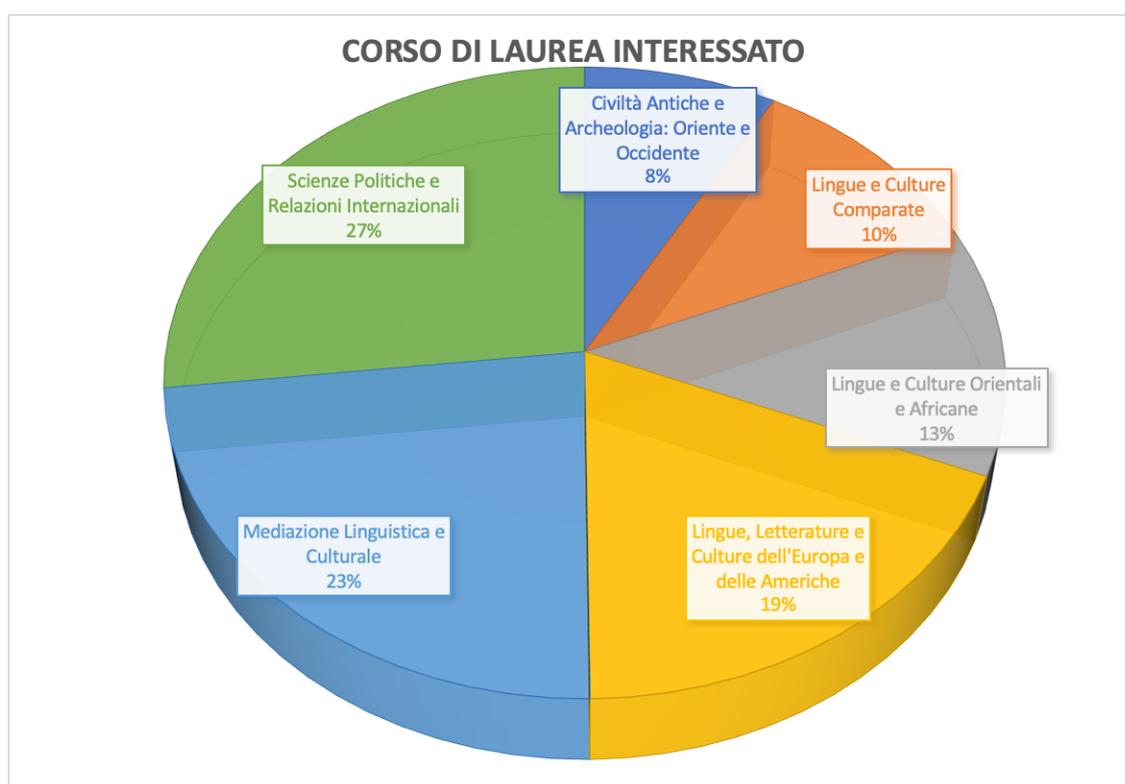


Allegato E - Analisi questionario di prenotazione Open Day triennali

1. **Analisi dei corsi di laurea di interesse**
2. **Analisi della provenienza geografica dei prenotati**
3. **Analisi del numero di incontri**
4. **Tipo di informazione ricercata**
5. **Canali informativi utilizzati**

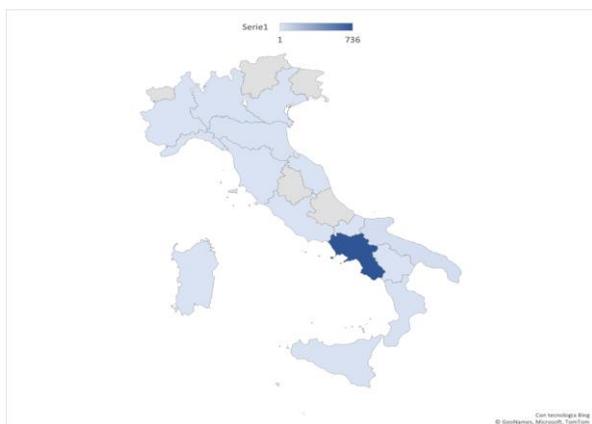
1. Analisi dei corsi di laurea di interesse

Dal punto di vista dell'interesse è possibile osservare come il maggiore è per Scienze Politiche e Relazioni Internazionali (27% dei prenotati), seguito da Mediazione Linguistica e Culturale (23% dei prenotati) e al terzo posto vi è Lingue, Letterature e Culture dell'Europa e delle Americhe (19% dei prenotati).

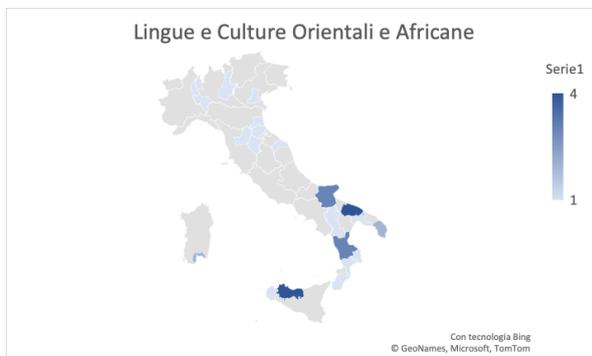


2. Analisi della provenienza geografica dei prenotati

Dal punto di vista spaziale è possibile osservare come la maggioranza dei prenotati è residente in Campania. Le altre regioni da cui provengono più prenotati sono Puglia e Calabria. In termini di provincia, invece, Napoli è di gran lunga la più presente, seguita da Caserta e Salerno. Seguono Lecce, Avellino e Cosenza.



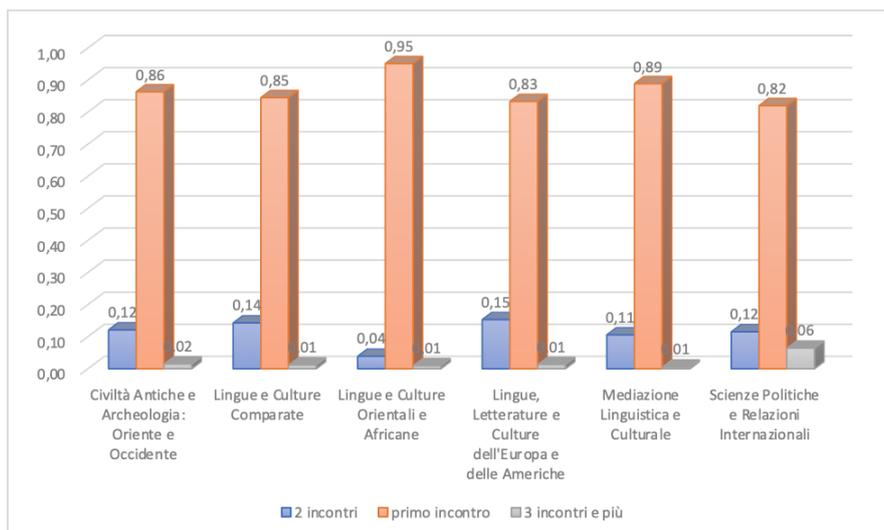
Un'informazione osservata più nel dettaglio è quella alla residenza per i corsi di laurea d'interesse (escludendo le province campane)



3. Analisi del numero di incontri

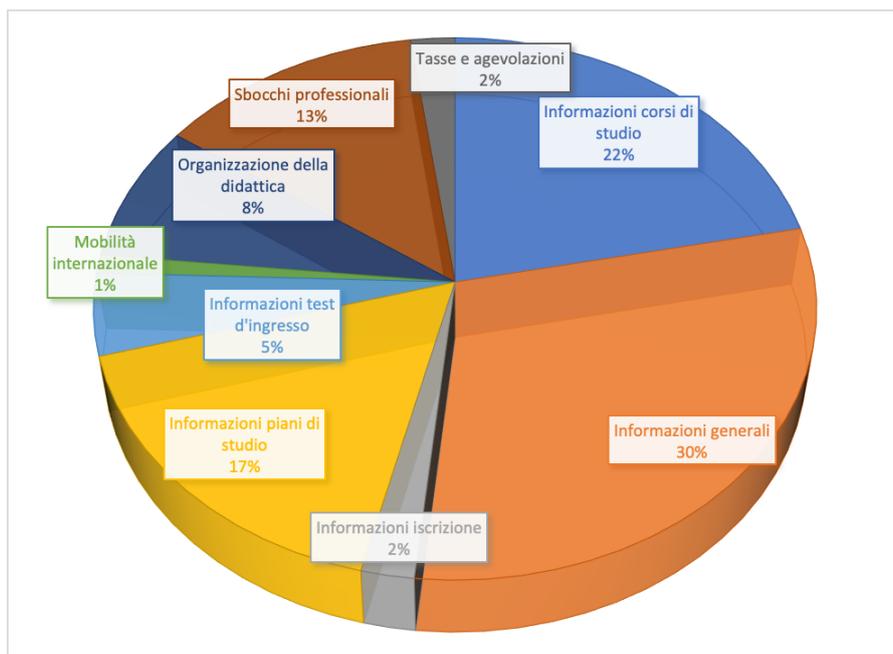
In termini di numero di incontri di orientamento con L'Orientale più dell'85% ha dichiarato che quello prenotato è il primo incontro, l'11% che si tratta del secondo e per il 4% è il terzo o più.

Nel grafico seguente si è incrociato il numero di incontri col corso di laurea di interesse e, se per tutti i corsi di laurea percentuali altissime si osservano per la modalità primo incontro, è possibile registrare come quelli interessati a Scienze Politiche e Relazioni Internazionali sono, in termini percentuali, quelli che hanno partecipato a più incontri, addirittura il 6% ha dichiarato che è al terzo incontro e più.



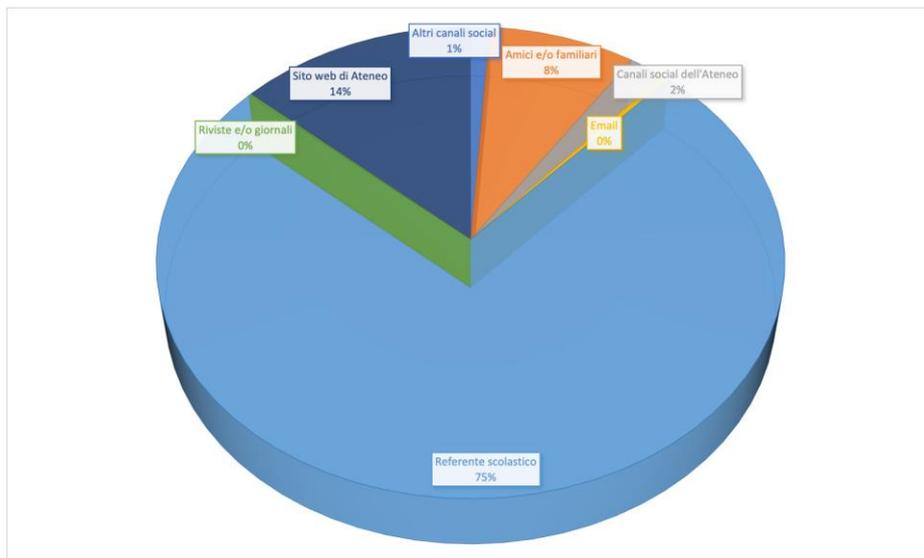
4. Tipo di informazione ricercata

Nello specifico della tipologia d'informazione ricercata, si può osservare che l'informazione più gettonata, dopo quella generica, è sul corso di studi (22%) e piani di studio (17%), seguono gli sbocchi professionali (13%) e l'organizzazione della didattica (8%)

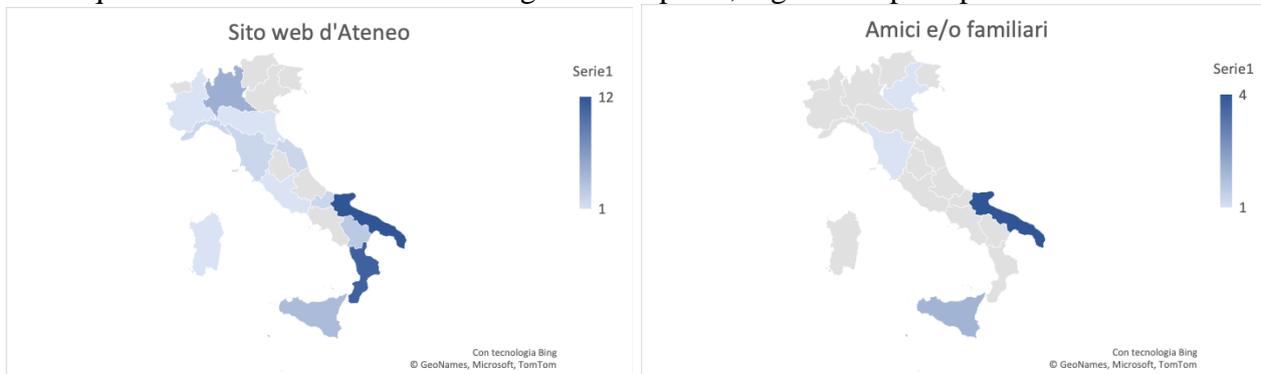


5. Canali informativi utilizzati

Più dei due terzi dei prenotati hanno saputo dell'Open Day triennale grazie ai referenti scolastici, mentre il secondo canale più efficace è stato il sito web d'ateneo col 14% seguito dal passaparola di amici e familiari.



Dal punto di vista geografico si può notare che il sito web d'ateneo resta il più efficace per raggiungere anche quanti sono molto distanti dalla regione Campania, seguito dal passaparola di amici e familiari.





UNIVERSITÀ DI NAPOLI
L'ORIENTALE

Macroarea Didattica

Area Servizi agli Studenti

Servizio Orientamento Studenti - SOS

Settore Orientamento, Tutorato, Placement e Disabilità
