



Anno 2014

Università Telematica "Universitas MERCATORUM" >> Sua-Rd di Struttura: "Facoltà di ECONOMIA"

Parte III: Terza missione

▶ QUADRO I.0	I.0 Obiettivi e linee strategiche relative alle attività di Terza Missione
Introduzione SUA-RD Terza missione 2014 Gli obiettivi e le linee strategiche relative alle attività di Terza Missione della facoltà di Economia di Universitas Mercatorum coincidono con quelle dell'Ateneo nel suo complesso, poichè non sono presenti altre facoltà nell'ateneo, oltre a quella di Economia. Universitas Mercatorum ha avviato azioni rivolte allo sviluppo delle attività conto terzi, finanziate da risorse esterne, soltanto a partire dal 2010 e nel 2014 tali attività continuano a seguire un trend crescente, nonostante il momento economico delicato del sistema italiano. Le entrate registrate nell'ambito della Terza missione continuano a rappresentare una quota significativa della ricerca dell'ateneo. VEDERE TABELLA IN ALLEGATO PDF "Tabella: Andamento storico delle entrate conto terzi" Il confronto temporale va considerato tuttavia con cautela, poichè nel 2014 le regole di registrazione delle entrate ai fini della SUA-RD sono state modificate. Un punto di forza dell'attività di Terza missione dell'Ateneo è la presenza di un forte commitment del sistema camerale che identifica nell'Ateneo un centro di eccellenza nel supporto accademico e scientifico su tematiche di interesse del sistema istituzionale e delle imprese. Inoltre, la possibilità di utilizzare network istituzionali del sistema camerale per l'allestimento di qualificati e complementari partenariati nei progetti e nelle attività internazionali costituisce un vantaggio competitivo per l'Università. Infine, la presenza di un'unità organizzativa dedicata allo sviluppo e progettazione di programmi di ricerca conto terzi permette all'Ateneo di portare avanti una specifica politica finalizzata alla stipula di accordi e convenzioni con Enti pubblici e privati per la realizzazione di attività di ricerca e formazione di terza missione. Le principali filiere di interesse dell'Università, come evidenziato negli anni passati, sono in particolare: modelli di governance delle pmi, analisi e gestione. Le principali attività progettuali di Universitas Mercatorum sono connesse con le tematiche dei sistemi d'impresa, anche di respiro internazionale, e con quelle di interesse del sistema delle Camere di commercio. Legalità, reti di impresa, diritto societario e commerciale, mediazione e arbitrato, diritto e fiscalità di impresa, regolazione del mercato e tutela del consumatore. Mercato del lavoro, imprenditorialità, occupabilità e azioni volte a ridurre la discrepanza tra domanda e offerta di lavoro per le risorse umane della scuola, dell'istruzione secondaria e terziaria, del mondo delle professioni. Nel 2014 l'Ateneo ha continuato a rafforzare e ampliare le attività progettuali conto terzi, su tematiche di interesse delle imprese e del sistema camerale, in particolare sugli aspetti giuridico-normativi del sistema imprenditoriale, sull'imprenditorialità e sulle nuove competenze professionali richieste dal mercato del lavoro. Oltre due terzi delle entrate sono finalizzate ad attività convenzionate (in parte riferite a commesse del 2013 e incassate nel 2014) e circa un quinto ad attività commerciali di ricerca commissionata (ex art. 66). VEDERE GRAFICO IN ALLEGATO PDF "Figura: Entrate Conto terzi" Nel 2014 la totalità delle commesse di Terza missione proviene dalla rete delle Camere di Commercio. E' interessante tuttavia notare che, oltre agli enti istituzionali centrali, quali Unioncamere e Sicamere, si rivolgono all'università numerose CCIAA, distribuite su tutto il territorio italiano: Viterbo, Chieti, Perugia, Potenza, Campobasso, UR Emilia Romagna. Questo aspetto contrasta con l'idea che la terza missione abbia una radicata dimensione territoriale locale, poichè le ricadute della conoscenza prodotta dalla ricerca si ritiene che si manifestino con maggiore probabilità nelle vicinanze geografiche. L'appartenenza al network camerale dell'università e la disponibilità di strumenti innovativi di e-learning, permettono invece ad Universitas Mercatorum di seguire in modo efficiente la logica del global value chains, attivando una circolazione della conoscenza su tutto il territorio italiano. In riferimento alla capacità dell'ateneo e della facoltà di mettere a disposizione della società i risultati della propria ricerca e specifiche attività di servizio, si evidenzia una forte attività dei docenti in termini di Public engagement (PE). Tra le attività senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società, portate avanti dall'ateneo, ritroviamo essenzialmente iniziative di orientamento con le scuole superiori e la partecipazione di docenti in comitati per la definizione di standard e norme tecniche e formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making), rivolti soprattutto ad aspetti attinenti il mondo camerale.	

Universitas Mercatorum, nella nuova vision considera strategici per l'attrazione degli studenti i servizi per l'accesso al lavoro.

Il servizio Placement si incentra su un percorso condiviso che coinvolge l'Ateneo (docenti e amministrazione) e le imprese (management ed professionisti) su diversi aspetti:

- testimonianze all'interno degli insegnamenti dei singoli Corsi di Laurea;
- incontro con esperti di comprovata esperienza professionale;
- tesi di laurea svolta in collaborazione con le aziende;
- attività di tirocinio formativo e stage nelle aziende con profilo orientato allo specifico Corso di Laurea
- colloqui di orientamento finalizzati al collocamento nel mercato del lavoro prevalentemente attraverso il network delle Camere di commercio.

Documento allegato (per consultarlo accedere alla versione html)