



Anno 2014

Università degli Studi di MILANO-BICOCCA >> Sua-Rd di Struttura: "PSICOLOGIA"

Parte III: Terza missione

QUADRO I.0

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

Anche nel 2014 il Dipartimento di Psicologia è stato attivamente impegnato nelle azioni di Terza missione per la valorizzazione della ricerca, in particolare attraverso le attività Conto Terzi (ricerca e didattica) e quelle di Public Engagement, tutte finalizzate a promuovere i rapporti con la società e il territorio. La collocazione dell'Ateneo nella città di Milano, Regione Lombardia, lo mette infatti in rapporto con un distretto produttivo di quasi 10 milioni di abitanti, per alcuni versi paragonabile ad un vero e proprio stato nazionale. Da qui l'importanza di azioni che favoriscano il rapporto dell'Università con cittadini e stakeholders e focalizzino l'attenzione sui problemi sociali emergenti attraverso attività di divulgazione, eventi di sensibilizzazione e processi di engagement.

L'insieme di queste attività ha previsto il coinvolgimento di singoli docenti e ricercatori del Dipartimento, di Commissioni Dipartimentali, di gruppi anche interdisciplinari, di Centri di ricerca Dipartimentale, Interdipartimentale e di Ateneo.

Per quanto concerne le attività di Terza Missione destinate alla cittadinanza, alla società civile e alle istituzioni, queste si sono articolate attraverso:

- la produzione di pubblicazioni divulgative su tematiche psicologiche di interesse pubblico;
- l'organizzazione di giornate aperte di studio su temi di ricerca e di intervento;
- la partecipazione a trasmissioni radiotelevisive e a science café;
- la presenza sui media locali, nazionali, internazionali - nel ruolo di esperti ed opinion makers;
- la collaborazione con il Comune, la Regione e l'Ordine degli Psicologi della Lombardia nella preparazione di linee guida utili per la definizione di politiche pubbliche;
- la partecipazione ai Comitati scientifici di Enti pubblici e Associazioni no profit per la supervisione metodologica e la valutazione dei risultati degli interventi;
- la divulgazione finalizzata dei risultati dei progetti di ricerca finanziati nazionali ed internazionali.

Le attività di Terza Missione rivolte agli studenti e ai laureati hanno previsto il potenziamento delle azioni di orientamento in ingresso, in itinere e in uscita attraverso:

- l'istituzionalizzazione, a partire dal 2014, della Rete dei Servizi di Orientamento di Ateneo (<http://www.unimib.it/go/79353675/Home/Italiano/Studenti/Studenti/Orientamento>), che prevede un'organizzazione innovativa dei Servizi informativi e consulenziali - per il contatto e la presa in carico degli studenti a partire dalla fase della scelta dei percorsi precedente all'immatricolazione fino all'inserimento nel mercato del lavoro. Le azioni di orientamento svolte dalla Rete prevedono un monitoraggio attraverso un database - in termini di numerosità degli accessi e di processi di re-invio.
- l'introduzione di un percorso di tutorato tra pari per le matricole dei corsi di laurea del Dipartimento, secondo il modello anglosassone del mentoring, per favorire il processo di socializzazione al contesto universitario e prevenire gli abbandoni.
- la prosecuzione delle attività del Centro Studi per la Cultura Psicologica (<http://centroscp.altervista.org/>) un'associazione, sostenuta dal Dipartimento di Psicologia, che riunisce studenti ed ex-studenti accomunati dall'interesse per la cultura psicologica e opera con la finalità di creare eventi di interesse culturale aperti a tutti, in particolare a persone in formazione.

Infine una parte delle attività di Terza Missione sono state rivolte ai genitori degli studenti, agli insegnanti e agli altri adulti significativi. In particolare con:

- l'istituzionalizzazione dell'Open Day formativo per i genitori delle potenziali matricole, evento annuale che vede la partecipazione di centinaia di cittadini interessati a comprendere l'importanza della formazione universitaria nel contesto contemporaneo.
- il progetto di ricerca su Il ruolo dei genitori nelle scelte formative dei figli, con strumenti di auto compilazione on line per genitori e figli.
- materiali video, F.A.Q e consulenza on line

Le attività hanno diversi livelli di penetrazione e prevedono modalità articolate di misurazione degli esiti, anche attraverso il Sistema di Qualità di Ateneo. Oltre alla numerosità degli accessi ai singoli eventi ed incontri, registrata tramite iscrizioni, sono utilizzati anche indicatori indiretti: l'interesse suscitato nel discorso pubblico rispetto alle tematiche oggetto di ricerca, l'attenzione dei media ai risultati di ricerca e di intervento, l'attrattività dei corsi di laurea del Dipartimento per studenti e genitori. Infine indicatori di Public Engagement vengono raccolti attraverso comunicazioni spontanee e canali informali (e-mail, social network, passaparola, accessi alle pagine Web). Il Dipartimento intende nel 2015 mantenere e rafforzare queste importanti iniziative di valorizzazione della ricerca, in alcuni casi in essere da anni ed in crescita costante sia in termini di impatto che di entità dell'investimento ad esse rivolto. In questo senso il Dipartimento intende anche esplorare nel 2015 ulteriori possibilità in tale direzione, ad esempio attraverso la partecipazione ad eventi di divulgazione di ricerca nei confronti dei cittadini (ad es., Meet Me Tonight; Hacking Health) e la creazione di sinergie e spazi espositivi pubblici con centri erogatori di forme di cultura che ben si collegano a tematiche proprie della psicologia (ad es., psicologia della percezione ed arte).