



Anno 2014

Università Politecnica delle MARCHE >> Sua-Rd di Struttura: "MANAGEMENT"

Parte III: Terza missione



QUADRO I.0

I.0 Obiettivi e linee strategiche relative alle attività di Terza Missione

1. ELEMENTI INTRODUTTIVI

Il Dipartimento di Management, in linea con la strategia dell'Ateneo, è convinto sostenitore dell'importanza della terza missione, seguendo l'idea guida di produrre ricerche che siano non solo scientificamente valide ma anche utili, ossia che possano avere, più o meno direttamente, ricadute di interesse operativo.

La terza missione viene svolta attraverso una pluralità di interventi:

- progettazione, organizzazione e realizzazione di interventi di informazione e sensibilizzazione nonché di corsi di formazione e specializzazione;
- attività di divulgazione attraverso siti internet e sviluppo, sulla base di questi, di app di libera fruibilità utilizzabili in ambito finanziario. Partecipazione ad iniziative di educazione finanziaria;
- la prestazione di servizi specialistici manageriali rivolti alle imprese del territorio atti a supportarle nell'affrontare le sfide poste dall'attuale contesto competitivo globale;
- la creazione di laboratori e osservatori su tematiche manageriali rilevanti (es. "Network Lab", "Bilanci di Marca", "Laboratorio Intangibles", ecc.).

L'attività di ricerca svolta in passato ha permesso altresì la creazione di uno spin-off (LIVE s.r.l.) nel 2007.

Si evidenzia che nessuno dei prodotti della ricerca realizzati da docenti afferenti alle tre aree del Dipartimento (aziendale, giuridico e matematico) risulta brevettabile secondo la normativa nazionale ed europea.

2. LINEE STRATEGICHE RELATIVE ALL'ATTIVITA' DI TERZA MISSIONE ANNI 2014-2016

Le linee strategiche fissate per il periodo 2014-2016 sono le principalmente articolate su due assi.

Il primo obiettivo strategico è rappresentato dalla valorizzazione e supporto aziendale, giuridico e matematico-finanziario delle eccellenze aziendali del territorio di riferimento dell'Ateneo. Si ritiene infatti che la contaminazione reciproca tra Dipartimento e Aziende permette la nascita di nuove idee e nuove best practices che sono di stimolo per una crescita del territorio e con sicure ricadute sul miglioramento della qualità delle attività didattiche e scientifiche. In questo ambito si proporranno occasioni informative, di sensibilizzazione, di collaborazione e di public engagement.

Il secondo obiettivo è rappresentato dall'attività di supporto alle istituzioni su tematiche di pertinenza del dipartimento. Il Dipartimento si porrà come interlocutore su tematiche di relative alla crescita delle attività economiche, all'innovazione manageriale, alla cultura della legalità e della trasparenza. Sarà quindi sempre accolta favorevolmente la possibilità di confronto e dialogo. Rientrano in quest'ambito le attività di partecipazione a tavoli tematici tecnici, la formulazione di pareri su determinati atti di policy nonché l'attività di sensibilizzazione e public engagement.

3. ANALISI DEI PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA

Al fine di comprendere l'attività svolta è opportuno individuare i punti di forza e le aree di miglioramento del Dipartimento, declinate per area scientifica di appartenenza.

Area aziendale

I docenti dell'area aziendale hanno una elevata capacità di sviluppare e fidelizzare convenzioni di ricerca con enti esterni, dimostrata dalle numerose relazioni che i docenti afferenti intrattengono con diversi attori del territorio. In particolare, negli anni si è notata una apprezzabile capacità di attrarre fondi (attività conto terzi) nonché di attrarre l'interesse degli operatori del mercato verso specifiche iniziative progettate autonomamente dal Dipartimento (si pensi ai citati laboratori) o in collaborazione con Enti, associazioni di categoria e ordini professionali. L'area aziendale appare quindi ben percepita e apprezzata dal territorio di riferimento.

Il principale punto di debolezza è rappresentato dal fatto che alcuni dei docenti afferenti all'area non dedicano sufficienti risorse, in termini di tempo, allo sviluppo di relazioni con il territorio e alla divulgazione dei risultati delle proprie ricerche in vivo, ritenendo la terza missione decisamente meno rilevante rispetto alla ricerca e alla didattica. Va notato che nel periodo passato sono stati realizzati vari interventi di sollecitazione sul tema e si è rilevata una maggior consapevolezza diffusa dell'importanza della missione in parola ma sono ancora presenti degli spazi di miglioramento.

Area giuridica

I docenti dell'area giuridica, in considerazione dei fattori di contesto di riferimento e in ordine alle specifiche aree di competenza si impegnano nel trasferimento di natura culturale soprattutto presso le categorie professionali immediatamente più prossime quali ad esempio quelle degli avvocati, notai, dottori commercialisti, consulenti del lavoro e, nondimeno, medici. Verso tali categorie che rappresentano la nervatura culturale dello sviluppo di un territorio, anche sotto il profilo imprenditoriale, vengono offerte iniziative congressuali e/o seminariali su temi particolarmente delicati o per l'evolversi del dato normativo e giurisprudenziale o per l'impatto pratico di determinati argomenti.

Rispetto ai periodi precedenti anche in quest'ambito si percepisce una maggior consapevolezza dell'importanza della terza missione per cui si cerca, per quanto possibile,

di avviare attività avvalendosi della collaborazione degli altri docenti del dipartimento afferenti l'area giuridica. Ciò ha permesso, tra l'altro, di avviare progetti di public engagement sui temi della legalità, della trasparenza e dell'anticorruzione. Una possibile area di miglioramento può essere individuata nella maggior condivisione delle iniziative promosse dai singoli per avere una più ampia partecipazione alle stesse.

Area matematica

I docenti dell'area matematica contribuiscono all'attività del dipartimento soprattutto attraverso la ricerca.

Le problematiche affrontate riguardano principalmente tematiche di economia, di finanza e di tecniche attuariali.

Gli studi dei modelli considerati si concretizzano spesso nella proposta di metodi numerici particolarmente apprezzati, perché testati su dati reali presi dal mondo economico finanziario, e risultati particolarmente efficienti in termini di velocità e precisione. La validità di tali ricerche è confermata dalla qualità delle riviste internazionali dove vengono pubblicate.

Si è in ogni caso evidenziato la poca motivazione dell'area a rendersi visibile con la propria attività sul territorio, ed a interagire per uno scambio costruttivo di informazione tra le problematiche specifiche da affrontare in ambito economico finanziario e le metodologie efficienti che l'area normalmente utilizza per la risoluzione.

Si ritiene pertanto che sia importante che l'area debba individuare modalità di interazione con il territorio.

4. OBIETTIVI E INDICATORI

Al fine di monitorare il grado di conseguimento degli obiettivi strategici, periodicamente vengono raccolti i dati ed elaborati i seguenti indicatori a cura della struttura tecnico-amministrativa del dipartimento, eventualmente coadiuvata da docenti. Gli indicatori vengono poi analizzati dal Direttore che, in caso di sensibili anomalie, riferisce in merito al Consiglio per sollecitare opportune azioni correttive.

Sulla base di quanto sopra, gli obiettivi per il periodo in esame sono i seguenti.

Obiettivo 1: sensibilizzare ulteriormente i docenti alla terza missione.

Indicatore 1.1: numero di docenti che hanno svolto attività legate alla terza missione.

Valore obiettivo indicatore 1.1: almeno 10 docenti partecipanti alla terza missione.

Obiettivo 2: mantenere e sviluppare i rapporti costruiti e consolidati negli anni passati con le imprese, i professionisti e le istituzioni locali, regionali e nazionali.

Indicatore 2.1: numero di enti con cui si sono intrattenuti rapporti.

Valore obiettivo indicatore 2.1: almeno 5 soggetti.

Obiettivo 3: consolidare le entrate provenienti da terzi (convenzioni, donazioni, ecc.).

Indicatore 3.1: totale delle entrate da terzi (convenzioni, donazioni, ecc.) diviso il totale delle entrate.

Valore obiettivo indicatore 3.1: almeno il 25% delle entrate del dipartimento provenienti da terzi.

Obiettivo 4: realizzazione di attività di informazione, sensibilizzazione e formazione in eventi rivolti agli operatori economici in collaborazione con associazioni di categoria e ordini professionali.

Indicatore 4.1: numero di eventi legati alla terza missione a cui il personale del dipartimento prende parte.

Valore obiettivo indicatore 4.1: partecipare ad almeno 10 attività pertinenti la terza missione.

5. RISORSE E PROCESSI

Il Dipartimento, consapevole e convinto dell'importanza della terza missione, attiverà processi specifici, impiegando risorse adeguate. In particolare:

- processo di sensibilizzazione alla terza missione: tale processo è volto a sollecitare lo sviluppo di attività legate alla terza missione.
- processo di segnalazione di opportunità: tale processo è volto a informare i docenti su opportunità di collaborazione con imprese, enti e professionisti, anche in relazione a specifiche agevolazioni fiscali o a bandi competitivi emanati da Enti (provincia, regione, UE, ecc.). Il Dipartimento si impegna inoltre a offrire, compatibilmente con le altre attività dallo stesso svolte, il necessario supporto ai docenti coinvolti in dette iniziative.
- processo di monitoraggio: periodicamente, si procederà all'analisi degli indicatori legati agli obiettivi riportati nel paragrafo 4.