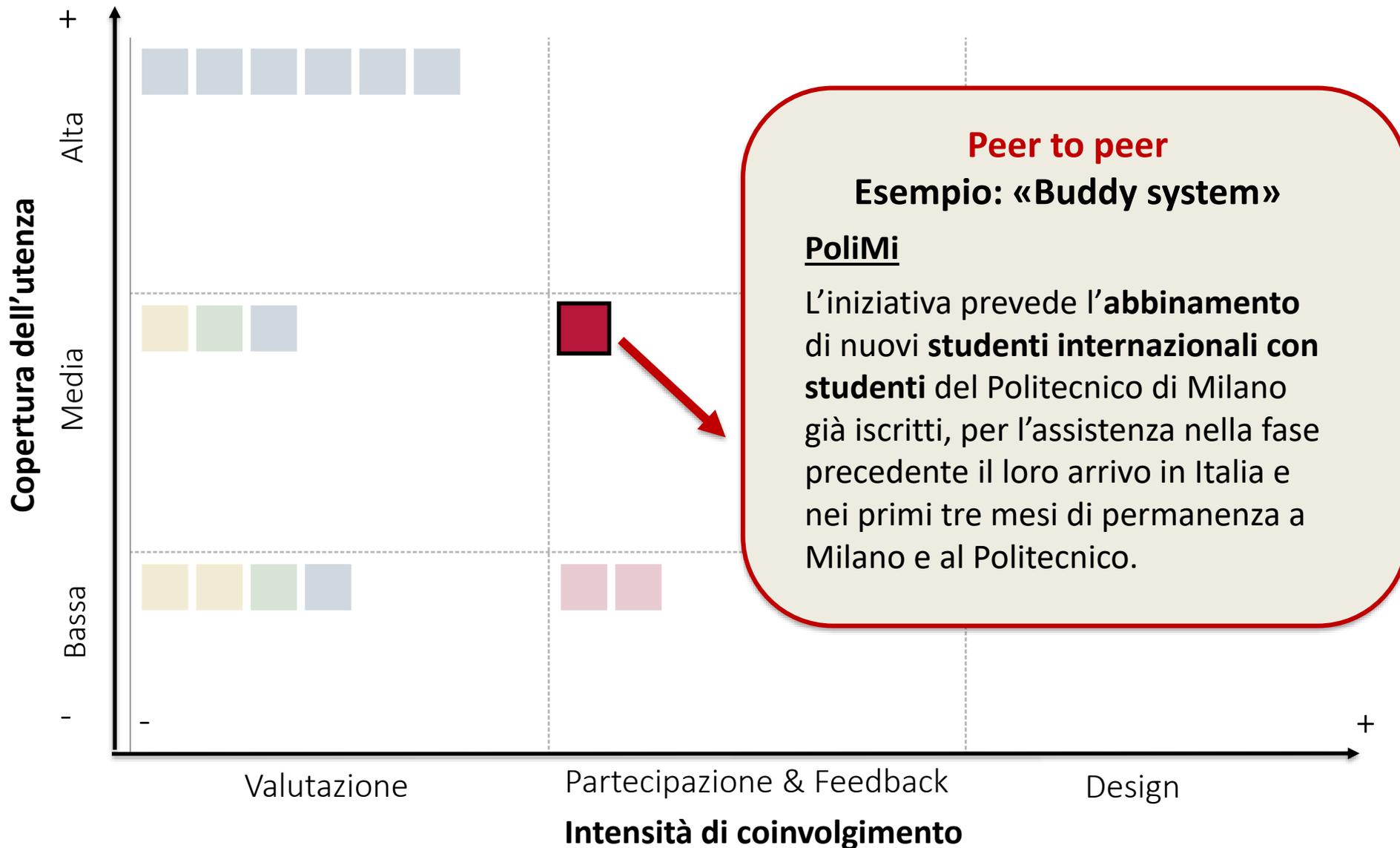
Strumento di coinvolgimento: esempi (2/6)



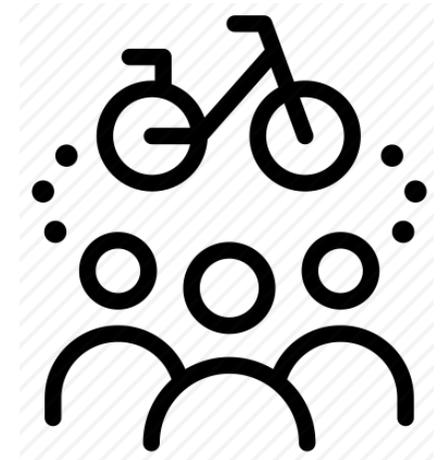
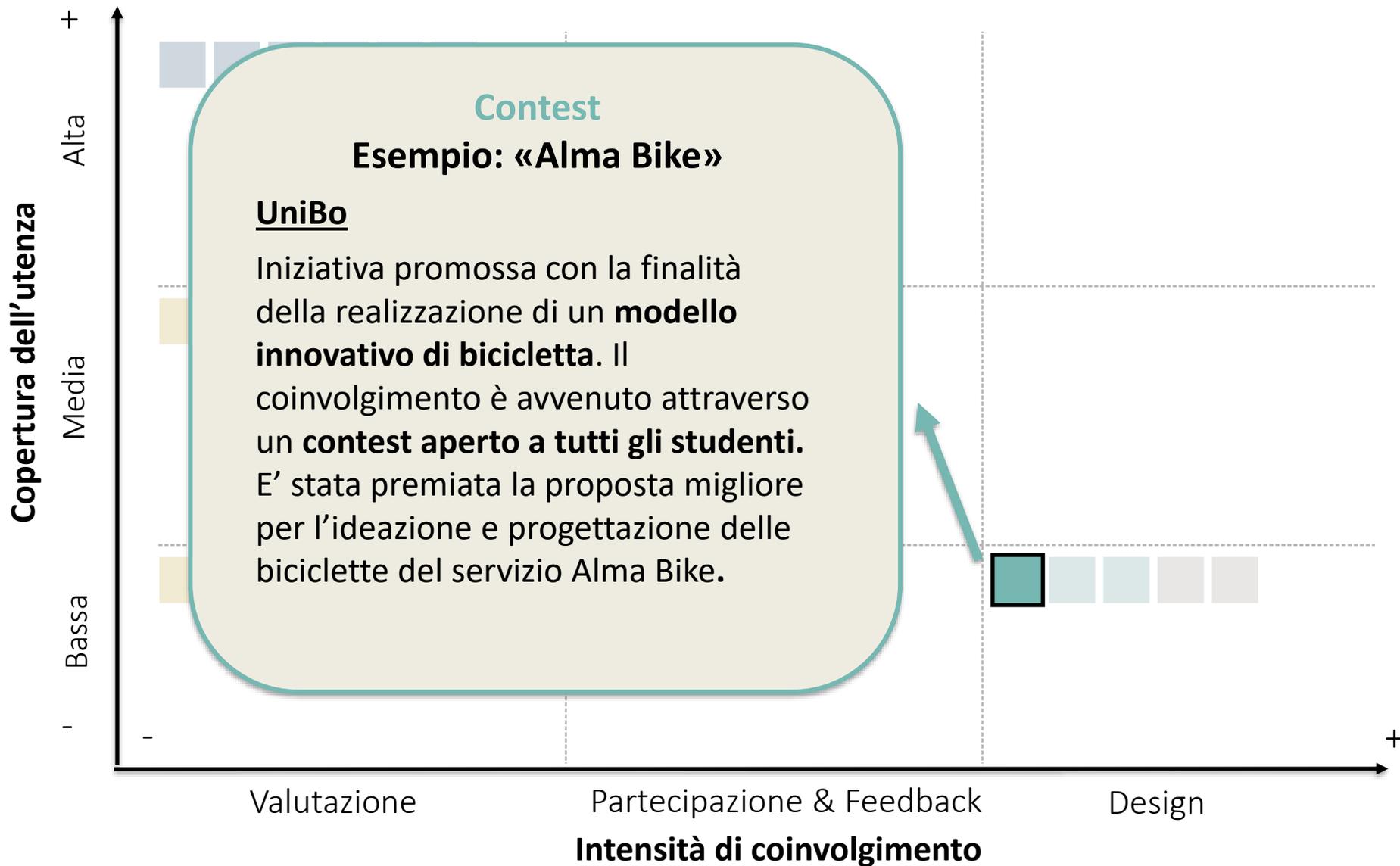
Strumento di coinvolgimento: esempi (3/6)



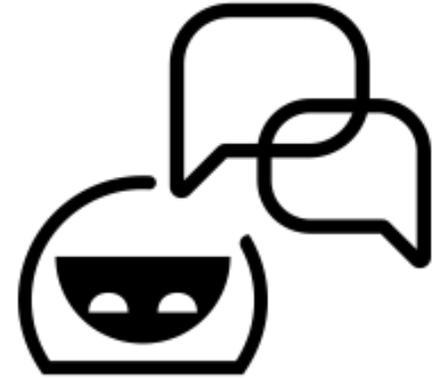
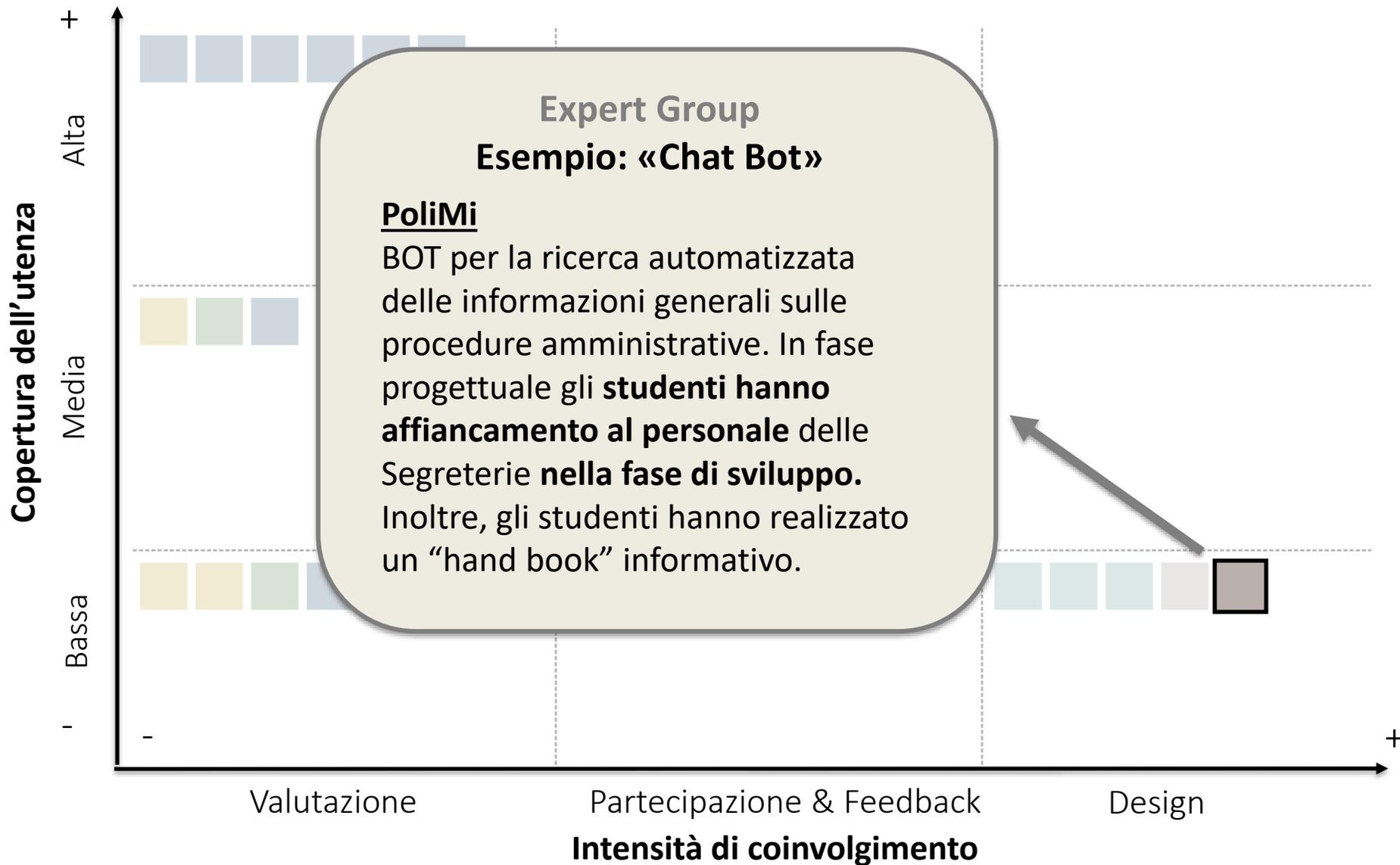
Strumento di coinvolgimento: esempi (4/6)



Strumento di coinvolgimento: esempi (5/6)



Strumento di coinvolgimento: esempi (6/6)



Presentazione dei casi: IUAV e PoliMi

