



Anno 2014

UNICUSANO Università degli Studi Niccolò Cusano -Telematica Roma >> Sua-Rd di Ateneo

Parte III: Terza missione

Quadro I.4 - PUBLIC ENGAGEMENT

QUADRO I.4		I.4 Monitoraggio delle attività di PE	
L'Ateneo conduce un monitoraggio delle attività di Public Engagement?	Quale struttura si occupa di monitorare le attività di PE	N.ro di addetti in equivalenti a tempo pieno (ETP) nel monitoraggio delle attività di PE	N.Schede Iniziative
Si	ufficio di comunicazione interno	8,00	4
<b>Iniziativa 1</b>			
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/01/2014 - 31/12/2014		
Titolo dell'iniziativa	Orientamento allo studente con attività interne ( Special Orienta) e fuori sede ( Saloni e visita alle scuole)		
Obiettivi dell'iniziativa	Dare un aiuto concreto ai diplomandi con attività di orientamento sia teorico che pratico. Il fine è guidare i giovani ad una scelta consapevole attraverso informazioni sull'offerta formativa e somministrazione di test, consulenza con le famiglie, visite guidate, pernottamento presso gli alloggi dell'Ateneo. Il percorso si svolge al fine di ridurre al minimo le rinunce in itinere e per aumentare il livello di soddisfazione individuale che veicola un'immagine positiva dell'università.		
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si		
Categoria/e di attività di public engagement	- iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori		
Breve descrizione	L'attività di orientamento viene svolta all'interno dell'Ateneo ed esternamente ( visite alle scuole e Saloni dello Studente). In entrambi i casi, alla consulenza teorica supportata da materiali informativi e test, è possibile associare una "full immersion" universitaria con l'opportunità di vivere l'Ateneo tangibilmente per un periodo di 2/3 gg, assistendo a lezioni universitarie in modalità telematica e in aula, usufruendo degli ambienti per il pernottamento, ristorazione e sport.		
Budget complessivo utilizzato	52049		
(di cui) Finanziamenti esterni	0		
Impatto stimato in termini di pubblico	- n.5 Fiere di Orientamento: numero complessivo di partecipanti effettivi allo stand dell'Ateneo pari a circa 1900 persone; - orientamento interno "full immersion" con pernottamento di 2/3 giorni presso l'Ateneo: numero complessivo di partecipanti effettivi circa 700 persone; - orientamento fuori sede: numero complessivo di partecipanti effettivi circa 800 persone.		
Link a siti web	<a href="http://www.unicusano.it/servizi/orientamento-universitario">http://www.unicusano.it/servizi/orientamento-universitario</a>		
<b>Iniziativa 2</b>			
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/01/2014 - 31/12/2014		
Titolo dell'iniziativa	Blog Unicusano		
Obiettivi dell'iniziativa	Il blog dell'Università Niccolò Cusano è stato ideato al fine di creare una vera e propria comunità universitaria, uno spazio in cui tutti i componenti ( studenti, docenti e dipendenti) possano seguire con facilità le attività dell'Ateneo e interagire tra loro, rendendosi partecipi e propositivi alla vita universitaria		
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si		
Categoria/e di attività di public engagement	- siti web interattivi e/o divulgativi, blog		
Breve descrizione	Il blog dell'Università Niccolò Cusano contiene articoli e informazioni rivolti ad un ampio pubblico e pensato come un "diario" della vita accademica ( eventi, iniziative, progetti, servizi, didattica). Il blog affronta anche tematiche in ambiti trasversali come lo sport, la disabilità, la ricerca scientifica al fine di sensibilizzare, oltre la vasta comunità universitaria, anche il pubblico esterno.		
Budget complessivo utilizzato	40000		

(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	Accessi alla pagine web del blog circa 364540
Link a siti web	<a href="http://www.unicusano.it/blog/#.Vw0iTvmLSUk">http://www.unicusano.it/blog/#.Vw0iTvmLSUk</a>
<b>Iniziativa 3</b>	
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/01/2014 - 31/12/2014
Titolo dell'iniziativa	Radio dell'Università e Canale TV "Class finanza"
Obiettivi dell'iniziativa	Radio Cusano Campus, emittente dell'Università Niccolò Cusano, è una radio interamente votata agli approfondimenti storici, politici, culturali ed economici. Si avvale del contributo di professionisti del mondo del giornalismo radiofonico in conduzione, affiancati dai Docenti dell'UniCusano, dall'intervento di politici, esperti e personaggi del mondo della cultura. Inoltre, il Rettore dell'Ateneo ha preso parte in veste di economista a programmi tematici sul canale tv Class finanza.
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Sì
Categoria/e di attività di public engagement	- partecipazioni dello staff docente a trasmissioni radiotelevisive a livello nazionale o internazionale
Breve descrizione	La radio dell'Università (in streaming e in FM nel Lazio) dedica ampio spazio ai docenti dell'Ateneo che, in qualità di esperti, divulgano conoscenze delle singole discipline e idee del mondo della Ricerca. Lo scopo principale è quello di rafforzare l'immagine dell'Ateneo verso l'esterno e il senso di appartenenza degli studenti alla comunità universitaria. Per lo stesso fine, il Rettore dell'Ateneo ha preso parte in veste di economista a programmi tematici sul canale tv Class finanza.
Budget complessivo utilizzato	1500000
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	Oltre 10000 al giorno
Link a siti web	<a href="http://www.radiocusanocampus.it">http://www.radiocusanocampus.it</a>
<b>Iniziativa 4</b>	
Data di svolgimento dell'iniziativa	07/02/2014 - 29/09/2014
Titolo dell'iniziativa	INFOGRAFICHE
Obiettivi dell'iniziativa	Le infografiche prodotte all'Unicusano hanno come obiettivo la divulgazione informativa e grafica di contenuti di interesse per l'utente, con il conseguente aumento della brand awareness e della brand reputation.
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Sì
Categoria/e di attività di public engagement	- pubblicazioni (cartacee e digitali) dedicate al pubblico esterno (ad es. magazine dell'università)
Breve descrizione	Questo genere di rappresentazione di dati, statistiche e indagini, è supportato da fonti autorevoli interne ed esterne al mondo accademico. Coesistenza equilibrata tra statistica, immediatezza comunicativa e creatività. Quelle realizzate nel 2014 sono: -Le Facoltà che vincono la corsa al lavoro in un'infografica -Startup: investire sull'innovazione crea lavoro e fa crescere il Paese -Social test: UNITEST - Street Food -University Comics Week in collaborazione con il fumettista Gud
Budget complessivo utilizzato	40000
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	Accessi WEB alle infografiche: oltre 3 milioni
Link a siti web	<a href="http://www.unicusano.it/blog/universita/sbocchi-occupazione/#.Vw4eLvmLSUk">http://www.unicusano.it/blog/universita/sbocchi-occupazione/#.Vw4eLvmLSUk</a> <a href="http://www.unicusano.it/blog/universita/startup-for-beginners/">http://www.unicusano.it/blog/universita/startup-for-beginners/</a> <a href="http://unitest.unicusano.it/test-v1/">http://unitest.unicusano.it/test-v1/</a> <a href="http://www.unicusano.it/blog/universita/servizi-universita/infografica-street-food/">http://www.unicusano.it/blog/universita/servizi-universita/infografica-street-food/</a> <a href="http://www.unicusano.it/blog/universita/university-comics-week/university-comics-week-raccolta/#.Vw4fYPmLSUI">http://www.unicusano.it/blog/universita/university-comics-week/university-comics-week-raccolta/#.Vw4fYPmLSUI</a>