

Linee guida

per lo sviluppo e il rafforzamento dei Career service

Sintesi

Linee guida per l'interpretazione:

Contesto e ragioni dello sviluppo e del rafforzamento dei career service universitari

Orientamenti strategici

Mutamenti del mercato del lavoro e politiche attive

- O1 – Riconoscere il carattere transnazionale dei mutamenti del mercato del lavoro
- O2 – Porre al centro la questione della occupabilità e della salvaguardia e valorizzazione delle risorse umane
- O3 – Conciliare le esigenze della flessibilità e quelle della sicurezza
- O4 – Ricercare attivamente il lavoro sviluppando connessioni e relazioni
- O5 – Considerare il processo di riforma come una opportunità per passare dalle parole ai fatti

Terza missione delle università e ruolo dei career service

- O6 – Considerare la terza missione come il quadro strategico di riferimento dei career service
- O7 – Riconoscere il trend internazionale di evoluzione dei career service in relazione ai mutamenti sociali, delle condizioni economiche e del mercato del lavoro
- O8 – Discernere e valorizzare le tendenze in atto

Fattori critici di successo

- O9 – Riconoscere e rendere espliciti gli ostacoli e i fattori critici
- O10 – Valorizzare i fattori di facilitazione e gli aspetti positivi
- O11 – Promuovere l'attuazione di una *Road Map* fondata sui fattori critici di successo

Linee guida per l'azione:

Orientamenti strategici e opzioni pratiche

Orientamenti strategici

Azioni

Fattore 1 - Governance e Commitment

- | | |
|---|----------------|
| O12 – Promuovere il coinvolgimento e l'impegno della leadership dell'università per il rafforzamento del career service | Azioni 1 - 3 |
| O13 – Promuovere una <i>governance</i> allargata e imprenditiva | Azioni 4 - 5 |
| O14 – Guidare una pianificazione strategica condivisa | Azioni 6 - 10 |
| O15 – Garantire la disponibilità delle risorse strutturali e tecniche | Azioni 11 - 13 |

Fattore 2 - Networking, Connections e Partnership

- | | |
|--|----------------|
| O16 – Sviluppare le relazioni con imprese e datori di lavoro | Azioni 14 - 27 |
| O17 – Promuovere connessioni a tutti i livelli | Azioni 28 - 34 |
| O18 – Incentivare l'utilizzo dei <i>social network</i> | Azioni 35 - 38 |
| O19 – Promuovere la costruzione di <i>partnership</i> strategiche con le aziende | Azioni 39 - 43 |
| O20 – Sviluppare il <i>networking</i> interno | Azioni 44 - 49 |

Fattore 3 - Conoscenza della domanda di lavoro	
O21 – Promuovere un’azione conoscitiva diretta sulla domanda di lavoro	Azioni 50 - 62
O22 – Utilizzare le Comunicazioni obbligatorie per sviluppare l’analisi della domanda di lavoro e degli sbocchi professionali di laureati	Azioni 63 - 68
O23 – Raccogliere e utilizzare le fonti informative nazionali già disponibili sulla domanda di lavoro	Azioni 69 - 73
O24 – Prevedere un sistema integrato di raccolta di dati e informazioni sulla domanda di lavoro	Azioni 74 - 80
O25 – Costruire un unico sistema informativo nazionale	Azioni 81 - 85
Fattore 4 - Comunicazione e marketing	
O26 – Promuovere una pianificazione strategica di <i>marketing</i> dei servizi	Azioni 86 - 92
O27 – Sviluppare una comunicazione ampia e personalizzata	Azioni 93 - 102
O28 – Svolgere un ruolo proattivo per il coinvolgimento e la fidelizzazione degli utenti	Azioni 103 - 113
Fattore 5 - Personalizzazione	
O29 – Impostare e organizzare il servizio in funzione della personalizzazione	Azioni 114 - 121
O30 – Promuovere modelli di orientamento più efficaci in relazione alla occupabilità degli studenti	Azioni 122 - 125
O31 – Garantire il legame tra orientamento in entrata, <i>in itinere</i> e in uscita	Azioni 126 - 131
O32 – Erogare servizi di orientamento tempestivi e personalizzati	Azioni 132 - 142
O33 – Ampliare servizi personalizzati per differenti target	Azioni 143 - 150
O34 – Potenziare le professionalità dedicate all’orientamento e alla personalizzazione dei servizi per gli studenti	Azioni 151 - 155
Fattore 6 - Attrattività e segmentazione dei servizi alle imprese	
O35 – Promuovere una vasta gamma di servizi alle imprese e ai datori di lavoro	Azioni 156 - 182
O36 – Differenziare e personalizzare i servizi in base ai diversi target e al mercato del lavoro locale	Azioni 183 - 190
O37 – Personalizzare le relazioni mediante l’organizzazione di eventi e occasioni di incontro con le aziende	Azioni 191 - 206
Fattore 7 - Promozione del sistema duale	
O38 – Promuovere la diffusione di conoscenze sull’apprendistato	Azioni 207 - 214
O39 – Sviluppare il <i>networking</i> e la costruzione di <i>partnership</i> strategiche con i potenziali datori di lavoro	Azioni 215 - 223
O40 – Promuovere il coinvolgimento attivo delle parti sociali	Azioni 224 - 229
O41 – Assicurare una maggiore flessibilità per l’organizzazione dei corsi di laurea in apprendistato	Azioni 230 - 236
O42 – Garantire la qualità dei sistemi di apprendistato	Azioni 237 - 254
O43 – Sviluppare un sistema di riconoscimento e certificazione di conoscenze, capacità e competenze acquisite	Azioni 255 - 263

Fattore 8 - Sostenibilità e raccolta fondi	
O44 – Coinvolgere la <i>governance</i> dell’Università	Azioni 264 - 270
O45 – Incrementare l’accesso ai fondi privati e sviluppare il <i>funding mix</i>	Azioni 271 - 280
O46 – Incentivare l’accesso ai fondi europei	Azioni 281 - 286
O47 – Promuovere la formazione degli operatori	Azioni 287 - 291
O48 – Promuovere il <i>networking</i> e lo scambio di buone pratiche per la raccolta dei fondi	Azioni 292 - 298
Fattore 9 - Capacity building del personale	
O49 – Rafforzare l’identità professionale degli operatori	Azioni 299 - 304
O50 – Sostenere la formazione continua degli operatori	Azioni 305 - 318
O51 – Coinvolgere gli operatori nell’impostazione delle metodologie e dei contenuti formativi	Azioni 319 - 324
Fattore 10 - Monitoraggio e Valutazione	
O52 – Sviluppare la programmazione e il monitoraggio	Azioni 325 - 334
O53 – Diffondere l’impiego di procedure di valutazione dei servizi erogati	Azioni 335 - 345
O54 – Attivare azioni di miglioramento della qualità dei career service	Azioni 346 - 357