

Quadro I.0 - Obiettivi e Linee strategiche terza Missione

Le attività di terza missione sono una cospicua fonte di entrata per il Dipartimento di Ingegneria (DI), seconda solo al trasferimento di fondi che il DI riceve per il pagamento degli stipendi al personale, ed è un'attività strategica per la crescita e l'integrazione territoriale del Dipartimento.

Il DI ha promosso e promuove il trasferimento della conoscenza secondo una politica consolidata e coerente con le linee guida di Ateneo. Le attività sono portate avanti indipendentemente dai singoli gruppi di ricerca e dallo stesso DI, con il supporto delle commissioni interne, e riguardano:

- l'attività di studio e ricerca in collaborazione con le aziende relativamente ai processi produttivi, alle attività applicative, a prove e test sperimentali, alla formulazione di pareri tecnici o scientifici, all'individuazione di soluzioni tecnologiche ad hoc per le imprese.
- l'avvio di spin-off innovative, atte ad operare in settori ad elevato impatto tecnologico, basate sul know-how universitario e il trasferimento tecnologico e che vedono la partecipazione, diretta o indiretta, dell'Università.
- la tutela e valorizzazione dei diritti di proprietà industriale e intellettuale, brevettate e non brevettate, e la stipula di contratti di ricerca con soggetti esterni che prevedano lo sfruttamento economico del know how generato;
- l'organizzazione di corsi di approfondimento, di base ed avanzati, sulle tematiche più strettamente collegate al trasferimento tecnologico, alla ricerca, alla tutela della proprietà intellettuale, alla valorizzazione dei risultati della ricerca, all'accesso alle varie fonti di finanziamento;
- la promozione e la comunicazione dei network per la valorizzazione della ricerca universitaria e l'organizzazione di incontri di gruppo (matching events) e individuali;

Si delineano di seguito le linee strategiche relative alla terza missione per il 2014.

Le azioni che il DI intende intraprendere per consolidare la valorizzazione ed il trasferimento delle conoscenze verso il contesto socio-economico sono organizzate in quattro azioni principali.

La prima azione consiste nel dotare il DI di un piano di comunicazione e di personale ben identificato per curare il sito internet e per raggiungere la stampa.

La seconda azione consiste nell'organizzare una serie di incontri e conferenze presso il DI con gli imprenditori e le realtà industriali che permettano ai nostri ricercatori di ascoltare ed interpretare i bisogni delle aziende e contemporaneamente alle aziende di comprendere il nostro modo di lavorare e la nostra realtà.

La terza azione consiste nel promuovere le attività di ricerca e sviluppo svolte nei laboratori del DI attraverso visite e dimostrazioni da organizzare anche in sinergia con le associazioni degli industriali.

Infine la quarta azione riguarda la diffusione della cultura di impresa finalizzata ad animare l'attivazione di un certo numero di spin-off con l'obiettivo di aiutare i giovani del DI (dottorandi, assegnisti, personale precario in generale) a scoprire le opportunità per fare impresa.

La tabella mostrata di seguito sintetizza le modalità di raggiungimento degli obiettivi, le risorse da impiegare, i valori limite di soglia per gli indicatori di crescita ed il rischio correlato.

Azione	Responsabilità	Modalità di raggiungimento	Risorse	Valori obiettivo	Rischio
Piano di comunicazione	Direttore, Segretario Amministrativo	Individuare un webmaster ed un responsabile comunicazione di Dipartimento. Individuare processi standard e strategie per la diffusione delle notizie che riguardano il dipartimento.	Ufficio Stampa d'Ateneo. Fondi di Dipartimento	Assicurare a diffusione di almeno il 50% delle attività di ricerca applicata del Dipartimento sulla stampa e presso le istituzioni ed i soggetti direttamente interessati	Medio/Alto
Incontro con gli imprenditori	Delegato per il Job Placement	Organizzare almeno tre incontri/anno presso il DI con imprenditori e/o figure apicali di imprese che possono essere interessate agli <i>skill</i> del Dipartimento.	Fondi di Dipartimento	Almeno 12 convenzioni nel triennio con nuove imprese	Medio
Presentazione dei laboratori DI	Prof. Gianluca Rossi	Organizzare almeno due eventi/anno dove un certo numero di laboratori del DI vengono presentati alla realtà produttiva e imprenditoriale	Fondi di Dipartimento. Sponsors	Incrementare del 2% il numero di convenzioni conto terzi del DI. Un certo numero di questi veneti deve avere luogo presso la nostra sede di Terni	Medio
Cultura di Impresa	Prof. Paolo Valigi	Organizzazione di eventi dedicati alla cultura d'impresa	Fondi di Dipartimento. Fondi di Ateneo. Fondi delle Istituzioni locali.	Creazione di almeno tre spin-off nel triennio	Medio