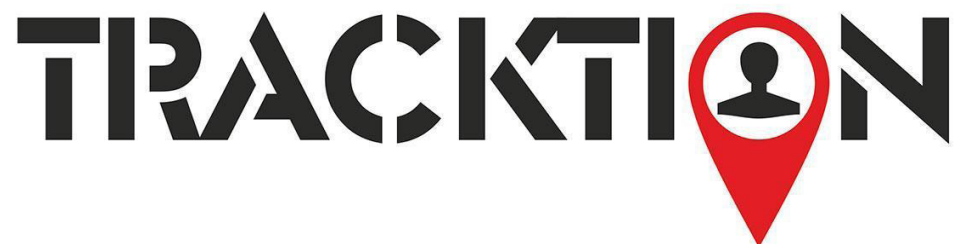


Creare e alimentare una rete di
alumni nelle scuole professionali

Manuale



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Output intellettuale no. 2



**Creare e alimentare una rete di alumni
nelle scuole professionali**

MANUALE

— 29/04/2020 —

Indice	3
Informazioni sul manuale	4
1. PERCHÈ PARTECIPARE A UN NETWORK DI ALUMNI PROVENIENTI DA SCUOLE PROFESSIONALI?	5
2. CHI SONO I NOSTRI ALUMNI?	8
Attività: identificare il tipo o i tipi di alunni da coinvolgere	9
3. OBIETTIVI STRATEGICI	9
#1 GESTIRE IL COINVOLGIMENTO DI TUTTE LE PARTI COINVOLTE	10
Attività: mappare gli attori principali nel coinvolgimento degli alunni nella propria scuola	11
#2 IMPLEMENTARE UN PIANO COERENTE DELLE INIZIATIVE DA REALIZZARE CON GLI ALUMNI	12
Attività: definire le iniziative dedicate agli alunni già in essere all'interno di un modello di riferimento	14
Attività: creare la prima storia degli alunni	19
Attività: creare una sezione alunni sul sito della scuola	19
#4 VALUTARE IL GRADO DI COINVOLGIMENTO ANDANDO OLTRE LE METRICHE DI RIFERIMENTO	24
Attività: identificare le misure esistenti all'interno della propria scuola per il coinvolgimento degli alunni	24
4. UNIRE I PUNTINI	29
Attività: individuare dei riferimenti agli alunni all'interno della documentazione e delle comunicazioni istituzionali della scuola	31
Attività: prevedere un riferimento al coinvolgimento degli alunni nella documentazione istituzionale della scuola	31
Spunti finali	34
5. ASPETTI RELATIVI AL COINVOLGIMENTO DEGLI ALUMNI	35
6. TEMPLATE	38
Una modalità di inventario delle iniziative rivolte agli alunni	38
Modello per il coinvolgimento degli alunni	39
Modello per le storie degli alunni	41
Fogli di registrazione per le iniziative degli alunni	42
Iniziative per l'implementazione di un sistema per la garanzia della qualità delle azioni finalizzate al coinvolgimento degli alunni	43
7. RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI	45

Informazioni relative al progetto

Finanziato dall'Unione europea, Il progetto *Advancing Graduate Tracking and Alumni Relations in VET Schools – TRACKTION* ha come obiettivo quello di **strutturare e migliorare la mappatura dei diplomati, promuovendo i rapporti tra alunni nei sistemi di istruzione e formazione professionale (leFP)**. Il progetto prevede il coinvolgimento di 5 partner, di seguito elencati:

Paese	Organizzazione	Profilo
Estonia	PKHK	Scuole professionali
Italia	Cometa Formazione	
Olanda	ALFA College	
Regno Unito	Education & Employers Taskforce	Centro di ricerca
Spagna	Valnalón (Coord.)	
Tkніка	Ente che svolge la funzione di intermediario	

L'obiettivo generale del progetto è quello di approfondire la conoscenza della «transizione scuola-lavoro all'interno del sistema leFP» (es. l'impatto della formazione sulla carriera dei diplomati e la rilevanza del mercato del lavoro) e considera tre finalità specifiche:

- > a. Strutturare un insieme coordinato di iniziative e misure atte a tracciare e mappare i ragazzi in uscita relativamente al sistema leFP.
- > b. Aumentare la capacità degli istituti di agire e di utilizzare i risultati ottenuti per vari scopi, come ad esempio migliorare i programmi di studi e i servizi per gli alunni.
- > c. Rafforzare il concetto di "rete di alunni" nel sistema leFP.

Il progetto prevede due output intellettuali:

- > 1. Un protocollo di mappatura che semplifichi la raccolta dei dati degli alunni (O1);
- > 2. Un manuale incentrato sulle modalità di creazione e consolidamento di una rete di alunni all'interno degli istituti professionali, avente come titolo «Creare e alimentare una rete di alunni nelle scuole professionali» (O2).



INFORMAZIONI SUL MANUALE

Il presente output intellettuale arriva in un momento opportuno, in quanto affronta temi rilevanti che stanno assumendo una importanza crescente, tanto per le istituzioni che per i sistemi leFP. Questa guida identifica una serie di approcci in considerazione delle diverse sfaccettature che caratterizzano la transizione scuola-lavoro e i bisogni degli ex studenti, a diversi livelli (es. da coloro che dopo aver conseguito il titolo accedono al mondo del lavoro, a quelli che intendono proseguire gli studi).

Attraverso esempi di buone prassi e le indicazioni fornite, l'intento di questo manuale è quella di ispirare e supportare operatori, istituzioni e decisori politici europei nello sviluppo e nel rafforzamento di una cultura degli alunni nei sistemi leFP.

Tuttavia, il valore aggiunto del presente manuale risiede nella presenza di processi/protocolli per istituti che erogano leFP che abbiano la volontà di costruire e mantenere rapporti solidi tra gli alunni, realizzati sulla base di esempi concreti tratti da istituti che erogano leFP in cinque Paesi (Estonia, Italia, Olanda, Regno Unito e Spagna) e di altri enti presenti a livello mondiale. Il manuale contiene altresì una serie di raccomandazioni di policy da implementare nel contesto del proprio istituto.

Ciascuna sezione presenta il quadro generale e include alcune attività di base, con l'obiettivo di incoraggiare il dibattito e l'iniziativa (collettiva).

1.

Perchè partecipare a un network
di alumni provenienti
da scuole professionali?

1.

Perchè partecipare a un network di alumni provenienti da scuole professionali?

La cultura degli alumni è oramai una tradizione consolidata nell'ambito dell'alta formazione. Quanto alla formazione tecnico/professionale, l'impressione è che invece le motivazioni alla base della partecipazione a iniziative di questo tipo non emergano chiaramente. L'opinione degli autori è che questo stato di cose debba cambiare, anche per i tanti vantaggi che ne conseguono.

Un rapporto duraturo e di vantaggio reciproco

Gran parte della letteratura e delle iniziative sul coinvolgimento degli alumni è basata sull'esperienza delle università e dei *community colleges* americani. Tuttavia, le tendenze, strategie e tecniche osservate oltreoceano non sono facilmente replicabili nel contesto leFP. Negli Stati Uniti ad esempio, le donazioni costituiscono l'aspetto di maggiore interesse del coinvolgimento degli ex studenti (Weerts, Cabrera e Sanford, 2010), ma le scuole professionali in Europa generalmente sono finanziate a livello statale o regionale, e raramente ricevono donazioni filantropiche dagli alumni e gli amici.

Per comprendere in che modo coinvolgere gli alumni nell'ambito delle scuole professionali in Europa, è necessario ampliare la prospettiva, andando oltre la donazione e concentrandosi sul diverso tipo di supporto che gli alumni possono garantire. Di conseguenza, al momento di pianificare una strategia che consolidi i rapporti tra gli ex studenti delle scuole professionali, gli sforzi dovrebbero concentrarsi sul coinvolgimento degli amici più che sulla raccolta fondi (Gallo, 2018).

Questo cambio di prospettiva rappresenta un'occasione unica per rivedere il rapporto tra alumni e leFP, considerando tale relazione al pari di una partnership che generi un vantaggio reciproco, laddove il successo dello studente e del diplomato costituisce un obiettivo comune (Vanderlelie, 2019).

Il coinvolgimento degli alumni potrebbe avere un impatto positivo su tutte le parti coinvolte: l'istituto, gli ex studenti e quelli attuali. Nella sezione che segue si analizzeranno i vantaggi istituzionali, professionali e personali per ciascuna delle tre componenti.

1. Perché partecipare a un network di alumni provenienti da scuole professionali?

I vantaggi per le scuole professionali

Gli alumni sono stakeholder fondamentali per l'istituto, potendo fornire un contributo significativo al raggiungimento degli obiettivi strategici della scuola.

Sono tantissime le ragioni che si possono elencare a supporto del coinvolgimento degli alumni, anche se le tre motivazioni principali sono riportate di seguito:

- › **Reputazione.** Gli alumni certificano la qualità e il valore della formazione erogata dalla scuola. Avere la possibilità di comprendere i risultati professionali raggiunti dagli ex studenti costituisce una modalità efficace per elevare il profilo dell'istituto e attrarre nuovi studenti;
- › **Occupabilità.** I servizi per l'orientamento professionale possono essere notevolmente migliorati grazie al contributo degli ex studenti. Programmi di mentoring, eventi di networking, tirocini e opportunità di lavoro offerte dagli alumni sono iniziative di grande valore per massimizzare le qualità e l'occupabilità dei diplomati;
- › **Qualità dell'istruzione.** Gli alumni possono contribuire al processo di miglioramento della qualità dell'istruzione e dell'occupabilità dei diplomati (Irani, 2012 in Vanderlelie, 2019). Gli ex studenti sono considerati sempre più frequentemente validi alleati, nonché una fonte di informazioni utili a definire le strategie scolastiche e migliorare i programmi di studio.

Consolidando i rapporti con gli alumni, le scuole professionali possono arricchire il curriculum, non solo acquisendo una maggiore familiarità con l'esperienza lavorativa, ma facilitando la creazione condivisa di programmi e attività attraverso un investimento continuo sugli alumni nel contesto delle comunità di insegnamento e apprendimento. I due esempi che seguono illustrano in maniera efficace questo aspetto:

ALFA College: il rapporto con gli alumni

“Dalla prospettiva dell’ALFA College, interagire con il mondo delle aziende è fondamentale per rimanere aggiornati e quindi essere in grado di rispondere prontamente ai nuovi fabbisogni di competenze professionali. Per mantenere il contatto con gli alumni, ALFA College ricorre ad un approccio formale (attraverso le associazioni imprenditoriali) e informale (attraverso gli ex studenti). Ad esempio, per quanto riguarda lo studio della tecnologia, gli alumni possono fornire un valido contributo, in quanto partecipano a seminari, incontri e visite aziendali. In termini pratici, gli ex studenti sono coinvolti nella creazione di materiale formativo, fornendo suggerimenti sul curriculum implementato dalla scuola [...] Attraverso il loro coinvolgimento, la scuola interagisce informalmente con le aziende in maniera costante. Dalla prospettiva degli alumni, la partecipazione alla pianificazione del curriculum rappresenta il punto di partenza dell’apprendimento continuo. ALFA College alimenta il rapporto con gli alumni quando questi frequentano l’ultimo anno di scuola, coinvolgendoli in incontri con le aziende”.

PKHK: il rapporto con gli alumni

“la progettazione e lo sviluppo del curriculum hanno luogo considerando il fabbisogno del mercato del lavoro e delle aziende. I curricula sono realizzati sulla base dei suggerimenti degli alumni, degli studenti (attraverso le indicazioni fornite a seguito della partecipazione a moduli, spunti individuali, o incontri che avvengono online) e dei referenti aziendali (mentori). Ad esempio: la decisione di estendere di 6 mesi il curriculum per il corso da parrucchiera è stata presa a seguito delle indicazioni da parte delle aziende e degli alumni che stanno lavorando nei saloni di bellezza. L’estensione permette agli studenti di acquisire più esperienza e più conoscenze teoriche.”

1. Perché partecipare a un network di alumni provenienti da scuole professionali?

I vantaggi per gli alumni

“Non domandatevi cosa può fare la scuola per voi, ma cosa potete fare voi per la scuola.”

Non è stato possibile resistere alla tentazione di parafrasare J.F. Kennedy, sebbene sarebbe ingiusto attribuire la responsabilità del successo esclusivamente agli alumni. In altre parole, prima di chiedere qualcosa a loro, è importante che le scuole siano in grado di rispondere adeguatamente alla seguente domanda: cosa può fare l'istituto per gli alumni?

Anche qui le risposte sono molteplici, ma sono tre gli aspetti che rilevano:

- › **Opportunità lavorative.** Non c'è dubbio che sia questo il primo aspetto che viene in mente quando si pensa ai servizi dedicati agli alumni. Si tratta dell'attività principale svolta dagli uffici placement degli istituti, sebbene non sia l'unica. Spesso le aziende locali si affidano ai tutor o agli uffici placement delle scuole professionali per individuare potenziali candidati per nuove opportunità lavorative;
- › **Sviluppo professionale.** È importante fare in modo che gli alumni capiscano che la scuola continua a supportare la loro carriera anche dopo il diploma. In tal senso, la scuola dovrebbe essere vista come un partner nello sviluppo professionale continuo degli ex-studenti, fornendo opportunità di formazione e aggiornamento delle competenze e conoscenze;
- › **Networking.** L'accesso a reti sociali e professionali può costituire un'altra prospettiva interessante, nonché un modo per gli alumni per restare in contatto con la scuola. Eventi, interazioni sui social media con gli ex compagni e l'iscrizione a newsletter sono solo alcune delle iniziative che le scuole possono realizzare.

Il contributo degli alumni in termini di occupabilità può anche riguardare i diplomati che intendano operare come lavoratori autonomi.

Urratsbat: attività di supporto per le start-up avviate dagli alunni (Spagna)

Urratsbat è un programma regionale per il supporto alle start-up istituito dal Viceseministro per l'leFP dei Paesi Baschi e coordinato da TKNKA. L'obiettivo del progetto è quello di incoraggiare e sostenere gli studenti e gli alunni delle scuole professionali nella creazione di attività imprenditoriali. Più nello specifico, Urratsbat mira a trasformare le scuole professionali in incubatori d'impresa. Laddove richiesto dal progetto, gli ex-studenti possono usufruire di ulteriori servizi, quali laboratori in cui progettare i prototipi del prodotto in fase di studio. L'attività di incubazione all'interno della scuola è gestita da personale qualificato per svolgere questo ruolo, in genere un docente di leF, la cui funzione è di aumentare la consapevolezza in merito al lavoro autonomo quale strumento per accedere al mercato del lavoro, assistendo i partecipanti nella fase di progettazione. Il servizio è disponibile per gli studenti dell'ultimo anno della scuola professionale, per gli alunni e per chiunque sia in contatto con la scuola, in quanto fruitore di programmi di formazione a distanza o percorsi di istruzione non formale. Tra settembre e dicembre, il docente responsabile dell'implementazione del programma contatta telefonicamente gli alunni per sapere se l'azienda è ancora attiva. Successivamente, il responsabile Urratsbat per ciascun centro condivide le informazioni sulla piattaforma Ekingune, gestita da TKNKA.

I vantaggi per gli studenti

Gli alunni potrebbero rappresentare dei riferimenti per gli studenti, non esclusivamente in termini professionali. I primi possono anche incoraggiare i secondi a consolidare rapporti proficui con la scuola dopo il diploma. È importante che la scuola crei opportunità in modo che gli studenti, anche quelli futuri, possano interagire costantemente con gli alunni attraverso diverse iniziative, favorendo così i primi in termini di:

- › **Motivazione.** I contatti con gli alunni sono utili per meglio allineare gli studi intrapresi con i futuri percorsi professionali, aumentando di conseguenza la motivazione verso lo studio;

1. Perché partecipare a un network di alunni provenienti da scuole professionali?

- › **Occupabilità.** Le esperienze professionali e i percorsi di carriera dei diplomati possono generare un impatto molto positivo sulle aspettative e l'occupabilità degli studenti;
- › **Identità.** Promuovere i rapporti interpersonali nel contesto della comunità di apprendimento, che include quindi studenti ed ex studenti, migliorando il sentimento di appartenenza e il senso di identità nei confronti di un istituto scolastico.

La scuola professionale CISLAN e il programma di mentoring 'Pigmalion' (Spagna)

Il progetto costituisce un supporto extra-scolastico diretto agli studenti, soprattutto per quanto attiene alla motivazione personale e all'orientamento professionale. L'obiettivo del programma è quello di ridurre i tassi di dispersione e migliorare i risultati a scuola. I partecipanti sono perlopiù coloro che riportano voti bassi o un numero di assenze elevate, ma anche studenti di altre regioni che necessitano di un aiuto al momento di integrarsi a scuola e nella città. A tal fine, a ciascun partecipante viene assegnato un tutor (un ex studente) con cui organizza incontri ogni due settimane e con il quale ha regolare contatto via mail.

2.

Chi sono i nostri alumni?

2.

Chi sono i nostri alumni?

Uno dei principali obiettivi di una scuola professionale è comprendere chi siano gli alumni coinvolti al momento e quali quelli da coinvolgere in futuro. A tal proposito, è fondamentale condividere la visione dell'istituto e una mission chiara in merito agli ex-studenti.

Tempo trascorso dall'ottenimento del diploma

Se si considera il ciclo: 'studente – diplomato – ex studente', gli alumni possono essere suddivisi in tre categorie:

- › neo-diplomati (meno di 5 anni dall'ottenimento del diploma);
- › professionisti giunti a metà del proprio percorso di carriera;
- › professionisti esperti.

Con il trascorrere del tempo dall'ottenimento del diploma, i rapporti si potrebbero perdere e potrebbe risultare più difficile interagire con gli alumni. Di conseguenza, mentre è più semplice fare rete con coloro che si sono diplomati più recentemente, le competenze dei professionisti a metà del percorso lavorativo e di quelli più esperti potrebbero renderli maggiormente disponibili (in qualità di tutor o per attività di networking, offerte di tirocinio e opportunità lavorative).

Criteri per definire gli alumni

Il possesso del diploma è certamente un criterio riduttivo per la definizione degli alumni, in quanto la rete degli ex studenti si allarga considerevolmente laddove si considerino altri tipi di rapporti scolastici. È esattamente questo l'approccio proposto dal sistema di metriche utilizzato per il calcolo del livello di coinvolgimento degli alumni del *Council for the Advancement and Support of Education - CASE*:

“Gli alumni sono ex-studenti dell'istituto. Questi includono gli studenti attuali in possesso delle credenziali ma che sono impegnati in studi superiori, ad esempio un soggetto che ha ricevuto un diploma di scuola superiore e ora sta studiando per ottenere una laurea” (CASE).

2. Chi sono i nostri alunni?

In sintesi, qualsiasi ex studente può teoricamente contribuire alla strategia messa in atto per il coinvolgimento degli alunni. Di seguito vengono descritti i profili di maggiore rilievo selezionati tra quelli individuati dal CASE a cui fare riferimento nel contesto di una scuola professionale:

- › **Diplomati.** Soggetti che hanno ottenuto una certificazione ufficiale;
- › **Soggetti in possesso di certificati o riconoscimenti.** Coloro che ricevono un riconoscimento diverso dalle certificazioni. In questo gruppo sono inclusi coloro che ottengono qualifiche professionali.
- › **Non diplomati.** Soggetti che, pur avendo completato gli esami di almeno una sessione, un semestre o un corso a crediti, non hanno terminato gli studi.
- › **Altri.** Questo gruppo include studenti di altri istituti che trascorrono un periodo presso la scuola – es. gli studenti che partecipano a programmi di mobilità – ex dipendenti e tutti coloro che hanno avuto rapporti con la scuola non inclusi nelle categorie precedenti.

Attività: identificare il tipo o i tipi di alunni da coinvolgere

(aggiungere una riga se necessario)

	Categoria	Alumni
1	Diplomati	
2	Non diplomati	
3	Apprendisti	
4	Studenti di altri istituti che trascorrono un periodo presso la scuola	
5	Ex dipendenti [aggiungere una riga se necessario]	

3.

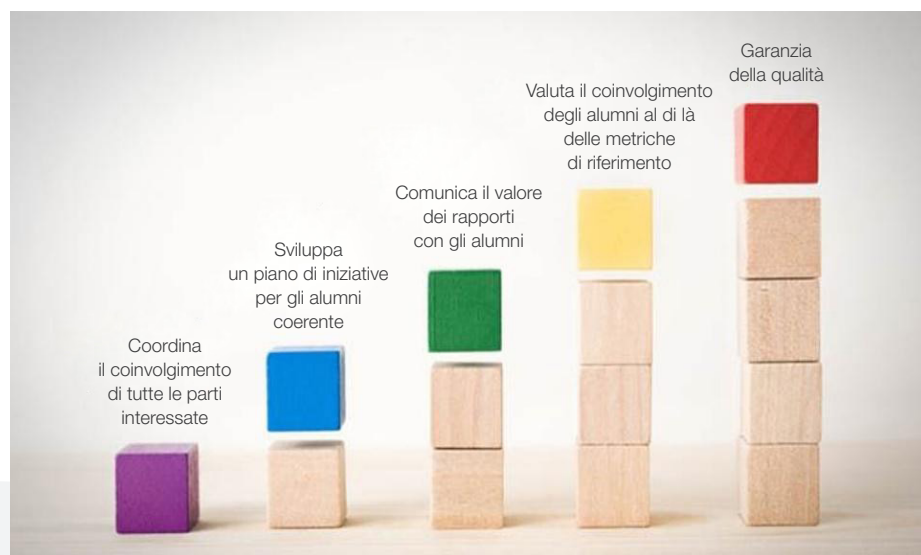
Obiettivi strategici

3.

Obiettivi strategici

Gli sforzi da parte delle scuole professionali per coinvolgere gli ex studenti difficilmente saranno premiati se la loro partecipazione è vista come un'attività supplementare alle tante già in corso. Il coinvolgimento degli alunni deve quindi prevedere un ulteriore sforzo in termini strategici, che richiede un approccio condiviso da tutte le componenti della scuola.

Di seguito viene riportata una sintesi dei principali elementi alla base di una strategia efficace per coinvolgere gli alunni. Ciascun obiettivo fa riferimento alle aree di intervento più rilevanti, precedentemente identificate dai partner del progetto.



Suddetti obiettivi saranno esaminati singolarmente nelle sezioni dedicate, che precedono il capitolo finale, significativamente intitolato “unire i puntini”, il quale contiene suggerimenti utili a coinvolgere gli alunni nella realizzazione di documenti strategici.

3. Obiettivi strategici

#1 GESTIRE IL COINVOLGIMENTO DI TUTTE LE PARTI COINVOLTE

In questa sezione:

- › verranno individuate le parti coinvolte;
- › saranno esaminati il senso di fedeltà degli alumni e la rilevanza di questi;
- › saranno suggerite idee per instaurare un rapporto duraturo tra tutti i soggetti partecipanti.

Chi dovrebbe essere chiamato a partecipare?

Gli alumni sono i protagonisti principali di un sistema che coinvolge diversi attori. **È quindi fondamentale consolidare la collaborazione tra corpo docente, ufficio ex studenti e tutte le altre parti coinvolte per influenzare positivamente il rapporto con gli ex studenti.** Un primo passo in tal senso è quello di identificare non solo **le componenti di questo gruppo eterogeneo**, ma anche le loro **motivazioni** e il **tipo di rapporto**. Una volta compreso chi sono tutte le parti in gioco, è possibile individuare i legami meno forti, lacune e ostacoli, fornendo suggerimenti per apportare dei miglioramenti.

Fedeltà come requisito essenziale del coinvolgimento

La fedeltà degli studenti indica la misura in cui questi si sentono legati all'istituto a cui sono iscritti e si concretizza attraverso i loro atteggiamenti e/o comportamenti (Hennig-Thurau et al. 2001). In altre parole, la fedeltà degli **alumni si evince sia da ciò che dicono** (es. il passaparola positivo) **che da ciò che fanno dopo il diploma** (es. diventare membro di una comitato per l'orientamento scolastico) (Snijders et al., 2019). Tuttavia la lealtà non si genera spontaneamente dopo aver ottenuto il diploma. Al contrario, si sviluppa con il tempo, dall'iscrizione presso la scuola sino al diploma e oltre (Koenig-Lewis et al. 2016, p. 59). Perché quindi dovremmo prestare attenzione a questo concetto? Innanzitutto, perché la fedeltà è associata al coinvolgimento. Snijders et al. (2019) hanno rilevato che gli alumni registrano un livello superiore di coinvolgimento (retrospettivo) laddove considerino positiva la loro esperienza formativa relativamente ai rapporti instaurati con il corpo docente.

La fedeltà degli alumni non è distribuita in maniera uniforme tra le parti coinvolte, ma si sviluppa su diversi livelli. Il corpo docente rappresenta una componente fondamentale nella realizzazione di suddetta fedeltà. Gli studenti consolidano relazioni più durature con (alcuni) docenti e tutor conosciuti in passato, mentre il legame con l'ufficio alumni è comprensibilmente meno forte. La qualità del rapporto con i docenti è considerata rappresentativa della futura lealtà degli ex studenti (Koenig-Lewis et al. 2016).

Sulla base di queste considerazioni, è difficile comprendere in che modo questo legame fondamentale spesso venga meno nel contesto delle scuole professionali. Dopo una indagine che ha coinvolto il corpo docente di alcuni istituti di istruzione superiore in Australia, Vanderlelie (2019) ha individuato due criticità, confermate anche dalla nostra esperienza nel contesto delle scuole professionali. La prima riguarda la mancanza di coordinamento tra il corpo docente e l'ufficio preposto ai rapporti con gli alumni. In secondo luogo, la maggior parte degli intervistati ha tenuto per sé la propria lista di ex studenti, che spesso è diversa da quelle prodotte dall'ufficio alumni.

Nel corso di una comunicazione personale, Vanderlelie (2020) ha sottolineato l'importanza di riconoscere chi gestisce il rapporto. I responsabili della scuola devono rassicurare i docenti che condividere la lista di alumni non vuol dire che il rapporto passerà poi nelle mani dell'ufficio alumni. Suddetta lista deve includere una colonna in cui si identifica il docente con cui il legame è più saldo (es. il tutor). In questo modo, ogniqualvolta che la scuola o gli uffici preposti contattano l'ex studente per una richiesta, colui che gestisce il rapporto è informato e viene coinvolto nell'interazione.

Scuola professionale Pärnumaa (Estonia)

Gli studenti solitamente instaurano un rapporto con gli insegnanti, dai quali sono invitati a partecipare a diverse attività scolastiche dopo essersi diplomati. La creazione di un network di alumni dipende dall'iniziativa individuale finalizzata al mantenimento dei contatti informali con ex studenti. Sono pochi i tentativi di costruire un network dedicato, quale ad esempio la 'MTÜ Tihemetsa Vilistlane', un'associazione di alumni della scuola professionale Pärnumaa, istituita dagli ex studenti dei corsi di giardinaggio e scienze forestali, che al momento è gestita dai docenti.

3. Obiettivi strategici

Attività: mappare gli attori principali nel coinvolgimento degli alunni nella propria scuola

STAKEHOLDER	Quali sono i vantaggi per loro?	Cosa potrebbe scoraggiarli?
Tutor		
Altri docenti		
Ufficio/Addetti ai rapporti con gli alunni		
Dirigenti scolastici		
Altro (specificare)		

Aspetti principali

SEI UN DIRIGENTE SCOLASTICO	SEI UN DOCENTE/UN ALTRO SOGGETTO DELLA SCUOLA
Lavori con i responsabili dei diversi dipartimenti per individuare i migliori studenti per gestire il coinvolgimento degli alunni nella scuola (collaborando con l'ufficio preposto, laddove possibile).	Condividi la lista degli alunni con l'ufficio preposto (laddove possibile).
Incarichi l'ufficio che si occupa delle relazioni con gli alunni di individuare le parti da coinvolgere e redigere un piano per rafforzare i legami più deboli e gestire possibili ostacoli e lacune.	Collabori con i colleghi (docenti, addetti ai rapporti con gli ex studenti) per aumentare le possibilità di coinvolgimento.
Chiarisci a tutte le componenti scolastiche in che modo avrà luogo il coinvolgimento dell'ufficio alunni.	Condividi con i colleghi e l'ufficio alunni le iniziative dedicate agli ex studenti e i relativi risultati.
Garantisce il riconoscimento di chi mantiene il rapporto con l'ex studente.	Supporti e riaffermi con i tuoi studenti il valore del rapporto con gli alunni.
Informi lo staff relativamente ai diversi tipi di alunni in modo da coinvolgere tutti.	

#2 IMPLEMENTARE UN PIANO COERENTE DELLE INIZIATIVE DA REALIZZARE CON GLI ALUMNI

In questa sezione:

- › saranno analizzate le iniziative già in essere per coinvolgere gli alunni;
- › sarà proposto un quadro relativo alle azioni finalizzate al coinvolgimento degli alunni;
- › saranno migliorate le strategie esistenti con una serie di contenuti realizzati sulla base dei bisogni di studenti ed ex studenti nelle diverse fasi della loro vita.

Iniziative già in essere per coinvolgere gli alunni

È necessario iniziare con ciò che si ha a disposizione. Un primo e fondamentale passo è quello di mettere insieme tutte le iniziative già implementate da noi e dai colleghi. Bisogna selezionare le attività in corso nella scuola in cui sono coinvolti gli alunni, scegliendole tra le seguenti:

Seminari	Incontri di orientamento professionale	Open Days
Opportunità di formazione	Offerte di lavoro	Eventi di networking
Stage	Attività di mentoring	Funzione consultiva
Realizzazione delle storie degli alunni	Riconoscimenti per gli alunni	Altro

Generalmente, la compilazione di una scheda di questo tipo genera risultati sorprendenti, anche se le informazioni raccolte mancano di una struttura coerente.

3. Obiettivi strategici

Un quadro delle azioni finalizzate al coinvolgimento degli alunni

Disporre di un quadro di riferimento coerente delle azioni da implementare è un modo ottimale per trasformare un insieme di iniziative disomogenee e non collegate tra loro in una strategia consolidata. Suddetto quadro di riferimento costituisce il punto di partenza per garantire continuità e uniformità a tutte le iniziative e gli eventi dedicati agli ex studenti che hanno luogo presso la nostra scuola. Quale è quindi il filo conduttore nel percorso di coinvolgimento degli alunni?

Un esempio virtuoso: Il modello di coinvolgimento e occupabilità per gli alunni della Griffith University (Australia).

Alla base del modello di coinvolgimento e occupabilità per gli alunni ideato dalla Griffith University (Vanderlelie, 2019) c'è proprio il concetto di occupabilità¹. In questo senso, agli ex studenti vengono offerte diverse opportunità al fine di integrare con gli studenti di tutti gli anni e assisterli nel difficile momento della transizione scuola-lavoro. Attraverso questo modello, gli studenti sono incoraggiati a considerare la loro occupabilità, dal momento dell'iscrizione sino al diploma, attraverso quattro obiettivi:

- › creare consapevolezza personale e professionale;
- › rafforzare l'abilità di individuare e implementare le competenze principali;
- › sensibilizzare in merito alle iniziative di supporto nel contesto delle scuole professionali;
- › migliorare la conoscenza dei percorsi professionali e della ricerca di un'occupazione.

¹ Bridgestock (2009) espande ulteriormente la definizione di 'occupabilità dei diplomati' per includere non solo le competenze generiche ma l'abilità di studenti e diplomati di gestire autonomamente il proprio percorso professionale.

Migliorare le iniziative esistenti

È fondamentale che il modello delle iniziative destinate agli alunni enfatizzi l'importanza e le motivazioni alla base del rapporto con la propria scuola, che si evolve attraverso le diverse fasi del percorso di studio/dopo il diploma, come riportato nella tabella seguente:

	Livelli e domande	Iniziative in cui coinvolgere gli alunni
P R I M A	CONSAPEVOLEZZA - L'istruzione professionale è adatta a me? - Quale tipo di percorso devo intraprendere? - Cosa posso fare con questo titolo?	- Condividere i racconti degli alunni con gli studenti delle scuole di preparazione a specifici percorsi di istruzione o professionali^{<?>}. - I racconti degli alunni vengono inseriti all'interno del materiale promozionale. - Gli ex studenti partecipano agli Open Days.
	APPARTENENZA (Primo anno) - È questo il percorso giusto? - È questo il mio posto? - Come faccio a raggiungere l'obiettivo?	- Creare consapevolezza delle opportunità lavorative future attraverso gli esempi degli alunni. - Illustrare la diversità dei percorsi con cui 'raggiungere l'obiettivo'. - Invitare gli alunni a incontri con la classe. - Mettere in contatto gli studenti del primo anno con gli alunni che svolgono attività di mentoring.
	COMPETENZE (lungo tutto il percorso) - Di quali competenze ho bisogno? - Come creo un network?	- Chiarire quali sono le competenze necessarie per svolgere una professione. - Invitare gli alunni a presentare il proprio percorso formativo durante gli eventi di orientamento professionale. - In classe, fare uso di esempi pertinenti ai settori di riferimento.
D U R A N T E	ESPERIENZA LAVORATIVA (ultimo anno) - Cosa cercano le aziende? - Come sviluppo esperienza? - Devo continuare a studiare?	- Mettere in contatto gli studenti dell'ultimo anno con alunni che svolgono attività di mentoring nel corso dei progetti realizzati nello stesso periodo. - Visite aziendali, esperienza lavorativa e opportunità di internship. - Redazione del CV e strategie per la ricerca di un impiego.

3. Obiettivi strategici

D O P O	SUPPORTO AGLI ALUMNI (dopo il diploma)	
	• Da dove parto per cercare un lavoro?	• Sviluppo professionale e formazione continua.
	• Sono pronto a un cambiamento nel mio percorso professionale. Da dove inizio?	• Supporto nell'aggiornamento del curriculum.
	• In che modo posso aiutare/supportare gli studenti?	• Attività di mentoring e networking • Assunzione di altri diplomati.

Attività: definire le iniziative dedicate agli alumni già in essere all'interno di un modello di riferimento

Il template che segue può aiutarci a programmare le iniziative in cui coinvolgere gli alumni considerando i momenti principali del percorso di istruzione. È importante individuare le azioni già in essere e le possibili criticità, considerando altresì situazioni nuove in cui gli alumni possono interagire con gli studenti. I due esempi illustrati di seguito descrivono in che modo due scuole hanno utilizzato al meglio il template fornito.

COMETA (Italia)

Livelli e attività	Iniziative già poste in essere da COMETA	Spunti per il futuro
CONSAPEVOLEZZA • Condividere i racconti degli alunni con gli studenti delle scuole di preparazione a specifici percorsi di istruzione o professionali. • Le storie degli alunni vengono inseriti all'interno del materiale promozionale. • Gli ex studenti partecipano agli Open Days.	• Le storie degli alunni vengono inseriti all'interno del materiale promozionale e si condividono su Facebook. Realizzazione di video sui corsi, che vengono postati su YouTube. • Gli ex studenti partecipano agli Open Days.	• Definire una strategia per creare consapevolezza (iniziative da attuare con il coinvolgimento del personale). • Creare una pagina sul sito della scuola con una sezione contenente le storie degli alunni.
APPARTENENZA • Creare consapevolezza delle opportunità lavorative future attraverso gli esempi degli alunni. • Illustrare la diversità dei percorsi attraverso cui 'raggiungere l'obiettivo'. • Invitare gli alunni a incontri con la classe. • Mettere in contatto gli studenti del primo anno con gli alunni che svolgono attività di mentoring.	• Creare consapevolezza delle opportunità lavorative future attraverso il coinvolgimento degli alunni. • Invitare gli alunni a incontri con la classe in cui condividere la propria esperienza lavorativa.	• Definire una strategia con cui sviluppare il senso di appartenenza • (iniziative da attuare con il coinvolgimento del personale).
COMPETENZE • Chiarire quali sono le competenze necessarie per svolgere una professione. • Invitare gli alunni a presentare il proprio percorso formativo durante gli eventi di orientamento professionale. • In classe, fare uso di esempi pertinenti ai settori di riferimento.		• Definire un processo attraverso cui sviluppare competenze. • Definire una strategia con cui sviluppare il senso di appartenenza (iniziative da attuare con il coinvolgimento del personale).

3. Obiettivi strategici

ESPERIENZA PROFESSIONALE • Mettere in contatto gli studenti dell'ultimo anno con alumni che svolgono attività di mentoring nel corso dei progetti realizzati nello stesso periodo. • Visite aziendali, esperienze professionali e opportunità di internship. • Redazione del CV e strategie per la ricerca del lavoro	• Visite aziendali, esperienze professionali e opportunità di internship: un ex studente offre la possibilità di visitare l'azienda per cui lavora.	• Definire un progetto attraverso cui sviluppare esperienza professionale (iniziative da attuare con il coinvolgimento del personale).
SUPPORTO AGLI ALUMNI • Sviluppo professionale e formazione continua. • Supporto nell'aggiornamento del curriculum. • Attività di mentoring e networking. • Assunzione di altri diplomati.	• Sviluppo professionale e formazione continua: corsi di specializzazione aggiuntivi per gli adulti. • L'ufficio Carriere e Placement offre assistenza relativamente all'aggiornamento del CV, attività per la quale si organizzano frequentemente incontri. • Assunzione di altri diplomati. • Supporto individuale di natura informale da parte di tutor e docenti.	• Creare un sito o una pagina web con le offerte di lavoro. • Organizzare meeting annuali per condividere esperienze e sviluppare collaborazioni. • Formalizzare il supporto individuale fornito da tutor e docenti.

PKHK (Estonia)

Livelli e attività	Iniziative già promosse dalla Scuola/dipartimento	Spunti per il futuro
CONSAPEVOLEZZA • Condividere i racconti degli alunni con gli studenti delle scuole di preparazione a specifici percorsi di istruzione o professionali. • I racconti degli alunni vengono inseriti all'interno del materiale promozionale. • Gli ex studenti partecipano agli Open Days.	• Gli alunni visitano la scuola in cui si sono diplomati per condividere la loro esperienza professionale. • Le testimonianze degli alunni sono condivise sui social. • Sono stati organizzati "open days" o comunque eventi a porte aperte, con competizioni relative ad attività professionali a cui hanno partecipato gli alunni discutendo le loro scelte all'interno dei laboratori. • Alcuni docenti sono anche ex studenti e condividono la propria esperienza nel corso di eventi a porte aperte.	• All'interno del materiale promozionale non è presente nessun riferimento agli alunni e alle loro testimonianze.
APPARTENENZA • Creare consapevolezza delle opportunità lavorative future attraverso gli esempi degli alunni. • Illustrare la diversità dei percorsi con cui "raggiungere l'obiettivo". • Invitare gli alunni a incontri con le classi. • Mettere in contatto gli studenti del primo anno con gli alunni che svolgono attività di mentoring.	• Ogni tanto si organizzano eventi in cui si parla dei percorsi professionali con gli studenti del primo anno (gli alunni partecipano alla lezione introduttiva, ricordando il periodo e le esperienze a scuola). • A volte gli alunni aiutano gli studenti del primo anno con la loro prima esercitazione pratica (attività di parrucchiera, cucina). • Gli alunni sono coinvolti nel percorso di istruzione (attraverso lezioni, valutazioni degli esami ecc.).	• Inizialmente, l'attività di mentoring potrebbe essere introdotta nel modulo relativo allo stage.
COMPETENZE • Chiarire quali sono le competenze necessarie per svolgere una professione. • Invitare gli alunni a presentare il proprio percorso formativo durante gli eventi di orientamento professionale. • In classe, fare uso di esempi pertinenti ai settori di riferimento.	• Esempi pertinenti al settore di riferimento: alcuni dei docenti sono ex studenti e operano anche nel campo della disciplina che insegnano a scuola.	• Coinvolgere gli alunni nei moduli dedicati all'orientamento professionale. • Coinvolgere gli alunni nell'attività di orientamento professionale per i nostri studenti (ad esempio affidando un ex studente a ciascun studente).

3. Obiettivi strategici

ESPERIENZA PROFESSIONALE • Mettere in contatto gli studenti dell'ultimo anno con alumni che svolgono attività di mentoring nel corso dei progetti realizzati nello stesso periodo. • Visite aziendali, esperienze professionali e opportunità di internship. • Redazione del CV e strategie per la ricerca del lavoro.	• I nostri stage coinvolgono aziende che in alcuni casi sono gestite dagli alumni. Gli studenti visitano spesso queste aziende nell'ambito di viaggi studio. • Gli studenti svolgono il proprio stage all'interno di queste aziende, sotto la supervisione degli alumni.	
SUPPORTO AGLI ALUMNI • Sviluppo professionale e formazione continua. • Supporto nell'aggiornamento del curriculum. • Attività di mentoring e networking. • Assumere altri diplomati.	• Spesso si condividono gli aggiornamenti del curriculum con gli alumni che lavorano nelle aziende, chiedendo la loro opinione e suggerimenti per ulteriori miglioramenti. • Molti alumni sono coinvolti attivamente nella formazione erogata a scuola, es. organizzando incontri con gli studenti, tenendo lezioni, sviluppando il curriculum, organizzando viaggi studio e stage. • Gli alumni hanno continuato a lavorare come docenti per le materie professionali, aspetto che illustra chiaramente la loro volontà di contribuire allo sviluppo della scuola. • Molti degli alumni che gestiscono saloni di bellezza spesso assumono diplomati provenienti dalla loro stessa scuola. • Gli eventi celebrativi annuali organizzati per ciascun corso di specializzazione coinvolgono attivamente, alumni, rappresentanti delle aziende e studenti.	• Le attività di mentoring e networking tra alumni nella nostra scuola hanno luogo informalmente. I network sono in fase di attivazione.

SUPPORTO AGLI ALUMNI • Sviluppo professionale e formazione continua. • Supporto nell'aggiornamento del curriculum. • Attività di mentoring e networking. • Assumere altri diplomati.	• Spesso si condividono gli aggiornamenti del curriculum con gli alunni che lavorano nelle aziende, chiedendo la loro opinione e suggerimenti per ulteriori miglioramenti. • Molti alunni sono coinvolti attivamente nella formazione erogata a scuola, es. organizzando incontri con gli studenti, tenendo lezioni, sviluppando il curriculum, organizzando viaggi studio e stage. • Gli alunni hanno continuato a lavorare come docenti per le materie professionali, aspetto che illustra chiaramente la loro volontà di contribuire allo sviluppo della scuola. • Molti degli alunni che gestiscono saloni di bellezza spesso assumono diplomati provenienti dalla loro stessa scuola. • Gli eventi celebrativi annuali organizzati per ciascun corso di specializzazione coinvolgono attivamente, alunni, rappresentanti delle aziende e studenti.	• Le attività di mentoring e networking tra alunni nella nostra scuola hanno luogo informalmente. I network sono in fase di attivazione.
--	---	--

SEI UN DIRIGENTE SCOLASTICO	SEI UN DOCENTE/UN ALTRO SOGGETTO DELLA SCUOLA
• Parti dall'occupabilità per mettere in contatto docenti e alunni al fine di arricchire il curriculum. • Individua le attività dedicate agli alunni già promosse nella scuola e prova a migliorarne la qualità. • Definisci un quadro di riferimento che includa le attività per il coinvolgimento degli ex studenti all'interno della tua scuola. • Definisci una strategia precisa per le iniziative dedicate agli alunni. • Includi le testimonianze e le opportunità professionali degli alunni all'interno del materiale promozionale per pubblicizzare la tua scuola.	• Fornisci un supporto concreto agli studenti che possa includere diverse opportunità per interagire con gli alunni già durante il loro percorso di studi. • Garantisci un supporto personalizzato agli alunni nel corso della transizione dalla scuola al mondo del lavoro. • Condividi le opportunità e le necessità con i responsabili del network degli alunni. • Metti insieme le iniziative dedicate agli alunni già sviluppate e analizzale con le altre componenti della scuola.

3. Obiettivi strategici

#3. COMUNICARE IL VALORE DEI RAPPORTI CON GLI ALUMNI

In questa sezione:

- › saranno definite le modalità per dare visibilità agli alumni, realizzando e condividendo le loro storie;
- › si proverà ad aumentare la consapevolezza delle diverse sfaccettature dei rapporti con gli alumni;
- › sarà riaffermata la necessità di non indugiare, di ottenere il consenso e restare in contatto;

Dare visibilità agli alumni

Le storie degli alumni sono strumenti utili per dare risalto alle loro esperienze e i traguardi raggiunti. Siano esse realizzate in forma di testi brevi o interviste, queste storie servono come riferimento per gli altri studenti. Kailanto et al. (2012) ha esaminato l'impatto delle storie degli alumni per motivare e aumentare l'impegno degli studenti di un istituto di istruzione superiore in Finlandia. Insieme a incontri in presenza e una serie di informazioni dettagliate, le storie degli alumni si sono dimostrate utili per studenti e corpo docente a rafforzare le connessioni tra il percorso d'istruzione intrapreso dai primi e i percorsi professionali futuri, aumentando di conseguenza la motivazione allo studio.

Attività: creare la prima storia degli alumni

Di seguito vengono riportate una serie di domande e argomenti da cui partire, che possono essere implementati e modificati a seconda delle circostanze:

- › Descriva brevemente il ruolo attuale (posizione, ruolo);
- › Come è arrivato a ricoprire il suo ruolo attuale dopo il diploma?
- › Guardando indietro, quale è l'aspetto più significativo della sua esperienza presso una scuola professionale?
- › Vuole (o vorrebbe) rimanere in contatto con la sua scuola? In che modo? Perché?
- › Quale sarà il prossimo passo da un punto di vista professionale?

Di seguito si riportano anche diversi suggerimenti:

- › è necessario fare in modo che il prodotto finale sia un'esperienza o un racconto. Si tratta di una conversazione, non di un'indagine;
- › non bisogna limitarsi a coinvolgere solo persone affermate, in quanto anche la diversità è importante. È necessario creare un equilibrio in termini di genere, tipo di studio, percorso professionale e di carriera (es. lavoratori dipendenti, lavoratori autonomi, persone che hanno proseguito gli studi) considerando anche lo status delle persone coinvolte (neo-diplomati, professionisti a metà carriera o che vantano una lunga esperienza);
- › la qualità dovrebbe avere la priorità sulla quantità. È tuttavia consigliabile stabilire dei target quantitativi con i colleghi. Ad esempio, entro la fine dell'anno scolastico, si potrebbero realizzare cinque interviste/storie, oppure a ciascun dipartimento potrebbe essere richiesto di svolgere almeno un'intervista prima della fine dell'anno o del semestre;
- › è importante organizzare le interviste personali facendo sì che il diplomato sia a proprio agio nel condividere informazioni riguardo la sua carriera, cercando di adottare un approccio acritico;
- › è altresì importante ottenere il consenso dell'intervistato per poter registrare la conversazione e pubblicare il testo e una foto;
- › in alternativa, si può chiedere a uno studente di realizzare l'intervista. È una buona opportunità per iniziare a costruire un network con dei professionisti.

Gli aspetti appena descritti sono stati considerati anche al momento di realizzare la sezione alumni sul sito dell'attuale progetto TRACKTION, disponibile al link che segue <https://tracktionerasmus.eu/alumni-stories-ee/>.

3. Obiettivi strategici

Attività: creare una sezione alumni sul sito della scuola

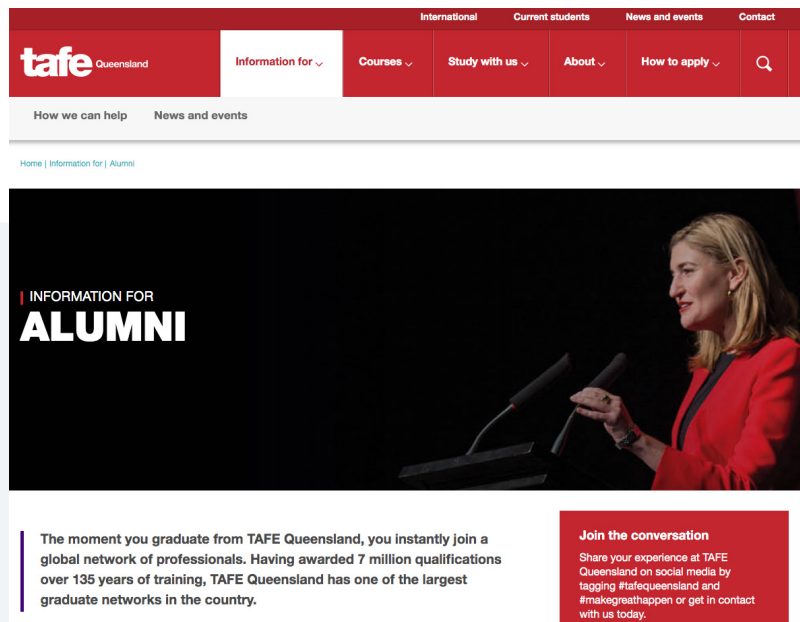
Si dovrebbe valutare la possibilità di includere una sezione alumni sul sito della scuola per condividere le loro storie e altri contenuti di interesse. I due esempi dall’Australia riportati di seguito possono suggerire qualche spunto.

Un esempio virtuoso: la sezione alumni del centro per la formazione professionale TAFE (Queensland, Australia).

Clicca sul link: <https://tafeqld.edu.au/information-for/alumni/index.html?>

Discuti in gruppo i seguenti argomenti:

- > qual è l’obiettivo principale della sezione alumni presente sul sito del TAFE?
- > quali sono i vantaggi per gli alumni?
- > quali sono gli spunti per coinvolgere gli alumni?
- > quali sono gli aspetti di maggior interesse? Perché?



Un esempio virtuoso: il programma alumni nell’ambito della istruzione e formazione professionale erogata dal governo australiano (Australia)

“Il programma alumni realizzato nell’ambito dell’istruzione e formazione professionale erogata dal governo australiano coinvolge diplomati delle scuole professionali, centri di formazione autorizzati, esperti di formazione professionale e rappresentanti delle aziende. Il programma è stato istituito al fine di condividere il percorso e promuovere una maggiore diffusione dell’istruzione e formazione professionale:

<https://www.myskills.gov.au/the-australian-vet-alumni-program/>

Aumentare la consapevolezza delle diverse sfaccettature di cui si compone la rete degli alumni;

Le discussioni in merito al coinvolgimento degli alumni tendono a considerare gli studenti/alumni come beneficiari passivi dei servizi offerti dalla scuola. Comprendere meglio gli aspetti principali del coinvolgimento degli alumni costituisce il primo passo per promuovere l’idea di un network fondato su basi solide e sostenibili. A tal fine, è fondamentale che gli studenti terminino gli studi con una idea chiara della molteplicità di funzioni che potranno svolgere una volta diplomati.

Ricevere informazioni in merito a opportunità lavorative e di formazione continuerà ad avere un ruolo centrale nell’ambito dei programmi dedicati agli alumni. Tuttavia, questa non dovrebbe rappresentare la sola ragione per mantenere il contatto con la scuola. Come si è visto, il coinvolgimento attivo degli ex studenti offre un contributo significativo anche in altri ambiti, quali l’orientamento professionale o la loro partecipazione nella realizzazione dei curricula e dei programmi scolastici.

Le chiacchierate con gli alumni sono molto utili, ma gli studenti traggono beneficio anche dalle interazioni regolari con questi ultimi. Come già analizzato nella sezione precedente, sviluppare un insieme di attività dedicate agli alumni considerando studenti ed ex studenti in ciascuna fase della vita professionale rappresenta un segnale forte, che può essere ulteriormente consolidato enfatizzando l’importanza del coinvolgimento degli alumni all’inizio e al termine di ciascuna attività.

3. Obiettivi strategici

Non indugiare, ottenere il consenso e rimanere in contatto

Avviare e consolidare il contatto con gli ex studenti è un aspetto chiave nel processo di coinvolgimento degli alumni. A prescindere da quanto ci impegniamo, tutti i nostri sforzi potrebbero essere vani se attendiamo troppo. La fedeltà degli alumni si costruisce progressivamente nel tempo. Quindi non aspettate il momento del diploma per stabilire questo rapporto (Vanderlelie, 2019).

Vanderlelie (2019) sostiene che bisogna sfatare uno dei miti più diffusi relativamente al coinvolgimento degli ex studenti, quello secondo il quale ‘gli alumni non sono interessati a mantenere il contatto con la scuola’. Per lo stesso principio, è altresì importante precisare che non tutti gli ex studenti vogliono entrare a fare parte di questa rete, aspetto questo perfettamente comprensibile.

“Dovremmo concentrarci su quegli alumni che vogliono entrare a far parte del nostro network, cercando di stimolare il loro interesse in tal senso. Troppo spesso vedo che le scuole si sforzano di instaurare un rapporto con tutti gli ex studenti, ma ciò che rileva non è la quantità delle relazioni, bensì la qualità ” (*Tim van Der Ploeg, ALFA College*)

A tal proposito, ALFA College, uno dei partner del presente progetto, ha sperimentato l'efficacia di includere gli studenti all'interno del network degli alumni durante la cerimonia per la consegna del diploma, momento caratterizzato da grande euforia. In alternativa, l'interesse degli studenti verso questa iniziativa può essere sondato mesi prima del giorno del diploma, purché ciò avvenga prima che gli studenti terminino gli studi. Il quesito no. 29 dell'indagine svolta nell'ambito del progetto TRACKTION realizzata prima dell'ottenimento del diploma rappresenta un buon esempio:

29. Ti piacerebbe rimanere in contatto con la tua scuola? SÌ/NO

La domanda è stata formulata in maniera diretta agli studenti 2 o 3 mesi prima del diploma. L'indagine, che ha avuto luogo nel marzo del 2019, mostra che il 66% degli studenti del campione considerato (n=624) ha espresso un interesse a mantenere i contatti con la scuola dopo il diploma. Le risposte a questa semplice domanda possono costituire uno strumento utile per costruire la rete degli alumni, in quanto si possono già escludere coloro che hanno risposto negativamente.

Anno scolastico			
Categoria	Numero totale di studenti (A)	Non hanno espresso il desiderio di mantenere i contatti dopo il diploma (B)	Numero di persone che possono essere contattate (A-B)
1. Diplomati			
2. Non diplomati			
3. Soggetti che hanno ottenuto un certificato o un riconoscimento			
4. Altro (es. studenti in visita)			
[aggiungere altra categoria]			

Le manifestazioni di interesse costituiscono un buon inizio, ma è opportuno chiedere agli studenti di specificare che tipo di rapporto intendano mantenere con la scuola dopo il diploma. L'indagine TRACKTION include due quesiti tra loro collegati, che indicano le diverse modalità di coinvolgimento.

Ti piacerebbe rimanere in contatto con la tua scuola? Sì/No	
SE SÌ	
Quali tipi di iniziative o servizi ti piacerebbe <u>avere</u> dalla scuola dopo il diploma? (RICEVERE)	Quali tipi di iniziative o servizi ti piacerebbe <u>offrire</u> alla scuola dopo il diploma? (AIUTARE)
• Informazioni in merito a eventi. • Opportunità di lavoro. • Supporto nell'avviamento di una start-up. • Altro (specificare).	• Incontri di orientamento professionale. • Seminari. • Iniziative di Mentoring. • Visite aziendali.

Anche in questo caso, si tratta di informazioni utili per pianificare e sviluppare le attività che riguardano gli alunni. Per esempio, il 54% degli studenti dell' ALFA College (Olanda) ha manifestato l'intenzione di mantenere i contatti con la scuola. Vorrebbero ricevere informazioni in merito a opportunità professionali o eventi, ma sono anche disponibili a contribuire alle attività della scuola, attraverso seminari o incontri di orientamento professionale.

3. Obiettivi strategici



Interessato a rimanere in contatto	54%
Servizi che si vorrebbero ricevere dalla scuola dopo il diploma	Opportunità di lavoro (76%)
	Informazioni in merito ad eventi (52%)
	Supporto nell'avviamento di una start-up (17%)
Servizi che si vorrebbero offrire alla scuola dopo il diploma	Seminari (62%)
	Incontri di orientamento professionale (30%)
	Iniziative di Mentoring (20%)
	Visite aziendali (17%)
	Entrare a far parte della rete degli alumni (12)

Ottenere il consenso e rimanere in contatto

La nuova normativa sulla privacy impone requisiti stringenti alle scuole. La trasparenza è la chiave. Ottenere il consenso è obbligatorio, ma gli studenti apprezzeranno anche una spiegazione, fornita in modo semplice, della ragione per la quale la scuola ha bisogno dei dati personali e di come saranno utilizzati.

Acquisire il consenso è la condizione necessaria per includere il nominativo degli studenti all'interno del sistema per la gestione dei rapporti con parti terze (i cosiddetti sistemi CRM), anche se la difficoltà principale è l'aggiornamento dei dati. Sebbene la realizzazione di un network di alumni può trarre enorme beneficio dall'utilizzo di un sistema CRM, ci sono moltissime attività che possono essere sviluppate senza ricorrere a suddetto sistema. Il fatto di non possedere un software CRM è più che altro una scusa per non avviare un progetto che riguardi gli alumni.

Mantenere i contatti

La ricerca di modalità di comunicazione efficaci e di forme di dialogo concrete può beneficiare delle opinioni che gli alumni hanno in merito ai canali per mantenere il contatto o i metodi preferiti attraverso i quali essere contattati. Quale è quindi la modalità migliore per essere contattato dagli alumni? Non esiste una risposta univoca. Per tale ragione, abbiamo chiesto alle scuole coinvolte nel progetto di illustrare gli aspetti positivi e negativi per ciascuna modalità di interazione, di cui è possibile trovare una sintesi nella tabella che segue:

Metodo	Vantaggi	Svantaggi	Tempi	Costi
E-mail	Strumento facile per raggiungere un numero di destinatari elevato. Non intrusivo: non arreca disturbo e gli alumni possono rispondere quando lo ritengono opportuno. Si ottiene una risposta in forma scritta.	Gli ex studenti potrebbero non fare uso frequente della posta elettronica. I messaggi potrebbero finire tra la posta indesiderata o potrebbero essere ignorati, soprattutto le campagne email. Dopo il diploma, gli alumni potrebbero cambiare il proprio indirizzo di posta elettronica.	bassi	bassi
Servizio di messaggistica istantanea (WhatsApp, Telegram)	Strumento di comunicazione diffuso. Poco costoso. Interazione simultanea. Ideale per piccoli gruppi organizzati per ambiti specifici.	Troppo informale. Sussiste il rischio che la conversazione si sposti su altri argomenti.	bassi	bassi
Telefonate	Il contatto personale con gli alumni rafforza il rapporto. C'è l'opportunità di ottenere informazioni più dettagliate.	Le telefonate potrebbero avere luogo in momenti poco opportuni per gli alumni. Gli alumni potrebbero decidere di non rispondere laddove non conoscano il numero utilizzato da sistemi telefonici centralizzati. Gli alumni potrebbero aver cambiato il numero di telefono.	alti	alti

3. Obiettivi strategici

Social media	Popolare e spontaneo. Gli alumni possono essere coinvolti anche da remoto. Offre l'opportunità di riattivare contatti non più attivi.	Potrebbe apparire come una modalità troppo informale. Produce un basso livello di coinvolgimento (es. attraverso i like). Hanno bisogno di indirizzare gli alumni verso il sito della scuola per coinvolgerli	medi	bassi
Programmi per il coinvolgimento degli alumni	Facilitano l'integrazione dei servizi (offerte di lavoro, eventi, invio di e-mail, attività di mentoring). Permettono la segmentazione dei servizi forniti. Permettono di raccogliere e pubblicare statistiche e aggiornamenti rilevanti.	Investimento costoso, soprattutto per le piccole scuole e quelle con una strategia per il coinvolgimento degli alumni basata sull'interazione individuale tra studenti ed ex-studenti. Il personale ha bisogno di ricevere una formazione specifica. È necessario aggiornare e gestire i contenuti.	medi	molto alti

Spunti principali

SEI UN DIRIGENTE SCOLASTICO	SEI UN DOCENTE/UN ALTRO SOGGETTO DELLA SCUOLA
Celebra il successo dei tuoi alumni nel mondo appropriato. Utilizza l'efficacia dei social media per trasformare il modo in cui interagisci e coinvolgi gli alumni. Metti in contatto le attività di comunicazione e di raccolta fondi con l'ufficio preposto ai rapporti con gli alumni. Coordina i docenti di tutte le materie nel coinvolgimento degli studenti e degli alumni, rendendoli consapevoli dei loro diversi ruoli.	Attendere sino al momento del diploma è troppo tardi. È necessario fin dall'inizio aiutare gli studenti a comprendere il significato della rete degli alumni e il valore di rimanere in contatto. Crea un senso di appartenenza! Prova a comprendere le opinioni degli alumni in merito alle loro aspettative e i migliori canali, o comunque quelli preferiti, per rimanere in contatto. Tieni informati gli studenti in merito alle iniziative degli alumni che hanno luogo a scuola e alle opportunità di coinvolgimento. Il sito della scuola dovrebbe contenere una sezione degli alumni, in cui pubblicare anche le loro storie.

#4 VALUTARE IL GRADO DI COINVOLGIMENTO ANDANDO OLTRE LE METRICHE DI RIFERIMENTO

In questa sezione:

- › Saranno identificate le iniziative poste in essere per coinvolgere gli alunni all'interno della scuola.
- › Il processo sarà definito e migliorato.

Individuare le iniziative in essere nella scuola relative al coinvolgimento degli alunni

La valutazione accurata e coerente di aspetti quali le iniziative in essere, i partecipanti e i volontari è una componente essenziale per il monitoraggio della strategia di coinvolgimento degli ex studenti all'interno della scuola professionale.

Attività: identificare le misure esistenti all'interno della propria scuola per il coinvolgimento degli alunni

Relativamente all'ultimo anno di scuola, è importante valutare se si è in grado di fornire dati precisi in merito ai seguenti aspetti:

- › percentuale di alunni coinvolti;
- › iniziative per la partecipazione degli ex studenti (in base alla tipologia);
- › numero di volontari e tempo speso in attività di volontariato.

Dati parziali o incongruenti possono inficiare la capacità di valutare la qualità delle azioni, di identificare percorsi di crescita e di apportare miglioramenti nelle diverse aree considerate, impedendo l'implementazione delle misure più appropriate. Apparentemente, l'attività di monitoraggio del coinvolgimento degli alunni può sembrare semplice, ma richiede una serie di passaggi ben organizzati che necessitano della partecipazione di diversi attori:

3. Obiettivi strategici

CREAZIONE DEL CONSENSO	CONDIVISIONE E RACCOLTA DEI DATI	AGGREGAZIONE E ANALISI DEI DATI	COMUNICAZIONE
Chiedere a tutto il personale di raccogliere e gestire i dati. Stabilire un insieme condiviso di definizioni, categorie di alumni, percorsi di coinvolgimento, criteri per l'inclusione. Fare in modo che il processo di raccolta dati sia semplice e chiaro a tutti (es. metriche, strumenti, ecc.).	Alumni, personale, corpo docente e/o volontari raccolgono i dati. Evitare di redigere liste non condivise. Le informazioni sono incluse in un foglio di lavoro condiviso un con cadenza regolare.	I dati sono rivisti e corretti (es. alla fine dell'anno scolastico). Le informazioni sono inserite nel software CRM della scuola (non sempre). Analisi del livello di coinvolgimento degli alumni e i relativi trend.	Attraverso dei report, condividere gli spunti di maggiore rilievo con tutti gli attori coinvolti, utilizzando diversi format. Illustrare in che modo i dati sono utilizzati nel processo decisionale.

Creazione del consenso: le tipologie di coinvolgimento degli alumni

Prima di iniziare a calcolare il numero di alumni e le iniziative implementate, è importante stabilire un determinato segmento delle misure finalizzate al coinvolgimento degli ex studenti.

All'interno del progetto TRACKTION, sono state selezionate ed adattate alcune tra le principali tipologie di criteri per l'inclusione e la partecipazione degli ex studenti proposte dalla task-force per il calcolo delle metriche relative al coinvolgimento degli alumni del CASE²:

² Creato dal Council for the Advancement and Support of Education – CASE, la task force ha provato a integrare il lavoro di diversi istituti e comunità di pratica nel mondo che hanno sviluppato strategie innovative per la misurazione del coinvolgimento degli alumni.

Categoria	Ruolo degli alunni e alcuni esempi
Comunicazioni “un tipo di comunicazione interattiva, esauriente e concreta con gli alunni che sostengono la mission e gli obiettivi strategici della scuola”	Gli alunni quali destinatari delle informazioni (RICEVERE): - Hanno risposto a una indagine sugli ex studenti; - hanno compilato un form in cui valutavano un evento; - hanno risposto a comunicazioni inerenti a posizioni aperte o riconoscimenti; - interagiscono sui social media (e.g. attraverso like, commenti, retweet su contenuti originali pubblicati dalla scuola).
Esperienza “esperienze significative che ispirano gli alunni e sono implementate dall'istituto, promuovono la mission, celebrano i traguardi raggiunti e rafforzano la reputazione”	Gli alunni quali partecipanti (ANDARE): - partecipano ad eventi/corsi di formazione; - usufruiscono dei servizi per il placement; - sono membri dell'associazione degli alunni; - hanno partecipato a incontri virtuali o in presenza rilevanti per i quali è stato prodotto un report.
Volontariato “un tipo di volontariato in cui i ruoli sono gratificanti e definiti formalmente, che sono supportati e promossi dall'istituto e finalizzati alla mission e agli obiettivi strategici di quest'ultimo”	Gli alunni quali soggetti pro(attivi) nell'apportare un contributo (AIUTARE): - accettano di farsi intervistare per realizzare il proprio profilo/la propria storia; - parlano alla classe; - svolgono attività di orientamento professionale; - sono relatori a seminari; - sono membri di commissioni consultive/di orientamento; - forniscono opportunità di lavoro/svolgono attività di tutoraggio all'interno dell'azienda.

Fonte: Elaborazione realizzata su CASE (2018)

3. Obiettivi strategici

Condivisione e raccolta dei dati

Sono diverse le opportunità per raccogliere i dati. Ciò che rileva in questo momento è garantire che tutte le parti coinvolte abbiano una conoscenza chiara del protocollo, degli strumenti base e dei modelli attraverso cui raccogliere e condividere le informazioni.



Comunicazione

È importante raccogliere metriche relative ai messaggi di posta elettronica e le newsletter, es. le percentuali di apertura dei messaggi, dei clic sui link, e di coloro che hanno deciso di annullare la sottoscrizione al servizio.

Esperienze

I fogli presenze sono un primo e utilissimo strumento per ottenere queste informazioni. Comprendere questi dati in merito all’anno del diploma e dell’ottenimento della qualifica è essenziale per una analisi più specifica.

Nome	Sesso	Età	Anno di ottenimento del diploma	Qualifica	Contatti (opzionale)
(aggiungere informazioni se necessario)					

In genere, un template semplice per riportare le esperienze contiene le informazioni seguenti:

Tipo di iniziativa	Referente dell'iniziativa	Data	Durata	Luogo	Numero di partecipanti	% di partecipanti donne

Volontariato

Gli alunni che realizzano seminari o incontri sull'orientamento professionale mettono a disposizione il poco e prezioso tempo che hanno, fornendo un contributo significativo alla loro scuola. È possibile creare un modello semplice per tener traccia di tutte le iniziative pro bono, il quale potrebbe contenere le informazioni seguenti:

Tipo di contributo	Data	Nome del volontario	Anno dell'ottenimento del diploma	Qualifica	Ore di volontariato	Referente dell'iniziativa

Opzionale: una dichiarazione individuale firmata da ciascun volontario e il referente dell'iniziativa all'interno della scuola (es. il docente).

Riconoscimento del tempo speso dal volontario in attività per la scuola

Il calcolo del numero di ore svolte dal volontario costituisce una modalità efficace per valutare il ritorno sull'investimento relativamente alle attività messe in campo per coinvolgere gli alunni. Il valore orario deve essere determinato da ciascuna organizzazione. Tra i fattori da considerare al momento del calcolo, ci sono:

3. Obiettivi strategici

- › il valore del salario minimo nel Paese in cui l'attività viene svolta;
- › il salario medio percepito da un professionista nello stesso settore;
- › il costo di un sostituto.

Ottenere riscontri significativi in termini qualitativi

Il ricorso a dei questionari per raccogliere feedback da parte degli alunni può essere utile per ottenere informazioni in merito alle opportunità di partecipazione, la soddisfazione in merito alle iniziative in cui sono stati coinvolti e le politiche di informazione e comunicazione. Oltre alla raccolta dei riscontri attraverso i questionari, il corpo docente e i ragazzi impegnati in percorsi di tirocinio dovrebbero essere incoraggiati a richiedere feedback significativi in termini qualitativi, attraverso interviste informali e focus group in cui i partecipanti parlano liberamente e si confrontano in un contesto non vincolato che favorisce la riflessione.

Valutare le iniziative esperienziali: Il punteggio netto del promotore

Il punteggio netto del promotore è calcolato considerando la risposta al quesito seguente da parte dei partecipanti a un determinato evento:

Qual è la probabilità che tu suggerisca questo evento/attività a un collega o amico (Scala da 0 a 10)?

		Punteggio netto del promotore
% DI PROMOTORI (punteggio uguale a 9 a 10)	% DETRATTORI (punteggio < 6)	% Promotori - % Detrattori

Analisi e aggregazione dei dati

I software per il coinvolgimento degli alunni e le piattaforme commerciali sono eccezionali per questa attività, anche se si tratta di un'opzione tutt'altro che economica. Un buon punto di partenza può essere quello di condividere un file Excel. Attraverso il contributo di tutti i dipartimenti, l'ufficio alunni o il personale preposto può iniziare ad aggregare i dati. L'idea di fondo è quella di tenere traccia del numero di attività e di quello dei partecipanti per ciascun anno scolastico. Gli alunni possono essere considerati quale un gruppo unico, o diviso per categorie.

ALUMNI		Volontario (V)	Esperienza (E)	Comunicazione (C)
1	Diplomati			
2	Non diplomati			
3	Soggetti che hanno ottenuto un certificato o un riconoscimento			
4	Studenti in visita			
5	[aggiungere altra categoria]			

È importante tenere traccia del numero di iniziative implementate da ciascun dipartimento all'interno della scuola

Azioni	Volontario (V)	Esperienza (E)	Comunicazione (C)
Dipartimento 1			
Dipartimento 2			
Dipartimento..			
TOTALE			

3. Obiettivi strategici

Comunicazione

Uno dei risultati più immediati di questo processo è l'abilità di rappresentare visivamente il coinvolgimento degli alunni. **In tal senso, è utile sintetizzare le informazioni principali in una scheda, un grafico o una mappa interattiva da inserire in una presentazione, un report oppure in una nuova sezione del sito della scuola dedicata agli alunni.**

Aspetti quantitativi:

- › numero di iniziative dedicate agli alunni, classificate per tipologia;
- › alunni coinvolti classificati per tipologia, es. volontari, partecipanti agli eventi;
- › tasso di coinvolgimento;
- › ore di volontariato e ritorno sull'investimento;
- › incremento nell'ultimo mese (in percentuale);

Aspetti qualitativi:

- Soddisfazione, rilevanza (es. indice del punteggio netto del promotore);
- testimonianze degli alunni (ottenute attraverso questionari, interviste nell'ambito di focus group);

Spunti principali

SEI UN DIRIGENTE SCOLASTICO	SEI UN DOCENTE/UN ALTRO SOGGETTO DELLA SCUOLA
Chiedi a tutto il personale di raccogliere e gestire i dati. Ottieni il consenso per la codificazione delle informazioni. Fai in modo che il processo di raccolta dati sia semplice e chiaro a tutti. Condividi le informazioni principali (es. tramite un report). Illustra in che modo i dati sono utilizzati nel processo decisionale . Fissa un quadro di valutazione per le performance annuali del coinvolgimento degli alunni.	Le informazioni sono incluse in un foglio di lavoro condiviso con cadenza regolare. Condividi le informazioni principali con studenti e alunni attraverso un format appropriato. Se la scuola non possiede un sistema CRM, concentrati sulle attività che puoi fare senza.

4.

Unire i puntini

4.

Unire i puntini

In questa sezione:

- › sarà discusso in che modo integrare la strategia per coinvolgere gli alumni con quella della scuola;
- › saranno identificate le implicazioni in termini di garanzia di qualità;

I tentativi da parte delle scuole professionali di coinvolgere gli ex studenti saranno probabilmente infruttuosi laddove considerate al pari di attività accessorie. In che misura gli alumni sono considerati attori strategici nella scuola? In che modo la scuole professionali riconoscono il valore degli alumni quale tramite per aumentare il livello qualitativo dell'istituto? **Il coinvolgimento degli ex studenti deve essere integrato con una chiara strategia istituzionale.** Il confronto con le scuole che hanno aderito al progetto TRACKTION ha evidenziato il fatto che è raro che gli alumni siano menzionati all'interno di documenti strategici o piani di azione annuali. Si tratta perlopiù di riferimenti superficiali che raramente sono tradotti in obiettivi chiari, implementabili e misurabili. L'esempio fornito di seguito proviene dall'Olanda.

4. Unire i puntini

Coinvolgimento degli alunni nelle politiche nazionali e nei documenti istituzionali (ALFA College, Olanda)

Sintesi	Estratto
Politiche nazionali di istruzione e formazione professionale In Olanda non esiste una legge che regola la partecipazione degli ex studenti, in quanto gli obiettivi sono formulati dall'Ispettorato dell'istruzione, alcuni dei quali riguardano gli alunni. Per esempio, quando l'Ispettorato rivede i corsi erogati dalle scuole professionali, queste devono dimostrare di essere a conoscenza delle prospettive dopo il diploma (processo definito 'attività di monitoraggio degli sbocchi professionali').	<i>OR3. Attività di monitoraggio degli sbocchi professionali</i> <i>Definizione: le prospettive per gli studenti dopo aver terminato il corso sono note e sono in linea con la formazione erogata.</i> <i>Qualità di base: l'istituto conosce in che modo si sviluppa il mercato del lavoro (regionale), nonché in che modo la carriera degli studenti è proseguita una volta terminato il corso o dopo il diploma. Ciò riguarda l'iscrizione a corsi post-diploma, la ricerca di una occupazione, o il supporto agli studenti con specifiche esigenze formative. L'attività di monitoraggio soddisfa le aspettative del programma in relazione a risultati registrati mediamente dalla formazione equivalente erogata a livello nazionale e relativi al mercato del lavoro a livello regionale.</i>
La strategia di ALFA College (2019-2023) Nell'ambito del piano strategico scolastico, ALFA College ha dedicato un capitolo specifico agli alunni, all'interno del quale gli ex studenti sono spesso definiti 'partner'.	<i>'interagiremo di più con gli alunni. Vorremmo che loro avessero un ruolo attivo nello sviluppo e nell'organizzazione dei nostri corsi di formazione. Dopotutto, si tratta di persone che sanno in che modo i percorsi di istruzione e formazione professionale sono erogati nella nostra scuola. Sulla base dell'esperienza maturata dopo il diploma, sono evidentemente in grado di indicare come organizzare i nostri programmi formativi per migliorare ulteriormente ciò a cui non hanno potuto prendere parte e su cui noi concentriamo l'attenzione. Possono altresì svolgere un ruolo significativo per gestire la formazione, presenziando seminari o gestendo iniziative in linea con la loro attività professionale. Possono infine essere i destinatari di percorsi di formazione continua, fornendo il loro contributo ai contenuti di corsi di breve durata.</i>

Il programma per la qualità istituito dall'ALFA College

In Olanda, le scuole professionali devono presentare il loro 'programma di qualità' sulla base di indicazioni realizzate a livello nazionale, attraverso la sottoscrizione di accordi specifici. Il programma viene poi rivisto dal Ministero dell'istruzione. Laddove avallato, la scuola riceve un finanziamento per realizzare gli obiettivi specifici nel programma. Quello presentato da ALFA College è stato approvato recentemente.

1. al fine di garantire l'affermazione sociale dei nostri studenti, è importante che continuino a formarsi lungo tutto l'arco della loro vita. In tal senso, ALFA College vuole essere sempre presente in questo percorso, rafforzando il legame con i nostri ex studenti e aumentando le opportunità di formazione continua. Suddetto sforzo inizia con programmi di studio che stimolino il processo di formazione continua dei nostri studenti. Il rapporto con gli alumni fornisce altresì l'opportunità di comprendere meglio i nostri sforzi educativi.

2. L'importanza dei nostri alumni è enfatizzata nel nostro documento strategico. Vogliamo confrontarci con il gruppo degli ex studenti con maggiore regolarità in futuro per innovare i nostri percorsi di istruzione. Ciò sta già avendo luogo con dei programmi quali quelli che vedono gli ex studenti coinvolti in qualità di docenti, valutatori degli esami, riferimenti per i percorsi post-diploma ecc. Vogliamo aumentare il loro coinvolgimento nel nostro istituto. Esaminando i loro fabbisogni educativi, possiamo adattare la nostra offerta formativa alle loro necessità, utilizzando queste informazioni come un input per rivedere i programmi da offrire ai nostri studenti.

3. Siamo molto affezionati ai nostri diplomati. Con le loro riflessioni e feedback, ci aiutano ad avere una prospettiva più chiara degli aspetti da migliorare. Per tale ragione, siamo molto proattivi nell'attivare il dialogo con loro e vogliamo coinvolgerli con sempre maggiore frequenza nei nostri percorsi di istruzione.

In linea con l'approccio utilizzato nelle altre sezioni della guida, è importante comprendere chiaramente la posizione della scuola in merito agli aspetti esaminati.

4. Unire i puntini

Attività: individuare dei riferimenti agli alumni all'interno della documentazione e delle comunicazioni istituzionali della scuola

- › è importante cercare qualsiasi riferimento agli ex studenti:
- › nella pagina principale del sito della scuola;
- › nella documentazione inerente alle strategie didattiche;
- › nell'ambito della strategia sulla formazione professionale promossa a livello regionale e nazionale.

Definire un supporto e una strategia istituzionale in maniera chiara

È fondamentale:

- › Considerare quali documenti e politiche sono adatti per includere riferimenti al coinvolgimento degli alumni.
- › Chiarire le intenzioni e comunicarle allo staff, agli studenti e agli alumni. La dichiarazione che segue, relativa alla strategia per il coinvolgimento degli ex studenti redatta dalla Pepperdine University, sintetizza in maniera concisa e diretta il punto di partenza per aumentare i livelli di partecipazione degli alumni:

“Coinvolgere gli alumni in partenariati da cui trarre beneficio in maniera reciproca, così da generare connessioni significative e rafforzare la comunità della scuola”.
- › Trovare lo spazio e il tempo per discutere possibili soluzioni con lo staff. È importante recepire le opinioni e i punti di vista del corpo docente, dei responsabili del placement e di altri attori istituzionali in merito alle attività implementate per interagire con gli alumni e per ovviare a possibili criticità. Il confronto potrebbe andare avanti per mesi, ma questo non è un problema. È un'attività da valutare sul lungo e non sul breve periodo.

- › **Procedere per piccoli e semplici passi.** È importante evitare di redigere un piano strategico per il coinvolgimento degli alumni da attuare su più anni. È meglio concentrarsi su 1 o 2 obiettivi con un alto grado di fattibilità.

attività: prevedere un riferimento al coinvolgimento degli alumni nella documentazione istituzionale della scuola

Procedere per piccoli passi, considerando i 4 obiettivi strategici e alcune delle iniziative illustrate in questa guida, selezionandole e adattandole secondo le priorità della scuola.

Area	Esempi di obiettivi che considerano la componente qualitativa
Coordina il coinvolgimento di tutte le parti interessate	Crea una forte partnership tra l'ufficio degli alumni e il corpo docente per fare leva sulle relazioni con gli ex studenti. Formalizza il processo attraverso il quale i docenti e i responsabili dei rapporti con gli alumni condividono i contatti di questi ultimi nel contesto dell'orientamento professionale.
Sviluppa un piano di iniziative per gli alumni coerente	Definisci i principali obiettivi e opportunità in cui gli alumni possono interagire con gli studenti. Crea una tassonomia standard per descrivere e classificare le iniziative di coinvolgimento degli alumni (es. inerente alla componente esperienziale, comunicativa e del volontariato). Sviluppa/adatta i processi per intercettare e comunicare le opportunità di lavoro agli ex studenti.
Comunica il valore dei rapporti con gli alumni	Sviluppa metodi e processi per dare un riconoscimento agli alumni ogni anno (per esempio attraverso le loro storie). Crea una sezione web per comunicare con gli studenti in merito a cosa vuol dire far parte di una rete di alumni. Istituisce metodi efficaci per comunicare con gli alumni e renderli partecipi attraverso forme di dialogo reali.

4. Unire i puntini

Valuta il coinvolgimento degli alunni andando oltre le semplici metriche di riferimento	Stabilisci degli indicatori di performance di riferimento per valutare l'efficacia delle iniziative per il coinvolgimento degli alunni.
	Rendi uniformi definizioni, processi di raccolta, gestione e comunicazione dei dati.
	Istituisce una commissione che gestisca i dati al fine di stabilire standard per garantire la qualità.

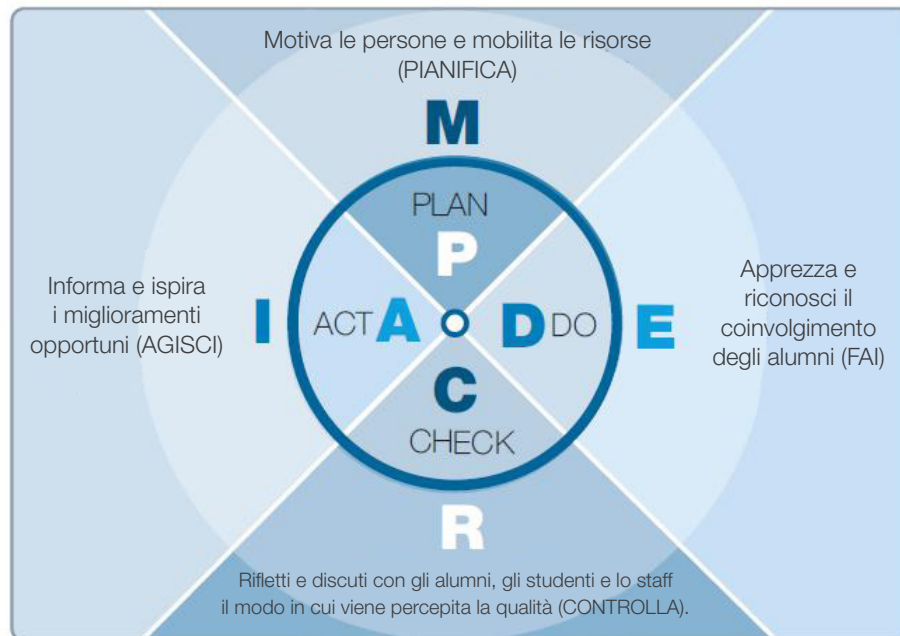
Il personale

Gli obiettivi strategici sembrano grandiosi sulla carta, ma necessitano di una valutazione attenta dei carichi di lavoro da assegnare al personale, nonché del riconoscimento del loro ruolo e dei bisogni formativi. Mettere a punto una strategia efficace richiede il coinvolgimento di diversi attori, e i docenti contribuiscono largamente al consolidarsi di un sentimento di lealtà verso la scuola da parte di studenti e diplomati. Ciò detto, è opportuno non affidarsi totalmente ai docenti che si adoperano su base volontaria. Vanderlelie (2019) considera tre aspetti che i responsabili delle scuole professionali dovrebbero prendere in considerazione:

- › **Pianificazione del carico di lavoro.** Coinvolgere gli alunni necessita di tempo, quindi è bene distribuire il carico di lavoro tra il personale che svolge tale attività;
- › **Riconoscimento e valorizzazione.** Questa attività si basa su un lavoro di gruppo, quindi è bene cogliere l'opportunità per riconoscere pubblicamente il lavoro di chi si impegna per promuovere il coinvolgimento degli alunni;
- › **Sviluppare capacità.** È necessario analizzare i fabbisogni formativi dello staff in relazione al coinvolgimento degli ex studenti, mettendo a disposizione opportunità di formazione relative alla gestione dei rapporti con gli alunni, pianificazione degli eventi, attività di comunicazione e così via.

Un'ultima riflessione sulla garanzia della qualità

Il punto di partenza delle attività per migliorare la qualità è l'autovalutazione (CE-DEFOP,2015). Questa guida è finalizzata ad assistere le organizzazioni che erogano formazione professionale nel processo di miglioramento del coinvolgimento degli alunni, attraverso un piano con cui sviluppare e implementare attività specifiche, incidendo quindi sulla qualità.



Source: Cedefop.

4. Unire i puntini

CEDEFOP (2015) ha previsto un livello ulteriore relativamente al ciclo PFCA che pone l'enfasi sul fattore umano nel processo di garanzia della qualità.

IMER	Sezioni contenute all'interno di questa guida
I – Informa e ispira i miglioramenti opportuni.	#1 Coordina il coinvolgimento di tutte le parti interessate.
M – Motiva le persone e mobilita le risorse.	#2 Sviluppa un piano di iniziative per gli alunni coerente.
E – Apprezza e riconosci il coinvolgimento degli alunni.	#3 Comunica il valore dei rapporti con gli alunni.
R – Rifletti e discuti con gli alunni, gli studenti e lo staff il modo in cui viene percepita la qualità.	#4 Valuta il coinvolgimento degli alunni andando oltre le semplici metriche di riferimento.

Seguendo il ciclo PFCA e le indicazioni contenute all'interno del Quadro europeo di riferimento per la garanzia della qualità, l'implementazione di un sistema circolare che garantisca la qualità prevede i seguenti passaggi:

- › **PIANIFICA.** Stabilisci obiettivi e una programmazione strategica.
- › **FAI.** Definisci le regole per l'implementazione, il monitoraggio continuo e la valutazione dei risultati sulla base di obiettivi predefiniti.
- › **CONTROLLA.** Analizza i fattori che contribuiscono alla qualità e alla gestione del cambiamento finalizzati al raggiungimento dei risultati.
- › **AGISCI.** rivedi la pianificazione e l'individuazione degli obiettivi in maniera strategica per adattarli a nuovi sviluppi, dando vita a un nuovo ciclo per il miglioramento continuo.

Sulla base del ciclo IMER/PFCA, un'ultima fase è quella di ampliare l'idea di coinvolgimento degli alunni e fare sì che questi possano partecipare a tutte le fasi del processo per garantire la qualità

	Pianifica	Fai	Controlla	Agisci
#1 – Fai in modo che si sviluppi una cultura manageriale che si impegni nel coinvolgimento degli alunni e che supporti la formazione del personale in ragione dello stesso.				
#2 – Sviluppa un piano di iniziative per gli alunni coerente che rifletta il contesto della scuola				
#3 - Comunica il valore dei rapporti con gli alunni				
#4 – Valuta il coinvolgimento degli alunni andando oltre le semplici metriche di riferimento e usa i dati e le indicazioni per migliorare il livello di istruzione e formazione professionale				

4. Unire i puntini

spunti finali

SEI UN DIRIGENTE SCOLASTICO O UN RESPONSABILE PER L'ORIENTAMENTO	SEI UN DOCENTE/SEI UN ALTRO SOGGETTO DELLA SCUOLA
Comunica la tua filosofia, strategia e intenzioni in merito al coinvolgimento degli alunni al tuo staff, agli studenti nuovi e passati. Lavora con i responsabili di ciascun dipartimento per individuare dei referenti per gestire il processo di coinvolgimento degli alunni all'interno della scuola (se possibile, collabora con l'ufficio alunni). Parti dall'occupabilità per mettere in contatto docenti e alunni al fine di arricchire il curriculum. Chiarisci con i collaboratori in che modo avvengono i processi per il coinvolgimento degli con l'ufficio preposto a tale attività. Celebra il successo dei tuoi alunni in maniera appropriata. Istituisce programmi di formazione per il personale che supportino lo sviluppo di competenze nella gestione dei rapporti, pratiche di coinvolgimento degli alunni, creando e gestendo reti online.	Attendere sino al momento del diploma è troppo tardi. È necessario fin dall'inizio aiutare gli studenti a comprendere il significato della rete degli alunni e il valore di rimanere in contatto. Fornisci un supporto concreto agli studenti che possa includere diverse opportunità per interagire con gli alunni già durante il loro percorso di studi. Parti dall'occupabilità per mettere in contatto docenti e alunni al fine di arricchire il curriculum. Celebra il successo dei tuoi alunni nel mondo che meritano. Fai uso dei social network per cambiare il modo in cui stabilisci il rapporto e interagisci con gli alunni. Garantisce un supporto personalizzato agli alunni nel corso della transizione dalla scuola al mondo del lavoro.

(Vanderlelie, 2019)

5.

Aspetti relativi
al coinvolgimento
degli alunni

5.

Aspetti relativi al coinvolgimento degli alunni

Di seguito sono riportati percorsi, ossia scenari inerenti al coinvolgimento degli alunni, sulla base dei servizi offerti dai partecipanti al progetto TRACKTION. Suddetti percorsi aiuteranno il lettore a capire in che modo gli alunni (ma anche gli studenti e/o lo staff) interagiscono con il servizio e cosa ci si aspetta da loro in ciascuna fase.

Ufficio Carriera e Placement (COMETA, Italia)

CONSAPEVOLEZZA Come creo consapevolezza?	PARTECIPARE In che modo gli alumni partecipano?	AGIRE Cosa fanno? Descrivi azioni/eventi	LASCIARE Come rimani in contatto con gli alunni dopo l'evento/l'esperienza?
Il nostro ufficio Carriera e Placement monitora lo status occupazionale dei nostri studenti attraverso l'apposita piattaforma istituita a livello regionale. Se risultano disoccupati, li contattiamo e cerchiamo di comprenderne il motivo. Riceviamo offerte di lavoro dalle nostre aziende partner e cerchiamo di trovare il profilo ideale tra i diversi alunni.	Gli alunni potrebbero beneficiare di questo servizio sottoscrivendo un accordo con il nostro ufficio Carriera e Placement. Devono essere incoraggiati a cercare attivamente un'occupazione.	Inizialmente il nostro ufficio offre agli alunni informazioni in merito alle competenze, all'orientamento professionale e a metodi di ricerca del lavoro attiva. È altresì garantito loro qualsiasi politica attiva per l'occupazione (e.g. Garanzia Giovani). Gli ex studenti che non hanno una occupazione sono supportati nello sviluppo di competenze in termini di presentazione, ricerca del lavoro, nonché informati di strategie su come affrontare un colloquio. Laddove il candidato ottiene il posto di lavoro, l'ufficio carriera e placement fornisce ulteriore assistenza durante la mediazione con l'azienda per la ricerca della migliore soluzione contrattuale.	Attraverso sessioni di mentoring periodiche che hanno luogo durante il tirocinio; attraverso telefonate costanti per monitorare il percorso aziendale in caso di assunzione. Se sono assunti come apprendisti, curiamo noi la pianificazione del percorso di formazione e il rapporto con l'azienda, così come le attività di tutoraggio nel corso dell'anno scolastico. Laddove assunti con un contratto di apprendistato professionalizzante, la formazione obbligatoria e trasversale può essere svolta presso la sede di Cometa.

5. Aspetti relativi al coinvolgimento degli alunni

Gli alunni come relatori (ALFA College, Olanda)

CONSAPEVOLEZZA Come creo consapevolezza?	PARTECIPARE In che modo gli alunni partecipano?	AGIRE Cosa fanno? Descrivi azioni/eventi	LASCIARE Come rimani in contatto con gli alunni dopo l'evento/l'esperienza?
Agli alunni che hanno fornito il proprio consenso a ricevere comunicazioni dalla scuola dopo essersi diplomati viene inviata una mail con le informazioni relative al relatore, oppure vengono informati direttamente dai loro docenti.	Gli alunni interessati confermano la presenza contattando i docenti oppure il nostro dipartimento marketing.	- Forniscono informazioni; - Domande e risposte; - Disseminano informazioni utili (i.e. cartelle dei link ai website).	I docenti restano in contatto con i relatori via telefono o posta elettronica. Potrebbero essere contattati dai nostri dipartimenti marketing e comunicazione, rimanendo in contatto con loro.

Supportare gli alunni nella creazione di start up (TKNIKA, Spagna)

CONSAPEVOLEZZA Come creo consapevolezza?	PARTECIPARE In che modo gli alunni partecipano?	AGIRE Cosa fanno? Descrivi azioni/eventi	LASCIARE Come rimani in contatto con gli alunni dopo l'evento/l'esperienza?
URRATSBAT è un programma regionale che fornisce supporto nella creazione di start-up. Il programma è promosso dal Viceministro per l'istruzione e formazione professionale dei Paesi Baschi e coordinato da TKNKA. URRATSBAT ha l'obiettivo di trasformare le scuole professionali in incubatori di imprese. L'attività di incubazione all'interno della scuola è gestita da personale qualificato per svolgere questo ruolo, in genere un docente di leF, il cui ruolo è quello di aumentare la consapevolezza in merito al lavoro autonomo quale strumento per accedere al mercato del lavoro.	Il servizio è disponibile per gli studenti dell'ultimo anno della scuola professionale, per gli alunni e per chiunque sia in contatto con la scuola, in quanto ha partecipato a programmi di formazione a distanza o percorsi di istruzione non formale.	L'obiettivo del progetto è quello di incoraggiare e sostenere gli studenti e gli alunni delle scuole professionali nella creazione di attività imprenditoriali. Laddove richiesto dal business project, gli ex-studenti possono fare uso di ulteriori servizi e iniziative, quali laboratori in cui progettare i prototipi del prodotto in fase di studio.	Tra settembre e dicembre, il docente responsabile dell'implementazione del programma contatta telefonicamente gli alunni per sapere se l'azienda è ancora attiva. Successivamente, i dati relativi alla cosiddetta 'sopravvivenza aziendale' sono caricati sulla piattaforma Ekingune, gestita da TKNKA.

Eventi di orientamento professionale (Cometa, Italia)

CONSAPEVOLEZZA Come creo consapevolezza?	PARTECIPARE In che modo gli alunni partecipano?	AGIRE Cosa fanno? Descrivi azioni/eventi	LASCIARE Come rimani in contatto con gli alunni dopo l'evento/l'esperienza?
Chiamiamo gli alunni per mantenere il contatto e chiedere la loro disponibilità a partecipare alle attività.	Subito dopo la telefonata, gli alunni ricevono una email con maggiori informazioni per iscriversi all'evento.	Durante alcuni eventi (per esempio la consegna del diploma, eventi di raccolta fondi, conferenze a tema), gli alunni sono invitati a raccontare la loro esperienza di formazione presso Cometa, descrivendo il percorso professionale o quali studi hanno intrapreso dopo il diploma	La scuola resta in contatto con gli alunni attraverso telefonate periodiche per aggiornamenti in merito alla loro situazione occupazionale.

Gli alunni organizzano internship per gli apprendisti (PKHK, Estonia)

CONSAPEVOLEZZA Come creo consapevolezza?	PARTECIPARE In che modo gli alunni partecipano?	AGIRE Cosa fanno? Descrivi azioni/eventi	LASCIARE Come rimani in contatto con gli alunni dopo l'evento/l'esperienza?
Il contatto con gli ex studenti è diretto. Il docente, il referente di gruppo o il coordinatore delle internship e gli alunni sono in costante contatto. Questi ultimi sono molto disponibili a lavorare con gli apprendisti o diplomati provenienti dalla loro scuole perché sono già a conoscenza del livello e della qualità dell'insegnamento.	Il responsabile ha accesso al database delle aziende locali che forniscono opportunità di lavoro. È anche possibile sapere quali di queste aziende sono gestite da ex studenti. Questi ultimi ottengono le informazioni di cui hanno bisogno direttamente dalla scuola.	Gli alunni contattano la scuola con una richiesta di tirocinanti preparati oppure personale qualificato.	I datori di lavoro (ex studenti) forniscono un riscontro scritto alla scuola in merito ai curricula e alla qualità dello studio, in quanto questi interagiscono più con l'istituto rispetto agli altri manager contattati.

5. Aspetti relativi al coinvolgimento degli alunni

Gli alunni quali mentori per ridurre le assenze e la dispersione scolastica (CISLAN, Spagna)

CONSAPEVOLEZZA Come creo consapevolezza?	PARTECIPARE In che modo gli alunni partecipano?	AGIRE Cosa fanno? Descrivi azioni/eventi	LASCIARE Come rimani in contatto con gli alunni dopo l'evento/l'esperienza?
Assicurarsi la lealtà degli alunni è uno degli obiettivi del piano d'azione strategico redatto annualmente dalla scuola. Sono due le persone coinvolte, un docente e un coordinatore. A ottobre, i docenti sono informati in merito al piano e a loro viene richiesto di identificare gli studenti maggiormente a rischio di dispersione scolastica. A novembre, il progetto è presentato agli alunni che possono svolgere il ruolo di mentore e gli studenti individuati precedentemente sono invitati a partecipare al progetto.	A dicembre gli alunni e gli studenti acconsentono a prender parte al progetto firmando un documento preparato appositamente. Gli alunni partecipano a incontri individuali con due insegnanti per chiarire gli aspetti principali del ruolo di mentoring. Lo stesso avviene per gli studenti selezionati per il progetto, che firmano un consenso scritto prima che i loro contatti siano inviati al mentore. I mentori ricevono delle istruzioni base e contattano lo studente assegnato loro.	Il primo incontro ha luogo a dicembre. Lo studente e il suo mentore si incontrano ogni due settimane fuori dall'istituto. Il coordinatore supervisiona il processo, identificando criticità, fornendo supporto e intervenendo laddove necessario.	Dopo ciascun incontro, lo studente e il suo mentore inviano un report al coordinatore utilizzando un template precedentemente inviato loro. Alla fine del progetto, il mentore completa un questionario di gradimento e lo studente invia l'ultimo report. Il coordinatore aggrega i dati e consegna il report finale.

6.

Template

6.

Template

Una modalità di inventario delle iniziative rivolte agli alumni

La cultura degli alumni nelle scuole professionali
Sono state istituite iniziative per mantenere il contatto con gli alumni? Per favore, le descriva brevemente (es. un database, una associazione, un luogo di incontro)
Quali sono le motivazioni alla base del contatto con gli alumni? ☐ Attività di fundraising ☐ Miglioramento dei programmi di studio ☐ Informazioni sui percorsi professionali ☐ Attività di mentoring ☐ Altro:
Cosa viene proposto agli alumni? ☐ Informazioni sugli eventi ☐ Opportunità di lavoro ☐ Accesso a strumenti di incubazione per le start-up ☐ Networking ☐ Altro:
Quali sono i canali più efficaci per mantenere il contatto? ☐ Telefono ☐ Email ☐ Indagini online ☐ Social network (Facebook, Instagram...) ☐ Social network professionali (LinkedIn, Twitter, ...) ☐ Altro:
Quali sono i punti di forza delle iniziative dirette agli alumni?
Quali sono i punti da migliorare delle iniziative dirette agli alumni?
Nell'implementazione delle iniziative degli alumni, intravede più opportunità o criticità?
Possiede ulteriori riferimenti in merito alle iniziative per il coinvolgimento degli alumni che le piacerebbe condividere con noi? (es. report, siti web, ecc.)

Modello per il coinvolgimento degli alunni

Livelli e attività	Iniziative già poste in essere	Spunti per il futuro
CONSAPEVOLEZZA • Condividere i racconti degli alunni con gli studenti delle scuole di preparazione a specifici percorsi di istruzione o professionali. • I racconti degli alunni vengono inseriti all'interno del materiale promozionale. • Gli ex studenti partecipano agli Open Days.		
APPARTENENZA • Creare consapevolezza delle opportunità lavorative future attraverso testimonianze degli alunni. • Invitare gli alunni a incontri con la classe. • Mettere in contatto gli studenti del primo anno con gli alunni che svolgono attività di mentoring.		
COMPETENZA • Chiarire quali sono le competenze necessarie per svolgere una professione. • Invitare gli alunni a presentare il proprio percorso formativo durante gli eventi di orientamento professionale. • In classe, utilizzare esempi che siano pertinenti al settore.		
ESPERIENZA PROFESSIONALE • Mettere in contatto gli studenti dell'ultimo anno con gli alunni che svolgono attività di mentoring. • Visite aziendali, esperienze professionali e opportunità di internship.		
SUPPORTO AGLI ALUMNI • Sviluppo professionale e formazione continua. • Supporto nell'aggiornamento del curriculum. • Attività di mentoring e networking. • Assunzione di altri diplomati.		

Modello per le storie degli alunni

ALUMNI STORIES FORM



PROFILO	
(aggiungere foto)	
Nome	
Età	
Nome della scuola	
Qualifica professionale	
Anno del diploma	
Situazione attuale	☐ Lavoratore dipendente ☐ Lavoratore autonomo ☐ Studente ☐ Attività di volontariato ☐ Altro
Posizione attuale	
DOMANDE	
Descriva brevemente il ruolo attuale	
Come è arrivato a ricoprire il suo ruolo attuale dopo il diploma?	
Guardando indietro, quale è l'aspetto più significativo della sua esperienza presso una scuola professionale?	
Raccomanderebbe a qualcuno altro di frequentare la sua stessa scuola? Perché?	
Vuole (o vorrebbe) rimanere in contatto con la sua scuola? In che modo? Perché?	
Quale sarà il prossimo passo nella sua carriera professionale?	
Link (sito aziendale, profilo LinkedIn)	
PRESENTAZIONE	
Storia inviata da	
Email	
Dà il suo consenso affinché la storia sia pubblicata sul sito del progetto TRACKTION?	SI/NO
Inverrà una foto?	SI/NO

6. Template

Fogli di registrazione per le iniziative degli alunni

Esperienza

I fogli presenze sono un primo e utilissimo strumento per ottenere queste informazioni. Raccogliere questi dati in merito all'anno del diploma e dell'ottenimento della qualifica è essenziale per una analisi più specifica.

Nome	Sesso	Età	Anno di ottenimento del diploma	Qualifica	Contatti (opzionale)
(aggiungere informazioni se necessario)					

In genere, si tratta di utilizzare un template semplice per riportare le esperienze, che contiene le informazioni seguenti:

Tipo di iniziativa	Referente dell'iniziativa	Data	Durata	Luogo	Numero di partecipanti	% di partecipanti donne

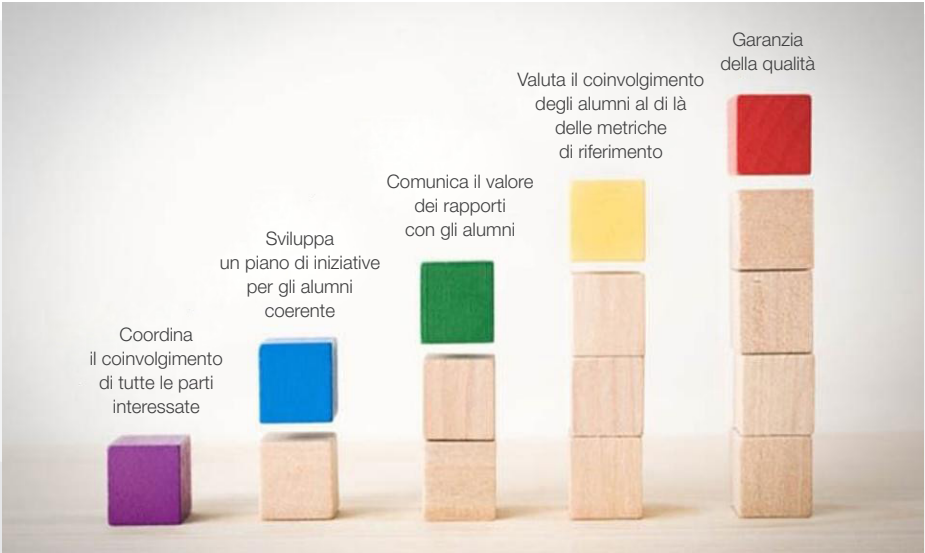
Volontariato

Gli alunni che realizzano seminari o incontri sull’orientamento professionale mettono a disposizione il poco e prezioso tempo che hanno, fornendo un contributo significativo alla loro scuola. È possibile creare un modello semplice per tener traccia di tutte le iniziative di volontariato, il quale potrebbe contenere le informazioni seguenti:

Tipo di contributo	Data	Nome del volontario	Anno dell'ottenimento del diploma	Qualifica	Ore di volontariato	Referente dell'iniziativa

Opzionale: una dichiarazione individuale firmata da ciascun volontario e il referente dell’iniziativa all’interno della scuola (es. l’insegnante).

Iniziative per l’implementazione di un sistema per la garanzia della qualità delle azioni finalizzate al coinvolgimento degli alunni



6. Template

	Pianifica	Fai	Controlla	Agisci
#1 – Fai in modo che si sviluppi una cultura manageriale finalizzata al coinvolgimento degli alunni e che supporti la formazione del personale in ragione dello stesso.				
#2 – Sviluppa un piano di iniziative per gli alunni coerente , che rifletta il contesto della tua scuola.				
#3 - Comunica il valore dei rapporti con gli alunni.				
#4 – Valuta il coinvolgimento degli alunni andando oltre le semplici metriche di riferimento e usa i dati e le indicazioni per migliorare il livello di istruzione e formazione professionale.				
Aspetti principali	Progetta	Fai	Controlla	Agisci
Fai in modo che si sviluppi una cultura manageriale finalizzata al coinvolgimento degli alunni e che supporti la formazione del personale in ragione dello stesso.				
Sviluppa un piano di iniziative per gli alunni coerente, che rifletta il contesto della tua scuola.				
Comunica il valore dei rapporti con gli alunni.				
Valuta il coinvolgimento degli alunni andando oltre le semplici metriche di riferimento e usa i dati e le indicazioni per migliorare il livello di istruzione e formazione professionale.				

7.

Riferimenti
bibliografici

7.

Riferimenti bibliografici

Bridgstock, R. (2009). The graduate attributes we've overlooked: Enhancing graduate employability through career management skills. *Higher Education Research and Development*, 28(1), 27-39.

Cedefop (2015). *Handbook for VET providers: Supporting internal quality management and quality culture*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Cedefop Reference series; No 99.

Gallo, M. L. (2018). How are graduates and alumni featured in university strategic plans? Lessons from Ireland. *Perspectives: Policy and Practice in Higher Education*, 22(3), 92-97.

Kailanto, M., Silius, K., Tervakari, A-M., Marttila, J., Tebest, T., & Huhtamäki, J. (2012). Alumni Stories and Students' Commitment to Studies. In *Proceedings of the 2012 IEEE Global Engineering Education Conference, EDUCON*, 17-20 April 2012, Marrakech, Morocco (pp. 1021-1028). (IEEE Global Engineering Education Conference; No. 12746778). Piscataway, NJ: Institute of Electrical and Electronics Engineers IEEE. <https://doi.org/10.1109/EDUCON.2012.6201166>

Kowalik, E. (2011). Engaging alumni and prospective students through social media. *Cutting-edge technologies in higher education*, 2, 211-227.

Hennig-Thurau, T., Langer, M. F., & Hansen, U. (2001). Modelling and managing student loyalty: An approach based on the concept of relationship quality. *Journal of service research*, 3(4), 331-344. Koenig-Lewis et al. 2016

Jain Y. (2019). Alumni Engagement measurement and Impact: Benchmarking for success. *ICAReAlumni Conference Proceedings*, (1). <https://doi.org/10.34630/icar.v0i1.3123>

7. Riferimenti bibliografici

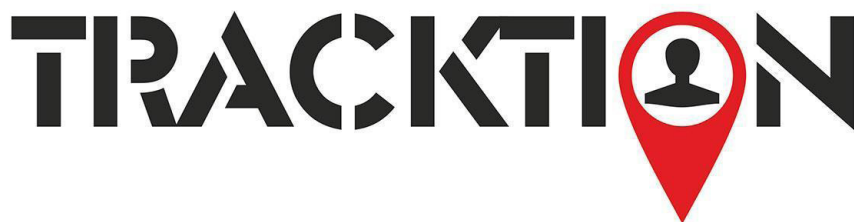
Kowalik, E. (2011). Engaging alumni and prospective students through social media. *Cutting-edge technologies in higher education*, 2, 211-227.

Pepperdine Alumni Relations (2018) Alumni Engagement 5-year Strategic Plan 2018-2022. Pepperdine University.

Snijders, I., Wijnia, L., Rikers, R. M., & Loyens, S. M. (2019). Alumni loyalty drivers in higher education. *Social Psychology of Education*, 22(3), 607-627.

Vanderlelie (2019) Engaging Alumni for Employability Good Practice Guides. Griffith University.

Weerts, D. J., Cabrera, A. F., & Sanford, T. (2010). Beyond giving: Political advocacy and volunteer behaviors of public university alumni. *Research in Higher Education*, 51(4), 346-365.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

www.tracktionerasmus.eu



Co-funded by the
Erasmus+Programme
of the European Union