

B. PIANO STRATEGICO TERZA MISSIONE DEL DIPARTIMENTO DI ECONOMIA 2020-2022

1. Introduzione

La Terza Missione (TM) si configura come ponte tra il mondo della ricerca accademica e la società nel suo complesso, stimolando Università ed Enti di Ricerca a rafforzare il ruolo di catalizzatori di processi di sviluppo economico, sociale e culturale insieme a tutti le parti interessate (PI). Non rappresenta, di fatto, un'altra missione ma, al contrario, un aspetto strategico di posizionamento istituzionale rispetto al contesto in cui l'Università è inserita.

Il **Dipartimento di Economia** dell'Università degli Studi di Foggia, quindi, promuove e organizza un'attività costante di collegamento tra il mondo della ricerca e il tessuto economico e imprenditoriale in tutte le sue forme, nel rispetto della libertà di insegnamento e di ricerca. Attraverso il supporto di tutti i docenti e del proprio personale dipartimentale del Settore Ricerca e Alta Formazione, esso favorisce l'applicazione diretta, la valorizzazione e l'impiego della conoscenza per contribuire allo sviluppo sociale, culturale ed economico del territorio in cui opera, come testimoniato dalle numerose e consolidate collaborazioni con enti e imprese. Questo ruolo sociale assume un particolare significato strategico per il territorio, ancora poco competitivo su certi settori e caratterizzato da una crescita economica poco sostenuta.

Fino a oggi, le attività di terza missione promosse dal Dipartimento di Economia, in linea con quanto previsto dal precedente Piano Strategico di Ateneo 2017-2019, si sono focalizzate sulla **valorizzazione economica della conoscenza**, attraverso conto terzi e il trasferimento tecnologico, e sulla **produzione culturale e sociale**, attraverso le attività di Public Engagement (comunicazione verso l'interno e verso l'esterno) e di formazione continua (tra cui l'ex Alternanza scuola lavoro oggi PCTO).

Nel gennaio 2020 è stato approvato il nuovo Piano Strategico di Ateneo 2020-2022 che ha identificato macro-aree imputabili alla Terza Missione: territorio, trasferimento tecnologico, comunicazione e diffusione della cultura, orientamento e placement.

2. Analisi di contesto

L'attività di Terza Missione, sebbene sia sempre stata svolta dal Dipartimento, è stata organizzata in modo più organico da giugno 2017, quando è stato nominato il suo referente che ha affiancato, di fatto, quelli già designati per il Job Placement e dell'Alternanza Scuola Lavoro (ASL). Fu costituito, a tal fine, anche un gruppo di lavoro per programmare, con i diversi referenti delle attività di Terza Missione, le azioni e gli output producibili, anche in vista della visita dei Commissari Esperti per la Valutazione (CEV) presso il Dipartimento. Nel dicembre 2017, dopo la visita dei CEV al Dipartimento di Economia, tale gruppo ha terminato la sua attività. Il referente ha continuato a coordinare la TM con il supporto di un'unità amministrativa, prima designata dall'Ateneo e poi, nell'ultimo anno, dal Dipartimento per sopperire alla mancanza di personale dedicato. Per dare un ulteriore sostegno all'attività di TM, il Dipartimento ha ritenuto di impegnare 10.000,00 euro a favore delle relative attività di TM (Delibera Consiglio di Amministrazione del 27.02.2019, p.to 10, e relativa all'assegnazione di 15.000,00 a ciascuno dei Dipartimenti di Ateneo da utilizzare per le attività di didattica, ricerca e terza missione).

Risultati 2017-2019

Nel luglio 2017 è nata la pagina web di Terza Missione del Dipartimento di Economia, unica all'epoca dell'Università di Foggia (<https://www.economia.unifg.it/it/terza-missione>), dopo essere stata condivisa con il Servizio Terza Missione dell'Ateneo e dall'allora delegato del Rettore alla Terza Missione. La stessa è stata presa come modello dall'Ateneo che ha pubblicato la sezione Terza Missione sul sito istituzionale di Ateneo nell'ottobre 2019 (<https://www.unifg.it/terza-missione>) di concerto con la Commissione di TM di Ateneo, istituita nel settembre 2017. La pagina web si è modificata nel tempo per le novità introdotte dall'ANVUR: prima, con le Linee guida per la compilazione della Scheda Unica Annuale Terza Missione e Impatto Sociale SUA-TM/IS del novembre 2018; poi dalla legge di Bilancio 2019, che ha disposto la ridenominazione dei percorsi di ASL, di cui al decreto legislativo 15 aprile 2005, n. 77, in "percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento" (d'ora in poi denominati PCTO); infine con il bando del 3 gennaio 2020 dell'ANVUR riguardante il processo della Valutazione della Qualità della Ricerca (VQR - 2015-2019), che indicava attività di TM suppletive a quelle note, quali: l'Agenda ONU 2030 e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs); gli strumenti innovativi a sostegno dell'Open Science; e la produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e politiche per l'inclusione.

Qui di seguito sono riportati, in dettaglio, i risultati ottenuti negli ultimi tre anni per le diverse attività TM, su cui il Dipartimento ha puntato seguendo le linee strategiche passate.

Conto terzi

Anni	2017	2018	2019
Conto terzi	136.838,94	227.978,45	124.614,68

Ex Alternanza Scuola Lavoro - PCTO

Anni	a.a. 2017/18	a.a. 2018/19	a.a. 2019/20
Studenti	483	478	187
Numero corsi	4	5	6
Scuole partecipanti	8	6	4
Aziende partecipanti	-	20	15

Public Engagement

Per PE s'intende l'insieme di attività organizzate istituzionalmente dall'Ateneo o dalle sue strutture senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società e rivolte a un pubblico non accademico. Con l'istituzione della sezione web della Terza missione, si sono anche definiti i processi e gli strumenti per sviluppare in modo regolamentato quest'attività. È stata elaborata una scheda di monitoraggio, editabile on line, per la raccolta e la tracciabilità dei dati (disciplinato dal relativo Regolamento di PE del Dipartimento di Economia, <https://www.economia.unifg.it/it/node/4279>). Per ciò che riguarda il dettaglio delle attività svolte sul territorio, nel periodo luglio 2017 – dicembre 2019, sono state rilevate **74** testimonianze di stakeholders a lezione o a convegni organizzati dal Dipartimento (comunicazione verso l'interno), **63** incontri pubblici, seminari, convegni divulgativi interviste radiofoniche, televisive e sui giornali realizzati all'esterno del Dipartimento dai docenti (comunicazione verso l'esterno) (vedi tabella che segue). Con riferimento alla tipologia di parti interessate, tra gli "Enti pubblici" vi è una prevalenza della Pubblica amministrazione locale; tra gli "Enti privati" le iniziative di PE si sono rivolte soprattutto agli Enti, Istituzioni e Associazioni del mondo delle imprese, agli Ordini professionali, alle Organizzazioni non profit/fondazioni e alle singole imprese. Il trend delle iniziative di PE tra il 2017 e il 2019 è pressoché costante, con un aumento delle comunicazioni verso l'esterno.

Anni	2017	2018	2019	Totale
Comunicazione verso l'interno	27	24	23	74
Comunicazioni verso l'esterno	19	19	25	63
Totale	46	43	48	137

Qui di seguito sono riportati alcuni dei principali eventi svoltisi nel corso di questi tre anni.

8 novembre 2017 "Co-Working Economia", un evento congiunto tra la Terza Missione, Ricerca e Didattica, che ha registrato la partecipazione di quasi 60 parti interessate del territorio (alcuni già in convezione con il Dipartimento di Economia). L'incontro è stato finalizzato a mappare i "desiderata" degli operatori pubblici e privati dei vari settori economici locali, sia per adeguare l'offerta formativa rispetto alla professionalità richieste dal territorio sia per coordinare attività di TM (<https://www.economia.unifg.it/it/news/coworking-economia-il-dipartimento-di-economia-incontra-gli-stakeholder-del-dipartimento>).

28 novembre 2018, Convegno "Il Bilancio Sociale INPS - Regione Puglia". Si tratta di un evento di rilevanza nazionale sul tema della rendicontazione sociale ed ambientale. Nella seconda parte del Convegno, è previsto l'intervento del dott. Guglielmo Loy, in qualità di Presidente del Comitato di Indirizzo e di Vigilanza (CIV) dell'INPS, il quale con specifico riguardo al percorso di *accountability* intrapreso dalla Regione Puglia ai fini dell'impostazione e stesura del Bilancio Sociale - ha particolarmente apprezzato la collaborazione scientifica con il CSR Lab del Dipartimento di Economia, perché rappresenta sia una *best practice* sia un *unicum* a livello nazionale (<https://www.economia.unifg.it/it/events/il-bilancio-sociale-inps-regione-puglia>).

23 maggio 2019, MARKETING (R)EVOLUTION – Sfide ed opportunità nell'era digitale" la stessa è stata impegnata nel progetto "EVENT MANAGEMENT EXPERIENCE" (EMME), **il primo esempio di PE integrato alla didattica**. Infatti, sono stati alcuni studenti del corso di laurea magistrale a sviluppare tale attività con la supervisione del coordinatore del corso e la referente della Terza Missione. L'evento ha voluto favorire il confronto tra il mondo accademico e una platea eterogenea di studenti, imprenditori e rappresentanti delle istituzioni sui temi di maggiore attualità nell'ambito del Marketing. L'idea è stata, quindi, di poter migliorare la propria offerta formativa e di contribuire alla creazione di un solido network tra mercato del lavoro e Università, nell'ambito delle attività di Terza Missione del Dipartimento. Il coinvolgimento delle parti interessate si esplica anche tramite la promozione di accordi con le parti interessate del territorio, su richiesta ad esempio di un singolo docente. Spesso, le convenzioni riguardano collaborazioni per l'orientamento e l'accompagnamento al lavoro per lo svolgimento di tirocini curriculari ed extra-curriculari per attività formative, che possono ampliarsi anche ad attività specifiche di ricerca scientifica (<https://www.economia.unifg.it/it/events/marketing-revolution>).

Il Dipartimento di Economia ha ritenuto importante, al fine del coinvolgimento ad ampio raggio delle parti interessate, anche **la promozione della correlazione** nella elaborazione del lavoro di tesi per le lauree magistrali. Per questo è stato redatto un regolamento di Dipartimento, in vigore da luglio 2017 (<https://www.economia.unifg.it/it/node/4119>).

Il coinvolgimento delle parti interessate si è sviluppato soprattutto tramite la **promozione di accordi** con gli stessi (da convenzioni/accordi quadro a protocolli d'intesa e/o accordi attuativi realizzati su promozione del Dipartimento stesso o dal singolo docente). Molti di queste convenzioni hanno fatto riferimento alle attività di orientamento e accompagnamento al lavoro tramite tirocini curriculari ed extra-curriculari per la formazione. Spesso, le parti interessate ampliavano questa forma di collaborazione anche all'attività di ricerca.

Job placement

Sulle tematiche legate al Placement è da segnalare che il Dipartimento di Economia è componente attiva di una delle 11 ATS regionali per il progetto Europeo "Garanzia Giovani" per l'erogazione di servizi (Orientamento, Tirocini, Placement, Percorsi Formativi, Start Up).

Anni	2017	2018	2019	Totale
Career day*	0	1	2	3
Richiesta diretta da aziende	3	1	3	7
Tirocini post laurea (TPL) a pagamento	3	4	1	8
Studenti che hanno trovato lavoro	9 + 3 (TPL)	2 + 9 (TPL)	5 + 1 (TPL)	29

* La maggior parte dei career day sono organizzati dall'Ateneo, quindi centralmente. Qui si riportano solo quelli gestiti dalla struttura dipartimentale.

Trasferimento tecnologico: gli spin-off

Il Dipartimento di Economia sostiene e incoraggia la valorizzazione dei risultati della ricerca, prodotta all'interno delle proprie strutture, anche attraverso la promozione e costituzione di imprese Spin-off. Due quelli nella struttura dipartimentale: **Innovagritech s.r.l.** e **Tinada s.r.l.** Tendendo conto che l'Università di Foggia, attualmente, presenta tre spin-off in tutto, certamente il Dipartimento di Economia si distingue per questa attività.

3. Analisi SWOT

In questa matrice si riportano i punti forza e debolezza, opportunità e minacce interne ed esterne individuate a seguito dell'analisi della terza missione del Dipartimento di Economia, effettuata in occasione della stesura del Piano Strategico.

<p>PUNTI DI FORZA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visibilità e riconoscibilità del Dipartimento • Presenza di 2 su 3 spin-off di Ateneo • Aumento di convenzioni quadro con attori del territorio • Competenze e conoscenze disponibili in Dipartimento, soprattutto nell'ambito della sostenibilità • Qualificata e intensa attività di orientamento in entrata, in itinere e in uscita (job placement) • Sistemica attività di coordinamento e gestione delle attività di TM 	<p>PUNTI DI DEBOLEZZA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limitata operatività dei laboratori di ricerca, anche per mancanza di spazi e personale dedicato • Limitata attività di formazione continua • Limitata co-progettazione e creazione della conoscenza con la società civile (public engagement) • Limitate iniziative di divulgazione scientifica • Assenza di unità amministrative a supporto delle diverse attività di TM
<p>OPPORTUNITA'</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sostegno per la valorizzazione delle attività di TM da parte dell'ANVUR • Consolidamento della relazione con imprese e istituzioni del territorio per la co-progettazione e la creazione della conoscenza • Potenziamento dei servizi offerti al territorio dai laboratori del Dipartimento • Dialogo continuo con gli attori del territorio, da coinvolgere per la definizione dell'offerta formativa 	<p>MINACCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limitata collaborazione con alcune imprese del territorio a causa della grave crisi sanitaria post COVID-19 • Rischio legato alla divisione dell'Area economica in due Dipartimenti in termini di risorse umane, finanziarie e spazi • Presenza di competitors nel territorio in cui è presente il Dipartimento

4. Obiettivi strategici e operativi del Dipartimento di Economia

Il nuovo Piano Strategico di Ateneo 2020-2022 ha individuato tre obiettivi strategici principali delle attività di TM e i relativi obiettivi operativi, quali:

- 1) Incrementare la responsabilità sociale verso gli studenti e il territorio**
TM.1.1: promuovere una cultura della pianificazione e del confronto aperto
TM.1.2: incentivare le azioni di formazione insegnanti, orientamento e placement
TM. 1.3. supportare gli studenti per la progettazione di spin-off e start up
TM.1.4: sostenere il diritto allo studio per studenti con esigenze particolari
- 2) Promuovere lo sviluppo culturale e l'innovazione tecnologica ed economico-sociale**
TM.2.1: potenziare le azioni di trasferimento tecnologico per la valorizzazione della ricerca scientifica
TM.2.2: potenziare le azioni di divulgazione scientifica e culturale
TM.2.3: potenziare l'innovazione tecnologica, la comunicazione e gli scambi con il territorio
- 3) Incrementare la sostenibilità ambientale, sociale ed economica dell'Ateneo**
TM.3.1: migliorare la performance dell'indicatore di sostenibilità economica e finanziaria (ISEF)
TM.3.2: aumentare la sostenibilità ambientale e sociale dell'Ateneo

In linea con quanto previsto dagli obiettivi strategici e quelli operativi di Ateneo, e in base all'analisi SWOT, il Dipartimento di Economia ha individuato i suoi obiettivi operativi a medio-termine. Esso ha tenuto conto anche dell'accezione più ampia che è stata data all'attività di Public Engagement (PE), secondo APENET, la Rete italiana degli Atenei ed Enti di Ricerca per il Public Engagement, di cui l'Ateneo è membro. Essa indica il PE come l'assumersi la **responsabilità sociale di dialogare con il territorio** non nelle forme di una mera attività di divulgazione, ma come consolidamento di un processo che prevede interazione e ascolto, con l'obiettivo di generare benefici che vanno dallo sviluppo di nuove competenze e l'acquisizione di nuove idee, al miglioramento delle finalità della ricerca, la promozione di **forme di co-progettazione e creazione della conoscenza** con la società civile e l'ambiente, secondo il modello di "Quintupla elica"¹. Il Dipartimento di Economia intende, dunque, in particolare accrescere la presenza del Public Engagement anche nella didattica e nella ricerca, impegnandosi ad ampliare e potenziare la comunità di esperti e favorire occasioni di confronto e scambio costanti con cittadinanze, associazioni, istituzioni, reti ed enti attivi sul Public Engagement a livello nazionale e internazionale.

Gli obiettivi operativi a medio-termine sono:

- 1) TM.1.2: incentivare le azioni di formazione insegnanti, orientamento e placement:** il Dipartimento intende facilitare le possibilità di stage e di ingresso nel mondo del lavoro attraverso anche la progettazione e implementazione di attività e servizi di promozione delle career management skills e specific skills training di concerto con il comparto imprenditoriale;
- 2) TM. 1.3. supportare gli studenti per la progettazione di spin-off e start up**
- 3) TM.2.1: potenziare le azioni di trasferimento tecnologico per la valorizzazione della ricerca scientifica**
- 4) TM.2.2: potenziare le azioni di divulgazione scientifica e culturale**
- 5) TM.2.3: potenziare l'innovazione tecnologica, la comunicazione e gli scambi con il territorio**

Il Dipartimento di Economia conta al momento due spin off: Innovagritech s.r.l. e Tinada s.r.l. e ritiene importante continuare a supportarli cercando di coinvolgere ulteriori nuove figure e collaborando con i due spin-off per il perseguimento degli obiettivi di terza missione e placement attuando, a mero titolo esemplificativo, partecipazioni congiunte a bandi competitivi, collaborazioni con la Regione le Università ed altri Enti pubblici o stakeholder del territorio nell'ambito delle tematiche di ricerca del Dipartimento. Intende rafforzare i laboratori di ricerca, che saranno maggiormente attivi e presenti sul territorio, in stretta sinergia con le parti interessate. L'intento è valorizzare e diffondere i risultati della ricerca universitaria, avviare sistematici rapporti con il tessuto economico e produttivo locale (in particolare con le PMI) e favorire l'utilizzo dei risultati della ricerca nei processi produttivi innovativi, attraverso attività consulenziali.

Il Dipartimento intende, quindi, promuovere attività di public engagement integrato nella Ricerca ovvero forme di co-progettazione e co-creazione della conoscenza con il settore privato e la pubblica amministrazione, insieme alla società civile attraverso, ad esempio, la realizzazione di un *contamination lab* – uno spazio fisico e virtuale di incontro e contaminazione, con l'obiettivo di formare studenti e ricercatori alla cultura imprenditoriale (self-entrepreneurship) e far conoscere a startup e aspiranti imprenditori, in possesso di idee creative ed innovative, le possibilità di finanziamento a sostegno della creazione di impresa, favorendo una rete di contatti e opportunità di confronto tra Università, ricerca e imprese del territorio. In alternativa favorire la costituzione di un *living lab territoriale* per sviluppare l'attività di ricerca che sia incentrata

¹ Il modello di innovazione Triple Helix si concentra sulle relazioni università-industria-governo. La quadrupla elica incorpora la tripla elica aggiungendo come quarta elica il "pubblico basato sui media e sulla cultura" e la "società civile". Il modello di innovazione di Quintuple Helix è ancora più ampio e completo, contestualizzando la Quadruple Helix e aggiungendo inoltre l'elica (e la prospettiva) degli "ambienti naturali della società".

sull'utente e sull'ecosistema di Open innovation, integrando i processi d'innovazione e di ricerca in una partnership tra persone, pubblico e privato.

Il Dipartimento intende continuare a promuovere attività Public Engagement integrato nella Didattica, come già fatto con il progetto EMME (Event for a Marketing Management Experience), svoltosi da gennaio a maggio 2019 dagli studenti del Cds in Marketing Management. Questa best practice consente di riconoscere agli studenti l'acquisizione di CFU (come attività a libera scelta o formativa) per lo sviluppo di progetti di PE. In questo modo, gli studenti fanno esperienza di comunicazione e collaborazione con il territorio e allo stesso tempo, possono mettere a frutto le loro specifiche competenze.

Infine, il Dipartimento intende sviluppare maggiormente attività di Formazione Continua, Apprendimento Permanente e Didattica Aperta, ovvero quella serie di attività di formazione svolte dai Dipartimenti non rivolte agli utenti tradizionali. Tra queste, ci sono i MOOC (Massive Open Online Courses) ovvero corsi, anche in lingua inglese, su tematiche principali e caratterizzanti il Dipartimento che, valicando i confini territoriali, intercettano destinatari della società civile nazionale ed internazionale. Il Dipartimento dovrebbe supportare ed incentivare i corsi MOOC per ogni CdS.

6) TM.3.2: aumentare la sostenibilità ambientale e sociale dell'Ateneo

Il Dipartimento intende continuare a valorizzare le competenze acquisite sulla sostenibilità e incentivare, in particolare modo, la didattica, le attività di ricerca e la presentazione di progetti sulle tematiche ambientali insieme agli attori del territorio, secondo l'approccio di Agenda 2030. Infine, lo stesso intende mettere a regime quelle azioni concrete che rispettano i principi della sostenibilità nella quotidianità lavorativa (raccolta differenziata, uso comune di una sola stampante per piano, uso efficiente dei vettori energetici, ecc.).

In sintesi, il Dipartimento di Economia, in base alle sue specificità, dovrebbe quindi: continuare a rafforzare l'imprenditorialità accademica (spin off, start up e laboratori) e i conto terzi; continuare a promuovere le attività di PE, nel senso più ampio del termine, integrandole al settore ricerca e didattica; incentivare maggiormente i corsi di formazione, particolarmente i MOOC; continuare a supportare le attività di job placement, quelle di orientamento e PCTO; promuovere maggiormente le attività collegate agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU.

4.1. Obiettivi intermedi

Gli obiettivi intermedi del **Dipartimento di Economia** in relazione alla Terza Missione sono:

- Dotarsi di un supporto amministrativo full time a supporto delle diverse attività di TM;
- Sviluppare un'iniziativa di divulgazione scientifica e culturale, caratterizzante l'intero Dipartimento, che diventi una costante negli anni;