Anno 2014

Libera Università degli Studi "Maria SS.Assunta" - LUMSA >> Sua-Rd di Struttura: "Scienze economiche, politiche e delle lingue moderne"

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
Si	3

Iniziativa 1	
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/10/2014 - 31/12/2014
Titolo dell'iniziativa	Gli studenti crescono con le imprese di famiglia
Obiettivi dell'iniziativa	Il progetto si propone di conseguire diversi obiettivi: favorire la crescita professionale degli studenti, anche con stage/tirocini incrociati; comprendere le aspettative (antiche e nuove) delle imprese di famiglia verso la LUMSA e adeguare lofferta formativa e/o i filoni di ricerca; portare limpresa di famiglia al centro del dibattito pubblico anche per favorire ladozione di politiche non penalizzanti nei confronti di questo tipo dimpresa
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si
Categoria/e di attività di public engagement	- organizzazione di eventi pubblici (ad es. Notte dei Ricercatori, open day)
Breve descrizione	Il progetto mira a coinvolgere le imprese di famiglia presenti sul territorio e gli studenti rendendoli parte attiva in unoperazione raccolta di informazioni sulle singole imprese attraverso un questionario. Al progetto si aggiunge anche lassegnazione di un premio per la miglior tesi di laurea magistrale (aperto a tutte le Università) in discipline economico-sociali sul tema delle imprese di famiglia. Nell'ambito del progetto sono sati organizzati numerosi eventi aperti al pubblico.
Budget complessivo utilizzato	4000
(di cui) Finanziamenti esterni	3000
Impatto stimato in termini di pubblico	Al progetto hanno partecipato n. 14 studenti e n. 14 imprese di famiglia. I candidati che hanno concorso al premio di laurea sono stati n. 8 nel 2014. Le iniziative di diffusione (presentazioni pubbliche, premiazioni ecc.) hanno coinvolto complessivamente circa n. 250 utenti.
Link a siti web	http://www.lumsa.it/vivilumsa_rapporti_imprese

Iniziativa 2	
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/01/2014 - 31/12/2014
Titolo dell'iniziativa	Rivista Res Publica
Obiettivi dell'iniziativa	La rivista nasce su iniziativa di un gruppo di docenti universitari e intende offrire spunti di discussione, maturati dalle proprie attività di studio e di ricerca, per contribuire ad un rinnovamento della cultura, soprattutto in campo cattolico.
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No
Categoria/e di attività di public engagement	- pubblicazioni (cartacee e digitali) dedicate al pubblico esterno (ad es. magazine delluniversità)
Breve descrizione	I contributi della rivista sono dedicati allo studio dei problemi dello Stato contemporaneo, oggi in grave crisi anche per gli effetti derivati dal processo di rapida mondializzazione. Il campo di lavoro di Res Publica è quello delle scienze sociali, con particolare attenzione alla dimensione storica nelle sue implicazioni culturali su base europea ed internazionale.
Budget complessivo utilizzato	4000
(di cui) Finanziamenti esterni	4000
	Nel 2014 alla rivista hanno collaborato n. 27 docenti, con un comitato scientifico composto da 50 membri. La rivista

Impatto stimato in termini di pubblico	raggiunge un pubblico di circa 1000 persone tra studiosi, media e pubblico interessato Le iniziative di diffusione (presentazioni pubbliche, premiazioni ecc.) hanno coinvolto complessivamente n. 150 utenti.
Link a siti web	http://www.lumsa.it/ateneo_res_publica
Iniziativa 3	
Data di svolgimento dell'iniziativa	10/08/2014 - 28/12/2014
Titolo dell'iniziativa	Serie "Le levatrici d'Egitto" - commento al libro dell'Esodo
Obiettivi dell'iniziativa	Illustrare e spiegare le vicende del Libro dellEsodo attraverso lo sguardo di un economista.
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
Breve descrizione	Sono stati pubblicati sul quotidiano Avvenire 21 editoriali di Luigino Bruni della serie "Le levatrici d'Egitto" a commento del libro dell'Esodo. Lo sguardo singolare delleconomista mostra come le vicende della Bibbia abbiano molto da dire al nostro presente.
Budget complessivo utilizzato	0
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	L'Avvenire conta circa 120.000 copie medie diffuse giornalmente (cartacee e digitali) e 110.000 copie vendute In aggiunta gli articoli della serie sono stati pubblicati su sito www.avvenire.it hanno raggiunto circa 25.800 download da parte degli utenti.
Link a siti web	http://www.avvenire.it/Commenti/Pagine/Puro-dono-la-dote-della-terra-.aspx