



REGOLAMENTO DI PUBLIC ENGAGEMENT

Articolo 1 - Tempi di pubblicazione

È buona prassi inserire l'evento almeno 5 giorni lavorativi prima dello svolgimento. Questo perché l'informazione abbia tempo sufficiente per essere diffusa, per lasciare agli interessati il tempo necessario per organizzare la presenza e per permettere alla redazione di organizzare il proprio lavoro in maniera efficiente.

Articolo 2 - Logo

Utilizzare, come da regolamento sul Manuale di Stile dell'Unifg;

Articolo 3 - Temi dell'evento

In caso di presenza di relatori importanti nel loro settore (ma poco conosciuti al grande pubblico), fornire un piccolo abstract dei contenuti legati all'evento insieme ad alcune informazioni biografiche essenziali sui relatori.

Articolo 4 - Informazioni organizzative o logistiche

Oltre alle informazioni essenziali, come data, orario e luogo di svolgimento, è importante indicare se l'ingresso è libero o è necessaria o consigliata l'iscrizione (*per il Public Engagement SUA RD Terza Missione è richiesta*), se sono previsti crediti formativi (per studenti o per professionisti) o attestati per i partecipanti.

E' bene definire, se l'attività è aperta a tutti gli Studenti del Dipartimento di Economia o se è una mera attività legata ad uno specifico corso di Laurea (Serve per il Monitoraggio della Scheda SUA).

Ogni evento deve esser censito dal dipartimento: pertanto deve esser inviata preventivamente una richiesta via mail al Direttore del Dipartimento e per conoscenza alla Coordinatrice Amministrativa e al Responsabile del Settore Didattica e



Ricerca per farlo inserire nel punto all'o.d.g. "comunicazioni" del primo C.d.Dpt utile.

Articolo 5 - Contatti per il pubblico

è consigliato fornire al pubblico un contatto (email o telefono) a cui possano rivolgersi per chiedere chiarimenti o informazioni, sia del Responsabile Scientifico dell'Evento e sia del Settore Amministrativo di Competenza (Didattica e/o Ricerca-Alta Formazione);

Articolo 6 - Monitoraggio

Consegnare, al termine dell'evento qualora lo si voglia censire nelle schede SUA-RD, l'elenco dei partecipanti in formato elettronico (*Nome, Cognome, Matricola -o- Ente di Appartenenza- email, ecc*) al settore amministrativo coinvolto (Didattica e o Ricerca e Alta Formazione), eventuali foto digitali dell'evento, schede di rilevamento, lettere d'intesa con i Partner Pubblici e/o Privati coinvolti, ecc.



TERZA MISSIONE
Scheda di monitoraggio delle attività di Public Engagement

Iniziativa 1

Data di svolgimento dell'iniziativa

Titolo dell'iniziativa

Obiettivi dell'iniziativa

Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa

Categoria/e di attività di public engagement

Breve descrizione

Budget complessivo utilizzato

(di cui) Finanziamenti esterni

Impatto stimato in termini di pubblico

Link a siti web



Questa scheda descrive l'attività di monitoraggio del Public Engagement svolta dagli atenei e dai dipartimenti. Per "Public Engagement" si intende l'insieme di attività senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società. L'attività e i benefici dell'istruzione superiore e della ricerca possono essere comunicati e condivisi con il pubblico in numerosi modi, di cui di seguito vengono riportati alcuni esempi:

pubblicazioni divulgative firmate dallo staff docente a livello nazionale o internazionale;
partecipazioni dello staff docente a trasmissioni radiotelevisive a livello nazionale o internazionale;
partecipazioni attive a incontri pubblici organizzati da altri soggetti (ad es. caffè scientifici, festival,

fiere scientifiche, ecc.);

organizzazione di eventi pubblici (ad es. Notte dei Ricercatori, open day);
pubblicazioni (cartacee e digitali) dedicate al pubblico esterno (ad es. magazine dell'università);
giornate organizzate di formazione alla comunicazione (rivolta a PTA o docenti);
siti web interattivi e/o divulgativi, blog;
fruizione da parte della comunità di musei, ospedali, impianti sportivi, biblioteche, teatri, edifici

storici universitari;

organizzazione di concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità;
partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making);
partecipazione a comitati per la definizione di standard e norme tecniche;
iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione);
iniziative in collaborazione con enti per progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio;
iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori;
iniziative di democrazia partecipativa (es. consensus conferences, citizen panel);
iniziative divulgative rivolte a bambini e giovani;

Per monitoraggio delle attività di PE si intende:

la valutazione dell'impatto delle attività rivolte al pubblico
il monitoraggio dei visitatori e l'analisi dei fruitori di mostre/musei/collezioni permanenti
il monitoraggio dei destinatari delle pubblicazioni realizzate per il pubblico (es. numero e tipo

lettori, gradimento)

il monitoraggio dell'impegno dei docenti e del PTA (es. giornate o mesi/uomo)

I4 Monitoraggio delle attività di Public Engagement

Le informazioni relative alle attività PE vengono richieste sia agli atenei che ai dipartimenti. Viene richiesto di scrivere una breve scheda sulle più significative iniziative di public engagement tenutesi nell'anno, relative ad una o più delle aree di attività descritte sopra.

In sede di prima applicazione della SUA, si considerano iniziative tenutesi nel periodo 2011-2013. Le schede verranno compilate come segue:

- - Fino a cinque iniziative per ogni ateneo.
- - Fino a due iniziative per ogni dipartimento



Per ogni scheda viene richiesto di indicare

- - Data di svolgimento dell'iniziativa
- - Titolo dell'iniziativa
- - Categoria/e di attività di public engagement (sulla base della lista sopra indicata; sono possibili

risposte multiple)

- - Breve descrizione (500 battute)
- - Budget complessivo utilizzato

- (di cui) Finanziamenti esterni

- - Impatto stimato (ad es. numero di partecipanti effettivi per eventi; numero documentato di accessi a risorse web; numero copie per pubblicazioni; audience stimata per eventi radio/TV, etc.)
- - Link a siti web (se disponibili).

In aggiunta per ogni ateneo e dipartimento sono richieste le informazioni sulla presenza di un sistema di monitoraggio della PE esulle risorse dedicate

<http://www.anvur.org/attachments/article/26/L~.pdf>