Anno 2013

Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI >> Sua-Rd di Struttura: "MARKETING, COMPORTAMENTI, COMUNICAZIONE E CONSUMI "GIAMPAOLO FABRIS""

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
No	3

Iniziativa 1	
Data di svolgimento delliniziativa	06/11/2013
Titolo delliniziativa	Pronto Dottore. Parliamo di autismo
Categoria/e di attività di public engagement	- partecipazioni dello staff docente a trasmissioni radiotelevisive a livello nazionale o internazionale
Breve descrizione	Intervista TV in diretta Descrizione del Disturbo autisitico, delleziopatogenesi e delle terapie possibili Studi di Class TV
Budget complessivo utilizzato	
(di cui) Finanziamenti esterni	
Impatto stimato	La trasmissione era molto seguita, decine di migliaia di persone minimo
Link a siti web	
Iniziativa 2	
Data di svolgimento delliniziativa	19/05/2011 - 19/05/2011
Titolo delliniziativa	Dinamiche di mercato e strategie dimpresa. Opportunità e sfide per l'industria del largo consumo
Categoria/e di attività di public engagement	- partecipazioni attive a incontri pubblici organizzati da altri soggetti (ad es. caffè scientifici, festival, fiere scientifiche, ecc.)
Breve descrizione	Convegno organizzato da IBC, Associazione Industrie del Largo Consumo, in occasione dellassemblea annuale. Lassociazione coinvolge circa 16.000 imprese. Il prof. Pellegrini ha partecipato con una relazione dal titolo: Industria di beni di consumo: percorsi di crescita per le imprese italiane.
Budget complessivo utilizzato	
(di cui) Finanziamenti esterni	
Impatto stimato	Al convegno hanno partecipato circa 300 persone
Link a siti web	
Iniziativa 3	
Data di svolgimento delliniziativa	18/10/2012 - 18/10/2012
Titolo delliniziativa	Progetto Axía: un innovativo modello di collaborazione tra Università e Aziende per valorizzare la ricerca e condividere la conoscenza
Categoria/e di attività di public engagement	- partecipazioni attive a incontri pubblici organizzati da altri soggetti (ad es. caffè scientifici, festival, fiere scientifiche, ecc.)
Breve descrizione	Presentazione dei risultati della ricerca I principi della sostenibilità: dai valori dichiarati al comportamento di consumo alimentare. Analisi del ruolo dei media nella costruzione e diffusione della rappresentazione sociale della sostenibilità.
Budget complessivo utilizzato	

(di cui) Finanziamenti esterni	
Impatto stimato	Al convegno hanno partecipato circa 150 persone tra ricercatori ed insegnanti di scuola
Link a siti web	