 ALMA MATER STUDIORUM UNIVERSITÀ DI BOLOGNA PRESIDIO DELLA QUALITÀ DI ATENE0	DIPARTIMENTO FILCOM	PAG. 1/5
	<b>OBIETTIVI STRATEGICI DI TERZA MISSIONE/IMPATTO SOCIALE</b> Quadro I.0	Rev 02 04/12/2019

Fonte: Linee Guida per la compilazione per la Scheda Unica Annuale Terza Missione e impatto sociale (SUA-TM/IS) del 7/11/2018:  
[https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2018/11/SUA-TM\\_Lineeguida.pdf](https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2018/11/SUA-TM_Lineeguida.pdf)

<p>1. La Terza Missione è presente nei documenti programmatici del dipartimento vigenti nell'anno di rilevazione?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No</li> <li>⇒ Sì:           <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Quadro B1 SUA-RD (“Fatta salva l'autonomia di ogni singolo ricercatore, la commissione ricerca coadiuva il Direttore, la Giunta e il Consiglio di Dipartimento nel promuovere e coordinare le attività di ricerca istituzionali del Dipartimento, contribuendo alla raccolta di tutte le informazioni utili a promuovere le attività di ricerca e di terza missione del Dipartimento.”)</li> <li>○ Quadro B2 SUA-RD (“collaborazioni con enti pubblici e privati nazionali ed esteri per iniziative comuni nel campo della ricerca stessa e della terza missione.”)</li> <li>○ Le slide per le audizioni in ateneo riportano contenuti simili relativi alla terza missione.</li> </ul> </li> </ul>
<p>2. Esiste un responsabile del coordinamento delle attività di Terza Missione?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No</li> <li>⇒ Sì, è una figura accademica: descrivere la funzione (<i>max 350 caratteri spazi inclusi</i>): il referente per la terza missione promuove le attività di terza missione, specificandone modalità e contenuti; raccoglie il resoconto delle attività; propone nuove azioni relative alla terza missione (secondo le specifiche modalità del Dip.); comunica ai membri del Dip. le informazioni sulla terza missione provenienti dall'ateneo.</li> <li>• Sì, è una figura amministrativa: descrivere la funzione (<i>max 350 caratteri spazi inclusi</i>)</li> </ul>



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA  
PRESIDIO DELLA QUALITÀ DI ATENEIO

DIPARTIMENTO FILCOM

PAG. 2/5

OBIETTIVI STRATEGICI DI TERZA MISSIONE/IMPATTO SOCIALE  
Quadro I.0

Rev 02  
04/12/2019

- Sì, più di uno: specificare e descrivere la funzione (*max 1000 caratteri spazi inclusi*)

3. Esistono strutture/uffici dedicati alle attività di Terza Missione del dipartimento?

⇒ No (*rispondere direttamente alla 4*)

• Sì in collaborazione con altri dipartimenti, denominazione: \_\_\_\_\_

• Sì del dipartimento denominazione \_\_\_\_\_ denominazione:  
denominazione: \_\_\_\_\_ (*per ognuna rispondere alle domande 3a, 3b*)

3a. Indicare il numero di personale ETP (equivalente a tempo pieno) impegnato nella struttura:


3b. Budget impegnato per la gestione della struttura

Compilando il questionario il Dipartimento può esporre le linee strategiche della propria attività di Terza Missione. A differenza delle linee guida ANVUR che prevedevano una rilevazione relativa al triennio 2015-2017 questa rilevazione è riferita alla campagna 2019.



4. Complessivamente qual è il livello di priorità dei seguenti ambiti di Terza Missione nell'insieme delle attività svolte dal dipartimento? *(indicare il livello di priorità per ciascuna attività)*

Sezioni	Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e di debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
Brevetti Privative vegetali	I.1 - Gestione della proprietà Industriale	Non pertinente		
	I.2 - Imprese spin-off	Bassa	Le discipline che caratterizzano FILCOM si prestano poco alla creazione di spi-off.	Rendicontazione spin off realizzati.
	I.3 - Attività conto terzi	Medio-bassa	Le discipline che caratterizzano FILCOM solo in alcuni casi si prestano alla realizzazione di attività conto-terzi. Si punta in particolare su progetti per la PA o con enti di formazione.	Contratti stipulati.
Uffici di: trasferimento tecnologico; placement; incubatori;consorzi e associazioni TM; parchi scientifici	I.4 - Strutture di intermediazione	Medio-bassa	Attività di orientamento per il job placement nei CdS, in particolare magistrali.	Monitoraggio attraverso la SUA CdS.
Ricerche e scavi archeologici; poli museali; attività musicali; immobili e archivi storici; biblioteche/emeroteche storiche; teatri e impianti sportivi	I.5 - Gestione del patrimonio e attività culturali	Medio-alta	Attività di supporto a musei e reti museali. Cura e valorizzazione del patrimonio bibliografico delle biblioteche di FILCOM	Rendicontazione annuale e valorizzazione del patrimonio delle biblioteche di FILCOM da parte del Comitato Biblioteca.
Sperimentazione clinica su farmaci e dispositivi medici;studi non interventistici, empowerment dei pazienti;bio-banche e cliniche veterinarie	I.6 - Attività per la salute pubblica	Non pertinente		

 ALMA MATER STUDIORUM UNIVERSITÀ DI BOLOGNA PRESIDIO DELLA QUALITÀ DI ATENEUM	DIPARTIMENTO FILCOM	PAG. 4/5
	OBIETTIVI STRATEGICI DI TERZA MISSIONE/IMPATTO SOCIALE Quadro I.0	Rev 02 04/12/2019

Attività di: formazione continua; ECM; certificazione competenze; alternanza scuola-lavoro; MOOC	I.7 - Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta	Medio-alta	Corsi di formazione sulle discipline specifiche di FILCOM per docenti delle scuole di ogni ordine e grado.  MOOC prodotti da membri del Dipartimento.	Andamento annuale dei progetti realizzati.
Vedi sotto: Categorie PE	I.8 - Public Engagement	Alta	Per la sua specificità il Dip. Filcom è molto votato al PE, specialmente per le categorie 2, 3, 5, 9 e in misura minore per 1, 6 e 7. Si auspica una maggiore attività per 8.	Rendicontazione annuale con mappatura delle attività svolte dai membri del Dip da parte del referente TM.
4a. Ci sono altre attività di Terza Missione non incluse nell'elenco degli ambiti (cfr. tabella sopra) che il dipartimento svolge e considera di priorità alta? Descrivere ( <i>max 500 caratteri spazi inclusi</i> )				

### Categorie di Public engagement

- 1) organizzazione di concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità
- 2) pubblicazioni (cartacee e digitali) dedicate al pubblico non accademico; produzione di programmi radiofonici e televisivi; pubblicazione e gestione di siti web e altri canali social di comunicazione e divulgazione scientifica (escluso il sito istituzionale dell'ateneo)
- 3) organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)
- 4) iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione, campagne di screening e di sensibilizzazione)
- 5) attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. simulazioni, esperimenti hands-on altre attività laboratoriali, didattica innovativa, children university); sono esclusi i corsi di formazione e aggiornamento rivolti agli insegnanti e le iniziative di Alternanza Scuola-Lavoro (rilevate nella sezione I.7.d)
- 6) partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making)
- 7) partecipazione a progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio
- 8) iniziative di democrazia partecipativa (es. consensus conferences, citizen panel)
- 9) iniziative di co-produzione di conoscenza (es: citizen science, contamination lab)



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA  
PRESIDIO DELLA QUALITÀ DI ATENEO

DIPARTIMENTO FILCOM

PAG. 5/5

OBIETTIVI STRATEGICI DI TERZA MISSIONE/IMPATTO SOCIALE  
Quadro I.0

Rev 02  
04/12/2019

10) altre iniziative di Public Engagement