Anno 2013

Università degli Studi di BOLOGNA >> Sua-Rd di Struttura: "Scienze per la Qualità della Vita"

Parte III: Terza missione

Quadro I.4 - PUBLIC ENGAGEMENT

QUADRO I.4	I.4 Monitoraggio delle attività di PE

Dipartimento/Facoltà: conduce un monitoraggio delle attività di Public Engagement?	N.Schede Iniziative
Si	3

Iniziativa 1	
Data di svolgimento delliniziativa	07/01/2013 - 31/05/2013
Titolo delliniziativa	Una settimana per una vita sana V edizione - 2013
Categoria/e di attività di public engagement	- iniziative divulgative rivolte a bambini e giovani
Breve descrizione	Programma di intervento di tipo comunicativo e divulgativo delle linee guida per una sana alimentazione rivolto agli studenti delle Scuole Medie Inferiori del comprensorio scolastico di Bologna
Budget complessivo utilizzato	60000
(di cui) Finanziamenti esterni	60000
Impatto stimato	Oltre 1.000 partecipanti. Favorire ladozione di stili di vita sani da parte della popolazione giovanile
Link a siti web	

Iniziativa 2	
Data di svolgimento delliniziativa	29/07/2013 - 29/07/2013
Titolo delliniziativa	Almatourism, Journal of Tourism, Culture and Territorial Development
Categoria/e di attività di public engagement	- siti web interattivi e/o divulgativi, blog
Breve descrizione	Electronic free journal of Rimini Campus and the Centre for Advanced Studies in Tourism of the University of Bologna. It is an innovative platform for study and research on culture and territorial development in the various disciplinary fields
Budget complessivo utilizzato	4000
(di cui) Finanziamenti esterni	
Impatto stimato	Partecipazione di esperti e pubblico stimato ad oltre 2000 visitatori
Link a siti web	https://www.facebook.com/almatourim

Iniziativa 3	
Data di svolgimento delliniziativa	11/10/2013 - 08/12/2013
Titolo delliniziativa	80s-90s FACING BEAUTIES
Categoria/e di attività di public engagement	- organizzazione di concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità
Breve descrizione	Mostra che esplora le innovazioni estetiche, culturali e comunicative di due importanti sistemi della moda al loro apice negli anni Ottanta e Novanta dello scorso secolo: il prêt-à-porter degli stilisti italiani e la moda radicale degli stilisti giapponesi a Parigi.
Budget complessivo utilizzato	5900
(di cui) Finanziamenti esterni	

Impatto stimato	Partecipazione di studenti dei corsi di laurea Triennale in Culture e Tecniche della moda e Magistrale in Moda di Rimini dell'Università di Bologna e di cittadini di Rimini
Link a siti web	Facebook/Instigram/Pinterest