



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI
"L'Orientale"

DIPARTIMENTO ASIA, AFRICA E MEDITERRANEO
(*Dipartimento di eccellenza*)

Piano triennale di sviluppo della terza missione (PTSTM)
Triennio 2019-2021

Approvato dal Consiglio di Dipartimento del 9 aprile 2019

1. Attività di Terza Missione

Le attività di Terza Missione del Dipartimento si sviluppano prevalentemente sul versante della produzione di beni pubblici di natura culturale, sociale o educativa e nell'ambito del Public Engagement. Rilevanti sono anche le attività di gestione, valorizzazione e fruizione del patrimonio storico-artistico, legate alle missioni archeologiche in Italia e all'estero. Tutte le attività di Public Engagement e Terza Missione realizzate rispecchiano le caratteristiche e specificità culturali del Dipartimento delineate nel punto 1 di questo documento.

2. Risultati conseguiti

Nel periodo monitorato dalle SUA-RD e SUA-TM 2015-16-17 le attività di Terza Missione si sono sostanziate di una serie di iniziative finalizzate al raggiungimento degli obiettivi oggetto di valutazione da parte di ANVUR ai sensi del DPR 76 del 1/2/2010, articolo 3, comma 1, lettera a). In particolare, il DAAM ha attuato le seguenti iniziative:

- 1) Potenziamento delle attività di Orientamento in entrata, riservato agli studenti delle classi quarte e quinte della scuola secondaria di secondo grado, in collaborazione con il SorT (Servizio di Ateneo di Orientamento e Tutorato), mediante la partecipazione di personale del Dipartimento alle attività degli *Open days* tenuti presso l'Ateneo due volte l'anno.
- 2) Partecipazione di personale del Dipartimento alle attività di Orientamento tenute annualmente presso Univexpo nel mese di settembre-ottobre.
- 3) Partecipazione di personale del Dipartimento con compiti di gestione e organizzazione, e con relazioni e progetti alle edizioni 30, 31 e 32 della manifestazione di divulgazione scientifica "Futuro Remoto", promossa e organizzata dalla Fondazione IDIS- Città della Scienza di Napoli.

- 4) Partecipazione del personale del Dipartimento a manifestazioni di interesse culturale aperte a un pubblico non specialista, a giovani e bambini, quali ad esempio le “Notti bianche del Liceo Classico”, che si svolgono annualmente nel mese di gennaio .
- 5) Realizzazione da parte del personale del Dipartimento di cicli di proiezioni cinematografiche, spettacoli teatrali, mostre aperte a un pubblico non specialista.
- 6) Partecipazione da parte del personale del Dipartimento a trasmissioni radiofoniche e televisive nazionali o internazionali.
- 7) Realizzazione da parte del personale del Dipartimento di progetti finalizzati alla gestione, valorizzazione e fruizione dei beni culturali e archeologici sul territorio nazionale e all'estero.
- 8) Partecipazione al progetto Traintraining (Horizon 2020) sulla prevenzione alla radicalizzazione nelle carceri con finanziamento europeo. Il progetto ha permesso di tenere dei corsi negli istituti penitenziari con la partecipazione di ricercatori, docenti e assegnisti dell'Oriente.
- 9) Inizio di una collaborazione con la Scuola di lingua dei Carabinieri per la formazione linguistica dei militari in forza in paesi esteri.

3 Analisi SWOT

3.1 Punti di forza (*strengths*) interni

I punti di forza che permettono di guardare con ottimismo alle prospettive di sviluppo delle attività di Terza Missione e Public Engagement del Dipartimento sono i seguenti:

- 1) L'Ateneo si è recentemente dotato di una Commissione di Ateneo per la Terza Missione e il Public Engagement che periodicamente valuta le proposte di iniziative in tali ambiti e assegna dei finanziamenti dedicati, premessa per una maggiore incisività e una migliore utilizzazione dei fondi.
- 2) La Commissione di Ateneo per la Terza Missione e il Public Engagement insieme al Gruppo della Qualità del Dipartimento hanno avviato un monitoraggio sistematico delle attività di Terza Missione e della loro efficacia.
- 3) Nonostante il monitoraggio sistematico delle attività di Terza Missione e Public Engagement sia stato iniziato solo recentemente, il numero di iniziative che sono promosse dai docenti e ricercatori del Dipartimento o li vedono coinvolti pare in crescita.
- 4) Le attività di Terza Missione relative alla gestione, valorizzazione e fruizione del patrimonio culturale paiono in aumento, come anche evidenziato dai risultati ottenuti dall'Ateneo relativamente a questo specifico indicatore nel Piano integrato della *performance*.

3.2 Punti di debolezza (*weaknesses*) interni

- 1) Il numero delle iniziative promosse direttamente dai docenti del Dipartimento pare minoritario rispetto a quelle in cui i docenti sono stati coinvolti da enti esterni.
- 2) Nonostante i recenti promettenti sviluppi sopra evidenziati, sussiste la difficoltà a reperire fondi dedicati per attività di Terza Missione e di Public Engagement.

3.3 Opportunità da cogliere (*opportunities*) nell'ambiente esterno

Opportunità per il miglioramento dell'offerta del Dipartimento nell'ambito delle attività di Terza Missione e Public Engagement sono rappresentate da:

- 1) La crescente disponibilità di fondi regionali e nazionali dedicati alla Terza Missione e al Public Engagement, come ad esempio il piano POT 6 del MIUR, per l'orientamento in ingresso degli studenti degli istituti di istruzione superiore.
- 2) L'inserimento di molti dei docenti del Dipartimento in reti ormai consolidate di rapporti con enti e istituzioni culturali dei territori dove operano, sempre più interessate a realizzare non solo attività di ricerca congiunte ma anche attività di valorizzazione e divulgazione della ricerca.
- 3) In particolare, in relazione alle attività di gestione, valorizzazione e fruizione del patrimonio culturale materiale e immateriale, la crescente attenzione riservata a iniziative di tale tipo da numerosi paesi africani e asiatici in cui i ricercatori del Dipartimento operano.
- 4) La crescente possibilità di utilizzare tecnologie digitali e i social media per la realizzazione di attività di Terza Missione e Public Engagement che in tal modo possono raggiungere platee potenzialmente molto estese.

3.4 Minacce e vincoli (*threats*) legati all'ambiente esterno

Anche su questo punto il DAAM condivide le stesse difficoltà già messe in luce dal *Piano integrato della performance 2017-2019* adottato dal CDA dell'UniOr il 16 luglio 2017. Per evitare o minimizzare impatti negativi sulle proprie prestazioni, non si possono ignorare, in particolare:

- 1) La mancanza di riferimenti stabili nella normativa universitaria (si veda ad esempio il ritardo con cui sono state rese disponibili le linee guida SUA-TM per gli anni 2015, 2016 e 2017).
- 2) La mancanza di un quadro di riferimento stabile per il dispiegamento di attività di Terza Missione e Public Engagement rivolte alle scuole (si vedano ad es. le incertezze sull'alternanza scuola-lavoro e l'aggiornamento degli insegnanti).
- 3) La perdurante mancanza di riconoscimento della realizzazione di iniziative di Terza Missione e Public Engagement nell'ambito della valutazione delle attività dei singoli docenti.
- 4) Le limitazioni all'utilizzo di sistemi incentivanti per il personale dell'Ateneo.
- 5) La definizione ancora non completa di un sistema di rilevamento e valutazione delle attività di Terza Missione e Public Engagement, sia nell'Ateneo sia nel contesto nazionale.
- 6) La perdurante scarsa attenzione verso attività di crescita culturale e civile promosse dalle università da parte di molti attori del territorio di riferimento.

4. Piano triennale di sviluppo delle attività di Terza Missione e Public Engagement

4.1 Obiettivi

Nel breve-medio periodo il DAAM si propone di raggiungere i seguenti obiettivi:

- 1) Contribuire a implementare un più esaustivo sistema di monitoraggio e valutazione delle attività.
- 2) Migliorare la qualità e la quantità della attività di Terza Missione e Public Engagement del Dipartimento.
- 3) Aumentare il numero di attività di Terza Missione e Public Engagement promosse direttamente dai docenti del Dipartimento.
- 4) Potenziare la rete di contatto con le istituzioni culturali dei territori in cui il personale docente e di ricerca del Dipartimento opera mediante la stipula di accordi o protocolli specifici che contemplino le attività di Terza Missione e Public Engagement.

- 5) Promuovere la realizzazione di attività di Terza Missione e Public Engagement in sinergia con le scuole, con particolare riferimento alle attività di orientamento e di alternanza scuola-lavoro.
- 6) Promuovere la realizzazione di attività di Terza Missione e Public Engagement nell'ambito della formazione continua del personale di altri enti e istituzioni nei vari territori in cui i docenti del Dipartimento operano.
- 7) Promuovere la realizzazione di attività di Terza Missione e Public Engagement mediante l'utilizzazione di tecnologie digitali e social media.
- 8) Incentivare e incrementare la presentazione di progetti per la realizzazione di attività di Public Engagement e Terza Missione a enti finanziatori esterni.
- 9) Promuovere il coinvolgimento degli studenti nelle attività di Terza Missione e Public Engagement del Dipartimento.

4.2 Azioni

- 1) Continuare a operare in sinergia con la Commissione di Ateneo per la Terza Missione e il Public Engagement per l'affinamento del sistema di monitoraggio e valutazione delle attività, da utilizzare anche nell'ambito del Gruppo della Qualità del Dipartimento (obiettivo 1).
- 2) Sensibilizzare mediante comunicazioni nel corso delle riunioni del Consiglio di Dipartimento e telematiche all'indirizzario del Dipartimento i docenti e ricercatori alla partecipazione a attività di Terza Missione e Public Engagement promosse dall'Ateneo o da enti esterni con cui l'Ateneo abbia stipulato accordi specifici (obiettivo 2).
- 3) Promuovere l'adozione di opportuni incentivi nell'ambito dell'assegnazione dei fondi finalizzati alle attività di Terza Missione e Public Engagement per iniziative che prevedano sistemi per il monitoraggio della partecipazione e del gradimento (obiettivo 2).
- 4) Favorire mediante comunicazioni nel corso delle riunioni del Consiglio di Dipartimento e telematiche all'indirizzario del Dipartimento la circolazione dell'informazione su bandi o opportunità di accesso a finanziamenti o cofinanziamenti da istituzioni esterne per la realizzazione di attività di Terza Missione e Public Engagement (obiettivo 2, obiettivo 3, obiettivo 8).
- 5) Stimolare con opportuni incentivi nell'ambito dell'assegnazione dei fondi finalizzati alle attività di Terza Missione e Public Engagement la realizzazione di accordi quadro e/o protocolli specifici con gli enti e le istituzioni esterne con cui si collabora per realizzare le iniziative (obiettivo 4).
- 6) Stimolare con opportuni incentivi nell'ambito dell'assegnazione dei fondi finalizzati alle attività di Terza Missione e Public Engagement la realizzazione di attività in sinergia con le scuole, con particolare riferimento alle attività di orientamento e di alternanza scuola-lavoro (obiettivo 5).
- 7) Favorire, mediante comunicazioni su bandi o opportunità nel corso delle riunioni del Consiglio di Dipartimento e telematiche all'indirizzario del Dipartimento, la realizzazione di attività nell'ambito della formazione continua del personale di altri enti e istituzioni nei vari territori in cui i docenti del Dipartimento operano (obiettivo 6).
- 8) Favorire con opportuni incentivi nell'ambito dell'assegnazione dei fondi finalizzati alle attività di Terza Missione e Public Engagement la realizzazione di attività che si avvalgano dell'utilizzazione di tecnologie digitali e social media (obiettivo 7).
- 9) Favorire grazie alla circolazione dell'informazione mediante le rappresentanze studentesche in seno al Consiglio di Dipartimento il coinvolgimento anche propositivo degli studenti nella realizzazione di attività di Terza Missione e Public Engagement (obiettivo 9).

4.3 Monitoraggio

Il Gruppo di qualità, operando in sinergia con la Commissione di Ateneo per la Terza Missione e il Public Engagement, dovrà periodicamente (almeno due volte nell'anno) monitorare l'andamento delle azioni dispiagate prendendo in considerazione:

- 1) Il numero e la qualità delle attività di Terza Missione e Public Engagement realizzate dai docenti e dai ricercatori afferenti al Dipartimento.
- 2) Il numero di docenti e ricercatori che promuovano attività di Terza Missione e Public Engagement e che siano in esse coinvolti.
- 3) La tipologia delle attività e il contesto in cui sono state realizzate.
- 4) La capacità di lavorare in gruppo testimoniata da attività realizzate congiuntamente da più docenti del Dipartimento e/o dell'Ateneo.
- 5) Il numero di progetti e attività di Terza Missione che coinvolgono enti o istituzioni esterni all'Ateneo.
- 6) Il numero di progetti per la realizzazione di attività di Terza Missione e Public Engagement presentati a enti esterni.
- 7) Il numero di progetti per la realizzazione di attività di Terza Missione e Public Engagement finanziati da enti esterni.
- 8) Il numero di accordi e protocolli con enti esterni finalizzati alla realizzazione di attività di Terza Missione e Public Engagement stipulati.
- 9) Il numero di attività di Terza Missione e Public Engagement che abbiano visto l'attivo coinvolgimento degli studenti del Dipartimento.
- 10) Il numero di iniziative di Public Engagement che abbiano previsto il monitoraggio del gradimento delle attività di Terza Missione e Public Engagement.
- 11) Il numero di iniziative di Public Engagement che abbiano previsto una sistematica rilevazione delle presenze dei fruitori.
- 12) Il numero di iniziative di Public Engagement e Terza Missione che abbiano previsto l'utilizzazione di siti web o canali social media.

4.4 Indicatori

Gli indicatori, che si punta a migliorare progressivamente nell'arco del triennio 2019-2021 sono i seguenti:

- 1) Percentuale di docenti e ricercatori del Dipartimento coinvolti in attività di Terza Missione e Public Engagement (48% nel 2017 con l'obiettivo di superare il 55%).
- 2) Numero delle iniziative di Terza Missione e Public Engagement cui abbiano partecipato docenti e ricercatori del Dipartimento (135 nel 2017, ovvero 1,9 in media per ogni docente, con l'obiettivo di superare le 2 iniziative per docente).
- 3) Percentuale di iniziative di Terza Missione e Public Engagement promosse direttamente da docenti e ricercatori del Dipartimento (21 nel 2017, pari al 15% del totale, con l'obiettivo di superare il 18% del totale).
- 4) Percentuale di iniziative di Terza Missione e Public Engagement svolte nell'ambito di accordi specifici con enti esterni (12, pari al 9% del totale, nel 2017, con l'obiettivo di superare il 15% del totale).
- 5) Percentuale di iniziative di Terza Missione e Public Engagement sviluppate nell'ambito di sinergie con gli istituti scolastici o le direzioni scolastiche regionali (2 nel 2017, pari al 1,5% del totale, con l'obiettivo di superare il 2% del totale).
- 6) Percentuale delle iniziative di formazione del personale di enti o istituzioni esterne rispetto al totale delle azioni di Terza Missione e Public Engagement (1 nel 2017, pari allo 0,7% del totale, con l'obiettivo di superare l'1,5% del totale).

- 7) Percentuale di iniziative di Terza Missione e Public Engagement condotte congiuntamente da più docenti del Dipartimento e/o dell'Ateneo (3, pari al 2,2% del totale nel 2017, con l'obiettivo di superare il 6% del totale).
- 8) Percentuale delle iniziative di Terza Missione e Public Engagement che facciano uso di siti web e di social media (7 nel 2017, pari al 5% del totale, con l'obiettivo di superare il 10% del totale).
- 9) Percentuale delle iniziative di Terza Missione e Public Engagement che prevedano dei sistemi di rilevamento del gradimento e del numero dei fruitori (1 nel 2017, pari allo 0,7% del totale, con l'obiettivo di superare il 2% del totale).
- 10) Numero dei progetti per la realizzazione di iniziative di Terza Missione e Public Engagement presentati a enti esterni (0 nel 2017, con l'obiettivo di arrivare ad almeno 1 per anno).
- 11) Percentuale di progetti per la realizzazione di attività di Terza Missione e Public Engagement finanziati da enti esterni (1 nel 2017, pari allo 0,7% del totale, con l'obiettivo di superare l'1,5 % del totale).
- 12) Percentuale di attività di Terza Missione e Public Engagement che abbiano visto l'attivo coinvolgimento degli studenti del Dipartimento (indicatore non rilevato nel 2017, con l'obiettivo di superare il 5% del totale).