

ABSTRACT

Le riforme universitarie realizzate nel corso degli anni 90' hanno visto tra le molte novità l'introduzione dei servizi per gli studenti. Questi strumenti sono finalizzati al supporto degli studenti dal punto di vista economico, didattico e psicologico nel corso del loro ciclo di studi, nonché alla facilitazione del loro ingresso nel mondo del lavoro. Tali servizi sono destinati ad assumere un ruolo sempre più rilevante nel futuro e rappresenteranno uno degli elementi principali di competizione tra i diversi atenei.

Questo lavoro mira quindi a descrivere l'offerta proposta dell'Università di Torino, realizzando una mappatura dei servizi e proponendo azioni migliorative. La tesi è stata realizzata attraverso l'analisi dettagliata delle fonti sitografiche, l'intervista dei dirigenti responsabili e la realizzazione di un focus group con alcuni studenti.

I servizi sono stati osservati secondo quattro dimensioni: l'erogazione, la struttura organizzativa, la comunicazione, la logistica. Per ognuno di questi aspetti sono stati individuati dei margini migliorativi, in base ai quali sono state elaborate le proposte finali. Tali proposte rappresentano le azioni di base che l'Università dovrebbe attuare qualora voglia decidere di puntare fortemente sui servizi, adeguandoli alle esigenze degli studenti e ponendoli al centro della propria comunicazione.