

QUESTIONARIO SULLA POPOLAZIONE IMMATRICOLATA

AI CORSI DI LAUREA TRIENNALE E A CICLO UNICO

Sintesi esiti rilevazione per l'a.a. 2025/2026

Dal 2023/2024 viene somministrato alla popolazione immatricolata ai corsi di laurea triennale e a ciclo unico un breve questionario, finalizzato a indagare le motivazioni e le circostanze che hanno portato la popolazione studentesca a scegliere l'Ateneo di Pisa e la sua offerta formativa, nonché ad approfondire eventuali debolezze nel percorso di scelta che si riflettono sui risultati delle carriere al primo anno. Per il 2025/2026 il testo è stato integrato con alcune domande sui servizi di orientamento presenti nel questionario del progetto Good Practice per la rilevazione dell'efficacia dei servizi alla componente studentesca. Per la parte comune al progetto sono disponibili valori di *benchmark* utili per una valutazione comparata dei risultati.

Il questionario è stato somministrato mediante invito alla compilazione nell'area riservata sul portale Alice. Il tasso di compilazione, pari al 29% della popolazione immatricolata, è risultato inferiore rispetto alle precedenti edizioni, a conferma di una generale riduzione della partecipazione a questo tipo di indagini, dovuta principalmente ad un ricorso sempre più frequente alla somministrazione di questionari alla comunità studentesca, anche al di là delle indagini con finalità istituzionali. È auspicabile una razionalizzazione delle iniziative autonome di strutture e docenti, già avviata con l'approvazione della Politica per le Indagini Statistiche di Ateneo.

La distribuzione di chi ha risposto per genere e per titolo di studio risulta sostanzialmente in linea con quella della popolazione. Si osserva una moderata sottorappresentazione delle persone con titolo di studio estero, che costituiscono il 9,4% di coloro che hanno risposto, a fronte dell'11,4% nella popolazione. Le persone residenti in Toscana risultano leggermente sottorappresentate, mentre è maggiore la partecipazione di chi proviene da altre regioni italiane. Differenze più marcate emergono a livello di dipartimento: i tassi di risposta variano dall'11,6% di Scienze della Terra al 43,9% di Ingegneria dell'Informazione. Quest'ultimo dipartimento risulta pertanto sovrarappresentato nel campione, mentre Filologia, Letteratura e Linguistica, Economia e Management, Biologia e Scienze della Terra presentano una partecipazione inferiore alla media. Nel complesso, il campione riproduce adeguatamente alcune caratteristiche strutturali della popolazione, ma le differenze rilevate suggeriscono cautela nell'interpretazione dei risultati.

Si riporta di seguito una sintesi dei risultati a livello aggregato di Ateneo. Ulteriori dettagli sono disponibili nella forma di report interattivo (cruscotto PowerBI) che permette, attraverso opportuni filtri, di visualizzare gli esiti del questionario per Genere, Residenza,

Titolo di studio (italiano o estero) e Dipartimento. A tutela della riservatezza, i dati non vengono mostrati qualora il numero di persone rispondenti sia inferiore a 3.

Canali informativi: *Attraverso quali fonti hai trovato le informazioni sull'Ateneo e sul corso di laurea?* (possibile inserire più di una risposta, per cui il numero di risposte è superiore al numero di compilazioni del questionario; la % sul totale di chi ha risposto indica la quota di persone che ha indicato l'opzione corrispondente).

Il passaparola di familiari, amici e compagni di scuola (52,3%) e il sito dell'Ateneo (49,5%) rappresentano i principali canali informativi. Più contenuto risulta il contributo delle iniziative di orientamento e dei social network.

Risposte	n. risposte	% su risposte	% su rispondenti
Familiari, amici e/o compagni di scuola	1460	29.4%	52.3%
Sito internet dell'Ateneo di Pisa	1380	27.7%	49.5%
Insegnanti	428	8.6%	15.3%
Guide all'orientamento/brochure	411	8.3%	14.7%
Giornate di orientamento presso gli istituti superiori	389	7.8%	13.9%
Presentazioni svolte direttamente dall'Ateneo (open day...)	336	6.8%	12.0%
Social network (ad es. Facebook, Instagram, etc.)	315	6.3%	11.3%
Siti specializzati (ad es. www.university.it)	143	2.9%	5.1%
Stampa, radio, TV	32	0.6%	1.1%
Altro	79	1.6%	2.8%
Totale	4973	100%	

Motivazioni per la scelta dell'Ateneo di Pisa: *Per quali motivi hai scelto di iscriverti all'Ateneo di Pisa?* (possibile inserire più di una risposta).

La vicinanza della sede (al luogo di vita abituale) è la motivazione più indicata (51,1%), seguita dal prestigio dell'Ateneo (38,6%) e dalla reputazione del corso prescelto (26,7%). La scelta combina quindi fattori logistici e valutazioni sulla qualità dell'offerta formativa.

Risposte	n. risposte	% su risposte	% su rispondenti
Vicinanza della sede universitaria	1425	21.7%	51.1%
Prestigio dell'Ateneo	1077	16.4%	38.6%
Il corso scelto ha migliore reputazione rispetto ad altri Atenei	744	11.3%	26.7%
Presenza di familiari/amici e/o compagni di scuola	526	8.0%	18.9%
Possibilità di conciliare lo studio con il lavoro	442	6.7%	15.8%
Sistema di trasporti e collegamenti	436	6.6%	15.6%
Qualità della vita	341	5.2%	12.2%
Fattori economici (tasse, borse di studio, agevolazioni)	334	5.1%	12.0%
Posizione nelle classifiche nazionali e/o internazionali	321	4.9%	11.5%
Opportunità lavorative	268	4.1%	9.6%
Qualità dei servizi allo studente	231	3.5%	8.3%
Il corso scelto esiste solo all'Università di Pisa	226	3.4%	8.1%
Costo della vita nella città	199	3.0%	7.1%
Totale	6570	100%	

Motivazioni per la scelta del corso di studi: *Quali sono i motivi che hanno portato alla scelta del corso di laurea?* (possibile inserire più di una risposta).

L'interesse per le materie trattate è nettamente il principale fattore di scelta (75,7%). Seguono, a distanza, gli sbocchi occupazionali (42,6%) e la continuità con il percorso scolastico precedente (20,3%).

Risposte	n. risposte	% su risposte	% su rispondenti
Interesse/attitudine per le materie trattate	2112	44.1%	75.7%
Sbocchi occupazionali	1187	24.8%	42.6%
Continuità con il percorso fatto alle superiori	565	11.8%	20.3%
Prestigio del titolo	477	10.0%	17.1%
Come seconda scelta	178	3.7%	6.4%
Studiare insieme ad amici e/o compagni di scuola	120	2.5%	4.3%
Per esclusione, non avendo un interesse specifico	120	2.5%	4.3%
In attesa di trovare un'occupazione	25	0.5%	0.9%
Totale	4784	100.0%	

Quando è maturata la scelta

Per oltre sette persone su dieci la scelta del corso è maturata nell'ultimo anno delle scuole superiori o dopo l'esame di Stato. Il dato conferma l'importanza delle attività di orientamento nelle fasi conclusive del percorso scolastico.

Risposta	n. risposte	%
Dopo l'esame di stato	1031	36.97%
Durante l'ultimo anno della scuola media superiore	971	34.82%
Durante i primi quattro anni della scuola media superiore	547	19.61%
Durante le scuole elementari o medie inferiori	240	8.61%
Totale	2789	100%

Influenza sulla scelta

La famiglia esercita l'influenza maggiore: il 65,2% di chi ha risposto le attribuisce almeno un certo peso. Più limitato risulta il ruolo di insegnanti, amici e compagni di scuola.

Risposta	Per niente	In parte	Molto	Totale
Familiari	34.78%	48.51%	16.71%	100%
Insegnanti	62.32%	30.15%	7.53%	100%
Amici e/o compagni di scuola	60.95%	32.59%	6.45%	100%

Il contesto familiare

Il 44,5% di chi ha risposto appartiene alla prima generazione universitaria. Il dato evidenzia la presenza di una componente consistente che non può contare su un'esperienza universitaria diretta all'interno della famiglia.

Entrambi i genitori laureati	14.06%
Almeno un genitore laureato	37.15%
Fratelli o sorelle laureati	18.32%
Fratelli o sorelle studenti universitari	21.01%
Studenti universitari di prima generazione*	44.46 %

[*Studente di prima generazione secondo la definizione della classifica Times Higher Education: colui che risulta essere la prima persona nella propria famiglia nucleare (immediate family) ad accedere e frequentare l'università]

Focus sui servizi di orientamento: analisi della soddisfazione e dei bisogni informativi della componente studentesca

Questa sezione del questionario è stata somministrata al sottogruppo di chi ha indicato tra i canali informativi almeno una delle risposte legate ad attività di orientamento o il sito internet dell'Ateneo. I risultati offrono una fotografia articolata della percezione della componente studentesca, combinando il giudizio sul servizio ricevuto con le priorità informative future.

DOMANDA	Media (1-6)	CV %	% Accordo Elevato (5-6)
<i>La promozione dei Corsi di Laurea e dell'offerta formativa è adeguata (Soddisfazione)</i>	4.54	22.4	54.6
<i>Il materiale informativo di orientamento relativo all'Ateneo e/o ai singoli Corsi di Laurea offre le informazioni che cerco (Soddisfazione)</i>	4.4	25.6	51.3
<i>Aspetti su cui avresti desiderato ricevere maggiori informazioni da parte dell'Ateneo (Bisogno informativo):</i>			
<i>Sbocchi occupazionali</i>	4.16	36.3	48.4
<i>Modalità delle lezioni, degli esami e organizzazione del CdS</i>	4.88	24.4	69.6
<i>Servizi, opportunità e agevolazioni</i>	4.3	32.8	49.5
<i>Soddisfazione complessiva della qualità del servizio di orientamento</i>	4.06	27	36

[Nota: la percentuale di coloro che hanno espresso un punteggio pari a 5 o 6 rappresenta la quota di "Molto Soddisfatti" per i quesiti sul gradimento e la quota di "Forte Priorità/Interesse" per i quesiti sui bisogni informativi.]

La promozione dell'offerta formativa e l'adeguatezza del materiale informativo registrano valutazioni positive, con medie rispettivamente di 4,54 e 4,4 . In entrambi i casi, oltre la metà delle persone intervistate (54,6% e 51,3%) esprime un accordo elevato (voti 5-6) e i coefficienti di variazione (CV) contenuti confermano una sostanziale uniformità di giudizio positivo. Si evidenzia tuttavia uno scostamento rispetto alla *Soddisfazione Complessiva*, la cui media si attesta a 4,06 con una quota di accordo elevato che scende al 36%.

L'analisi degli aspetti su cui la componente studentesca avrebbe desiderato maggiori informazioni fornisce utili indicazioni per la programmazione futura: l'informazione su Organizzazione del CdS, lezioni ed esami rappresenta una priorità. Registra la media più alta del blocco (4,88) e ben il 69,6% di chi ha risposto esprime un forte bisogno informativo. Il basso coefficiente di variazione (24,4%) indica una richiesta compatta e generalizzata. Servizi, opportunità e agevolazioni si posizionano come secondo tema di rilievo, con una quota di forte interesse vicina al 50% (49,5%). Gli sbocchi occupazionali presentano la maggiore eterogeneità di giudizio, come segnala il coefficiente di variazione più elevato rispetto alle altre domande del blocco (36,3%). Pur registrando una quota di forte interesse del 48,4%, le valutazioni risultano meno omogenee rispetto a quelle espresse sugli altri aspetti.

In sintesi, mentre i servizi informativi attuali sono giudicati soddisfacenti, emerge l'esigenza di potenziare la comunicazione legata agli aspetti puramente logistici e organizzativi dei Corsi di Studio, fattore che potrebbe contribuire a innalzare anche l'indice di soddisfazione complessiva.