

## 6.8 LINEE GUIDA MONITORAGGIO DELLE ATTIVITÀ RELATIVE ALLA TERZA MISSIONE

| A cura del         | Presidio della Qualità di Ateneo |
|--------------------|----------------------------------|
| Approvate          | 05/07/2024                       |
| Emanate            | 11/07/2024                       |
| Revisione n. 1 del | 11/07/2024                       |

### 1. Premessa

L'Università degli Studi della Repubblica di San Marino stabilisce, dichiara e persegue adeguate politiche per la Terza Missione, monitora in quale misura siano realizzate, attua politiche e azioni finalizzate all'Assicurazione della Qualità nell'ambito della Terza Missione.

L'Università annualmente si confronta con il Patto Territoriale dell'Università per un confronto diretto sulle attività da programmare che coinvolgono la Terza Missione di Ateneo.

Le presenti linee guida avviano ufficialmente le attività di cui sopra e definiscono un periodo di prova di 3 anni delle procedure individuate, al termine dei quali verrà fatta una valutazione corale da parte degli organi competenti per definire eventuali miglioramenti e aggiustamenti.

### 2. Definizione, campi d'azione e valutazione della Terza Missione

#### 2.1 Definizione di Terza Missione

Per Terza Missione si intende l'insieme delle attività con le quali l'Università entra in interazione diretta con la società, ne favorisce lo sviluppo economico, culturale e sociale, attraverso la trasformazione, la messa a disposizione e la circolazione della conoscenza prodotta principalmente con l'attività di ricerca. È una responsabilità istituzionale alla quale l'Università deve rispondere in funzione delle proprie specificità. La Terza Missione viene ciclicamente valutata dall'Organismo Indipendente di Valutazione e dal Presidio della Qualità di Ateneo e infine sottoposta all'approvazione del Senato Accademico.

#### 2.2 I campi d'azione della Terza Missione

Le attività della Terza Missione sono riconducibili alle seguenti macroaree:

A: Valorizzazione e divulgazione della cultura e della conoscenza e della ricerca

B: Attività finalizzata a interventi sul territorio – settore pubblico

C: Attività finalizzata a interventi sul territorio – settore privato

D: Comunicazione e sensibilizzazione pubblica

E: Formazione rivolta allo sviluppo sociale e territoriale

Con riferimento alla categorizzazione utilizzata dagli Atenei italiani sulla base degli indicatori dell'Assicurazione Qualità della Terza Missione, si riportano i seguenti campi d'azione:

- I. Formazione permanente e didattica aperta
- II. Produzione e gestione di beni artistici e culturali
- III. Attività di Public Engagement
- IV. Sperimentazione clinica e iniziative di tutela della salute
- V. Produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e politiche per l'inclusione
- VI. Strumenti innovativi a sostegno dell'Open Science
- VII. Valorizzazione della proprietà intellettuale o industriale
- VIII. Imprenditorialità accademica
- IX. Strutture di intermediazione e trasferimento tecnologico

Tutte le attività della Terza Missione devono essere orientate verso obiettivi riconducibili alle tematiche proposte dall'Agenda ONU 2030 per lo sviluppo sostenibile, gli *SDGs (Sustainable Development Goals)*, garantendo un'impostazione inclusiva e orientata agli obiettivi globali di sviluppo sostenibile in ambito nazionale ed europeo, alla luce del recente ingresso della Repubblica di San Marino nello Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore.

#### OBIETTIVI AGENDA ONU 2030 PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

1. Porre fine a ogni forma di povertà nel mondo
2. Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile
3. Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età
4. Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti
5. Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e ragazze
6. Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienicosanitarie
7. Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni
8. Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti
9. Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile
10. Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le nazioni
11. Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili
12. Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo
13. Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico
14. Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile
15. Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre
16. Promuovere società pacifiche e inclusive per uno sviluppo sostenibile
17. Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile

### **2.3 La valutazione della Terza Missione e il concetto di impatto**

L'oggetto di valutazione da considerare come pietra angolare fin dalle operazioni di pianificazione dell'attività di Terza Missione, in particolare di public engagement, è l'impatto.

Per impatto si intende il cambiamento, la trasformazione e il miglioramento che, eventualmente in relazione con i risultati della ricerca scientifica, si sono generati per l'economia, la società, la cultura, la salute, l'ambiente, il contrasto alle disuguaglianze economiche, sociali e territoriali. È volto a incrementare la qualità della vita in ambito territoriale, locale, regionale, nazionale, europeo o internazionale. L'impatto è primariamente generato all'esterno, ma vanno considerate anche le ricadute all'interno dell'Università.

Nella valutazione delle attività di Terza Missione, l'impatto viene stimato in base a questi quattro criteri:

- a. *Dimensione sociale, economica e culturale.* S'intende l'apporto dell'iniziativa al cambio di atteggiamenti, all'accrescimento di consapevolezza, allo sviluppo di capacità e di buone pratiche, all'affinamento dei processi di comprensione in campo economico, scientifico, culturale, sociale, istituzionale, ove tutto ciò conduca a un risultato sostanzialmente migliorativo;
- b. *Rilevanza rispetto al contesto di riferimento.* S'intende l'importanza assunta dall'iniziativa in rapporto alla dimensione locale, regionale, nazionale, europea o internazionale, apprezzando gli effetti incrementali quantitativi o qualitativi sul contesto di riferimento, sia quello esterno relativo all'ecosistema, sia quello interno, legato alle specificità istituzionali, di mission (strategie, organizzazione, investimenti, ecc.) e dalle attività svolte dall'istituzione;
- c. *Valore aggiunto per i beneficiari.* S'intendono le innovazioni e i miglioramenti delle condizioni tecnologiche, economiche, sociali e culturali indotti dall'iniziativa a beneficio della società nelle sue varie componenti, ossia su una platea ampia e diversificata di beneficiari (enti pubblici/privati, istituzioni, enti locali, imprese, associazioni rappresentative di categoria, cittadini, studenti, generazioni future, ambiente e specie viventi, ecc.). Si apprezzano il grado di innovazione non solo tecnologica, ma anche sociale, nonché il rispetto dei principi di equità, eguaglianza, pari opportunità, rimozione di condizioni di disuguaglianza e vulnerabilità, quali presupposti per la realizzazione anche di una effettiva giustizia sociale;
- d. *Contributo della struttura proponente.* S'intende l'apporto qualitativo e quantitativo e l'impegno da parte dell'istituzione, anche in termini di risorse umane, assetti e processi organizzativi, infrastrutture e/o sviluppo di nuove professionalità. Laddove rilevante, è apprezzato il legame, diretto o indiretto, con la ricerca scientifica prodotta dall'istituzione.

### **3. Soggetti, processo di assicurazione della qualità e organi della Terza Missione**

#### **3.1 Soggetti proponenti**

Tutti i soggetti che ricoprono cariche accademiche direttive, le persone strutturate nei ruoli di docenza e di ricerca (professoressa e professori ordinarie/i, professoressa e professori associate/i, ricercatrici e ricercatori, assegniste/i di ricerca, dottorande/i di ricerca) possono proporre e svolgere, in forma collettiva o individuale, attività di Terza Missione, preferibilmente legate alle proprie linee di ricerca scientifica. È da considerarsi attività di Terza Missione anche quella organizzata in compartecipazione con altri enti pubblici o privati. È raccomandato il coinvolgimento, in tali attività, del personale tecnico-amministrativo-bibliotecario, delle studentesse e degli studenti e delle/dei borsiste/i.

Il Dipartimento è l'imprescindibile struttura di riferimento per la pianificazione e la realizzazione delle attività di Terza Missione. A meno che non si tratti di iniziative organizzate a livello centrale di Ateneo, le attività vanno sempre attribuite a uno o più Dipartimenti e a uno o più soggetti strutturati.

L'Ateneo può, a livello centrale, organizzare attività di Terza Missione che esprimono la potenzialità sociale dell'Istituzione nel suo complesso, o coordinare le attività di uno o più Dipartimenti.

### **3.2 Il processo di assicurazione della qualità della Terza Missione**

Il processo di assicurazione della qualità si concretizza in un'azione ciclica basata su quattro fasi:

- a. **Pianificazione.** Sulla base del Piano Strategico triennale dell'Ateneo, ogni anno solare ciascun Dipartimento e l'Ateneo definiscono un Piano della Terza Missione in cui:
  - Si descrive il contesto operativo;
  - Si definiscono gli obiettivi;
  - Si individuano le azioni per raggiungere gli obiettivi;
  - Si programmano le attività.
- b. **Attuazione.** Lungo l'anno si realizzano le attività programmate e quelle che si dovessero aggiungere durante il corso dell'anno. Ciascuna attività va attentamente monitorata seguendo i parametri individuati in fase di pianificazione.
- c. **Misurazione e valutazione.** Al termine dell'anno si misurano i risultati delle attività programmate e quelle che si dovessero aggiungere in corso d'anno a cui il Piano fa riferimento. Si verificano l'impatto e l'eventuale scostamento tra risultati ottenuti e obiettivi prefissati.
- d. **Interventi correttivi e migliorativi.** Sulla base dei risultati, si adottano azioni tese a migliorare e a consolidare le prestazioni dei processi e a eliminare o ridurre gli scostamenti tra obiettivi pianificati e risultati conseguiti.

### **3.3 Ruoli e responsabilità nel processo di assicurazione della qualità della Terza Missione**

I ruoli e le responsabilità dei soggetti coinvolti nel processo di assicurazione della qualità della Terza Missione e il calendario di pianificazione e di monitoraggio della Terza Missione sono di seguito descritti e riassunti nello schema Allegato 1.

Gli Organi collegiali definiscono il Piano Strategico di Ateneo contenente anche gli indirizzi triennali strategici generali dell'Ateneo sulla materia della Terza Missione, al quale tutte le strutture devono ispirarsi per le proposte delle attività annuali.

#### **Pianificazione delle attività**

- Entro la fine del mese di ottobre ciascun Dipartimento recepisce le proposte di iniziative per l'anno successivo finalizzate agli obiettivi della Terza Missione dai Direttori dei Corsi di Studio, dai Direttori dei Master, dai Direttori dei Centri di Ricerca e dai soggetti di cui al punto 3;
- Entro il 30 novembre unifica le proposte, redige e delibera il Piano annuale della Terza Missione di Dipartimento rimandando l'approvazione dello stanziamento delle risorse necessarie all'autorizzazione degli organi competenti.  
Eventuali ulteriori attività che dovessero essere sottoposte dai proponenti durante il corso dell'anno dovranno essere valutate e deliberate dal Consiglio di Dipartimento e inserite nel piano annuale in corso.
- Entro il mese di gennaio la Commissione Terza Missione di Ateneo, recepiti tutti i Piani annuali della Terza Missione dei Dipartimenti di Ateneo, definisce il Piano annuale della Terza Missione di Ateneo e lo invia al Senato Accademico per approvazione.

#### **Monitoraggio e rendicontazione**

- Entro il mese di maggio ciascun Dipartimento recepisce le Relazioni conclusive con le relative schede di monitoraggio ed impatto di ciascuna iniziativa dell'anno precedente dai Direttori dei Corsi di Studio, dai Direttori dei Master, dai Direttori dei Centri di Ricerca e dai soggetti di cui al punto 3.

- Entro il 30 giugno ciascun Dipartimento unifica le relazioni, redige e delibera la Relazione conclusiva delle attività della Terza Missione di Dipartimento relative alle attività dell'anno precedente.
- Entro il mese di luglio la Commissione Terza Missione di Ateneo redige una Relazione consuntiva delle attività di Terza Missione svolte nell'intero Ateneo nell'anno precedente, da inviare al Presidio della Qualità di Ateneo e, attraverso di esso all'Organismo Indipendente di Valutazione e al Senato Accademico per approvazione.

#### **4. Il Portale della Terza Missione**

Il Portale della Terza Missione di Ateneo ha lo scopo di evidenziare gli ambiti di attività dell'Università e raccogliere annualmente le informazioni selezionate e rilevanti relative alle attività di Terza Missione effettuate in Ateneo dai singoli soggetti nell'anno solare precedente, con riguardo a tutti i dieci ambiti che costituiscono la Terza Missione.

#### **5. Catalogo delle attività di Terza Missione**

##### **5.1 Formazione permanente e didattica aperta (campo I)**

Si intendono:

- Corsi di formazione continua, realizzati dall'Università da sola o in rete, e/o in collaborazione e convenzione con enti/organizzazioni esterne rivolte ad utenti non tradizionali (*early school leaver*, *NEET- Not in Education Employment or Training*, anziani, disoccupati, migranti, lavoratori, professionisti), che abbiano prodotto un cambiamento anche in relazione alla qualificazione o alla riqualificazione professionale;
- Educazione continua in Medicina;
- Attività di individuazione, riconoscimento, validazione e certificazione delle competenze che l'Università ha svolto nei confronti di singoli individui, di specifici target e gruppi (per esempio: i migranti) e di organizzazioni, anche sulla base di accordi con le Regioni o altri enti locali;
- Gli impatti formativi prodotti da azioni di apprendimento permanente.

Non rientrano i percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento realizzati in collaborazione con le scuole.

##### **5.2 Produzione e gestione di beni artistici e culturali (campo II)**

Si intendono:

- La tutela, la gestione, la fruizione e la valorizzazione di scavi archeologici, poli museali, immobili storici, biblioteche, emeroteche e archivi storici, teatri e impianti sportivi, attività musicali e performative;
- La conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale, in quanto forma di impegno sociale dell'istituzione, nella misura in cui, utilizzando edifici di alto valore storico, artistico e culturale, si sostengono costi di manutenzione e di gestione e ci si prende cura di un patrimonio storico e artistico, mobile e immobile, di rilevante valore.

Queste attività sono svolte in aggiunta rispetto alle ordinarie attività di ricerca e di formazione (per esempio: pubblicazioni scientifiche da scavi archeologici, uso delle collezioni a scopo didattico) e dimostrano la capacità da parte dell'Istituzione di fornire un contributo diretto alla comunità.

Per le attività di questo campo d'azione deve essere dimostrata l'efficacia della tutela e della valorizzazione del patrimonio culturale nel futuro nonché la sua fruibilità rispetto al pubblico e la continuità dell'attività nell'ambito del progetto culturale dell'Istituzione.

### **5.3 Attività di public engagement (campo III)**

Si intendono le attività rivolte a non esperti con valore educativo, culturale e di sviluppo sociale e si esprimono attraverso attività riconducibili a queste categorie:

- Organizzazione di attività culturali di pubblica utilità (per esempio: concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni e altri eventi aperti alla comunità);
- Divulgazione scientifica (per esempio: pubblicazioni 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);
- Iniziative di coinvolgimento dei cittadini nella ricerca (per esempio: dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni online, *citizen science*, *contamination lab*);
- Attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (per esempio: simulazioni ed esperimenti hand-on e altre attività laboratoriali). Da questo campo sono escluse le attività di orientamento e i percorsi per le competenze trasversali. Si prendono invece in considerazione le iniziative per avvicinare le studentesse e gli studenti delle scuole primarie e secondarie a temi culturali/scientifici propri dell'Istituzione.

### **5.4 Sperimentazione clinica e iniziative di tutela della salute (campo IV)**

Si intendono:

- Le attività di valorizzazione della ricerca pre-clinica e clinica;
- Le attività volte a realizzare l'empowerment dei pazienti, anche a vantaggio di soggetti "fragili" (anziani, minori, immigrati, donne);
- Campagne di screening, giornate informative e/o di prevenzione, campagne di sensibilizzazione sui social media o creazione di siti web su tematiche sensibili inerenti alla salute;
- Trial clinici anche *not-for-profit*;
- Studi su dispositivi medici, studi non interventistici, studi mirati allo sviluppo di nuovi farmaci o al *repurposing* di farmaci, anche generici, e la creazione di strutture di supporto a tali attività quali *clinical trial center* e le biobanche;
- Attività volte a meglio indirizzare le politiche sanitarie regionali e/o nazionali e allo sviluppo della farmacoconomia;
- Attività di One-Health;

### **5.5 Produzione di beni di natura sociale, educativa e politiche per l'inclusione (campo V)**

Le iniziative si caratterizzano per l'utilizzo di metodi organizzativi e approcci all'investimento di tipo collaborativo, l'apertura di spazi (fisici e virtuali) di incontro tra le persone e l'emersione e la rappresentazione di istanze di nuove politiche pubbliche e/o servizi promossi dal mondo privato e dal terzo settore, per superare condizioni di diseguaglianza. Tali attività costituiscono soluzioni innovative a bisogni già noti di natura sociale, culturale e/o di inclusione e/o risposte a nuovi bisogni e istanze espressi da parte di cittadini e di segmenti della società di un territorio. Mirano a colmare, temporaneamente o in via sperimentale, un divario rispetto alla mancata presa in carico di questi bisogni da parte delle Istituzioni pubbliche e/o private preposte, rafforzando strategie di sviluppo responsabile e contribuendo alla resilienza delle comunità e alla prosperità condivisa.

Rientrano in questa categoria le formulazioni di programmi di pubblico interesse, la partecipazione a progetti di sviluppo urbano o di valorizzazione del territorio, iniziative di democrazia partecipativa, *consensus conference* e *citizen panel*.

### **5.6 Strumenti innovativi a sostegno dell'Open Science (campo VI)**

Si intendono azioni fondate su principi di trasparenza, rigore, riproducibilità, condivisione della ricerca e dei suoi metodi in tutte le fasi, dall'ideazione ai risultati e alle loro eventuali applicazioni.

La diffusione del modello Open Science e lo sviluppo di strumenti innovativi a sostegno di questo intervengono direttamente su fasi fondamentali del processo di produzione e condivisione di nuova conoscenza: dalle pubblicazioni, alle tecnologie e dati aperti, dai metodi innovativi per la misura dell'impatto e per la valutazione della ricerca e dei suoi prodotti, alle nuove forme di co-produzione e di condivisione con i diversi attori sociali.

### **5.7 Valorizzazione della proprietà intellettuale o industriale (campo VII)**

Si considerano rilevanti:

- I diritti di proprietà industriale oggetto di brevettazione (invenzioni);
- I diritti di proprietà industriale oggetto di registrazione (marchi e altri segni distintivi, disegni e modelli);
- I diritti sui generis e ogni altra forma di proprietà intellettuale, in particolare il diritto di autore;
- Le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine, quando per esse si intenda privilegiare il profilo della proprietà intellettuale o industriale.

Non rientrano nella categoria i brevetti conferiti come prodotti di ricerca e i modelli di utilità.

### **5.8 Imprenditorialità accademica (campo VIII)**

Si intendono gli impieghi in chiave imprenditoriale dei risultati della ricerca al fine di sviluppare prodotti e/o servizi innovativi, in particolare spin-off e start-up. Il loro stato deve essere riconosciuto formalmente attraverso una delibera degli Organi collegiali.

### **5.9 Strutture di intermediazione e di trasferimento tecnologico (IX)**

Sono rilevanti le azioni di intermediazione con il territorio dedicate allo svolgimento di attività di valorizzazione della ricerca (per esempio: trasferimento tecnologico, liaison industriale e rapporti con imprese), di promozione di progetti congiunti, supporto alla nascita e sviluppo di nuove imprese.

Le strutture possono essere:

- Interne: uffici di trasferimento tecnologico per la valorizzazione dei risultati della ricerca e progetti speciali dell'istituzione;
- Esterne: incubatori, consorzi e associazioni per la Terza Missione, parchi scientifici e tecnologici, cluster tecnologici nazionali/regionali, distretti/poli tecnologici, consorzi e associazioni per la Terza Missione, laboratori congiunti, *academy*, *competence center*, *digital innovation hub*.

Rientrano in questo campo anche:

- Le iniziative di diffusione e promozione della conoscenza, che coinvolgano soggetti in team eterogenei, quali *hacklathon*, programmi di *open innovation*, *sfiida/challenge*, con l'obiettivo di trovare soluzioni a problemi e/o proposte da imprese/stakeholder del territorio;
- Eventi di presentazione/esposizione di idee imprenditoriali (*pitch day*, *start-up competition*);
- *Joint lab* (anche con imprese), *maker space*, *coworking*, *contamination lab*, *fablab*, spazi di innovazione e imprenditorialità;
- Fondazione e/o laboratori equiparabili alle strutture di intermediazione e trasferimento tecnologico, associazioni e consorzi di Terza Missione, purchè abbiano come finalità principale quelle della Terza Missione.

Il campo di azione deve essere ampio e guardare al territorio in una logica di “cerchi concentrici” che si allarga, anche mediante il coinvolgimento delle studentesse, degli studenti e delle/dei laureate/i, dal livello locale a quello nazionale ed eventualmente europeo e internazionale.

## **6. Le fasi di realizzazione delle iniziative di Terza Missione**

Ogni attività di Terza Missione prevede sei fasi: progettazione, proposta, approvazione, realizzazione, rendicontazione, verifica.

### **6.1 Progettazione**

I soggetti individuati al punto 3.1 sono tenuti a proporre, attraverso il proprio Dipartimento, alla Commissione Terza Missione di Ateneo, secondo la portata, in forma individuale o aggregata, attività di Terza Missione riconducibili alle categorie descritte nel Catalogo (punto 5). Nell'ideare il progetto si devono tenere presenti questi indirizzi:

- Prefigurare l'impatto sociale, economico e culturale dell'iniziativa;
- Preferire iniziative collettive e non individuali;
- Considerare la rilevanza rispetto al contesto di riferimento;
- Valorizzare l'aspetto scientifico della struttura proponente/del gruppo di ricerca;
- Ricercare partner istituzionali e sponsor;
- Considerare l'eventualità di una pubblicazione a scopo divulgativo;
- Valutare l'opportunità di istituzionalizzare e di consolidare l'iniziativa nel tempo;
- Valutare la sostenibilità dell'iniziativa;



- Scegliere la/il coordinatrice/coordinatore/responsabile dell'iniziativa cui fare riferimento.

## **6.2 Proposta**

Il progetto va consegnato tramite apposita scheda (Allegato 2) al proprio Dipartimento, che ne valuterà l'attinenza con le esigenze e le strategie della struttura. Nel progetto vanno specificati: la struttura di appartenenza, i nomi della/del coordinatrice/coordinatore/responsabile, degli altri soggetti organizzatori, il titolo (o l'argomento) dell'iniziativa o una sua breve descrizione, le date e i luoghi di svolgimento, la macroarea e i campi di azione di Terza Missione, gli obiettivi, l'impatto previsto, le aree scientifiche coinvolte, gli SDG da raggiungere, i partner, gli sponsor, il target, la dimensione geografica, il budget (schema entrate/uscite), le modalità di copertura e quant'altro ritenuto opportuno.

Se il progetto è proposto dall'Ateneo, va redatto con le stesse specifiche e consegnato alla Commissione Terza Missione di Ateneo, che, dopo accurata analisi, lo potrà inserire nel Piano Annuale della Terza Missione di Ateneo.

L'allegato 2 può essere utilizzato per la presentazione della proposta.

## **6.3 Approvazione**

Se valutato positivamente, il Dipartimento lo approva e inserisce il progetto nel Piano Annuale della Terza Missione di Dipartimento.

## **6.4 Realizzazione**

Ogni fase di realizzazione dell'iniziativa (implementazione, esecuzione, verifica) va supportata da un'attenta azione di monitoraggio da parte della/del coordinatrice/coordinatore/responsabile. Si terrà conto di questi fattori:

- Monitoraggio dei soggetti coinvolti;
- Monitoraggio del budget;
- Corrispondenza delle azioni con gli obiettivi;
- Correttezza della comunicazione e della declinazione della *corporate identity* dell'Università;
- Raccolta dei dati della copertura dei media;
- Erogazione della *customer satisfaction*.

## **6.5 Rendicontazione**

Una volta concluso e realizzato il progetto, quando dispone di dati definitivi, la/il coordinatrice/coordinatore/responsabile redige le schede di monitoraggio ed impatto utilizzando la checklist riportata nell'Allegato 3.

Il progetto va validato e chiuso entro fine febbraio dell'anno successivo. Se ha carattere pluriennale, si aprirà una nuova scheda riportando i dati salienti e segnalando il successivo anno di realizzazione.

## **6.6 Verifica**

Una volta chiuse le operazioni di rendicontazione, il Dipartimento recepisce tutte le relazioni finali, redige una relazione cumulativa che illustra l'attività di Terza Missione compiuta dal Dipartimento nell'anno precedente e, dopo approvazione, la invia alla Commissione Terza Missione di Ateneo.

La Commissione Terza Missione di Ateneo, concluse tutte le operazioni di rendicontazione, recepisce le relazioni dei Dipartimenti e di Ateneo, redige una relazione finale che illustra l'attività di Terza Missione dell'intero Ateneo relativa all'anno precedente e la invia al Presidio della Qualità di Ateneo e, attraverso di esso, all'Organismo Indipendente di Valutazione entro il mese di luglio.

Il Presidio della Qualità di Ateneo verificherà la conformità delle procedure di Assicurazione Qualità in conformità a quanto dichiarato. L'Organismo Indipendente di Valutazione (OIV) valuterà la gestione della Terza Missione nel suo complesso, formulando eventuali indirizzi e raccomandazioni volti a migliorarne la qualità.

## Allegato 1

| FASI                       | PIANIFICAZIONE                                                                                                                                                                                                                               | ATTUAZIONE                                                                                                                  | MISURAZIONE / VALUTAZIONE                                                                                                                                                                            | CORRE                                                    |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| entro il<br><b>30 ott.</b> | <b>Direttori dei CdL + Direttori Master + Direttori Centri ricerche + Strutturati</b><br><br>Redigono Proposte di Iniziative per l'anno <u>successivo</u> finalizzate agli obiettivi della terza Missione (tramite apposite schede digitali) |                                                                                                                             | entro il<br><b>30 mag.</b><br><br>Redigono le rendicontazioni delle attività relative all'anno precedente e preparano una Relazione conclusiva                                                       |                                                          |
|                            | Invia le proposte al Direttore di Dipartimento di afferenza                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                             | Invia le relazioni al Direttore di Dipartimento di afferenza                                                                                                                                         |                                                          |
| entro il<br><b>30 nov.</b> | <b>Consiglio di Dipartimento</b><br><br>Recepisce le proposte, unifica, redige e delibera il <u>Piano annuale della Terza Missione di Dipartimento</u> e stabilisce le risorse da impiegare                                                  | Si attuano le iniziative<br><br>Si effettua il monitoraggio delle iniziative dell'anno precedente (tramite apposite schede) | entro il<br><b>30 giu.</b><br><br>Recepisce le relazioni, unifica, redige e delibera la <u>Relazione conclusiva delle attività della Terza Missione di Dipartimento</u> relativa all'anno precedente | Sulla base<br>tese a<br>prestazio<br>ridurre gli sc<br>e |
|                            | Invia il Piano alla Commissione Terza Missione di Ateneo                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                             | Invia la relazione alla Commissione Terza Missione di Ateneo                                                                                                                                         |                                                          |
| entro il<br><b>15 gen.</b> | <b>Commissione Terza Missione di Ateneo</b><br><br>Riceve tutti i Piani annuali dei Dipartimenti e redige il <u>Piano annuale della Terza Missione di Ateneo</u>                                                                             |                                                                                                                             | entro il<br><b>30 lugl.</b><br><br>Riceve tutte le relazioni annuali dei Dipartimenti e redige La <u>Relazione annuale della Terza Missione di Ateneo</u> relativa all'anno precedente               |                                                          |

## Allegato 2

### PROPOSTA DI INIZIATIVA / ATTIVITÀ

(da presentare al Consiglio di Dipartimento)

|                                                 |  |
|-------------------------------------------------|--|
| Struttura di appartenenza                       |  |
| Soggetto responsabile/coordinatore              |  |
| Altri soggetti coinvolti e organizzatori        |  |
| Periodo o data di svolgimento                   |  |
| Luogo/luoghi di svolgimento                     |  |
| Dimensione territoriale o scala dell'iniziativa |  |

|                                   |                 |
|-----------------------------------|-----------------|
| Titolo (o argomento)              |                 |
| Breve descrizione                 |                 |
| Obiettivi primari dell'iniziativa | .<br>. .<br>. . |
| Target di riferimento             |                 |

(Linee Guida punto 2 e punto 5)

|                                                                                         |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Macroarea della Terza Missione a cui è riconducibile l'iniziativa                       |  |
| Campo di azione specifico della Terza Missione a cui è riconducibile l'iniziativa       |  |
| Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030                                  |  |
| Impatto previsto dell'iniziativa (Linee Guida punto 2.3 - descrivere secondo i 4 punti) |  |

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| Partner                           |  |
| Sponsor                           |  |
| Modalità di copertura finanziaria |  |

| BUDGET        |                 |               |                   |
|---------------|-----------------|---------------|-------------------|
| Entrate       |                 | Uscite        |                   |
| €             | provenienti da: | €             | destinati a, per: |
| 0.000         | descrivere      | 0.000         | descrivere        |
| 0.000         | descrivere      | 0.000         | descrivere        |
| 0.000         | descrivere      | 0.000         | descrivere        |
| 0.000         | descrivere      | 0.000         | descrivere        |
|               |                 |               |                   |
| <b>Tot. €</b> |                 | <b>Tot. €</b> |                   |
| <b>0.000</b>  |                 | <b>0.000</b>  |                   |

### Allegato 3

## RELAZIONE CONCLUSIVA E IMPATTO DELL'INIZIATIVA

(da presentare al Consiglio di Dipartimento)

### 01 RELAZIONE

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| Struttura di appartenenza          |  |
| Soggetto responsabile/coordinatore |  |
| Titolo dell'iniziativa             |  |
| Periodo o data di svolgimento      |  |
| Luogo/luoghi di svolgimento        |  |

|                                                                                                                                                          |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>INIZIATIVA E CONTESTO</b>                                                                                                                             |  |
| Breve descrizione dell'iniziativa e del contesto in cui si è svolta, dei bisogni intercettati e interpretati, della situazione prima e dopo l'iniziativa |  |
| Breve commento al questionario di "Customer satisfaction" erogato a fine iniziativa                                                                      |  |

|                                                                                                       |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>MIGLIORAMENTO DEL CONTESTO</b>                                                                     |  |
| Breve descrizione dei miglioramenti apportati (effetti incrementali quali-quantitativi sul contesto). |  |
| Outcome principale (Innovazioni e miglioramenti delle condizioni socio-economiche-culturali)          |  |
| Outcome aggiuntivi (Innovazioni e miglioramenti delle condizioni socio-economiche-culturali)          |  |

|                                                                                                                           |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>MIGLIORAMENTO INTERNO UNIRSM</b>                                                                                       |  |
| Breve descrizione dei miglioramenti apportati internamente (effetti incrementali quali-quantitativi sul contesto UNIRSM). |  |

### 02 INDICATORI DI IMPATTO

COINVOLTI NELL'INIZIATIVA

|                                                                                                    |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Numero di fruitori coinvolti (indicare un numero)                                                  |  |
| Categoria dei fruitori coinvolti (bambini, giovani, senior, portatori di disabilità, gender, ecc.) |  |
| Tipologia sociografica dei fruitori coinvolti                                                      |  |

|                                                                         |  |
|-------------------------------------------------------------------------|--|
| Numero di docenti coinvolti nell'iniziativa (indicare un numero)        |  |
| Numero personale interno coinvolti nell'iniziativa (indicare un numero) |  |
| Numero di studenti coinvolti nell'iniziativa (indicare un numero)       |  |

#### INIZIATIVA

|                                                                        |                                                |                                    |                                       |                                         |
|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------|
| Raggio di azione coperto dall'iniziativa                               | <input type="checkbox"/> TERRITORIALE          | <input type="checkbox"/> REGIONALE | <input type="checkbox"/> NAZIONALE    | <input type="checkbox"/> INTERNAZIONALE |
| Ricorrenza dell'iniziativa                                             | <input type="checkbox"/> UNA TANTUM            |                                    | <input type="checkbox"/> RICORRENTE   |                                         |
| Se ricorrente indicare con che frequenza e per quante volte            |                                                |                                    |                                       |                                         |
| Inter/Pluri/Multidisciplinarietà (indicare le aree disciplinari.)      |                                                |                                    |                                       |                                         |
| Collegato ad attività o aree di ricerca?                               | <input type="checkbox"/> SI                    |                                    | <input type="checkbox"/> NO           |                                         |
| Risorse finanziarie complessive                                        |                                                |                                    |                                       |                                         |
| Risorse finanziarie proprie                                            |                                                |                                    |                                       |                                         |
| Risorse finanziarie esterne                                            |                                                |                                    |                                       |                                         |
| Capacità attrattiva di finanziamenti in % (esterni rispetto al totale) |                                                |                                    |                                       |                                         |
| Numero di Partner e Sponsor                                            |                                                |                                    |                                       |                                         |
| Tipologia di sponsor                                                   | <input type="checkbox"/> ISTITUZIONI PUBBLICHE | <input type="checkbox"/> ENTI      | <input type="checkbox"/> ASSOCIAZIONI | <input type="checkbox"/>                |

|  |                                             |                                                 |                                                 |                                   |
|--|---------------------------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------|
|  |                                             |                                                 |                                                 | SOGGETTI<br>INTERNAZIONA<br>LI    |
|  | <input type="checkbox"/><br>COOPERATIV<br>E | <input type="checkbox"/><br>AZIENDE/IMPRES<br>E | <input type="checkbox"/><br>SOGGETTI<br>PRIVATI | <input type="checkbox"/><br>ALTRO |

#### OUTPUT DELL'INIZIATIVA

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| PUBBLICAZIONI (Numerare ed elencare) |  |
| ALTRO (Numerare ed elencare)         |  |

#### VISIBILITÀ DELL'INIZIATIVA

| Rassegna Stampa (Articoli o servizi sui vari media)                               | n°<br>CARTACEI | n°<br>RADIO | n°<br>TV | n°<br>WEB |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------|----------|-----------|
| Tipologia dei media                                                               |                |             |          |           |
| Web analytics (ove possibile indicare numero di post, visualizzazioni, like, etc) |                |             |          |           |

#### 03 MATERIALE DA ALLEGARE

- RISULTATI DEL QUESTIONARIO DI CUSTOMER SATISFACTION EROGATO A FINE INIZIATIVA AI PARTECIPANTI ESTERNI
- EVIDENZE RITENUTE UTILI (Foto, rassegna stampa, documenti, pubblicazioni)