Anno 2014

Università degli Studi della BASILICATA >> 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	altro (Centro di Ateneo Orientamento Studenti)	1,30	5

Iniziativa 1	
Data di svolgimento dell'iniziativa	11/02/2014 - 11/02/2014
Titolo dell'iniziativa	UNITOUR - Salone Internazionale di Orientamento Universitario - Bari
Obiettivi dell'iniziativa	Servizio di orientamento personalizzato agli studenti del quarto e quinto anno delle scuole superiori di secondo grado. L'evento da la possibilità di effettuare colloqui di orientamento con studenti in target.
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
Breve descrizione	Unitour fornisce un servizio di orientamento personalizzato agli studenti delle ultime due classi delle scuole superiori di II grado, supportandoli nella scelta del percorso universitario. Scelte consapevoli, motivate ed autonome favoriscono la riduzione dell'abbandono universitario. Il processo di scelta di un percorso di studi universitario necessita di un'analisi delle opportunità, delle motivazioni e delle aspettative, oltre che dell'accertamento delle abilità e delle conoscenze necessarie.
Budget complessivo utilizzato	1440
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	L'impatto stimato in termini di pubblico è calcolato in 500 studenti delle scuole di istruzione superiore.
Link a siti web	http://orientamento.unibas.it/site/home.html

Iniziativa 2	
Data di svolgimento dell'iniziativa	12/02/2014 - 12/02/2014
Titolo dell'iniziativa	UNITOUR - Salone Internazionale di Orientamento Universitario - Potenza
Obiettivi dell'iniziativa	Servizio di orientamento personalizzato agli studenti del quarto e quinto anno delle scuole superiori di secondo grado. L'evento da la possibilità di effettuare colloqui di orientamento con studenti in target.
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
Breve descrizione	Unitour fornisce un servizio di orientamento personalizzato agli studenti delle ultime due classi delle scuole superiori di II grado, supportandoli nella scelta del percorso universitario. Scelte consapevoli, motivate ed autonome favoriscono la riduzione dell'abbandono universitario. Il processo di scelta di un percorso di studi universitario necessita di un'analisi delle opportunità, delle motivazioni e delle aspettative, oltre che dell'accertamento delle abilità e delle conoscenze necessarie.
Budget complessivo utilizzato	870
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	L'impatto stimato in termini di pubblico è calcolato in 800 studenti delle scuole di istruzione superiore.

Link a siti web	http://orientamento.unibas.it/site/home.html
Iniziativa 3	
Data di svolgimento dell'iniziativa	21/02/2014 - 21/02/2014
Titolo dell'iniziativa	Open Day Matricole
Obiettivi dell'iniziativa	Giornata di orientamento presso il Dipartimento delle Culture Europee e del Mediterraneo - DiCEM dell'Ateneo - Matera
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si
Categoria/e di attività di public engagement	- organizzazione di eventi pubblici (ad es. Notte dei Ricercatori, open day)
Breve descrizione	L'iniziativa è finalizzata ad incontrare gli studenti delle classi quarta e quinta degli istituti di istruzione secondari di Matera, allo scopo di illustrare l'offerta formativa della sede universitaria di Matera.
Budget complessivo utilizzato	0
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	L'impatto stimato in termini di pubblico è calcolato in 150 studenti delle scuole di istruzione superiore.
Link a siti web	http://orientamento.unibas.it/site/home.html
Iniziativa 4	
Data di svolgimento dell'iniziativa	13/03/2014 - 14/03/2014
Titolo dell'iniziativa	GOing - Giornate di Orientamento e di Formazione allo Studio e al Lavoro - Ascoli Piceno
Obiettivi dell'iniziativa	L'obiettivo è l'orientamento dei giovani agli studi universitari in Italia.
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
Breve descrizione	Le giornate del GOing sono finalizzate ad informare gli studenti delle quarte e quinte classi degli istituti superiori circa le opportunità formative universitarie in Italia ed i rispettivi sbocchi occupazionali.
Budget complessivo utilizzato	0
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	L'impatto stimato in termini di pubblico è calcolato in 2500 studenti delle scuole di istruzione superiore.
Link a siti web	http://orientamento.unibas.it/site/home.html
Iniziativa 5	
Data di svolgimento dell'iniziativa	28/10/2014 - 30/10/2014
Titolo dell'iniziativa	Borsa del Placement 2014 - Bologna
Obiettivi dell'iniziativa	La Borsa del Placement è un'iniziativa che favorisce la collaborazione tra uffici di placement delle università e imprese, con l'obiettivo di creare un ponte diretto tra il mondo della formazione e quello del lavoro.
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si
Categoria/e di attività di public engagement	- organizzazione di eventi pubblici (ad es. Notte dei Ricercatori, open day)
Breve descrizione	L'iniziativa ha visto partecipare il Ministro del Lavoro alla tavola rotonda sul tema disoccupazione ed il ruolo delle attività di placement gestite dalle università. Gli uffici di placement svolgono un ruolo importante nelle attività di informazione, recruiting e networking. Il format è incentrato su un sistema di incontri one to one con le imprese, al fine di avviare nuove partnership per future collaborazioni.
Budget complessivo utilizzato	3000
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	L'impatto stimato considera la possibilità di realizzare fino a 24 colloqui singoli con i delegati delle aziende. L'Università degli Studi della Basilicata ha realizzato contatti reali con 11 aziende.
Link a siti web	http://orientamento.unibas.it/site/home.html