



Anno 2014

Università degli Studi di ROMA "La Sapienza" >> Sua-Rd di Struttura: "Scienze medico-chirurgiche e di Medicina traslazionale"

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		2
Iniziativa 1		
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/09/2014 - 31/12/2014	
Titolo dell'iniziativa	Dispositivo Mediazione: ponte fra centro e periferie	
Obiettivi dell'iniziativa	Gli obiettivi centrali di questo progetto erano quelli di favorire l'integrazione dei cittadini di paesi terzi attraverso l'utilizzo della mediazione interculturale e sociale nei servizi pubblici, incrementando i rapporti di collaborazione tra gli attori pubblici e privati attivi nelle politiche di settore.	
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si	
Categoria/e di attività di public engagement	- pubblicazioni divulgative firmate dallo staff docente a livello nazionale o internazionale	
Breve descrizione	E' un progetto per la messa a sistema della città di Roma della mediazione sociale, linguistica ed interculturale volta alla formazione di personale socio sanitario.	
Budget complessivo utilizzato		
(di cui) Finanziamenti esterni		
Impatto stimato in termini di pubblico	circa 100 partecipanti.	
Link a siti web		
Iniziativa 2		
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/03/2014 - 31/05/2014	
Titolo dell'iniziativa	Frecciarossa 2014 campagna nazionale di sensibilizzazione per la prevenzione del tumore del seno	
Obiettivi dell'iniziativa	Sensibilizzazione alla prevenzione del tumore del seno	
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si	
Categoria/e di attività di public engagement	- pubblicazioni divulgative firmate dallo staff docente a livello nazionale o internazionale	
Breve descrizione	In collaborazione con il Ministero della salute e trenitalia sono state distribuite 100000 di un vademecum apposito e sono state eseguite 500 visite senologiche a bordo dei treni	
Budget complessivo utilizzato		
(di cui) Finanziamenti esterni		
Impatto stimato in termini di pubblico	L'iniziativa ha raggiunto circa 5000000 viaggiatori nel periodo indicato	
Link a siti web		

