



Anno 2014

Università Telematica "Universitas MERCATORUM" >> 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	1,00	5
Iniziativa 1			
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/03/2014 - 01/11/2014		
Titolo dell'iniziativa	OSSERVATORIO NAZIONALE DISTRETTI ITALIANI		
Obiettivi dell'iniziativa	L'Osservatorio è la banca dati ufficiale dei distretti italiani realizzata nel 2009 dalla Federazione dei distretti italiani e da Unioncamere. Compiti dell'Osservatorio sono la messa a disposizione del pubblico di una banca dati ricca e di qualità. Svolge anche un'attività di elaborazione scientifica per la predisposizione di quadri di riferimento per interventi locali a favore delle imprese. A tal fine l'Osservatorio si avvale di un Comitato scientifico composto da autorevoli studiosi.		
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No		
Categoria/e di attività di public engagement	- pubblicazioni divulgative firmate dallo staff docente a livello nazionale o internazionale - partecipazione a comitati per la definizione di standard e norme tecniche		
Breve descrizione	Universitas Mercatorum nella persona della Prof.ssa. Maria Antonella Ferri ha fatto parte del Comitato Scientifico dell'Osservatorio in qualità di studiosa di tematiche attinenti i territori ed ed i sistemi locali. Prendendo parte alle seguenti attività: i) partecipazione ai lavori che il Comitato ha svolto dal mese di novembre al mese di marzo; ii) pubblicazione di un contributo sul Rapporto annuale 2014 dal titolo La digitalizzazione nei distretti: una prima analisi e possibili strategie.		
Budget complessivo utilizzato	0		
(di cui) Finanziamenti esterni	0		
Impatto stimato in termini di pubblico	La partecipazione al Comitato è stata quella di contribuire alla realizzazione, insieme ad Unioncamere, Unionfiliere ed alle Camere di Commercio, di uno strumento che rende disponibile una base informativa originale, puntuale e aggiornata circa l'evoluzione economica di ciascuno dei 100 distretti censiti. L'obiettivo strategico ha previsto il supporto per rendere operative alcune scelte e mettere a sistema le buone pratiche per far emergere i fenomeni più rilevanti ed evidenziare le inefficienze e le potenzialità dei sistemi locali.		
Link a siti web	www.osservatoriodistretti.org		
Iniziativa 2			
Data di svolgimento dell'iniziativa	11/09/2014 - 12/09/2014		
Titolo dell'iniziativa	Manifestazione le Vele d'Epoca		
Obiettivi dell'iniziativa	La manifestazione è un evento di rilevanza nazionale per incontrare il mercato professionale, per valorizzare il settore e la cultura della Vela e della ospitalità marittima, al fine di promuovere l'aggiornamento tecnico e formativo, le tecnologie e le forniture. Un'occasione per presentare l'offerta marittima italiana a qualificati operatori internazionali provenienti da paesi di riferimento per il turismo del nostro Paese.		
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No		
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	La Prof.ssa. Maria Antonella Ferri di Universitas Mercatorum è stata invitata a partecipare nell'ambito dell'area a disposizione della Camera di Commercio di Imperia, in qualità di relatore ai seminari sulla situazione del sistema turismo e sul ruolo che la formazione potrebbe avere per lo sviluppo del settore. In particolare, è stato presentato il nuovo corso di laurea di Scienze del Turismo, di cui la Professoressa Ferri è presidente.		

Budget complessivo utilizzato	0
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	Partecipazione al Salone: Aziende del settore e loro Consorzi, Associazioni di categoria, Amministrazioni Pubbliche, Aziende fornitrici di prodotti e servizi per le attività marittime, Operatori professionali della domanda italiana ed internazionale, Tecnici del settore, Appassionati del turismo di vela. Oltre 10.000 visitatori. Nell'ambito della presentazione del corso: 100 fra partecipanti e uditori.
Link a siti web	www.veledepoca.com/
Iniziativa 3	
Data di svolgimento dell'iniziativa	10/07/2014 - 10/07/2014
Titolo dell'iniziativa	JOB DAY
Obiettivi dell'iniziativa	Presentazione ai docenti tutor delle scuole italiane all'estero del JOB DAY
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No
Categoria/e di attività di public engagement	- iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori - iniziative divulgative rivolte a bambini e giovani
Breve descrizione	Il JobDay permette agli studenti di osservare «in presa diretta» quella che potrebbe essere la loro professione mentre viene esercitata da un lavoratore (imprenditore, artigiano, professionista, dipendente pubblico ecc.), durante una normale giornata lavorativa. Partecipare al JobDay aiuta gli studenti a fare scelte consapevoli sul proprio futuro professionale.
Budget complessivo utilizzato	0
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	L'iniziativa è rivolta agli studenti delle quarte e quinte della scuola superiore, delle scuole italiane all'estero.
Link a siti web	www.polaris-scuolalavoro.unioncamere.it
Iniziativa 4	
Data di svolgimento dell'iniziativa	04/04/2014 - 04/04/2014
Titolo dell'iniziativa	Fare TURISMO - Milano
Obiettivi dell'iniziativa	Fare turismo è un manifestazione nazionale di incontro fra Organizzazioni di Categoria, Associazioni Professionali, Università, Istituzioni dell'ambito della formazione e dell'occupazione nel turismo. Levento è aperto anche ad operatori turistici, docenti scolastici e universitari. In occasione della manifestazione si tiene lincontro annuale dei Presidenti e Coordinatori dei corsi di studio universitari ad indirizzo turistico.
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No
Categoria/e di attività di public engagement	- iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori - iniziative divulgative rivolte a bambini e giovani
Breve descrizione	Fra le attività di Fare turismo vi è l'orientamento alla formazione rivolto agli studenti delle scuole superiori. Universitas Mercatorum ha partecipato a due presentazioni della propria offerta formativa in ambito turistico, con gli interventi della Prof. Antonella Ferri (Milano) e del Dott. Francesco Maria Olivieri (Roma). Universitas Mercatorum ha partecipato anche all'incontro annuale dei Presidenti e Coordinatori dei corsi di studio universitari ad indirizzo turistico.
Budget complessivo utilizzato	6000
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	Diplomandi, diplomati, laureandi, laureati; Operatori turistici del pubblico e del privato; Operatori del mercato del lavoro; Rappresentanti delle organizzazioni di categoria e delle associazioni professionali; Formatori, docenti scolastici e universitari; Esperti e addetti ai lavori; Giornalisti. Secondo i dati forniti dall'organizzazione: i) levento di Roma 2014 ha ricevuto un flusso di 5.000 visitatori, la partecipazione di 60 Istituti Professionali Alberghieri, Tecnici del Turismo e Commerciali con indirizzo turistico provenienti da 10 regioni, circa 2.000 colloqui di selezione effettuati con 30 aziende turistiche; ii) leedizione a Milano 2014 ha ospitato 2.000 visitatori, la partecipazione di 30 Istituti Professionali Alberghieri, Tecnici del Turismo e Commerciali con indirizzo turistico, circa 1.000 colloqui di selezione.
Link a siti web	http://fareturismo.it/
Iniziativa 5	
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/04/2014 - 31/12/2014
Titolo dell'iniziativa	LA CONFIGURAZIONE ORGANIZZATIVA E GESTIONALE DEL REGISTRO IMPRESE: EFFICACIA, EFFICIENZA E COSTI DEI POSSIBILI MODELLI ORGANIZZATIVI.
	I prof. Tiscini e Martiniello hanno predisposto una nota per un'audizione parlamentare, dove si analizzano i punti di forza e

Obiettivi dell'iniziativa	debolezza dei possibili modelli organizzativi per la tenuta del Registro imprese, valutandone efficacia, efficienza, e costi complessivi. La nota è un contributo al dibattito sul tema e al lavoro delle commissioni parlamentari che valutano l'effettiva funzionalità dei possibili nuovi modelli organizzativi e la loro coerenza con le finalità del programma di Governo.
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No
Categoria/e di attività di public engagement	- partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making)
Breve descrizione	Nella nota presentata per l'audizione parlamentare vengono analizzate nel dettaglio sia l'assetto organizzativo del registro delle imprese, distinguendo tra modello decentrato e modello centralizzato, che l'organizzazione di tale servizio, rispetto alle varie opzioni possibili. Inoltre, vista la finalità del legislatore di alleggerire il carico di costi gravanti sulle imprese, vengono analizzate le possibili modalità di finanziamento, distinguendo tra costo diretto vs costo per la collettività.
Budget complessivo utilizzato	0
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	Tale nota è rivolta ad un'audizione parlamentare, riguardante la riforma del sistema camerale
Link a siti web	nessuno