

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI
“PARTHENOPE”



**PROGRAMMA
TRIENNALE
2021-2023**

APPROVAZIONE SA 26/07/2021
APPROVAZIONE CDA 27/07/2021

INTRODUZIONE

Il 29 novembre 2018 gli Organi Collegiali dell'Università degli Studi di Napoli "Parthenope" hanno deliberato l'approvazione delle revisioni al Piano Strategico di Ateneo 2016-2022.

Tale documento, dopo aver delineato la missione e gli indirizzi strategici dell'Ateneo, definiva nel breve-medio periodo, gli obiettivi, le relative azioni e i corrispondenti indicatori di monitoraggio per i principali ambiti istituzionali.

Molteplici sono gli obiettivi individuati nel Piano Strategico così come molteplici sono state le azioni messe in campo dall'Ateneo. Tale approccio era condizionato dall'esigenza di porre in essere una programmazione idonea a dare risposte adeguate anche alla visita in loco della Commissione di Esperti per la Valutazione ai fini dell'accreditamento periodico dell'ANVUR, avvenuta dal 14 al 17 maggio 2019.

Il giudizio conseguito, pienamente soddisfacente (livello B con voto pari a 6,56), ha dimostrato la validità dei processi di qualità dell'Ateneo nella didattica, nella ricerca e nella terza missione. Il lusinghiero giudizio ottenuto non deve essere vissuto con il compiacimento di un risultato finale ma con un incentivo a migliorare ulteriormente in maniera virtuosa tutte le quotidiane azioni della nostra vita universitaria.

Il Programma Triennale 2019-2021, le cui linee guida sono state emanate dal MIUR con D.M. 289 del 2019 non ha avuto pieno sviluppo a causa della emergenza sanitaria di Covid-19.

Con D.M. del MUR n. 289 del 25/03/2021 sono state emanate le *"Linee generali d'indirizzo della programmazione delle università 2021-2023 e indicatori per la valutazione periodica dei risultati"*.

Il Programma Triennale 2021-2023, di seguito presentato, ha ancora un'approccio meno generalista ma più focalizzato su pochi ma strategici obiettivi dell'Ateneo. Le esperienze maturate hanno sicuramente posto basi diverse nella formulazione di questo nuovo Programma assunto con una maggiore condivisione e consapevolezza delle nostre non poche possibilità.

Colgo l'occasione per ringraziare tutti i docenti e il personale tecnico amministrativo per il grande lavoro svolto negli ultimi anni, nella personale consapevolezza che i risultati conseguiti saranno di stimolo per i prossimi anni per il raggiungimento di risultati ancora più gratificanti per il nostro Ateneo.

Alberto Carotenuto

CAPITOLO 1

LINEE GENERALI DI INDIRIZZO DELLA PROGRAMMAZIONE DELLE UNIVERSITÀ 2021- 2023

INDICATORI PER LA VALUTAZIONE PERIODICA DEI RISULTATI

Il 25/03/2021 è stato pubblicato il Decreto Ministeriale n. 289 contenente le “Linee generali d’indirizzo della programmazione delle università 2021-2023 e indicatori per la valutazione periodica dei risultati”. Nell’allegato 1 di tale Decreto Ministeriale sono indicate le percentuali annuali di riparto delle voci di riferimento del FFO nel triennio 2021-2023 (cfr tabella 1).

Tabella 12 - Voci di riferimento del Finanziamento statale alle Università Statali			
	2021	2022	2023
QUOTA STORICA	max 27%	Max 25%	Max 23%
QUOTA COSTO STANDARD PER STUDENTE IN CORSO ²	28%	30%	32%
QUOTA PREMIALE ³ (art. 60, comma 1, del d.l. del 21 giugno 2013, n.69, convertito con modificazioni dalla l. 9 agosto 2013, n. 98), di cui:	30%	30%	30%
<ul style="list-style-type: none"> • risultati della ricerca(VQR) • valutazione delle politiche di reclutamento • riduzione dei divari 	60% 20% 20%	60% 20% 20%	60% 20% 20%
IMPORTO PEREQUATIVO (art. 11 L. 240/2010)	2,8%	Min 1,5% Max 3%	Min 1,5% Max 3%
QUOTA PROGRAMMAZIONE TRIENNALE	1,5% (€ 98 mln)	1,5% (€ 128 mln)	1,5% (€ 128 mln)
QUOTA INTERVENTI PER GLI STUDENTI (Fondo Giovani, Piani Orientamento e Tutorato, NoTax Area, studenti con disabilità, fondo borse post lauream)	Min 6,5%	Min 6,5%	Min 6,5%
QUOTA ALTRI INTERVENTI SPECIFICI (Chiamate dirette, Piani straordinari docenti, Programma Montalcini, Consorzi, Accordi di programma, Interventi straordinari, Dipartimenti di Eccellenza)	Max 13,5%	Max 13,5%	Max 13,5%
TOTALE STANZIAMENTO FFO	100 %	100 %	100 %

Dall’esame della tabella 1 si evince che circa 98 milioni di euro nel 2021, 128 milioni di euro nel 2022 e 2023, sono destinati alla valutazione dei risultati dei programmi Triennali delle Università e al fondo per la ricerca e la terza missione.

Le risorse per la programmazione di cui all'art. 5, co. 1, lett. c), della legge 24 dicembre 1993, n. 537, e della legge 7 agosto 1990, n. 24, pari a 65 milioni di euro annui sono destinate alla valutazione dei risultati dei programmi degli Atenei relativi al conseguimento degli obiettivi e delle relative azioni riportato in tabella 2a.

Tabella 2a	
Obiettivo A: Ampliare l'accesso alla formazione universitaria	
A.1	Orientamento e tutorato in ingresso e in itinere ai fini della riduzione della dispersione studentesca e dell'equilibrio nella rappresentanza di genere
A.2	Potenziamento della docenza strutturata nei corsi di studio
A.3	Attrattività dei corsi di studio
A.4	Rafforzamento delle competenze acquisite dagli studenti e innovazione delle metodologie didattiche
Obiettivo C: Innovare i servizi agli studenti per la riduzione delle disuguaglianze	
C.1	Miglioramento delle aule e degli spazi di studio (aule, spazi di studio, biblioteche, software per la didattica a distanza e infrastrutture digitali)
C.2	Qualificazione dell'offerta formativa in relazione alle caratteristiche della popolazione studentesca
C.3	Integrazione degli interventi per il diritto allo studio e la disabilità
C.4	Iniziative per la riduzione dei rischi di discriminazione o esclusione sociale
Obiettivo D: Essere protagonisti di una dimensione internazionale	
D.1	Esperienze di studio e di ricerca all'estero
D.2	Corsi di studio internazionali
D.3	Attrazione di studenti internazionali e attività di internazionalizzazione domestica
D.4	Integrazione della didattica nelle reti internazionali e europee

Le risorse previste dall'art. 238, co. 5, del d.l. 34/2020, pari a 100 milioni di euro per il 2021 e a 200 milioni di euro per ciascuno degli anni 2022 e 2023, sono finalizzate alla promozione dell'attività di ricerca svolta dalle università e alla valorizzazione del contributo del sistema universitario alla competitività del Paese e ripartite nel seguente modo:

- a. il 70% delle risorse sono destinate a sostenere gli obiettivi generali di sviluppo delle attività di ricerca libera e di base degli Atenei;
- b. il 30% delle risorse sono destinate alla valutazione dei risultati dei programmi degli Atenei relativi al conseguimento degli obiettivi e delle relative azioni riportati in tabella 2b

Tabella 2b	
Obiettivo B: Promuovere la ricerca a livello globale e valorizzare il contributo alla competitività del Paese	
B.1	Dottorato di ricerca e Dottorato Industriale
B.2	Trasferimento tecnologico e di conoscenze
B.3	Miglioramento delle infrastrutture e degli strumenti per la ricerca al fine dell'integrazione della ricerca nelle reti internazionali ed europee
B.4	Qualificazione dell'offerta formativa e delle politiche per l'innovazione in relazione alle esigenze del territorio e del mondo produttivo, ivi inclusi lo sviluppo delle Lauree Professionalizzanti e l'acquisizione di competenze per l'imprenditorialità

Obiettivo E: Investire sul futuro dei giovani ricercatori e del personale delle università	
E.1	Reclutamento di giovani ricercatori (ricercatori a tempo determinato ai sensi della l. 240/2010 art. 24, co. 3, lett. a) e b), assegnisti e borse di dottorato
E.2	Incentivi alla mobilità dei ricercatori e dei professori
E.3	Sviluppo organizzativo anche in considerazione della dematerializzazione e del potenziamento del lavoro agile
E.4	Integrazione del Fondo per la Premialità (art. 9, l. 240/2010)

Nel dettaglio gli indicatori di valutazione previsti dal decreto per ciascuna azione sono:

Obiettivo A – Ampliare l’accesso alla formazione universitaria

Indicatori di riferimento per la valutazione dei risultati:

- a) Proporzione di studenti che si iscrivono al II anno della stessa classe di laurea o laurea magistrale a ciclo unico (L, LMCU) avendo acquisito almeno 40 CFU in rapporto alla coorte di immatricolati nell’a.a. precedente;
- b) Proporzione dei docenti di ruolo indicati come docenti di riferimento che appartengono a settori scientifico-disciplinari (SSD) di base e caratterizzanti nei corsi di studio (L, LMCU, LM) attivato;
- c) Immatricolati che hanno conseguito il titolo di scuola secondaria superiore in altra Regione;
- d) Proporzione di Laureati (L, LMCU) entro la durata normale del corso;
- e) Iscritti al primo anno ai corsi di Laurea Magistrale che hanno acquisito la Laurea in altro Ateneo;
- f) Numero di studenti che partecipano a percorsi di formazione per l’acquisizione di competenze trasversali e per l’imprenditorialità oppure che partecipano a indagini conoscitive di efficacia della didattica disciplinare o trasversale;
- g) Realizzazione di federazioni tra due o più università anche limitatamente a settori di attività;
- h) Proporzione di laureati con nessuno dei due genitori avente un titolo superiore alla scuola dell’obbligo o a una qualifica professionale;
- i) Numero di open badge ottenuti dagli studenti a seguito di percorsi di formazione per l’acquisizione di competenze trasversali;
- j) Numero di studenti che partecipano a percorsi di formazione per alto merito e di avanguardia.

Obiettivo B – Promuovere la ricerca a livello globale e valorizzare il contributo alla competitività del Paese

Indicatori di riferimento per la valutazione dei risultati:

- a) Rapporto fra gli iscritti al primo anno dei corsi di dottorato con borsa di studio rispetto al totale dei docenti di ruolo;
- b) Proporzione dei proventi da ricerche commissionate, trasferimento tecnologico e da finanziamenti competitivi sul totale dei proventi;

- c) Spazi (Mq) destinati ad attività di ricerca per docenti di ruolo dell'Ateneo;
- d) Proporzione di immatricolati ai corsi di laurea professionalizzanti sul totale degli immatricolati;
- e) Numero di spin off universitari rispetto ai docenti di ruolo dell'Ateneo (*);
- f) Proporzione di brevetti registrati e approvati presso sedi nazionali ed europee rispetto ai docenti di ruolo (*);
- g) Numero di attività di trasferimento di conoscenza rispetto ai docenti di ruolo dell'Ateneo;
- h) Proporzione di iscritti ai corsi di dottorato industriale rispetto al totale degli iscritti al Dottorato;
- i) Proporzione di studenti iscritti con almeno 6 CFU acquisiti per attività di tirocinio curricolare esterne all'Ateneo nell'anno di riferimento;
- j) Proporzione di immatricolati di genere femminile nelle classi STEM;
- k) Proporzione di Laureati magistrali occupati a un anno dal Titolo (LM, LMCU);
- l) Numero di tirocini formativi rispetto ai laureati di Ateneo.

Obiettivo C – Innovare i servizi agli studenti per la riduzione delle disuguaglianze

Indicatori di riferimento per la valutazione dei risultati:

- a) Proporzione dei laureandi complessivamente soddisfatti del corso di studio;
- b) Rapporto studenti regolari/docenti di ruolo e riduzione di tale rapporto;
- c) Spazi (Mq) disponibili per la didattica rispetto agli studenti iscritti entro 1 anno oltre la durata normale dei corsi;
- d) Proporzione di studenti che si iscrivono per la prima volta a un Corso di Studio rispetto al numero di diplomati alla scuola superiore nella Regione sede del corso;
- e) Proporzione di immatricolati provenienti da Scuole secondarie superiori diverse dai licei;
- f) Proporzione di studenti in corso beneficiari di borsa di studio sul totale degli studenti in corso;
- g) Proporzione di studenti beneficiari di intervento di supporto finanziato dall'Ateneo;
- h) Proporzione di studenti alloggiati in strutture messe a disposizione dall'Ateneo o dall'Ente per il DSU;
- i) Proporzione di studenti con disabilità e DSA sul totale degli studenti;
- j) Rapporto tra classi attive con equilibrio di genere e totali classi attive.

Obiettivo D – Essere protagonisti di una dimensione internazionale

Indicatori di riferimento per la valutazione dei risultati:

- a) Proporzione di CFU conseguiti all'estero dagli studenti, ivi inclusi quelli acquisiti durante periodi di "mobilità virtuale";

- b) Proporzione di Dottori di ricerca che hanno trascorso almeno 3 mesi all'estero;
- c) Proporzione di studenti iscritti al primo anno dei corsi di laurea (L) e laurea magistrale (LM; LMCU) e di Dottorato (D) che hanno conseguito il titolo di studio di accesso all'estero;
- d) Proporzione di laureati (L, LM e LMCU) entro la durata normale dei corsi che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero nel corso della propria carriera universitaria, ivi inclusi quelli acquisiti durante periodi di "mobilità virtuale";
- e) Proporzione di laureati provenienti da famiglie con condizione socio-economica non elevata che hanno svolto periodi di studio all'estero;
- f) Rapporto tra studenti in ingresso e in uscita nell'ambito del programma Erasmus;
- g) Proporzione di studenti immatricolati a Corsi di Studio "internazionali";
- h) Numero di insegnamenti erogati in lingua estera sul totale degli insegnamenti dell'anno accademico;
- i) Rapporto professori e ricercatori in visita / totale docenti;
- j) Partecipazione all'iniziativa *European Universities*, o iniziative corrispondenti.

Obiettivo E – POLITICHE DI RECLUTAMENTO – SOLO UNIVERSITÀ STATALI

Indicatori di riferimento per la valutazione dei risultati:

- a) Proporzione dei Professori di I e II fascia assunti dall'esterno nel triennio precedente, sul totale dei professori reclutati;
- b) Proporzione dei ricercatori di cui all'art. 24, co. 3, lett. a) e b), sul totale dei docenti di ruolo;
- c) Riduzione dell'età media dei ricercatori a tempo determinato di cui all'art. 24, co. 3, lett a) e b);
- d) Iscritti al primo anno di Corsi di dottorato che hanno conseguito il titolo di accesso in altro Ateneo;
- e) Proporzione di Ricercatori di cui all'art. 24, co. 3, lett. b), reclutati dall'esterno e non già attivi presso l'Ateneo come ricercatori di cui all'articolo 24, co. 3, lett. a), titolari di assegno di ricerca o iscritti a un corso di dottorato;
- f) Proporzione di ricercatori di cui all'art. 24, co. 3, lett a), e di assegnisti di ricerca, che hanno acquisito il dottorato di ricerca in altro Ateneo;
- g) Proporzione del Personale TA a tempo indeterminato sul totale del personale TA;
- h) Rapporto tra risorse per la formazione del personale TA e numero di TA di ruolo;
- i) Proporzione di dottori di ricerca provenienti da famiglie di condizione socio-economica non elevata;
- j) Riduzione dell'età media del personale TA di ruolo;
- k) Risorse disponibili sul fondo per la premialità rispetto al costo totale del personale universitario.

Oltre a tali misure nel Decreto è prevista un'ulteriore quota di finanziamento premiale legata alla Riduzione dei divari. Infatti, nell'ambito del Fondo di finanziamento ordinario, ovvero del contributo di cui alla Legge del 29 luglio 1991, n. 243, una quota del 20% è distribuita tra le Università tenendo conto dei risultati conseguiti, prendendo in considerazione i due indicatori ritenuti prioritari per ciascuno degli obiettivi A, B, C, D ed E :

- a) Per il 50% in base ai livelli di risultato di ogni ateneo relativamente agli indicatori sopra citati;
- b) Per il 50% in base ai miglioramenti di risultato rispetto all'anno precedente rispetto ai medesimi indicatori, ponderati con un fattore dimensionale pari al peso del proprio costo standard.

Nel dettaglio, ai fini del riparto di questa quota premiale del FFO per la riduzione dei divari sono presi in considerazione, per ciascuna Istituzione, il migliore risultato per ciascuno degli obiettivi della programmazione, con riferimento sia ai livelli assoluti che ai miglioramenti conseguiti, considerando i seguenti indicatori (cfr. tabella 3):

Tabella 3	
	Università Statali
<i>Obiettivo A</i> Ampliare l'accesso alla formazione universitaria	Indicatori a) e b)
<i>Obiettivo B</i> Promuovere la ricerca a livello globale e valorizzare il contributo alla competitività del paese, guidando la transizione digitale ed ecologica;	Indicatori a) e b)
<i>Obiettivo C</i> Innovare i servizi agli studenti per la riduzione delle disuguaglianze	Indicatori a) e b)
<i>Obiettivo D</i> Essere protagonisti di una dimensione internazionale	Indicatori a) e b)
<i>Obiettivo E</i> Investire sul futuro dei giovani ricercatori e del personale delle università	Indicatori a) e b)

Invece, per concorrere all'assegnazione delle risorse della quota della programmazione triennale entro il 22 luglio 2021 gli Atenei devono trasmettere al MUR:

- a) le azioni da attuare tra quelle riportate nelle tabelle 2a e 2b, con riferimento ad almeno uno degli obiettivi A, C e D e ad almeno uno degli obiettivi B ed E;
- b) almeno due indicatori con i relativi target per ogni obiettivo scelto, assicurando la coerenza tra azioni e indicatori selezionati;
- c) le risorse necessarie per ciascun obiettivo rispetto al budget attribuito ai sensi dell'art. 3, e dell'art. 4, co. 1, lett. b), e 3, incluse le eventuali ulteriori quote di co-finanziamento a carico del proprio bilancio o di terzi.

Obiettivi ed azioni scelte dall'Ateneo per la programmazione 2021-23

Per la valutazione dei risultati del programma triennale di Ateneo ai sensi dell'art. 3 del citato D.M. 289 l'Ateneo ha scelto i seguenti obiettivi e relative azioni:

Obiettivo C: Innovare i servizi agli studenti per la riduzione delle disuguaglianze	
C.1	Miglioramento delle aule e degli spazi di studio (aule, spazi di studio, biblioteche, software per la didattica a distanza e infrastrutture digitali)
C.3	Integrazione degli interventi per il diritto allo studio e la disabilità

Obiettivo D: Essere protagonisti di una dimensione internazionale	
D.1	Esperienze di studio e di ricerca all'estero
D.2	Corsi di studio internazionali

Obiettivo E: Investire sul futuro dei giovani ricercatori e del personale delle università	
E.3	Sviluppo organizzativo anche in considerazione della dematerializzazione e del potenziamento del lavoro agile
E.4	Integrazione del Fondo per la Premialità (art. 9, l. 240/2010)

Gli indicatori individuati dall'Ateneo con i relativi target sono di seguito descritti.

Indicatore C_g

Proporzione di studenti beneficiari di intervento di supporto finanziato dall'Ateneo

Fonte dei Dati Indicatore: Fonte di Ateneo che richiede la validazione del Nucleo di Valutazione dell'Ateneo. Situazione iniziale 31 dicembre 2020 Banca dati DALIA
Descrizione Numeratore: Iscritti (L, LM, LMCU e Dottorato di ricerca) beneficiari di interventi di supporto finanziati dall'Ateneo. Sono considerati gli studenti con le seguenti causali per la variabile ANS "Descrizione interventi di supporto": "PU", "PB", "PT", "MA", "PA", "PG", "PI", "CA", "CT", "PS", "CS", "AL", "TA", "DA", "IM", "BS". Per il primo e il secondo ciclo, sono considerati solo gli iscritti ai corsi ex d.m. 270/2004. In presenza di più carriere si considera quella più recente
Descrizione Denominatore: Iscritti (L, LM, LMCU e Dottorato di ricerca). Per il primo e il secondo ciclo, sono considerati solo gli iscritti ai corsi ex d.m. 270/2004. In presenza di più carriere si considera quella con il giorno di avvio più recente
Situazione iniziale a.a. 2019/20

Il valore dell'indicatore C_g è proporzionale al numero di studenti beneficiari di intervento di supporto finanziato dall'Ateneo rientranti nelle seguenti categorie:

	DESCRIZIONE
BS	Borsa di studio di Ateneo (Escluso ANS-PL)
DA?	Attività didattico – integrative – Fondi propri di Ateneo
IM	Contributo per lo svolgimento periodo di impresa (Escluso ANS – PL)
TA	Attività di tutorato – Fondi propri di Ateneo
AL	Altro sussidio (diverso dai precedenti)
CA	Contributo finanziario per alloggio
CS	Contributo straordinario
CT	Contributo finanziario per trasporto
MA	Mobilità Internazionale: finanziamento fondi propri di Ateneo (Escluso ANS-PL)
PA	Assegnatario di posto – alloggio gratuito
PB	Beneficiario di prestiti da istituti di credito convenzionati (rilascio PIN)
PS	Premio di studio
PT	Attività part – time
PU	Beneficiario di prestito di Ateneo
PG	Assegnatario di posto – alloggio a tariffa agevolata
PI	Assegnatario di posto – alloggio a tariffa intera

L'Ateneo intende incrementare considerevolmente il numero di studenti assegnatari delle seguenti tipologie di interventi di supporto finanziario:

- 1) Tipologia MA: mobilità internazionale - borse di studio di Ateneo per favorire la mobilità in uscita del programma Erasmus+;

- 2) Tipologia MA: mobilità internazionale - borse di studio di Ateneo per favorire la mobilità in uscita per gli studenti iscritti ai corsi di studio con Double Degree con Università dell'UE e per la mobilità non-erasmus nell'ambito di double degree, accordi/convenzioni con Atenei esteri;
- 3) Tipologia MA: mobilità internazionale – borse di studio per favorire la mobilità in entrata a favore di studenti internazionali immatricolati al primo anno di corsi di studio erogati dall'Ateneo;
- 4) Tipologia BS: Assegnazione di borse di studio di Ateneo per studenti meritevoli che si iscrivono al II anno della stessa classe di laurea o laurea magistrale a ciclo unico (L, LMCU) avendo acquisito almeno 40 CFU in rapporto alla coorte di immatricolati nell'a.a. precedente;
- 5) Tipologia BS: Assegnazione di borse di studio per studenti magistrali iscritti ai Corsi di Studio di Informatica Applicata (Machine Learning e Big Data), Ingegneria Gestionale (curriculum in Inglese) e Marketing e management internazionale erogati in collaborazione con il Massachusetts Institute of Technology - Sloan School of Management che prevede al secondo anno di corso di poter riconoscere le attività del Master in Entrepreneurship and Innovation Management;
- 6) Tipologia PI: assegnatari di posti alloggio a tariffa intera per gli studenti provenienti dall'Università cinese di Ludong
- 7) Tipologia PT: attività part-time.

Rispetto alla prima azione si rileva che la mobilità studentesca *outgoing* costituisce per l'Università degli Studi di Napoli Parthenope non un obiettivo di breve periodo, bensì una area di intervento sistematica e strutturale su cui si è costantemente intervenuti nel triennio precedente. Anche per il triennio 2021-2022 l'Ateneo continuerà a perseguire l'obiettivo di incrementare i soggiorni all'estero di studenti a fini di studio e tirocinio offerti dal Programma ERASMUS+ alla luce anche dei positivi risultati raggiunti nel triennio precedente, oltre che per il carattere strategico che riveste una simile e così incisiva opportunità di internazionalizzazione. Alla luce della esperienza maturata dall'Ateneo nel programma Erasmus plus nell'ultimo triennio, le azioni da porre in essere finalizzate al miglioramento del processo di mobilità *outgoing* possono essere così articolate:

- a) Potenziamento della promozione del programma ERASMUS con iniziative in grado di comunicare a tutti i livelli del corpo studentesco, le opportunità annualmente offerte dal programma.
- b) Incremento del numero di accordi con partner istituzionali e ampliamento della mappa di copertura geografica degli accordi in essere.
- c) Potenziamento dei laboratori di lingua per il raggiungimento dei requisiti linguistici richiesti dall'ateneo ospitante.

- d) Incremento del contributo di Ateneo per le borse di studio per gli studenti che hanno utilizzato il programma di mobilità Erasmus plus ai fini di studio con acquisizione di CFU all'estero, sulla scorta di una politica consolidata in Ateneo in quanto già promossa nello scorso triennio;
- e) Miglioramento delle procedure amministrative di gestione del programma Erasmus mediante migrazione alla piattaforma di gestione integrata Esse 3.

Ciò premesso al fine del raggiungimento del valore target prefisso dall'Ateneo si prevede di attivare nuovamente l'azione che prevede un incremento del contributo di Ateneo per le borse di studio a favore di studenti che hanno utilizzato il programma di mobilità Erasmus plus ai fini di studio con acquisizione di almeno 12 CFU all'estero. L'accesso all'azione sarà basato su criteri di premialità principalmente riferiti alla quantità di ECTS effettivamente maturati nel corso dell'esperienza all'estero. L'importo dell'azione è così strutturato: contributo mensile pro-capite pari a 170 € per numero di 4 mese, a favore di 200 studenti per ciascun anno del triennio 2021-2023. Il budget richiesto per tale intervento è, quindi, pari a € 136.000/anno.

Per quanto riguarda la seconda tipologia di azione l'ateneo intende, inoltre, attribuire 23 borse di studio nell'a.a. 2021/22 e 25 borse di studio nell'a.a. 2022/23 di 2000 € volte a sostenere la mobilità internazionale per:

- gli studenti iscritti ai Corsi di studio di Ateneo che hanno un double degree con una università di un paese UE;
- gli studenti iscritti ai Corsi di Studio di Ateneo che vantano una convenzione non-Erasmus con atenei stranieri avente ad oggetto un programma di mobilità strutturata degli studenti con conseguente riconoscimento reciproco delle attività formative (incluso anche il rilascio del titolo congiunto o doppio titolo).

Nella tabella successiva sono indicati il numero di borse per corsi studio di Ateneo inseriti nelle due tipologie sopra descritte:

Mobilità non-Erasmus (inclusi i Double Degree) per l'A.A. 2021/22

<i>CdS (Dipartimento)</i>	<i>Classe</i>	<i>Università Estere</i>	<i>Numero Studenti</i>	<i>Mesi della mobilità</i>	<i>Semestre di mobilità</i>
<i>Economia e Commercio (DISEG)</i>	<i>L-33</i>	Università di Artois (FR)	5	6	II
<i>Management delle Imprese Internazionali (DISAE)</i>	<i>L-18</i>	Université Du Maine-Le Mans (FR)	5	9	I e II
<i>Scienze Motorie (DISMEB)</i>	<i>L-22</i>	Università di Ludong (Cina)	8	6	II
<i>Economia Aziendale (DISAQ)</i>	<i>L-18</i>	Università di Bordeaux (FR)	1	5	I
<i>Marketing e Management Internazionale (DISAQ)</i>	<i>LM-77</i>	Università di Vilnius (Lituania)	2	5	I
<i>Ingegneria Gestionale (DING)</i>	<i>LM-31 / LM-33</i>	University of Rhode Island (USA)	2	6	II
<i>Totale</i>			23		

Il budget richiesto per tale intervento è pari a € 46.000 per l'a.a. 2021/22 e € 50.000/anno per l'a.a. 2022/23. Come si evince dalla tabella tra i Corsi di Studio è presente anche il double degree che il Dipartimento di Scienze Motorie e del Benessere (DISMEB) ha attivato dall'anno accademico 2019/20 per il Corso di Studio L-22 Scienze Motorie con l'Università di Ludong (Provincia di Shandong, Yantai) Cina, approvato con delibera del Senato Accademico del 23/04/2018.

La convenzione stipulata tra i due Atenei prevede che l'Università ospitante accolga presso le proprie Residenze Universitarie gli studenti in entrata, fornendo anche il vitto ed eventuale trasporto (tipologia 6) nei luoghi delle attività teorico-pratiche.

Per l'anno accademico 2021/2022 e 2022/2023 sono previsti 50 studenti in entrata provenienti da Ludong che quindi usufruiranno del supporto finanziario dell'Ateneo rientrando nella sesta tipologia. Il costo (versato all'Adisurc – gestore delle residenze di proprietà dell'Ateneo) è pari a 250 €/mese per ciascun studente, ne consegue un importo complessivo di finanziamento dell'intervento dell'Ateneo pari a 75.000 €/anno.

Per quanto riguarda la terza tipologia di azione, l'ateneo intende aumentare il proprio grado di attrattività nei confronti degli studenti stranieri incoming attraverso l'assegnazione di 25 borse ciascuna di 1000 € per l'a.a. 2021/22 e di 25 borse per l' a.a. 2022/23 destinati a tale tipologia di studenti per un importo complessivo pari a 25.000 €/anno.

La quarta tipologia di azione prevede di assegnare 120 borse di studio del valore di € 680 a studenti meritevoli che si iscrivono al II anno della stessa classe di laurea o laurea magistrale a ciclo unico (L, LMCU) avendo acquisito almeno 40 CFU in rapporto alla coorte di immatricolati nell'a.a. precedente. In tale assegnazione confluiranno anche le risorse provenienti dal 5 per mille.

La quinta tipologia di azione prevede il finanziamento di 6 borse di studio per studenti iscritti alla laurea magistrale di Informatica Applicata (Machine Learning e Big Data), Ingegneria Gestionale (curriculum in Inglese) e Marketing e management internazionale erogati in collaborazione con il Massachusetts Institute of Technology - Sloan School of Management di Boston che prevede al secondo anno di corso di poter riconoscere le attività del Master in Entrepreneurship and Innovation Management (MEIM).

L'idea del MEIM prende il suo avvio da una proficua relazione tra i due atenei, nata 4 anni fa grazie alla partecipazione della Parthenope al Regional Entrepreneurship Acceleration Program (MIT REAP), un programma globale del MIT, volto alla definizione di strategie e all'avvio di iniziative di sviluppo di sistemi locali di innovazione basati sul coinvolgimento di imprese, università ed enti territoriali.

Il progetto MEIM si fonda sulla volontà di dare concreta attuazione a 4 principi fondamentali:

- la promozione del talento dei giovani, grazie ad un'iniziativa formativa ad alto valore aggiunto rivolta agli studenti con una laurea triennale;
- il riconoscimento del merito, grazie al conferimento di borse di studio per i più meritevoli;
- la generazione di innovazione, grazie ad un programma formativo che coltiva negli studenti sia competenze manageriali sia conoscenze sulle nuove tecnologie, con il coinvolgimento del MIT, Università numero uno al mondo¹;
- la valorizzazione del territorio, grazie alla formula che prevede lo svolgimento di larga parte delle attività didattiche presso la sede di Napoli della Parthenope e la partecipazione degli studenti ad alcuni momenti formativi specifici presso la sede di Boston del MIT (MIT Immersion Program).

L'iniziativa si accompagna ad un accordo quinquennale rinnovabile con l'MIT di ampia portata che prevede una stretta collaborazione fra gli Atenei in fase di progettazione, aula e laboratorio.

Il Master - a numero chiuso - partirà a gennaio 2022 e avrà la durata di 12 mesi. Il programma è rivolto a studenti nazionali ed internazionali che abbiano conseguito almeno una laurea di I livello (o equivalente) e che abbiano un elevato e comprovato grado di conoscenza della lingua inglese.

Il master può accogliere fino ad un massimo di 50 studenti e prevede una quota di iscrizione per studente pari a 20.000 euro oltre ad un costo stimato delle spese di trasferta presso la sede dell'MIT a Cambridge (Boston) di 8000 euro.

Gli studenti del MEIM avranno la possibilità di vivere un'esperienza unica ad alto valore aggiunto, grazie al coinvolgimento di docenti di elevato profilo, nazionali ed internazionali. Al riguardo si sottolinea il fatto

¹ Dato 2021 QS World University Ranking – <https://www.topuniversities.com/qs-world-university-rankings>

che l'accordo di collaborazione con l'MIT prevede l'impegno in presenza di docenti MIT inseriti stabilmente anche come docenti di riferimento nell'offerta formativa dell'Università Parthenope. Il programma di master, infatti, prevede per gli studenti delle lauree magistrali in Marketing e management internazionale, in Informatica applicata e Ingegneria, previo superamento della selezione, il riconoscimento del master MEIM come secondo anno delle suddette lauree magistrali. Essi potranno, così, conseguire, allo stesso tempo, il titolo di Master e quello di laureato magistrale.

Durante il master gli studenti potranno, inoltre, partecipare ad un corso intensivo personalizzato (MIT Immersion Program) presso il campus della Sloan School of Management sito a Boston-Cambridge e di essere affiliati alla comunità degli alunni del MIT, aggiungendo, quindi tale titolo ai due già esposti.

Il master, attraverso diverse metodologie didattiche, punta all'acquisizione da parte degli studenti di conoscenze di tipo manageriale, di competenze imprenditoriali e tecnologiche, di capacità individuali di tipo "soft": lezioni frontali, attività applicative di laboratorio, realizzazione di project work basati su approcci di tipo *creative problem solving*, partecipazione a business game, esperienze *on-field*. Ampio spazio sarà riservato a tematiche legate alle nuove tecnologie quali Big Data, Cloud Computing, Machine Learning, Computing & Software Design, Industrial Automation.

Grazie alla collaborazione con il mondo delle imprese, il master prevede per gli studenti un periodo in azienda e/o un percorso di creazione di start up, durante il quale gli allievi potranno applicare le competenze acquisite e dare avvio alla propria carriera manageriale/imprenditoriale.

L'Ateneo Parthenope ha promosso il finanziamento di 6 borse di studio per gli studenti iscritti al secondo anno dei corsi di studio magistrali dell'Ateneo che supereranno le selezioni di accesso. Tali borse di studio saranno erogate nell'a.a 2022/23 e 2023/24 e risulteranno pari a € 28.000 ciascuna.

La sesta tipologia prevede un incremento delle attività part-time ai sensi dell'art. 11 del Decreto Legislativo del 29 marzo 2012, n. 68. In particolare l'ateneo intende affidare 130 collaborazioni per gli a.a. 2021/22 e 2022/23. Le singole prestazioni di collaborazione non potranno superare le 200 ore e saranno così ripartite: selezione A): n. 136 collaborazioni destinate a studenti iscritti ai corsi di laurea (di durata triennale); selezione B): n. 26 collaborazioni destinate a studenti iscritti ai corsi di laurea magistrale (di durata biennale); selezione C): n. 18 collaborazioni destinate a studenti iscritti al corso di laurea magistrale a ciclo unico (di durata quinquennale).

Per partecipare alla selezione gli studenti dovranno essere regolarmente non oltre il I anno fuori corso, in possesso all'atto della domanda dei requisiti di seguito elencati:

Potranno partecipare alla selezione A) gli studenti che abbiano acquisito almeno i CFU (conseguiti negli esami previsti dal piano di studio prescelto) riportati in tabella:

Anno iscrizione	I anno	II anno	III anno	I Fuori corso
CFU minimi	25	50	80	115

Potranno partecipare alla selezione B) gli studenti che abbiano acquisito almeno i CFU (conseguiti negli esami previsti dal piano di studio prescelto) riportati in tabella:

Anno iscrizione	I anno	II anno	I Fuori corso
CFU minimi	25	50	80

Potranno partecipare alla selezione C) gli studenti che abbiano acquisito almeno i CFU (conseguiti negli esami previsti dal piano di studio prescelto) riportati nella successiva tabella:

Anno iscrizione	I anno	II anno	III anno	IV anno	V anno	I Fuori corso
CFU minimi	25	50	80	115	165	210

L'importo dell'intervento di supporto è pari a 3.500 €/studente

Le graduatorie degli idonei per ciascuna delle selezioni sarà effettuata secondo le seguenti modalità:

- a) determinazione del seguente rapporto: numero dei crediti maturati rispetto quelli previsti nel piano di studi dell'a.a. in corso alla data di scadenza del bando espresso in un indice (con tre cifre decimali) il cui valore massimo è pari a 1,000 €;
- b) determinazione della votazione media (aritmetica) espressa in trentesimi degli esami sostenuti fino alla data di scadenza del bando espressa in un indice (con tre cifre decimali) il cui valore massimo è pari a 1,000 €;
- c) sommatoria dei valori di cui alla lettera a) e b);
- d) ordinamento decrescente secondo i valori ricavati ai sensi della lettera c).

A parità di merito la posizione in graduatoria è determinata con riferimento alle condizioni economiche degli studenti maggiormente disagiati e ad ulteriore parità viene data preferenza agli studenti in possesso dell'esperienza ERASMUS. In caso di ulteriore parità viene data precedenza allo studente anagraficamente più giovane.

Riassumendo per quanto riguarda l'indicatore C_g si prevede il seguente prospetto:

	Tipologia interventi di supporto finanziario	2021/22	2022/23
1	Tipologia MA: mobilità internazionale Erasmus+	200	200
	Finanziamento richiesto Ministero programmazione triennale €	136.000	135.870
	Cofinanziamento Ateneo €	0	0
2	Tipologia MA mobilità internazionale studenti internazionali	23	25
	Finanziamento richiesto Ministero programmazione triennale €	46.000	50.000
	Cofinanziamento Ateneo €	0	0
3	Tipologia BS: borse di studio studenti stranieri incoming	25	25
	Finanziamento richiesto Ministero programmazione triennale €	0	0
	Cofinanziamento Ateneo €	25.000	25.000
4	Tipologia BS: borse di studio studenti I anno con 40 CFU	100	100
	Finanziamento richiesto Ministero programmazione triennale €	56.000	56.000
	Cofinanziamento Ateneo €	12.000	12.000
5	Tipologia BS borse di studio MIT		12
	Finanziamento richiesto Ministero programmazione triennale €		168.000
	Cofinanziamento Ateneo €		168.000
6	Tipologia PI: assegnatari posti letto	50	50
	Finanziamento richiesto Ministero programmazione triennale €	68.000	68.000
	Cofinanziamento Ateneo €	7.000	7.000
7	Tipologia PT: attività part-time	130	130
	Finanziamento richiesto Ministero programmazione triennale €	0	0
	Cofinanziamento Ateneo €	455.000	455.000

In conclusione:

Tipologia	2021/22	2022/23	totali
studenti beneficiari di intervento di supporto finanziato dall'Ateneo	528	542	
iscritti	11.000	11.000	
Finanziamento richiesto ministero programma triennale 2021-23 €	306.000 €	477.870 €	783.870 €
Cofinanziamento Ateneo €	499.000 €	667.000 €	1.166.000 €
totale interventi di supporto agli studenti €	805.000 €	1.144.870 €	1.949.870 €
indicatore	0,048	0,049	

Indicatore C_c

Spazi (Mq) disponibili per la didattica rispetto agli studenti iscritti entro 1 anno oltre la durata normale dei corsi

Fonte dei Dati Indicatore: Banca dati SUA – CdS

Descrizione Numeratore: Metri quadri destinati alla “Funzione didattica” (Aule, laboratori didattici, spazi complementari, biblioteche dipartimentali) indicati nella banca dati per l'edilizia

Descrizione Denominatore: Iscritti entro il primo anno fuori corso calcolati con il criterio del costo standard senza considerare la “regolarità” nella contribuzione e, per i Corsi di Studio Interateneo, conteggiando gli iscritti nell'Ateneo capofila. Sono considerati solo gli iscritti ai corsi ex d.m. 270/2004 e gli iscritti ai corsi di dottorato

Situazione iniziale: a.a. 2020/2021 e al 30 giugno 2020.

Il patrimonio immobiliare dell'Università “Parthenope”, in relazione allo svolgimento delle funzioni didattiche è articolato delle seguenti principali sedi:

- Via Acton, che ospita il Rettorato, l'Amministrazione centrale, nonché aule e spazi destinati alle attività didattiche del Dipartimento di Scienze Motorie;
- Via Medina, che ospita il Dipartimento di Scienze Motorie e del Benessere, con annesse aule e spazi destinati alle attività didattiche dello stesso Dipartimento;
- via Parisi, che ospita i Dipartimento dell'area Economico-Giuridica con annesse aule e spazi destinati alle attività didattiche degli stessi Dipartimenti;
- Centro Direzionale di Napoli, che ospita i Dipartimenti di Scienze, Tecnologia ed Ingegneria con le relative aule e spazi destinati alle attività didattiche degli stessi Dipartimenti;
- Villa Doria D'Angri destinata allo svolgimento di attività di alta formazione, Master e didattica dei corsi di studio di secondo livello in collaborazione con il MIT.

Nell'anno 2020, la consistenza complessiva delle superfici destinate ad ospitare funzioni didattiche, pari a mq 9.477,00 risultava così suddivisa:

sede	m ²
Via Acton	2.174
via Medina	631
via Parisi	3413
Centro Direzionale	2718
Villa Doria D'angri	541

Nel triennio 2021/2022 si prevede di incrementare la superficie complessiva destinata a funzioni didattiche sino a raggiungere una quadratura pari a mq 13.206,00, con un incremento di 4.019,00 mq, in virtù delle seguenti azioni:

- la ristrutturazione dei piani B e C della sede di Via Parisi, in precedenza non utilizzati perché locati a terzi, interamente dedicati alla didattica per complessivi mq 2.234,00;
- la riassegnazione ad attività didattica del Plesso II della sede di Villa Doria D'Angri per mq 852,50;
- l'attivazione delle sedi temporanee nel Comune di Nola, in vista della realizzazione della nuova sede delocalizzata, ovvero dell'Auditorium e del Centro Polivalente per complessivi mq 932,50 destinati ad attività didattiche.

La spesa prevista per l'acquisto degli arredi necessari ad attrezzare le maggiori superfici da destinare ad attività di didattica, con particolare riguardo ai piani B e C della sede di via Parisi e delle sedi provvisorie di Nola (Auditorium e Centro Polifunzionale) ammonta complessivamente ad € 567.975,00 (iva compresa al 22%) totalmente cofinanziata dall'Ateneo.

	a.a. 2020/2021	a.a. 2021/2022	a.a. 2022/2023	a.a. 2023/2024	totale
m ² per funzioni didattiche	9477	13.206	13.206	13.206	
Studenti iscritti entro 1 anno di corso	9277	11.000	11.000	11.000	
Finanziamento richiesto Ministero programmazione triennale €	0	0	0	0	0
Cofinanziamento Ateneo €		567.975 €			567.975 €
Valore dell'indicatore	1,02	1,20	1,20	1,20	

Indicatore D_b)

Proporzione di Dottori di ricerca che hanno trascorso almeno 3 mesi all'estero

Fonte dei Dati Indicatore: Anagrafe Nazionale Studenti – Post Laurea
Descrizione Numeratore: Dottori di ricerca che hanno trascorso almeno 90 giorni, anche non consecutivi all'estero, inclusi eventuali periodi di “mobilità virtuale”.
Descrizione Denominatore: Dottori di ricerca
Situazione iniziale: a.s. 2020

Il valore iniziale di questo indicatore fornito dal Ministero è pari a zero. In realtà nel 2020 si sono addottorati 55 studenti, di cui 23 hanno trascorso un periodo all'estero superiore a 3 mesi, per cui il valore dell'indicatore è pari a 0,418. Trattandosi di Dottori di Ricerca, ovvero di coloro che hanno già conseguito il titolo i dottorati di riferimento dovrebbero riguardare il XXXIII, il XXXIV e il XXXV ciclo del dottorato secondo quanto riportato nella tabella 1d.

Tabella 1d - Cicli dottorati di ricerca				
ciclo	I anno	II anno	III anno	Anno rif.
XXXIII	2017-18	2018-19	2019-20	2021
XXXIV	2018-19	2019-20	2020-21	2022
XXXV	2019-20	2020-21	2021-22	2023

In tabella 2d è indicata l'attuale situazione dei dottori di ricerca per tali cicli rammentando, comunque, che per delibera di Ateneo vi è l'obbligo per tutti i dottorandi del curriculum internazionale di permanere almeno 3 mesi all'estero.

Tabella 2d						
Titolo dottorato	XXXIII		XXXIV		XXXV	
	Dottori di ricerca	estero 3 mesi	Iscritti al 3 dottorato	estero 3 mesi	Iscritti al 2 dottorato	estero 3 mesi
Ambiente, risorse e sviluppo sostenibile	4	3	4	2	6	0
Fenomeni e rischi ambientali	4 (3+1)	4	6	3	2	0
Eurolinguaggi e terminologie specialistiche	5	5	5	1	6	0
Scienze delle attività motorie e sportive	5	1	5	1	4	1
Economia, statistica e sostenibilità	4 (1+3)	2	10	0	6	0
Il diritto dei servizi nell'ordinamento italiano ed europeo	8 (6+2)	2	8	1	8	0
Diritto e istituzioni economico-sociali: profili normativi, organizzativi e storico evolutivi	8 (7+1)	2	8	7	6	4
Information and Communication Technology and Engineering	7 (1+6)	1	5	1	5	0
Energy Science and Engineering	7 (5+2)	5	9	6	5	1
Governance, management and economics	4 (3+1)	2	5	5	5	1
totale	56 (40+16)	27	65	27	53	7

Per il XXV ciclo i dottorandi appartenenti al curriculum internazionale sono teoricamente 47 per cui il valore dell'indicatore risulterebbe pari a 0,887.

Considerando che il finanziamento annuale del ministero per i dottorati di ricerca dell'Ateneo copre circa il 60% dell'effettivo costo e considerando che l'importo della maggiorazione per l'estero è di 639 €/mese, si richiede un finanziamento del 40% dell'importo complessivo del costo annuo di tale maggiorazione.

Ne consegue il seguente prospetto per l'indicatore D_b

	2020	2021	2022	2023	totale
Numero di dottori che hanno trascorso 3 mesi all'estero	11	27	27	47	
Numero di dottori totali	46	56	65	53	
Finanziamento richiesto Ministero programmazione triennale €		20.703 €	20.703 €	36.040 €	77.446 €
Cofinanziamento Ateneo €		0	0	0	
Valore dell'indicatore	0,239	0,48	0,42	0,89	
Valore di target				0,79	

Indicatore D_h

Numero di insegnamenti erogati in lingua estera sul totale degli insegnamenti dell'anno accademico

Fonte dei Dati Indicatore: Banca dati SUA – CdS
<u>Descrizione Numeratore:</u> Numero di insegnamenti inseriti nella SUA nell'a.a. di riferimento con lingua diversa dall'italiano
<u>Descrizione Denominatore:</u> Numero totale di insegnamenti inseriti nella SUA- CdS nell'anno di riferimento
Situazione iniziale: a.a. 2020/2021

Oltre gli obiettivi e le azioni precedentemente individuati dall'Ateneo nell'ambito della Programmazione triennale 2021-2023 l'Ateneo, ai sensi dell'art. 5 comma 2 aggiunge un ulteriore indicatore riferito all'obiettivo D (Essere protagonisti di una dimensione internazionale) relativamente all'azione "Corsi di studio internazionali" ed al relativo indicatore D_k "Numero di insegnamenti erogati in lingua estera sul totale degli insegnamenti dell'anno accademico".

Il quadro degli insegnamenti per Scuola, Corsi di Studio e anno accademico è di seguito riportata.

Scuola interdipartimentale delle Scienze, dell'Ingegneria e della Salute

Insegnamenti dei Corsi di Studio di I e II livello erogati in lingua inglese

AA 2020/21

Nessun insegnamento erogato in lingua inglese

AA 2021/21

Il primo anno del Corso di Laurea Magistrale in INFORMATICA APPLICATA (MACHINE LEARNING E BIG DATA) sarà erogato esclusivamente in lingua inglese: 6 insegnamenti, per un totale di 48 CFU.

Tale CdS è erogato in lingua inglese in funzione dell'accordo con il Massachusetts Institute of Technology - Sloan School of Management che prevede al secondo anno di corso di poter riconoscere le attività del Master in Entrepreneurship and Innovation Management. Il primo anno è comune ai due Curriculum: "Machine Learning and Big Data" e "Innovation".

Il primo anno del Corso di Laurea Magistrale in INGEGNERIA GESTIONALE – CURRICULUM "LINGUA INGLESE" sarà erogato esclusivamente in lingua inglese: 5 insegnamenti, per un totale di 45 CFU.

Anche tale Curriculum del CdS prevede il riconoscimento al secondo anno del Master in Entrepreneurship and Innovation Management in collaborazione con il Massachusetts Institute of Technology - Sloan School of Management.

AA 2022/23

Il primo anno e il secondo anno del Corso di Laurea Magistrale in INFORMATICA APPLICATA (MACHINE LEARNING E BIG DATA) saranno erogati esclusivamente in lingua inglese: 11 insegnamenti, per un totale di 84 CFU + 5 insegnamenti (30 CFU) denominati Tech Skill del Curriculum INNOVATION.

Il primo anno e secondo anno del Corso di Laurea Magistrale in INGEGNERIA GESTIONALE – CURRICULUM LINGUA INGLESE saranno erogati esclusivamente in lingua inglese: 10 Insegnamenti, per un totale di 90 CFU.

Entrambi i curriculum, come detto, rientrano nell'accordo stipulato con il MIT.

AA 2023/24

Stessa situazione dell'AA 2022/23

Scuola interdipartimentale di Economia e Giurisprudenza

Insegnamenti dei Corsi di Studio di I e II livello erogati in lingua inglese

AA 2020/21

I corsi erogati in inglese sono complessivamente 37 e coinvolgono tre corsi di studio, uno triennale e due magistrali. Il corso di laurea triennale in ECONOMIA AZIENDALE prevede un percorso in inglese al terzo anno, nel cui ambito si erogano 12 insegnamenti per un totale di 81 cfu.

Il corso di laurea magistrale in Marketing e management internazionale prevede un percorso biennale interamente in inglese. Gli insegnamenti attivati (I e II anno) sono 17 per un totale di 96 cfu. Il corso di laurea Fashion, art and food management, di nuova istituzione, ha erogato quest'anno solo il I anno. Gli insegnamenti erogati sono stati 8 per complessivi 63 cfu.

AA 2021/21

I corsi erogati in inglese saranno complessivamente 49 e coinvolgeranno tre corsi di studio, uno triennale e due magistrali. Il corso di laurea triennale in ECONOMIA AZIENDALE continuerà a prevedere un percorso in inglese al terzo anno, nel cui ambito si erogano 11 insegnamenti per un totale di 81 cfu.

Il corso di laurea magistrale in Marketing e management internazionale continuerà a prevedere un percorso biennale interamente in inglese (innovation). Gli insegnamenti attivati (I e II anno) saranno 16 per un totale di 96 cfu. A questo percorso si aggiungerà il percorso Entrepreneurship, in funzione dell'accordo con il Massachusetts Institute of Technology - Sloan School of Management. Il primo anno di questo percorso sarà mutuato interamente dal percorso Innovation.

Il corso di laurea Fashion, art and food management erogherà entrambi gli anni. Gli insegnamenti erogati saranno 13 per complessivi 102 cfu.

AA 2022/23

I corsi erogati in inglese saranno complessivamente 45 e coinvolgeranno tre corsi di studio, uno triennale e due magistrali. Il corso di laurea triennale in ECONOMIA AZIENDALE continuerà a prevedere un percorso in inglese al terzo anno, nel cui ambito si erogheranno 8 insegnamenti per un totale di 54 cfu.

Il corso di laurea magistrale in Marketing e management internazionale continuerà a prevedere due percorsi (Innovation e Entrepreneurship) interamente in inglese. Gli insegnamenti attivati (I e II anno) saranno 24. Il primo anno sarà comune e il secondo anno del percorso Ent sarà mutuato pressochè interamente dal Master MI in virtù del citato accordo che prevede al secondo anno di corso di poter riconoscere le attività del Master in Entrepreneurship and Innovation Management. In virtù di tali mutuazioni i cfu erogati saranno 102.

Il corso di laurea Fashion, art and food management erogherà entrambi gli anni. Gli insegnamenti erogati saranno 13 per complessivi 102 cfu.

AA 2023/24

Stessa situazione dell'AA 2022/23

Il valore iniziale dell'indicatore censito dalla banca dati ministeriale riferita all'a.a. 2020/21 è pari a 0,050 (numero di insegnamenti erogati in lingua inglese pari a 40 a fronte di 795 insegnamenti complessivi).

L'Ateneo intende attivare un progetto per la sperimentazione di metodologie didattiche innovative (MOOC) sui 66 insegnamenti erogati in lingua inglese.

L'offerta formativa di Ateneo prevederà nell'a.a. 2022/23 allo stato 66 insegnamenti erogati in lingua inglese all'interno di percorsi triennali e/o magistrali delle scuole di Economia e Giurisprudenza (SIEGI) e di Ingegneria, Scienze e della Salute (SIS).

Allo scopo di agevolare la fruizione di tali corsi da parte degli studenti, l'Ateneo si propone di attivare moduli MOOC in lingua su ciascun insegnamento.

Per definizione la produzione di un MOOC non si sostituisce al materiale didattico del corso ovvero alla lezione frontale, esso costituisce, piuttosto, un elemento di approfondimento e di facilitazione con riferimento a tematiche specifiche del corso, opportunamente definite in fase di progettazione.

A tale scopo la realizzazione dei MOOC dovrà prevedere:

- 1) Una fase di progettazione dei contenuti didattici in riferimento a ciascun corso
- 2) La preparazione di materiale didattico opportunamente predisposto per un utilizzo digitale
- 3) La realizzazione del video
- 4) La produzione e post-produzione

Le fasi 1 e 2 saranno a carico dei docenti che si dimostreranno interessati a misurarsi con tale nuova metodologia didattica, mentre le fasi 3 e 4 prevedono il coinvolgimento di un supporto tecnico e di regia che consenta una erogazione efficace dei contenuti didattici.

Il materiale così predisposto sarà reso accessibile agli studenti su piattaforma dedicata, costituendo così un primo nucleo di contenuti digitali di libera fruizione.

Lo scopo di tale azione resta quello di facilitare la fruizione dei contenuti dei 66 insegnamenti in inglese previsti nell'offerta didattica di ateneo, ma al contempo esso consente, se opportunamente gestito, di offrire pillole di contenuti per una migliore azione di orientamento, anche su scala internazionale.

Costi di Attrezzature previsti:

Attrezzature Audio Video circa € 10.010 (Videocamera Sony FDR-AX43, Fotocamera Sony Alpha ILCE 6400, Illuminatore, Microfono Lavalier, Fondale ed altri accessori)

Costi per servizi di produzione e post produzione: circa 250 €/video, n. video 66

Costo complessivo produzione e post-produzione : euro 26.510

Spese per incentivazione del personale docente interessato: N. corsi 66, Costo incentivazione per corso euro 4.334.

Costo complessivo docenze: euro 286.044.

Totale Costo Azione MOOC Attrezzature euro 10.010

servizi di produzione e post produzione: euro 26.510

Docenze: euro 286.044.

Totale: euro 312.554

L'Ateneo cofinanzierà il progetto con l'impegno sui propri fondi di bilancio l'importo di € 1.300.000 per 5 anni a partire dall'a.a. 2021/2022 per l'accordo con il MIT (pertanto nel triennio 2021-23 saranno impegnati 780.000 €) che va considerato quale aliquota di cofinanziamento dell'Ateneo al programma triennale, preferendo richiedere il finanziamento ministeriale per il Programma triennale finalizzato esclusivamente per l'incremento delle borse di studio per gli studenti inclusi gli iscritti al secondo anno delle lauree magistrali erogate in collaborazione con il MIT.

Alla luce di quanto sopra esposto il valore di tale indicatore si incrementa nel triennio 2021-23 così come indicato nel seguente prospetto:

	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	totale
Numero insegnamenti inglese SIS	-	11	21	21	
Numero insegnamenti inglese SIEG	40	49	45	45	
Numero di insegnamenti totali in inglese	40	60	66	66	
Numero di insegnamenti totali	795	815	821	821	
Attrezzature		25.010 €	1.500 €		26.510 €
redazione MOC personale docente		260.040 €	26.004 €		286.044 €
Finanziamento richiesto Ministero programmazione triennale €		285.050 €	27.504 €	0	312.554 €
cofinanziamento Ateneo €		260.000 €	260.000 €	260.000 €	780.000 €
totale		545.050 €	287.504 €	260.000 €	1.092.554 €
Valore dell'indicatore/target	0,05	0,074	0,080	0,080	

Indicatore E_h

Rapporto tra risorse per la formazione del personale TA e numero di TA di ruolo

Fonte dei Dati Indicatore: Fonte di Ateneo che richiede la validazione del Nucleo di Valutazione dell'Ateneo. Situazione iniziale 31 dicembre 2020, Banca dati DALIA
Descrizione Numeratore: Risorse finanziarie impegnate per la formazione del personale tecnico – amministrativo al 31/12
Descrizione Denominatore: Unità di personale tecnico – amministrativo al 31/12. Sono inclusi i Dirigenti e collaboratori esperti linguistici e i lettori (laddove presenti)
Situazione iniziale 31 dicembre 2020

La formazione, professionale e continua, è considerata dall'Ateneo uno strumento strategico di fondamentale importanza per la crescita del personale e per l'innalzamento del livello qualitativo dei servizi prestati.

Il vigente Statuto dell'Università degli Studi di Napoli "Parthenope", in particolare l'articolo 47, prevede che l'Ateneo valorizzi la professionalità del personale tecnico amministrativo promuovendone la crescita professionale. A tal fine l'Ateneo ha definito il presente piano triennale per la formazione e l'aggiornamento professionale, in attuazione del quale sono organizzati, direttamente o in collaborazione con altri enti, incontri, corsi di preparazione e perfezionamento, conferenze e seminari.

L'aggiornamento e la formazione professionali possono essere obbligatori o facoltativi e riguardano tutto il personale.

Il Piano Strategico di Ateneo ed il Piano della Performance costituiscono un riferimento indispensabile per la programmazione della formazione, in coerenza con il contesto di riferimento e con gli obiettivi strategici e operativi dell'Ateneo.

Le iniziative di formazione e aggiornamento del personale saranno, dunque, collegate agli ambiti strategici di intervento per lo sviluppo del Piano Strategico di Ateneo 2016-2022, ovvero:



La formazione professionale durante l'emergenza sanitaria da COVID – 19

A seguito dell'emergenza sanitaria da COVID – 19 e della contestuale sospensione di ogni tipo di riunione, evento sociale e di ogni altra attività convegnistica o congressuale, questa Università ha inteso comunque promuovere percorsi formativi ed informativi in modalità agile, per non escludere i lavoratori dal contesto lavorativo e dai processi di gestione dell'emergenza.

Sentiti i Responsabili delle strutture si è reso, pertanto, necessario programmare la formazione, in modalità on line e a distanza, assicurando lo svolgimento di quegli stessi percorsi inizialmente previsti in presenza per tutto il personale tecnico - amministrativo.

Gli interventi formativi in modalità agile si articolano in due livelli:

- Formazione generale sulle conoscenze di base

Rientrano tra queste attività, a titolo esemplificativo, non esaustivo, i corsi di digitalizzazione/tutela della privacy/anticorruzione e tutti quei corsi finalizzati all'acquisizione di competenze, aggiornamenti e approfondimenti utili per l'ottimizzazione dei risultati professionali di ciascuno. La condizione per consentire l'erogazione delle attività formative generali a distanza è che la soluzione tecnica prescelta consenta lo svolgimento da remoto, assicurando lo svolgimento di quegli stessi corsi pensati inizialmente per essere somministrati in presenza.

- Formazione specifica sul lavoro agile

Il Dipartimento della Funzione Pubblica, sul proprio sito istituzionale, al link <http://www.funzionepubblica.gov.it/lavoro-agile-e-covid-19/faq>, ha espressamente previsto la possibilità, per le Amministrazioni Pubbliche, di promuovere percorsi informativi e formativi in modalità agile, per non escludere i lavoratori dal contesto lavorativo e dai processi di gestione dell'emergenza.

Questo Ateneo ha recepito le predette indicazioni nel “Piano Post lockdown Fasi 2 e 3”, pubblicato sul sito istituzionale dell'Ateneo, nel quale è stato previsto quanto segue.

Tra le attività formative pianificate rientrano:

✓ Formazione tecnica specifica del personale tecnico addetto ai servizi informatici sulle tecnologie per lo sviluppo di applicazioni Web sicure:

Tutti gli applicativi attualmente in house dovranno essere reingegnerizzati. Requisiti da soddisfare:

- Dovrà essere garantita una completa integrazione (no a “silos” di informazioni);
- Dovrà essere fornito lo stesso “look and feel”;
- Dovranno essere garantiti elevati standard di sicurezza e di scalabilità ;

Si farà ricorso al contratto con Oracle definito da CRUI per gli atenei aderenti al programma “Centrale Acquisti” di CRUI + convenzione SPC2 per la messa in sicurezza dei processi amministrativi (sviluppo software).

✓ Formazione del personale tecnico addetto ai servizi informatici, del personale tecnico amministrativo sull’uso delle tecnologie per lo smart working;

Per la formazione del personale tecnico addetto ai servizi informatici, si adotterà un modello di training del tipo “hub and spoke”, in cui il personale con maggiore esperienza apprenderà le nuove tecnologie, sotto la supervisione del Rettore. Saranno poi organizzati seminari, webinar ed esercitazioni guidate, in cui il personale tecnico così formato, trasferirà il proprio bagaglio al resto dello staff tecnico. Per la formazione del personale tecnico-amministrativo, si adotterà invece un approccio di “training on the job”: il personale tecnico-amministrativo sarà guidato dal personale tecnico addetto ai servizi informatici nell’esecuzione delle varie operazioni (creazione di gruppi di lavoro, condivisione di cartelle e file, editing collaborativo di documenti, etc.). Si tratta di un’attività interna senza costi aggiuntivi.

Le azioni formative per gli anni 2021-2023 sono volte al consolidamento ed all’aggiornamento delle competenze che i diversi attori devono possedere per raggiungere le performance richieste.

Per il personale tecnico amministrativo gli interventi formativi e di aggiornamento professionale sono autorizzati dalla Direzione Generale/Direttore di Dipartimento sulla base delle richieste motivate dei dirigenti e dei responsabili delle strutture, in relazione al budget disponibile, verificata la congruità con i piani vigenti.

Nel caso in cui i responsabili delle strutture ravvisino particolare necessità o urgenza di attivare interventi formativi non previsti nel presente Piano, potranno presentare richiesta motivata a Direzione Generale/Direttore di Dipartimento che ne valuterà l’opportunità sulla base delle motivazioni indicate, della congruità con il profilo e con le attività svolte.

Per il personale dirigente gli interventi formativi e di aggiornamento professionale sono autorizzati dal Direttore Generale. Nei casi di particolare necessità o urgenza l’attivazione/autorizzazione degli interventi formativi potrà avvenire in deroga a quanto previsto nei piani formativi; in tal caso il Direttore Generale valuterà le motivazioni alla base delle richieste.

I percorsi formativi si prefiggono di raggiungere i seguenti obiettivi:

- Aggiornamento: per l’accrescimento delle competenze esistenti e connesse al ruolo ricoperto;
- Formazione: intesa quale opportunità di acquisire competenze o aggiornamenti e approfondimenti utili per l’ottimizzazione dei risultati professionali individuali.

Al riguardo il CCNL per il personale tecnico amministrativo delle università ha previsto che la formazione e l'aggiornamento del personale, che riguardano tutto il personale, con contratto sia a tempo determinato che indeterminato, possano essere obbligatori o facoltativi e che le relative iniziative si svolgano secondo programmi definiti.

Tali programmi dovranno tener conto dei seguenti criteri e modalità operative:

- Identificazione degli obiettivi formativi e degli standard previsti;
- Previsione di forme di verifica finale per le iniziative preordinate ad offrire opportunità di sviluppo professionale e retributivo;
- Trasferibilità delle esperienze formative maturate;
- Certificazione relativa al percorso formativo effettuato e all'esito raggiunto in termini di qualificazione professionale aggiuntiva;
- Svolgimento dei corsi negli orari di lavoro;
- Possibilità di partecipazione per tutto il personale, prevedendo meccanismi di rotazione, in modo da garantire tempestive opportunità formative a coloro che maturino i requisiti di anzianità per partecipare alle procedure selettive preordinate alle progressioni economiche e di categoria.

L'individuazione dei fabbisogni formativi cui dedicare il piano di formazione è stata pertanto effettuata a seguito delle seguenti azioni:

1. Ricognizione delle esigenze delle varie aree, attraverso riunioni svoltesi con i Responsabili delle strutture, al fine di individuare il percorso più idoneo per ciascun dipendente, con l'obiettivo di ottenere una partecipazione responsabile al processo della formazione;
2. Ascolto attivo dei dipendenti avviati in formazione;
3. Successivi incontri con i Responsabili delle strutture.

Dall'analisi dei dati scaturiti dalla rilevazione del fabbisogno formativo emerge l'esigenza, per il triennio 2021-2023, di:

- Assicurare un adeguato livello delle conoscenze nei settori legati ai maggiori aggiornamenti normativi;
- Aggiornare il livello di conoscenza della normativa e il livello di padronanza delle procedure che caratterizzano l'attività delle strutture, tenuto conto dei cambiamenti introdotti dal lavoro agile (strumenti e contesto interno);
- Promuovere il potenziamento dell'efficienza gestionale dei singoli operatori (organizzazione del lavoro);
- Rafforzare le competenze individuali di natura trasversale e tecnico – specialistica;

- Promuovere l'organizzazione delle attività (coinvolgimento trasversale) in riferimento agli obiettivi fissati dai documenti strategici di Ateneo.

Dalle indicazioni pervenute, è stato possibile delineare le linee di intervento, tenuto conto della disponibilità finanziaria che dovrà essere utilizzata nel più scrupoloso rispetto del principio della economicità, ma anche della trasparenza dell'offerta formativa e del ricorso al criterio della rotazione nel caso di impossibilità a soddisfare tutte le richieste.

I dati raccolti sono stati oggetto di analisi e verifica nei macro-contenuti da parte del settore competente e sono state individuate le priorità di intervento. Sono stati effettuati, inoltre, ulteriori approfondimenti al fine di passare da una generica indicazione di macro-aree di contenuto, ad individuazione, non vincolante, di corsi da realizzare in sede e partecipazioni del personale a seminari e convegni esterni di alta specializzazione.

Gli interventi formativi si articolano in due livelli:

- Formazione di livello generale: raccoglie le iniziative formative obbligatorie o non direttamente riconducibili ad uno o più profili professionali. L'Università degli Studi di Napoli "Parthenope" intende garantire una formazione di base ai propri dipendenti, che sia spendibile in tutti gli aspetti della vita professionale. Per quest'Università è importante fornire al lavoratore un "bagaglio formativo" di base, affinché ciascun dipendente possa utilizzarlo durante tutto il corso della vita lavorativa, a prescindere da eventuali cambi di area, profilo e struttura d'afferenza. Rientrano in questa tipologia di percorsi, gli interventi formativi sull'organizzazione, i modelli comportamentali, l'aggiornamento linguistico, informatico e la comunicazione intesa anche come gestione della web tv;
- Formazione di livello specifico: comprende iniziative che rappresentano il prodotto diretto della raccolta e analisi dei fabbisogni formativi nelle ripartizioni e nei dipartimenti e, per questo motivo, la partecipazione ad esse è tendenzialmente determinata non solo dalle caratteristiche professionali, ma anche dalla collocazione organizzativa. I Percorsi Formativi specifici dell'area Tecnico-Scientifica mirano, infatti, a sviluppare competenze proprie di alcune materie non sempre trasversali all'organizzazione, ma specifiche di alcuni settori.



Anticorruzione, trasparenza e protezione dei dati personali
Ambito bibliotecario
Contabilità – Fisco
Didattica – Ricerca
Giuridico- Amministrativo
Informatica/Digitalizzazione
Linguistico
Anticorruzione, trasparenza e protezione dei dati personali
Risorse umane, comportamento organizzativo e comunicazione
Tecnico - scientifico
Aggiornamento professionale
Formazione per il supporto del lavoro agile

Codici di comportamento e codici disciplinari
Dematerializzazione, archiviazione e tematiche connesse.
Contabilità economica e patrimoniale, manutenzione e gestione patrimoni immobiliari
Offerta formativa, sistema di valutazione universitaria
Il CCNL Istruzione e Ricerca, reclutamento carriera e gestione rapporto di lavoro
Informatica (vari livelli)
Inglese (vari livelli)
Accoglienza, servizi all’utenza
Didattica, Programma Esse3 e laboratori per la didattica e la ricerca scientifica
Corsi Cineca, Co.In.Fo.
Formazione tecnica sull’uso delle tecnologie per la didattica a distanza, per lo smart working e per lo sviluppo di applicazioni web sicure compresa la realizzazione della Web TV.

Gli argomenti elencati nella sezione del diagramma “Formazione di livello specifico” non hanno carattere esaustivo, ma meramente esemplificativo e possono essere soggetti a variazione.

Il contenuto dei programmi dei percorsi di formazione specifica saranno individuati di volta in volta dai Responsabili, secondo le necessità formative del personale coinvolto.

Il personale tecnico amministrativo, di ogni Area professionale e categoria, ed il personale dirigente, sono indistintamente coinvolti negli interventi formativi e di aggiornamento professionale.

Nel rispetto del principio di pari opportunità di accesso alla formazione, ad ogni iniziativa formativa e di aggiornamento, viene favorita la massima partecipazione di dipendenti, compatibilmente con gli obiettivi del corso, con i vincoli economici e con quelli organizzativo – gestionali.

Indirizzo formativo di livello generale	Destinatari
Anticorruzione e trasparenza, protezione dei dati personali	Personale delle Aree: Amministrativa, Amministrativa – gestionale, Tecnica, Tecnico – scientifica ed elaborazione dati, servizi Generali e Tecnici e Biblioteche
Ambito bibliotecario	Personale delle Aree: Amministrativa, Amministrativa – gestionale, Tecnica, Tecnico – scientifica ed elaborazione dati, servizi Generali e Tecnici e Biblioteche
Contabilità – Fisco	Personale delle Aree: Amministrativa, Amministrativa – gestionale, Tecnica, Tecnico – scientifica ed elaborazione dati, servizi Generali e Tecnici e Biblioteche
Didattica – Ricerca	Personale delle Aree: Amministrativa, Amministrativa – gestionale, Tecnica, Tecnico – scientifica ed elaborazione dati e Biblioteche
Giuridico- Amministrativo	Personale delle Aree: Amministrativa, Amministrativa – gestionale, Tecnica, Tecnico – scientifica ed elaborazione dati, servizi Generali e Tecnici e Biblioteche
Informatico	Personale delle Aree: Amministrativa, Amministrativa – gestionale, Tecnica, Tecnico – scientifica ed elaborazione dati, servizi Generali e Tecnici e Biblioteche
Linguistico	Personale delle Aree: Amministrativa, Amministrativa – gestionale, Tecnica, Tecnico – scientifica ed elaborazione dati, servizi Generali e Tecnici e Biblioteche
Risorse umane, comportamento organizzativo e comunicazione	Personale delle Aree: Amministrativa, Amministrativa – gestionale, Tecnica, Tecnico – scientifica ed elaborazione dati, servizi Generali e Tecnici e Biblioteche
Tecnico - scientifico	Personale delle Aree: Amministrativa, Amministrativa – gestionale, Tecnica, Tecnico – scientifica ed elaborazione dati, servizi Generali e Tecnici e Biblioteche
Aggiornamento professionale	Personale delle Aree: Amministrativa, Amministrativa – gestionale, Tecnica, Tecnico – scientifica ed elaborazione dati, servizi Generali e Tecnici e Biblioteche

Per la formazione del personale sono stati complessivamente spesi, nell'anno 2020, 72.796,46 euro.

Alla luce dell'importo speso nel 2020, e delle indagini di mercato svolte, si presume che gli importi di spesa per la formazione del personale, dirigenziale e tecnico amministrativo, siano i seguenti:

- ✓ Anno 2021: 130.000 euro
- ✓ Anno 2022: 130.000 euro
- ✓ Anno 2023: 180.765 euro

La programmazione della formazione:

- tiene conto della programmazione e degli obiettivi strategici operativi annuali;
- tiene conto del sistema delle relazioni sindacali previste dai contratti collettivi nazionali e dal contratto integrativo di Ateneo, ed è realizzata attraverso il preventivo confronto;
- è realizzata secondo criteri di massima partecipazione e trasparenza;
- garantisce pari opportunità di partecipazione dei dipendenti alle iniziative di formazione e aggiornamento professionale, senza distinzione di genere, ruoli, categorie e profili professionali;
- garantisce il diritto del singolo alla formazione permanente durante tutto l'arco della vita lavorativa e la trasparenza sugli obiettivi formativi perseguiti, anche in termini di trasferibilità dei risultati raggiunti e della loro capitalizzazione nel percorso formativo individuale;
- tiene conto dei principi di contenimento della spesa pubblica ed è realizzata attraverso un efficiente utilizzo delle risorse finanziarie disponibili, garantendo, comunque, la qualità delle azioni formative;
- progetta la formazione come dimensione permanente della vita professionale dei dirigenti mirata al raggiungimento di qualità manageriali di eccellenza;
- presta attenzione alla qualità, all'efficacia e all'efficienza dell'attività formativa che deve rispondere a standard qualitativi elevati e il cui risultato deve essere valutato in termini di cambiamento prodotto (incidenza sulla crescita professionale dei partecipanti, impatto organizzativo, miglioramento qualitativo e quantitativo del servizio prestato);
- deve soddisfare le esigenze formative di strutture diverse.

La formazione viene attuata attraverso:

1. Moduli tradizionali in aula (compatibilmente con la normativa riferita all'emergenza epidemiologia Covid-19): attività formative, caratterizzate dalla presenza di un docente e di un gruppo di persone, finalizzate al trasferimento di conoscenze nell'ambito del programma didattico strutturato e definito a priori;
2. Moduli di tipo seminariale: attività finalizzate al trasferimento di conoscenze e/o esperienze su un determinato argomento;
3. Formazione online: attività specifiche finalizzate allo sviluppo e/o trasferimento di conoscenze e/o esperienze su tematiche e/o argomenti generali o settoriali con l'ausilio di tecnologia avanzata (Azioni a supporto dello smart working).

L'Università riconosce e valorizza i contributi individuali e le professionalità sviluppate dai dipendenti e, a tali fini nei limiti delle risorse disponibili, promuove l'accesso privilegiato dei dipendenti a percorsi di alta formazione in primarie istituzioni educative nazionali e internazionali. La formazione certificata e pertinente costituisce, ai sensi della vigente normativa, criterio generale per le selezioni ai fini delle progressioni economiche all'interno di ciascuna categoria.

Ai sensi della normativa vigente, la formazione certificata e pertinente costituisce un indicatore ponderato, da assumere a riferimento ai fini delle progressioni di carriera. La contrattazione integrativa può decidere di attribuire alla formazione certificata e pertinente - autorizzata dall'Amministrazione/Responsabile di struttura - una maggiore valorizzazione della formazione interna all'Ateneo (da intendersi con riferimento a tutte le strutture dell'Ateneo).

Il D.P.R. 16 aprile 2013, n. 70 prevede che le amministrazioni dello Stato, anche a ordinamento autonomo e gli enti pubblici non economici si rivolgano prioritariamente alle Scuole del Sistema Unico per la formazione del proprio personale.

La programmazione della formazione è ispirata al criterio generale dell'effettiva corrispondenza tra le esigenze formative delle amministrazioni e l'offerta formativa del Sistema Unico, al fine di garantire un utilizzo razionale delle risorse.

Le esigenze formative accolte dal Piano possono essere soddisfatte prioritariamente tramite le Scuole rientranti nel Sistema unico del reclutamento e della formazione pubblica, SNA – Scuola Nazionale dell'Amministrazione, Formez e Co.In.fo.

Per la realizzazione del Piano della Formazione, l'Università Parthenope può, inoltre, avvalersi di soggetti esterni di comprovata competenza ed esperienza professionale.

La scelta dei soggetti esterni avviene nel rispetto della legislazione vigente in materia, secondo principi di trasparenza e competenza specialistica:

- mediante iniziative realizzate dall'Università anche ricorrendo alla collaborazione di docenti esterni, professionisti od esperti di altre amministrazioni;
- mediante stipula di opportune convenzioni con università o enti accreditati;
- mediante affidamento a soggetti esterni (selezionati con le procedure previste per l'acquisizione di beni e servizi), che realizzano interventi necessari secondo le puntuali indicazioni dell'Università;
- facendo partecipare il personale a seminari, convegni, meeting, organizzati da soggetti terzi;
- facendo partecipare il personale dell'Ateneo ad iniziative realizzate da soggetti interni (qualora i Dirigenti degli Uffici, ritengano che la richiesta di attività formativa di natura specialistica possa essere soddisfatta con l'ausilio del personale e degli strumenti di cui è dotata l'Amministrazione,

senza ricorrere all'esterno, propongono la nomina dei tutor responsabili del progetto stesso, che abbiano le competenze necessarie per tenere i corsi di formazione).

Attraverso la formazione s'intende prendere in considerazione le esigenze di funzionamento e sviluppo dei vari livelli:

- a livello di sistema organizzativo, cercando di assicurare all'amministrazione le competenze e le strumentazioni necessarie per contribuire al raggiungimento degli obiettivi strategici (mission istituzionale);
- a livello di sottosistemi (Ripartizioni /Uffici/Dipartimenti), erogando una formazione mirata alle specifiche esigenze di potenziamento dell'efficienza e dell'efficacia dell'Organizzazione (strutturazione interna);
- a livello di singola risorsa, garantendo una formazione che risponda alle aspettative di sviluppo professionale dei dipendenti (aggiornamento individuale).

Il presente Piano è stato, inoltre, notificato al Comitato Unico di Garanzia dell'Ateneo, ai sensi del vigente "Regolamento di funzionamento del Comitato Unico di Garanzia per le pari opportunità, la valorizzazione del benessere di chi lavora e contro le discriminazioni", emanato con D.R. n. 1010 del 17/12/2014.

Lo sviluppo delle competenze professionali così raggiunto, consentirà un miglioramento delle prestazioni e garantirà un valido contributo al raggiungimento degli obiettivi strategici di questa Università. L'Ateneo ritiene, infatti, che la formazione e l'aggiornamento professionale non rappresentino un mero costo, ma un vero e proprio investimento. L'amministrazione investe in formazione ed aggiornamento perché intende raggiungere determinati risultati.

FORMAZIONE PTA	2020	2021	2022	2023	totale
Unità di PTA	256			293	
Cofinanziamento Ateneo €		50.000 €	50.000 €	50.000 €	150.000 €
Finanziamento richiesto Ministero programmazione triennale €		80.000 €	80.000 €	117.765 €	277.765 €
totale formazione		130.000 €	130.000 €	180.765 €	440.765 €
Valore dell'indicatore €/PTA	501			617 €	
Valore di target €/PTA				600,00 €	

Indicatore E_k

Risorse disponibili sul fondo per la premialità rispetto al costo totale del personale universitario

Fonte dei Dati Indicatore: Fonte di Ateneo che richiede la validazione del Nucleo di Valutazione. Denominatore- DALIA
<u>Descrizione Numeratore:</u> Risorse pagate nell'anno di riferimento al personale docente e non docente a valere sul fondo per la premialità di cui all'art. 9 della Legge n. 240/2010
<u>Descrizione Denominatore:</u> Assegni fissi del personale docente e non docente nell'anno di riferimento
Situazione iniziale: anno 2020

Nella seduta del CdA del 07.12.2016 dall'Università Parthenope è stata deliberata l'approvazione del «Regolamento per la disciplina del Fondo Premialità, art. 9, Legge 240/2010». Com'è noto l'art. 9 della Legge 240/2010 prevede l'istituzione di un Fondo di Ateneo per la premialità di professori e ricercatori cui affluiscono le risorse derivanti:

1. dalla mancata attribuzione degli scatti triennali ai docenti dell'Ateneo (art. 6, comma 14, della Legge n. 240/2010);
2. dalle somme attribuite con decreto dal Ministero a ciascuna università, in proporzione alla valutazione dei risultati raggiunti effettuata dall'ANVUR (art. 9 comma 1, della Legge n. 240/2010);
3. le risorse derivanti dal recupero dei compensi per prestazioni eventualmente svolte dai docenti senza autorizzazione (art. 53, comma 7, del D.Lgs. n. 165/2001);
4. da risorse provenienti da quanto previsto dall'art. 61, comma 9, del D.L. 112/2008 (collaudi e arbitrati).

L'art.9, inoltre, prevede che il Fondo può essere integrato anche con una quota dei proventi delle attività conto terzi ovvero con finanziamenti pubblici o privati. In tal caso, le Università possono prevedere, con appositi regolamenti, compensi aggiuntivi per il personale docente e tecnico amministrativo che contribuisce all'acquisizione di commesse conto terzi ovvero di finanziamenti privati, nei limiti delle risorse del Fondo non derivanti da finanziamenti pubblici. L'Ateneo ha emanato con D.R. 381 del 03/08/2020 il Regolamento per la disciplina per il fondo di Premialità (<https://www.uniparthenope.it/ateneo/statuto-e-regolamenti/personale>) che definisce in modo puntuale le voci che con sistematicità costituiscono tale fondo da cui derivano i “compensi aggiuntivi” per il personale. Il Fondo è alimentato da risorse provenienti:

- a) dalla quota percentuale dei proventi delle attività conto terzi ovvero da finanziamenti privati e da finanziamenti provenienti dai progetti di bandi competitivi;
- b) dall'utile netto dei proventi derivanti dalle attività di locazione, anche temporanea, delle strutture immobiliari di proprietà dell'Ateneo, acquisite con fondi propri, non destinate ad uso di didattica e di ricerca;
- c) dall'utile netto dei proventi derivanti dalla concessione in uso degli spazi di Ateneo <https://www.uniparthenope.it/ateneo/statuto-e-regolamenti/carattere-generale-0>;
- d) Ulteriori somme provenienti da finanziamenti esterni destinate dai Dipartimenti;
- e) Finanziamenti diversi provenienti da soggetti pubblici o privati, previa delibera del Consiglio di Amministrazione;
- f) Utile netto derivante dai contributi versati per le selezioni di Ateneo.

Tale regolamento è stato redatto in ottemperanza a quanto previsto dalla Legge 240/2010 e l'istituzione del Fondo in argomento costituisce per l'Ateneo una valida risorsa dove confluiranno tutti i proventi che, per la natura delle attività caratterizzanti questa Università, non rientrano nelle specifiche attività istituzionali di Ateneo ma che al contempo impegnano il personale dipendente nella acquisizione delle risorse economiche su elencate. L'autonomia universitaria e la crescente diminuzione dei trasferimenti di fondi da parte dello Stato, impongono alle Università di trovare finanziamenti propri per reperire le risorse necessarie e pertanto, l'Università si è dotata di un'organizzazione che consente una gestione finanziaria legata alla qualificazione e la qualità dei servizi anche diversi dalla didattica e dalla ricerca mantenendo un alto profilo culturale. In questo contesto, le risorse umane impiegate costituiscono un elemento imprescindibile per gli obiettivi da raggiungere. Alla luce delle suddette osservazioni, l'assetto regolamentare disciplina dettagliatamente: - Le modalità di utilizzo del Fondo (art. 3) - Le modalità di utilizzo delle risorse che integrano il Fondo (art. 4) - Le modalità di conferimento degli incarichi (art. 5) - Le modalità di attribuzione dei compensi (art. 6).

In conclusione, una parte del fondo è destinato per la premialità dei docenti coinvolti in attività di gestione (presidenze scuole, presidenti corsi di studio, coordinatori dottorati di ricerca, delegati rettore, referenti per l'orientamento e placement), una parte per la premialità ai docenti per progetti ed attività didattiche oltre il carico istituzionale ed infine una terza parte per la premialità su obiettivi specifici del personale tecnico amministrativo.

In particolare, l'Ateneo ritiene che l'assetto organizzativo definito nel corso dell'anno 2016 preveda compiti gestionali gravosi per un certo numero di docenti. Tale riassetto ha determinato un significativo

incremento dell'efficienza dell'Ateneo in tutti i settori. Conseguentemente, definiti gli obiettivi di ciascuno dei docenti investiti di oneri gestionali, nel piano strategico e nel presente piano triennale, si ritiene che tali figure possano beneficiare di una quota premiale da attingersi dallo specifico fondo una volta che tale obiettivi siano conseguiti.

L'importo annuo destinato per la premialità dei docenti per i compiti di gestione è pari a circa il 50% del fondo.

L'importo annuo destinato per la premialità dei docenti per progetti e attività didattiche oltre il carico didattico istituzionale è pari a circa il 30% del fondo.

L'importo annuo destinato per la premialità su obiettivi specifici del personale tecnico amministrativo è pari a circa il 20% del fondo.

Pertanto individuando come obiettivo di Ateneo l'obiettivo E (investire sul futuro dei giovani ricercatori e del personale delle Università) ed in particolare E.4 (Integrazione del Fondo per la premialità art. 9 L. 240/2010) l'indicatore da monitorare (E_k) è dato dal rapporto tra le Risorse disponibili sul fondo per la premialità rispetto al costo totale del personale universitario.

Assumendo costante il dato di 26 mln indicato dal ministero come valore degli assegni fissi del personale docente e non docente, si propone il seguente prospetto per l'andamento dell'indicatore E-k.

	2020	2021	2022	2023	totale
Assegni fissi €	26.000.000	26.000.000 €	26.000.000 €	26.000.000 €	
cofinanziamento Ateneo fondo di premialità Ateneo €		234.640 €	500.000 €	380.000 €	1.114.640 €
Finanziamento richiesto Ministero programmazione triennale €		342.027 €	76.667 €	196.667 €	615.361 €
totale fondo premialità		576.667 €	576.667 €	576.667 €	1.730.001 €
Valore dell'indicatore	0	2,22%	2,22%	2,22%	
Valore di target				1,90%	

Si precisa che il valore iniziale indicato nella banca dati per il 2020, validato dal nucleo di valutazione, è pari a zero in quanto la determinazione dell'importo del fondo di premialità si riferisce al "pagato" nell'anno e non all'importo impegnato nel bilancio per tale fondo.

Di seguito si riporta la situazione degli indicatori di Ateneo riferiti alla riduzione dei divari.

Obiettivo A

Ampliare l'accesso alla formazione universitaria

Indicatori di riferimento per la valutazione dei risultati:

- a) **Proporzione di studenti che si iscrivono al II anno della stessa classe di laurea o laurea magistrale a ciclo unico (L, LMCU) avendo acquisito almeno 40 CFU in rapporto alla coorte di immatricolati nell'a.a. precedente**

Fonte dei Dati Indicatore: Anagrafe Nazionale Studenti
Descrizione Numeratore: Iscritti al secondo anno nella stessa classe di immatricolazione, con almeno 40 CFU sostenuti nell'a.a. precedente ed entro il 31/12 nella classe di immatricolazione, sui corsi di laurea di primo livello (L e LMCU - ordinamento D.M. 270). Sono esclusi gli iscritti che hanno effettuato una rinuncia o una sospensione nell'anno accademico.
Descrizione Denominatore: Immatricolati (studenti iscritti per la prima volta al I anno al sistema universitario - prima carriera) nella stessa classe con l'esclusione delle rinunce entro il 31/12. Sono considerati solo gli iscritti ai corsi ex D.M. 270/2004.
Situazione iniziale: Iscritti al II anno a.a. 2018/2019

In tabella 1a è riportato l'andamento della percentuale di studenti dell'Ateneo che proseguono al II° anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 40 CFU al I° anno dal 2014 al 2020. Dall'esame di tale tabella si riscontra un trend positivo dell'indicatore.

Tabella 1a			
a.a	Studenti iscritti II anno con 40 CFU	Studenti iscritti al II anno	Indicatore
2014	557	2.096	26,57%
2015	596	1.995	29,87%
2016	617	1.956	31,54%
2017	563	1.813	31,05%
2018	550	1.550	35,50%
2019	614	1.550	39,61%
2020	729	1.658	43,90%

Le azioni che l'Ateneo intende attivare per incrementare questo indicatore beneficiano di quelle già implementate nella programmazione 2019-2021 (attività di tutoraggio e utilizzo più incisivo delle tecnologie informatiche dedicate alla didattica) a queste saranno aggiunte l'erogazione delle citate 100

borse di studio dell'importo di per gli studenti che si iscrivono al II anno della stessa classe di laurea o laurea magistrale a ciclo unico avendo conseguito più di 40 CFU.

b) Proporzione dei docenti di ruolo indicati come docenti di riferimento che appartengono a settori scientifico-disciplinari (SSD) di base e caratterizzanti nei corsi di studio (L, LMCU, LM) attivato.

Fonte dei Dati Indicatore: Sua – CdS e banca dati docenti.
<u>Descrizione Numeratore:</u> Docenti di ruolo indicati come docenti di riferimento del Corso di Studio (L, LM, LMCU) che appartengono a SSD di base e caratterizzanti per il Corso di Studio
<u>Descrizione Denominatore:</u> Docenti di ruolo indicati come docenti di riferimento del Corso di Studio (L, LM, LMCU).
Situazione iniziale: a.a. 2018/2019

L'indicatore b) dell'obiettivo didattica coincide con quello già individuato dall'ANVUR (iA8) per il monitoraggio annuale dei risultati delle Università. In Tabella 2a è riportato l'andamento di tale indicatore per l'Ateneo negli anni dal 2016 al 2020.

Tabella 2a			
a.a	Docenti di ruolo in SSD caratterizzanti	Docenti di ruolo	Indicatore
2016	266	290	0,916
2017	261	283	0,922
2018	267	291	0,916
2019	283	311	0,910
2020	297	326	0,911

Il valore iniziale di questo indicatore nell'a.a. 2019/20 è pari a 0,911. Le azioni poste in essere dall'Ateneo si concentrano lungo due direttrici.

La prima incrementando il numero di docenti in organico nei SSD di base e caratterizzanti, azione che può avvenire soltanto attraverso il reclutamento di professori e ricercatori attualmente non in organico in Ateneo.

La seconda azione, che l'Ateneo intende promuovere, è una più attenta collocazione dei docenti appartenenti ai SSD di base e caratterizzanti nell'ambito dell'offerta formativa.

Obiettivo B

**Promuovere la ricerca a livello globale e valorizzare il contributo alla competitività del paese,
guidando la transizione digitale ed ecologica;**

Indicatori di riferimento per la valutazione dei risultati:

a) Rapporto fra gli iscritti al primo anno dei corsi di dottorato con borsa di studio rispetto al totale dei docenti di ruolo

Fonte dei Dati Indicatore: Anagrafe Nazionale Studenti – PL e PROPER (DALIA/DOCENTI) Università statali
Descrizione Numeratore: Iscritti al primo anno di corso, di un Corso di Dottorato con borsa. Vengono presi in considerazione: - i dottorandi in possesso di un intervento di supporto diverso da SA4, SF o SR; - gli avvii di carriera a un Corso di Dottorato del ciclo corrispondente, con tipo di invio diverso da I. In presenza di più interventi o di più carriere, si considerano quelli più recenti. Si escludono le carriere che nello stesso anno accademico hanno una sospensione o una chiusura per motivo diverso da L
Descrizione Denominatore: Professori di I e II fascia a tempo indeterminato, ricercatori a tempo indeterminato, ricercatori di tipo a) e b) al 31/12
Numero di docenti al 31/12/2020: 342
Situazione iniziale: a.a. a.a. 2020/2021 (ciclo XXXVI) e a.s. 2020

In tabella 1b sono riportati i dati riferiti a questo indicatore per il XXXVI, XXXVII ciclo.

Tabella 1b						
dato censito Ateneo	XXXVI			XXXVII		
	borse bandite	borse Ateneo	borse assegnate	borse bandite	borse Ateneo	borse assegnate
Titolo dottorato						
Ambiente,risorse e sviluppo sostenibile	10	4	9	6	5	
Fenomeni e rischi ambientali	6	4	5	7	5	
Eurolinguaggi e terminologie specialistiche	8	4	6	7	5	
Scienze delle attività motorie e sportive	6	4	5	8	5	
Economia, statistica e sostenibilità	7	4	5	6	5	
Il diritto dei servizi nell'ordinamento italiano ed europeo	7	4	5	6	5	
Diritto e istituzioni economico-sociali: profili normativi, organizzativi e storico evolutivi	6	4	6	8	5	
Information and Communication Technology and Engineering	7 (1 assegno)	4	7	8	5	
Energy Science and Engineering	8	4	7	10	5	
Governance,management and economics	8	4	8	6	5	
Imprenditorialità e innovazione	10 (1 assegno)	4	10	12 (1 assegno)	5	
Totale	83	44	73	84	55	

Il valore dell'indicatore, censito dal Ministero, è relativo al XXXVI ciclo (a.a. 2020/21) ed è pari a 0,213. Esso (0,177) era diminuito nell'a.a 2018/19 (XXV ciclo) con un valore 0,132. Pertanto già l'incremento conseguito con il XXXVI ciclo è estremamente consistente e come si evince dalla tabella 1b tale valore si dovrebbe ulteriormente incrementare.

b) Proporzione dei proventi da ricerche commissionate, trasferimento tecnologico e da finanziamenti competitivi sul totale dei proventi;

Fonte dei Dati Indicatore: Bilanci Atenei. Per la verifica del risultato finale sarà considerato il valore più alto tra il valore annuale a.s. 2022 e il valore medio del periodo 2020 – 2022.
Descrizione Numeratore: Proventi da ricerche commissionate, trasferimento tecnologico e da finanziamenti competitivi al 31/12
Descrizione Denominatore: Totale dei proventi operativi al 31/12
Situazione iniziale: a.s. 2019

In tabella 2b sono riportati i proventi da ricerche commissionate, da trasferimento tecnologico e da finanziamenti competitivi al 31/12 degli ultimi anni. Va evidenziato che i dati fanno riferimento ai ricavi conseguiti per competenza economica.

Tabella 2b			
anno	Proventi da Ricerche commissionate e trasferimento tecnologico	Proventi da Ricerche con finanziamenti competitivi	Totale
2016	€ 484.720,00	€ 3.733.440,00	€ 4.218.160,00
2017	€ 1.001.130,00	€ 6.036.787,00	€ 7.037.917,00
2018	€ 554.233,00	€ 1.149.303,00	€ 1.703.536,00
2019			€ 4.688.728,00

Il totale delle entrate nel 2019 è stato pari a 59.546.867 per cui il corrispondente valore dell'indicatore è pari a 0,079.

L'Ateneo ritiene strategico incrementare i proventi derivanti da ricerche commissionate, dal trasferimento tecnologico e da finanziamenti competitivi e pertanto ha attivato delle azioni tese al raggiungimento di questo obiettivo. Tali azioni sono descritte nel capitolo dedicato alla Ricerca del presente Programma Triennale 2021-2023. Non si può comunque non evidenziare il consistente incremento avuto tra il 2018 e il 2019.

Obiettivo C

Innovare i servizi agli studenti per la riduzione delle disuguaglianze

Indicatori di riferimento per la valutazione dei risultati:

a) Proporzione dei laureandi complessivamente soddisfatti del corso di studio;

Fonte dei Dati Indicatore: ALMALAUREA.
Descrizione Numeratore: Laureandi D.M. 270/2004 (L, LM, LMCU) che rispondono almeno “più sì che no” al quesito “Sono complessivamente soddisfatto del corso di laurea”
Descrizione Denominatore: Laureandi D.M. 270/2004 (L, LM, LMCU) intervistati
Situazione iniziale: indagine 2021 riferita ai laureandi dell’a.s. 2020.
Valore iniziale dell’indicatore 0,922

In tabella 1c sono riportati i dati relativi alla proporzione dei laureandi dell’Università Parthenope complessivamente soddisfatti del corso di studio per quanto riguarda gli anni dal 2016 al 2020.

Tabella 1c					
a.s	Numero di laureati	Laureati che hanno compilato questionario	Laureati complessivamente soddisfatti	Valore dell’indicatore OFF270	Valore dell’indicatore PRO3
2016	2.165	1.730	1505	0,870	
2017	2.275	1.800	1580	0,878	
2018	2.189	1.938	1723	0,889	
2019	2.274	2.014	1842	0,915	
2020	2.152	1.992	1631	0,819	
2020	2.122	2.014	1.857		0,922

Come si evince da tale tabella il valore dell’indicatore è, negli ultimi anni, in crescita.

L’ulteriore incremento di questo indicatore non può conseguire da specifiche attività, ma dal complesso delle azioni poste in essere dall’Ateneo per incrementare e migliorare i propri servizi agli studenti e dettagliate nel Programma Triennale 2019-2021. Pertanto si ritiene che l’Ateneo possa raggiungere l’obiettivo di incrementare il valore di questo indicatore al 45% nell’anno 2021.

Si sottolinea che tale indicatore, in ogni caso, concorre all’assegnazione della quota premiale relativa all’autonoma responsabilità dell’Ateneo.

b) Rapporto studenti regolari/Docenti e riduzione di tale rapporto;

Fonte dei Dati Indicatore: Anagrafe Nazionale degli Studenti e PROPER(DALIA/DOCENTI) Università statali
Descrizione Numeratore: Iscritti regolari calcolati con il criterio del costo standard senza considerare la “regolarità” nella contribuzione e, per i Corsi di Studio Interateneo, conteggiando gli iscritti nell'Ateneo capofila. Sono considerati solo gli iscritti ai corsi ex D.M. 270/2004.
Descrizione Denominatore: Professori di I e II fascia a tempo indeterminato, ricercatori a tempo indeterminato, ricercatori di tipo a) e b) al 31/12
Situazione iniziale: a.a. 2020/2021 e a.s. 2020

In tabella 2c sono riportati i valori del rapporto tra studenti e docenti per l'Ateneo Parthenope negli anni solari tra il 2016 ed il 2020.

Tabella 2c			
a.s	Studenti regolari	docenti	Valore dell'indicatore
2016	7537	322	23,40
2017	7390	323	22,88
2018	7350	334	22,01
2019	7567	337	22,45
2020	8065	342	23,58

Dall'esame di tale tabella si riscontra, dopo un calo del valore dell'indicatore nel triennio 2016/2018, un incremento di tale indicatore negli ultimi anni.

Le azioni poste in atto per la diminuzione dell'indicatore b) tese ad un aumento del corpo docente dovrebbero, almeno parzialmente, compensare il potenziale aumento dell'indicatore in oggetto.

Obiettivo D

Essere protagonisti di una dimensione internazionale

Indicatori di riferimento per la valutazione dei risultati

- a) **Proporzione di CFU conseguiti all'estero dagli studenti, ivi inclusi quelli acquisiti durante periodi di “mobilità virtuale”**

Fonte dei Dati Indicatore: Anagrafe Nazionale degli Studenti
<u>Descrizione Numeratore:</u> Numero di CFU conseguiti all'estero nell'a.s. di riferimento per attività di studio o tirocinio in atenei stranieri o imprese straniere maturati tra il 1/1 ed entro il 31/12 da studenti iscritti, ivi inclusi quelli acquisiti durante periodi di “mobilità virtuale”. Sono considerati solo gli iscritti ai corsi ex dm 270/2004, escluse le sospensioni.
<u>Descrizione Denominatore:</u> Numero di CFU conseguiti tra il 1/1 ed entro il 31/12 nell'a.s. di riferimento da studenti iscritti. Sono considerati solo gli iscritti ai corsi ex d.m. 270/2004, escluse le sospensioni.
Situazione iniziale: iscritti a.a. 2019/2020 e CFU a.s. 2020

L'indicatore a) dell'obiettivo Internazionalizzazione coincide con quello dell'ANVUR (iA10) per la valutazione periodica dei risultati dell'Ateneo. In tabella 1d sono riportati i valori percentuali dei CFU conseguiti all'estero dagli studenti dell'Ateneo Parthenope negli anni dal 2016 al 2020.

Tabella 1d				
	anno	num	den	‰
Percentuale di CFU conseguiti all'estero dagli studenti regolari sul totale dei CFU conseguiti dagli studenti entro la durata normale dei corsi	2016	1578	244.037	6,5
	2017	2988	233.181	12,8
	2018	1726	242.079	7,1
	2019	2992	265.955	11,6
	2020	3322	294.861	11,2

Dall'esame complessivo dei dati a disposizione si riscontra un andamento crescente di tale indicatore grazie ai notevoli sforzi dell'Ateneo per incrementare tale indicatore (cfr. sia il Programma Triennale 2016-2019 sia il capitolo dedicato all'Internazionalizzazione del presente Programma 2019-2021).

b) Proporzioe di Dottori di ricerca che hanno trascorso almeno 3 mesi all'estero

Fonte dei Dati Indicatore: Anagrafe Nazionale Studenti – Post Laurea
<u>Descrizione Numeratore:</u> Dottori di ricerca che hanno trascorso almeno 90 giorni, anche non consecutivi all'estero, inclusi eventuali periodi di “mobilità virtuale”.
<u>Descrizione Denominatore:</u> Dottori di ricerca
Situazione iniziale: a.s. 2020

L'Indicatore D_b è già stato precedentemente descritto.

Obiettivo E

Investire sul futuro dei giovani ricercatori e del personale delle università

Indicatori di riferimento per la valutazione dei risultati:

a) Proporzione dei Professori di I e II fascia assunti dall'esterno nel triennio precedente, sul totale dei professori reclutati

Fonte dei Dati Indicatore: Proper (DALIA/DOCENTI).
<u>Descrizione Numeratore:</u> Professori di I e di II fascia assunti dal 1/1/ al 31/12 del triennio non in servizio in posizioni strutturate presso l'Ateneo. Sono esclusi i professori nell'ambito di convenzioni di scambio tra Atenei Per "posizioni strutturate" vanno conteggiati solo ricercatori tipo a), tipo b), ricercatori tempo indeterminato e Professori II fascia (laddove applicabile).
<u>Descrizione Denominatore:</u> Professori di I e di II fascia assunti dal 1/1 al 31/12 del triennio
Situazione iniziale: 1/1/2018 – 31/12/2020

Nel triennio 2018-2020 sono stati assunti 7 professori all'esterno su un totale di 68 professori. Nel documento di programmazione del personale docente e PTA sono stati impegnati i P.O necessari per il rispetto del vincolo ministeriale per il triennio di riferimento 2019-2021.

b) Proporzione di ricercatori di cui all'art. 24, c. 3, lett. a) e b) sul totale dei docenti di ruolo;

Fonte dei Dati Indicatore: Proper (DALIA/DOCENTI).
<u>Descrizione Numeratore:</u> Ricercatori di cui all'articolo 24, comma 3 lett.a) e lett. b) in servizio al 31/12
<u>Descrizione Denominatore:</u> Professori di I e II fascia a tempo indeterminato, ricercatori a tempo indeterminato, ricercatori di tipo a) e b) al 31/12
Situazione iniziale: Situazione al 31/12/2020

Nell'anno 2020 erano presenti in organico 55 ricercatori di tipo a) e di tipo b) su un totale di 342 docenti. Alla data attuale il numero di tali ricercatori si è incrementato a 61 a fronte di un organico complessivo di 344 docenti. Si sottolinea che il valore di tale rapporto si incrementerà ulteriormente grazie ai piani straordinari banditi dal Ministero e al fondo unico di Ateneo per i ricercatori di tipo a).

CAPITOLO 2

PIANO DI COMUNICAZIONE INTEGRATO DI ATENEIO

O.O.1 OBIETTIVO DEL PIANO STRATEGICO (2016-2022)

1. Premessa

I radicali cambiamenti in atto nell'economia e nella società negli ultimi decenni hanno contribuito a ridefinire e ampliare il ruolo dell'Università nella società. Si è gradualmente affermato un modello di università contemporanea con missioni multidimensionali: alla prima (didattica) e alla seconda (ricerca) si sono affiancate la terza missione, che ha conferito alle istituzioni del sapere un ruolo propulsivo per lo sviluppo e l'innovazione, e la quarta missione che ha imposto scelte e comportamenti di “civic engagement”.

Non più “isolated island of knowledge” (Etzkowitz 2004), le Università sono deputate oggi a svolgere attività di carattere “imprenditoriale” – che spaziano dalla realizzazione di ricerche commissionate dalle imprese al sostegno al trasferimento tecnologico, dalla commercializzazione dei brevetti generati dalla ricerca alla generazione di spin-off universitari – e chiamate a sviluppare capacità di engagement per supportare lo sviluppo culturale e sociale delle comunità, valorizzando il capitale territoriale per produrre valore intellettuale di qualità e sostenibile.

Nell'ambito di tale percorso, la **comunicazione** ha assunto un ruolo centrale elevandosi a risorsa distintiva nella gestione strategica delle Università, leva determinante per promuovere partecipazione e senso di appartenenza e, soprattutto, opportunità per generare innovazione strategica e rendere le istituzioni del sapere protagoniste della crescita sociale e culturale delle comunità.

Dagli albori del nuovo secolo, la legislazione ha reso la comunicazione pubblica un'attività obbligatoria, disciplinando le attività e le finalità di informazione e di comunicazione (legge 150 del 2000). In tale prospettiva, il **piano di comunicazione** è lo strumento di programmazione annuale degli obiettivi e delle

azioni di comunicazione che consente di rendere pubbliche le scelte strategiche e gli obiettivi di sviluppo esplicitati nel più ampio disegno strategico di Ateneo. Si tratta di un processo organizzativo complesso che coinvolge l'intera comunità universitaria: professori, ricercatori, personale tecnico-amministrativo, studenti, famiglie e società civile. Un processo che richiede un forte senso di identità e che se ben gestito accrescerà i livelli di trasparenza ed efficacia dell'organizzazione e genererà spirito di appartenenza e coesione verso gli obiettivi strategici.

La formulazione di un piano di comunicazione nasce, dunque, dalla necessità di progettare un insieme di azioni coerenti e coordinate guidate da obiettivi condivisi e supportate da strumenti coerenti e integrati ed è da intendersi come strumento di fondamentale importanza per un'Università che intende investire per costruire un'immagine di sé integrata e coesa, in grado di rafforzare il senso di appartenenza all'istituzione e al contempo promuovere relazioni di lungo periodo con tutti gli stakeholder, nonché sollecitare processi di riflessione strategica finalizzati a rafforzare il posizionamento dell'Ateneo e l'efficienza e l'efficacia dei servizi offerti.

Il piano di comunicazione integrato per il triennio 2021-2023 ha l'obiettivo di definire una programmazione degli obiettivi e delle azioni di comunicazione che possa coniugare strategie, obiettivi, azioni e mezzi di comunicazione, secondo un disegno organico e condiviso per rendere pubbliche le scelte strategiche esplicitate nel più ampio disegno strategico di Ateneo. Si tratta di un processo complesso e di natura incrementale che prende le mosse da una ricognizione interna dello stato attuale dei flussi di comunicazione dell'Ateneo, dei soggetti e delle strutture che si occupano di comunicazione e delle principali azioni intraprese dall'organizzazione al fine di favorirne il coordinamento.

Il piano di comunicazione integrato 2021-2023 si propone quale strumento finalizzato a identificare le linee di direzione futura della comunicazione d'Ateneo, in condivisione con i diversi interlocutori che a differente titolo si occupano di comunicazione e possano apportare valore alle scelte strategiche di informazione, divulgazione e disseminazione delle attività e dei servizi. Tale programmazione sarà aggiornata annualmente approfondendo gli obiettivi della comunicazione, le azioni di comunicazione comuni e quelle relative ai singoli Dipartimenti/Scuole verso specifici stakeholder, nonché le attività e gli strumenti da utilizzare per i diversi target (es. strumenti digitali, web-radio, rapporti di ricerca, etc.), il budget e la relativa tempistica. Si tratta pertanto di uno strumento flessibile e suscettibile di modifiche e integrazioni rispetto ad obiettivi ed attività specifiche di seguito indicate.

Gli obiettivi strategici della **programmazione della comunicazione per il triennio 2021-2023** sono stati definiti in coerenza con il **piano strategico di Ateneo 2016-2022** – al fine di: “fare in modo che gli stakeholder interni ed esterni potessero conoscere di più e meglio l’Ateneo e le sue iniziative”; “utilizzare i nuovi strumenti di comunicazione per facilitare la creazione di relazioni di qualità con il sistema degli stakeholder” – ed in continuità con quanto previsto dal documento di **programmazione triennale 2019-2021**.

2. La programmazione 2019-2021: risultati conseguiti e criticità emerse

La Parthenope nel novembre del 2019 ha elaborato un documento di programmazione delle attività di comunicazione per il triennio 2019-2021 (https://www.uniparthenope.it/sites/default/files/piano_triennale_comunicazione_v08.pdf) allo scopo di condividere gli obiettivi della comunicazione secondo un disegno organico e promuovere il coordinamento delle attività di comunicazione, al fine di favorire il raggiungimento degli obiettivi strategici identificati dai vertici dell’Ateneo. Tale programmazione ha preso le mosse da una ricognizione interna dello stato dei flussi di comunicazione dell’Ateneo, dei soggetti e delle strutture che si occupano di comunicazione e si è sostanziata in un mix di attività di comunicazione, organizzate in maniera integrata, sinergica e coerente che ha spaziato dalla progettazione e implementazione di azioni di comunicazione verso le diverse categorie di stakeholder (studenti attuali e potenziali, famiglie, imprese, etc.) alla scelta di modalità e strumenti operativi per la gestione di tali azioni (dai tradizionali mezzi di comunicazione ai social media e nuovi canali).

Al fine del raggiungimento di tali obiettivi strategici, definiti in coerenza con il piano strategico di Ateneo 2016-2022, sono stati individuati **tre obiettivi operativi** prioritari articolati in una serie di azioni specifiche:

- **O.1.: Rafforzare la comunicazione interna e comunicare l’immagine dell’Ateneo, valorizzando la storia e l’identità dell’organizzazione.**

INDICATORI: Rafforzare il senso di appartenenza all’Ateneo, consolidare l’immagine dell’Ateneo, migliorare la relazione con gli studenti, incrementare le iscrizioni;

- **O.2.: Aumentare l'attrattività dell'offerta formativa, attraverso lo sviluppo di contenuti innovativi, potenziando i canali di comunicazione social**

INDICATORI: Incrementare le iscrizioni, migliorare la relazione con gli studenti, potenziare l'accesso ai servizi informatici e multimediali;

Tra le principali azioni per realizzare gli obiettivi strategici, nella programmazione è stata data priorità a quelle relative ai primi due obiettivi (Tab. 1). Più in particolare, si è trattato di azioni finalizzate a promuovere la partecipazione e il confronto inter-Ateneo per potenziare i flussi informativi con le strutture decentrate (Scuole/Dipartimenti, etc.) e le sinergie tra le diverse aree strategiche di attività dell'Ateneo (didattica, orientamento, ricerca, terza missione e public engagement, internazionalizzazione e tecnologie informatiche) nell'intento di valorizzare la componente comunitaria dell'Ateneo per progettare ed implementare una campagna di comunicazione efficace, efficiente ed innovativa.

In relazione all'**O.1 – Rafforzare la comunicazione interna e comunicare l'immagine dell'Ateneo, valorizzando la storia e l'identità dell'organizzazione** – sono stati costituiti gruppi di lavoro e richiesta la formazione di una cabina di regia, per promuovere la partecipazione e il confronto tra le diverse aree di attività dell'Ateneo, dei flussi informativi tra l'Ateneo e le strutture decentrate per gestire al meglio il coordinamento tra tali attività e per comunicare efficacemente l'immagine dell'Ateneo, promuovere engagement tra gli stakeholder interni (studenti, docenti, ex-studenti, personale amministrativo) e quelli esterni (istituzioni, imprese, società civile). Il sub obiettivo riguardante la valorizzazione della storia e l'identità dell'organizzazione è stato perseguito con la celebrazione del **Centenario dell'Ateneo**.

Nella programmazione 2019-2021 la celebrazione del Centenario era stata configurata quale percorso articolato di eventi scientifici, culturali e sportivi da realizzare nei mesi di maggio e giugno con il festeggiamento della nascita dell'Ateneo. Purtroppo a causa della pandemia da Covid-19 è stato necessario ripensare l'organizzazione delle celebrazioni. La conseguente rimodulazione del piano ha promosso un'intensa programmazione di eventi online, con live talk e webinar in streaming, che hanno favorito la creazione di un nuovo spazio di incontro e confronto con gli stakeholder interni e esterni. Nella convinzione del grande potere dello storytelling per promuovere engagement si è lavorato molto sulla ricostruzione della storia dell'Ateneo, per renderla collettiva e condivisa; è stata progettata un'autonoma identità visiva e una specifica *brand identity*, ideato e realizzato un ADV istituzionale, nonché un sito web dedicato, in cui è stato dato ampio risalto alla storia dell'Ateneo e al calendario degli eventi della

celebrazione, è stato anche realizzato un video corporate. La narrazione digitale dei 100 anni ha seguito una *content strategy* volta alla pianificazione di contenuti di valore.

Nonostante le difficoltà incontrate a causa della pandemia e del conseguente lockdown, il Centenario ha rappresentato:

- un momento per valorizzare le radici storiche e culturali dell'istituzione;
- un'occasione per rafforzare la visibilità e la notorietà dell'Ateneo e, dunque, generare engagement tra gli stakeholder interni (studenti, docenti, ex-studenti, personale amministrativo) e quelli esterni (istituzioni, imprese, società civile, ecc.);
- un'opportunità di riflessione sull'identità dell'Ateneo e sulle sue prospettive future.

I risultati della strategia di comunicazione e delle principali azioni-obiettivo realizzate nel corso del 2020 sono stati più che soddisfacenti. L'Ateneo attraverso una radicale revisione dei metodi e degli strumenti di comunicazione ha dato impulso ad una comunicazione di tipo interattivo sui canali on-line a rapidissima diffusione e condivisione. La narrazione della storia e dei valori della Parthenope, attraverso linguaggi innovativi, facilmente accessibili e capaci di promuovere nuove occasioni di engagement con la moltitudine di stakeholder ha rappresentato un'opportunità per rivitalizzare l'immagine dell'Ateneo e rafforzarne il posizionamento distintivo quale istituzione del sapere legata ad una città culla di cultura ed eccellenza ma allo stesso tempo a vocazione europea ed internazionale. L'implementazione di attività di comunicazione mirate ad aumentare l'attrattività dell'offerta formativa attraverso lo sviluppo di contenuti innovativi sui social network, come auspicato dal programma triennale 2019-2021 (O.2), ha mostrato un accresciuto engagement.

Il *claim* realizzato per il Centenario – **L'eccellenza, il secolo di storia per il futuro della conoscenza** – ha avuto l'obiettivo di posizionare l'Ateneo quale organizzazione distintiva legata a Napoli, città culla di cultura ed eccellenza e con vocazione internazionale. Il mare è stato centrale nella comunicazione, il golfo di Napoli ha fatto da sfondo in tutte le creatività.

Il *pay-off* – **Un secolo di storia per il futuro della conoscenza** – è stato scelto nella convinzione dell'importanza di mettere al centro del messaggio per gli studenti il futuro, concetto fondante delle loro speranze e prospettive di vita.

Il *video corporate* <https://www.facebook.com/Parthenope/videos/385772139008426> ha celebrato l'identità e la mission dell'Università rievocando le radici centenarie dell'Ateneo, intrinsecamente legate a quelle della città di Napoli. Il forte potere evocativo e l'alto coinvolgimento emotivo hanno reso il contenuto celebrativo virale a poche ore dal lancio sui canali istituzionali.

Nonostante i significativi risultati conseguiti, l'implementazione delle azioni di comunicazione ha evidenziato alcune criticità sia con riferimento al posizionamento e all'immagine dell'Ateneo presso il sistema di stakeholder interni ed esterni sia con riferimento ai processi organizzativi e ai processi di lavoro inter-organizzativi, ancora non in grado di generare un approccio integrato e condiviso alla comunicazione. Da qui l'esigenza di lavorare per garantire la piena coerenza delle attività di comunicazione rispetto al sistema di valori della *corporate identity* e la necessità di realizzare approfondite indagini sull'immagine dell'Ateneo (A.O.1.4) e sugli attributi valoriali che connotano l'identità della Parthenope (A.O.2.1). Nonchè la contestuale urgenza di promuovere una razionalizzazione dei processi di comunicazione e un'ottimizzazione delle relazioni inter-organizzative e, dunque, definire forme di coordinamento/decentramento tra le attività di comunicazione (A.O.1.5), tra/con le unità decentrate (dipartimenti/Scuole) e le principali aree strategiche di attività dell'Ateneo – didattica, orientamento, ricerca, terza missione e public engagement, internazionalizzazione e tecnologie informatiche – nonché elaborare un vademecum della comunicazione, con la definizione di principi e regole delle attività di comunicazione.

In relazione all'**O.2 – Aumentare l'attrattività dell'offerta formativa, attraverso lo sviluppo di contenuti innovativi, potenziando i canali di comunicazione social** – sono state progettate ed implementate campagne di comunicazione finalizzate a far conoscere la Parthenope, la sua storia centenaria, i suoi successi e i suoi valori, al sistema degli stakeholder attraverso la progettazione e lo sviluppo di contenuti innovativi e, soprattutto, potenziando i canali di comunicazione social. In tale campagna, la narrazione (*storytelling*) ha avuto una forte valenza strategica. La pianificazione e implementazione di una strategia di comunicazione in grado di enfatizzare i registri dell'interattività e della condivisione è il presupposto per informare, comunicare, ascoltare gli stakeholder e, soprattutto, generare engagement. Attraverso i social network, in particolare, l'Ateneo ha promosso la partecipazione, il confronto e il dialogo con gli studenti e contestualmente il soddisfacimento del bisogno di nuove forme di aggregazione e condivisione dei giovani

Tabella 1 - Obiettivi e principali azioni del piano triennale

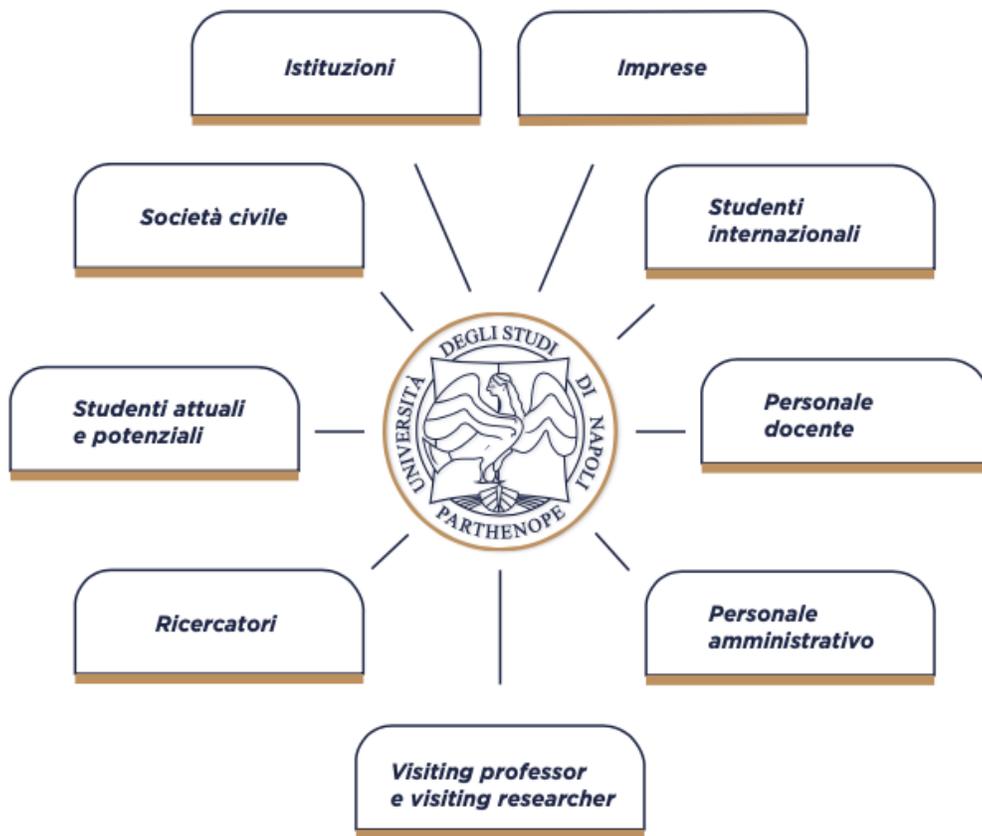
OBIETTIVI	AZIONI
<p>OBIETTIVO O.1. Rafforzare la comunicazione interna e comunicare l'immagine dell'Ateneo, valorizzando la storia e l'identità dell'organizzazione</p>	A.O.1.4. Realizzare indagini sulle percezioni di immagine dell'Ateneo
	A.O.1.5. Definire le forme di coordinamento delle attività di comunicazione
	A.O.1.6. Rafforzare la Comunicazione Interna
<p>OBIETTIVO O.2. Aumentare l'attrattività dell'offerta formativa, attraverso lo sviluppo di contenuti innovativi, potenziando i canali di comunicazione social</p>	A.O.2.1. Definire la Corporate Identity
	A.O.2.3 Progettare e implementare una Campagna di Comunicazione più incisiva ed esperienziale
	A.O.2.4. Potenziare il sistema dei Social Network attraverso lo sviluppo di contenuti innovativi

3. Il piano di comunicazione 2021

Il **piano di comunicazione 2021** ha rappresentato il punto di partenza per superare le principali criticità emerse dall'implementazione delle azioni di comunicazione della programmazione e dal piano di comunicazione 2020, nella finalità di promuovere consenso intorno agli obiettivi strategici e formulare e implementare strategie di comunicazione integrate e condivise, anche se differenziate verso i diversi stakeholder.

Per promuovere un uso integrato e condiviso della comunicazione, occorre infatti la profonda conoscenza dello scenario di riferimento e del sistema degli stakeholder dell'Ateneo. L'analisi di scenario ha reso evidente l'esigenza di segmentare il sistema di stakeholder della Parthenope (Fig.1) per coinvolgerli opportunamente nel disegno strategico di valorizzazione dell'identità dell'Ateneo e nel percorso di rafforzamento del posizionamento competitivo.

Fig.1 – MAPPA DEGLI STAKEHOLDER



La ricognizione delle tracce del passato realizzata per la ricostruzione della storia centenaria dell'Ateneo ha mostrato i tratti distintivi dell'Università Parthenope nel contesto locale e regionale a partire dai quali occorre oggi lavorare per definire la *corporate identity* ed individuare il posizionamento distintivo dell'Ateneo nel contesto regionale. A partire dalle informazioni acquisite attraverso le indagini sulla percezione dell'immagine dell'Ateneo (A.O.1.4), verrà definita la *corporate identity* dell'Ateneo (A.O.2.1), ossia l'insieme degli attributi e dei valori che costituiscono l'identità dell'organizzazione, ed identificare il posizionamento distintivo dell'Ateneo. La *corporate identity* rappresenta il nucleo fondamentale di tutte le attività di comunicazione rivolte verso l'esterno; pertanto essa deve definire: **a)** il campo di attività, gli obiettivi e gli orientamenti verso le diverse categorie di stakeholder, **b)** la personalità, i valori e le core competence che caratterizzano l'organizzazione, **c)** gli elementi distintivi e il posizionamento rispetto ai principali concorrenti.

Una volta definita la *corporate identity*, si procederà al *rebranding* del logo Parthenope, ovvero allo sviluppo di un rinnovato sistema di identità visuale e immagine coordinata che risponda al posizionamento strategico dell'Ateneo e ai requisiti di rappresentatività e leggibilità.

L'analisi di scenario ha altresì reso evidente l'esigenza di promuovere una razionalizzazione dei processi di comunicazione e un'ottimizzazione delle relazioni inter-organizzative. Allo stato attuale, si occupano di comunicazione molteplici soggetti nell'ambito dell'organizzazione – oltre all'Ufficio Stampa e Comunicazione, i singoli Dipartimenti, le Scuole, l'Amministrazione e gli Organi di Governo – e lo fanno molto spesso non in coordinamento tra loro, con la conseguenza che l'immagine di Ateneo appare spesso frammentata e non necessariamente coerente con un'unica filosofia identitaria. Da cui l'esigenza di definire forme di coordinamento/decentramento tra le attività di comunicazione (A.O.1.5) e modalità di interazione e organizzazione tra gli uffici – in particolare l'ufficio stampa e comunicazione – e le principali aree strategiche dell'Ateneo (didattica, orientamento, ricerca, terza missione e public engagement, internazionalizzazione e tecnologie informatiche) nonché elaborare un sistema di principi e regole che devono orientare le attività di comunicazione da istituzionalizzare nella forma di un vademecum di Ateneo

4. Gli obiettivi operativi e le principali azioni e attività della comunicazione 2021-2023

Alla luce della programmazione triennale 2019-2021 e, più in particolare, in ragione dei prescelti e condivisi obiettivi operativi della comunicazione (O.1 e O.2) – a supporto delle principali aree strategiche dell'Ateneo: didattica, orientamento, ricerca, terza missione e public engagement, internazionalizzazione e tecnologie informatiche – le principali azioni obiettivo e le relative attività da realizzare nel triennio 2021-2023, sono di seguito definite:

OBIETTIVI	AZIONI	ATTIVITÀ	2021	2022	2023	
OBIETTIVO O.1. Rafforzare la comunicazione interna e comunicare l'immagine dell'Ateneo, valorizzando la storia e l'identità dell'organizzazione	A.O.1.4. Realizzare indagini sulle percezioni di immagine dell'Ateneo	Indagine sulla soddisfazione e analisi dell' immagine di Ateneo				
	A.O.1.5. Definire le forme di coordinamento delle attività di comunicazione	Azioni di comunicazione corporate e coordinamento con le aree strategiche di Ateneo e le strutture decentrate. (Dipartimenti e scuole)				
	A.O.1.6. Rafforzare la Comunicazione Interna	Attività comunicazione interna				
OBIETTIVO O.2. Aumentare l'attrattività dell'offerta formativa, attraverso lo sviluppo di contenuti innovativi, potenziando i canali di comunicazione social	A.O.2.1. Definire la Corporate Identity	Rebranding del logo				
		Campagna identitaria: Parthenope Università Pubblica				
	A.O.2.3 Progettare e implementare una Campagna di Comunicazione più incisiva ed esperienziale	Studiare alla Parthenope	Campagne iscrizioni Lauree triennali			
			Campagne iscrizioni Lauree magistrali			
			Master MEIM			
			Graduation day			
	A.O.2.4. Potenziare il sistema dei Social Network attraverso lo sviluppo di contenuti innovativi	Parthenope nel mondo	Iscrizioni Erasmus incoming			
			Internazionalizzazione			
		Comunicare la Ricerca	Divulgare la ricerca			
			Narrare la ricerca			
	Parthenope tra imprenditorialità e innovazione	Public engagement				
		Concerto "Futuro Parthenope"				

4.1 Indagare la soddisfazione e l'immagine dell'Ateneo (A.O.1.4.)

L'analisi della soddisfazione e dell'immagine dell'Ateneo consentirà di migliorare la qualità dei servizi e definire il posizionamento distintivo della Parthenope nello scenario regionale e di conseguenza la *corporate identity* – ossia il campo di attività, gli obiettivi e gli orientamenti verso gli stakeholder; la personalità, i valori e le core competence dell'organizzazione e gli elementi distintivi del posizionamento competitivo dell'Ateneo – e la *visual identity* – ossia gli elementi visuali (colori, caratteri, etc.) che dovranno accomunare e caratterizzare tutte le forme di comunicazione.

L'analisi verrà realizzata attraverso indagini sulle percezioni dei principali stakeholder e analisi di posizionamento:

- **Indagine di *student satisfaction*:** indagine condotta attraverso un questionario online, costruito con la metodologia ServQual, servire qualità, per misurare la qualità dei servizi erogati

dall'Ateneo. Alla valutazione della soddisfazione è stata affiancata l'analisi della percezione che i nostri studenti hanno dell'Università Parthenope.

- **KOL (Key Opinion Leader) Feedback Survey e analisi di Brand Positioning:** survey condotta con metodologia quali-quantitativa, realizzata attraverso interviste in profondità con i principali opinion leader “influenti” nella valutazione dei servizi universitari – rappresentanti del mondo politico, delle istituzioni locali, delle imprese, della scuola, degli studenti e delle famiglie – finalizzata a ricostruire i profili di immagine discriminanti nella scelta del percorso universitario e a verificare il possesso di tali requisiti nell'immaginario collettivo, in modo da posizionare distintivamente l'Ateneo, nei confronti delle altre Università regionali.
- **Analisi di Positioning:** attraverso una ricerca quantitativa verranno individuati i principali driver di posizionamento di immagine degli Atenei regionali, il posizionamento distintivo della Parthenope nello scenario regionale nonché le opportunità di ri-posizionamento da cui poter trarre utili spunti per definire la *corporate identity* e la *visual identity* al fine di progettare e realizzare una strategia di comunicazione coerente e condivisa.

4.2 Definire forme di coordinamento delle attività di comunicazione (A.O.1.5.)

Per garantire la piena coerenza della comunicazione rispetto al posizionamento distintivo dell'Ateneo e al sistema di valori della *corporate identity*, si realizzeranno **azioni di comunicazione corporate e di coordinamento con le aree strategiche di Ateneo** – didattica, orientamento, ricerca, internazionalizzazione, terza missione, engagement – **e le strutture decentrate**. Sarà pertanto fondamentale distinguere le attività di competenza della sede centrale e delle singole unità periferiche e definire opportune forme di coordinamento. A tal fine occorrerà realizzare:

- **Riunioni periodiche con le aree strategiche e le strutture decentrate:** durante gli incontri, pianificati con regolarità quindicinale, saranno discusse le strategie e le linee d'azione della comunicazione al fine di pervenire alla piena condivisione di obiettivi e scelte progettuali. Tali incontri rappresenteranno un'opportunità per far emergere eventuali fabbisogni e istanze latenti delle strutture periferiche e si configureranno quale strumento decisivo fondamentale per orientare le singole strutture alla scelta di strumenti di comunicazione idonei ai propri scopi e, di conseguenza, alla pianificazione di risorse da destinare a tali attività. Tali incontri consentiranno

anche di promuovere l'adozione di regole e policy in coerenza con la comunicazione a livello corporate.

- **Redazione del vademecum della comunicazione:** si renderà necessaria l'adozione di un documento in cui enucleare regole e linee guida per la redazione dei contenuti per i principali canali di comunicazione – il web, i social media, la stampa – per le tecniche di copy-writing, lo stile, il tono, i formati e il layout della comunicazione sui diversi canali, nonché per il sistema di comunicazione interna. Il vademecum dovrà essere approvato e condiviso da tutte le strutture, dall'Ufficio Stampa e Comunicazione ai singoli Dipartimenti, dalle Scuole all'Amministrazione e gli Organi di Governo, e costituirà uno strumento di supporto utile a governare la comunicazione, a livello centrale e decentrato, in relazione alle diverse aree strategiche, e consentirà di uniformare la comunicazione.

4.3 Rafforzare la comunicazione interna (A.O.1.6)

Si promuoveranno **attività di comunicazione interna** volte a stimolare la partecipazione e il confronto per gestire al meglio i flussi informativi tra l'Ateneo e le strutture decentrate al fine di promuovere engagement tra gli stakeholder interni (studenti, docenti, ex-studenti, personale amministrativo) e comunicare efficacemente l'immagine dell'Ateneo. A tal fine saranno realizzate:

- **Social media:** i social media diventano elemento fondamentale anche nella gestione della comunicazione interna. L'integrazione dei canali on line concorre infatti a soddisfare l'esigenza di una maggiore diffusione delle informazioni, assicurandone una trasmissione tempestiva e puntuale e garantendo il corretto svolgimento delle attività didattiche, laboratoriali e progettuali. Contestualmente, l'utilizzo dei social permetterà di coinvolgere studenti, personale accademico e amministrativo per instaurare relazioni virtuose, basate sulla reciprocità delle parti. Oltre a svolgere un ruolo imprescindibile nella trasmissione delle informazioni, la comunicazione interna, attraverso una narrazione social uniforme ed armonica, permetterà di consolidare l'immagine e l'identità dell'Ateneo.
- **Newsletter e linee editoriali:** strettamente connesse all'utilizzo dei social media, anche le newsletter e le linee editoriali pianificate sono funzionali alla rapida ed ampia diffusione delle informazioni presso i pubblici di riferimento. Al fine di migliorare l'efficacia e l'efficienza dei

flussi di comunicazione – e conseguentemente rafforzare la *brand reputation* dell’Ateneo – le newsletter e le linee editoriali saranno realizzate seguendo le regole indicate nel Vademecum della comunicazione di Ateneo. I contenuti di newsletter e linee editoriali verteranno su temi di interesse strategico per i principali stakeholder coinvolti (studenti, personale accademico e amministrativo) seguendo una narrazione interattiva e coinvolgente, in grado di valorizzare e promuovere l’offerta didattica dell’Ateneo.

- **Digital Signage:** controllati da una regia centralizzata, la rete di monitor dell’Ateneo costituisce un canale innovativo di trasmissione in tempo reale delle informazioni sulle attività didattiche, progettuali e di ricerca di ciascun Dipartimento.

4.4 Definire la Corporate Identity (A.O.2.1)

A partire dalle informazioni acquisite attraverso le indagini sulla percezione dell’immagine e l’analisi di posizionamento dell’Ateneo (A.O.1.4), si procederà a **definire la corporate identity**, ossia l’insieme degli attributi e dei valori che costituiscono l’identità dell’organizzazione. Data la complessità delle attività e delle componenti coinvolte, si auspica che la *corporate identity* possa essere elaborata su due livelli:

- **core identity**, ossia gli obiettivi fondamentali, la visione prospettica e l’insieme dei valori che accomunano le attività svolte dall’Ateneo; essa costituisce l’elemento unificante della “proposta di valore” verso tutti gli stakeholder attuali e potenziali;
- **extended identity**, ossia gli obiettivi, i valori e il posizionamento specifico con riferimento ai differenti campi di attività (ricerca, didattica, terza missione, public engagement, internazionalizzazione, etc.) e ai differenti target (studenti potenziali e attuali, imprese, istituzioni, collettività, etc.).

4.4.1 Rebranding del Logo

Definita la *corporate identity*, il **rebranding del logo** dovrà interpretare l’identità, il sistema di valori ed il rinnovato posizionamento distintivo dell’Ateneo attraverso:

- **Progettazione e studi di applicabilità:** si riprogetterà l'identità visuale intervenendo sul design del logo attuale, coerentemente con il posizionamento strategico dell'Ateneo ed assecondando principi di applicabilità, leggibilità e rappresentatività.
- **Restyling, declinazione e immagine coordinata:** si procederà alla vettorializzazione del logo, alle sue declinazioni ed alla realizzazione di un rinnovato manuale d'identità.

4.4.2 La campagna identitaria: *Parthenope Università Pubblica*

L'analisi di scenario, come si è detto, ha mostrato alcune criticità soprattutto con riferimento al posizionamento dell'Ateneo nel sistema regionale, ed in particolare alla sua natura "pubblica". Da qui la necessità di realizzare approfondite indagini sulle percezioni di immagine per la scelta delle opportune azioni di comunicazioni da realizzare nei confronti degli stakeholder esterni. In coerenza con le evidenze delle indagini realizzate sarà progettata una campagna di comunicazione istituzionale con il ricorso a mezzi di comunicazione tradizionali, canali social e nuovi media finalizzata a rafforzare la percezione della Parthenope quale Università pubblica autorevole e distintiva nel contesto locale e regionale.

La campagna identitaria sarà realizzata attraverso:

- **Spot video istituzionale**
Realizzazione video spot istituzionale della campagna identitaria
- **Social media**
Declinazione del contenuto e tono della campagna
- **Paid Media**
Attivazione di campagne sponsorizzate multicanale mirate ad audience profilate
- **Video Metrò**
Comunicazione del video realizzato tramite il circuito di Video Metrò sul territorio della Città di Napoli

4.5 Progettare ed implementare una campagna di comunicazione più incisiva ed esperienziale (A.O.2.3) e potenziare il sistema dei social network attraverso lo sviluppo di contenuti innovativi (A.O.2.4)

L'esigenza di un rinnovato posizionamento strategico, il diffondersi di nuovi media e di nuove narrazioni digitali, unitamente agli effetti, tuttora incalcolabili, della pandemia mondiale sull'ecosistema universitario, sono i principali fattori che impongono all'Ateneo di interrogarsi sul proprio ruolo sociale e ripensare la strategia di comunicazione.

In questo complesso ed eterogeneo scenario, sarà realizzata una campagna di comunicazione fondata sullo sviluppo di contenuti innovativi e sul potenziamento dei canali di comunicazione social. Tale campagna sarà declinata con riferimento alle specifiche aree strategiche dell'Ateneo – didattica, ricerca, internazionalizzazione, terza missione e public engagement – come di seguito specificato.

4.5.1 *Studiare alla Parthenope*

Campagna iscrizioni 2021/2022 - 2022/2023

Con riferimento all'attività didattica, sarà realizzata una più incisiva campagna di comunicazione finalizzata a potenziare le iscrizioni al nuovo anno accademico (2021/2022) con riferimento sia ai corsi di Laurea Triennale che a quelli di Laurea Magistrale; sarà anche ideata una campagna volta specificamente ad incentivare l'ingresso di *studenti stranieri, visiting researcher, visiting professor*.

La *concept idea* della campagna ***Studiare alla Parthenope*** far leva sugli asset strategici dell'Ateneo che fungono da discriminanti nel processo di scelta dell'Università e dunque: a) veicolare i valori chiave dell'Ateneo; b) costruire una nuova narrazione, dando enfasi a storie individuali e collettive di successo; c) aumentare l'attrattiva dell'offerta formativa ricorrendo ad un mix di strumenti e mezzi sia tradizionali che digitali.

Campagna iscrizioni: Lauree Triennali

Nel periodo compreso tra gennaio ed aprile sarà realizzata la campagna di comunicazione volta ad incentivare le iscrizioni ai corsi di Laurea Triennale. Tale campagna rivolta agli studenti della scuola secondaria superiore sarà declinata su media differenziati – circuito affissioni, circuito video metrò, web, canali social, email, stampa – e richiederà la progettazione e realizzazione di diversi supporti sia informativi che pubblicitari – contenuti video, brochure, flyer, annunci stampa.

La campagna sarà finalizzata a creare relazioni di valore condivise e durature, in particolar modo attraverso i canali social, luoghi in cui le narrazioni si costruiscono collettivamente.

La campagna iscrizioni sarà realizzata attraverso:

- **Advertising**

Ideazione e sviluppo della campagna pubblicitaria mirata e declinazione del contenuto e tono della campagna attraverso una linea editoriale sui social media

- **Webinar di orientamento**

Promozione online e sui social dei seminari di orientamento per le potenziali matricole

- **Paid Media**

Attivazione di campagne sponsorizzate multicanale mirate ad un audience profilata

- **Content**

Creazione di contenuti multimediali promozionali

- **Social Media Marketing**

Declinazione di contenuto e tono della campagna e di linee editoriali dedicate

- **Email Marketing**

Creazione ed invio di newsletter a banche dati mirate per le scuole superiori di secondo grado

- **Materiali promozionali**

Ideazione e progettazione di materiale informativo per la promozione dei corsi di studio

- **Annunci Stampa**

Declinazione di contenuto e tono della campagna per i principali media locali e regionali

- **Web Tv**

Realizzazione di format tv, infotainment, redazionali e interviste da diffondere sul canale tv di Ateneo

- **Video Metrò**

Comunicazione dei video realizzati per la campagna identitaria tramite il circuito di Video Metrò sul territorio della Città di Napoli

Campagna iscrizioni: Lauree Magistrali

Nel periodo compreso tra gennaio ed aprile sarà realizzata anche la campagna di comunicazione volta ad incentivare le iscrizioni ai corsi di Laurea Magistrale.

Al fine di aumentare la persuasività del messaggio, si farà uso di diversi supporti pubblicitari, sia tradizionali che digitali. Tra questi, l'invio di newsletter con lo scopo di costruire e mantenere relazioni con gli studenti già iscritti alla Parthenope ed attrarre nuovi studenti, provenienti da altri Atenei.

L'attività di e-mail marketing sarà finalizzata a promuovere la qualità e la varietà dell'offerta formativa magistrale, a valorizzarne la dimensione internazionale e a garantire agli studenti un accesso immediato a tutte le informazioni necessarie per promuovere l'iscrizione: scadenze, requisiti e modalità di accesso, contatti di docenti referenti, criteri per la valutazione della carriera pregressa.

La campagna iscrizioni sarà realizzata attraverso:

- **Advertising**

Ideazione e sviluppo della campagna pubblicitaria mirata e declinazione di contenuto e tono attraverso una linea editoriale sui social media

- **Paid Media**

Attivazione di campagne sponsorizzate multicanale mirate ad audience profilata

- **Social Media Marketing**

Declinazione di contenuto e tono della campagna e linee editoriali dedicate

- **Email Marketing**

Creazione ed invio di newsletter a banche dati mirate

- **Materiali promozionali**

Ideazione e progettazione di materiale informativo per la promozione dei corsi di studio

- **Web Tv**

Realizzazione di format tv, infotainment, redazionali e interviste da diffondere sul canale tv di Ateneo

Master in Entrepreneurship and Innovation Management

Il **MEIM** – Master in Entrepreneurship and Innovation Management, realizzato in partnership con il **Massachusetts Institute of Technology (MIT) Sloan Business School di Boston**, è un programma di

alta formazione internazionale, rivolto a studenti italiani e stranieri, orientato a cogliere i nuovi modelli di innovazione e di creazione di valore nelle imprese. Il progetto formativo incoraggia le abilità imprenditoriali dentro e fuori le imprese con uno sguardo attento ai nuovi mindset dell'*innovation management*.

La collaborazione con il **MIT Sloan Business School**, garantirà all'Università Parthenope un importante ritorno in termini di prestigio e autorevolezza sul piano nazionale e internazionale.

Il piano di comunicazione operativo del master prevede:

- Ideazione e sviluppo dell'identità visiva
- Realizzazione piattaforma web del Master in lingua inglese
- Traduzioni dei testi in lingua inglese
- Ideazione e sviluppo del Piano di comunicazione strategico ed operativo
- Ideazione, scrittura e produzione dello Spot video promozionale del Master
- Produzione di n.10 videoracconti delle attività didattiche
- Campagna pubblicitaria di promozione del Master
- Attività di Social media marketing per la promozione e la narrazione delle attività del Master
- Ideazione e progettazione n.2 brochure promozionali del Master

Celebrazione del Graduation Day

La cerimonia di laurea e della proclamazione rappresenta un momento importante che andrebbe celebrato opportunamente. I laureati sono i principali testimonial dell'Università, coloro che contribuiscono, insieme alle famiglie, ad orientare le scelte di amici e conoscenti. La celebrazione del ***Graduation Day*** ha l'obiettivo di rafforzare il senso di appartenenza degli studenti, il loro legame con l'Ateneo e di questo con il territorio e con la città di Napoli. A tal fine si propone l'istituzione di due giornate (rispettivamente per la sessione autunnale e per la sessione estiva di ciascun anno accademico) di festa dedicate ai laureati di tutte le facoltà. I ragazzi prenderanno parte alla cerimonia in toga. L'evento che culminerà con il tradizionale lancio del tocco sarà raccontato attraverso i canali istituzionali di Ateneo; anche i giovani potranno pubblicare selfie e foto della cerimonia sui social utilizzando un hashtag.

Campagna iscrizioni: Erasmus Incoming e studenti internazionali

Al fine di progettare la campagna pubblicitaria volta ad incentivare l'ingresso di *studenti stranieri, visiting researcher, visiting professor* sarà strategico lavorare sui punti di forza dell'Università e contestualmente sugli aspetti esperienziali legati alla città di Napoli, le cui radici come detto sono intrinsecamente intrecciate con la storia del nostro Ateneo. Sarà pertanto costruita una narrazione sui social media attraverso la realizzazione di contenuti multimediali fortemente evocativi. Saranno attivate campagne paid-media di retargeting, ossia inserzioni sponsorizzate dinamiche mirate a pubblici personalizzati profilati per interessi e dati geo-demografici. L'azione di comunicazione sarà diretta a studenti stranieri che hanno avuto un primo contatto con l'Università – che hanno visitato il sito, interagito con un post social, inviato una richiesta via mail – con l'obiettivo di mostrar loro contenuti mirati ad alto potenziale in grado di stimolare attenzione e interesse verso le attività dell'Ateneo. Parallelamente sarà pianificata e implementata una linea editoriale narrativa della città di Napoli con contenuti in doppia lingua.

La campagna iscrizioni sarà realizzata attraverso:

- **Advertising**

Ideazione e sviluppo della campagna pubblicitaria mirata e declinazione di contenuto e tono della campagna attraverso un linea editoriale sui social media

- **Social media marketing**

Linee editoriali dedicate

- **Content**

Ideazione e realizzazione di contenuti multimediali promozionali

- **Paid media**

Attivazione di campagne sponsorizzate multicanale mirate ad audience profilata

4.5.2 Parthenope nel mondo

Con riferimento all'internazionalizzazione, al fine di accrescere le occasioni di confronto e di collaborazione con Atenei e centri di ricerca all'estero e consolidare la posizione della Parthenope all'interno delle reti di Atenei europei, sarà realizzata la campagna di comunicazione ***Parthenope nel mondo*** finalizzata a promuovere l'Ateneo ed accrescere la visibilità nel contesto internazionale.

Si offrirà supporto alla definizione e all'implementazione di una strategia di comunicazione delle iniziative, incontri, conferenze ed eventi dal respiro internazionale realizzati dall'Ateneo. In particolare si realizzeranno contenuti multimediali e materiale grafico di supporto coordinato con l'identità visiva di Ateneo.

La campagna *Parthenope nel mondo* sarà realizzata attraverso:

- **Content**
Realizzazione di contenuti multimediali e materiale grafico di supporto
- **Social Media Marketing**
Promozione e divulgazione delle iniziative e degli eventi
- **Paid Media**
Attivazione di campagne sponsorizzate multicanale mirate ad audience profilate

4.5.3 Comunicare la Ricerca

Con riferimento all'attività di ricerca, sarà realizzata una più incisiva campagna di comunicazione finalizzata a promuovere i prestigiosi traguardi raggiunti. L'Ateneo sostiene da sempre la qualità della ricerca in un'ottica interdisciplinare – grazie alla collaborazione con partner nazionali ed internazionali, ordini professionali, società scientifiche, Università e Centri di ricerca – ed intende investire per comunicare i risultati raggiunti: le ricerche commissionate dalle imprese, il sostegno al trasferimento tecnologico, i brevetti generati dalla ricerca e gli spin-off accademici.

La campagna di comunicazione delle attività di ricerca ha due principali obiettivi:

- a) **divulgare, nel significato più ampio del termine, i risultati ottenuti;**
- b) **narrare la ricerca, facendo leva sul ruolo della scienza e del digital storytelling.**

Per l'implementazione della campagna si realizzeranno contenuti multimediali e materiale grafico di supporto coerente con l'identità visiva di Ateneo.

Divulgare la ricerca

Nell'intento di divulgare i risultati della ricerca scientifica sarà progettata e realizzata la campagna *Divulgare la ricerca* volta a:

- promuovere la comunicazione bidirezionale tra la comunità scientifica interna per consentire il *knowledge sharing* fra diversi ambiti scientifico-tecnologici e rafforzare le collaborazioni interdipartimentali;
- implementare la comunicazione tra comunità scientifica e società attraverso la promozione di iniziative per la comunicazione della ricerca scientifica e per l'uso, il riuso e il potenziamento di dati e contenuti in collaborazione con il contesto accademico (*Open Science*);
- valorizzare l'immagine ed il ruolo dell'ente finanziatore grazie alla ricaduta sul pubblico a livello di interesse, visibilità e utilità sociale della ricerca.

La campagna *Divulgare la ricerca* sarà realizzata attraverso:

- **Email Marketing**
Creazione ed invio di newsletter a banche dati mirate
- **Materiale Informativo**
Ideazione e progettazione di materiale informativo
- **Comunicazione eventi divulgativi**
Supporto strategico e grafico ai concept degli eventi
- **Live talk e webinar**
Supporto all'ideazione di iniziative volte a creare momenti e opportunità di divulgazione e condivisione della ricerca

Narrare la ricerca

La campagna *Narrare la ricerca* prevede lo sviluppo di una narrazione digitale realizzata attraverso linee editoriali mirate a:

- ridurre il gap tra il mondo della ricerca e la società, inserendo in una narrazione più ampia il lavoro dei ricercatori, degli investitori e dei partner coinvolti;
- portare i progetti e le relative finalità all'attenzione di enti ed istituzioni pubbliche e private per potenziare le opportunità di finanziamento e sviluppo della ricerca;
- catalizzare l'interesse di potenziali partner per le attività di ricerca dell'Ateneo e/o per progetti futuri.

La campagna *Narrare la ricerca* sarà realizzata attraverso:

- **Content**
Realizzazione di contenuti multimediali a supporto della narrazione dei progetti di ricerca
- **Video Pillole**
Realizzazione di video pillole descrittive di progetti di ricerca
- **Paid Media**
Attivazione di campagne sponsorizzate multicanale mirate ad audience profilate
- **Social Media Marketing**
Realizzazione di una linea editoriale dedicata e declinazione dei contenuti realizzati
- **Web Tv**
Realizzazione di format tv, infotainment, redazionali e interviste da diffondere sul canale tv di Ateneo

4.5.4 Parthenope tra Imprenditorialità e Innovazione

Per supportare lo sviluppo culturale e locale assumono centralità indiscussa le collaborazioni e le potenziali sinergie dell'Ateneo con la comunità locale e con l'ambiente. A tal fine si intende investire sul carattere "imprenditoriale" dell'Ateneo, aprendosi all'esterno e instaurando relazioni con gli stakeholder rilevanti in modo sia formale che informale, sviluppando capacità di engagement con la comunità con un impegno diretto per il progresso culturale, economico e sociale e promuovere innovazione. In tale prospettiva si inserisce il *Contamination Lab Uniparthenope (CLab Uniparthenope)*, un percorso di didattica innovativa sui temi della blue e della circular economy per sviluppare il potenziale e la cultura imprenditoriale attraverso azioni di contaminazione pilotata tra università e imprese, tra discipline e metodi didattici. Il *CLab* si inserisce nell'ambito delle attività di public engagement realizzate dalla Parthenope rivolte al contesto socio-economico, con valore educativo, culturale e di sviluppo sociale e finalizzate allo sviluppo e alla promozione dell'autoimprenditorialità. Al fine di comunicare opportunamente tali attività di public engagement sarà realizzata la campagna di comunicazione ***Parthenope tra Imprenditorialità e Innovazione*** e contemporaneamente si offrirà supporto alla definizione e all'implementazione di una strategia di comunicazione degli eventi e delle iniziative realizzate dall'Ateneo (Noi siamo la Città) per promuovere sinergie con la comunità e per favorire conseguenti opportunità di co-creazione di valore.

Parthenope tra Imprenditorialità e Innovazione

Nell'intenzione di valorizzare le idee di valenza imprenditoriale, supportare l'attività di orientamento e accompagnamento degli studenti al mondo del lavoro e promuovere l'innovazione generata si costruirà una narrazione digitale. Tale narrazione sarà fondata su esperienze di virtuosa collaborazione con le imprese, interessanti percorsi di avvicinamento degli studenti al mondo del lavoro, esperienze di generazione di innovazione imprenditoriale e scientifica di successo. A tal fine si prevede la condivisione di contenuti acquisiti durante le attività del *Contamination Lab Uniparthenope*, le giornate di orientamento e la produzione di contenuti riguardanti le attività di stage, i progetti di partnership con aziende, i video di ex studenti che hanno trovato realizzazione professionale. Manager, direttori marketing, ex-alunni e docenti animeranno live talk, webinar e linee editoriali dedicate.

Noi Siamo la Città: eventi e iniziative per il public engagement

Si offrirà supporto alla definizione e all'implementazione di una strategia di comunicazione delle iniziative scientifiche e culturali, incontri pubblici, giornate di orientamento e di formazione realizzate dall'Ateneo al fine di stimolare la partecipazione del sistema degli stakeholder al disegno strategico di valorizzazione dell'identità e coinvolgerli nel percorso di rafforzamento del posizionamento competitivo. Il supporto di comunicazione avrà lo scopo di conferire uniformità grafica agli eventi, nonché coerenza rispetto all'identità visiva di Ateneo, e contribuire alla loro promozione, attraverso una campagna di conoscenza tramite il sito web ed i canali social.

Le campagne *Parthenope tra Imprenditorialità e Innovazione* e *Noi Siamo la Città* saranno realizzate attraverso:

- **Content**
Realizzazione di contenuti multimediali a supporto della narrazione
- **Social Media Marketing**
Diffusione dei contenuti realizzati
- **Paid Media**
Attivazione di campagne sponsorizzate multicanale mirate ad audience profilate
- **Video Eventi**
Realizzazione di foto/video reportage durante gli eventi

- **Web Tv**

Realizzazione di format tv, infotainment, redazionali e interviste da diffondere sul canale tv di Ateneo

Concerto Futuro Parthenope

La realizzazione del concerto ha l'obiettivo di avvicinare l'Università al pubblico più giovane e alle loro famiglie, un'occasione per promuovere l'offerta didattica con stand dedicati ai Dipartimenti dell'Ateneo. Il concerto sarà realizzato in una delle piazze simbolo della Città di Napoli per rafforzare il legame identitario dell'Ateneo con il territorio.

5 Programmazione e costi delle attività

OBIETTIVI	AZIONI OBIETTIVO	INDICATORI	SPESE ANNUE 2021	SPESE ANNUE 2022	SPESE ANNUE 2023	TOTALE TRIENNIO	TOTALE TRIENNIO PER A.O.	
O.1. Rafforzare la comunicazione interna per rafforzare l'immagine dell'Ateneo, valorizzando la storia e l'identità dell'organizzazione	A.O.1.1. Progettare e implementare un piano di comunicazione							
	A.O.1.2. Costituire una cabina di regia							
	A.O.1.3. Realizzare un'analisi di scenario ed una ricognizione sullo stato attuale della comunicazione interna ed esterna							
	A.O.1.4. Realizzare indagini sulle percezioni di immagine dell'Ateneo		€ 10.000,00			€ 10.000,00	€ 10.000,00	
	A.O.1.5. Definire le forme di coordinamento/decentramento tra le attività di comunicazione							
O.2. Aumentare l'attrattività dell'offerta formativa, attraverso lo sviluppo di contenuti innovativi, potenziando i canali di comunicazione social	A.O.2.1. Definire la corporate identity	Rebranding del logo	€ 10.000,00			€ 10.000,00	€ 10.000,00	
	A.O.2.3 Progettare e implementare una campagna di comunicazione più incisiva ed esperienziale	Realizzazione Advertising e Spot video		€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 15.000,00	€ 124.000,00
		Progettazione materiali informativi promozionali e merchandising		€ 7.000,00	€ 7.000,00	€ 7.000,00	€ 21.000,00	
		Organizzazione di eventi e di iniziative per il public engagement		€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 15.000,00	
		Campagna Affissioni		€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 15.000,00	
		Graduation Day		€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	
		Annunci stampa		€ 10.000,00	€ 10.000,00	€ 10.000,00	€ 30.000,00	
		Video Metrò		€ 10.000,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 10.000,00	
		Supporto strategico attività comunicazione		€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 18.000,00	
		Concerto "Futuro Parthenope"		-	-	-	-	
		Master MEIM		-	-	-	-	
	A.O.2.4. Potenziare il sistema dei social network attraverso lo sviluppo di contenuti innovativi	Content Strategy e Social Media Marketing		€ 18.000,00	€ 18.000,00	€ 18.000,00	€ 54.000,00	€ 111.000,00
		Video Content		€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 12.000,00	
ADS Digitali			€ 15.000,00	€ 15.000,00	€ 15.000,00	€ 45.000,00		
TOTALE			€ 105.000,00	€ 75.000,00	€ 75.000,00	€ 255.000,00	€ 255.000,00	

CAPITOLO 3

POTENZIAMENTO DELLE INFRASTRUTTURE E DEI SERVIZI INFORMATICI

*OBIETTIVO O.D.5 - MIGLIORARE L'ATTRATTIVITÀ DELL'OFFERTA FORMATIVA MEDIANTE
L'INCREMENTO DEI SERVIZI DIDATTICI IN MODALITÀ TELEMATICA*

1. Premesse e scopo del capitolo

Questo capitolo riassume i risultati raggiunti e pianifica i prossimi passi, con riferimento alle strategie definite dall'ateneo in base a:

1. La precedente Programmazione Triennale.
2. L'emergenza COVID-19 e la conseguente revisione delle stesse (come descritto in dettaglio nel Piano Post Lockdown approvato dagli Organi di Governo dell'ateneo, disponibile alla URL: <https://www.uniparthenope.it/news/piano-postlockdown-covid-19>).
3. Gli obblighi derivanti dal processo di trasformazione digitale della Pubblica Amministrazione italiana, definiti dall'Agenzia per l'Italia Digitale (AgID) e che l'ateneo dovrà assolvere in tempi brevissimi.

Il raggiungimento dei risultati descritti in questo documento è stato possibile anche per l'impegno e per la competenza del Personale Tecnico Amministrativo dell'Ufficio Sistemi Informatici, che ha fornito un supporto continuo e puntuale.

Si ricorda che tra i compiti assegnati al Pro Rettore è richiesta anche la promozione di iniziative per coadiuvare i servizi informatici anche al fine di garantire l'evoluzione armonica delle tecnologie a supporto di questi ultimi.

Le attuali attività degli Uffici Informatici possono essere ricondotte alle seguenti voci:

- ✓ Creazione dei siti/portali di Ateneo, dipartimenti ed altre strutture.
- ✓ Gestione dell'e-learning.

- ✓ Gestione delle aule informatiche
- ✓ Gestione della infrastruttura ICT (rete, fonia, server, etc..).
- ✓ Gestione dei servizi ICT di base (posta elettronica, DNS, autenticazione, audio/video etc..).
- ✓ Gestione dell'infrastruttura informatica e dei database.

Si fa presente altresì che le attività quali l'informatizzazione delle carriere degli studenti sono condotte dalla Segreteria Studenti.

Alla luce della scelta di indirizzo che l'Ateneo ha operato negli ultimi anni, unitamente alle evoluzioni tecnologiche innovative in ambito didattico e scientifico ed al loro impatto sul modo di operare e di relazionarsi con i cittadini da parte della PA, quali i servizi per la digitalizzazione, diventa ormai indispensabile avviare un processo di trasformazione digitale che interessi l'intero sistema informativo di questo Ateneo.

Pertanto, si è provveduto alla riorganizzazione degli Uffici, volta a delineare delle aree tematiche e delle strutture finalizzate alla realizzazione degli obiettivi pianificati, tenuto conto dell'attuale dotazione. Va a questo proposito evidenziato che la percentuale di personale informatico (17 unità) a supporto dell'intero ateneo è pari al 2,8% del personale tecnico (258 unità) e docente (344 unità) di ruolo¹. Gli Uffici e le rispettive competenze sono di seguito elencati:

- È stato costituito l'**Ufficio Supporto ai Sistemi Informatici**, a cui sono state attribuite le seguenti competenze:
 - Supporto all'attivazione e assistenza telefonia fissa e sistema telefonico VOIP di Ateneo;
 - Distribuzione della firma digitale ai docenti dell'Ateneo;
 - Gestione e Distribuzione Software per prodotti non in convenzione CRUI;
 - Assistenza e consulenza ai sistemi multimediali e audio-video per le sedi di Via Acton, Via Medina, Via Parisi e Villa Doria;
 - Assistenza piattaforma Microsoft Teams;
 - Gestione aule didattiche informatizzate per le sedi di Via Acton, Via Medina, Via Parisi e Villa Doria.

¹ Sono esclusi dal calcolo dottorandi, borsisti, assegnisti, docenti a contratto, etc.

• È stato costituito l'**Ufficio Sviluppo e Statistiche**, a cui sono state attribuite le seguenti competenze:

- Analisi, progettazione e sviluppo applicazioni ed interfacce grafiche per il web;
- Servizio di Analisi e Statistiche dei dati;
- Trasmissione dei dati relativi all'A.N.S. e all'Ufficio di Statistica del MIUR;
- Gestione e configurazione dei questionari di valutazione didattica, posta elettronica di ateneo, anagrafica studenti, etc.;
- Amministrazione dei portali e pubblicazione informazioni sul portale di Ateneo;
- Gestione account piattaforma Microsoft Teams;
- Gestione prodotti Microsoft.

• È stato costituito l'**Ufficio Innovazione Digitale**, a cui sono state attribuite le seguenti competenze:

- Supporto ai Dipartimenti ed all'Amministrazione centrale nei progetti di innovazione tecnologica e di interesse primario;
- Compiti legati alla transizione al digitale previsti dall'art. 17 del CAD;
- Gestione del sistema informatico documentale;
- Razionalizzazione sistemi Cineca;
- Realizzare la trasformazione digitale del dominio contabile e di pianificazione e controllo dell'Ateneo
- Identity Access Management;
- Gestione convenzioni/contratti Crui.

• È stato costituito l'**Ufficio Sistemi informativi**, a cui sono state attribuite le seguenti competenze:

- Realizzazione e Gestione di piattaforme di didattica a distanza (E-Learning, MOOC, etc.);
- Presidio di sede e gestione delle aule didattiche informatizzate della sede del Centro Direzionale;
- Assistenza e consulenza ai sistemi multimediali e audio-video per la sede del Centro Direzionale;
- Assistenza piattaforma Microsoft Teams.

Le attività inerenti i contratti di telefonia e la gestione della rete di Ateneo e della sicurezza informatica (collegamenti locali e rete GARR e suoi servizi, gestione DNS, assegnazione di indirizzi IP, antivirus

centralizzato, posta elettronica certificata, firma digitale, Autenticazione unica di Ateneo) sono assegnate al Dirigente della Ripartizione.

Infine, si rappresenta che sono stati individuati i referenti dei Dipartimenti e delle Scuole per la gestione dei rispettivi portali.

2. AZIONE A1 - Offerta didattica in modalità blended

L'ateneo potenzierà ulteriormente la propria offerta di didattica in modalità blended, ovvero in grado di essere erogata sia in presenza che in telepresenza, con modalità sincrona e/o asincrona.

2.1 A1.1 - Piattaforma per la didattica a distanza

È stata acquisita la piattaforma Microsoft Teams, a valle di un'approfondita analisi di mercato (in cui in particolare sono stati confrontati gli «ecosistemi» Google Education e Microsoft Teams). Da un punto di vista tecnico non è emersa una sostanziale superiorità di uno dei due prodotti. È stato deciso di acquisire la piattaforma Microsoft Teams perché:

- Attraverso la convenzione CRUI, il costo era nettamente inferiore (circa la metà).
- La quasi totalità dei docenti e una buona percentuale dei PTA aveva già imparato ad usarla.

Si sottolinea che la convenzione CRUI consente di avere ad un costo molto basso non solo Microsoft Teams ma l'intera suite Office365, che include: Posta, Storage, Pacchetto Office e altro. È stata effettuata la migrazione di tutti gli indirizzi di posta dell'ateneo su piattaforma Microsoft. Recentemente, è stato anche effettuato un upgrade delle licenze per il personale strutturato, che consentirà l'implementazione di procedure di monitoraggio della qualità estremamente accurate, con un lieve incremento di spesa (circa 10Keuro/anno). Il costo delle licenze per l'uso della piattaforma Microsoft Teams andrà sostenuto anche negli anni a venire.

Va prevista un'azione di recupero del materiale (videocorsi) prodotto nell'ambito del progetto "Blended". Tale materiale è divenuto inutilizzabile, in quanto basato su una tecnologia che all'epoca della produzione del materiale stesso era quella di riferimento, ma che poi è divenuta obsoleta, a causa della decisione di Adobe di non supportare più il prodotto Flash Player. Va pertanto acquistato un servizio di conversione del materiale esistente in tecnologie supportate dai moderni browser, quali ad esempio HTML5.

2.2 A1.2 - Piattaforma per gli esami online

È stata acquisita la piattaforma Respondus (Respondus Lockdown Browser e Respondus Monitor). È stata allestita una piattaforma «sicura» per gli esami online. La piattaforma consiste in un'istanza centralizzata della piattaforma Moodle, con l'aggiunta dei plugin Respondus Lockdown Browser e Respondus Monitor². La piattaforma Moodle è stata configurata in modo da consentire l'espletamento di test a risposta aperta e multipla. Recentemente, è stata decisa una riduzione del numero delle licenze (sedute di esame) relative al software Respondus, nell'assunzione che l'emergenza che rende necessario l'espletamento delle verifiche di profitto in modalità a distanza si ridurrà nel primo anno e si azzererà negli anni successivi.

2.3 A1.3 - Miglioramento dei servizi delle piattaforme di Ateneo

Questa azione è strettamente correlata con le seguenti altre azioni (alle quali si rimanda):

- A1.2 – Microsoft Teams non solo come piattaforma di didattica a distanza ma anche - con tutti gli strumenti della suite - come piattaforma per lo smart working.
- A3.3 – Potenziamento dell'infrastruttura di rete.
- A4 – Piano di completa dematerializzazione dei procedimenti amministrativi, attraverso il potenziamento dei sistemi digitali in uso.

3. AZIONE 2 - Accesso agli spazi nel rispetto delle norme di sicurezza

L'ateneo ha sviluppato e messo in esercizio un'infrastruttura hardware/software per il controllo e il monitoraggio dell'accesso alle strutture. Considerato il perdurare dell'emergenza COVID e la conseguente necessità di garantire adeguati livelli di sicurezza nell'accesso agli spazi, è indispensabile mantenere in esercizio tale infrastruttura.

² Respondus Lockdown Browser e Respondus Monitor sono dei trusted platform module che permettono il controllo hardware e software sia del PC su cui viene svolta la prova scritta che di dispositivi utilizzati nelle vicinanze, nonché del controllo sulla persona che effettua la prova (in particolare, evitandone la sostituzione).

3.1 A2.1 - Infrastruttura hardware/software per il controllo e il monitoraggio dell'accesso alle strutture

Si è sviluppata una app per il controllo e per il monitoraggio degli accessi. Per poter utilizzare tale app, è necessario dotare tutte le sedi dell'ateneo di opportuni device "terminali" (tablet, palme, QR-code reader, etc.). Si stima che l'emergenza renderà necessario ancora per un anno il controllo ed il monitoraggio degli accessi, successivamente solo il monitoraggio. Parte dei device necessari è stata già acquisita. Bisogna prevedere l'acquisto di ulteriori device, sia per la copertura delle sedi non ancora attrezzate sia per la sostituzione di quelli che si danneggeranno.

4. AZIONE 3 - Potenziamento delle infrastrutture digitali dell'ateneo

L'ateneo proseguirà nel percorso intrapreso di potenziamento delle proprie infrastrutture digitali, in termini di dotazione delle aule, di connettività della rete e di organizzazione interna.

4.1 A3.1 - Potenziamento dei servizi per le video-lezioni

Ad oggi sono stati già raggiunti importanti risultati, con l'allestimento di un cospicuo numero di aule con telecamere con angolo di campo ampio, microfoni, Extender HDMI (per il collegamento di proiettori a grande distanza). È stato inoltre fatto un bando per supporto multimediale a studenti meno abbienti. Si deve prevedere una significativa azione di ulteriore potenziamento almeno per un anno ancora. L'ateneo procederà all'acquisizione di telecamere, microfoni ambientali e altoparlanti per tutte le aule.

È stato acquisito l'hardware per informatizzare dal punto di vista delle riunioni sia la Sala Consiliare sia l'aula Savarese del Dipartimento di Ingegneria. La Sala Consiliare è già stata equipaggiata con un sistema di videoconferenza. Prossimamente saranno installati sia l'hardware di video-condivisione sia i relativi nuovi monitor in entrambe le sale.

4.2 A3.2 - Potenziamento delle infrastrutture di connettività

È stata ripristinata la rete Full Mesh esistente tra le sedi dell'Università. Sono stati fatti tre interventi di manutenzione straordinaria per il ripristino dei tre tratti interrotti. Sono stati ripristinati due collegamenti in modo completo, un terzo parzialmente (il completamento di questa azione è a carico dell'Orientale). Siamo in fase di negoziazione per un contratto di manutenzione dell'intera rete in fibra di proprietà dell'Ateneo.

Si sta procedendo ad un upgrade degli apparati di routing delle sedi, per incrementare la capacità della rete a 10GB. Questo serve per abilitare:

- Funzionalità miranti ad aumentare la disponibilità (tramite innanzitutto attivazione di meccanismi di load balancing e di fault tolerance).
- Funzionalità miranti ad aumentare la sicurezza.

È stata avviata la sostituzione di una buona parte degli attuali switch di accesso.

È stato fatto l'aggiornamento dell'infrastruttura di accesso WIFI nella sede di Pacanowski e potenziata quella di via Acton, in quanto obsolete. Si dovrà procedere alla stipula di un contratto di fornitura per i servizi di fonia e dati, che includa anche le nuove sedi del Centro Direzionale di Napoli e di Nola.

È di prossima attivazione una consulenza specialistica per il miglioramento dell'intera infrastruttura di rete.

Il progetto per la connettività dati delle nuove sedi è già stato redatto e prevede l'utilizzo di fibre dedicate (a noleggio) per le sedi del Centro Direzionale e di connettività MPLS per la sede di Nola, inoltre è previsto un collegamento di backup in MPLS per tutte le nuove sedi. Tutti i collegamenti in fibra a noleggio saranno offerti gratuitamente per tre anni successivi alla scadenza (05/2023) dell'attuale offerta ricevuta.

Il progetto per la fonia è in corso di redazione.

5. AZIONE 4 - Completa dematerializzazione dei procedimenti amministrativi

L'ateneo proseguirà nell'implementazione del piano per la completa dematerializzazione dei procedimenti amministrativi, attraverso il potenziamento dei sistemi digitali in uso.

5.1 A4.1 - Messa in sicurezza degli applicativi esistenti e realizzazione di nuovi servizi

Sono stati messi in sicurezza numerosi applicativi, che implementano importanti funzionalità (tra cui si segnalano in particolare: autorizzazioni, autocertificazione e anticorruzione), nell'ambito della convenzione SPC-L2 per la messa in sicurezza dei processi amministrativi. È stato sviluppato il portale applicativi di ateneo, un contenitore unico per tutte le applicazioni di ateneo (sviluppate ex novo e/o derivanti da reingegnerizzazione di vecchie applicazioni). Il portale opera in sicurezza, perché realizzato con tecniche di «secure programming» e ospitato su Cloud Oracle. È possibile accedervi da qualunque postazione (anche al di fuori della rete di ateneo). Nell'ambito di una prima convenzione sono stati sviluppati sei applicativi, nell'ambito dell'estensione della stessa saranno sviluppati i restanti applicativi e fornito il supporto per quelli esistenti.

Per applicazioni che non hanno requisiti di customizzazione particolarmente stringenti e per le quali esistano soluzioni Open Source di qualità adeguata, si è proceduto alla messa in esercizio delle stesse sulla piattaforma cloud sicura dell'ateneo (acquisita nell'ambito della convenzione CRUI con Oracle). È questo il caso dell'applicativo per le segnalazioni per l'anticorruzione, per il quale è stato individuato un prodotto Open Source (Globaleaks), che è stato messo in esercizio sulla piattaforma cloud sicura dell'ateneo. L'applicativo è già in esercizio.

È stato acquisito il prodotto Eligo per l'evoting, a valle di un'analisi di mercato delle soluzioni esistenti. Si dovrà prevedere questo costo anche per gli anni a venire.

È stato acquisito "as a Service" il Portale Amministrazione Trasparente (PAT), offerto in riuso da AgID. L'acquisto "as a Service" è stato preferito in quanto permette di avere un servizio ospitato su cloud sicuro e sempre aggiornato rispetto alla normativa vigente. Si dovrà prevedere un canone annuale per questo servizio anche per gli anni a venire.

È necessario ammodernare tutto il sito web di Ateneo e dei relativi Dipartimenti/CdS in quanto obsoleti, di difficile gestione e con grafica che poco si addice ad un ambiente dinamico come quello universitario. Abbiamo investigato con CINECA come poter ammodernare il sito web, la soluzione proposta è stata solo il rifacimento ex-novo dell'intero sito (go live + canone annuo). Siamo in attesa di una offerta da parte di CINECA, nel frattempo abbiamo ottenuto una prima stima anche da una società terza.

È stato firmato un accordo di collaborazione con la società Uanataca S.A. che consente all'ateneo di essere fornitore di servizi di certificazione digitale per l'emissione di certificati di autenticazione Carta Nazionale dei Servizi (CNS) e crea i presupposti per l'avvio di una serie di progetti di digitalizzazione (ivi inclusa la fornitura di servizi SPID, richiesta per legge).

5.2 A4.2 - Servizi cloud per il supporto allo Smart Working in sicurezza

Sono state attivate le licenze Microsoft per tutto il personale strutturato. Agli uffici vengono fornite una serie di funzionalità fondamentali per il lavoro collaborativo – sia in presenza che in remoto – con un livello di sicurezza «da istituto finanziario», come ad esempio:

- Accesso ubiquo a file (OneDrive 5TB di spazio per utente).

- Condivisione di file (a livello di gruppo di lavoro e/o ufficio) (SharePoint).
- Condivisione di account di email (a livello di gruppo di lavoro e/o ufficio) (Shared Email).
- Lavoro cooperativo su documenti (a livello di gruppo di lavoro e/o ufficio) (Office365).

5.3 A4.3 - Servizi di monitoraggio dell'efficienza dell'Ateneo

Nell'ambito della Convenzione CRUI-ORACLE è stata attivata la piattaforma SaaS (Software as a Service) Agid Compliant, denominata Oracle Enterprise Performance Management (EPM) Cloud Service. L'applicazione EPM consentirà all'Ateneo di analizzare, comprendere e creare report in tempo reale sull'andamento delle varie attività della propria missione istituzionale. La soluzione è stata già connessa a numerose sorgenti dati dell'ateneo - come ad esempio alcune applicazioni gestionali CINECA ed i nuovi applicativi sviluppati dall'ateneo - e acquisisce dati in tempo reale, da cui estrae una serie di KPI e ne consente il monitoraggio costante mediante dashboard. A regime, la piattaforma fornirà un preziosissimo supporto per il monitoraggio delle spese e delle performance aziendali, il consolidamento e la finalizzazione dei risultati finanziari e la pianificazione della programmazione. Con il recente passaggio alle licenze A5 di Microsoft per il personale strutturato, sarà inoltre possibile nei prossimi anni implementare procedure di monitoraggio della qualità estremamente accurate. I costi della licenza EPM dovranno essere sostenuti anche negli anni a venire.

6. Stanziamenti necessari per gli interventi futuri

Sono stati raggiunti importanti risultati, ma è necessario procedere sul percorso tracciato e reperire risorse aggiuntive, al fine di proseguire nelle e potenziare le azioni sopra descritte. I servizi informatici sono infatti, particolarmente in questo periodo emergenziale, di importanza strategica primaria.

Di seguito si riporta un quadro riassuntivo degli stanziamenti necessari al completamento/potenziamento delle varie azioni:

Obiettivi	Azioni Obiettivo	Indicatori	Spese Annuie 2021	Spese Annuie 2022	Spese Annuie 2023	Totale Triennio
Obiettivo O.D.5: Migliorare l'attrattività dell'offerta formativa mediante l'incremento dei servizi didattici in modalità telematica	A.D.5.2: Potenziare la didattica in modalità telematica in affiancamento ai corsi di studio	Licenze Microsoft	70.000,00 €	70.000,00 €	70.000,00 €	210.000,00 €
		Piattaforma Esami	20.000,00 €	-	-	20.000,00 €
		Acquisto hardware videolezioni	50.000,00 €	-	-	50.000,00 €
Obiettivo O.O.3: Incrementare l'efficienza organizzativa interna	A.O.3.12: Completare il processo di dematerializzazione dei flussi documentali di Ateneo	Hardware connettività nuove sedi	75.000,00 €	-	-	75.000,00 €
		Manutenzione intera fibra	-	80.000,00 €	80.000,00 €	160.000,00 €
		Eligo	11.000,00 €	11.000,00 €	11.000,00 €	33.000,00 €
		PAT	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	15.000,00 €
		Cloud Oracle	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	30.000,00 €
		EPM	70.000,00 €	70.000,00 €	70.000,00 €	210.000,00 €
		Avvio e manutenzione nuovo sito web	280.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	380.000,00 €
		Manutenzione nuovi applicativi	-	10.000,00 €	10.000,00 €	20.000,00 €
TOTALE			591.000,00 €	306.000,00 €	306.000,00 €	1.203.000,00 €

CAPITOLO 4

RICERCA

CAPITOLO O.R. DEL PIANO STRATEGICO (2016-2022)

L'attività di ricerca e di insegnamento dell'Università degli Studi di Napoli "Parthenope" si pone come fine precipuo di elaborare e diffondere le conoscenze umanistiche, scientifiche e tecnologiche con un approccio critico, nonché di contribuire allo sviluppo sociale, culturale ed economico della società, favorendo l'applicazione diretta, la valorizzazione e l'impiego della conoscenza.

La ricerca scientifica costituisce lo strumento indispensabile per lo sviluppo delle competenze di studenti, ricercatori e docenti nei vari ambiti del sapere. Compiti prioritari dell'Università Parthenope sono dunque il supporto alla crescita delle competenze del corpo docente, la formazione degli studenti in figure altamente professionali richieste dal mondo del lavoro, la produzione di nuova conoscenza tramite la ricerca scientifica, il trasferimento della conoscenza alla società. Va ricordato che nell'agenda 2030 delle Nazioni Unite è stata sottolineata la centralità della formazione di ogni paese, intesa come obiettivo prioritario di sviluppo, che il nostro l'Ateneo condivide con tutte le realtà universitarie nazionali e internazionali; la stessa Commissione Europea considera la ricerca elemento trainante per stimolare lo sviluppo socio economico e dare nuovo impulso alla competitività dei paesi membri. L'Ateneo deve, quindi, perseguire con serietà e costanza l'obiettivo di essere parte integrante di uno Spazio Europeo della Ricerca (ERA) e generare così un effetto attrattivo per gli investimenti privati e per i migliori cervelli.

La centralità del ruolo della ricerca è stata di nuovo confermata dalla strategia Europa 2030. Tale strategia fonda le proprie azioni di rilancio dell'economia dell'Unione su tre pilastri: la crescita intelligente, sostenibile e inclusiva. Su tali pilastri deve essere fondata l'azione dell'Ateneo per raggiungere l'eccellenza nella Ricerca Scientifica.

La Mission dell'Università Parthenope è quella di un Ateneo internazionale in grado di raccogliere le grandi sfide per favorire la crescita intelligente, sostenibile e inclusiva della comunità accademica, della società e del territorio, capace di migliorarsi continuamente, di promuovere e sostenere la ricerca libera, di coltivare il talento offrendo ai giovani le migliori opportunità.

Per tali scopi l'Ateneo persegue l'obiettivo di svolgere attività di ricerca e formazione di qualità, al fine di generare, accrescere e, contemporaneamente, rendere disponibile il patrimonio scientifico e culturale sviluppato attraverso studi e ricerche a servizio degli studenti, delle imprese, delle istituzioni e, più in generale, dell'intera Società attraverso un continuo e proficuo confronto.

Nel rispetto della propria missione istituzionale l'Ateneo persegue l'elaborazione e la trasmissione delle conoscenze, promuovendo e organizzando la ricerca e curando, mediante azioni coordinate, la formazione culturale e professionale, nonché la crescita civile degli studenti intraprendendo azioni concrete a supporto del

diritto allo studio: un Ateneo capace di mantenere una fitta rete di relazioni internazionali, di attirare studenti da tutto il mondo e di sostenere tutti i suoi iscritti nel loro percorso di perfezionamento all'estero; un Ateneo capace di affermarsi sul fronte della ricerca, partecipando a bandi competitivi, di attrarre fondi di ricerca e divulgare la conoscenza con pubblicazioni prestigiose; un Ateneo capace di valorizzare il proprio sistema di formazione post-universitaria, con particolare attenzione alle scuole di dottorato di ricerca.

L'Ateneo, nel conseguire la sua missione fa propri gli obiettivi posti dalla programmazione Horizon Europe che rappresenta, per il mondo accademico, la transizione nel modo in cui viene condotta la ricerca e viene condivisa la conoscenza. Sulla base di tali prospettive, l'Ateneo si propone di supportare e guidare l'eccellenza scientifica dei propri ricercatori con un nuovo approccio mission-oriented. Ciò contribuirà a definire un nuovo modo per raggiungere obiettivi sociali, politici ed economici più ampi, anche al fine di portare le idee più promettenti dal laboratorio al mondo reale, supportare le start-up e le aziende più innovative.

Obiettivi e azioni del piano triennale 2021-2023

Il Piano triennale 2021-2023 ribadisce l'impostazione di un Ateneo proiettato verso grandi sfide, in un mondo sempre più complesso, da un lato fortemente aderente alla contemporaneità e dall'altro animato da un pensiero innovativo e dinamico.

La missione accademica dell'Ateneo Parthenope si pone dunque l'obiettivo, di realizzare politiche di valorizzazione del talento dei ricercatori, degli studenti, nonché di tutto il personale di supporto, al fine di espletare attività che contribuiscano allo sviluppo della conoscenza in tutti i campi del sapere, alla sperimentazione dei suoi prodotti e al trasferimento della conoscenza e dell'innovazione agli studenti, al mondo produttivo e a tutti i portatori di interesse, realizzabili prioritariamente con la costruzione di reti di collaborazioni internazionali, capaci di integrare una pluralità di competenze ed esperienze.

A tal fine il piano di sviluppo è articolato su tre obiettivi concreti, valutabili e misurabili:

- Promuovere la formazione e valorizzazione dei migliori talenti;
- Promuovere la Ricerca
- Migliorare la qualità e la produttività della ricerca;

Il piano strategico prevede una politica di reclutamento e sviluppo delle risorse dell'Ateneo improntata alla promozione di una cultura dell'eccellenza e della responsabilità, anche in linea con obblighi previsti dalle vigenti normative e dal Regolamento di Ateneo.

L'Ateneo sostiene in maniera continuativa le strutture a supporto della ricerca, a partire dalla fase di progettazione fino alla relazione finanziaria finale, offrendo il proprio impegno, in ogni momento del processo sempre più complesso e concorrenziale, per ottenere finanziamenti per i progetti di ricerca. La ricerca è sia il centro che il

punto di partenza per costruire una formazione di alta qualità: è, pertanto, indispensabile un grande impulso per incentivare, sotto ogni aspetto, le attività di ricerca, sempre più caratterizzate dal reciproco confronto su scala nazionale e internazionale. La ricerca, che deve tendere per sua natura ad una dimensione universale e globale, richiede, infatti, apertura al mondo e una visione internazionale capace di stabilire una fitta rete di collaborazioni e condivisioni con le più importanti Istituzioni di ricerca operanti nei cinque continenti.

L'Ateneo Parthenope è, quindi, impegnato ad attuare una strategia per il futuro che non si fondi sul ridimensionamento di alcune aree a favore di altre, ma che, continuando a supportare le aree meno trainanti, premi impegno e merito scientifico, incentivando quelle di eccellenza. In forza di queste premesse, si è definito un Piano Strategico per individuare obiettivi, linee di sviluppo e criteri generali al fine di elaborare un relativo piano di azione coerente con essi e formulato secondo una logica bottom-up, favorendo iniziative interdisciplinari e interdipartimentali in ambito ricerca e terza missione per far crescere e valorizzare il talento dei ricercatori e dei giovani studiosi, anche al di fuori dei "confini" dipartimentali.

O.R.1. Promuovere la formazione e la valorizzazione del talento

La missione accademica dell'Ateneo Parthenope è basata su politiche improntate a valorizzare il talento dei ricercatori, degli studenti e di tutto il personale di supporto. Le azioni del piano triennale sono rivolte all'attrazione e alla valorizzazione di nuovi talenti intervenendo sulle politiche di reclutamento e sulla valorizzazione del proprio personale per raggiungere gli obiettivi strategici, coerentemente con i valori ed il profilo etico che ne caratterizzano la missione e l'identità.

A.R1.1 Cofinanziamento progetti a bandi competitivi internazionali ed europei e chiamata diretta di vincitori di progetti ERC

L'Ateneo ritiene strategico adottare una politica per l'attrazione di vincitori di progetti finanziati nell'ambito dell'European Research Council (ERC) allo scopo di reclutare e valorizzare persone di talento, anche per l'impatto che queste hanno sulle future generazioni e sulle ricadute sul territorio. Per questo è fondamentale che l'Ateneo sia una sede accademica prestigiosa e di respiro internazionale, dove si possono maturare esperienze che renderanno il proprio curriculum competitivo in vista anche di una carriera altrove. Nel quadro di questi obiettivi e in modo organico con lo sviluppo della sua strategia, l'Ateneo intende attuare un piano di incentivazione all'attrazione dall'estero di ricercatori qualificati, garantendo la destinazione dei punti organico necessari e adeguate forme di cofinanziamento per i relativi progetti di ricerca mediante investimenti in attrezzature e laboratori.

I Dipartimenti possono proporre la chiamata di vincitori di progetti ERC, riconoscimento, quest'ultimo, tra i più prestigiosi per i ricercatori nelle varie fasi di carriera.

L'azione di cofinanziamento dei progetti a bandi di ricerca internazionali ed europei mediante la chiamata diretta di vincitori ERC avrà ricadute positive anche su alcuni degli indicatori individuati dal D.M. n. 289/21 in riferimento all'obiettivo E. *Investire sul futuro dei giovani ricercatori e del personale delle università.*

A.R1.2 Potenziamento dei servizi di supporto alla gestione dei progetti di ricerca mediante formazione del personale addetto

Gli Uffici amministrativi dei Dipartimenti ed il relativo personale sono investiti della gestione amministrativa dei progetti di ricerca. Questi, infatti, rappresentano il filo diretto con i docenti responsabili delle attività di ricerca. Il personale amministrativo dei Dipartimenti, dedicato all'attività di gestione dei contratti di ricerca, è comunque supportato dall'Ufficio Ricerca di Ateneo. Il potenziamento dei servizi di supporto, iniziato con il precedente piano triennale, prevede un ulteriore sviluppo basato sulla valorizzazione del capitale umano mediante specifiche attività di formazione.

L'aggiornamento professionale continuo e ricorrente riveste un'importanza fondamentale nell'ottica del potenziamento della produttività e dell'efficacia delle prestazioni individuali e collettive e, nel contempo, delle capacità professionali dei dipendenti, soprattutto quando punta all'aspetto motivazionale e al soddisfacimento individuale, assecondando quel "senso di progettualità" di cui ciascuno ha bisogno per sentirsi realizzato. La formazione professionale costituisce uno strumento fondamentale per la crescita del personale e l'innalzamento del livello qualitativo dei servizi prestati dalle amministrazioni. L'Ateneo è convinto del ruolo strategico e motivazionale che riveste la formazione e per questo definisce le linee programmatiche generali per le attività di formazione. L'amministrazione attraverso un'analisi dei fabbisogni formativi intende strutturare adeguatamente i futuri piani annuali di formazione e la programmazione delle attività formative. L'azione formativa è orientata ad ottimizzare le abilità linguistiche e le competenze su trasferimento conoscenza, valorizzazione della proprietà intellettuale, Open Access e programmazione europea ed è finalizzata ad arricchire il patrimonio professionale del personale tecnico ed amministrativo, migliorare la qualità dei servizi, soprattutto destinati all'utenza, in linea con gli obiettivi dell'Ateneo.

L'azione di potenziamento delle strutture di supporto alla ricerca mediante formazione del personale addetto avrà ricadute positive anche sugli indicatori individuati dal D.M. n. 289/21 e precisamente sull'indicatore *h) Rapporto tra risorse per la formazione del personale TA e numero di TA di ruolo* in riferimento all'obiettivo E. *Investire sul futuro dei giovani ricercatori e del personale delle università.*

Nella tabella seguente sono elencati per l'obiettivo *Promuovere la formazione e la valorizzazione del talento* le azioni previste nel piano strategico 2021-2023, i rispettivi indicatori di risultati e i "valori obiettivo" per ciascun indicatore e per ciascun anno.

Tabella 1

Promuovere la formazione e la valorizzazione del talento				
Azioni Piano Triennale	Indicatori Piano Triennale	Valori Obiettivo degli indicatori		
2021-2023	2021-2023	2021	2022	2023
Cofinanziamento progetti a bandi competitivi internazionali ed europei e chiamata diretta di vincitori di progetti ERC	Numero di vincitori ERC inseriti in organico	0	1	1
Potenziamento dei servizi di supporto alla gestione dei progetti di ricerca mediante formazione del personale addetto	Percentuale del PTA partecipante alle attività di formazione	70%	80%	90%

O.R.2. Promuovere la Ricerca

L'Università Parthenope promuove la ricerca scientifica e supporta attivamente le proposte dei propri docenti e ricercatori a bandi competitivi al fine di incrementare le risorse disponibili. Nel piano triennale 2021-2023 sono previste azioni volte a favorire e supportare l'accesso ad infrastrutture di ricerca e piattaforme attive nello Spazio Europeo della Ricerca, al fine di agevolare i propri ricercatori con un accesso più facile, garantendo, allo stesso tempo, visibilità e accesso aperto. Confermando la condivisione degli obiettivi di Horizon Europe, l'Ateneo continua a promuovere l'eccellenza scientifica dei propri ricercatori attraverso l'incentivazione alla partecipazione ai bandi competitivi dell'European Research Council (ERC) e ai programmi Marie Skłodowska-Curie, e a quelli di Horizon Europe con il supporto scientifico e l'assistenza tecnica dei Joint Research Centre (JRC), puntando fortemente anche al rafforzamento e alla comunicazione dell'impatto scientifico, economico e sociale dei progetti finanziati.

A.R2.1 Incentivare la partecipazione a bandi di ricerca europei

L'Ateneo ritiene strategico incrementare i proventi derivanti da ricerche commissionate, dal trasferimento tecnologico e da finanziamenti competitivi. Le opportunità di finanziamento oggi sono tante e coinvolgono altrettanti settori, ma, spesso, risulta complicata la corretta interpretazione dei programmi. Conoscere, prima della formale pubblicazione, le direzioni dei futuri finanziamenti della ricerca, comprendere al meglio le finalità dei programmi e dei bandi, poter arrivare ad una rapida e, al contempo, cosciente informata selezione di una proposta di progetto, attraverso la personalizzazione intelligente del flusso di informazioni affinché sia fluida e diretta: sono tutti elementi indispensabili di supporto alla ricerca stessa.

Per incentivare la partecipazione a bandi di ricerca europei nel piano triennale sono previste azioni specifiche e coordinate:

- incrementare ulteriormente il supporto amministrativo fornito dall'Ateneo alla presentazione dei progetti;
- garantire una quota riservata dei P.O. (pari al 20%) in termini di reclutamento per i SSD che risulteranno vincitori di bandi competitivi dei programmi dell'Unione Europea;
- cofinanziare la partecipazione a piattaforme di coordinamento europee e le relative spese di missione.
- acquistare il Tool Research Professional.

L'Ufficio Ricerca di Ateneo provvede alle attività di formazione e informazione attraverso l'organizzazione di giornate tematiche sui programmi europei e predisponendo, in sinergia con i Dipartimenti interessati e coinvolti nelle aree individuate, la partecipazione dei gruppi di ricerca a Brokerage Event su topic specifici di Ricerca Partner. In tale prospettiva, l'Ateneo mette a disposizione le risorse necessarie a cofinanziare la partecipazione dei referenti dei gruppi di ricerca ai Brokerage Event ed alle riunioni delle piattaforme europee di coordinamento della ricerca.

La partecipazione a queste reti di networking consentirà, nel tempo, di ampliare il raggio d'azione e la visibilità dell'Ateneo in termini di competenze e capacità scientifiche, rafforzando il ruolo dei ricercatori nei progetti europei e creando occasioni di partnership tematiche finalizzate alla presentazione congiunta di nuove proposte progettuali.

Il Tool Research Professional consente di avere informazioni mirate sulle opportunità di finanziamenti della ricerca (a livello nazionale, europeo ed internazionale) e di compiere, in autonomia, ricerche personalizzate per nuovi finanziamenti. Il sistema sarà utilizzato dall'Ufficio Ricerca per la realizzazione dei magazine in relazione ai principali temi di ricerca studiati all'interno dei Dipartimenti attraverso parole chiave relative alle discipline scientifiche oggetto di ricerca.

L'utilizzo del Tool consentirà di conoscere opportunità di finanziamento e bandi aperti per finanziare la ricerca e le attività ad essa connesse in base alla tipologia di screening (ad es. contributo alla spesa, appalti, finanziamenti diretti, ecc.).

L'azione di potenziamento dei servizi di supporto alla ricerca di partner, alla stesura dei progetti su bandi competitivi europei determinerà ricadute positive anche sugli indicatori individuati dal D.M. n. 289/21 e precisamente sull'indicatore *d) Proporzione dei proventi da ricerche commissionate, trasferimento tecnologico e da finanziamenti competitivi sul totale dei proventi* in riferimento all'obiettivo B. *Promuovere la ricerca a livello globale e valorizzare il contributo alla competitività del Paese*

Nella tabella seguente sono elencati per l'obiettivo *Promuovere la ricerca* le azioni previste nel piano strategico 2021-2023, i rispettivi indicatori di risultati e i "valori obiettivo" per ciascun indicatore e per ciascun anno.

Tabella 2				
Promuovere la Ricerca				
Azioni Piano Triennale	Indicatori Piano Triennale	Valori Obiettivo degli indicatori		
		2021-2023	2021	2022
Incentivare la partecipazione a bandi di ricerca europei attraverso la riserva del 20% di risorse P.O. nella programmazione	Numero di progetti europei acquisiti	0	1	1
Cofinanziamento per la partecipazione a piattaforme di coordinamento europee e relative spese di missione	Numero di piattaforme di coordinamento al quale l'Ateneo aderisce	0	1	2
Acquisto del tool Research Professional	Numero di domande presentate a bandi competitivi internazionali		7	14

O.R.3 Migliorare la qualità e la produttività della Ricerca

Nel piano triennale 2021-2023 sono previste azioni per migliorare la qualità e la produttività della ricerca intervenendo con operazioni mirate.

A.R3.1 Comunicare all'interno ed all'esterno i risultati della ricerca

Divulgare, nel significato più ampio del termine, i risultati ottenuti dalla ricerca scientifica, rappresenta, oggi, un dovere per la società della conoscenza. Per molto tempo, infatti, la diffusione dei risultati delle ricerche è stata confinata ad ambienti di settore, conferenze, convegni, meeting o riviste specializzate. L'importanza e, al contempo, la necessità della divulgazione dei frutti della ricerca scientifica è andata negli anni continuamente affermandosi e aumentando, sia per la presa di coscienza "sociale" da parte dei ricercatori impegnati in prima linea, sia per la consapevolezza che la ricerca pubblica, per essere finanziata attraverso i contributi di tutti, richiede il sostegno consapevole del contribuente che crede nel progresso e, di conseguenza, investe nel futuro.

Pertanto l'Ateneo, oltre al dovere di impiegare risorse e mezzi nella ricerca e nell'alta formazione ha l'obbligo di divulgare e comunicare i risultati ottenuti, puntando al relativo trasferimento tecnologico. Le attività di diffusione degli esiti raggiunti, consentono alla società di beneficiare dello sviluppo scientifico e della produzione condivisa di conoscenza. La divulgazione è sinonimo di cultura, partecipazione e condivisione attiva; il trasferimento tecnologico di innovazione e progressione. Divulgazione e trasferimento tecnologico sono presupposti e conseguenza uno dell'altro. La cultura scientifica non è un bene astratto: è una risorsa strategica per il futuro del Paese e rappresenta il suo punto di forza per innovare, produrre e competere nel contesto internazionale.

Il valore aggiunto, frutto dei risultati scientifici dei progetti di ricerca, rappresenta un punto di forza per il mondo industriale e per l'intero sistema economico; tuttavia, spesso, tale valore resta frenato e, quindi, improduttivo, a causa della mancata corretta conoscenza e condivisione da parte degli stakeholder, deputati a favorire il successivo trasferimento tecnologico e quindi l'applicazione pratica di quanto studiato.

Al contempo, non è dato da sottovalutare, la risonanza dei progetti di ricerca nella società civile allor quando sono affrontati temi a forte ricaduta economica e sociale e quindi di interesse comune. Anche per tali motivi, le attività di ricerca condotte nei progetti dell'Ateneo ed i risultati ottenuti devono poter contare su un'ampia divulgazione. In tal senso, una comunicazione strategicamente pianificata e mirata favorisce la disseminazione dei risultati della ricerca, aiuta a comprendere il loro concreto e corretto impiego industriale e, quindi, favorisce il suo impatto economico e sociale.

Rendere edotti e partecipi i cittadini delle linee di ricerca scientifica di un progetto e dei traguardi raggiunti, significa farne comprendere il valore in termini di progresso e, quindi, di benessere. Una efficace comunicazione delle finalità e degli obiettivi che la ricerca si pone unitamente ad una adeguata disseminazione dei risultati, aumentano, in maniera considerevole, le probabilità di successo di tutte le attività dell'Ateneo.

Inoltre, la diffusione all'interno dell'Ateneo delle informazioni relative alle attività in essere e ai risultati della ricerca promuove un arricchimento culturale e scientifico costante, favorisce lo scambio di conoscenza e l'interazione tra i gruppi di ricerca, ponendo le basi per lo sviluppo di progetti futuri, con un approccio sempre più sinergico e fattivo.

Il piano triennale 2021-2023 prevede, in particolare, il finanziamento di iniziative di Open Access su periodici scientifici e accademici, accreditati e di qualità (ad esempio, quelli presenti nella directory DOAJ - Directory of Open Access Journals).

Con tali azioni l'Ateneo si propone di avviare una politica scientifica aperta: attraverso un accesso aperto a pubblicazioni ed ai dati di ricerca. L'Open Science verrà attuata mediante l'Open access ai dati della ricerca, ovvero fornendo accesso online ai dati e ai risultati della ricerca gratuitamente per l'utente finale senza restrizioni sull'uso e il riutilizzo, sulla base del principio «as open as possibile, as closed as necessary». Un Piano di gestione dei dati che sia responsabile deve rispettare i principi «FAIR» (reperibile, accessibile, interoperabile, riutilizzabile) e dell'Open Data Research. Inoltre l'Ateneo, garantendo l'open access alle pubblicazioni scientifiche, si impegnerà anche a prevedere e garantire adeguate misure di tutela della proprietà intellettuale per salvaguardare gli stessi ricercatori.

L'open science rappresenta sicuramente un approccio alla ricerca collaborativo, trasparente e accessibile, in linea con la mission istituzionale.

Il mercato dell'editoria scientifica ha subito nel corso degli ultimi anni una significativa evoluzione nella direzione dell'accesso aperto (open access, OA) ovvero un sistema nel quale il costo della pubblicazione è a carico del ricercatore che intenda pubblicare i risultati della sua ricerca e non più di chi è interessato ad accedere ai suddetti risultati. Un sistema OA comporta pertanto la necessità di distribuire risorse per sostenere i costi delle “article processing charges” (APCs) il cui valore, nel caso di riviste di elevato prestigio, può raggiungere quote pari ai 2000 euro per singolo articolo. Il sostegno per la copertura delle APCs è pertanto una delle strategie da mettere in atto per aumentare l'impatto della produzione scientifica di Ateneo a livello internazionale, in quanto in media articoli prodotti e pubblicati in modalità OA sono, per ovvie ragioni, maggiormente citati.

Infine, per migliorare la qualità della produzione scientifica ed agevolare i docenti nell'attività di controllo degli elaborati prevenendo criticità rispetto a casi di plagio è previsto l'acquisto di un software antiplagio che consente la verifica dell'originalità di un documento/elaborato allo scopo di garantire e tutelare l'effettiva qualità e autenticità del contenuto. Il software permette di verificare in automatico eventuali similitudini fra il contenuto analizzato e le banche dati di riferimento (documenti pubblicati su web e banche dati scientifiche) in modo da individuare la presenza di contenuti e testi non originali.

Nella tabella seguente sono elencati per *l'obiettivo Migliorare la Qualità e la Produttività della Ricerca* le azioni previste nel piano strategico 2021-2023, i rispettivi indicatori di risultati e i “valori obiettivo” per ciascun indicatore e per ciascun anno.

Tabella 3				
Migliorare la Qualità e la Produttività della Ricerca				
Azioni Piano Triennale	Indicatori Piano Triennale	Valori Obiettivo degli indicatori		
2021-2023	2021-2023	2021	2022	2023
Comunicare all'interno ed all'esterno i risultati della ricerca	Percentuale dei prodotti della ricerca presenti su banca dati IRIS	80%	85%	90%
	Incremento percentuale annuo dei titoli pubblicati in Open Access	+5%	+7%	+10%

Nella Tabella seguente sono riportate le risorse necessarie alla realizzazione degli obiettivi e all'esecuzione delle relative azioni.

Tabella 4				
Obiettivi Piano Triennale 2021-2023	Azioni Piano Triennale 2021-2023	SPESE ANNUE		TOTALE
		2022	2023	
Promuovere la formazione e la valorizzazione del talento	Attrazione di vincitori di progetti ERC mediante riserva di percentuale di punti organico e cofinanziamento per i relativi progetti di ricerca mediante investimenti in attrezzature e laboratori		200.000	200.000
	Cofinanziamento per la partecipazione a piattaforme di coordinamento europee e relative spese di missione	15.000	15.000	30.000
Promuovere la competitività nell'attrazione delle risorse	Acquisto servizi di abbonamento piattaforma Research Professional	16.500	16.500	33.000
	Finanziamento iniziative di Open Access e Open Science	50.000	60.000	110.000
Migliorare la qualità e la produttività della Ricerca	Monitoraggio della produzione scientifica dei dipartimenti e dei ricercatori mediante utilizzo di piattaforme di valutazione e consulenze di terzi	10.000	10.000	20.000
	Acquisto servizi di abbonamento software antiplagio	17.000	17.000	34.000
TOTALE		108.500	318.500	427.000

CAPITOLO 5

POTENZIAMENTO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

OBIETTIVO O.D.8 POTENZIAMENTO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEI CORSI DI STUDIO

1. Considerazioni introduttive.

Il processo di internazionalizzazione e l'intensificazione delle collaborazioni con partner internazionali qualificati costituisce un obiettivo dominante dell'Università di Napoli Parthenope che, negli anni, ha senz'altro affrontato le numerose sfide offerte dalle molteplici opportunità di collaborazione e partecipazione a progetti di respiro internazionale. Differentemente da altri obiettivi strategici caratterizzati da un più ampio livello di verticalizzazione, il miglioramento del processo di internazionalizzazione dell'Ateneo assume un carattere di maggiore trasversalità coinvolgendo esso diversi ruoli e diverse funzioni dell'intera organizzazione universitaria. L'adozione di una politica di internazionalizzazione forte implica, di fatti, la costruzione di un sistema di azioni che si riflettono su molteplici livelli quali, ed in via non esaustiva, la mobilità degli studenti, la mobilità dei docenti, l'internazionalizzazione della offerta formativa, l'approntamento di procedure amministrative coerenti con una maggiore interazione con studenti internazionali, l'avvicinamento degli standard di servizio a livelli quanto più vicini alle *best practices* internazionali, la creazione di un ambiente a maggior respiro internazionale in grado di attrarre in modo efficace ricercatori e docenti provenienti da sistemi universitari oltre confine.

Pur essendo la definizione di internazionalizzazione universitaria non univocamente determinata, essa è legata ad una serie di fattori universalmente riconosciuti come indicatori utili per la determinazione del cosiddetto "grado di internazionalizzazione". In particolare, sono validi indicatori del grado di internazionalizzazione:

- L'attrattività "in ingresso". Essere internazionali significa riuscire ad attrarre: a) studenti stranieri (in particolare quelli con maggior merito) e b) docenti e ricercatori stranieri (con contratti stabili o temporanei).
- L'attrattività "in uscita". Questa si misura valutando: a) l'entità dei flussi di mobilità degli studenti (studenti che trascorrono un periodo di studio o di tirocinio all'estero) e b) l'efficacia del placement all'estero (laureati che trovano occupazione al di fuori dei confini nazionali).
- Il grado di networking. È importante che l'Ateneo sia inserito in reti internazionali, miranti a

promuovere: a) le collaborazioni scientifiche con università straniere, b) l'istituzione di percorsi di studio in collaborazione (quali i double e joint degrees, European Universities, e i dottorati internazionali).

- La presenza all'estero o in rete: Contribuiscono a migliorare questo indicatore: a) l'apertura di vere e proprie sedi universitarie all'estero, b) l'organizzazione di corsi di studio istituiti presso università straniere (che assumono la denominazione di corsi *franchised o validated*) e c) la partecipazione a reti di università estere.

Inoltre, e come già accennato, il miglioramento dell'internazionalizzazione non può che passare anche per un processo di internazionalizzazione della stessa struttura organizzativa di Ateneo mediante uno sviluppo di competenze collegate ad una varietà di aspetti quali, ad esempio, la formazione linguistica, la conoscenza delle differenze tra i sistemi accademici internazionali al fine di meglio adattare le regole d'ammissione degli studenti internazionali, le differenze tra i sistemi di valutazione, nonché le diversità in tema di diritti degli studenti.

In un quadro così delineato, si inserisce il Piano di Internazionalizzazione di Ateneo per il triennio 2021-2023 che risponde alle “Linee guida linee generali d'indirizzo della programmazione delle Università 2021-2023 e indicatori per la valutazione periodica dei risultati”, emanate dal MUR con il D.M. n. 289 del 25 marzo 2021, e che individua l'Internazionalizzazione quale uno dei cinque obiettivi specifici oggetto del sistema di valutazione dei risultati dei programmi di Ateneo identificandone, a sua volta, le relative aree di azione. In particolare, per l'obiettivo Internazionalizzazione sono state individuate quattro azioni così articolate (cfr. art. 3 comma 1 DM 285/2021, MUR):

a) esperienze di studio e formazione alla ricerca all'estero;

b) corsi di studio internazionali;

c) attrazione di studenti internazionali e attività di internazionalizzazione domestica;

d) integrazione della didattica nelle reti internazionali e europee.

Lo stesso provvedimento ministeriale ha, inoltre, identificato i seguenti sette indicatori di riferimento per la valutazione dei risultati: 1) proporzione di CFU conseguiti all'estero dagli studenti, ivi inclusi quelli acquisiti durante periodi di “mobilità virtuale”; 2) proporzione di Dottori di ricerca che hanno trascorso almeno 3 mesi all'estero; 3) proporzione di studenti iscritti al primo anno dei corsi di laurea (L) e laurea magistrale (LM; LMCU) e di Dottorato (D) che hanno conseguito il titolo di studio di accesso all'estero; proporzione di laureati (L, LM e LMCU) entro la durata normale dei corsi che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero nel corso della propria carriera universitaria, ivi inclusi quelli acquisiti durante periodi di “mobilità virtuale”; 4) proporzione di laureati provenienti da famiglie con condizione socio-economica non elevata che hanno svolto periodi di studio all'estero; 5) rapporto tra studenti in ingresso e in uscita nell'ambito del programma Erasmus; 6) proporzione di studenti

immatricolati a Corsi di Studio “internazionali”; 7) numero di insegnamenti erogati in lingua estera sul totale degli insegnamenti dell’anno accademico; 8) rapporto professori e ricercatori in visita / totale docenti; 9) partecipazione all’iniziativa European Universities, o iniziative corrispondenti.

Al fine di favorire il miglioramento del processo di internazionalizzazione incrementando gli indicatori ministeriali ad esso collegati, il Piano di internazionalizzazione di Ateneo per il triennio 2021/2023 intende promuovere una serie di attività tese ad incentivare la mobilità in uscita ed in entrata, mediante un insieme correlato di iniziative che ruotano intorno alle quattro azioni su indicate (voci *D1, D2, D3 e D4* dell’art. 3 comma 1 DM 289/2021). A ben vedere, la realizzazione di una politica di Ateneo lungo le quattro azioni se, da un lato, non si distanzia dagli sforzi finora profusi dall’ateneo, dall’altro, consente di realizzare una visione ed una messa sistema organica della dimensione di internazionalizzazione, nella misura in cui il perseguimento di ciascuna azione produce dei correlati effetti positivi sulle altre azioni, consentendo l’attivazione di un circolo virtuoso. A titolo di esempio, il potenziamento delle esperienze di studio all’estero consente un miglioramento delle conoscenze del sistema didattico estero tale da consentire l’importazione delle *best practices* internazionali idonee alla proposizione di corsi di laurea internazionale la cui istituzione, a sua volta, costituisce uno snodo essenziale per l’attrattività di studenti internazionali. Inoltre, l’internazionalizzazione della ricerca e della didattica costituisce una base di lancio ed un requisito essenziale per l’attivazione di politiche efficaci di partecipazione a reti universitarie ed internazionali.

2. Azioni per il potenziamento dell’internazionalizzazione.

Coerentemente con le linee di indirizzo ministeriali, il programma triennale 2019-2021 collegato alla internazionalizzazione si sviluppa lungo le seguenti azioni.

Azione 1. Esperienze di studio e formazione alla ricerca all’estero

Le esperienze di studio e formazione alla ricerca all’estero costituisce una tipica azione in grado di innalzare il livello qualitativo dell’Ateneo per una serie variegata di ragioni. Innanzitutto, la partecipazione del corpo docente a progetti di mobilità consente un più ampio allargamento del network di relazioni scientifiche di ciascun docente con immediate ricadute di sistema in termini di miglioramento della produttività scientifica. In aggiunta, l’attivazione di iniziative di *knowledge transfer* con partner internazionali non può che aumentare le opportunità di partecipazione a progetti di ricerca finanziati da organismi esteri/internazionali nonché iniziative di ricerca su temi globali. A dimostrazione della dimensione di “sistema” che l’internazionalizzazione assume all’interno delle politiche strategiche di Ateneo, la partecipazione ad iniziative di ricerca all’estero del corpo docente può costituire, inoltre, un prezioso strumento di promozione dell’Ateneo all’estero con possibili ricadute in termini di incremento degli accordi istituzionali tesi ad ampliare l’offerta didattica internazionale (si pensi all’attivazione di corsi di studio interateneo con ordinamento congiunto oppure di corsi di studio di Ateneo con mobilità strutturata per gli

studenti). In altri termini, l'internazionalizzazione della ricerca può assumere il ruolo di strumento fondamentale, oltre che per l'incremento della qualità della produzione scientifica, anche per la promozione della cooperazione istituzionale su un livello di scala internazionale.

In questa prospettiva, l'Università degli Studi di Napoli Parthenope promuove tutte le possibili azioni volte ad intensificare gli sforzi di promozione delle iniziative di esperienze all'estero, con particolare riferimento a quelle collegate ad istituzioni altamente qualificate.

Nel dettaglio, le principali linee di iniziativa in questo campo sono:

- 1.1 Promuovere e favorire il supporto alla partecipazione a bandi di ricerca di elevata qualificazione nell'ambito dei programmi quadro dell'Unione Europea e di organismi internazionali.
- 1.2 Promuovere e favorire la partecipazione del corpo docente ai progetti di Teaching Staff Mobility Erasmus+, ed attivare politiche di coordinamento volte a garantire la messa a sistema di ciascuna esperienza di mobilità, con riguardo particolare al rafforzamento degli accordi istituzionali già esistenti (ad esempio favorendo la promozione dell'Ateneo con presentazioni ad hoc rivolte a studenti dell'Ateneo ospitante da parte di ciascun docente outgoing).
- 1.3 Favorire l'attivazione di nuovi accordi istituzionali con istituzioni internazionali e monitorare la qualità ed i risultati degli accordi correnti anche con riguardo alla produttività scientifica legata alla specifica mobilità.

Azione 2. Corsi di studio internazionali.

L'internazionalizzazione dell'offerta formativa riveste un ruolo basilare nell'ambito delle prospettive di costruzione dello spazio europeo dell'istruzione superiore. Le politiche di internazionalizzazione dei corsi di studio costituiscono uno dei percorsi utili al perseguimento di alcuni obiettivi istituzionali, quali, ad esempio, l'innalzamento della qualità dei corsi cui la creazione di classi autenticamente cosmopolite conduce, ed il miglioramento dei tassi di impiego post-laurea. Così come per le altre aree le aree funzionali all'internazionalizzazione dell'Ateneo, anche nel caso della didattica occorre che si attivi una condivisione comune circa l'esigenza di cogliere le opportunità della dimensione di internazionalizzazione da parte di tutti gli attori della comunità accademica e non, mediante il consolidamento delle collaborazioni già esistenti e la promozione di nuovi accordi. In questo quadro, l'Università degli Studi di Napoli Parthenope promuove e sostiene iniziative di internazionalizzazione della didattica perseguendo il conseguimento di una pluralità di obiettivi, quali:

- diversificazione dell'offerta formativa;
- diffusione di una cultura di respiro internazionale;

- rafforzamento degli accordi di laurea congiunta;
- spendibilità sul mercato del lavoro da parte degli studenti *outgoing* qualificati come tali in forza degli accordi di laurea congiunti.

Come noto, i corsi a carattere internazionale possono essere articolati in quattro tipologie: 1. *Corsi di studio con Atenei stranieri che prevedono il rilascio del titolo congiunto, doppio o multiplo*, intesi come di studio a ordinamento congiunto con Atenei Stranieri ai sensi dell'art. 1, comma 10, del DM n. 270/2004, al termine dei quali gli studenti ottengono un titolo congiunto, doppio o multiplo (c.d. corsi *interateneo*); 2. *Corsi di studio con mobilità internazionale strutturata*, sono corsi per i quali si prevede, o è già certificato, che almeno il 20% degli studenti acquisiscano o abbiano acquisito almeno 12 CFU all'estero in tutta la carriera con riferimento al corso in questione; 3. *Corsi erogati in lingua straniera*, consistenti in corsi attivati da un singolo Ateneo e finalizzati alla offerta di un percorso culturale e professionale spendibile in ambito internazionale; 4. Corsi di Laurea Magistrale con la partecipazione di Università italiane e selezionati per un co-finanziamento comunitario nell'ambito del programma comunitario "Erasmus plus azione centralizzata chiave 1.

Alla fine del 2020, l'Università Parthenope presenta sei Corsi di studio di Ateneo rientranti nelle prime tre categorie e cioè: Economia Aziendale (L-18), Marketing e Management Internazionale (LM-77), Management delle Imprese Internazionali (L-18), Scienze Motorie (L-22), Ingegneria Gestionale (LM-31 / LM-33), Fashion Art and Food Management (LM-77). Nel corso del triennio l'Ateneo incentiverà la partecipazione di nuovi accordi (a favore soprattutto di ulteriori e nuovi corsi di studio oltre a quelli già citati) con partner di profilo adeguato mediante il rafforzamento dell'attività di promozione dell'Ateneo, inclusa una più pronunciata attenzione al posizionamento internazionale dell'Ateneo nell'ambito dei ranking internazionali, nonché attraverso un adeguato investimento sul fronte dell'assistenza alla comunità internazionale *incoming*, limitatamente alle risorse disponibili.

La selezione degli studenti per la partecipazione ai programmi di mobilità strutturata avviene e continuerà ad avvenire per merito mentre, il finanziamento delle mobilità, oltre che da risorse proprie dell'Ateneo, provverrà principalmente dalle risorse disponibili del Fondo Giovani, con riguardo alle borse di mobilità (incluse le borse di "mobilità virtuale"), a favore di tutti gli studenti iscritti entro la durata normale del corso di studio (aumentata di un anno), la cui mobilità è finalizzata al conseguimento del Titolo di studio in quanto riconosciute nella carriera dello studente nel rispetto degli indirizzi europei definiti in materia.

Pur essendo, quindi, già presente una dimensione internazionale della didattica, l'Università degli Studi di Napoli Parthenope intende potenziare ulteriormente il carattere internazionale della propria offerta formativa in accordo con le seguenti linee di intervento:

- 2.1 incremento del numero degli insegnamenti previsti nell'ambito della corrente offerta formativa in lingua straniera;

- 2.2 attivazione di uno o più corsi di studio erogati in lingua straniera a partire dall'A.A. 2021/22.
- 2.3 riconferma dei piani di sostegno finanziario a favore dei Visiting Professor come già previsto dai piani triennali precedenti.
- 2.4 Realizzazione di strutture interattive atte ad accogliere iniziative di didattica innovativa (business game, attività didattiche intensive attraverso l'uso di piattaforme per webinar, logiche di flipped class, tecnologie wearable, remote tutoring) da offrire agli studenti delle lauree triennali, della laurea magistrale e del dottorato anche erogate a distanza da docenti internazionali.

Azione 3. Attrazione di studenti internazionali

La partecipazione ai corsi di studio da parte di studenti internazionali che hanno conseguito il titolo di studio di accesso all'estero, costituisce un obiettivo strategico rilevante in considerazione degli effetti benefici che esso produce sulla qualità dei corsi stessi, dovendo essi rispondere alle attese di formazione di una studentesca variegata sotto il profilo delle culture, specialmente accademiche. Conseguentemente, l'incremento del numero di studenti internazionali non può che innescare un processo virtuoso di contaminazione didattico-culturale con un progressivo miglioramento della qualità dei corsi. Nel corso del triennio 2021-2023 l'Ateneo intende proseguire l'obiettivo di miglioramento dell'attrazione degli studenti internazionali mediante una attenta attività di promozione che deve articolarsi nei seguenti interventi:

- 3.1 Emanazione di bandi per borse di studio a favore di studenti che hanno conseguito il titolo di studio di accesso all'estero.
- 3.2 Aumento della quantità e della qualità dei partner universitari esteri con cui stipulare accordi di mobilità studentesca.
- 3.3 Potenziamento delle politiche di integrazione internazionale dei corsi di dottorato, sulla scorta di quanto già programmato negli anni precedenti e conferma dell'obbligo di un soggiorno di studio all'estero di almeno tre mesi per i corsi di dottorato internazionali.
- 3.4 Coordinamento tra tutte le funzioni amministrative finalizzato alla erogazione di un servizio efficiente all'utenza straniera e potenziamento dei percorsi informativi e di supporto collegati alle procedure di: iscrizione, registrazione degli studenti internazionali in banca, accesso alle biblioteche, accesso al servizio mensa, e-mail istituzionale, etc..
- 3.5 Organizzazione ed erogazione di corsi di italiano a favore dell'intero corpo studentesco internazionale.

- 3.6 Creazione di una APP (*Welcome APParthenope*) volta a favorire l'integrazione degli studenti internazionali in Ateneo favorendone la presentazione delle strutture, dei servizi, del calendario di attività, oltre che in grado di offrire un contenuto informativo sulla stessa città di Napoli.
- 3.7 Attivazione di un programma "Buddy Student" destinato alla creazione di un sistema di tutoraggio offerto da studenti dell'Università degli Studi di Napoli Parthenope e teso ad offrire un supporto agli studenti internazionali in ingresso (programma da implementare anche attraverso l'App indicata nel punto precedente).
- 3.8 Potenziamento dei servizi minimi di accoglienza a favore degli studenti internazionali dell'Università di Napoli Parthenope con particolare riguardo a: assistenza alle procedure burocratiche collegate al rilascio del visto e del permesso di soggiorno, codice fiscale, assistenza sanitaria, apertura di rapporti bancari. In questa area va inoltre ricompresa l'erogazione di servizi di assistenza per la ricerca di alloggi oltre che al supporto logistico.
- 3.9 Promozione dell'Ateneo all'estero mediante partecipazione a progetti di sviluppo delle relazioni internazionali tra università tese al reclutamento di studenti internazionali. È inoltre opportuno sensibilizzare tutti i docenti impegnati in soggiorni studio/ricerca all'estero, alla promozione istituzionale dell'Ateneo alle platee di potenziali studenti internazionali, attraverso materiale promozionale opportunamente predisposto e relativo all'Ateneo, alla sua offerta formativa ed alla città di Napoli.
- 3.10 Incremento delle iniziative di accoglienza di flussi di mobilità studentesca *incoming* provenienti dagli *interinstitutional agreements* del programma ERASMUS+, tramite organizzazione di *welcome days* in concomitanza con l'inizio di ogni semestre.

Azione 4. Integrazione della didattica nelle reti internazionali e europee

L'Università degli studi di Napoli Parthenope condivide il programma lanciato dalla Direzione generale Istruzione e Cultura della Commissione europea teso a promuovere la formazione di reti di università europee dando così vita ad una European Education Area entro il 2025. La proposta di realizzazione di un sistema universitario integrato, incentrato sulla qualità e l'innovazione della didattica, mediante il coinvolgimento di docenti, studenti e staff tecnico-amministrativo chiamati a realizzare percorsi formativi integrati attraverso programmi di studio e sviluppo di metodologie di didattica innovativa appare strategico per l'intero sistema universitario e, di conseguenza, per l'Ateneo stesso. Con riguardo al triennio 2021-2023, la partecipazione da parte dell'Università degli Studi di Napoli Parthenope a bandi (call) per l'attivazione di percorsi educativi variegati con partner qualificati –workshops, seasonal school, seminari, singoli corsi e moduli, o costituzione di veri e propri corsi di studio di qualsiasi livello – costituisce un progetto ambizioso ma, allo stesso tempo, necessario per il miglioramento qualitativo della dimensione internazionale di Ateneo.

Azione 5. Incremento dei flussi di mobilità outgoing (studenti)

Alle 4 azioni previste dal DM 289/21, si aggiunge poi una ulteriore azione legata alla mobilità studentesca *outgoing*. Tale mobilità costituisce per l'Università degli Studi di Napoli Parthenope non un obiettivo di breve periodo, bensì una area di intervento sistematica e strutturale su cui si è costantemente intervenuti. Anche per il triennio 2021-2023, quindi, l'Ateneo continuerà a perseguire l'obiettivo di incrementare i soggiorni all'estero di studenti a fini di studio e tirocinio offerti dal Programma ERASMUS+ in considerazione del carattere strategico che riveste una simile e così formidabile opportunità di internazionalizzazione. Alla luce della esperienza maturata dall'Ateneo nel programma Erasmus+ nell'ultimo triennio, le azioni da porre in essere finalizzate al miglioramento del processo di mobilità *outgoing* possono essere così articolate:

- 5.1 Potenziamento della promozione del programma ERASMUS con iniziative in grado di comunicare a tutti i livelli del corpo studentesco, le opportunità annualmente offerte dal programma.
- 5.2 Incremento del numero di accordi con partner istituzionali e ampliamento della la mappa di copertura geografica degli accordi in essere.
- 5.3 Potenziamento dei laboratori di lingua per il raggiungimento dei requisiti linguistici richiesti dall'ateneo ospitante.
- 5.4 Offerta di un contributo di Ateneo per le borse di studio per gli studenti che hanno utilizzato il programma di mobilità Erasmus plus ai fini di studio con acquisizione di almeno 12 CFU all'estero, sulla scorta di una politica consolidata in Ateneo in quanto già promossa nello scorso triennio;
- 5.5 Miglioramento delle procedure amministrative di gestione del programma Erasmus mediante migrazione alla piattaforma di gestione integrata Esse 3 e relativa transizione alle iniziative Erasmus Without Paper.
- 5.6 Riduzione dei tassi di rinuncia alla mobilità da parte degli idonei, mediante percorsi educativi tesi a incrementare la conoscenza di cosa è (e cosa non è) la mobilità "Erasmus" prima ancora della partecipazione al bando annuale.

3. Piano triennale delle attività e delle spese.

Attività	Descrizione	Spese per anno		
		2021	2022	2023
Incoming Visiting Professors	Permanenza presso le strutture didattiche e scientifiche dell'Ateneo, di esperti e studiosi italiani e stranieri di elevata qualificazione scientifica appartenenti a istituzioni universitarie, di ricerca o di alta formazione non italiane che, anche sulla base di specifici accordi internazionali stipulati dall'Ateneo, sono chiamati a svolgere nell'Ateneo stesso attività formativa, anche di tipo seminariale, nell'ambito di un corso di studi, e/o attività di ricerca. Nell'ambito dell'azione trova titolo preferenziale l'adesione al Programma Fulbright.	31.500	31.500	0
Borse per Studenti che hanno conseguito il titolo di studio di accesso all'estero	Emanazione di bandi per borse di studio a favore di studenti iscritti al primo anno che hanno conseguito il titolo di studio di accesso all'estero;	25.000	25.000	
Assistenza a studenti internazionali	Potenziamento e/o esternalizzazione dei servizi di accoglienza e di assistenza alle procedure burocratiche collegate al rilascio del visto e del permesso di soggiorno, codice fiscale, assistenza sanitaria, apertura di rapporti bancari, assistenza per la ricerca di alloggi oltre che al supporto logistico ed altre attività. L'azione comprende inoltre: i) iniziative di accoglienza di flussi di mobilità studentesca ERASMUS+ e non Erasmus+, tramite organizzazione di welcome days, anche semestrali; ii) implementazione di un programma "Buddy Student", volto ad un servizio di tutorato di studenti di Ateneo verso studenti internazionali (Erasmus e non); iii) creazione di una app di accoglienza "Welcome APPArthenope".	12.000	15.000	12.000
Promozione dell'Ateneo all'estero	Produzione di materiale multimediale sull'Ateneo e sulla sua offerta formativa da promuovere in sedi estere e finalizzate al rafforzamento e/o all'incremento dei rapporti internazionali e dei correlati flussi di mobilità. Partecipazione a fiere internazionali. Acquisto di servizi presso qualificati attori internazionali per la promozione all'estero dell'ateneo. Aggiornamento e/o potenziamento sito internet di ateneo (sezione internazionale).	8.000	8.000	8.000
Corso di Lingua Italiana	Organizzazione di un corso di lingua Italiana a favore della comunità internazionale	7.500	7.500	7.500
Contributo per mobilità Erasmus	Incremento del contributo di Ateneo per le borse di studio a favore di studenti che hanno utilizzato il programma di mobilità Erasmus plus ai fini di studio con acquisizione di almeno 12 CFU all'estero. L'importo è così strutturato: contributo mensile pro-capite pari a 170€ per numero 4 mesi, a favore di 200 studenti per ciascuna annualità. Il contributo è esteso anche al caso delle mobilità virtuali.	136.000	136.000	136.000
Contributo per mobilità extra-Erasmus	Finanziamento della mobilità studentesca al di fuori del programma Erasmus+ nell'ambito di convezioni/accordi con Atenei esteri.	46.000	50.000	
Reti Europee (European Universities)	Approntamento delle procedure di partecipazione alle reti europee universitarie (European Universities) ed organizzazione eventi		20.000	10.000
		266.000	293.000	173.500

CAPITOLO 6

PROGRAMMAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI ORIENTAMENTO E PLACEMENT

OBIETTIVO O.D.2 POTENZIARE LE AZIONI DI ORIENTAMENTO IN INGRESSO

OBIETTIVO O.D.9 DEFINIRE PER OGNI CORSO DI STUDIO (I E II LIVELLO) COMPETENZE CAPACITÀ E MOTIVAZIONI DELLO STUDENTE IN INGRESSO E DELLO STUDENTE IN USCITA

OBIETTIVO O.D.10 POTENZIAMENTO DEL SERVIZIO PLACEMENT DI ATENE0

OBIETTIVO O.D.11 SEGUIRE LO STUDENTE DURANTE LA SUA CARRIERA OTTIMIZZANDO IL PERCORSO FREQUENZA LEZIONI/ PREPARAZIONE/ SUPERAMENTO DELL'ESAME

OBIETTIVO O.D.14 MIGLIORARE LA QUALITÀ DEL PROCESSO DI APPRENDIMENTO MEDIANTE AZIONE DI TUTORAGGIO

Premessa

La presente programmazione delle attività di Orientamento relativa al triennio 2021-2023 ha lo scopo di perseguire di due obiettivi generali: consolidare alcune linee di azione già definite nella precedente programmazione del triennio 2019-2021 e sinora perseguite, e prevedere ulteriori ambiti di miglioramento e potenziamento delle attività e dei servizi di Orientamento, in entrata e in itinere, rivolti ai potenziali futuri studenti universitari e agli studenti iscritti all'Ateneo.

L'Università e le professioni vanno cambiando fisionomia; maggiori opportunità di scelta del percorso formativo e del ruolo lavorativo richiedono azioni istituzionali di orientamento più incisive finalizzate alla creazione o al potenziamento nei giovani di capacità per auto-orientarsi e per partecipare attivamente negli ambienti di studio e di lavoro. L'orientamento universitario – in ingresso e in itinere – ha la responsabilità di dare inizio e di sostenere un processo formativo che mantenga le “promesse” formulate e soddisfi le aspettative degli studenti assicurando conoscenze e competenze che li mettano in grado di affrontare le sfide di un mondo del lavoro sempre più specializzato e competitivo¹.

Un'analisi quantitativa effettuata dall'ANVUR nel 2018 sullo stato delle Università italiane evidenzia una continua e sistematica riduzione del numero di immatricolati negli anni accademici dal 2002-03 al 2017-18; nell'a.a. 2017-18 si osserva una riduzione degli immatricolati ad Università tradizionali di circa

¹ È evidente l'importanza di prevedere ogni possibile forma di raccordo delle attività tipicamente svolte dall'Orientamento e dal Placement, prevedendo un percorso unitario di orientamento sia allo studio che al lavoro (vedi azione A.D.10.5: “Garantire un maggiore coordinamento tra l'Orientamento e il Placement” del presente documento).

il 14% rispetto all'a.a. 2002-03. C'è tuttavia da rilevare che nella prima tornata di immatricolazioni post-pandemia dovuta al Coronavirus, il numero di immatricolati sembra mostrare una risposta positiva da parte degli studenti, come riportato nel report dell'Osservatorio Talents Venture² che in particolare posiziona l'Ateneo Parthenope tra i primi 10 Atenei d'Italia per crescita di immatricolazioni, con un incremento del 19% a fronte di un incremento medio nazionale pari al 4,4% . La percentuale di abbandoni al I anno di corso di laurea triennale, per gli immatricolati all'a.a. 2015-16, si attesta al 12% circa e si incrementa all'aumentare dell'anno di iscrizione, andando a ritroso sugli anni di immatricolazione, raggiungendo un valore pari al 35% circa per gli iscritti all'VIII anno di corso immatricolati nell'a.a. 2008-09. Degli immatricolati all'a.a. 2013-14, solo il 30% circa consegue il titolo al III anno di corso e il 28% circa risulta iscritto al IV anno di corso.

Un'analisi delle cause è estremamente complessa – entrano in gioco fattori demografici, socio-economici, culturali, territoriali, psicologici –, ma in relazione alle attività di orientamento i principali fattori da tener in conto per operare correttivi sono:

- scarsa motivazione al proseguimento degli studi dalle scuole secondarie superiori e/o scelta errata del corso di studi universitario;
- difficoltà legate all'adattamento in un nuovo ambiente e al diverso approccio allo studio che il percorso universitario prevede.

Le politiche e le azioni di orientamento devono mirare a compenetrare l'esigenza di ampliamento della platea di iscritti con la necessità di ridurre il numero di abbandoni e i tempi necessari al conseguimento del titolo di studi³.

L'attività di orientamento – in ingresso e in itinere – è strumento fondamentale per consentire agli studenti di operare scelte consapevoli e per sostenerli nelle fasi più critiche del percorso di studi⁴.

L'orientamento in ingresso deve assolvere principalmente a quattro funzioni:

² Osservatorio Talents Venture – “Come sono cambiate le scelte degli immatricolati nell'anno della pandemia?” – 2021 (<https://www.talentsventure.com/wp-content/uploads/2021/04/Scelte-degli-immatricolati-durante-la-pandemia.pdf>).

³ Fra gli obiettivi della programmazione del sistema universitario per il triennio 2004-06 (D.M. 3 settembre 2003, n. 149) l'art. 1 comma b) prevede “la riduzione degli abbandoni e dei tempi necessari per il conseguimento dei titoli di studio mediante il potenziamento delle attività di orientamento e tutorato e della formazione integrativa”. L'obiettivo è riproposto nelle “Linee generali di indirizzo della programmazione delle università 2021-2023 e indicatori per la valutazione periodica dei risultati” (Tabella 1 Obiettivo A.1).

⁴ La centralità delle azioni di orientamento nelle politiche universitarie è sancita dalle Leggi nazionali n. 341 del 19/11/1990 e n. 390 del 2/12/1991.

- a) *informativa* – prevedere azioni atte a fornire tutte le informazioni utili a comprendere contenuti formativi, organizzazione didattica, sbocchi lavorativi dei percorsi formativi, strutture e servizi offerti dall’Ateneo; l’obiettivo è favorire scelte più consapevoli da parte dei potenziali futuri studenti, in considerazione anche della elevata concorrenzialità di offerte formative.
- b) *formativa* – prevedere azioni atte a mettere gli interessati nelle condizioni di accedere all’università dotati di una “adeguata preparazione iniziale”; l’obiettivo è di consentire agli studenti di affrontare con successo e senza ritardi “iniziali” il corso di studi.
- c) *attitudinale* – prevedere azioni per potenziare nei giovani le capacità di auto-valutazione delle proprie attitudini, motivazioni, interessi e aspettative; l’obiettivo è di evitare agli studenti scelte errate del percorso universitario con conseguente insoddisfazione, abbandoni o ritardi nel conseguimento del titolo.
- d) *comunicativa* – prevedere azioni atte a divulgare *mission* e attività dell’Ateneo – oltre la didattica – di ricerca, di terza missione; l’obiettivo è consentire la conoscenza dell’Ateneo quale luogo privilegiato di crescita fatto di “luoghi fisici”, di “relazioni”, di “occasioni di scambio e interazione culturale”, di “momenti di socializzazione”, per favorire l’integrazione e la partecipazione attiva degli studenti nell’ambiente di studio.

L’orientamento in itinere – o anche denominato tutorato⁵ – deve svolgersi in tempi e con modalità dettati dagli obiettivi che si prefigge:

- a) *in ingresso* – prevedere azioni di accoglienza e accompagnamento delle matricole nel delicato passaggio dalla scuola superiore all’università; l’obiettivo è consentire alle matricole un proficuo inserimento nel mondo accademico e fornire un sostegno nell’avvicinamento alle metodologie di studio universitario.
- b) *in itinere* – prevedere azioni di assistenza agli studenti per superare eventuali ostacoli al normale raggiungimento degli obiettivi accademici e per orientare gli studenti alla scelta del percorso formativo magistrale; l’obiettivo è di rendere effettivo e proficuo lo studio universitario così da ridurre la dispersione e i ritardi.

⁵ L’art. 13 della Legge 19 novembre 1990, n. 341 stabilisce che “*Il tutorato è finalizzato ad orientare ed assistere gli studenti lungo tutto il corso degli studi, a renderli attivamente partecipi del processo formativo, a rimuovere gli ostacoli ad una proficua frequenza dei corsi, anche attraverso iniziative rapportate alle necessità, alle attitudini ed alle esigenze dei singoli*”.

- c) *didattico (in ingresso e in itinere)* – prevedere azioni atte a migliorare le conoscenze di base degli studenti o a colmare lacune in discipline specifiche; l’obiettivo è ridurre gli insuccessi nel superamento degli esami e migliorare il rendimento.

Lo sviluppo di un percorso di attività e azioni che compenetri tutte le funzioni e gli obiettivi descritti è una condizione fondamentale per un orientamento di successo.

La rilevanza del tema “orientamento” per le politiche nazionali è testimoniata dalla Legge n. 232 del 11 dicembre 2016 (Legge di Bilancio 2017) che prevede l’attuazione da parte delle università statali di piani pluriennali di interventi integrati di orientamento pre-universitario, di sostegno didattico e di tutorato e lo stanziamento di un Fondo destinato alle Università statali nell’ambito del Fondo di Finanziamento Ordinario pari a € 5 milioni annui a decorrere dal 2017.

La progettazione e realizzazione di efficaci azioni di orientamento richiedono modalità e configurazioni organizzative che coinvolgono tutte le strutture universitarie, dai servizi amministrativi preposti ai Corsi di Studi, ai Dipartimenti e alle Scuole, dai rappresentanti degli studenti ai docenti universitari, ai Delegati, al Rettore. L’impegno e la responsabilizzazione degli attori coinvolti è l’altra condizione fondamentale per un orientamento di successo.

L’articolazione che verrà conferita al presente documento programmatico si collegherà sia alle considerazioni espresse nella Premessa sia agli obiettivi e alle azioni già identificati nella Programmazione delle attività di Orientamento e Placement per il triennio 2019-2021. Per la valutazione dell’efficacia delle azioni che si realizzeranno si farà riferimento per continuità a indicatori di pertinenza già indicati nella precedente programmazione del triennio 2019-2021, riportati nella Tabella 1. Le azioni, ove appropriato, saranno accompagnate da una previsione di spesa per ciascuno dei tre anni di realizzazione.

Le iniziative e le azioni proposte di seguito per la Programmazione 2021-23 si sviluppano lungo tre linee direttrici: attività di orientamento in “remoto” che fa uso di strumenti, quali il sito, i social media, come forme di “contatto” per esplicitare le funzioni descritte; attività di orientamento in “presenza” che prevede forme diversificate di incontri con le platee di riferimento; riproposizione di un assetto organizzativo che identifichi con chiarezza ruoli e funzioni degli attori del processo.

Le platee di riferimento delle azioni sono costituite, per l’orientamento in ingresso, da studenti delle Scuole superiori di secondo grado, da docenti delle Scuole superiori, da familiari, e da specifiche platee che possono essere nell’interesse di Corsi di Studi e Dipartimenti; per il tutorato, essenzialmente da studenti immatricolati/iscritti a corsi di laurea triennale, a ciclo unico e magistrale dell’Ateneo.

1. Obiettivo O.D.2

A.D.2.1: Politiche innovative di orientamento

1. Potenziamento del *Navigatore di orientamento* (orienta.uniparthenope.it)

(funzioni a) e d) dell'orientamento in ingresso e funzioni a) e b) dell'orientamento in itinere)

Nell'anno 2020 sono stati progettati, sviluppati e realizzati, a livello centrale, la piattaforma del Servizio di Orientamento e Tutorato e Placement - orienta.uniparthenope.it - e, decentrato, i website delle Scuole Interdipartimentali dell'Università degli Studi di Napoli Parthenope: Scuola delle Scienze, dell'Ingegneria e della Salute - sisis.uniparthenope.it - e Scuola di Economia e Giurisprudenza - siegi.uniparthenope.it -.

Ciò per fornire al potenziale studente in ingresso, agli studenti immatricolati e agli studenti iscritti, strumenti online di orientamento di immediata consultazione che lo accompagnino nell'esplorazione dell'offerta formativa delle lauree triennali o a ciclo unico e delle lauree magistrali, che illustrino i collegamenti tra lauree triennali e magistrali e formazione post-laurea, i servizi di *placement*, delineino una mappa dei servizi offerti e delle strutture di Ateneo, agevolino il processo di immatricolazione e di accesso ai test di ingresso, forniscano i principali link alle aree dei siti di Ateneo dove possano essere reperite informazioni dettagliate. L'uso di Internet quale strumento di ricerca delle offerte formative da parte di chi è interessato a uno studio universitario e quale strumento di competitività nel mercato della formazione accademica è ormai sempre più diffuso e risulta un fattore chiave sempre più rilevante nel processo decisionale di scelta degli studenti e delle famiglie.

Il Navigatore (denominato PARTHENOPE ORIENTA) è stato realizzato nell'ottica di orientare dinamicamente l'utente/potenziale studente assecondando la naturale scelta del corso di laurea e potenziando le conoscenze per affrontarla, di suggerire l'ispirazione vocazionale e la naturale transizione post laurea verso il mercato del lavoro. Inoltre è stato realizzato in maniera modulare, così che risulti agevole l'attività di aggiornamento e integrazione, corredato da strumenti multi-mediali (video, audio, infografiche dinamiche, ...) che contribuiscano a un arricchimento delle informazioni, a una rapida acquisizione delle informazioni. Il Navigatore è oggetto attualmente di un processo di sperimentazione, verifica e rivisitazione. Pertanto si ritiene necessario prevedere un'azione di aggiornamento e potenziamento, che si estenda fino alla fine del triennio 2021-2023, con la messa in opera di nuove attività complementari a quelle già attuate al fine di rendere più efficiente e completo il servizio con maggiore interattività per gli utenti. Tra queste, alcune attività ad oggi già individuate sono la creazione di una nuova pagina sul sito di Orienta nella quale effettuare un processo di registrazione utenti per gli studenti intenzionati a prendere parte agli eventi, in particolar modo

webinar di presentazione dell'offerta formativa o incontri organizzati dall'area Placement; la progettazione e implementazione di una pagina su Orienta in cui fruire on-demand di tutti i video di orientamento prodotti dall'Ateneo (Moduli di Didattica Digitale Integrativa, Virtual Open Day,...) che dovrà prevedere filtri di ricerca per argomento, in base alla pertinenza delle parole chiave o per corso di studi di provenienza; la realizzazione di un servizio professionale video/fotografico delle sedi istituzionali dell'Ateneo, per obiettivi di orientamento in entrata; la progettazione di layout grafici a supporto della presentazione da parte dei docenti dei contenuti dell'offerta formativa di ciascun Corso di Studi; la realizzazione di template per la predisposizione e l'aggiornamento dei Piani di Studio con lo scopo di agevolare una migliore organizzazione dei corsi ed il loro caricamento sul portale Orienta; la creazione di questionari compilabili on line di valutazione delle attività di orientamento e placement.

Data la trasversalità dell'azione, la messa in opera non può che avvenire di concerto con il Prorettore alla Didattica, il Prorettore all'Informatica e il Delegato alla Comunicazione.

Si richiede di prevedere uno stanziamento complessivo nel triennio pari a euro 25.000 a valere su fondi di Ateneo, suddivisi in euro 15.000 per l'anno 2022 e di euro 10.000 per l'anno 2023, al fine di garantire che l'azione si consolidi quale servizio stabilmente offerto dall'Ateneo.

2. Utilizzo di strumenti innovativi di diffusione dell'offerta formativa di Ateneo

(funzioni a) e d) dell'orientamento in ingresso e funzione a) dell'orientamento in itinere)

Le tecniche e gli strumenti di *digital marketing, lead generation, native advertising, direct email marketing, virtual events, social media marketing* rappresentano ormai canali di diffusione dell'offerta formativa, alternativi a quelli tradizionali, sempre più utilizzati per entrare in contatto con gli studenti e per guidarli nel percorso di studi e nelle loro future scelte educative. La disponibilità di *lead* qualificati e affidabili, sia italiani sia internazionali, consente di raggiungere una platea sempre più ampia di potenziali studenti fornendo loro così maggiore informazione a sostegno di una scelta consapevole. Si ritiene pertanto di estremo interesse perseguire azioni di orientamento anche attraverso l'utilizzo delle suddette attività per espandere la community di studenti interessati all'offerta formativa dell'Ateneo e aumentare la consapevolezza delle scelte.

Data la trasversalità dell'azione, la messa in opera non può che avvenire di concerto con il Prorettore alla Didattica, il Prorettore all'Informatica e il Delegato alla Comunicazione.

Si richiede di prevedere uno stanziamento complessivo nel triennio pari a euro 40.000 a valere su fondi di Ateneo, suddivisi in euro 10.000 per l'anno 2021 e euro 15.000 annuali per gli anni successivi, al fine di garantire che l'azione si consolidi quale servizio stabilmente offerto dall'Ateneo.

3. Analisi delle platee future di riferimento delle attività di orientamento

La crisi dovuta alla pandemia è stata un catalizzatore di rapidi cambiamenti sia in merito alla formazione universitaria sia all'inserimento nel mondo del lavoro. Le università dovranno prepararsi a sostenere un mercato della formazione sempre più competitivo, in termini di offerta di servizi e in termini di prospettive occupazionali. Ci sarà inoltre da considerare l'evoluzione demografica del territorio in relazione alla numerosità dei giovani della fascia di età dei potenziali studenti universitari. Sarà sicuramente importante estendere le attività di orientamento a studenti fuori della regione, a studenti stranieri, a studenti che intendono cambiare il percorso universitario già intrapreso. A tal scopo si propone un'azione che preveda attività di analisi delle proiezioni demografiche per target di età di interesse per la formazione universitaria, dei territori su cui focalizzare iniziative di orientamento per le lauree triennali e magistrali, delle esigenze degli studenti che emigrano dal territorio per andare fuori sede, del posizionamento dell'ateneo, con l'obiettivo di sviluppare attività di orientamento "tailor made" idonee a valorizzare le peculiarità dell'offerta formativa di Ateneo.

Data la trasversalità dell'azione, la messa in opera non può che avvenire di concerto con il Rettore e la Didattica.

Si richiede di prevedere uno stanziamento complessivo nel triennio pari a euro 45.000 a valere su fondi di Ateneo, suddivisi in euro 15.000 annuali, al fine di garantire che l'azione si consolidi quale servizio stabilmente offerto dall'Ateneo

4. A lezione di ricerca con un dottorando

(funzioni a) e c) dell'orientamento in ingresso)

L'azione si realizza attraverso seminari tenuti da studenti iscritti a corsi di dottorato dell'Ateneo su argomenti di ricerca che abbiano tematiche comuni con i programmi scolastici, da svolgersi presso l'Ateneo o presso le sedi scolastiche.

L'obiettivo dell'azione è di avvicinare gli studenti delle scuole superiori al tema della ricerca universitaria fornendo loro spunti per migliorare l'apprendimento delle discipline attraverso la conoscenza di altre metodologie, conoscere cosa significa fare ricerca universitaria, portare alla loro attenzione i temi su cui oggi la ricerca si misura, per fornire spunti di riflessione sulle loro conoscenze di tematiche comuni alla scuola e alla ricerca e sui loro interessi e attitudini, per contribuire così ad una maggiore consapevolezza della scelta del percorso universitario e per instaurare una rete di collaborazione con le scuole e relativi docenti.

Inoltre, l'interazione con giovani ricercatori può realizzare una maggiore empatia tra docente e discente. La messa in opera non può che avvenire di concerto con i Coordinatori dei Corsi di Dottorato.

L'impegno per le attività seminariali potrebbe essere sostenuto dal numero di ore che gli studenti iscritti a corsi di dottorato di ricerca possono dedicare ad attività didattiche integrative⁶, oppure mediante erogazione di assegni (in riferimento all'art. 2 del "Fondo per il sostegno dei giovani e per favorire la mobilità degli studenti" per l'incentivazione delle attività di tutorato nonché per attività didattico-integrative, propedeutiche e di recupero).

5. Partecipazione a piani POT e PLS

(funzioni a), b) e c) dell'orientamento in ingresso)

Il Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca al fine di aumentare la propensione a iscriversi all'università, orientare a una scelta universitaria consapevole, ridurre il tasso di abbandono universitario, particolarmente rilevante nei primi anni universitari, aiutare a completare il percorso universitario nei tempi previsti, nell'ottobre 2018, accanto al Piano Nazionale Lauree Scientifiche (PLS), ha promosso i Piani di Orientamento e Tutorato (POT) e ha chiesto alle università di progettare e realizzare attività che sostenessero le studentesse e gli studenti degli ultimi anni delle scuole secondarie di secondo grado nella scelta del corso di laurea e gli immatricolati nell'affrontare con profitto gli studi universitari.

Nel Decreto Ministeriale n. 435 del 6 agosto 2020 relativo all'integrazione delle Linee Generali di indirizzo della programmazione delle università 2019-2021, l'art. n. 2 destina delle risorse alle università statali per il Piano Lauree Scientifiche (PLS) e per i Piani per l'Orientamento e Tutorato (POT) per il sostegno di progetti di orientamento autonomamente elaborati. Nell'Ateneo ad oggi sono stati presentati progetti PLS rispettivamente da parte del Dipartimento di Studi aziendali e quantitativi e del Dipartimento di Scienze, due progetti per i POT di cui uno sviluppato dal Dipartimento di Ingegneria e l'altro messo in atto di concerto dal Prorettore all'Orientamento e Placement e dal Prorettore alla Didattica.

⁶ L'art. 4 comma 14 del Regolamento che disciplina il Dottorato recita "*I dottorandi, quale parte integrante del progetto formativo, possono svolgere, previo nulla osta del collegio dei docenti e senza che ciò comporti alcun incremento della borsa di studio, attività di tutorato degli studenti dei corsi di laurea e di laurea magistrale nonché, comunque entro il limite massimo di quaranta ore in ciascun anno accademico, attività di didattica integrativa*".

L'azione che si propone è di pianificare fin da ora, la partecipazione ai futuri piani POT e PLS per le aree che saranno interessate (cfr. Art. 7 delle “Linee generali di indirizzo della programmazione delle università 2021-2023 e indicatori per la valutazione periodica dei risultati”). Sarà necessaria la collaborazione con gli attuali componenti dei progetti POT e PLS, e il coinvolgimento dei Direttori dei Dipartimenti e dei Presidenti dei Corsi di studi nella eventuale pianificazione di futuri progetti. La gestione degli aspetti amministrativi e tecnici dell'azione richiede l'acquisizione di unità di personale con competenze amministrative e informatiche da destinare all'Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato; nelle more, è necessario individuare unità di personale dislocate presso le varie strutture dell'ateneo che siano – almeno per una quota parte del proprio tempo – dedicate alle attività descritte.

A.D.TM.2.1(bis): Promuovere le attività di orientamento istituzionale ai percorsi universitari

1. Open day e Giornata “Parthenope a Porte aperte”

(funzioni a), c) e d) dell'orientamento in ingresso)

Gli *open day* sono ormai una forma di orientamento tradizionale, occasioni di interazione con gli studenti delle scuole superiori presso le sedi di Ateneo, che consentono agli studenti non solo di acquisire le informazioni riguardanti l'offerta formativa di Ateneo ma anche di conoscere da vicino le strutture e i servizi e di poter vivere per una giornata l'ambiente universitario. Le strutture e i servizi sono infatti considerati dagli studenti elementi rilevanti nella scelta del corso di studi.

A causa della pandemia, a partire dal marzo 2020, il consueto appuntamento degli *Open day* presso le sedi dell'Ateneo è stato trasformato in *Virtual Open Day*, appuntamenti **online** per garantire la possibilità ai futuri studenti di conoscere l'offerta formativa 2020/2021, di confrontarsi attraverso **interventi live** con i docenti universitari per conoscere le peculiarità di ciascun Corso di Studio, per formulare domande per approfondimenti di loro interesse, per conoscere in anteprima il mondo accademico, per acquisire maggiore consapevolezza per le sfide che il futuro impone e per le scelte culturali e professionali.

Si ritiene utile proseguire nel prossimo triennio all'organizzazione di manifestazioni sia di *Open day* in presenza sia di attività di orientamento “a distanza” che traggano vantaggio dall'esperienza acquisita e dagli strumenti online di interazione ormai familiari agli studenti. Si potrebbero inoltre prevedere degli *Open day* mirati a specifiche platee identificate dai Corsi di Studi o dai Dipartimenti quali bacini potenziali per futuri immatricolati, che nel caso di categorie di lavoratori potrebbero svolgersi al sabato. I Corsi di Studi e i Dipartimenti interessati provvedono a selezionare le platee e i relatori, il Servizio Orientamento e Tutorato provvede alla pubblicizzazione degli eventi nelle varie forme (comunicazione alle scuole, mail, sito, social media, stampa, digital marketing, digital mail marketing).

Si segnala tuttavia la necessità di disporre di studenti part-time che realizzino una adeguata accoglienza e azioni di guida, che distribuiscano materiale informativo e gadget.

Un'altra azione che si propone è l'organizzazione di una giornata – “Parthenope a porte aperte” – in cui l'Ateneo accolga tutti i soggetti coinvolti nel processo decisionale, studenti, familiari, docenti di scuole superiori. Gli ospiti potranno dialogare con docenti dell'Ateneo sulle specificità dei corsi di laurea, assistere a interventi dei docenti, acquisire informazioni sui servizi offerti dalle segreterie, visionare le strutture (biblioteche, mensa, bar, aule, ...), conoscere l'ubicazione delle strutture. Si prevede che gli ospiti vengano accolti non solo dai docenti e dal personale tecnico-amministrativo preposto ma anche da studenti part-time che facciano da guida nella visita, distribuiscano materiale informativo e gadget. L'evento potrebbe essere organizzato nelle giornate di sabato due volte l'anno nel mese di marzo e nel mese di giugno.

La messa in opera richiede il coinvolgimento dell'Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato per la pubblicizzazione degli eventi in varie modalità, di docenti, di rappresentanti degli studenti, di personale delle segreterie e delle strutture interessate, l'ausilio di studenti part-time, la collaborazione delle associazioni studentesche, l'apertura delle sedi di sabato e la conseguente presenza del personale preposto (guardiania, uscieri, pulitori, ...), la predisposizione di materiale informativo e l'acquisto di gadget.

Si richiede di prevedere uno stanziamento finanziario di euro 5.000 per anno, a partire dall'anno 2022, per un totale di euro 10.000 su fondi di Ateneo oltre la disponibilità di studenti part-time al fine di disporre di risorse dedicate.

2. *Testimonial day*, Seminari tematici, Conferenze tematiche

(funzioni a), c) e d) dell'orientamento in ingresso)

I *testimonial day* appartengono alle azioni di orientamento tradizionali già intraprese da tempo in cui laureati di successo del nostro Ateneo incontrano gli studenti delle scuole superiori rappresentando la propria testimonianza. L'obiettivo è favorire una maggiore consapevolezza dei percorsi formativi offerti attraverso la testimonianza di reali prospettive di carriera per i laureati dell'Ateneo, e per avvicinare gli studenti alle più recenti e innovative forme di lavoro.

Si ritiene che l'azione vada intensificata, favorendo un maggior numero di incontri di testimonianza, che potrebbero contribuire (su consenso degli interessati) ad alimentare i contenuti multi-mediali del Navigatore.

La messa in opera richiede il coinvolgimento dei docenti per individuare ex-studenti adeguati a portare la loro testimonianza e per la fase di contatto.

Oltre ai *testimonial day*, si intende proseguire nell'azione che mira ad individuare seminari tematici, da offrire alle scuole, organizzati da docenti dell'Ateneo afferenti a tutte le aree disciplinari, da tenersi presso l'Ateneo o presso le sedi scolastiche. L'obiettivo è di far vivere agli studenti delle scuole un'esperienza diretta della didattica universitaria; i docenti universitari trattano temi di ordine generale o specifico per fornire agli studenti spunti di riflessione sulle loro scelte future. L'esperienza fatta in tal senso nell'a.a. 2020-2021 è stata di grande successo e ha registrato un forte gradimento dal parte delle scuole.

Si potrebbero inoltre prevedere, come per gli *open day*, dei seminari tematici (o cicli di seminari) mirati a specifiche platee identificate dai Corsi di Studi o dai Dipartimenti quali bacini potenziali per futuri immatricolati, da tenersi presso l'Ateneo o presso le sedi coinvolte o anche a distanza.

I seminari (o cicli) proposti da ciascun Corso di Studi o Dipartimento devono essere elencate su una pagina web dedicata. Eventuali riconoscimenti di CFU per i partecipanti, in caso di immatricolazione a corsi di laurea dell'Ateneo, saranno valutati dagli organi preposti.

Infine, si propone un'azione di organizzazione di conferenze tematiche tenute da personalità rilevanti della società (del mondo professionale, della ricerca, del mondo dello sport, ...) che diano una visione illuminata dei possibili scenari evolutivi della società e delle professionalità future che si raccordano all'offerta formativa dell'Ateneo, da svolgersi presso l'Ateneo o presso le sedi scolastiche.

La messa in opera richiede il coinvolgimento dei docenti per individuare personalità rilevanti della società disponibili a portare la loro testimonianza e per la fase di contatto. L'Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato provvede alla pubblicizzazione degli eventi nelle varie modalità.

Si richiede di prevedere uno stanziamento di euro 8.000 su fondi di Ateneo nel triennio per i rimborsi delle spese dei *testimonial* e dei conferenzieri (ripartiti in euro 4000 per ciascuno degli anni 2022 e 2023), e uno stanziamento di euro 4.800 all'anno, per gli anni 2022 e 2023, per 60 ore di seminari, a euro 80 l'ora, complessive per le cinque aree di interesse dell'Ateneo (si ipotizzano 12 ore l'anno per ciascuna area, salvo diverse necessità specifiche), per un importo totale di euro 17.600 per i tre anni.

3. Colloqui individuali (o di piccoli gruppi di studenti)

(funzioni a) e c) dell'orientamento in ingresso)

L'accesso agli studi universitari per i giovani implica la comprensione di regole di funzionamento differenti da quelle apprese nel percorso scolastico con un'assunzione di responsabilità tutta personale del proprio curriculum formativo che condizionerà il futuro lavorativo.

L'organizzazione di un servizio di orientamento "personalizzato" rivolto a singoli studenti (o a piccoli gruppi di studenti) ha proprio obiettivo di aiutarli a definire le risorse personali per affrontare la scelta degli studi universitari, concentrandosi sul bisogno specifico del singolo studente, per condurli ad un'analisi delle possibili alternative e delle relative implicazioni, per sostenerlo nelle difficoltà di ordine organizzativo e didattico (piani di studio, propedeuticità negli esami, rapporti con gli organi accademici, con la segreteria, ecc.), per fornire informazioni e consigli utili per lo studio.

Si definirà un calendario annuale di incontri che saranno tenuti da studenti part-time appositamente formati, anche attraverso l'utilizzo di uno *sportello di orientamento "online"*.

Allo scopo di dare realistica e concreta attuazione all'azione, si richiede la disponibilità di studenti part-time al fine di disporre di risorse dedicate all'azione.

4. Orientamento alla scelta del percorso di laurea magistrale

(funzione b) dell'orientamento in itinere)

Le attività professionali sono sottoposte a mutamenti profondi e continui; ciò rende la scelta del percorso formativo magistrale più problematica per il difficile rapporto tra qualificazione acquisita e occupazione. L'ampia offerta sul territorio nazionale di corsi di laurea magistrale a volte dai contorni sfumati nelle conoscenze e competenze professionali che si intendono fornire e negli obiettivi di occupazione, è fonte di disorientamento per i laureati triennali che affrontano la scelta del successivo percorso universitario, e genera difficoltà di discernimento.

L'azione prevede l'organizzazione di incontri tra docenti dei corsi di laurea magistrale e studenti in uscita da corsi di studi triennali, non solo dell'Ateneo Parthenope, allo scopo di fornire agli studenti una più chiara individuazione dei profili professionali che sono obiettivo dell'offerta formativa magistrale dell'Ateneo e un'accurata e completa descrizione del percorso formativo, oltre a informazioni relative all'organizzazione didattica del corso di laurea, alle opportunità di stage e tirocini e ai servizi e iniziative di Placement. L'attività di orientamento potrà essere svolta anche attraverso l'organizzazione di *Virtual Open day* e di uno *Sportello di orientamento "online"*. Il calendario degli eventi sarà redatto dall'Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato di concerto con i Coordinatori dei Corsi di Studi magistrale. I Coordinatori provvedono a identificare i docenti relatori e l'Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato alla pubblicizzazione degli incontri nelle varie forme.

5. Partecipazione a Manifestazioni e Saloni di orientamento

Come gli open day, anche la partecipazione a Manifestazioni e Saloni di orientamento è ormai una forma consolidata di orientamento tradizionale, occasione di interazione con gli studenti delle scuole superiori. L'Ateneo ormai da anni aderisce a numerosi saloni di orientamento e manifestazioni, quali *Campus Orienta*, *Orienta Sud*, *Virtual UnivExpò*, nell'ambito dei quali i docenti illustrano agli studenti degli ultimi anni delle scuole superiori le caratteristiche di ciascun Corso di Studio triennale e magistrale a ciclo unico con particolare riferimento alle peculiarità del sistema universitario, ai piani di studio, agli sbocchi professionali e ai servizi offerti dall'Ateneo. Si intende quindi proseguire l'azione di partecipazione a tali eventi, anche nella eventuale modalità "a distanza", come già accaduto a causa dell'emergenza per il Coronavirus.

La messa in opera richiede il coinvolgimento dell'Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato per la pubblicizzazione degli eventi nelle varie modalità, di docenti e l'ausilio di studenti part-time.

Si richiede di prevedere uno stanziamento finanziario di euro 7.000 per l'anno 2021, e di euro 15.000 all'anno per i due anni successivi, per un totale di euro 37.000 su fondi di Ateneo oltre la disponibilità di studenti part-time al fine di disporre di risorse dedicate.

6. Mantenimento dell'assetto organizzativo

Nella Programmazione delle azioni di Orientamento 2019-2021 si era proposto costituire una "cabina di regia" per la definizione ed il coordinamento delle attività di orientamento. È stata quindi istituita una figura di "Referente di Scuola per l'Orientamento", che svolge il ruolo di catalizzatore ed armonizzatore delle istanze provenienti dai singoli Corsi e dalle aree, pervenendo ad un quadro generale e di sintesi delle esigenze e delle attività realizzate nei Dipartimenti convergenti nella Scuola, e di una figura di "Referente per i TOLC e i rapporti con il CISIA" per le due aree interessate (Economia e Ingegneria). Ciò al fine di ottimizzare la ricerca di sinergie e di coordinamento delle attività e delle esigenze di Dipartimenti affini, stante le evidenti connessioni disciplinari e le forme comuni di interlocuzione con l'ambiente esterno.

È stata altresì istituita una figura di "Referente di Corso di Studio Triennale e Magistrale a ciclo unico per l'Orientamento", il quale opera in stretta sinergia con il Presidente del Corso di Studio, nonché con i singoli docenti ad esso afferenti, allo scopo di curare, gestire e promuovere opportunità di Orientamento (in ingresso, in itinere, eventuali rapporti con il CISIA) con riferimento alle specifiche connotazioni ed esigenze del corso di laurea.

I Referenti di Orientamento dei Corsi di Studio triennale e magistrale a ciclo unico, i Referenti di Orientamento e i Referente per i TOLC e i rapporti con il CISIA delle due Scuole Interdipartimentali hanno partecipato con grande impegno ed efficacia all'organizzazione e realizzazione delle iniziative e attività descritte nella Programmazione delle azioni di Orientamento 2019-2021, operando in stretta sinergia con il Rettore, i Presidenti dei Corsi di Studio, nonché con i singoli docenti ad essi afferenti, e intervenendo in prima persona agli eventi, fornendo così un contributo significativo alla promozione di opportunità di Orientamento con riferimento alle specifiche connotazioni ed esigenze dei Corsi di Laurea. Al riguardo, quale specifico obiettivo programmatico si è previsto lo svolgimento di riunioni periodiche nel corso dell'anno con le figure organizzative previste a livello periferico di Scuola e di Corso di Studi, al fine di condividere informazioni, attività progettuali e *best practice*; relazioni stilate periodicamente dal Rettore e dai Referenti saranno di riferimento per un'analisi dello stato delle azioni, degli obiettivi raggiunti e degli eventuali correttivi.

Si propone di conservare l'assetto organizzativo descritto anche per il triennio 2021-2023, in virtù dei positivi riscontri di tale "cabina di regia". Si propone che a ciascun "Referente di Corso di Studio Triennale e Magistrale a ciclo unico per l'Orientamento" venga riconosciuta una premialità quantificabile in euro 1500/procapite per il solo anno 2023, per un totale, ad oggi, di euro 24.000.

A.D.TM.2.2: Maggiore e sistematico utilizzo dei social e della web TV di Ateneo come strumento di orientamento anche mediante il coinvolgimento degli studenti

1. Potenziamento dell'utilizzo degli *social media* e della piattaforma Webinar

(funzioni a) e d) dell'orientamento in ingresso)

L'evoluzione dei linguaggi comunicativi ha richiesto una modernizzazione della comunicazione, realizzata attraverso il mondo dei social e delle strutture informatiche.

L'Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato ha già iniziato da anni un percorso che ha portato a un utilizzo quotidiano del mondo dei social, attraverso la presenza su Twitter, Facebook, YouTube e Instagram. Durante la situazione emergenziale in particolare l'utilizzo quotidiano dei social media (Facebook, YouTube, Instagram, Twitter), è stato indispensabile per la diffusione delle informazioni riguardanti l'offerta formativa, avvisi, eventi, seminari virtuali, ecc. Il ruolo rilevante ormai svolto dai social media per la diffusione delle informazioni riguardanti l'offerta formativa e la creazione di gruppi tematici induce a proseguire e intensificare tale azione.

I social e la piattaforma saranno utilizzati anche per diffondere le informazioni relative a tutte le attività descritte nel presente documento; a tal scopo è necessario dotare l'Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato di una ulteriore unità di personale con competenze informatiche per proseguire nell'azione.

Si fa osservare infine che nel Piano di Comunicazione Integrato di Ateneo (O.O.1 Obiettivo del Piano Strategico 2016-2022) l'azione A.O.2.4 prevede di Potenziare il sistema dei social network attraverso lo sviluppo di contenuti innovativi per comunicare l'offerta formativa soprattutto nel periodo di scelta del percorso di studi; è quindi evidente la necessità di una sinergia tra i Delegati alla Comunicazione e all'Orientamento e Placement.

A.D.TM.2.3: Convenzioni con istituti superiori per azioni di orientamento, formazione/lavoro utili anche a diversificare la qualità delle competenze in ingresso degli studenti

1. Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento (PCTO)

(funzioni a), b) e c) dell'orientamento in ingresso)

Dal 2017 docenti dell'Ateneo con il supporto e la collaborazione dell'Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato hanno sviluppato attività con alcune Istituzioni scolastiche presenti sul territorio regionale formalizzate con accordi di rete per rispondere con iniziative di qualità alle esigenze di progetti di Alternanza Scuola/Lavoro (ASL) attraverso modalità di apprendimento flessibili in grado di collegare la formazione in aula con l'esperienza pratica, realizzando, nel contempo, un sistema integrato tra istituzioni scolastiche, formative, Università e mondo del lavoro. La legge 145/2018 (Legge di Bilancio per il 2019, art.1 commi 784 e seguenti) ha modificato i Percorsi di Alternanza Scuola/Lavoro in Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento (PCTO) finalizzati al superamento dell'ottica informativa dell'orientamento a favore di una dimensione trasversale e continua attraverso percorsi di orientamento interni, riflessivi, mirati alla scoperta delle proprie potenzialità ed interessi.

L'Ateneo, per essere sempre al fianco degli studenti degli Istituti superiori in sinergia con le Scuole, ha proposto, anche durante il periodo emergenziale, vari PCTO, le cui attività contemporaneamente arricchiscono la formazione ed orientano alla scelta consapevole del percorso universitario. Nell'a.a. 2020-21 sono stati erogati 9 Progetti formativi nell'ambito dei PCTO, in presenza e a distanza, per vari istituti scolastici.

Si ritiene di proseguire nell'azione di erogazione di PCTO, per le ricadute sia in termini di contributo alla formazione di giovani e alla diversificazione delle competenze di potenziali studenti in ingresso, sia in termini di fidelizzazione di docenti e studenti.

2. Obiettivo O.D.9

A.D.9.1: Potenziamento degli strumenti di valutazione delle competenze in ingresso degli studenti, in particolare per i corsi di studio che evidenziano un elevato tasso di dispersione

1. Accertamento dei “saperi minimi”

(funzioni b) e c) dell’orientamento in ingresso)

L’Università Parthenope per accompagnare gli studenti nel passaggio dalla scuola all’università mette a disposizione strumenti di autovalutazione delle conoscenze di base per affrontare con profitto l’ingresso al corso di studio:

1. Test On Line CISIA (denominato TOLC),
2. Test locale di autovalutazione (TAV)

I test TOLC sono organizzati e gestiti dal CISIA, in forza del contratto di servizio stipulato con l’Ateneo. Il TOLC è uno strumento di orientamento e valutazione finalizzato ad accertare l’attitudine e la preparazione agli studi; esso si compone di tre moduli sui seguenti argomenti:

- conoscenze matematiche di base;
- capacità di comprensione verbale;
- capacità logiche;

più una sezione di conoscenza della lingua inglese. I TOLC si identificano in TOLC-E per Economia e TOLC-I per Ingegneria.

Per l’opportuna preparazione ai test, il CISIA ha realizzato Esercitazioni e Prove di Posizionamento (PPS) per i TOLC; le Esercitazioni e le PPS sono prove con una struttura identica e difficoltà analoga a quelle delle prove che vengono somministrate in quel tipo di TOLC. Chi sostiene una prova di posizionamento può confrontare i punteggi che ha ottenuto nelle diverse sezioni con quelli che sono stati ottenuti nello stesso tipo di TOLC da opportune popolazioni di riferimento; in questo modo riceve un’indicazione sul livello della propria preparazione.

Attualmente, in una prima versione a utilizzo libero, le Esercitazioni e le PPS sono disponibili dal mese di novembre 2019 nell’area Esercitazioni e Posizionamento del portale CISIA.

Inoltre, il CISIA si è posto l’obiettivo di progettare MOOC che offrono attività di supporto e preparazione per tutte le aree disciplinari relative ai TOLC (matematica; scienze fisiche; scienze chimiche; biologia; logica, ragionamento, problemi; analisi e comprensione dei testi e conoscenza della lingua italiana). Ad oggi è stato realizzato il MOOC per la Matematica, residente sulla piattaforma Federica.EU.

Per fronteggiare l'emergenza, il CISIA ha prontamente messo a punto una nuova modalità di erogazione dei TOLC, denominato TOLC@CASA, che consente agli studenti di sostenere i TOLC sempre online, ma direttamente dalle loro abitazioni. I TOLC@CASA per l'Ateneo sono stati organizzati e gestiti con l'ausilio dei "Referenti per i TOLC e i rapporti con il CISIA" delle due Scuole Interdipartimentali. Vari docenti hanno contribuito alla gestione delle aule fisiche e "virtuali" durante lo svolgimento delle prove.

Il test di verifica locale è organizzato e gestito in totale autonomia dall'Ateneo.

Inoltre, sempre per fornire una opportuna preparazione ai test, negli anni accademici precedenti l'Ateneo organizzava precorsi di varie discipline che venivano svolti in presenza nel mese di settembre. Per l'a.a. 2020-2021, come indicato nel Piano Post Lockdown di Ateneo per le Fasi 2 e 3, l'introduzione alla disciplina con ripresa delle conoscenze di base per una proficua frequenza del corso è stata collocata nella prima settimana dei corsi di insegnamento. Analogamente si è ritenuto di operare per l'a.a. 2021-2022, anche in considerazione della situazione ancora di incertezza relativa alla modalità di ripresa dell'attività didattica.

Si ritiene che tutte le azioni descritte relative ai test di accertamento dei "saperi minimi" vadano svolte anche per il triennio 2021-2023, con rivalutazione delle azioni anno per anno.

Si ritiene di prevedere per l'a.a. 2022-2023 la possibilità di ripristinare i precorsi nella modalità tradizionale di erogazione dopo aver analizzato gli esiti della modalità adottata a causa dell'emergenza. A tal scopo si richiede una spesa previsionale per l'attivazione dei precorsi per l'a.a. 2022-2023 pari a euro 16.800 alla voce CA.04.43.02 "Oneri per altre competenze personale docente".

A.D.9.2: Realizzazione di un sistema organico di accoglienza dello studente

1. Sportello informativo e attività di accoglienza

(funzioni a), c) e d) dell'orientamento in ingresso)

È necessario mettere in atto iniziative di accoglienza degli studenti in momenti significativi del loro percorso universitario, quali le occasioni di orientamento, il momento dell'immatricolazione, l'inizio delle attività didattiche.

In occasione delle attività di orientamento in ingresso sovente gli studenti sono interessati anche a questioni di ordine organizzativo dell'offerta formativa presentata (sedi dei corsi, organizzazione didattica, modalità di immatricolazione, tasse universitarie, precorsi, ...); è opportuno pertanto prevedere, la presenza di studenti part-time preposti a soddisfare le richieste che accompagnino il/i

docente/i per attività sia in Ateneo sia presso le scuole, e che in caso di attività in Ateneo guidino gli studenti nella visita della sede e delle strutture.

Nel periodo delle immatricolazioni è necessario incrementare una attività di sportello informativo che fornisca spiegazioni e risposte adeguate alle potenziali matricole che spesso necessitano di approfondimenti sull'offerta formativa per una scelta definitiva. Gli sportelli gestiti da studenti part-time devono essere collocati nelle sedi preposte all'immatricolazione degli studenti.

Per agevolare il delicato passaggio degli studenti neo-immatricolati dal contesto scolastico a quello universitario e per favorire la comprensione di regole di funzionamento differenti, verranno organizzati degli incontri di benvenuto, inerenti diverse tematiche, quali aspetti organizzativi dei corsi, sedi didattiche, servizi di supporto alla didattica, laboratori e materiali didattici on-line, servizi di Ateneo per gli studenti (orientamento, tutorato, segreterie studenti, servizio bibliotecario,...), uffici e strutture di diretto interesse per gli studenti, servizio mensa, alloggi.

Un'analogha attività va organizzata per l'accoglienza degli studenti che si immatricolano a corsi di laurea magistrali (soprattutto se provenienti da altri Atenei) per informarli sugli aspetti organizzativi dei corsi, sulle opportunità di stage e tirocini e sui servizi e iniziative di Placement.

L'accoglienza alle matricole vede coinvolti i docenti di riferimento dei Corsi di Studi e studenti part-time che potrebbero essere coadiuvati dalle associazioni studentesche.

Allo scopo di dare realistica e concreta attuazione all'azione, si richiede la disponibilità di studenti part-time al fine di disporre di risorse dedicate.

A.D.9.7: Incentivare il grado di informatizzazione delle procedure amministrative e gestionali dell'Ufficio Orientamento

1. Portale Convenzioni PCTO

L'incremento negli anni del numero di convenzioni per attività di Alternanza Scuola/Lavoro, e più recentemente di Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento, ha indotto l'Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato a progettare la realizzazione di un Portale che consenta di semplificare e ottimizzare il processo di stipula delle convenzioni. Nel triennio 2021-23 si intende proseguire nel completamento del progetto. Allo scopo di dare realistica e concreta attuazione all'azione, è necessario dotare l'Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato di una ulteriore unità di personale con competenze informatiche, e nelle more di acquisizione di una risorsa dedicata, disporre di una quota parte del tempo di personale dislocato presso altre strutture dell'Ateneo

2. Aggiornamento dei contenuti della piattaforma di Orientamento

L'Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato svolge un'azione di rafforzamento delle sinergie tra Scuola e Università anche attraverso il sito web di orientamento: sono in fase di realizzazione attività per snellire le procedure per l'attivazione degli incontri di orientamento, ottimizzare i tempi di attivazione e per ridurre il flusso cartaceo di documenti attraverso l'utilizzo di modulistica on line in un'area del sito web dedicata alle scuole superiori. L'Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato deve provvedere all'aggiornamento in autonomia della piattaforma dedicata all'orientamento del sito di Ateneo.

L'aggiornamento del sito web dell'Ufficio è azione che va svolta costantemente e regolarmente; il recepimento delle azioni proposte nella presente Programmazione richiederà interventi profondi e onerosi. Allo scopo di dare realistica e concreta attuazione all'azione, è necessario dotare l'Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato di una ulteriore unità di personale con competenze informatiche, e nelle more di acquisizione di una risorsa dedicata, disporre di una quota parte del tempo di personale dislocato presso altre strutture dell'Ateneo.

3. Obiettivi: O.D.11 e O.D.14

A.D.11.2: Allestimento di prove in itinere con modalità da differenziarsi per ciascun insegnamento

A.D.14.2: Progetto di tutoraggio per gli insegnamenti di base e caratterizzanti con il minore e più complesso tasso di successo in sede di verifica

1. Attività didattico-integrative ai neo-immatricolati⁷

(funzioni a) e c) dell'orientamento in itinere)

L'organizzazione dello studio universitario ha caratteristiche differenti da quello scolastico. A scuola vi è un monitoraggio quasi quotidiano da parte degli insegnanti dell'avanzamento delle conoscenze degli studenti; all'università, anche se alcuni insegnamenti prevedono la possibilità di sostenere delle prove in itinere per verificare la preparazione intermedia, in generale non ci sono altri sistemi di valutazione dell'apprendimento prima degli appelli di esame. L'insegnamento di una disciplina a scuola si sviluppa lungo tutto l'anno scolastico mentre all'università generalmente si concentra in periodi di tempo ben più brevi, anche per discipline che non sono mai state affrontate prima e che richiedono l'acquisizione di nuove specifiche terminologie e di linguaggi appropriati. Con l'ingresso all'Università allo studente si richiede di diventare "da subito" più autonomo e responsabile nell'organizzazione dello studio e nella

⁷ Tutorato/attività didattica integrativa.

gestione del tempo. Le difficoltà che uno studente neo-immatricolato può incontrare nell'affrontare un cambiamento abbastanza repentino e profondo può essere causa di ritardi nel conseguimento dei CFU previsti al I anno di corso, che saranno sanati con maggiori difficoltà nel seguito del percorso, generando ulteriori ritardi e possibili abbandoni. È la fase più delicata nel passaggio dello studente dalla scuola all'università che pertanto va accompagnato in questo percorso di "maturazione".

Nell'a.a. 2020-2021, l'Ateneo, su indicazione del Rettore all'Orientamento e Placement e del Rettore alla Didattica, ha messo in atto un progetto, denominato "POT Azione 2", su risorse del DM 435/2020, art.2, volto a incrementare le azioni di tutorato per gli studenti iscritti nell'a.a. 2020/2021 al primo anno dei Corsi di Studio triennali e magistrale a ciclo unico. In particolare, dall'analisi delle percentuali di superamento degli esami di primo anno dei piani di studio dei corsi di laurea triennale e magistrale a ciclo unico, sono stati identificati 30 insegnamenti quali destinatari delle azioni di tutorato. Le attività, allo stato in fase di svolgimento, prevedono 50 ore di tutoraggio suddivise in esercitazioni tematiche, tutorato formativo e monitoraggio delle azioni, svolte da ricercatori e professori dell'Ateneo. Si ritiene che il progetto ora descritto possa rappresentare un riferimento per programmare analoghe attività di tutorato per i neo-immatricolati ai successivi aa.aa. 2021-2022 e 2022-2023, in riferimento alle risorse che si renderanno disponibili per il Fondo Giovani, il Piano Lauree Scientifiche e i Piani per l'Orientamento e il Tutorato di cui all'art. 7 delle "Linee generali di indirizzo della programmazione delle università 2021-2023 e indicatori per la valutazione periodica dei risultati".

2. Attività tutoriali didattico-integrative in itinere⁸

(funzioni b) e c) dell'orientamento in itinere)

Attività di sostegno alla didattica rivolte alla riduzione degli abbandoni sono strategiche per le politiche di Ateneo.

La sensibilità al problema è testimoniata dalle azioni svolte dai Consigli di Corso di Studi che con un processo periodico e programmato, realizzato da i Gruppi di Riesame, monitorano l'andamento nel tempo dell'entità dei ritardi nel conseguimento di CFU e nel conseguimento del titolo e degli abbandoni, e eventualmente propongono e mettono in opera correttivi specifici di sostegno/tutorato agli studenti.

Nell'ambito delle azioni di orientamento in itinere, si propone un'ulteriore attività di sostegno didattico rivolta agli studenti in ritardo con il sostenimento degli esami di profitto o fuori corso, che hanno riscontrato significative e reiterate difficoltà durante i propri studi. Operativamente i tutor dovrebbero

⁸ Tutorato/attività didattica integrativa.

aiutare gli studenti nel superamento degli esami fornendo spiegazioni aggiuntive e integrative, chiarimenti, approfondimenti, indicazioni, suggerimenti per lo svolgimento di esercizi, simulazioni di prove scritte, verifiche periodiche di apprendimento, realizzando così un ruolo “ponte” tra studenti e docente.

La scelta delle attività di tutorato da erogare sarà realizzata a livello delle due Scuole Interdipartimentali di Ateneo e sarà organizzata di concerto con i docenti interessati; l’Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato di concerto con gli Uffici di Scuola preposti ne cureranno l’organizzazione logistica.

Le azioni di tutoraggio saranno coordinate e monitorate nel loro svolgimento al fine di garantire il raggiungimento dell’obiettivo.

L’attività sarà svolta da studenti iscritti a corsi di dottorato di ricerca facendo riferimento alle ore che gli studenti iscritti a corsi di dottorato di ricerca possono dedicare ad attività didattiche integrative e/o mediante erogazione di assegni (in riferimento all’art. 2 del “Fondo per il sostegno dei giovani e per favorire la mobilità degli studenti” per l’incentivazione delle attività di tutorato nonché per attività didattico-integrative, propedeutiche e di recupero). Per ampliare la numerosità dei tutor e per diversificare la qualificazione dei tutor in riferimento alla tipologia di insegnamento, si può prevedere la partecipazione di dottori di ricerca alle attività di tutoraggio da reclutare attraverso bandi specifici. Il coinvolgimento degli studenti di dottorato va pianificato di concerto con i Coordinatori dei Corsi di dottorato.

L’Ufficio centrale di Servizi di Orientamento e Tutorato, attualmente composto da quattro unità di personale, oltre a svolgere le attività amministrative proprie di un Ufficio dell’Amministrazione Centrale, svolge numerose attività di supporto all’orientamento e al tutorato. Considerato l’ulteriore indispensabile coinvolgimento nelle azioni proposte nella presente Programmazione, per la sostenibilità delle stesse, sarebbe auspicabile che all’Ufficio fosse destinata una ulteriore unità di personale con competenze informatiche. Nelle more, è necessario individuare unità di personale dislocato presso le varie strutture dell’ateneo che siano – almeno per una quota parte del proprio tempo – dedicate alle attività descritte.

TAB. 1 INDICATORI PER LA VALUTAZIONE DEI RISULTATI

Obiettivo	Indicatore	Risultati attesi	
		a.a. 2021/2022	a.a. 2022/2023
<i>POTENZIARE LE AZIONI DI ORIENTAMENTO IN INGRESSO</i>	Consolidamento delle immatricolazioni, con particolare attenzione ai parametri di copertura relativi alla numerosità delle classi di corso di studio	Mantenimento del valore medio del triennio precedente	Incremento del valore medio del triennio precedente (+5%)
	[Numero giornate]/[iniziative di orientamento con le scuole superiori]	Mantenimento del valore medio del triennio precedente	Incremento del valore medio del triennio precedente (+5%)
<i>MIGLIORARE LA REGOLARITÀ DELLE CARRIERE STUDENTESCHE RIDUCENDO LA DISPERSIONE</i>	Numero di tutor per gli studenti del primo anno	Mantenimento del valore medio del triennio precedente	Incremento del valore medio del triennio precedente (+5%)
	Riduzione della percentuale di abbandono tra I e II anno	Mantenimento del valore medio del triennio precedente	Incremento del valore medio del triennio precedente (+5%)
	Percentuale di studenti che proseguono al II anno nella stessa classe di laurea avendo acquisito almeno 40 CFU al I anno	Mantenimento del valore medio del triennio precedente	Incremento del valore medio del triennio precedente (+5%)

BUDGET PREVISIONALE ORIENTAMENTO PER IL TRIENNIO IN PROGRAMMAZIONE

AZIONE	VOCI DI SPESA	Spese di gestione a valere sul programma 2021-23			
		ANNO 2021	ANNO 2022	ANNO 2023	TOTAL E
A.D.2.1 – Punto 1	Potenziamento del <i>Navigatore di orientamento</i>	-	15.000	10.000	25.000
A.D.2.1 – Punto 2	Utilizzo di strumenti innovativi di diffusione dell’offerta formativa di Ateneo	10.000	15.000	15.000	40.000
A.D.2.1 – Punto 3	Analisi delle platee future di riferimento delle attività di orientamento	15.000	15.000	15.000	45.000
A.D.TM.2.1 (bis) – Punto 1	Open day e Giornata “Università a Porte aperte”*	-	5.000	5.000	10.000
A.D.TM.2.1(bis) – Punto 2	Testimonial day, Seminari tematici e Conferenze tematiche	-	8.800	8.800	17.600
A.D.TM.2.1(bis) – Punto 5	Partecipazione a Manifestazioni e Saloni di Orientamento	7.000	15.000	15.000	37.000
A.D.9.1 – Punto 1	Accertamento dei “saperi minimi”	-	16.800 (“Oneri per altre competenze personale docente”)	da valutare al termine dell’anno precedente	16.800
TOTALE a valere su fondi di Ateneo nel triennio		32.000	90.600	68.800	191.400†

* Azione che richiede contratti a studenti part-time, a valere su Fondi MIUR all’uopo destinati.

† Totale da aggiornare a seguito della valorizzazione postuma della voce A.D.9.1 punto 1 per l’anno 2023.

RISORSE UMANE UFFICIO SOT

Attesa la molteplicità delle linee di azione e degli specifici obiettivi programmatici, si ritiene opportuno dotare l’Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato di ulteriori unità di personale ai fini della concreta attuazione del piano strategico, come indicato nella tabella che segue.

RIF. AZIONE DEL PIANO STRATEGICO	FIGURE PROFESSIONALI
A.D.2.1 – Punto 5 A.D.TM.2.2 – punto 1 A.D.9.7 – punto 1 A.D.9.7 – punto 2	Previsione di una unità di personale con competenze informatiche a supporto: della gestione della piattaforma <i>cisiaonline</i> e all'organizzazione dei TOLC; del potenziamento dell'utilizzo dei social e della piattaforma Webinar; del completamento del Portale convenzioni; dell'aggiornamento del sito web dell'Ufficio Servizi di Orientamento e Tutorato

OBIETTIVO O.D.10 POTENZIAMENTO DEL SERVIZIO PLACEMENT DI ATENEO

Premessa

Il Job Placement è uno tra i servizi offerti dalle Università ai quali oggi l'utenza potenziale e reale attribuisce sempre più importanza, stante le notevoli difficoltà, sia congiunturali che strutturali, di inserimento lavorativo che caratterizzano il Paese nella sua interezza e, in particolare, la nostra Regione Campania. Pertanto, il potenziamento dell'offerta dei servizi di Placement universitario finalizzati ad agevolare l'inserimento degli studenti e dei laureati nel mondo del lavoro appare oggi un'esigenza ineludibile da parte della nostra Università, tanto nell'ottica dell'espletamento della sua funzione pubblica, quanto in ottica competitiva, considerando il regime concorrenziale che caratterizza il mercato della formazione universitaria.

L'Ufficio Placement dell'Università a partire dalla sua istituzione ha intrapreso un percorso di progressivo sviluppo delle attività e dei servizi, anche in virtù della crescente importanza che quest'area di attività ha conosciuto negli anni più recenti, divenendo un elemento centrale e qualificato dell'offerta complessiva dell'Ateneo. Tale percorso di sviluppo è pervenuto, ad oggi, ad un'ampia gamma di attività e servizi rivolti sia agli studenti e laureati sia alle aziende ed enti pubblici e privati, strutturati nel modo che segue:

Per gli studenti ed i laureati:

- orientamento sulle offerte di lavoro e di tirocini presso aziende ed enti pubblici e privati in Italia e all'estero;
- consulenza per l'attivazione dei tirocini e per la definizione del progetto formativo;
- colloqui individuali per l'analisi delle competenze possedute;
- orientamento sulle metodologie da seguire per la ricerca attiva di lavoro;
- affiancamento nella individuazione degli obiettivi professionali e nella selezione delle offerte di lavoro;
- eventi di presentazione di realtà occupazionali e dei fabbisogni delle imprese (Workshop, Career day, Recruiting day);

Per le Aziende:

- intermediazione tra domanda e offerta di lavoro;

- supporto e consulenza per la stipula della convenzione con l'Ateneo e per il funzionamento dei tirocini;
- consulenza e informazione sugli aspetti normativi in materia di tirocini e lavoro;
- pubblicazione delle offerte di tirocinio e lavoro sul portale dell'Ateneo;
- ricerca e preselezione dei curriculum dei candidati rispondenti ai profili professionali richiesti;
- organizzazione di Presentazioni aziendali, Workshop, Career day e Recruiting day;
- valutazione delle necessità formative e delle aspettative del mondo del lavoro (analisi dei fabbisogni professionali, mappatura del sistema produttivo locale delle imprese, ecc.).

Ciò premesso, la presente programmazione delle attività di Placement relativa al triennio 2021-2023 ha lo scopo di perseguire di due obiettivi generali: consolidare le linee di azione già precedentemente definite e sinora perseguite, e prevedere ulteriori ambiti di miglioramento e potenziamento delle attività e dei servizi di Placement rivolti alle aziende e agli studenti e laureati dell'Ateneo Parthenope.

L'articolazione che verrà conferita al presente documento programmatico si collegherà pertanto alla precedente programmazione operativa del triennio 2019-2021, aggiornata e rivisitata alla luce dei risultati conseguiti in riferimento alle singole azioni e dell'esperienza maturata nella conduzione delle medesime, conferendo alla descrizione delle azioni e dei connessi obiettivi specifici un carattere di concreta realizzabilità. Ove pertinente, alle attività e ai relativi obiettivi specifici verrà collegata anche una previsione di spesa suddivisa per ciascuno dei tre anni di realizzazione.

Qui di seguito si descrivono le azioni e le attività specifiche che l'Ufficio Placement si prefigge di realizzare nel prossimo triennio 2021 – 2023 al fine del progressivo miglioramento delle attività e dei servizi e di una maggiore incisività ed efficacia nel perseguimento della sua missione.

Per la valutazione dell'efficacia delle azioni che si realizzeranno si farà riferimento a indicatori di pertinenza già individuati nella programmazione del triennio 2019-2021, riportati nella Tabella 2.

A.D.10.1: Intensificare i servizi all'impiego e di raccordo con il mercato del lavoro

1. Nel maggio 2018 l'Ateneo Parthenope è risultato vincitore dell'Avviso pubblico di ANPAL Servizi (Agenzia Nazionale per le Politiche Attive del Lavoro) per la realizzazione di una collaborazione finalizzata alla "Qualificazione dei servizi di orientamento al lavoro e di Placement". In particolare, tale collaborazione si è concretizzata nella definizione di un "*Piano di Sviluppo dei servizi di orientamento al lavoro e di Placement*" con orizzonte temporale Luglio 2018 - Luglio 2020 per il potenziamento delle

attività di transizione università-lavoro e dei processi di interazione e collaborazione sia all'interno che all'esterno del nostro Ateneo.

Pertanto, obiettivo programmatico per il triennio 2021-2023 è quello di valutare quali tra le attività realizzate possano essere ulteriormente sviluppate e potenziate in prosecuzione dell'azione svolta con il supporto del Facilitatore Anpal.

2.a Nel mese di Ottobre 2019 è stato conferito, attraverso procedura di gara ad evidenza pubblica tramite la piattaforma MEPA, un incarico biennale alla *Fondazione Emblema*, risultata unico partecipante alla gara, per la realizzazione di diverse attività di Placement, tra le quali:

- organizzazione di cicli di seminari di orientamento al lavoro da svolgersi presso entrambe le sedi di Palazzo Pacanowski e del Centro Direzionale con cadenza trimestrale;
- fornitura di assistenza tecnica a favore degli studenti partecipanti ai suindicati seminari in merito alla redazione del proprio CV e della lettera di presentazione;
- organizzazione di un evento annuale di Recruiting Day presso entrambe le sedi di Palazzo Pacanowski e del Centro Direzionale;
- predisposizione di un sito web dedicato alla gestione dei predetti eventi.

La Fondazione Emblema a partire da marzo 2020, causa emergenza Covid, ha adeguato le modalità di azione svolgendo tutte le attività programmate all'interno dell'affidamento, in modalità online e ha prorogato il termine delle attività al giugno 2021.

Considerato che l'affidamento alla Fondazione Emblema è incentrato su un programma biennale di attività, si ritiene opportuno prevedere sin d'ora un prolungamento del programma al fine della copertura del periodo luglio-dicembre 2021 e un nuovo conferimento d'incarico per il biennio 2022-2023. Pertanto, si richiede uno stanziamento di euro 10.000 per il prolungamento luglio-dicembre 2021 e di euro 20.000 annuali a valere sui fondi di Ateneo per il conferimento dell'incarico per i due anni 2022 e 2023.

2.b Inoltre, nell'a.a. 2020-2021, l'Ateneo ha partecipato alla manifestazione "*Virtual Fair forDoc*", organizzata dalla Fondazione Emblema, l'unico Career Day nazionale riservato a Dottorandi e Dottori di ricerca. La "*Virtual Fair forDoc*" rientra all'interno di *forDoc*, un piano di attività destinato a Dottorandi e Dottori di ricerca e pensato con l'intento di sostenerli nell'inserimento lavorativo, creando un raccordo diretto con i selezionatori di aziende nazionali e multinazionali interessate ad inserire personale altamente qualificato. La manifestazione, ad oggi, ha già visto la partecipazione di circa 40

Dottorandi di Ricerca dell'Ateneo. Si ritiene pertanto rilevante prevedere la partecipazione all'evento anche per i successivi anni 2022-2023. Si richiede quindi uno stanziamento di euro 3.000 annuali per gli anni 2022 e 2023, quale quota di partecipazione all'evento.

3. In merito al potenziamento del raccordo con il mercato del lavoro, si prevede l'intensificazione dell'utilizzo della piattaforma predisposta da Alma Laurea, utilizzata dall'Ufficio Placement a partire dall'anno 2015, e della più recente piattaforma di Career Center della compagnia JobTeaser, società francese leader in Europa nei servizi di Career Service universitario, utilizzabili da tutti gli studenti e laureati dell'Ateneo, ai fini della intermediazione tra domanda e offerta di lavoro, attraverso un'azione più incisiva di invito rivolto alle aziende e agli enti pubblici e privati convenzionati con l'Università Parthenope di registrazione sui portali e del loro utilizzo ai fini dell'incontro tra domanda e offerta.

A tal fine si richiede di dotare l'Ufficio Placement di una risorsa professionale preposta esclusivamente alla gestione delle piattaforme AlmaLaurea e JobTeaser, e al loro progressivo maggior utilizzo anche in relazione ad altri ambiti di attività.

4. Intensificare la partecipazione del Prorettore all'Orientamento e al Placement e del personale dell'Ufficio ad attività esterne di incontro con operatori istituzionali e professionali di Placement, nonché con soggetti del mercato del lavoro, incrementando l'attività di *networking istituzionale*. Per tale azione si richiede di prevedere uno stanziamento annuo di euro 5.000 su fondi di Ateneo, consentendo che tale misura assuma un carattere "strutturale".

5. Intensificare la ricerca di opportunità di tirocini curriculari ed extracurriculari sia in Italia che all'estero.

A tal fine si ritiene necessario dare continuità temporale all'erogazione del contributo economico a favore degli studenti e dei laureati per l'espletamento di tirocini curriculari o extracurriculari all'estero o fuori Regione Campania. Detto contributo, istituito nel 2018 con uno stanziamento iniziale di Euro 30.000 (resosi possibile per la disponibilità di fondi tratti dalla partecipazione dell'Ufficio Placement ai progetti ministeriali "FiXo"), ha consentito la realizzazione, ad oggi, di n. 19 tirocini all'estero o fuori Regione; si ritiene opportuno che detta misura di incentivazione si rafforzi e consolidi nell'ambito dei servizi offerti agli studenti e laureati della Parthenope.

Pertanto, si richiede di prevedere uno stanziamento annuo di euro 10.000 su fondi di Ateneo, per l'anno 2021 e di euro 20.000 annuali per gli anni 2022 e 2023, consentendo che tale misura assuma un carattere "strutturale" e si consolidi quale servizio stabilmente offerto dall'Ateneo.

A.D.10.2: Favorire e organizzare momenti di incontro tra aziende e studenti al fine di identificare interessi congiunti di internship e facilitare la collocazione al termine del percorso di studi

1. Intensificare l'organizzazione di eventi (Presentazioni aziendali, Testimonial day, Career day, Recruiting day) in collaborazione con soggetti del mondo del lavoro, attraverso i quali informare ed orientare gli studenti ed i laureati sulle specificità delle diverse professioni e delle diverse realtà aziendali, nonché creare un'occasione di incontro diretto tra domanda e offerta di lavoro incrementando così la possibilità di inserimento lavorativo da parte degli studenti e dei laureati.

A.D.10.3: Identificare modalità di cooperazione e di scambio di informazioni con potenziali datori di lavoro

1. Organizzare incontri periodici *ad hoc* e sfruttare ogni occasione di interazione con i potenziali datori di lavoro al fine di rilevare i fabbisogni professionali del mercato del lavoro, in termini tanto dei profili professionali richiesti quanto delle conoscenze e delle competenze necessarie per operare con successo negli specifici settori di attività.

2. Intensificare i contatti e le forme di collaborazione con le Associazioni di categoria.

A.D.10.4: Realizzare un sistema di monitoraggio dei destini professionali dei laureati

1. Gli strumenti informativi attualmente disponibili per un monitoraggio degli esiti occupazionali dei laureati sono essenzialmente i seguenti tre:

- i Rapporti Annuali redatti dal Consorzio AlmaLaurea sugli esiti occupazionali dei laureati a uno, tre e cinque anni;
- i Questionari di fine tirocinio compilati sia dalle Aziende ospitanti che dagli studenti;
- le Schede di Valutazione compilate dalle aziende ed enti registrati sulla piattaforma AlmaLaurea contenenti gli esiti dei colloqui effettuati con gli studenti e i laureati, o della mera consultazione dei loro curriculum vitae.

Obiettivo programmatico è quello di estendere il monitoraggio degli esiti occupazionali derivanti dall'utilizzo della piattaforma JobTeaser e definire modalità di analisi ed elaborazione dei dati e delle informazioni ottenibili da ciascuno dei suddetti strumenti, al fine di trarne utili indicazioni per la programmazione delle attività.

A.D.10.5: Garantire un maggiore coordinamento tra l'Orientamento e il Placement

1. Il coordinamento tra le attività di Orientamento e quelle di Placement è un'esigenza strettamente connessa ad una nuova politica di sviluppo di Ateneo. Tra le finalità primarie del servizio pubblico in ambito universitario vi è quella di servire il Paese assicurando formazione di qualità, alimentando le conoscenze e le competenze dei suoi studenti e innalzando il grado di occupabilità dei suoi laureati. Non può ottenersi una efficace attività di Placement se l' "output" del processo formativo universitario non risulti adeguato alle esigenze del mondo del lavoro e non sia competitivo sotto il profilo delle conoscenze e delle competenze possedute; ciò passa anche attraverso una efficace azione di Orientamento in ingresso e in itinere, al fine di assicurare che il processo formativo possa conseguire i più alti livelli di qualità operando su studenti motivati, consapevoli e dotati di tutti quegli attributi attitudinali e cognitivi in linea con lo specifico corso di studio prescelto. Parallelamente, le attività di Orientamento universitario creano aspettative e formulano "promesse" che l'Ateneo è chiamato a soddisfare nel migliore dei modi, favorendo l'inserimento dei laureati nel mondo del lavoro ed offrendo loro concrete opportunità di realizzare i propri progetti professionali.

Pertanto le due sfere di attività costituiscono fasi interdipendenti di un unico processo di presa in carico dello studente dall'inizio alla fine del suo percorso di studio e di formazione, e rappresentano due ambiti di attività che condividono la stessa finalità ultima. A tal fine occorrerà potenziare ogni possibile forma di raccordo delle attività tipicamente svolte dai due settori, prevedendo un percorso unitario di orientamento sia allo studio che al lavoro, nonché azioni congiunte di natura promozionale e di comunicazione all'esterno.

A.D.10.6: Garantire un maggiore coordinamento tra l'Ufficio Placement di Ateneo e i Dipartimenti

1. Nella Programmazione delle azioni di Placement 2019-2022 si era proposto un assetto organizzativo del Placement di Ateneo per costituire una "cabina di regia" per la definizione ed il coordinamento delle attività, che identificasse con chiarezza le funzioni ed i ruoli, da un lato, dell'Ufficio centrale e, dall'altro, dei presidi periferici presso i Dipartimenti e le Scuole, definendo le loro connessioni funzionali ed il loro agire sinergico.

Si è proposto alle due Scuole interdipartimentali di nominare un "Referente di Scuola per il Placement" al fine di ottimizzare la ricerca di sinergie e di coordinamento delle attività e delle esigenze di Dipartimenti affini, stante le evidenti connessioni disciplinari e le forme comuni di interlocuzione con l'ambiente esterno.

Si è dato seguito altresì recentemente alla istituzione di una figura di “Referente di Corso di Studio Magistrale per il Placement”, il quale opera in stretta sinergia con il Presidente del Corso di Studio ed il Comitato di Indirizzo, nonché con i singoli docenti ad esso afferenti, allo scopo di curare, gestire e promuovere opportunità di Placement con riferimento alle specifiche connotazioni ed esigenze del corso di laurea.

Al riguardo, quale specifico obiettivo programmatico si è previsto lo svolgimento di riunioni periodiche nel corso dell’anno con le figure organizzative previste a livello periferico di Scuola e di Corso di Studi, al fine di condividere informazioni, attività progettuali e *best practice*; relazioni stilate periodicamente dal Prorettore e dai Referenti saranno di riferimento per un’analisi dello stato delle azioni, degli obiettivi raggiunti e degli eventuali correttivi.

Si propone di conservare l’assetto organizzativo descritto anche per il triennio 2021-2023, in virtù dei positivi riscontri di tale “cabina di regia”. Si propone che a ciascun “Referente di Corso di Studio Magistrale per il Placement” venga riconosciuta una premialità quantificabile in euro 1500/procapite per il solo anno 2023.

A.D.10.7: Incentivare il grado di informatizzazione delle procedure amministrative e gestionali dell’Ufficio Placement

A.D.10.8: Razionalizzazione delle procedure amministrative e gestionali dell’Ufficio Placement

1. Un obiettivo che l’Ateneo si è posto in relazione all’azione A.O.3.10: *Informatizzare tutte le procedure rivolte a soggetti interni ed esterni all’Ateneo*, di concerto con il Prorettore all’Informatica, è lo sviluppo di un applicativo per la digitalizzazione della procedure burocratico-amministrative di gestione dei tirocini curriculari e post-lauream, delle attività di placement e della gestione di eventi. Tra le altre funzionalità che caratterizzeranno l’applicativo meritano una particolare attenzione per la loro rilevanza in ottica di potenziamento delle attività e dei servizi di Placement:

- Completamento della costruzione di un nuovo Data-Base della rete relazionale dell’Ateneo, riferito a tutti i soggetti ed enti, pubblici e privati, che risultano convenzionati con l’Ateneo per la realizzazione di varie forme di collaborazione. In particolare, lo scopo del nuovo data-base è quello di disporre di un quadro complessivo delle relazioni di partnership in essere distinte per settori di attività economica, tipologia di soggetti, attività previste nella convenzione. Ciò al fine di poter individuare quali siano gli ambiti relazionali che occorre potenziare ed accrescere, ed indirizzare in maniera più finalizzata l’attività di networking portata avanti da tutte le figure coinvolte nel Placement di Ateneo.

- Strutturazione di una reportistica annuale e/o semestrale delle attività e dei servizi di Placement, prevedendo diversi report in funzione delle specifiche esigenze informative in capo alle diverse categorie di fruitori.

2. Recentemente con il supporto dei Referente di Scuola per il Placement e dei Referenti di Corso di Studio Magistrale per il Placement si sta procedendo a una mappatura delle procedure per l'attivazione e la valutazione dei tirocini curriculari dei diversi Corsi di Studio. L'obiettivo finale è di provare a pervenire a una procedura uniforme e condivisa che possa essere adottata da tutti i Corsi di Studio, anche in vista della realizzazione dell'applicativo di cui al punto 1.

3. Dotare l'Ufficio Placement di un supporto professionale con competenze informatiche allo scopo di incrementare il grado di informatizzazione delle procedure amministrative e gestionali delle attività di Placement, al fine di migliorare la loro efficienza ed efficacia.

Allo scopo di dare realistica e concreta attuazione alle azioni previste dalla presente programmazione, si richiede il supporto di almeno tre studenti part-time per una durata di dieci mesi/anno.

TAB. 2 INDICATORI PER LA VALUTAZIONE DEI RISULTATI

Obiettivo	Indicatore	Risultati attesi	
		a.a. 2021/2022	a.a. 2022/2023
<i>INTENSIFICARE I SERVIZI ALL'IMPIEGO E DI RACCORDO CON IL MERCATO DEL LAVORO</i>	Numero di tirocini curriculari ed extracurriculari offerti agli studenti	Mantenimento del valore medio del triennio precedente	Incremento del valore medio del triennio precedente (+5%)
	Numero di convenzioni stipulate con aziende ed enti pubblici o privati	Mantenimento del valore medio del triennio precedente	Incremento del valore medio del triennio precedente (+5%)
	Numero di offerte di lavoro proposte ai laureati	Mantenimento del valore medio del triennio precedente	Incremento del valore medio del triennio precedente (+5%)
<i>FAVORIRE E ORGANIZZARE MOMENTI DI INCONTRO TRA AZIENDE E STUDENTI</i>	Numero di eventi in collaborazione con soggetti del mondo del lavoro	Mantenimento del valore medio del triennio precedente	Incremento del valore medio del triennio precedente (+5%)

BUDGET PREVISIONALE PLACEMENT PER IL TRIENNIO IN PROGRAMMAZIONE

RIF. AZIONE DEL PIANO STRATEGICO	VOCI DI SPESA	Spese di gestione a gravare sul programma 2021-23			
		ANNO 2021	ANNO 2022	ANNO 2023	TOTALE
A.D.10.1 – PUNTO 2.a	Organizzazione seminari di Coaching e Recruiting Day annuale	-	20.000	20.000	40.000
A.D.10.1 – PUNTO 2.b	Partecipazione “ <i>Virtual Fair forDoc</i> ”	-	3.000	3.000	6.000
A.D.10.1 – PUNTO 4	Rimborso spese trasferte e iscrizioni a eventi di Placement	5.000	5.000	5.000	15.000
A.D.10.1 – PUNTO 5	Contributo Tirocini Estero o fuori Regione	10.000	20.000	20.000	50.000
A.D.10.2 – PUNTO 1	Organizzazione Eventi di Placement	2.000	2.000	2.000	6.000
TOTALE a valere su fondi di Ateneo nel triennio		17.000	50.000	50.000	117.000

RISORSE UMANE UFFICIO PLACEMENT

Attesa la molteplicità delle linee di azione e degli specifici obiettivi programmatici, si ritiene opportuno dotare l'Ufficio Placement di figure professionali di supporto ai fini della concreta attuazione del piano strategico, come indicato nella tabella che segue.

RIF. AZIONE DEL PIANO STRATEGICO	FIGURE PROFESSIONALI DI SUPPORTO
A.D.10.1 – PUNTO 3	Previsione di una risorsa umana preposta alla gestione delle piattaforme AlmaLaurea e JobTeaser di intermediazione domanda – offerta di lavoro
A.D.10.7 – PUNTO 1	Previsione di una risorsa umana con competenze informatiche a supporto del processo di informatizzazione delle attività e dei servizi di Placement

CAPITOLO 7

III MISSIONE

CAPITOLO 0.TM DEL PIANO STRATEGICO (2016-2022)

La qualità della ricerca e l'attrazione di risorse umane altamente qualificate determina la formazione di un contesto non solo capace di produrre nuova conoscenza, ma anche di trasferirla all'esterno, ottenendo risultati in termini di brevetti, spin-off accademici, di consolidamento di un distretto tecnologico che può avvalersi d'infrastrutture e spazi per l'innovazione specifici che coinvolga il territorio. Il processo di generazione di nuova conoscenza è il risultato di processi d'interazione tra molti soggetti e di contaminazione di saperi differenziati, spesso provenienti da ambiti diversi e da soggetti diversi (centri di ricerca, università, imprese, incubatori ecc.).

Si è diffusa, parallelamente, la necessità di adottare modelli utili a generare innovazione, basati sull'apertura e sull'interattività secondo un modello di Open Innovation. In tale ottica l'Ateneo deve investire nelle proprie risorse intensificando tutte le azioni a supporto del trasferimento tecnologico e della creazione di imprese da parte degli studenti, dei ricercatori (start up e spin off) e della comunità territoriale di riferimento.

A tal fine deve sviluppare le azioni più opportune per sostenere una nuova politica industriale per lo sviluppo e la competitività. L'Ateneo deve pertanto proseguire nel triennio 2019-2021 una politica per la gestione dei risultati delle attività di ricerca che trovino tutela e garanzia nei Diritti di Proprietà Industriale, in armonia con il Decreto Legislativo n. 30 del 10 febbraio 2005 e successive modifiche e integrazioni (Codice della Proprietà Industriale).

Tali azioni devono essere orientate a promuovere la crescita sostenibile, lo sviluppo tecnologico e l'occupazione, in particolare giovanile, l'aggregazione di un ecosistema animato da una nuova cultura imprenditoriale votata all'innovazione, così come a favorire una maggiore mobilità sociale, il rafforzamento dei legami tra università e imprese nonché una più forte capacità di attrazione di talenti e capitali esteri nel nostro Paese.

Questa più forte politica dell'ateneo si inserisce pienamente nelle iniziative portate avanti dalle istituzioni nazionali e locali. Da un lato negli scenari disegnati con il Piano Nazionale Impresa 4.0 (già Industria 4.0) e i nuovi strumenti e misure di vantaggio che incidono sull'intero ciclo di vita dell'azienda, dall'avvio alle fasi di crescita, sviluppo e maturazione. Dall'altro con gli obiettivi di crescita e

innovazione della Regione Campania con il RIS3 CAMPANIA - *Research and Innovation Strategies for Smart Specialisation*.

Condivisione delle strategie di ricerca dell'Ateneo con i soggetti rappresentativi del territorio

Obiettivo O.R.TM.5 del piano strategico

Incrementare le reti di collaborazioni, per favorire il supporto alla ricerca e lo sviluppo di processi di trasferimento dei risultati della ricerca

Obiettivo O.R.6 e O.TM.1 del piano strategico

A.R.TM.5.3: Implementare interventi di stimolo all'imprenditorialità

A.R.TM.5.4: Definire una politica sulla tutela e sulla titolarità dei risultati della ricerca

Corsi volti ad incentivare l'imprenditorialità

Generare negli studenti e nei futuri laureati l'idea di imprenditorialità è uno degli obiettivi a cui l'ateneo non può sottrarsi. Promuovere una cultura d'impresa con corsi incentrati sul processo che va dalla generazione di un'idea imprenditoriale all'organizzazione e la gestione di un business è fondamentale per chi investe in innovazione. I corsi di imprenditorialità svilupperanno le capacità analitiche e le competenze strategiche necessarie per gli studenti che desiderano diventare imprenditori o sono già parte di un business in crescita. I corsi proposti saranno strutturati coniugando esigenze formative legate alla trasmissione di conoscenze e competenze teoriche con sessioni operative legate alla realizzazione pratica di un business plan, fino all'individuazione operativa delle procedure necessarie alla costituzione di una start up innovativa e non.

Si propone di attivare le seguenti iniziative formative di cui:

- corsi per gli studenti che partecipano al programma iOS Development;
- corsi (due per la Scuola delle Scienze, dell'Ingegneria e della Salute e due per la Scuola di Economia e Giurisprudenza) per tutti gli studenti dell'ateneo (inclusi gli studenti di dottorato di ricerca) selezionati secondo criteri di merito;
- corsi per gli studenti che parteciperanno alla Business Plan Competition Start Cup Campania promosso dalle Università campane e finalizzata a mettere in gara gruppi di studenti e/o ricercatori con idee imprenditoriali basate sulla ricerca e l'innovazione.

Supporto alle attività del CLAB Parthenope

La voce è relativa al finanziamento delle attività del laboratorio CLAB Parthenope che ha come scopo quello di promuovere la cultura dell'imprenditorialità e dell'innovazione, favorire l'interdisciplinarietà declinando nuovi modelli di apprendimento ed espone gli studenti a un ambiente stimolante per lo sviluppo di progetti innovativi di business, a stretto contatto con manager ed imprenditori.

Finanziamento o Cofinanziamento spese presentazione brevetti e marchi

La voce è relativa al finanziamento o cofinanziamento delle spese di presentazione/registrazione di brevetti e marchi relativi a prodotti/processi innovativi risultanti dai progetti di ricerca dell'Ateneo. Si stima un importo di **15.000 €/anno**.

Cofinanziamento spin off e start up

La voce è relativa al cofinanziamento delle spese di presentazione/registrazione di brevetti e marchi relativi a prodotti/processi innovativi risultanti dai progetti di ricerca dell'Ateneo. Si stima un importo di **2.500 €/anno**.

Produzione di beni pubblici di natura culturale, educativa, sociale e il loro impatto sociale

Per quanto attiene alle ATM più direttamente collegate alla produzione e gestione di beni pubblici di natura educativa, culturale e sociale, gli obiettivi strategici dell'ateneo sono legati al rafforzamento dei collegamenti con la comunità del territorio di appartenenza. Le iniziative di *public engagement* finalizzate alla divulgazione scientifica e all'orientamento istituzionale come la partecipazione a fiere dell'innovazione o a mostre e iniziative per scolari e studenti delle scuole medie saranno valorizzate nel triennio con una più forte ed eterogenea partecipazione dei gruppi di ricerca dell'ateneo. Analogamente sono importanti sempre nell'ambito delle attività di terza missione le pubblicazioni con chiaro intento divulgativo e non rivolte esclusivamente alla comunità scientifica.

L'incremento della fruizione del patrimonio storico, culturale e artistico dell'Ateneo da parte della comunità circostante diviene uno tra gli obiettivi prioritari da realizzare nel prossimo triennio; in particolare per il complesso monumentale di Villa Doria d'Angri e per il Museo Navale.

Promuovere e monitorare le attività e le iniziative senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società. Valutare l'impatto sociale delle attività di Terza Missione

Obiettivo O.TM.2

A.TM.2.1: Incrementare e monitorare le attività di public engagement dell'Ateneo

Organizzazione, Partecipazione a Fiere e Premi, Convegni, o iniziative di public engament

L'organizzazione e/o la partecipazione a Fiere e Premi come ad esempio Futuro Remoto, Notte dei Ricercatori, etc. aiutano senza dubbio la diffusione della cultura scientifica e tecnologica nella comunità. Parallelamente iniziative di business plan competition o concorsi di idee, ad esempio Start Cup o Q8 energie per Napoli aiutano a diffondere tra gli studenti ed il personale dell'ateneo una cultura imprenditoriale e del trasferimento tecnologico, idonea anche alla nascita di imprese ad alto contenuto di conoscenza. Si stima come costi di organizzazione o partecipazione l'importo di **15.000 €/anno**.

Riepilogo dei costi

OBIETTIVI	AZIONI OBIETTIVO	INDICATORI	SPESE ANNUE 2021	SPESE ANNUE 2022	SPESE ANNUE 2023	TOTALE TRIENNIO
Obiettivo O.R.TM.5 Condivisione delle strategie di ricerca dell'Ateneo con i soggetti rappresentativi del territorio	A.R.TM.5.3	Corsi volti ad incentivare l'imprenditorialità	24.800,00	24.800,00	24.800,00	74.400,00
		Supporto alle attività del CLAB Parthenope	10.000,00	10.000,00	10.000,00	30.000,00
	A.R.TM.5.3 A.R.TM.5.4	Finanziamento o Cofinanziamento spese presentazione brevetti e marchi	15.000,00	15.000,00	15.000,00	45.000,00
	A.R.TM.5.3	Cofinanziamento spin off e start up	2.500,00	2.500,00	2.500,00	7.500,00
Obiettivo O.TM.3 Conservare e valorizzare del patrimonio culturale e artistico e incrementare la fruizione e l'accesso a strutture museali e di importanza storico/artistica/culturale dell'Ateneo.	A.TM.3.4	Organizzazione, partecipazione a Fiere e Premi, Convegni, o iniziative di public engament	15.000,00	15.000,00	15.000,00	45.000,00
TOTALE			67.300,00	67.300,00	67.300,00	201.900,00

APPENDICE

Tabella riepilogativa dei costi

CAPITOLO	OBIETTIVI	AZIONI OBIETTIVO	INDICATORI	SPESE ANNUE 2021	SPESE ANNUE 2022	SPESE ANNUE 2023	TOTALE TRIENNIO 2021/2023	
COMUNICAZIONE	O.1. Rafforzare la comunicazione interna per rafforzare l'immagine dell'Ateneo, valorizzando la storia e l'identità dell'organizzazione	A.O.1.4. Realizzare indagini sulle percezioni di immagine dell'Ateneo		€ 10.000,00			€ 10.000,00	
		A.O.2.1. Definire la corporate identity	Rebranding del logo	€ 10.000,00			€ 10.000,00	
	O.2. Aumentare l'attrattività dell'offerta formativa, attraverso lo sviluppo di contenuti innovativi, potenziando i canali di comunicazione social	A.O.2.3 Progettare e implementare una campagna di comunicazione più incisiva ed esperienziale	Realizzazione Advertising e Spot video		€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 15.000,00
			Progettazione materiali informativi promozionali e merchandising		€ 7.000,00	€ 7.000,00	€ 7.000,00	€ 21.000,00
			Organizzazione di eventi e di iniziative per il public engagement		€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 15.000,00
			Campagna Affissioni		€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 15.000,00
			Graduation Day		€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
			Annunci stampa		€ 10.000,00	€ 10.000,00	€ 10.000,00	€ 30.000,00
			Video Metrò		€ 10.000,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 10.000,00
			Supporto strategico attività comunicazione		€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 18.000,00
			Concerto "Futuro Parthenope"		-	-	-	€ 0,00
			Master MEIM		-	-	-	€ 0,00
	A.O.2.4. Potenziare il sistema dei social network attraverso lo sviluppo di contenuti innovativi	Content Strategy e Social Media Marketing		€ 18.000,00	€ 18.000,00	€ 18.000,00	€ 54.000,00	
		Video Content		€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 12.000,00	
		ADS Digitali		€ 15.000,00	€ 15.000,00	€ 15.000,00	€ 45.000,00	
TOTALE RISORSE PER CAPITOLO				€ 105.000,00	€ 75.000,00	€ 75.000,00	€ 255.000,00	

CAPITOLO	OBIETTIVI	AZIONI OBIETTIVO	INDICATORI	SPESE ANNUE 2021	SPESE ANNUE 2022	SPESE ANNUE 2023	TOTALE TRIENNIO 2021/2023
SERVIZI INFORMATICI	Obiettivo O.D.5: Migliorare l'attrattività dell'offerta formativa mediante l'incremento dei servizi didattici in modalità telematica	A.D.5.2: Potenziare la didattica in modalità telematica in affiancamento ai corsi di studio	Licenze Microsoft	70.000,00 €	70.000,00 €	70.000,00 €	€ 210.000,00
			Piattaforma Esami	20.000,00 €	-	-	€ 20.000,00
			Acquisto hardware videolezioni	50.000,00 €	-	-	€ 50.000,00
	Obiettivo O.O.3: Incrementare e l'efficienza organizzativa interna	A.O.3.12: Completare il processo di dematerializzazione dei flussi documentali di Ateneo	Hardware connettività nuove sedi	75.000,00 €	-	-	€ 75.000,00
			Manutenzione intera fibra	-	80.000,00 €	80.000,00 €	€ 160.000,00
			Eligo	11.000,00 €	11.000,00 €	11.000,00 €	€ 33.000,00
			PAT	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	€ 15.000,00
			Cloud Oracle	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	€ 30.000,00
			EPM	70.000,00 €	70.000,00 €	70.000,00 €	€ 210.000,00
			Avvio e manutenzione nuovo sito web	280.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	€ 380.000,00
Manutenzione nuovi applicativi	-	10.000,00 €	10.000,00 €	€ 20.000,00			
TOTALE RISORSE PER CAPITOLO				€ 591.000,00	€ 306.000,00	€ 306.000,00	€ 1.203.000,00

CAPITOLO	OBIETTIVI	AZIONI OBIETTIVO	INDICATORI	SPESE ANNUE 2021	SPESE ANNUE 2022	SPESE ANNUE 2023	TOTALE TRIENNIO 2021/2023
RICERCA	Obiettivo O.R.1 Promuovere la formazione e la valorizzazione del talento	A.R.3.2 Attrazione di vincitori di progetti ERC mediante riserva di percentuale di punti organico e cofinanziamento per i relativi progetti di ricerca mediante investimenti in attrezzature e laboratori	Numero di vincitori ERC inseriti in organico			200.000,00 €	€ 200.000,00
	Obiettivo O.R.2 Promuovere la competitività nell'attrazione delle risorse	A.R.2.1 Cofinanziamento per la partecipazione a piattaforme di coordinamento europee e relative spese di missione	Numero di piattaforme di coordinamento al quale l'Ateneo aderisce		15.000,00 €	15.000,00 €	€ 30.000,00
		Acquisto servizi di abbonamento piattaforma Research Professional			16.500,00 €	16.500,00 €	€ 33.000,00
	Obiettivo O.R.1 Migliorare la qualità e la produttività della Ricerca	A.R.1.7 Finanziamento iniziative di Open Access e Open Science	Titoli pubblicati in Open Access		50.000,00 €	60.000,00 €	€ 110.000,00
		A.R.1.6 Monitoraggio della produzione scientifica dei dipartimenti e dei ricercatori mediante utilizzo di piattaforme di valutazione e consulenze di terzi	Numero valutazioni condotte per triennio e per banca dati		10.000,00 €	10.000,00 €	€ 20.000,00
		Acquisto servizi di abbonamento software antiplagio			17.000,00 €	17.000,00 €	€ 34.000,00
	TOTALE RISORSE PER CAPITOLO				€ 0,00	€ 108.500,00	€ 318.500,00

CAPITOLO	OBIETTIVI	AZIONI OBIETTIVO	INDICATORI	SPESE ANNUE 2021	SPESE ANNUE 2022	SPESE ANNUE 2023	TOTALE TRIENNIO 2021/2023
INTERNAZIONALIZZAZIONE	Obiettivo O.D.8 Potenziamento dell'internazionalizzazione dei corsi di studio	Incoming Visiting Professors	Permanenza presso le strutture didattiche e scientifiche dell'Ateneo, di esperti e studiosi italiani e stranieri di elevata qualificazione scientifica appartenenti a istituzioni universitarie, di ricerca o di alta formazione non italiane che, anche sulla base di specifici accordi internazionali stipulati dall'Ateneo, sono chiamati a svolgere nell'Ateneo stesso attività formativa, anche di tipo seminariale, nell'ambito di un corso di studi, e/o attività di ricerca. Nell'ambito dell'azione trova titolo preferenziale l'adesione al Programma Fulbright.	31.500,00 €	31.500,00 €		€ 63.000,00
		Borse per Studenti che hanno conseguito il titolo di studio di accesso all'estero	Emanazione di bandi per borse di studio a favore di studenti iscritti al primo anno che hanno che hanno conseguito il titolo di studio di accesso all'estero;	* 25000 (cfr capitolo 1)	* 25000 (cfr capitolo 1)		€ 0,00
		Assistenza a studenti internazionali	Potenziamento e/o esternalizzazione dei servizi di accoglienza e di assistenza alle procedure burocratiche collegate al rilascio del visto e del permesso di soggiorno, codice fiscale, assistenza sanitaria, apertura di rapporti bancari, assistenza per la ricerca di alloggi oltre che al supporto logistico ed altre attività. L'azione comprende inoltre: i) iniziative di accoglienza di flussi di mobilità studentesca ERASMUS+ e non Erasmus+, tramite organizzazione di welcome days, anche semestrali; ii) implementazione di un programma "Buddy Student", volto ad un servizio di tutorato di studenti di Ateneo verso studenti internazionali (Erasmus e non); iii) creazione di una app di accoglienza "Welcome APParthenope".	12.000,00 €	15.000,00 €	12.000,00 €	€ 39.000,00
		Promozione dell'Ateneo all'estero	Produzione di materiale multimediale sull'Ateneo e sulla sua offerta formativa da promuovere in sedi estere e finalizzate al rafforzamento e/o all'incremento dei rapporti internazionali e dei correlati flussi di mobilità. Partecipazione a fiere internazionali. Acquisto di servizi presso qualificati attori internazionali per la promozione all'estero dell'ateneo. Aggiornamento e/o potenziamento sito internet di ateneo (sezione internazionale).	8.000,00 €	8.000,00 €	8.000,00 €	€ 24.000,00
		Corso di Lingua Italiana	Organizzazione di un corso di lingua Italiana a favore della comunità internazionale	7.500,00 €	7.500,00 €	7.500,00 €	€ 22.500,00

		Contributo per mobilità Erasmus	Incremento del contributo di Ateneo per le borse di studio a favore di studenti che hanno utilizzato il programma di mobilità Erasmus plus ai fini di studio con acquisizione di almeno 12 CFU all'estero. L'importo è così strutturato: contributo mensile pro-capite pari a 170€ per numero 4 mesi, a favore di 200 studenti per ciascuna annualità. Il contributo è esteso anche al caso delle mobilità virtuali.	-	* 136000 (cfr capitolo 1)	* 136000 (cfr capitolo 1)	€ 0,00
		Contributo per mobilità extra-Erasmus	Finanziamento della mobilità studentesca al di fuori del programma Erasmus+ nell'ambito di convezioni/accordi con Atenei esteri.	* 46000 (cfr capitolo 1)	* 50000 (cfr capitolo 1)		€ 0,00
		Reti Europee (European Universities)	Approntamento delle procedure di partecipazione alle reti europee universitarie (European Universities) ed organizzazione eventi		20.000,00 €	10.000,00 €	€ 30.000,00
TOTALE RISORSE PER CAPITOLO				€ 59.000,00	€ 82.000,00	€ 37.500,00	€ 178.500,00

CAPITOLO	OBIETTIVI	AZIONI OBIETTIVO	INDICATORI	SPESE ANNUE 2021	SPESE ANNUE 2022	SPESE ANNUE 2023	TOTALE TRIENNIO 2021/2023
ORIENTAMENTO	O.D.2. Potenziare le azioni di orientamento in ingresso	A.D.2.1 – Punto 1	Potenziamento del <i>Navigatore di orientamento</i>	-	15.000,00 €	10.000,00 €	€ 25.000,00
		A.D.2.1 – Punto 2	Utilizzo di strumenti innovativi di diffusione dell'offerta formativa di Ateneo	10.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	€ 40.000,00
		A.D.2.1 – Punto 3	Analisi delle platee future di riferimento delle attività di orientamento	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	€ 45.000,00
		A.D.TM.2.1 (bis) – Punto 1	Open day e Giornata "Università a Porte aperte"*	-	5.000,00 €	5.000,00 €	€ 10.000,00
		A.D.TM.2.1(bis) – Punto 2	Testimonial day, Seminari tematici e Conferenze tematiche	-	8.800,00 €	8.800,00 €	€ 17.600,00
		A.D.TM.2.1(bis) – Punto 5	Partecipazione a Manifestazioni e Saloni di Orientamento	7.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	€ 37.000,00
	O.D.9 Definire per ogni corso di studio (I e II livello) competenze capacità e motivazioni dello studente in ingresso e dello studente in uscita	A.D.9.1 – Punto 1	Accertamento dei "saperi minimi"	-	16.800,00 €	da valutare al termine dell'anno precedente	€ 16.800,00
TOTALE RISORSE PER CAPITOLO				€ 32.000,00	€ 90.600,00	€ 68.800,00	€ 191.400,00

CAPITOLO	OBIETTIVI	AZIONI OBIETTIVO	INDICATORI	SPESE ANNUE 2021	SPESE ANNUE 2022	SPESE ANNUE 2023	TOTALE TRIENNIO 2021/2023
PLACEMENT	Obiettivo O.D.10 Potenziamento del servizio placement di Ateneo	A.D.10.1 – PUNTO 2.a	Organizzazione seminari di Coaching e Recruiting Day annuale	-	20.000,00 €	20.000,00 €	€ 40.000,00
		A.D.10.1 – PUNTO 2.b	Partecipazione “ <i>Virtual Fair forDoc</i> ”	-	3.000,00 €	3.000,00 €	€ 6.000,00
		A.D.10.1 – PUNTO 4	Rimborso spese trasferte e iscrizioni a eventi di Placement	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	€ 15.000,00
		A.D.10.1 – PUNTO 5	Contributo Tirocini Estero o fuori Regione	10.000,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €	€ 50.000,00
		A.D.10.2 – PUNTO 1	Organizzazione Eventi di Placement	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	€ 6.000,00
TOTALE RISORSE PER CAPITOLO				€ 17.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 117.000,00

CAPITOLO	OBIETTIVI	AZIONI OBIETTIVO	INDICATORI	SPESE ANNUE 2021	SPESE ANNUE 2022	SPESE ANNUE 2023	TOTALE TRIENNIO 2021/2023
III MISSIONE	Obiettivo O.R.TM.5 - Condivisione delle strategie di ricerca dell'Ateneo con i soggetti rappresentativi del territorio	A.R.TM.5.3	Corsi volti ad incentivare l'imprenditorialità	24.800,00 €	24.800,00 €	24.800,00 €	€ 74.400,00
			Supporto alle attività del CLAB Parthenope	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	€ 30.000,00
		A.R.TM.5.3 A.R.TM.5.4	Finanziamento o Cofinanziamento spese presentazione brevetti e marchi	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	€ 45.000,00
		A.R.TM.5.3	Cofinanziamento spin off e start up	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	€ 7.500,00
		Obiettivo O.TM.3 Conservare e valorizzare del patrimonio culturale e artistico e incrementare la fruizione e l'accesso a strutture museali e di importanza storico/artistica/culturale dell'Ateneo.	A.TM.3.4	Organizzazione, partecipazione a Fiere e Premi, Convegni, o iniziative di public engament	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €
TOTALE RISORSE PER CAPITOLO				€ 67.300,00	€ 67.300,00	€ 67.300,00	€ 201.900,00

CAPITOLO	OBIETTIVI	AZIONI OBIETTIVO	INDICATORI	SPESE ANNUE 2021	SPESE ANNUE 2022	SPESE ANNUE 2023	TOTALE TRIENNIO 2021/2023
COFINANZIAMENTO ATENEO SUGLI INDICATORI SCELTI PER LA PROGRAMMAZIONE TRIENNALE 2021/2023		INDICATORE C_g	Tipologia MA: mobilità internazionale Erasmus+		-	130,00 €	€ 130,00
			Tipologia BS: borse di studio studenti stranieri incoming		25.000,00 €	25.000,00 €	€ 50.000,00
			Tipologia BS: borse di studio studenti I anno con 40 CFU		12.000,00 €	12.000,00 €	€ 24.000,00
			Tipologia BS borse di studio MIT		-	168.000,00 €	€ 168.000,00
			Tipologia PI: assegnatari posti letto		7.000,00 €	7.000,00 €	€ 14.000,00
			Tipologia PT: attività part-time		455.000,00 €	455.000,00 €	€ 910.000,00
		INDICATORE C_c	Acquisto arredi e attrezzature per le attività didattiche		567.975,00 €	-	€ 567.975,00
		INDICATORE D_h	realizzazione progetto MOOC insegnamenti in lingua inglese	260.000,00 €	260.000,00 €	260.000,00 €	€ 780.000,00
		INDICATORE E_h	Formazione del PTA	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	€ 150.000,00
		INDICATORE E_k	Fondo di premialità	234.640,00 €	500.000,00 €	380.000,00 €	€ 1.114.640,00
TOTALE RISORSE PER CAPITOLO				€ 544.640,00	€ 1.876.975,00	€ 1.357.130,00	€ 3.778.745,00

CAPITOLO	OBIETTIVI	AZIONI OBIETTIVO	INDICATORI	SPESE ANNUE 2021	SPESE ANNUE 2022	SPESE ANNUE 2023	TOTALE TRIENNIO 2021/2023
Finanziamento programma 2021-23		INDICATORE C_g	Tipologia MA: mobilità internazionale Erasmus+		136.000,00 €	135.870,00 €	€ 271.870,00
			Tipologia MA mobilità internazionale studenti internazionali		46.000,00 €	50.000,00 €	€ 96.000,00
			Tipologia BS: borse di studio studenti I anno con 40 CFU		56.000,00 €	56.000,00 €	€ 112.000,00
			Tipologia BS borse di studio MIT		-	168.000,00 €	€ 168.000,00
			Tipologia PI: assegnatari posti letto		68.000,00 €	68.000,00 €	€ 136.000,00
		INDICATORE D_d	Dottorati di ricerca	20.703,00 €	20.703,00 €	36.040,00 €	€ 77.446,00
		INDICATORE D_h	realizzazione progetto MOOC insegnamenti in lingua inglese	285.050,00 €	27.504,00 €	-	€ 312.554,00
		INDICATORE E_h	Formazione del PTA	80.000,00 €	80.000,00 €	117.765,00 €	€ 277.765,00
	INDICATORE E_k	Fondo di premialità	342.027,00 €	76.667,00 €	196.667,00 €	€ 615.361,00	
TOTALE RISORSE PER CAPITOLO				€ 727.780,00	€ 510.874,00	€ 828.342,00	€ 2.066.996,00

	SPESE ANNUE 2021	SPESE ANNUE 2022	SPESE ANNUE 2023	TOTALE TRIENNIO 2021/2023
TOTALE PROGRAMMA TRIENNALE	€ 2.143.720,00	€ 3.167.249,00	€ 3.108.572,00	€ 8.419.541,00
<i>di cui finanziamento Ministeriale</i>	€ 727.780,00	€ 510.874,00	€ 828.342,00	€ 2.066.996,00