



Anno 2013

Università degli Studi di BOLOGNA >> Sua-Rd di Struttura: "Scienze Aziendali"

Parte III: Terza missione



QUADRO I.0

I.0 Descrizione generale delle attività di terza missione

Il quadro I.0, facoltativo nella SUA-RD 2013, è stato compilato dal Dipartimento di Scienze Aziendali (DiSA) nel novembre 2015 ai fini della descrizione delle attività attinenti la Terza Missione per la VQR 2011-2014. Il Dipartimento si è avvalso, adattandolo, di uno schema predisposto dal Presidio della Qualità d'Ateneo.

I dati sull'attività di Terza Missione (TM) riportati nella Parte III della SUA-RD, dimostrano un impegno del DiSA su entrambi gli ambiti di applicazione definiti da ANVUR e in maniera predominante in quello della PRODUZIONE DI BENI PUBBLICI DI NATURA SOCIALE, EDUCATIVA E CULTURALE che si sostanzia nella [] capacità degli atenei e dei dipartimenti di mettere a disposizione della società, nelle sue varie articolazioni, i risultati della propria ricerca e specifiche attività di servizio. A differenza della valorizzazione economica della ricerca, la quale prevede per sua natura anche forme di appropriazione necessarie all'innesco di processi di innovazione da parte delle imprese, queste attività producono prevalentemente beni pubblici.

Gli ambiti scientifici caratterizzanti il Dipartimento sono tali da renderlo inattivo in determinate sfere della terza missione; per questo motivo non sono compilati o comunque il Dipartimento non ha contribuito alle attività dell'Ateneo documentati nei Quadri I.1 (il Dipartimento e i suoi componenti non hanno generato brevetti), I.2 (nessuna impresa spin-off), I.5 (il Dipartimento non è impegnato in attività museali) I.6 (il Dipartimento non ha evidentemente competenze specifiche in campo sanitario).

Il DiSA attua la propria TM negli ambiti e secondo gli indirizzi dei documenti politici, strategici e di orientamento definiti dall'ateneo, siano essi di natura cogente (es. Statuto, Piano Strategico, Codice Etico) sia di natura volontaria (es. il Bilancio Sociale). Si rinvia al quadro I.0 nella scheda di ateneo per una puntuale descrizione dei riferimenti alla TM in tali documenti.

Nella Politica per l'assicurazione di qualità (quadro B2) viene espressa la missione DiSA consistente nel progettare e sviluppare ricerca pura e applicata in aree attinenti alla Terza Missione quali l'Economia Aziendale, l'Economia degli Intermediari e dei Mercati Finanziari, la Finanza Aziendale, la Gestione e Innovazione delle Organizzazioni Culturali e Artistiche, l'Innovazione Tecnologica, l'Organizzazione Aziendale, il Marketing, la Strategia e Valorizzazione delle Risorse.

La politica e la missione del dipartimento si attuano con le risorse descritte nella prima parte della SUA-RD tra le quali: una biblioteca con 45.000 monografie e 515 testate di riviste cartacee fruibile per il prestito e al consultazione anche ad utenti non universitari (C.1.c); una composizione del personale docente e ricercatore con un 30% rappresentato da giovani studiosi (ricercatori a tempo determinato, assegnisti e dottorandi).

I destinatari privilegiati e i portatori di interesse per l'attività di terza missione DiSA sono le imprese, ma anche gli organismi internazionali come per il programma PRIME Principles for Responsible Management Education: una rete internazionale di scuole di direzione aziendale, le quali si impegnano a rispettare e diffondere sei principi di etica e sostenibilità nello svolgimento delle attività di didattica e di ricerca; i network internazionali nell'ambito dell'economia aziendale, dell'ingegneria gestionale e del management; le scuole secondarie di secondo grado coinvolte in iniziative di orientamento sulla scelta dell'istruzione universitaria; la società civile in senso lato per promuovere una riflessione tra scienza e società.

Inoltre, nella progettazione dell'offerta didattica DiSA i processi di interazione diretta con la società civile e con il suo tessuto economico e culturale svolgono un ruolo centrale mediante la consultazione delle parti sociali per l'individuazione delle figure professionali di riferimento dei corsi di studio e delle relative conoscenze e competenze.

Gli aspetti di terza missione che per la natura della propria attività istituzionale il Dipartimento di Scienze Aziendali rivolge ai propri destinatari privilegiati riguardano i progetti di valorizzazione della ricerca, produzione di beni pubblici di natura sociale, e public engagement, attivi presso il Dipartimento nel periodo in rilevazione. Esempi di attività comprendono: la mappatura delle imprese dalla scienza universitaria e la costruzione di un dataset dedicato (acquisito da ANVUR ed utilizzato come base di partenza per la mappatura delle imprese spin-off dagli atenei italiani) (<https://events.unibo.it/taste>), lo studio del contesto istituzionale per il trasferimento tecnologico e la proprietà intellettuale in Europa (<http://www.scienzeaziendali.unibo.it/it/ricerca/progetti-e-centri-di-ricerca/eirbus-1/financing-knowledge-transfer-in-europe-finkt>), lo studio delle implicazioni derivanti dall'acquisizione di aziende del lusso made-in-Italy da parte di imprese cinesi (<https://eventi.unibo.it/mii-fdlux>), l'istituzione di programmi per l'accelerazione di nuove idee imprenditoriali da parte di giovani ricercatori (www.unibolaunchpad.it), la diffusione della conoscenza scientifica nella gestione delle emergenze e catastrofi (www.resint.eu), la diffusione e la promozione della ricerca scientifica e dell'innovazione rivolta ai paesi dell'Asia meridionale (<http://www.cascade-inconet.eu>), la riqualificazione dei curricula universitari nelle università della Bielorussia, Russia e Ucraina (<http://www.ceneast.com/>) e la promozione

di percorsi di management del turismo in università di Albania e Kosovo (<http://www.chtmbal.com/>). A ciò si uniscono attività di disseminazione della cultura manageriale e imprenditoriale in diversi ambiti (ad esempio: blog, organizzazione di summer school, canali web dedicati a brevi video lezioni, ecc.).

In uno spirito di miglioramento continuo, DiSA intende a rafforzare gradualmente le proprie attività di terza missione con particolare attenzione sia alla valorizzazione della ricerca sia al suo impatto socio-culturale. Il DiSA si impegna a potenziare la propria comunicazione esterna per raggiungere una platea di interlocutori sempre più vasta, e a gestire in modo sempre più strutturato il monitoraggio e la valutazione dell'impatto delle proprie iniziative di public engagement.