



Anno 2014

Università degli Studi di Urbino Carlo Bo >> Sua-Rd di Ateneo

Parte III: Terza missione

Quadro I.4 - PUBLIC ENGAGEMENT

QUADRO I.4		I.4 Monitoraggio delle attività di PE	
L'Ateneo conduce un monitoraggio delle attività di Public Engagement?	Quale struttura si occupa di monitorare le attività di PE	N.ro di addetti in equivalenti a tempo pieno (ETP) nel monitoraggio delle attività di PE	N.Schede Iniziative
Si	ufficio di comunicazione interno	2,00	5
<b>Iniziativa 1</b>			
Data di svolgimento dell'iniziativa	28/10/2014 - 29/10/2014		
Titolo dell'iniziativa	Career day		
Obiettivi dell'iniziativa	Il Career Day di Urbino rappresenta la concreta attenzione dell'Ateneo verso gli sbocchi occupazionali dei propri allievi, affiancandoli nelle diverse fasi che portano alla ricerca di un lavoro. Alcune aziende effettuano anche dei colloqui in aula per le posizioni aperte. Tutte le informazioni per conoscere i profili ricercati e le modalità per candidarsi all'interno della sezione Selezioni al Career Day.		
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si		
Categoria/e di attività di public engagement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- organizzazione di eventi pubblici (ad es. Notte dei Ricercatori, open day)</li> <li>- pubblicazioni (cartacee e digitali) dedicate al pubblico esterno (ad es. magazine dell'università)</li> <li>- giornate organizzate di formazione alla comunicazione (rivolta a PTA o docenti)</li> <li>- siti web interattivi e/o divulgativi, blog</li> </ul>		
Breve descrizione	il Career Day è organizzato per aiutare gli studenti a individuare gli sbocchi professionali attinenti al proprio percorso di laurea e a conoscere le esigenze dell'attuale mercato del lavoro. Aiuta a comprendere le capacità e competenze maggiormente richieste dalle aziende, conoscere i servizi per l'impiego e gli enti preposti all'inserimento nel mondo lavorativo, a imparare ad orientarsi e a ricercare lavoro nella maniera più efficace.		
Budget complessivo utilizzato	56307		
(di cui) Finanziamenti esterni	14240		
Impatto stimato in termini di pubblico	1378 visitatori, 48% dei quali laureati; statistiche sito: <a href="http://www.uniurb.it/careerday">www.uniurb.it/careerday</a> ; periodo: dal 1 agosto al 13 novembre 2014. SEZIONE STUDENTI: 6186 visite (accessi unici), 51152 visualizzazioni di pagina all'interno del sito, 32% returning visitors, oltre 5 minuti il tempo di permanenza nelle pagine. SEZIONE AZIENDE: oltre 176 visite (accessi unici), 3181 visualizzazioni di pagine all'interno del sito, oltre 10 minuti di tempo di permanenza nelle pagine		
Link a siti web	<a href="http://www.uniurb.it/careerday">www.uniurb.it/careerday</a>		
Allegato	"Report Career Day 2014-1.pdf" (per consultarlo accedere alla versione html)		
<b>Iniziativa 2</b>			
Data di svolgimento dell'iniziativa	04/02/2014 - 07/02/2014		
Titolo dell'iniziativa	Università aperta		
Obiettivi dell'iniziativa	1) Far conoscere l'offerta formativa dell'Ateneo, i servizi per gli studenti, le strutture, i laboratori e le aule didattiche; 2) Far conoscere le strutture residenziali e ristorative 3) Promuovere incontri con i docenti universitari per approfondire la didattica universitaria 4) Fornire elementi per la scelta consapevole del proprio percorso di studi 5) Far conoscere la realtà universitaria da protagonista		
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si		
Categoria/e di attività di public engagement	- iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori		
	Manifestazione di orientamento organizzata per gli studenti delle ultime classi delle scuole superiori di varie regioni italiane.		

Breve descrizione	Aule stand per la presentazione dei corsi di laurea e dei servizi dell'università. Accoglienza logistica e ristorazione offerta a tutti i partecipanti. La manifestazione si è svolta presso la sede A.S.D: Paolo Volponi e presso le strutture del Collegio Tridente.
Budget complessivo utilizzato	15817
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	Hanno partecipato all'edizione 2014 di Università Aperta 97 scuole superiori (comprese le singole adesioni). Il numero totale degli studenti e dei docenti accompagnatori è di 2610 provenienti da 9 regioni italiane
Link a siti web	<a href="http://www.uniurb.it/universitaaperta">www.uniurb.it/universitaaperta</a>
Allegato	"opuscolo_UA_2014.pdf" (per consultarlo accedere alla versione html)
<b>Iniziativa 3</b>	
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/01/2014 - 31/12/2014
Titolo dell'iniziativa	PostUniurb
Obiettivi dell'iniziativa	Il magazine si propone come prodotto editoriale dell'Università, capace di fornire approfondimenti, raccontare la vita e le novità della comunità universitaria e, allo stesso tempo, offrire una nuova opportunità per esprimere l'identità dell'Ateneo, dentro e al di fuori di esso
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si
Categoria/e di attività di public engagement	- pubblicazioni (cartacee e digitali) dedicate al pubblico esterno (ad es. magazine dell'università) - siti web interattivi e/o divulgativi, blog
Breve descrizione	On line magazine dell'Università di Urbino. Registrazione presso il Tribunale di Urbino n. 231 del 14 luglio 2011.
Budget complessivo utilizzato	20000
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	Nel periodo in questione il traffico verso il Magazine online è stato il seguente: Sessioni di visita 81.444 (88% provenienti da computer desktop, il 12% da dispositivi mobile). Le sorgenti di acquisizione del traffico: 39% provenienti da portale uniurb.it, 31% provenienti da ricerche organiche di Google, 13% provenienti da Facebook, 11% provenienti da accesso diretto al sito, 6% da altre fonti. Utenti coinvolti 70.920, visualizzazioni di pagina 107.237, Pagine/Sessione 1,32, durata sessione media 00:00:43. L'87% delle 81.444 sono da considerarsi nuove sessioni.
Link a siti web	<a href="http://post.uniurb.it">post.uniurb.it</a>
Allegato	"POSTUNIURB.pdf" (per consultarlo accedere alla versione html)
<b>Iniziativa 4</b>	
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/01/2014 - 31/12/2014
Titolo dell'iniziativa	Il Ducato
Obiettivi dell'iniziativa	"Il Ducato" è la testata del corso sostitutivo del praticantato giornalistico dell'istituto per la formazione al giornalismo dell'Università di Urbino. I corsi, organizzati in collaborazione con la Regione Marche e l'Ordine dei giornalisti, alternano il lavoro in aula con l'attività produttiva vera e propria.
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si
Categoria/e di attività di public engagement	- pubblicazioni (cartacee e digitali) dedicate al pubblico esterno (ad es. magazine dell'università) - siti web interattivi e/o divulgativi, blog
Breve descrizione	"Il Ducato" è la testata del corso sostitutivo del praticantato giornalistico dell'istituto per la formazione al giornalismo dell'Università di Urbino. Si editano 5 testate giornalistiche destinate a un pubblico reale: "Il Ducato" quindicinale, "Il Ducato Notizie" agenzia quotidiana d'informazione, "Il Ducato on line" quotidianamente aggiornato, Radio Ducato in diretta con notiziari e rassegna stampa e Ducato TV.
Budget complessivo utilizzato	330632
(di cui) Finanziamenti esterni	330632
Impatto stimato in termini di pubblico	30 partecipanti al corso per ciascun anno accademico. 4500 copie distribuite dell'edizione cartacea per ogni numero pubblicato.
Link a siti web	<a href="http://ifg.uniurb.it">http://ifg.uniurb.it</a>
Allegato	"Il Ducato.pdf" (per consultarlo accedere alla versione html)
<b>Iniziativa 5</b>	

Data di svolgimento dell'iniziativa	01/01/2014 - 31/12/2014
Titolo dell'iniziativa	Osservatorio Meteorologico A. Serpieri
Obiettivi dell'iniziativa	Nellarco degli anni il sito ha avuto una espansione dei servizi erogati a seguito dell'acquisizione di nuove stazioni meteorologiche di proprietà, della presa in carico della gestione di stazioni di proprietà di altri soggetti e dell'acquisto di WebCam finalizzate all'osservazione ed al monitoraggio delle condizioni climatologiche di Urbino, orientate sui vari punti cardinali in modo tale da raggiungere una copertura di quasi 360°
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	
Categoria/e di attività di public engagement	- siti web interattivi e/o divulgativi, blog
Breve descrizione	L'osservatorio fu fondato nel 1850 dal Padre Scolopio Alessandro Serpieri. Dall'anno 2000 l'Osservatorio eroga un servizio web con la diffusione dei dati registrati dalle stazioni di rilevamento digitali gestite dallo stesso, con aggiornamento automatico a cadenza oraria.
Budget complessivo utilizzato	9000
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	Oltre 100.000 accessi l'anno
Link a siti web	<a href="http://www.uniurb.it/meteo/meteo.htm">www.uniurb.it/meteo/meteo.htm</a>
Allegato	"Relazione Osservatorio .pdf" (per consultarlo accedere alla versione html)