



Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali "Marco Fanno" (DSEA)
Piano Triennale di Sviluppo della Terza Missione (PTSTM) - Periodo 2022-2025
Stato: PTSTM FIRMATO

Terza Missione Struttura Organizzativa

Il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali ha designato la prof.ssa Eleonora Di Maria quale Delegata ai rapporti con le imprese e valorizzazione della ricerca e il prof. Paolo Gubitta quale Delegato per le Istituzioni e Public Engagement. I lavori di progettazione e organizzazione della policy di Dipartimento relativa alla TM sono svolti all'interno della Commissione Terza Missione composta da: proff. Eleonora Di Maria e Paolo Gubitta (Coordinatori), prof. Michele Fabrizi, prof. Lorenzo Forni, prof. Luciano Greco, prof. Stefano Solari, prof. Francesco Zen, dott.ssa Sara Spironello, dott.ssa Francesca Zuecco. La Commissione è composta dal personale docente e dal personale tecnico amministrativo del Settore Ricerca, Terza Missione e Direzione e dell'Ufficio Stage & Placement del Dipartimento.

A livello amministrativo, all'interno del Settore Ricerca, Terza Missione e Direzione, è stato istituito l'Ufficio Terza Missione e Public Engagement, dove un'unità di personale è stabilmente dedicata al monitoraggio e alla gestione amministrativa delle attività di TM del Dipartimento. Le attività di Terza Missione del Dipartimento sono svolte in sinergia con l'Ufficio Comunicazione per quanto attiene alla gestione in forma coordinata delle attività di public engagement e valorizzazione dei risultati della ricerca, anche in forma digitale. Il Settore, infine, si coordina con i colleghi di altri Settori dell'organizzazione che si occupano di servizi collegati alle attività di TM, ad esempio con il Settore Didattica e Post-Lauream, in particolare con l'Ufficio Stage e Placement per quanto riguarda i rapporti con le imprese coinvolte negli stage curriculari e extra-curriculari.

Il Dipartimento ha inoltre siglato un accordo nell'ottobre 2020 con l'Associazione Alumni per la costituzione di un Chapter Economia dedicato alla rappresentanza degli ex alunni DSEA, al fine di ampliare la rete di rapporti e collaborazioni tra gli Alumni, l'Associazione e il Dipartimento stesso in ambito scientifico, didattico, culturale, professionale nonché il trasferimento di conoscenze e tecnologie.

Degli otto canali identificati dall'Anvur per la realizzazione di attività di TM, le attività del DSEA si concentrano prevalentemente sui seguenti ambiti: Tutela e valorizzazione della conoscenza, Public engagement e sviluppo sostenibile e Formazione continua.

PIANO TRIENNALE DI SVILUPPO DELLA TERZA MISSIONE (PTSTM) - Periodo 2022-2025

AMBITO: Tutela e valorizzazione della conoscenza

Peso Ambito / Totale	Denominazione Obiettivo Generale	Impatto sociale, economico, ambientale e culturale
40% / 100%	Potenziare la valorizzazione delle conoscenze prodotte in ambito economico-aziendale e connesse implicazioni di sostenibilità ambientale e sociale, ampliando e consolidando rapporti con imprese ed istituzioni nel contesto nazionale ed internazionale e sfruttando la molteplicità delle specializzazioni e dei saperi interni al DSEA	Aumentare l'efficacia dei processi, dell'offerta, delle strategie e delle azioni di intervento delle organizzazioni pubbliche e private in ottica di rafforzamento della competitività in modo integrato con aspetti di sostenibilità ambientale e sociale. A tal fine si metteranno in atto le seguenti linee d'azione: 1 - aumentare le collaborazioni con organizzazioni pubbliche e private del territorio coinvolte in attività di Terza Missione: dalle attuali 26 nel 2021, stimiamo 35 contratti attivi al 2025 con una crescita annua stimata al 10% 2 - Coinvolgere più docenti in attività di Terza Missione (contratti/accordi e/o incarichi esterni): dai 22 docenti raggiunti nel 2021, si stima un aumento di circa il 20% arrivando a 26 nel 2025 3 - Comunicare e valorizzare le attività di Terza Missione tramite il sito web dSEA: l'obiettivo è implementare l'attuale pagina istituzionale in italiano e inglese in un mini-sito articolato con varie sezioni dedicate ai diversi ambiti della Terza Missione

OBIETTIVO SPECIFICO:	Accrescere il numero di contratti/accordi con organizzazioni pubbliche e private inerenti alle tematiche di Terza Missione (Campo d'azione: A5)
-----------------------------	--

Questo obiettivo prevede un impatto diretto sugli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030

Indicatore	
INDICATORI	n. di contratti/accordi
BASELINE	26
TARGET	35
LINK	
ALLEGATO	

OBIETTIVO SPECIFICO:	Aumentare il numero di docenti impegnati in attività di Terza Missione (Campo d'azione: A5)
-----------------------------	--

Questo obiettivo prevede un impatto diretto sugli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030

Indicatore	
INDICATORI	n. di docenti coinvolti
BASELINE	22
TARGET	26
LINK	
ALLEGATO	

OBIETTIVO SPECIFICO:	Comunicare e valorizzare le attività di Terza Missione tramite il sito web del Dipartimento (Campo d'azione: A4)
-----------------------------	---

Questo obiettivo prevede un impatto diretto sugli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030

Indicatore	
INDICATORI	Implementazione mini sito
BASELINE	pagina web istituzionale ita/eng
TARGET	minisito con voci di menù specifiche
LINK	
ALLEGATO	

AMBITO: Public engagement e sviluppo sostenibile

Peso Ambito / Totale	Denominazione Obiettivo Generale	Impatto sociale, economico, ambientale e culturale
40% / 100%	Migliorare l'impegno nei confronti degli stakeholder aumentando la capacità di incidere sulla società e considerando le principali sfide connesse alla transizione ambientale e digitale che coinvolge cittadini, imprese, istituzioni pubbliche e private.	Accrescere la consapevolezza di imprese, consumatori, cittadini, istituzioni pubbliche in merito alle scelte di utilizzo delle risorse. L'obiettivo sarà raggiunto con tre azioni principali: 1 - Il coinvolgimento della cittadinanza in iniziative di divulgazione scientifica sarà misurato con il numero di eventi dedicati a specifiche categorie di utenti quali giovani studenti, professionisti, pubblica amministrazione, ecc., che si stima possa crescere dai 10 realizzati nel 2021 fino a 15 nel 2025 2 - Lo sviluppo delle collaborazioni con i partner potrà essere misurato con il numero di iniziative di comunicazione in sinergia, che prevediamo crescano dalle 5 realizzate nel 2021 a circa 12 nel 2025 (con una crescita indicativa di 2/3 eventi all'anno) 3 - L'aumento dell'interesse rispetto alle tematiche economiche e finanziarie e al loro impatto sullo sviluppo sostenibile sarà misurato basandosi sul numero di visualizzazioni dei canali social e mini sito Terza Missione. La baseline di 3450 nel 2021 è stata calcolata esclusivamente sul n. di visualizzazioni di determinati contenuti a tema TM sui canali social dSEA. L'obiettivo target tiene invece conto dell'implementazione del mini sito Terza Missione (che permetterà di conteggiare anche le visualizzazioni web). Si stima una crescita media delle visualizzazioni sui canali social del 25% sui tre anni (4300 nel 2025) e circa 4000 visualizzazioni del mini sito Terza Missione come valore annuo al 2025.

OBIETTIVO SPECIFICO:	Promuovere il coinvolgimento della cittadinanza in iniziative di divulgazione della ricerca attraverso canali di comunicazione digitale (Campo d'azione: B1)
-----------------------------	---

Questo obiettivo prevede un impatto diretto sugli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030

Indicatore	
INDICATORI	n. di eventi/iniziative
BASELINE	10
TARGET	15
LINK	
ALLEGATO	

OBIETTIVO SPECIFICO:	Accrescere le partnership per attività di disseminazione (Campo d'azione: B1)
-----------------------------	--

Questo obiettivo prevede un impatto diretto sugli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030

Indicatore	
INDICATORI	n. iniziative di comunicazione in sinergia con enti pubblici e privati
BASELINE	5
TARGET	12
LINK	
ALLEGATO	

OBIETTIVO SPECIFICO:	Aumentare l'interesse inerente ai temi economici e finanziari e all'impatto delle scelte economiche sullo sviluppo sostenibile da parte di specifiche categorie di cittadini/utenti (Campo d'azione: B1)
-----------------------------	---

Questo obiettivo prevede un impatto diretto sugli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030

Indicatore	
INDICATORI	n. di visualizzazioni
BASELINE	3450
TARGET	- 4300 canali social - 4000 mini sito TM nel 2025
LINK	
ALLEGATO	

AMBITO: Formazione continua

Peso Ambito / Totale	Denominazione Obiettivo Generale	Impatto sociale, economico, ambientale e culturale
20% / 100%	Rafforzare le competenze in ambito economico/manageriale, digitale, di sostenibilità di manager e più in generale di lavoratori/trici, anche attraverso soluzioni formative innovative.	Aumentare gli strumenti per sostenere la resilienza di manager, lavoratori/trici e delle organizzazioni in cui operano tramite i percorsi di formazione promossi dal Dipartimento. Ad esempio il corso "Digital Media Marketing per le Piccole Medie Imprese" si rivolge a giovani neolaureati, professionisti autonomi, dipendenti, manager e imprenditori che vogliano sviluppare specifiche competenze nella gestione di metodologie e strumenti per il digital marketing. Ci si aspetta che il numero di partecipanti ai diversi percorsi di alta formazione aumenti di circa il 20% all'anno (dai 12 nel 2021 a 20 nel 2025) e che ci sia un incremento anche in termini di varietà dei profili professionali coinvolti.

OBIETTIVO SPECIFICO:	Promuovere iniziative divulgative e percorsi di formazione continua e certificazione delle competenze (Campo d'azione: E1)
-----------------------------	---

Questo obiettivo prevede un impatto diretto sugli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030

Indicatore	
INDICATORI	n. di partecipanti
BASELINE	12
TARGET	20
LINK	
ALLEGATO	



Confermata il 18/11/2022 da Paola Valbonesi