

 ALMA MATER STUDIORUM UNIVERSITÀ DI BOLOGNA PRESIDIO DELLA QUALITÀ DI ATENEIO	DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA INDUSTRIALE - DIN	PAG. 1/6
	SUA-RD Campagna 2021 - Quadro I.0 OBIETTIVI STRATEGICI DI TERZA MISSIONE/IMPATTO SOCIALE	Rev 02 13/10/2021

Fonte: Linee Guida per la compilazione per la Scheda Unica Annuale Terza Missione e impatto sociale (SUA-TM/IS) del 7/11/2018:

https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2018/11/SUA-TM_Lineeguida.pdf



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
PRESIDIO DELLA QUALITÀ DI ATENEUM

DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA INDUSTRIALE - DIN

PAG. 2/6

SUA-RD Campagna 2021 - Quadro I.0
OBIETTIVI STRATEGICI DI TERZA MISSIONE/IMPATTO SOCIALE

Rev 02
13/10/2021

1. La Terza Missione è presente nei documenti programmatici del dipartimento vigenti nell'anno di rilevazione?

• No

X Sì

La disseminazione dei risultati della ricerca presso istituzioni, società civile e imprese nazionali ed internazionali e in particolare per gli aspetti di terza missione quali conto terzi e brevettazione (fonte Politica Qualità DIN 2018)

2. Esiste un responsabile del coordinamento delle attività di Terza Missione?

• No

• **X Sì, è una figura accademica:**

Il Delegato per le attività di Terza Missione:

- supporta il Direttore e i docenti del Dipartimento nella negoziazione dei contratti di consulenza/ricerca commissionata,
- funge da interfaccia tra gruppi di ricerca, amministrazione del Dipartimento e uffici dell'Area Ricerca e Terza Missione per quanto riguarda l'inquadramento contrattuale e, in particolare, l'impostazione relativa all'assetto dei Diritti IP nell'ambito delle attività di consulenza/ricerca commissionata,
- partecipa alle riunioni di Ateneo inerenti il tema,
- coordina, insieme al Direttore, iniziative di terza missione del Dipartimento,
- si coordina con i Delegati degli altri Dipartimenti per la realizzazione e gestione di iniziative comuni.



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
PRESIDIO DELLA QUALITÀ DI ATENEIO

DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA INDUSTRIALE - DIN

PAG. 3/6

SUA-RD Campagna 2021 - Quadro I.0
OBIETTIVI STRATEGICI DI TERZA MISSIONE/IMPATTO SOCIALE

Rev 02
13/10/2021

3. Esistono strutture/uffici dedicati alle attività di Terza Missione del dipartimento?

- **No** (*rispondere direttamente alla 4*)
- Sì in collaborazione con altri dipartimenti, denominazione: _____
- Sì del dipartimento denominazione _____ denominazione:
denominazione: _____ (*per ognuna rispondere alle domande 3a, 3b*)

3a. Indicare il numero di personale ETP (equivalente a tempo pieno) impegnato nella struttura:

3b. Budget impegnato per la gestione della struttura

Compilando il questionario il Dipartimento può esporre le linee strategiche della propria attività di Terza Missione. A differenza delle linee guida ANVUR che prevedevano una rilevazione relativa al triennio 2015-2017 questa rilevazione è riferita alla campagna 2019.



4. Complessivamente qual è il livello di priorità dei seguenti ambiti di Terza Missione nell'insieme delle attività svolte dal dipartimento? (indicare il livello di priorità per ciascuna attività)

Sezioni	Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e di debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
Brevetti Privative vegetali	I.1 - Gestione della proprietà Industriale	Medio alta	<i>Migliorare tutela PI nell'ambito dei contratti con aziende.</i> <i>P.ti forza: contratti standard disponibili con varie intensità di tutela PI</i> <i>P.ti debolezza: rigidità nella contrattazione PI rallenta l'interazione con le aziende</i>	
	I.2 - Imprese spin-off	Medio alta	<i>Aumentare la capacità di creazione d'impresa dei docenti DIN.</i> <i>P.ti forza: temi di ricerca spendibili in ambito industriale</i> <i>P.ti debolezza: medio/bassa consapevolezza delle opportunità disponibili</i>	
	I.3 - Attività conto terzi	Alta	<i>Incrementare il fatturato da attività conto terzi.</i> <i>P.ti forza: allineamento attività DIN con fabbisogno industrie del territorio</i> <i>P.ti debolezza: obsolescenza impianti e attrezzature</i>	
Uffici di: trasferimento tecnologico; placement; incubatori; consorzi e associazioni TM; parchi scientifici	I.4 - Strutture di intermediazione	Non Presente	<i>(max 200 caratteri spazi inclusi)</i>	<i>(max 100 caratteri spazi inclusi)</i>
Ricerche e scavi archeologici; poli museali;	I.5 - Gestione del patrimonio e attività culturali	Non Presente	<i>(max 200 caratteri spazi inclusi)</i>	<i>(max 100 caratteri spazi inclusi)</i>



attività musicali; immobili e archivi storici; biblioteche/emeroteche storiche; teatri e impianti sportivi				
Sperimentazione clinica su farmaci e dispositivi medici; studi non interventistici, empowerment dei pazienti; bio-banche e cliniche veterinarie	I.6 - Attività per la salute pubblica	Non Presente	<i>(max 200 caratteri spazi inclusi)</i>	<i>(max 100 caratteri spazi inclusi)</i>
Attività di: formazione continua; ECM; certificazione competenze; alternanza scuola-lavoro; MOOC	I.7 - Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta	Non Presente	<i>(max 200 caratteri spazi inclusi)</i>	<i>(max 100 caratteri spazi inclusi)</i>
Vedi sotto: Categorie PE	I.8 - Public Engagement	Medio	<i>Organizzazione di eventi di divulgazione, partecipazione a fiere / trasmissioni radio/TV</i> <i>P.ti forza: tematiche di ricerca attuali</i> <i>P.ti debolezza: bassa esperienza nell'organizzazione di eventi</i>	<i>Monitoraggio numero di eventi del triennio.</i> <i>Le iniziative di Public engagement sono monitorate attraverso il repository di Ateneo IRIS RM</i>
	4a. Ci sono altre attività di Terza Missione non incluse nell'elenco degli ambiti (cfr. tabella sopra) che il dipartimento svolge e considera di priorità alta? Descrivere <i>(max 500 caratteri spazi inclusi)</i>			

Categorie di Public engagement

- organizzazione di concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità
- 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)
- 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)
- iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione, campagne di screening e di sensibilizzazione)



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
PRESIDIO DELLA QUALITÀ DI ATENE0

DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA INDUSTRIALE - DIN

PAG. 6/6

SUA-RD Campagna 2021 - Quadro I.0
OBIETTIVI STRATEGICI DI TERZA MISSIONE/IMPATTO SOCIALE

Rev 02
13/10/2021

- attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. simulazioni, esperimenti hands-on altre attività laboratoriali, didattica innovativa, children university); sono esclusi i corsi di formazione e aggiornamento rivolti agli insegnanti e le iniziative di Alternanza Scuola-Lavoro (rilevate nella sezione I.7.d)
- partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making)
- partecipazione a progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio
- iniziative di democrazia partecipativa (es. consensus conferences, citizen panel)
- iniziative di co-produzione di conoscenza (es: citizen science, contamination lab)
- altre iniziative di Public Engagement