Anno 2014

Università degli Studi della TUSCIA >> Sua-Rd di Struttura: "Scienze umanistiche, della comunicazione e del turismo"

Parte III: Terza missione

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

All'interno della terza missione il dipartimento DISUCOM ha svolto nel 2014, prevalentemente attività relative al Public Engagement. Nell'ambito di quest'area le attività sono state molteplici in relazione a tutti i punti indicati nel documento declaratorio. In ottemperanza alle indicazioni di compilazione del presente modello, sono state individuate tre linee:
-pubblicazioni divulgative dello staff docente,
-redazione di siti web e/o blog;
-organizzazione e partecipazione ad eventi pubblici e divulgativi.

Per quanto riguarda le pubblicazioni si tratta prevalentemente di testi divulgativi destinati all'istruzione superiore; articoli pubblicati su riviste nazionali e internazionali divulgative, settimanali e quotidiani, ma anche in volumi miscellanei destinati ad un pubblico ampio e differenziato.
Significativa è stata inoltre la partecipazione di docenti del Dipartimento a trasmissioni radio-televisive e su canali Tv via web di livello sia nazionale sia internazionale.
Di grande impatto infine, si è rivelata l'organizzazione di eventi pubblici sia rivolti al territorio sia di carattere nazionale ed internazionale. In particolar modo seminari, presentazioni di libri, festival e caffè letterari, cicli di conferenze che hanno visto il coinvolgimento di un pubblico ampio ed interessato. Da sottolineare la partecipazione a queste iniziative di un numero significativo di giovani.

E' importante evidenziare che, oltre attività sopraelencate e che verranno ampiamente descritte nella sezione apposita, il Dipartimento ha svolto un'ampia serie di iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori e di divulgazione rivolta ai giovani e ai bambini; attività rivolte a comunità di musei, ospedali, biblioteche e teatri; partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse.