

La customer satisfaction: un'esperienza di integrazione didattica e metodologica

Francesco F. Maiorano e Germana Berardi
ITC "Domenico ROMANAZZI", Via Celso Ulpiani, 6/a, 70125 Bari

francesco.maiorano@istruzione.it, germana.berardi@istruzione.it

Sommario

L'uso delle nuove tecnologie in un programma di rilevazione della *customer satisfaction* nell'ambito di un Istituto superiore, per il miglioramento degli aspetti strutturali, infra-strutturali e gestionali dell'organizzazione scolastica.

L'indagine è stata utilizzata come occasione di integrazione didattica e metodologica nell'ambito di un'*area di progetto* e con le funzionalità del *Centro Servizi* presente nell'Istituto.

La sperimentazione realizza un servizio assimilabile a quello di una realtà aziendale del settore ricerche di mercato, attraverso il coinvolgimento di docenti motivati alla conoscenza degli esiti, e di studenti, che, simulando una situazione reale, maturano abilità e competenze spendibili e realizzano prodotti e servizi utili al contesto scolastico.

1. Introduzione - Analisi del contesto

Lo sviluppo di un'indagine di *customer satisfaction* in una struttura pubblica come la scuola ha la finalità di adeguare le strategie e le azioni formative alle reali esigenze dell'utenza e di individuare azioni di miglioramento che contribuiscano a curvare l'organizzazione interna alle esigenze dinamiche provenienti anche dal contesto territoriale e dall'integrazione fra scuola e realtà esterna.

Una finalità *indotta* è quella di migliorare la *salute* della scuola, intesa come serenità dell'ambiente di lavoro, produttività delle attività e dei servizi, efficacia dell'azione educativa e didattica, soddisfazione dell'utenza rispetto alla valenza formativa delle stesse attività didattiche [Bondioli e Ferrari, 2000].

Si realizza quindi un servizio assimilabile a quello che potrebbe effettuare una realtà aziendale del settore *ricerche di mercato*, [Lucianelli e Danese, 2002] attraverso il coinvolgimento di operatori interni motivati alla conoscenza degli esiti, e di studenti, che maturano così una consapevolezza su come si opera nel mondo del lavoro, simulando o sperimentando una situazione reale, abilità e competenze spendibili, e che realizzano un prodotto utile allo stesso ente che ha promosso l'iniziativa.

L'esperienza nell'I.T.C. *Domenico Romanazzi* di Bari è stata dapprima promossa nel 2001 nell'ambito del Progetto Pilota del Programma Leonardo *Centro Servizi Multimediale Polifunzionale* e poi sviluppata nel corso del 2003 in occasione della partecipazione ad un laboratorio sulla *customer satisfaction* organizzato dal Formez – sede di Napoli [Formez, 2003]. La metodologia, individuata come buona pratica d'indagine periodica, è stata anche inserita nel Progetto di Istituto e sperimentata da un gruppo-classe di studenti, nello sviluppo di un'area di progetto prevista dal ciclo di studi.

E' importante evidenziare l'esistenza e il funzionamento di una struttura fisica e funzionale – il Centro Servizi Multimediale *Dilos Centre* – nato nel 2001 con il citato Progetto Pilota del Programma Leonardo e poi sviluppatosi con un progetto strutturale nell'ambito dei PON *La Scuola per lo Sviluppo* Azione 2.2c – Centri di Servizio Territoriale, cofinanziato dal FESR.

Esso è un *luogo* di aggregazione, formazione, scambio di esperienze, risorse, competenze e opportunità, *nodo* di una rete di relazioni e contributi fra operatori della scuola, studenti, aziende, enti e istituzioni del territorio e dei paesi partner, europei ed extra-europei¹.

L'attività del *Centro*, spesso estesa all'esterno dell'Istituto con consulenze e partecipazioni a progetti integrati, promuove e sostiene iniziative innovative, quali quella della *customer satisfaction*, realizzando le condizioni strumentali e funzionali per la loro realizzazione e le azioni non formali e informali di raccordo fra sistema interno all'Istituzione scolastica e territorio.

Una caratteristica delle attività promosse dal *Dilos Center* è la connotazione *integrata* delle attività fra sistema scolastico e realtà istituzionali ed aziendali e la tendenza a concludere i cicli di attività con *prodotti tangibili*, anche orientati alla diffusione e disseminazione dei risultati.

Le azioni, anche formative o di *service*, realizzano così alla loro conclusione strumenti orientati alla comunicazione: report stampati, ipertesti multimediali diffusi via *web* o CD, video in formato VHS o DVD, realizzati dal *Centro* stesso con le proprie attrezzature di ripresa e *video-editing* digitale.

2 . I soggetti coinvolti, gli attori, i beneficiari

I soggetti coinvolti in un'azione di *customer satisfaction* appartengono a varie categorie.

Quelli coinvolti direttamente sono:

- ✓ Studenti e personale scolastico
- ✓ Soggetti partner interessati allo sviluppo e alla diffusione di metodologie sperimentali di insegnamento-apprendimento, anche attraverso l'uso delle nuove tecnologie
- ✓ Medie, piccole e piccolissime imprese enti e istituzioni interessati allo sviluppo di nuovi profili professionali.

Nella gestione di una struttura come il *Centro Servizi* trovano un efficace terreno di raccordo ed integrazione le strategie innovative degli istituti di formazione italiani

¹ Kaufmännische BerufsSchule di Greifswald (D), Roc Ter-AA di Helmond (NL), Számalk Vocational School di Budapest (HU), BrinellGymnasiet di Nässjö (S), North-Cote High School di Melbourne (AUS).

ed europei, le esigenze di partner aziendali e le esperienze provenienti dal mondo sindacale e della formazione.

Gli studenti partecipano attivamente alle fasi dell'indagine: la definizione degli obiettivi e, in base a questi, la formulazione dei *questionari di rilevazione* e l'individuazione delle modalità corrette con cui operare nella rilevazione.

Gli stessi studenti, organizzati per gruppi di lavoro, provvedono al *campionamento* degli utenti ai quali somministrare i questionari e alla *rilevazione materiale dei dati* attraverso la compilazione autonoma e/o guidata dei questionari da parte dei soggetti target (in base alla tipologia: genitori, studenti, docenti, personale della scuola, aziende, etc.) valutando, ai fini dell'attendibilità dei risultati, quale sia la strategia opportuna [Castaldi, 1998].

Un apposito gruppo, più orientato agli aspetti matematici e informatici, ha curato e cura l'elaborazione statistica degli esiti delle rilevazioni e l'analisi dei dati – attraverso l'uso delle tecnologie informatiche e di software dedicati – la sintesi finale, l'elaborazione di un *report* finale documentativo dell'esperienza per la diffusione dei risultati.

E' stata anche possibile, grazie a competenze, strutture e abilità già consolidate, la realizzazione, da parte degli stessi studenti, di un data-base per l'acquisizione ed elaborazione, anche on-line dei questionari.

Il gruppo classe, suddiviso opportunamente in sotto-gruppi di lavoro, si dedica alla gestione e manutenzione del portale, prepara e raccoglie monografie sui vari ambiti storici, culturali e tecnici connessi con l'oggetto dell'indagine.

Le tematiche per la costituzione di un percorso ipertestuale sono:

- ✓ Gli sviluppi delle nuove tecnologie dalla rivoluzione industriale alla *new-economy*
- ✓ Le nuove professioni e le nuove tecnologie
- ✓ L'integrazione formativa e l'alternanza scuola-lavoro
- ✓ Percorsi formativi, certificazioni, crediti formativi, integrazione europea
- ✓ Glossario in inglese e italiano sulle terminologie ICT e della *new-economy*
- ✓ Pari opportunità e integrazione lavorativa
- ✓ Imprenditorialità giovanile, opportunità lavorative
- ✓ Sistema delle tutele e rapporto di lavoro

Si possono individuare altri beneficiari o portatori d'interesse per questo tipo di iniziativa:

- ✓ Docenti dell'istruzione secondaria di secondo grado, in merito alle nuove modalità di orientamento e formazione
- ✓ Organi collegiali degli Istituti superiori in relazione alle forme di gestione dell'autonomia scolastica
- ✓ Enti di formazione professionale per la sperimentazione di una struttura di raccordo – il *Centro servizi* – fra esigenze della formazione, del tirocinio e dell'inserimento aziendale
- ✓ Aziende *PMI* e *PPMI* in merito alle modalità di selezione, formazione e inserimento nell'attività lavorativa dei giovani lavoratori
- ✓ Organizzazioni sindacali per la definizione di nuovi profili professionali e nuove modalità di organizzazione del lavoro
- ✓ I giovani studenti di altre Istituzioni formative.



Valutazione qualitativa interna delle azioni

(organizzazione-interazione-metodologie-ambiente-autovalutazione)

INDICATORI DI VALUTAZIONE DEGLI ESITI – DELLE AZIONI DI MIGLIORAMENTO – DELLE INFORMAZIONI POSSEDUTE

(1 scarso-carente 2 mediocre 3 sufficiente 4 soddisfacente 5 ottimo-eccellente)

| | | | | | | |
|----------------------------|-----------------------|-----------------------------|---|---|---|---|
| Cognome e nome | (facoltativo) | Tipologia dell'intervistato | | | | |
| Organizzazione scolastica | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Organizzazione didattica | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Interazione docenti/alunni | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Metodologie | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ambiente scolastico | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Proposta/e | | | | | | |
| | | | | | | |
| | <i>Intervistatore</i> | <i>data</i> | | | | |

Tab. 1 – Fac-simile di una delle schede di rilevazione di Customer satisfaction per alcuni ambiti

3. Finalità e obiettivi dell'azione di sistema

Le finalità generali, anche orientate all'offerta formativa, di un'attività di *customer satisfaction* [Cantieri per Dipartimento della Funzione Pubblica, 2003] in ambito scolastico possono così individuarsi:

- ✓ Potenziare l'offerta formativa, le potenzialità e l'efficacia del rapporto insegnamento-apprendimento.
- ✓ Sviluppare abilità *specifiche* di tipo cognitivo e comportamentale
- ✓ Sviluppare, sia fra gli operatori del sistema scuola che fra gli studenti coinvolti nell'attività, competenze nella gestione di applicazioni e procedure relative ai servizi aziendali in rete.
- ✓ Acquisire e sviluppare competenze di informatica e telematica applicate alla fornitura di servizi e alla comunicazione aziendale ed interaziendale
- ✓ Potenziare la ricaduta nella didattica curricolare ed extra-curricolare delle attività di laboratorio e delle innovazioni metodologiche e tecnologiche
- ✓ Potenziare l'impatto dell'attività formativa sulle competenze degli allievi, nella prospettiva di attività produttive, di perfezionamento professionale o di studio universitario

Gli obiettivi formativi, educativi e culturali, trasversali tra docenti e studenti coinvolti, sono:

- ✓ Acquisire capacità di lavorare su progetti, producendo documentazione
- ✓ Acquisire capacità di valutazione di dati, processi, prodotti
- ✓ Realizzare una integrazione permanente dello *speciale* nello *specifico*
- ✓ Realizzare percorsi formativi, metodi e procedure in interazione dinamica col territorio

L'attenzione alla conoscenza dei risultati e alla valutazione degli esiti è finalizzata al miglioramento e alla realizzazione di procedure efficienti e modelli formativi traducibili – attraverso opportune strategie di diffusione e adattamento – anche in altri contesti [Pentimalli, 2003].

Un'esperienza di questo tipo può avere una valenza formativa rilevante perché costituisce un esempio di attività interdisciplinare trasversale che produce risultati concreti, servizi e prodotti fruibili direttamente dagli stessi soggetti target della rilevazione, che, in parte (gli studenti) sono direttamente coinvolti nell'azione progettuale e interessati agli esiti.

Inoltre l'azione didattica è particolarmente efficace per il fatto che gli studenti vedono gli aspetti applicativi delle discipline di studio (matematica-statistica, informatica-data processing).

Il coinvolgimento nella definizione dei questionari, infine, è un elemento di qualità dell'indagine, perché permette di accogliere punti di vista differenziati relativamente al fenomeno oggetto di studio e, quindi, consente la rilevazione di aspetti anche inconsueti, che ad una impostazione *istituzionale* potrebbero sfuggire.

L'azione è conclusa con la *pubblicazione* di un *report* e di un *ipertesto* che raccoglie i risultati, la descrizione delle fasi di lavoro, delle metodologie e delle monografie preparate sui diversi ambiti di indagine; questo aspetto è particolarmente importante anche dal punto di vista formativo, poiché da al percorso la connotazione di *servizio*, sperimentale o reale, fornito all'Istituzione scolastica.

4. Il metodo di lavoro

Il *Centro Servizi* propone un modello di orientamento e formazione che punta ad individuare modalità di sviluppo dell'offerta scolastica e delle relazioni scuola-aziende rispondenti alle rinnovate e dinamiche esigenze delle attività professionali ed aziendali.

La strategia si basa sulle seguenti impostazioni metodologiche:

- ✓ Valorizzazione dell'autonomia scolastica, dell'offerta formativa e della sua relazione con l'inserimento extra-scolastico [Formez, 2003]
- ✓ Processi di apprendimento e formazione basati su strategie euristiche
- ✓ Sviluppo di comportamenti organizzativi finalizzati all'auto-formazione
- ✓ Consapevolezza della natura *sistemica* delle tecnologie e dell'esigenza di un'accresciuta autonomia gestionale
- ✓ Utilizzo di strumenti di comunicazione adeguati alle tecnologie
- ✓ Condivisione di informazioni ed esperienze e realizzazione di servizi
- ✓ Sensibilizzazione agli aspetti qualitativi delle prestazioni
- ✓ Riconoscimento delle pari opportunità in contesti territoriali, sociali e produttivi

- ✓ Sensibilizzazione ai processi di integrazione interculturale
- ✓ Riconoscimento del ruolo delle competenze linguistiche e delle relazioni interculturali.

5. Gli strumenti

Durante le attività si utilizzano, accanto agli strumenti *formali* di verifica e valutazione (questionari e *report*), una pratica di *condivisione* della valutazione e l'azione costante del gruppo operativo che gestisce il *Centro Servizi* [Bondioli e Ferrari, 2000]. Esse si realizzano mediante riunioni formali e informali del gruppo operativo, contatti diretti o a distanza, per le messe a punto delle singole attività e del processo, delega delle funzioni ai sotto-gruppi di studenti.

Le indagini sono effettuate anche sugli stessi operatori scolastici e studenti coinvolti nella sperimentazione.

Sono previsti incontri, lavori di gruppo e *focus-group* durante le varie fasi.

| Tipologia | Ambiti - Azioni | Risultati | | Discipline - Strutture |
|--|---|---|-------------|--|
| Indagine campionaria | Studenti - Genitori Personale scolastico Portatori d'interesse Scuole medie | Questionari Raccolta dati Statistiche | Valutazione | Economia. Aziendale Matematica Centro Servizi |
| Documentazione | Nuove professioni New-economy e ICT | Schede- ricerca | Documenti | Tutte le materie della classe Dipartimenti Centro Servizi |
| | Tipologie d'impresa Aspetti storici | | | |
| | Tutele, contratti di lavoro Diritto del lavoro | | | |
| | Comparazione europea Glossario inglese | | | |
| Approfondimenti | Pari opportunità Interculturalità extra-com. Formazione scolastica Formazione tecnica post- diploma | Schede di ricerca | | |
| Supporto informatico | Data base | Banca dati Pagine WEB CD | Prodotti | Informatica Centro Servizi |
| | WEB-html-flash | | | Tutte |
| | Back Office | | | Centro Servizi |
| >>>>>>> monitoraggio – reporting – editing – documentazione >>>>>>> | | | | |

Tab.2 – Schema operativo e strumenti

Gli incontri formali di valutazione, monitorati anche con la partecipazione di un *valutatore esterno*, portano all'elaborazione di test di gradimento, test di autovalutazione, *form* di suggerimento ed altri strumenti specifici per le singole fasi, elaborati successivamente dal gruppo operativo e dal valutatore, al fine di apportare progressivi aggiustamenti al progetto stesso.

Il controllo della qualità del processo [Tanese et al., 2003] è basato su schemi di auto-valutazione delle attività, in base agli obiettivi fissati nelle riunioni di programmazione.

L'innovatività della procedura deriva dal coinvolgimento diretto degli studenti, nel processo di *customer satisfaction*, nella gestione tecnica e organizzativa del *Centro Servizi*, nelle operazioni di monitoraggio e valutazione.

Gli studenti coinvolti, sostenuti da docenti ed esperti, partecipano alla formazione, all'orientamento e alla simulazione di una funzione operativa complessa in ambito scolastico, aziendale ed europeo.

Il *Centro* utilizza tecnologie di tipologia analoga a quella aziendale, per ogni settore di riferimento.

La formazione è gestita in modalità seminariale, con attività di gruppo ed esercitazioni guidate.

Gli strumenti tecnologici e organizzativi sono resi disponibili dal gruppo operativo e condivisi con le normali attività scolastiche

Il processo punta alla determinazione di una *massa critica* di strumenti e risorse che renda permanente, dopo la sperimentazione, una modalità di lavoro.

6. Impostazione operativa dell'indagine

Il modello di riferimento adottato per l'indagine della *customer satisfaction* prevede l'utilizzo di questionari strutturati per la rilevazione, la somministrazione, l'elaborazione e l'analisi dei dati [Pentimalli, 2003]. Sono stati individuati come indicatori i valori medi per ogni area di indagine e, in ciascuna di esse, per ogni ambito dell'analisi [Castaldi, 1998], al fine di disporre di eventuali approfondimenti per valutazioni risultate critiche o incerte.

Aree di indagine con relativi ambiti:

SK1 – Informazioni generali di *customer satisfaction*

Informazioni, aspettative, analisi e visibilità dei risultati, azioni di miglioramento

SK2 – Formazione, tecnologie, innovazione, scambi:

Formazione di base, formazione tecnico-professionale, aspettative e sbocchi post-diploma, laboratori e nuove tecnologie, innovazione didattica, scambi, visite, stage

SK3 – Nuove professioni, percorsi di formazione, preparazione, motivazione:

Sbocchi lavorativi, adeguatezza dei percorsi di formazione, preparazione specifica, professioni innovative, motivazione, miglioramento del sistema scolastico

SK4 – Organizzazione, interazione, metodologie, ambiente, auto-valutazione:

Organizzazione generale e didattica, interazione docenti-alunni, metodologie, ambiente scolastico, auto-valutazione

SK5 – Strutture, servizi, integrazione, pari opportunità, diffusione

Utilizzabilità di struttura e servizi, raccordo territoriale ed europeo, pari opportunità, informazione e diffusione proposte

L'indagine punta comunque nel complesso, al di là della rilevazione dell'*output formativo*, alla valutazione dell'*outcome*, inteso come risultato di lungo periodo del servizio formativo e di benessere dell'utente come effetto del servizio scolastico.

E' stato realizzato un portale sperimentale per la gestione dei questionari on-line al fine di:

- ✓ semplificare le procedure di distribuzione dei questionari e di raccolta dei dati;
- ✓ rendere disponibili in tempo reale i risultati delle elaborazioni, anche parziali;

- ✓ visualizzare, sotto forma di medie, gli esiti dei questionari per esaminare dinamicamente l'orientamento degli utenti che li compilano.

Il database PROGETTO, di tipo relazionale, è accessibile all'utente al momento della compilazione di un qualsiasi questionario del set disponibile.

E' costituito da due relazioni, UTENTE e TABELLA collegate da una *foreign key*; nelle due tabelle vengono registrati, rispettivamente, i dati utente e i dati del questionario compilato. L'utilizzo delle *primary keys* consente di identificare gli utenti e di evitare la riproposizione dei questionari già compilati.

Fig. 1 – Fac-simile di una delle schede di rilevazione di Customer satisfaction on-line

Il DBMS usato è MySql su piattaforma PHP – Apache Web Server, installati su server con SO Windows Server Family con un dominio dedicato:

[HTTP://www.centroservizidilos.it/progetto/home.htm](http://www.centroservizidilos.it/progetto/home.htm)

La scelta di sistemi e software open-source è stata indotta dalla fase ancora sperimentale del progetto, dalla gratuità della fruizione, dalle caratteristiche di velocità di accesso e risposta client-server e dall'affidabilità relativamente alla sicurezza dei dati. Non sono comunque da escludere sviluppi successivi anche con altre applicazioni.

Una pagina HTML iniziale consente l'apertura di diverse pagine PHP (relative ai diversi questionari) che aprono la connessione al DBMS MySql con la registrazione dei dati anagrafici e l'elaborazione – di tipo additivo – degli esiti della compilazione dei questionari. Un modulo PHP consente la gestione delle elaborazioni effettuate sui questionari e la visualizzazione dei risultati.

Naturalmente, dopo l'impostazione iniziale, sono stati effettuati, e sono in corso, numerosi test che hanno consentito la gestione di alcuni possibili errori in fase di inserimento dati da parte dell'utente, di alcune ambiguità formali – punto decimale/virgola – e la realizzazione di una grafica più semplice.

I fattori di qualità così individuati si riflettono su possibili azioni di miglioramento dei seguenti ambiti [Lucianelli e Danese, 2002]: ambiente scolastico e attrezzature, POF, motivazioni e aspettative, attività didattica, relazioni, clima dell'ambiente, soddisfazione.

Il campione per la rilevazione è stato opportunamente stratificato e la consistenza numerica è stata calcolata riferendosi ai criteri di attendibilità dei risultati suggeriti dalle metodologie di inferenza statistica. La sua individuazione è stata di tipo casuale, con la previsione contestuale anche delle sostituzioni [Formez, 2003].

I risultati sono elaborati e presentati, mediante strumenti informatici generali o dedicati, in termini di frequenze delle risposte, frequenze cumulate, graduatorie, tabelle di contingenza, grafici statistici e *report* descrittivi.

7. I risultati

Un'iniziativa di questo tipo promuove lo sviluppo di competenze specialistiche del personale scolastico e degli studenti, la diffusione delle nuove tecnologie e di nuove metodologie di analisi e miglioramento in ambito curricolare ed, in generale, incrementa l'attenzione alle competenze tecnologiche e le abilità nella gestione delle risorse di rete, nella gestione di attrezzature per la comunicazione, la gestione e pubblicazione di siti *web* e nello sviluppo di applicazioni *web* per la gestione di data-base.

Se da un lato, infatti, l'uso degli strumenti di rilevazione su supporto cartaceo (questionari – test) per motivi organizzativi è sempre consistente e prevalente nelle fasi iniziali, l'elaborazione dei dati e l'analisi statistica dei risultati da parte degli studenti – guidati dai docenti di matematica-informatica-economia – avviene attraverso l'uso di software dedicato. L'acquisizione di informazioni sul territorio e sul contesto si realizza attraverso le risorse del *web*; la documentazione delle attività, la presentazione e diffusione dei risultati si realizza attraverso la produzione di materiale multimediale (video-clips, CD-rom, pagine *web*, etc.). Gli aspetti relativi ad azioni di miglioramento per la comunicazione e la diffusione delle situazioni stimolano l'utilizzo di strumenti di video-comunicazione e di post-produzione di documenti audio-visivi.

Queste azioni e i relativi processi hanno la prospettiva, sino alla sfida di individuare e diffondere *best-practice* [Gambel, 2003], di realizzare attività orientate alla collaborazione della scuola con il sistema *aziende-territorio*, con interazioni fra il *contesto infrastrutturale* e il *contesto di processo*.

Le tecnologie sono, in questo contesto, *opportunità* per rivedere le pratiche didattiche e le relazioni con reti di aziende, scuole e contesti produttivi [Tanese et al., 2003].

L'occasione di acquisire competenze *mediante* le tecnologie si innesta nelle esperienze di *laboratorio* o - mediante stage e simulazioni - in ambito aziendale.

L'utilizzo delle ICT in ambito formativo, per una specifica applicazione di *customer satisfaction*, si rivela, pertanto, supporto strumentale ma anche strumento metodologico che potenzia l'approccio alle conoscenze e alla costruzione di percorsi individuali di crescita tecnico-professionale.

Un altro aspetto, non meno rilevante, è l'utilizzo delle ICT come percorso *euristico* di apprendimento, relazione con ambienti virtuali, simulazione e realizzazione di prodotti e servizi.

Bibliografia

Bondioli A., Ferrari M., Manuale di valutazione del contesto educativo: teorie, modelli, studi per la rilevazione della qualità della scuola, F. Angeli, Milano, 2000.

Castaldi M., Segnali di qualità. Valutare con gli indicatori nella scuola, La Scuola, Brescia, 1998.

Dipartimento della Funzione Pubblica, Cantieri - Proposte per il cambiamento nelle Amministrazioni Pubbliche, Rubbettino, Bologna 2003.

Formez, Materiali, La customer satisfaction negli istituti scolastici autonomi, Formez, Napoli, 2003.

Gambel E. L., Il modello dell'eccellenza, F. Angeli, Milano, 2003.

Lucianelli G., Tanese A., Il benchmarking nelle aziende pubbliche. Logiche ed esperienze a confronto, Giappichelli, Torino, 2002.

Pentimalli R., Manuale per l'autovalutazione delle scuole, Gaia, Milano, 2003.

Tanese A., Negro G., Gramigna A., La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche. Valutare la qualità percepita dai cittadini, Rubbettino, Bologna 2003.