



Anno 2014

Università degli Studi della TUSCIA >> 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
No			5
Iniziativa 1			
Data di svolgimento dell'iniziativa	11/09/2014 - 15/09/2014		
Titolo dell'iniziativa	Open day di Ateneo		
Obiettivi dell'iniziativa	Promozione Offerta Formativa e servizi agli studenti		
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No		
Categoria/e di attività di public engagement	- organizzazione di eventi pubblici (ad es. Notte dei Ricercatori, open day) - siti web interattivi e/o divulgativi, blog		
Breve descrizione	L'Ufficio Offerta formativa e Segreteria studenti, per la parte di competenza relativa all'Orientamento, promuove l'offerta formativa dei corsi di studio, i servizi agli studenti, partecipa a manifestazioni ed eventi, organizza Open Day in diversi periodi dell'anno pre stabiliti (marzo e settembre)		
Budget complessivo utilizzato	1730		
(di cui) Finanziamenti esterni	0		
Impatto stimato in termini di pubblico	Gli studenti presenti alle manifestazione organizzata presso l'Ateneo si stimano in circa 600 presenze.		
Link a siti web	http://www0.unitus.it/it/unitus/orientamento1/articolo/orientamento		
Allegato	"open day 2014.pdf" (per consultarlo accedere alla versione html)		
Iniziativa 2			
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/01/2014 - 26/04/2014		
Titolo dell'iniziativa	IX Stagione concertistica dell'università degli studi della tuscia		
Obiettivi dell'iniziativa	Promuovere l'ascolto della musica classica		
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No		
Categoria/e di attività di public engagement	- organizzazione di concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità		
Breve descrizione	Concerti proposti con incarico affidato dal Rettore di direttore artistico Prof Franco Carlo Ricci, nell'ambito delle proposte culturali svolte dall'Ateneo.		
Budget complessivo utilizzato	27000		
(di cui) Finanziamenti esterni	4000		
Impatto stimato in termini di pubblico	L'iniziativa viene diffusa tramite sito web di ateneo e posta elettronica. L'impatto stimato di pubblico è di circa 50/60 persone a concerto.		
Link a siti web	www.unitus.it		
Allegato	"Stagione concertistica Università 2013-2014 senza compensi.pdf" (per consultarlo accedere alla versione html)		

Iniziativa 3	
Data di svolgimento dell'iniziativa	06/05/2014 - 06/05/2014
Titolo dell'iniziativa	"Tonda, Romana, Gentile" giornata dimostrativa sulle specialità alimentari a base di nocciola
Obiettivi dell'iniziativa	L'iniziativa ha avuto l'obiettivo di sensibilizzare sia i consumatori che le imprese al prodotto primario ossia la nocciola, attraverso l'individuazione e la selezione dei prodotti che più di altri risultano maggiormente interessanti per le due categorie di soggetti. Levento è nato dalla collaborazione dell'Ateneo, del Comune di Viterbo, della Camera di Commercio di Viterbo, Coldiretti Viterbo e dell'Azienda Romana Mercati.
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No
Categoria/e di attività di public engagement	- iniziative in collaborazione con enti per progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio
Breve descrizione	Il percorso delle 5 isole sensoriali dei diversi tipi di preparati a base di nocciola. Il percorso sensoriale per i consumatori semplici e differente dai professionisti/operatori del settore. Questi sono stati guidati da un tecnico.
Budget complessivo utilizzato	0
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	Hanno aderito circa 10 aziende che si sono proposte di far assaggiare i propri prodotti a tutti i visitatori. Sono stati allestiti dei banchi di assaggio per professionisti, operatori e consumatori. I prodotti scelti offerti sono stati: Le creme di nocciola specialità a confronto nelle varianti di uno dei prodotti più consumati nel mondo; Le cialde la nocciola guida il sapore; I prodotti da forno, biscotteria tradizionale la grande scuola della tradizione; Lolio di nocciola un olio vegetale eccellente e sconosciuto; I gelati di nocciola test di comparazione tra preparati industriali e le creazioni artigianali. Ogni prodotto è stato accompagnato da una scheda tecnica contenente le relative informazioni sulle caratteristiche organolettiche e salutari. Ad ogni visitatore, avvenuto l'assaggio, è stato somministrato un piccolo questionario di valutazioni della qualità dei prodotti.
Link a siti web	www.unitus.it
Allegato	"volantino A 15x21.pdf" (per consultarlo accedere alla versione html)
Iniziativa 4	
Data di svolgimento dell'iniziativa	17/05/2014 - 25/05/2014
Titolo dell'iniziativa	Iniziativa di primavera dell'Orto botanico: Due giornate dal 17 al 18 maggio per vivere l'Orto Botanico - Iniziative a sostegno degli eventi Notte dei Musei e Hortus - laboratorio di giardinaggio, dal 24 al 25 maggio Plant Conservation Day
Obiettivi dell'iniziativa	Mostrare l'Orto Botanico e le sue attività didattiche, scientifiche e divulgative a chi è attratto dalla botanica, dalla conservazione della flora, dal giardinaggio e desideroso di trascorrere una giornata nel verde dell'Orto; promuovere la conoscenza della botanica e delle tecniche di coltivazione specialistica, l'educazione e la divulgazione naturalistica.
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No
Categoria/e di attività di public engagement	<ul style="list-style-type: none"> - pubblicazioni (cartacee e digitali) dedicate al pubblico esterno (ad es. magazine dell'università) - siti web interattivi e/o divulgativi, blog - fruizione da parte della comunità di musei, ospedali, impianti sportivi, biblioteche, teatri, edifici storici universitari - organizzazione di concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità - partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making) - iniziative in collaborazione con enti per progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio - iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori - iniziative divulgative rivolte a bambini e giovani - iniziative di democrazia partecipativa (es. consensus conferences, citizen panel)
Breve descrizione	HORTUS- Manifestazione con esposizione-mercato florovivaistica, seminari tematici, mostra fotografica, presentazione di libri editi dall'Orto Botanico e dalla Banca del Germoplasma, laboratori didattici, visite guidate, attività di intrattenimento. DUE GIORNATE PER VIVERE L'ORTO BOTANICO - Passeggiata notturna alla ricerca delle specie animali dell'Orto, seminari tematici sull'importanza della conservazione della biodiversità, sul ruolo della rete dei Musei Universitari, visite guidate.
Budget complessivo utilizzato	9193
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	La manifestazione ha ospitato 4.000 visitatori, ma l'informazione ha avuto diffusione capillare attraverso la pubblicazione di comunicati stampa per mezzo di quotidiani on-line e cartacei a diffusione locale e regionale; tramite i siti web dell'Università degli Studi della Tuscia, dell'Orto Botanico, del Sistema Museale di Ateneo e di un sito appositamente realizzato. Sono state inoltre inviate informative a scuole ed istituti presenti nel territorio.
Link a siti web	www.unitus.it/centri/ortobotanico - www.hortus.unitus.it - http://www.sma.unitus.it/
Allegato	"Orto Botanico 2 iniziative 2014.pdf" (per consultarlo accedere alla versione html)
Iniziativa 5	
Data di svolgimento dell'iniziativa	08/03/2014 - 10/12/2014

Titolo dell'iniziativa	Orientamento e formazione all'utenza del Polo bibliotecario
Obiettivi dell'iniziativa	Il Polo ha avviato l'organizzazione di seminari di istruzione all'uso della Biblioteca e dei suoi servizi e per facilitare l'uso delle nuove risorse elettroniche sono state organizzate alcune sessioni formative per l'uso di banche dati di settore.
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No
Categoria/e di attività di public engagement	<ul style="list-style-type: none"> - giornate organizzate di formazione alla comunicazione (rivolta a PTA o docenti) - siti web interattivi e/o divulgativi, blog - fruizione da parte della comunità di musei, ospedali, impianti sportivi, biblioteche, teatri, edifici storici universitari - iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori
Breve descrizione	Argomenti trattati: Guida ai servizi della biblioteca. Istruzione all'uso della biblioteca in collaborazione con il corso a ciclo unico di restauro LMR02 Seminario per gli studenti del corso di Archivistica generale. Open Day: accoglienza utenti e presentazione servizi del Polo bibliotecario. Guida ai servizi della Biblioteca. Piattaforma Torrossa. OpenDay: presentazione servizi utenti del Polo bibliotecario. IUSEXPLOERER Giuffrè. Più libri più idee a Viterbo. ML0L. Aida. Business Source Complete.
Budget complessivo utilizzato	0
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	Ad ogni iniziativa hanno aderito circa 20 persone. Mentre per "più libri e più idee" considerato che l'iniziativa era parte di un progetto nazionale gli utenti sono stati circa 100.
Link a siti web	www.biblioteche.unitus.it
Allegato	"Scheda SUA dati 2014 polo bibliotecario.pdf" (per consultarlo accedere alla versione html)