

TERZA MISSIONE delle Università

applicazione diretta, valorizzazione e impiego della conoscenza per contribuire allo sviluppo sociale, culturale ed economico della Società attraverso una relazione diretta con il territorio e i suoi attori

Documenti di riferimento:

- European Commission, Lifelong Learning Programme, *Green Paper. Fostering and Measuring "Third Mission" in Higher Education Institutions*, 2008.
- ANVUR, *La valutazione della Terza Missione nelle Università Italiane. Manuale per la valutazione*, 13/02/2015, con riferimento al Decreto MIUR 30/01/2013 n. 47, Allegato E, "Indicatori e parametri per la valutazione della Terza Missione".
- ANVUR, *Linee guida per la compilazione della Scheda Unica Annuale Terza Missione e Impatto Sociale SUA-TM/IS per le Università*, (versione 07/11/2018).

Attività ascrivibili alla Terza Missione:

1. Trasferimento tecnologico/Gestione della proprietà intellettuale

- a. **Brevetti** (compilare scheda BREVETTI disponibile in download in cui specificare entrate di cassa derivate dalla vendita di brevetti o loro licenze, trasferimento, sviluppo tecnologico e ricadute socio-economiche)
- b. **Spin-off** (compilare scheda SPIN-OFF disponibile in download in cui specificare durata e andamento)

2. Fatturato conto terzi

(compilare scheda CONTO TERZI disponibile in download in cui specificare importi dei contratti di ricerca/consulenza con committenza esterna)

3. Progetti di ricerca vinti in bandi competitivi

(non si configurano come attività di Terza Missione i progetti di ricerca finanziati dal MIUR e da Università)

4. Valorizzazione della ricerca

- a. Incubatori d'impresa
- b. Liason industriale e rapporti con le imprese
- c. Consorzi e associazioni partecipati dalla struttura per la Terza Missione
- d. Placement

5. Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta

a. Attività di formazione continua

La formazione professionale continua è definita dalla normativa italiana come «attività formative rivolte ai soggetti adulti, occupati o disoccupati, con particolare riferimento alle attività a cui il lavoratore partecipa per autonoma scelta, al fine di adeguare o di elevare il proprio livello professionale, ed agli interventi formativi promossi dalle aziende, in stretta connessione con l'innovazione tecnologica ed organizzativa del processo produttivo» (circolare del Ministero del Lavoro n. 174/96 - Legge 236/93). In questa rilevazione, vengono considerate le sole attività di formazione continua svolte in collaborazione con organizzazioni esterne, in particolare i corsi di formazione continua e i corsi di formazione professionale a personale di organizzazioni esterne, a condizione che non rilascino titoli di tipo accademico e che siano disciplinate da una apposita convenzione fra il dipartimento o l'ateneo interessato e l'organizzazione esterna. Si possono assimilare alle attività suddette

anche iniziative svolte in assenza di una convenzione, purché sulla base di atti formali del dipartimento o dell'ateneo (es. delibere di attivazione del corso), dalle quali si evinca l'obiettivo di una formazione funzionale alla specializzazione nel lavoro o all'inserimento nello stesso.

I partecipanti non possono essere coloro che tipicamente usufruiscono della didattica di ateneo, ovvero gli studenti iscritti ai corsi triennali, magistrali, a ciclo unico o di dottorato. Possono rientrare anche le attività di formazione dei laureati presso le imprese se svolte a favore di ex studenti ora laureati e purché ci sia una convenzione con l'impresa; diversamente, si tratta di tirocini curriculari. I corsi di perfezionamento e le scuole estive rientrano se sono regolati da convenzioni e se non conferiscono titoli legalmente riconosciuti; non rientrano, invece, i corsi di specializzazione e i master poiché conferiscono titoli.

Sono inclusi inoltre i corsi di formazione e aggiornamento rivolti agli insegnanti delle scuole, finalizzati a favorire l'aggiornamento sugli sviluppi scientifici e didattici più recenti, promuovere le metodologie valutative più innovative e incrementare lo scambio di conoscenze ed esperienze tra insegnanti e ricercatori.

b. Attività di certificazione delle competenze

Le attività di riconoscimento, validazione e certificazione delle competenze svolte dagli atenei consentono agli individui di valorizzare e spendere le competenze acquisite in un determinato contesto geografico, nel mercato europeo del lavoro e nei sistemi di istruzione e formazione. Vengono qui considerate le attività di riconoscimento, validazione e certificazione delle competenze che l'ateneo svolge nei confronti di organizzazioni esterne e disciplinate da una apposita convenzione fra il dipartimento o l'ateneo e l'organizzazione stessa. Sono altresì considerate le iniziative rivolte a singoli individui o specifici gruppi e target (ad esempio, i migranti), anche svolte in assenza di una convenzione, purché sulla base di altri atti formali del dipartimento o dell'ateneo (ad es. attestante la partecipazione a un network europeo), e dalle quali si evinca l'obiettivo di riconoscimento, validazione e certificazione delle competenze.

Non rientrano invece le attività di individuazione e validazione delle competenze in ingresso, di certificazione in termini di CFU e di individuazione e valorizzazione delle competenze in uscita in quanto rivolte agli studenti e in stretta connessione con la didattica.

c. Alternanza Scuola-Lavoro

d. MOOC (Massive Open Online Courses, corsi a distanza)

I MOOC (Massive Open Online Courses) sono corsi a distanza che consentono alle persone, anche di diversa provenienza geografica, di accedere ad una formazione di qualità a distanza. Gli utenti seguono le lezioni via Internet anche in contemporanea, senza pagare tasse di iscrizione e con accesso libero ai materiali didattici. Esistono tante tipologie di MOOC: alcuni rilasciano attestati di partecipazione a fine corso, altri consentono di conseguire crediti universitari o addirittura titoli di studio come master; alcuni consentono l'acquisizione di competenze molto specifiche e settoriali mentre altri offrono dei percorsi utili alla crescita personale. Diverse università italiane hanno creato una propria piattaforma digitale, dedicata all'erogazione dei MOOC, o si appoggiano alle piattaforme più importanti e internazionali. I corsi sono accessibili tramite iscrizione e possono prevedere il rilascio di una certificazione.

6. Public engagement (attività organizzate istituzionalmente senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società e rivolte a un pubblico non accademico)

- a. organizzazione di concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni, convegni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità
- b. 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)

- c. 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)
- d. iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione, campagne di screening e di sensibilizzazione)
- e. attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. simulazioni, esperimenti *hands-on* altre attività laboratoriali, didattica innovativa, *children university*)
- f. partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (*policy-making*)
- g. partecipazione a progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio
- h. iniziative di democrazia partecipativa (es. *consensus conferences*, *citizen panel*)
- i. iniziative di co-produzione di conoscenza (es: *citizen science*, *contamination lab*)
- j. altre iniziative di carattere istituzionale (specificare attività)

Monitoraggio

La valutazione dei risultati delle attività di Terza Missione può avvenire attraverso:

- il monitoraggio e l'analisi di visitatori e fruitori degli eventi e dei destinatari delle pubblicazioni e delle produzioni radiotelevisive (lettori, visitatori web);
- il monitoraggio e l'analisi del gradimento e dell'efficacia delle iniziative (ad es. mediante questionari, focus group, etc.).