

Collettivo Selezionato

Anno di Diploma: 2021
 Istituto: qualsiasi
 Scuola: qualsiasi
 tipo di diploma: tecnico
 liceo/settore: IT economico
 sezione/indirizzo: ITE - Amm., finanza e marketing
 articolazione/filiera: qualsiasi
 opzione: qualsiasi
 area (alma only): qualsiasi
 provincia della scuola (alma only): qualsiasi
 progetto AlmaDiploma (alma only): qualsiasi

Legenda:

* dato non visualizzato perché riferito ad un collettivo con meno di 5 diplomati

Per una migliore lettura dei dati si consultino le [note metodologiche](#)

Profilo dei diplomati	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
Numero di diplomati	5.039	2.076	1.483	1.480
Hanno compilato il questionario	4.432	1.833	1.330	1.269
Tasso di compilazione	88,0	88,3	89,7	85,7

Caratteristiche anagrafiche	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
Genere (%)				
Maschi	49,6	51,9	30,9	65,3
Femmine	50,4	48,1	69,1	34,7
Età (%) ¹				
18 anni	5,3	5,0	6,1	4,9
19 anni	74,1	71,5	77,3	74,6
20 anni	15,2	15,8	12,8	16,6
21 anni e oltre	5,4	7,7	3,7	3,9
Età al diploma (medie, in anni) ²	19,4	19,5	19,2	19,2
Cittadini stranieri (%) ³	9,8	9,7	11,1	8,7

Origine sociale	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
Titolo di studio dei genitori (%) ⁴				
Laurea	16,2	17,8	15,7	14,3
Diploma di scuola secondaria di secondo grado	50,8	47,8	53,6	52,1
Qualifica professionale o diploma quadriennale	10,4	11,2	9,5	10,2
Titoli inferiori o nessun titolo	21,2	22,3	19,6	21,4
Classe sociale (%) ⁵				
Classe elevata	16,2	16,8	16,5	15,1
Classe media impiegatizia	25,9	25,2	25,3	27,7
Classe media autonoma	25,8	26,8	24,7	25,3
Classe del lavoro esecutivo	29,6	28,7	31,4	29,1

Verso la scuola secondaria di secondo grado	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
Esito dell'esame di Stato della scuola secondaria di primo grado (%) ⁶				
10 o 10 e lode	4,0	4,1	5,5	2,3
9	16,7	15,4	22,9	12,0
8	34,6	35,0	37,6	30,7
7	33,8	33,4	28,2	40,2
6	11,0	12,1	5,7	14,9
Punteggio dell'esame di Stato della scuola secondaria di primo grado (medie, in decimi) ⁷	7,7	7,7	7,9	7,5
Hanno avuto un ruolo rilevante nella scelta del percorso di scuola secondaria di secondo grado i pareri di: decisamente sì (% per ciascuna modalità)				
Genitori	24,1	23,3	24,0	25,3
Altri familiari, parenti o conoscenti	5,7	5,8	5,1	6,2
Compagni o amici	6,9	6,8	4,8	9,1
Insegnanti della scuola secondaria di primo grado	7,9	7,7	6,8	9,3
Hanno svolto attività di orientamento organizzate dalla scuola secondaria di primo grado per la scelta del percorso di scuola secondaria di secondo grado (%)	94,4	94,2	93,9	95,4
Hanno ritenuto rilevanti le attività di orientamento organizzate dalla scuola secondaria di primo grado nella scelta del percorso di scuola secondaria di secondo grado (per 100 che hanno svolto tali attività)				
Decisamente sì	14,7	14,2	12,5	17,7
Più sì che no	42,9	44,1	41,6	42,6
Più no che sì	30,8	30,1	33,4	29,1
Decisamente no	11,6	11,6	12,5	10,7
Hanno ritenuto la scelta della scuola secondaria di secondo grado (medie, in centesimi) ⁸				
Autonoma	72,7	72,9	73,5	71,5
Determinata da altri	27,3	27,1	26,5	28,5
Motivazioni ritenute importanti nella scelta del percorso di scuola secondaria di secondo grado: decisamente sì (% per ciascuna modalità)				
Interesse per le materie di studio	44,9	44,2	47,2	43,3
Prospettive lavorative	51,5	51,9	54,9	47,4
Hanno ricevuto le informazioni per l'accesso al percorso di scuola secondaria di secondo grado dalla scuola stessa (%)	96,2	95,5	97,1	96,3
Hanno giudicato le informazioni all'accesso al percorso di scuola secondaria di secondo grado fornite dalla scuola corrispondenti alla realtà (per 100 che hanno ricevuto informazioni dalla scuola)				
Decisamente sì	18,0	20,7	13,6	18,9
Più sì che no	57,7	58,3	58,7	55,9
Più no che sì	19,5	17,2	22,5	19,6
Decisamente no	4,7	3,8	5,1	5,6

Riuscita nella scuola secondaria di secondo grado	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
Regolarità negli studi (%) ⁹				
Nessuna ripetenza	89,9	88,4	92,0	89,7
1 ripetenza	8,9	10,0	7,5	8,8
2 o più ripetenze	1,2	1,6	0,5	1,5
Anni di ripetenza (medie)	0,12	0,14	0,09	0,12
Credito scolastico (medie) ¹⁰	49,3	49,0	50,2	48,9
Voto di diploma (%)				
100 o 100 e lode	14,2	13,5	16,4	12,9
91-99	14,5	14,4	15,8	13,3
81-90	17,7	16,9	19,6	17,0
71-80	24,3	23,2	24,1	26,0
61-70	23,5	24,9	19,9	25,0
60	5,9	7,1	4,2	5,8
Voto di diploma (medie, in centesimi) ¹¹	80,6	80,0	82,3	79,9

Valutazione dell'esperienza scolastica (1/2)	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
Sono soddisfatti? (%)				
Esperienza complessiva				
Decisamente sì	26,7	29,1	23,8	26,2
Più sì che no	54,6	54,6	55,5	53,7
Più no che sì	15,3	13,7	16,7	16,2
Decisamente no	3,2	2,5	3,9	3,7
DOCENTI				
Competenza				
Decisamente sì	18,7	20,5	13,3	21,7
Più sì che no	61,4	61,7	63,4	58,9
Più no che sì	16,8	15,2	19,5	16,4
Decisamente no	2,7	2,3	3,5	2,5
Chiarezza nell'esposizione				
Decisamente sì	11,5	13,7	7,3	12,8
Più sì che no	61,5	61,2	62,3	61,0
Più no che sì	23,7	22,2	27,3	22,1
Decisamente no	2,7	2,3	2,7	3,4
Disponibilità al dialogo				
Decisamente sì	19,7	21,7	13,3	23,3
Più sì che no	50,1	50,0	50,2	50,2
Più no che sì	24,0	22,6	29,0	20,6
Decisamente no	5,8	5,4	6,9	5,3
Capacità di valutazione				
Decisamente sì	10,2	11,0	6,6	12,7
Più sì che no	53,6	55,4	52,3	52,6
Più no che sì	29,9	27,8	34,1	28,3
Decisamente no	5,9	5,5	6,8	5,5
RAPPORTI CON				
Personale non docente				
Decisamente sì	21,4	22,9	17,1	23,7
Più sì che no	48,7	48,9	49,5	47,6
Più no che sì	22,3	20,9	25,1	21,3
Decisamente no	7,0	6,7	7,7	6,7
Studenti				
Decisamente sì	44,0	46,2	37,4	47,8
Più sì che no	42,1	41,4	45,4	39,6
Più no che sì	10,8	9,8	12,9	10,2
Decisamente no	2,6	2,3	3,8	1,9
STRUTTURE SCOLASTICHE				
Aule				
Decisamente sì	13,7	15,0	12,7	12,7
Più sì che no	50,7	50,8	51,2	50,1
Più no che sì	27,7	27,0	27,8	28,6
Decisamente no	7,4	6,8	7,8	8,0
Laboratori				
Decisamente sì	17,2	15,5	15,6	21,4
Più sì che no	51,6	50,5	51,1	54,0
Più no che sì	23,0	24,9	24,7	18,4
Decisamente no	7,6	8,6	8,0	5,7
Impianti e attrezzature sportive				
Decisamente sì	17,2	16,5	17,4	18,0
Più sì che no	49,4	50,6	51,2	45,8
Più no che sì	24,3	24,3	22,5	26,4
Decisamente no	8,4	7,9	8,6	8,9

Valutazione dell'esperienza scolastica (2/2)	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
Sono soddisfatti? (%)				
ORGANIZZAZIONE SCOLASTICA				
Pianificazione dell'orario scolastico (orario delle lezioni, distribuzione del carico di studi, organizzazione delle prove scritte e orali, ...)				
Decisamente sì	7,7	8,7	4,6	9,5
Più sì che no	38,2	41,9	31,0	40,4
Più no che sì	38,7	36,8	44,2	35,7
Decisamente no	14,9	12,3	19,6	13,6
Comunicazione (tempestività degli avvisi, orari di apertura al pubblico degli uffici per studenti, aspetti burocratici, informatizzazione dei servizi, ...)				
Decisamente sì	11,5	11,9	8,5	13,9
Più sì che no	45,6	48,8	41,4	45,2
Più no che sì	30,0	28,6	33,2	28,6
Decisamente no	12,3	10,0	16,5	11,4
Adeguamento tecnologico (disponibilità e utilizzo pc, aggiornamento dell'hardware e dei programmi, sistemi informativi, ...)				
Decisamente sì	16,9	15,6	14,5	21,4
Più sì che no	52,2	51,7	51,7	53,4
Più no che sì	23,9	25,5	26,2	19,2
Decisamente no	6,3	6,7	6,9	5,1
Attività di recupero per chi ha carenze di preparazione				
Decisamente sì	19,2	19,6	15,3	22,9
Più sì che no	56,0	57,1	57,4	52,8
Più no che sì	18,8	18,2	19,6	18,8
Decisamente no	4,7	3,5	6,2	4,8
Attività extra-scolastiche organizzate dalla scuola (approfondimenti culturali/dibattiti, incontri con le aziende, attività sportive, ...)				
Decisamente sì	14,4	14,5	14,4	14,3
Più sì che no	43,0	42,1	41,7	45,8
Più no che sì	30,0	30,9	30,3	28,3
Decisamente no	11,7	11,3	12,9	11,0
Attività pratiche durante l'orario scolastico (laboratori, stage, ...)				
Decisamente sì	14,3	13,7	12,1	17,6
Più sì che no	49,0	46,8	47,6	53,7
Più no che sì	27,4	28,6	29,7	23,1
Decisamente no	8,6	10,0	10,1	5,0
Sostegno all'orientamento per le scelte universitarie o lavorative dopo il diploma				
Decisamente sì	12,2	13,1	9,5	13,8
Più sì che no	42,7	40,9	41,6	46,5
Più no che sì	31,1	32,0	33,5	27,3
Decisamente no	13,0	13,2	14,6	11,0
Adeguatezza degli spazi comuni in termini di pulizia e accessibilità (atri, bagni, corridoi, aula magna, ...)				
Decisamente sì	13,6	14,2	12,6	13,6
Più sì che no	49,4	51,2	48,6	47,6
Più no che sì	27,0	25,2	27,6	29,1
Decisamente no	9,4	8,6	10,8	9,1
Operato dei rappresentanti degli studenti				
Decisamente sì	14,0	15,6	11,1	14,7
Più sì che no	46,0	45,8	44,9	47,4
Più no che sì	28,2	27,3	32,5	24,9
Decisamente no	11,2	10,3	11,1	12,5
Se tornassero indietro, si iscriverebbero (%)				
Allo stesso indirizzo/corso nella stessa scuola	61,4	65,0	56,5	61,3
Ad un altro percorso scolastico	38,2	34,7	43,0	38,2
Percorso				
Stesso indirizzo/corso, ma altra scuola	7,2	7,4	8,1	5,8
Stessa scuola, ma altro indirizzo/corso	9,2	7,5	12,3	8,4
Altro indirizzo/corso in altra scuola	21,9	19,9	22,6	24,0
Perché cambierebbero? Vorrebbero ... (per 100 che vorrebbero cambiare percorso)				
Studiare altre discipline	39,4	38,2	41,8	38,1
Una migliore preparazione per il mondo del lavoro	13,8	15,6	10,3	15,7
Una migliore preparazione per l'università	12,3	11,0	12,6	13,8
Migliori rapporti con gli insegnanti/insegnanti più preparati	9,5	9,1	11,5	7,6
Migliori strutture e organizzazione scolastica	6,2	7,1	6,6	4,5
Altro 12	18,2	18,2	17,0	19,6

PCTO - Percorsi per le Competenze Trasversali e per l'Orientamento (ex Alternanza Scuola-Lavoro)	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
Tipo di attività svolta nell'ambito dei PCTO (% per ciascuna attività)				
Stage	68,6	66,4	68,9	71,6
Impresa Formativa Simulata	24,0	26,0	25,8	19,3
Attività di formazione sulla salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro	62,7	58,2	69,3	62,2
Impresa in Azione	13,9	14,6	11,7	15,2
Service Learning	4,5	3,7	3,4	6,9
Attività di orientamento (riconosciute all'interno dei PCTO)	70,6	67,5	75,0	70,5
Altra attività ¹³	10,7	10,1	10,8	11,6
Luogo di svolgimento delle attività di PCTO (%)				
Solo in Italia	89,6	90,8	84,6	93,0
Almeno in parte all'estero	9,1	7,4	13,8	6,5
Le attività di PCTO sono state svolte (% per ciascuna modalità)				
In orario scolastico	73,7	72,0	75,4	74,5
In orario extra-scolastico, ma durante il periodo delle lezioni	52,1	49,7	50,8	57,1
Durante la sospensione delle attività didattiche	19,0	20,4	17,5	18,4
Hanno ottenuto un voto in una o più discipline a seguito delle attività di PCTO (%)	42,6	42,8	42,9	41,9
Valutazione delle attività di PCTO				
Valutazione (decisamente soddisfatti, % per ciascuna modalità)				
Soddisfazione complessiva	32,3	31,8	30,8	34,7
Utilità	32,7	33,5	29,8	34,5
Diplomati che hanno svolto attività di formazione sulla salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro				
Valutazione (decisamente soddisfatti, % per ciascuna modalità)				
Utilità dell'attività di formazione	38,6	39,2	35,1	42,0
Interesse per l'attività di formazione	32,6	33,2	26,8	38,4
Diplomati che hanno svolto uno stage				
Valutazione dello stage (decisamente soddisfatti, % per ciascuna modalità)				
Organizzazione delle attività	53,5	54,2	53,4	52,8
Chiarezza dei compiti	59,2	58,9	60,0	58,6
Efficacia dell'attività di tutoraggio scolastico	30,4	32,4	26,2	31,9
Efficacia dell'attività di tutoraggio aziendale	47,8	48,7	47,8	46,5
Utilità per la formazione	45,8	46,9	44,7	45,6
Coerenza con una o più discipline scolastiche	38,0	38,9	34,6	40,1
Ramo di attività economica dello stage (%)				
Agricoltura, foreste, caccia, pesca	1,6	1,6	0,8	2,5
Stampa ed editoria	1,1	1,0	1,0	1,3
Attività manifatturiere e costruzioni	10,3	10,1	13,4	7,4
Commercio, alberghi e pubblici esercizi	10,6	10,0	12,3	9,5
Poste, trasporti e viaggi	3,4	2,4	6,4	1,5
Pubblicità, comunicazione e telecomunicazioni	2,9	3,3	2,7	2,5
Consulenza professionale	23,4	28,3	19,1	21,3
Informatica, elaborazione e acquisizione dati	5,7	3,3	2,2	12,4
Pubblica amministrazione e forze armate	8,6	7,4	11,4	7,6
Istruzione, formazione, ricerca e sviluppo	2,6	2,7	2,2	2,8
Sanità	1,6	1,3	1,9	1,9
Servizi ricreativi, culturali e sportivi	2,5	2,5	2,1	3,0
Altri servizi sociali e personali	5,4	5,1	5,8	5,4
Altro ¹⁴	19,8	20,4	18,6	20,3
Durata dello stage (%)				
Oltre 150 ore	24,2	24,3	24,7	23,7
81-150 ore	31,3	31,7	33,6	28,5
Fino a 80 ore	33,5	33,7	29,9	36,9

Attività di orientamento al termine della scuola secondaria di secondo grado	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
Hanno svolto attività di orientamento organizzate dalla scuola secondaria di secondo grado per la scelta post-diploma (%) ¹⁵	80,0	77,5	82,5	80,9
Hanno svolto almeno uno dei moduli del percorso di orientamento La MIA scelta & AlmaOrientati (%) ¹⁶	54,1	53,7	57,4	51,1
Hanno partecipato ad altre attività di orientamento alla scelta post-diploma (%)				
Sì, organizzate dall'Istituto	62,6	59,7	64,3	64,9
Sì, si sono attivati autonomamente in quanto l'Istituto non ne ha organizzate	22,7	23,5	24,4	19,9
No, non hanno partecipato ad alcuna attività di orientamento	13,2	15,3	10,1	13,4
Al termine delle attività di orientamento ritengono adeguate le informazioni ricevute: decisamente sì (per 100 che hanno compilato il percorso La MIA scelta & AlmaOrientati o che hanno partecipato ad altre attività di orientamento organizzate dall'Istituto, per ciascuna modalità)				
Sul mondo del lavoro	21,7	22,7	19,4	22,7
Sui percorsi successivi di istruzione e formazione	21,9	22,2	20,1	23,5
Ritengono rilevanti le attività di orientamento organizzate dalla scuola secondaria di secondo grado nella scelta post-diploma (per 100 che hanno compilato il percorso La MIA scelta & AlmaOrientati o che hanno partecipato ad altre attività di orientamento organizzate dall'Istituto)				
Decisamente sì	14,5	15,6	10,9	16,8
Più sì che no	41,4	43,8	38,5	41,1
Più no che sì	31,3	29,0	35,4	30,0
Decisamente no	11,3	10,5	13,3	10,2
Ritengono rilevanti nella scelta di orientamento post-diploma i pareri di: decisamente sì (% per ciascuna modalità)				
Genitori	18,7	18,8	18,2	19,1
Compagni o amici (compresi ragazzi che hanno già avviato il percorso di studi o di lavoro preso in considerazione)	5,3	5,2	4,8	5,8
Altri familiari, parenti o conoscenti	5,4	5,2	4,9	6,2
Docenti della scuola secondaria di secondo grado	6,0	6,5	4,1	7,0
Ritengono che la scelta post-diploma sarà (medie, in centesimi) ¹⁷				
Autonoma	81,9	81,7	83,2	80,9
Determinata da altri	18,1	18,3	16,8	19,1

Fuori dall'aula	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
Tempo dedicato allo studio e ai compiti a casa (%)				
Almeno 20 ore alla settimana	7,3	6,3	10,4	5,4
15-19 ore	16,1	16,8	19,1	12,1
10-14 ore	28,6	27,4	30,0	28,9
5-9 ore	32,1	32,5	28,3	35,6
Meno di 5 ore	15,7	16,9	12,3	17,7
Hanno effettuato soggiorni di studio all'estero (%)				
Organizzati dalla scuola	19,7	15,4	33,6	11,3
Su iniziativa personale o di altri soggetti diversi dalla scuola	4,4	3,5	6,2	3,9
Stato (per 100 che hanno effettuato soggiorni di studio all'estero)				
Regno Unito	35,0	33,9	35,7	35,2
Irlanda	11,2	16,4	7,7	11,4
Spagna	14,5	13,5	15,7	13,0
Stati Uniti d'America	3,5	4,0	2,8	4,1
Francia	7,7	4,3	9,4	8,8
Germania	9,7	6,0	14,5	3,1
Altri Stati esteri	18,5	21,8	14,2	24,4
Durata (per 100 che hanno effettuato soggiorni di studio all'estero)				
Almeno 15 giorni	14,9	15,2	13,4	18,7
8-14 giorni	28,9	27,3	32,6	21,8
1-7 giorni	56,1	57,5	54,0	59,6
Hanno svolto un intero anno scolastico all'estero (per 100 che hanno effettuato soggiorni di studio all'estero)				
	3,2	3,4	2,6	4,1
Sono soddisfatti dell'esperienza di studio all'estero (per 100 che hanno effettuato soggiorni di studio all'estero)				
Decisamente sì	74,7	72,4	75,5	76,7
Più sì che no	22,4	25,0	21,1	21,2
Più no che sì	2,1	1,4	2,6	1,6
Decisamente no	0,5	0,9	0,2	0,5
Non hanno effettuato soggiorni di studio all'estero				
	75,8	81,0	60,2	84,8
Hanno lavorato nel corso degli studi (%)				
Durante il periodo scolastico, in modo continuativo ¹⁸	9,8	11,6	7,7	9,5
Durante il periodo scolastico, in modo occasionale, saltuario ¹⁸	25,2	25,8	24,4	25,3
Solo nel periodo estivo	18,9	18,8	17,7	20,3
Non hanno lavorato nel corso degli studi				
	45,9	43,6	50,1	44,8
Hanno praticato attività sportive (%)				
	59,6	61,4	53,6	63,4
Impegno settimanale (per 100 che hanno praticato attività sportive)				
Oltre 10 ore	13,9	13,2	11,5	17,2
7-10 ore	32,0	32,2	30,0	33,6
4-6 ore	38,5	39,6	40,5	35,0
1-3 ore	13,9	13,3	16,3	12,6
Hanno svolto attività di volontariato (%)				
	10,2	10,5	11,5	8,4
Hanno svolto attività culturali nel tempo libero (%)				
	45,2	42,2	51,9	42,6
Tipo di attività (per 100 che hanno svolto attività culturali)				
Proposte/organizzate dalla scuola	10,0	9,8	6,8	14,3
Non organizzate dalla scuola	88,8	89,1	92,0	84,3
Hanno utilizzato attivamente i social network (%)				
Più volte al giorno	84,9	82,9	87,1	85,5
Una volta al giorno	5,6	6,4	4,4	5,4
Più volte alla settimana	5,5	6,7	4,2	5,0
Una volta alla settimana	1,9	1,9	2,5	1,3
Mai	2,1	2,1	1,6	2,5

Conoscenze linguistiche	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
Livello di conoscenza della lingua inglese (%) ¹⁹				
Inglese scritto				
A1 o A2	23,0	26,5	12,2	29,3
B1	37,0	37,7	35,6	37,4
almeno B2	35,4	30,0	51,1	26,6
Inglese parlato				
A1 o A2	23,6	26,8	11,8	31,5
B1	36,6	36,7	36,3	36,6
almeno B2	35,1	30,7	50,9	25,0
Conoscenza di altre lingue: almeno "livello B1" (%) ²⁰				
Spagnolo scritto	34,9	28,8	59,8	17,7
Spagnolo parlato	35,6	29,7	60,4	18,0
Francese scritto	22,7	23,6	32,9	10,7
Francese parlato	23,5	24,9	33,9	10,7
Tedesco scritto	9,9	6,3	21,6	2,9
Tedesco parlato	9,6	6,5	20,6	2,4
Hanno effettuato corsi di lingua extrascolastici (%)				
	29,6	27,3	33,3	29,2
Hanno conseguito diplomi attestanti le competenze linguistiche (%)				
	25,9	22,1	36,9	19,9

Conoscenze informatiche	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
Conoscenza "almeno buona" (%) ²¹				
Navigazione in internet e comunicazione in rete	86,3	83,8	87,6	88,6
Word processor	66,9	62,5	65,9	74,2
Fogli elettronici	68,5	64,7	64,4	78,4
Strumenti di presentazione	71,3	67,6	74,5	73,1
Sistemi operativi	63,6	60,2	62,8	69,4
Multimedia	28,1	24,8	28,5	32,3
Linguaggi di programmazione	13,9	7,1	5,0	33,2
Database	19,7	10,6	8,1	45,0
Realizzazione siti web	22,1	12,4	11,3	47,4
Reti di trasmissione dati	13,5	9,4	5,8	27,4
Progettazione assistita	3,0	2,8	2,1	4,3
Hanno conseguito l'ECDL o altre certificazioni di competenze informatiche (%)	10,7	9,3	8,2	15,5

Educazione civica	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
Hanno affrontato, nel corso delle lezioni, gli argomenti di Educazione civica (% per ciascun argomento)				
Costituzione, diritto, legalità e solidarietà	98,9	98,6	99,3	99,0
Sviluppo sostenibile, educazione ambientale, conoscenza e tutela del patrimonio e del territorio	94,6	95,4	94,6	93,3
Cittadinanza digitale	83,3	83,4	76,5	90,4

Prospettive di studio	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
Intendono proseguire gli studi (%)	60,1	57,7	69,5	53,7
Sono molto incerti se proseguire gli studi o no	22,7	22,4	18,9	27,2
Non intendono proseguire gli studi	16,9	19,7	11,5	18,7
<i>Pensano di proseguire gli studi all'estero subito dopo il diploma (per 100 che sono certi di proseguire gli studi)</i>				
Decisamente sì	6,3	6,1	8,9	3,1
Più sì che no	15,4	15,1	18,2	12,2
Più no che sì	45,0	43,9	45,0	46,8
Decisamente no	32,1	34,1	27,1	35,9
<i>Tipo di attività (per 100 che sono certi di proseguire gli studi)</i>				
Corso di laurea universitario	90,2	89,8	93,2	87,0
Corso di alta formazione artistica e musicale	1,2	1,1	1,6	0,6
Altro corso che rilascia un titolo equiparato alla laurea	1,3	1,5	1,3	1,0
Corso di specializzazione post-diploma	3,3	3,3	2,1	4,8
Tirocinio, praticantato	0,3	0,3	-	0,7
Altre attività di qualificazione professionale	2,9	3,3	1,2	4,5
<i>Gruppo disciplinare del corso di laurea (per 100 che sono certi di proseguire gli studi con un corso di laurea)</i>				
Agraria e veterinaria	0,9	0,8	1,0	0,7
Architettura	1,6	1,3	2,0	1,5
Chimico-farmaceutico	0,4	0,2	0,6	0,3
Difesa e sicurezza	0,5	0,3	0,5	0,8
Economico-statistico	44,6	53,8	39,7	36,9
Educazione fisica	2,0	2,5	0,2	3,9
Geo-biologico	0,4	0,2	0,2	0,8
Giuridico	9,7	11,0	9,3	8,3
Ingegneria	5,9	3,3	2,9	14,3
Insegnamento	2,0	2,4	1,5	2,0
Letterario	2,6	2,3	2,9	2,5
Linguistico	5,7	2,4	12,7	1,0
Medico/medicina e odontoiatria	1,5	1,5	1,9	1,0
Medico/professioni sanitarie	5,1	4,7	4,6	6,2
Politico-sociale	9,1	6,8	14,3	5,1
Psicologico	4,0	4,1	4,1	3,7
Scientifico	3,3	1,3	1,2	9,6
Corso universitario non specificato	0,8	0,9	0,5	1,2
<i>Motivazioni importanti per l'accesso all'università: decisamente sì (per 100 che sono certi di proseguire gli studi con un corso di laurea, per ciascuna modalità)</i>				
Approfondimento dei propri interessi culturali	49,1	47,8	51,6	47,7
Necessità di una formazione universitaria per fare il lavoro a cui sono interessati	64,8	66,0	63,3	65,3
Desiderio di un lavoro ben retribuito	58,4	57,5	59,0	58,9
Maggiore facilità di trovare un lavoro con una laurea	54,4	53,4	53,0	58,2
Prestigio sociale di una laurea	25,8	26,7	25,4	24,8
Contatti sociali e le occasioni di svago derivanti dalla condizione studentesca	23,8	24,2	23,9	22,9
Desiderio dei genitori che si proseguano gli studi all'università	14,4	15,0	11,4	18,0

Prospettive di lavoro	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
Intendono lavorare (o cercare lavoro) dopo la "maturità" (%)	71,4	71,7	70,4	71,9
Lavoro continuativo a tempo pieno	32,7	35,4	23,8	38,2
Lavoro occasionale, saltuario o a tempo parziale	38,6	36,3	46,5	33,7
Sono molto incerti se lavorare/cercare lavoro o no	12,3	11,6	13,1	12,3
Non intendono lavorare (né cercare lavoro)	16,2	16,5	16,5	15,4
Sono disponibili a lavorare nel settore: decisamente sì (per 100 che intendono cercare un lavoro continuativo a tempo pieno, per ciascuna modalità)				
Pubblico	35,6	39,0	26,8	36,7
Privato	37,8	38,7	32,8	39,8
Sono disposti ad effettuare trasferte di lavoro (per 100 che intendono cercare un lavoro continuativo a tempo pieno)				
Sì, anche con trasferimenti di residenza	26,5	24,0	26,2	30,1
Sì, anche frequenti ma senza cambi di residenza	32,0	30,2	35,6	32,0
Sì, ma solo in numero limitato	30,5	33,6	29,7	26,8
No, non sono disponibili ad effettuare trasferte	9,5	10,6	6,6	9,9
Aspetti rilevanti nella ricerca del lavoro: decisamente sì (per 100 che intendono cercare un lavoro continuativo a tempo pieno, per ciascuna modalità)				
Acquisizione di professionalità	65,8	64,9	66,6	66,6
Possibilità di carriera	64,9	63,6	65,0	66,6
Possibilità di guadagno	69,4	69,8	73,5	66,2
Stabilità/sicurezza del posto di lavoro	76,7	78,4	76,7	74,4
Rispondenza a interessi culturali	28,4	27,7	28,1	29,5
Coerenza con gli studi	24,0	24,7	24,3	22,9
Utilità sociale del lavoro	34,2	37,0	29,7	33,4
Prestigio ricevuto dal lavoro	35,6	36,5	33,1	35,9
Coinvolgimento nelle attività e nelle decisioni	37,5	37,1	35,0	39,6
Indipendenza o autonomia	43,8	43,5	45,1	43,3
Flessibilità dell'orario e dei tempi di lavoro	36,7	38,8	35,0	35,1
Rapporti con i colleghi	48,9	49,5	45,4	50,3
Ubicazione e caratteristiche fisiche dell'ambiente di lavoro	38,0	37,3	37,9	39,0
Tempo libero che il lavoro lascia	41,1	41,1	41,3	40,8
Opportunità di contatti con l'estero	32,5	30,2	41,3	29,7
Possibilità di utilizzare al meglio le competenze acquisite	35,6	36,7	34,1	35,3
Disponibilità a lavorare per forma contrattuale: decisamente sì (per 100 che intendono cercare un lavoro continuativo a tempo pieno, per ciascuna modalità)				
Orario/Modalità lavorativa				
Tempo pieno	73,9	72,7	75,4	74,6
Part-time	22,9	21,4	24,6	23,7
Telelavoro o smart-working	26,9	26,5	26,8	27,4
Contratto				
A tutele crescenti	77,7	76,7	76,0	80,0
Tempo determinato	20,3	18,5	19,6	23,1
Stage	8,3	7,1	7,9	10,1
Apprendistato	9,1	8,2	9,1	10,3
Somministrazione di lavoro (ex lavoro interinale)	6,0	4,5	5,4	8,5
Autonomo/in conto proprio	34,5	35,6	30,0	36,1

Didattica digitale a distanza	Collettivo Selezionato	Collettivo selezionato disaggregato per articolazione/filiera		
		ITE - Amm., finanza e marketing - Amm., finanza e marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Rel. intern. per il marketing	ITE - Amm., finanza e marketing - Sist. inf. aziendali
DIDATTICA A DISTANZA				
Dispositivi utilizzati in modo esclusivo per seguire la didattica a distanza (% per ciascuna modalità)				
PC fisso	14,7	13,4	11,9	19,5
PC portatile	46,6	45,9	48,7	45,4
Tablet	22,4	22,5	25,4	19,1
Smartphone	63,1	62,7	64,7	61,9
Qualità della connessione internet (%)				
Decisamente buona	21,2	21,5	20,4	21,7
Abbastanza buona	58,8	57,8	61,3	57,8
Abbastanza scarsa	15,6	16,0	14,7	15,8
Decisamente scarsa	4,1	4,4	3,4	4,5
Ritengono di aver avuto a disposizione strumenti adeguati per seguire la didattica a distanza (%)				
Decisamente sì	47,8	46,8	49,0	47,9
Più sì che no	41,0	40,9	41,5	40,5
Più no che sì	8,0	8,8	6,7	8,4
Decisamente no	2,7	3,1	2,3	2,7
Durante la didattica a distanza, rispetto alla didattica in presenza:				
Sono riusciti a stare più attenti e a non distrarsi (%)				
Decisamente sì	6,2	6,1	4,1	8,7
Più sì che no	19,9	20,6	18,5	20,4
Più no che sì	39,2	40,6	38,7	37,7
Decisamente no	34,2	32,5	38,2	32,5
È migliorata l'efficacia per l'apprendimento di nuovi argomenti (%)				
Decisamente sì	6,3	6,8	4,7	7,4

Più sì che no	19,2	19,6	16,8	21,0
Più no che sì	41,1	41,9	41,4	39,7
Decisamente no	32,7	31,1	36,4	31,1
È migliorata l'efficacia per il recupero o consolidamento di precedenti argomenti (%)				
Decisamente sì	7,9	8,4	5,9	9,2
Più sì che no	24,4	25,6	20,3	27,0
Più no che sì	37,6	37,6	39,4	35,9
Decisamente no	28,9	27,5	33,2	26,3
Gli argomenti affrontati hanno richiesto tempo maggiore per lo studio individuale (%)				
Decisamente sì	31,1	29,5	33,8	30,7
Più sì che no	39,1	40,0	36,8	40,4
Più no che sì	20,7	20,9	20,8	20,4
Decisamente no	8,3	8,9	7,9	7,7
Sono riusciti ad organizzare meglio il proprio tempo di studio (%)				
Decisamente sì	30,6	30,6	30,7	30,7
Più sì che no	37,7	39,0	36,0	37,5
Più no che sì	19,3	19,3	18,7	19,9
Decisamente no	11,7	10,7	13,7	11,1
Ritengono che i compiti e le prove svolte durante la didattica a distanza, rispetto a quella in presenza, abbiano ottenuto una votazione (%)				
Decisamente superiore	8,6	8,2	7,0	10,6
Lievemente superiore	60,2	62,5	58,6	58,5
Lievemente inferiore	22,6	21,4	24,3	22,5
Decisamente inferiore	7,9	7,1	9,3	7,3
DIDATTICA DIGITALE INTEGRATA				
Ritengono che il carico di studio con la didattica digitale integrata, rispetto a quello che avrebbero avuto con la sola didattica in presenza, sia: (%)				
Decisamente aumentato	39,4	34,9	48,1	36,6
Parzialmente aumentato	47,0	48,8	41,4	50,2
Parzialmente diminuito	11,5	14,0	8,6	10,9
Decisamente diminuito	1,6	1,9	1,2	1,8
Ritengono che la scuola abbia organizzato in maniera efficiente la didattica digitale integrata (%)				
Decisamente sì	14,4	15,9	10,9	16,1
Più sì che no	53,7	55,2	52,6	52,6
Più no che sì	24,6	22,3	27,6	24,7
Decisamente no	6,7	6,0	8,3	6,1
Ritengono che gli insegnanti siano riusciti a valutare con equità le prove e i compiti svolti (%)				
Decisamente sì	8,4	9,1	5,5	10,4
Più sì che no	46,8	48,2	42,8	49,1
Più no che sì	33,1	31,0	38,9	30,1
Decisamente no	10,9	10,9	12,2	9,7
Durante la didattica digitale integrata è stato facile relazionarsi con gli insegnanti (%)				
Decisamente sì	11,6	12,5	7,7	14,3
Più sì che no	38,1	40,3	33,8	39,5
Più no che sì	36,3	34,6	42,0	32,8
Decisamente no	13,1	11,8	15,4	12,5
Durante la didattica digitale integrata è stato facile relazionarsi con i compagni (%)				
Decisamente sì	17,7	18,8	13,5	20,6
Più sì che no	36,4	35,7	36,7	37,0
Più no che sì	31,7	31,5	34,7	28,8
Decisamente no	13,2	13,1	14,2	12,3
Stato d'animo prevalente durante la didattica digitale integrata (%)				
Felice	5,9	6,5	4,1	6,8
Triste	8,2	8,1	8,1	8,5
Preoccupato	17,4	16,1	19,9	16,6
Tranquillo	27,2	30,2	20,2	30,3
A disagio	10,5	10,8	10,4	10,1
Arrabbiato	4,3	4,1	5,0	3,9
Apatico	19,2	18,2	23,1	16,6
Altro	6,9	5,6	8,9	6,8
UNO SGUARDO AL FUTURO				
Ritengono che sarebbe utile continuare ad usare la didattica digitale integrata anche dopo l'emergenza del Covid-19 (%)				
Decisamente sì	10,9	11,1	9,9	11,8
Più sì che no	22,3	22,7	22,2	21,7
Più no che sì	32,3	31,2	33,2	33,2
Decisamente no	33,8	34,5	33,9	32,9
Ritengono che la preparazione raggiunta attraverso la didattica digitale integrata, rispetto a quella che avrebbero raggiunto se non ci fosse stata l'emergenza, sia: (%)				
Decisamente superiore	6,1	6,3	5,0	7,0
Parzialmente superiore	24,7	25,9	22,1	25,8
Parzialmente inferiore	47,9	48,1	49,0	46,6
Decisamente inferiore	20,7	19,5	22,9	20,1
Ritengono che le attività di orientamento post-diploma organizzate dalla scuola durante la didattica digitale integrata siano state: (%)				
Decisamente adeguate	12,2	11,4	11,1	14,3
Parzialmente adeguate	52,4	51,4	54,7	51,4
Parzialmente inadeguate	22,8	22,9	22,6	23,1
Decisamente inadeguate	11,6	13,2	10,5	10,4
Ritengono che la crisi pandemica: (%)				
Influirà positivamente sulla possibilità di trovare un'occupazione	7,2	7,7	5,2	8,6
Influirà negativamente sulla possibilità di trovare un'occupazione	71,8	70,0	77,7	68,1

Non influenzerà la possibilità di trovare un'occupazione	20,5	21,8	16,5	22,9
Motivo per cui ritengono che la crisi pandemica influirà negativamente sulla possibilità di trovare un'occupazione(per 100 che ritengono che la crisi pandemica influirà negativamente sulla possibilità di trovare un'occupazione)(%)				
Per il peggioramento della situazione economica	82,4	82,6	82,0	82,8
Per le minori competenze maturate	14,8	14,6	14,8	15,0
Altro	2,4	2,5	2,7	1,7

1. L'età fa riferimento agli anni compiuti al 31/12 dell'anno di diploma e pertanto dipende dal solo anno di nascita. I diplomati di *19 anni* sono coloro che hanno concluso la scuola secondaria di secondo grado all'età canonica. Fatta eccezione, a partire dal 2018, per i diplomati degli indirizzi quadriennali, in cui l'età canonica è posta a 18 anni.

2. Il calcolo dell'età al diploma tiene conto della data di nascita e della data di diploma, uniformata convenzionalmente, per tutti i diplomati, al 15/7.

3. Nel conteggio dei **cittadini stranieri** non sono compresi i diplomati cittadini della Repubblica di San Marino.

4. Per la variabile **titolo di studio dei genitori** si è preso in considerazione il genitore con il titolo di studio più elevato. Per maggiori dettagli cfr. le Note metodologiche.

5. Per la definizione della **classe sociale** cfr. le Note metodologiche.

6. La valutazione in decimi (6-10), nell'**esame di Stato della scuola secondaria di primo grado**, è stata adottata a partire dall'a.s. 2008/09. I dati qui riportati sono riferiti ai soli diplomati che hanno terminato la scuola secondaria di primo grado a partire da tale anno. Per ulteriori informazioni cfr. le Note metodologiche.

7. Per il punteggio medio dell'**esame di Stato della scuola secondaria di primo grado**, nel caso di votazione 10 e lode il valore utilizzato per il calcolo della media è 10.

8. La domanda chiede allo studente di distribuire 100 punti per la scelta della scuola secondaria di secondo grado, indicando quanto la scelta sia stata autonoma e quanto sia stata determinata da altri.

9. La **regolarità negli studi** è il numero degli anni di ripetenza accumulati dallo studente nella Scuola in cui ha conseguito il diploma e pertanto non comprende gli anni scolastici eventualmente ripetuti in precedenza. Per ulteriori informazioni cfr. le Note metodologiche.

10. Il **credito scolastico** è attribuito dai Consigli di Classe degli ultimi tre anni di corso, in prevalenza sulla base della media dei voti di fine anno. Per maggiori dettagli cfr. le Note metodologiche.

11. Nel caso di votazione 100 e lode, il valore utilizzato per il calcolo della media è 100.

12. La voce "altro" comprende "fare studi meno impegnativi", "fare studi più coerenti con l'offerta formativa proposta dall'Istituto", "avere rapporti migliori con i compagni di studio", "fare studi più impegnativi" e "altro".

13. Per "altra attività" si intendono in particolare le attività svolte nell'ambito dei servizi culturali e ricreativi. Non sono comprese le attività di orientamento.

14. La voce "altro" comprende "credito e assicurazioni", "altri servizi alle imprese" e "altro".

15. Nelle "attività di orientamento organizzate dalla scuola secondaria di secondo grado per la scelta post-diploma" sono comprese le attività di orientamento organizzate dall'Istituto e la compilazione di almeno uno dei moduli del percorso La MIA scelta & AlmaOrientati.

16. Per maggiori dettagli sul percorso di orientamento La MIA scelta & AlmaOrientati cfr. le Note metodologiche.

17. La domanda chiede allo studente di distribuire 100 punti per la scelta post-diploma da compiere, indicando quanto la scelta sarà autonoma e quanto sarà determinata da altri.

18. Indipendentemente dall'aver lavorato o meno nel periodo estivo.

19. La modalità "nessuna conoscenza" non è riportata. Per il dettaglio dei livelli di conoscenza linguistica cfr. le Note metodologiche.

20. Per il dettaglio dei livelli di conoscenza linguistica cfr. le Note metodologiche.

21. Per la definizione delle singole conoscenze informatiche cfr. le Note metodologiche.

Profilo dei diplomati

Ottobre 2021 - AlmaDiploma

Data ultimo aggiornamento: 15/10/2021