

Luiss

SUA-TM/IS 2018

Scheda Unica Annuale

Terza Missione e Impatto Sociale

Giugno 2020

LUISS



Sommario

Quadro I.0 – Obiettivi Strategici di Terza Missione/Impatto Sociale	3
Quadro I.3 – Attività conto Terzi	12
Quadro I.4 – Strutture di Intermediazione	14
Quadro I.5 – Gestione del Patrimonio e delle Attività Culturali	19
Quadro I.7 – Formazione Continua, Apprendimento Permanente e Didattica Aperta	22
Quadro I.8 – Public Engagement	24

I Quadri non compilati sono riferiti ad attività di Terza Missione non pertinenti per l'Ateneo o non attivate nell'anno di rilevazione.

Quadro I.0 – Obiettivi Strategici di Terza Missione/Impatto Sociale

Ateneo

1. **La Terza Missione è presente nello Statuto, nel Piano Strategico o in altri documenti programmatici dell’Ateneo vigenti nell’anno di rilevazione?**
 - **Piano Strategico:** sebbene non citata come “Terza Missione”, è espressa all’interno del Piano Strategico 2018-2020 nelle priorità Ricerca: “Migliorare [...] l’outreach dei risultati e l’impatto sulla produzione scientifica e sulla società civile” e Sustainable Growth: “L’obiettivo di Sustainable Growth è di contribuire alla crescita di lungo periodo dell’Ateneo, rafforzando la relazione con tutte le controparti e gli influencer rilevanti. Le linee d’azione si concentrano su tre macro-aree: rafforzamento del rapporto con le aziende, sviluppo del network Alumni, miglioramento della reputation dell’Ateneo.” (Piano Strategico Luiss 2018-2020, p. 38, 47).
 - **Bilancio d’impatto:** “Area valoriale, nel senso della diffusione dei valori e della mission della Luiss. In questo framework si richiama l’attenzione sulla terza missione dell’università, di ampliamento della ricerca a beneficio della comunità.” (Bilancio d’impatto Luiss 2018, p. 68).
2. **Esiste un responsabile del coordinamento delle attività di Terza Missione?** No.
3. **Esistono strutture dedicate al coordinamento delle attività di Terza Missione di Ateneo?** No.
4. **L’Ateneo impiega giovani del Servizio Civile Nazionale in qualcuna delle attività considerate nella Terza Missione?** No.
5. **Complessivamente qual è il livello di priorità delle seguenti attività di valorizzazione della ricerca nell’insieme delle attività svolte dall’Ateneo?**
 - 5.a **Descrivere, inoltre, strategia, punti di forza e di debolezza**

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.1 – Gestione della proprietà industriale	Non pertinente	---	---
I.2 – Imprese spin-off	Non pertinente	---	---

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.3 – Attività conto terzi	Alta	<p>Strategia: Attività di formazione, ricerca e consulenza commissionate da imprese e istituzioni.</p> <p>Punti di forza: Relazioni privilegiate con le comunità imprenditoriali, manageriali, professionali e dei policy maker.</p> <p>Punti di debolezza: Parziale coordinamento nel proporre ad aziende e istituzioni progetti che tengano conto in maniera sinergica delle potenzialità espresse dai diversi settori dall'Ateneo.</p>	La rendicontazione delle attività e degli importi derivanti è a cura dell'Amministrazione.
I.4 – Strutture di Intermediazione	Alta	<p>Strategia: Potenziamento del network nazionale e internazionale.</p> <p>Punti di forza: Contatto con il corpo docente per iniziative in sinergia tra professional e didattica; ampia rete di Alumni con diversi presidi internazionali.</p> <p>Punti di debolezza: Assenza di un gestionale per il workflow automatizzato dei processi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Report quantitativi ▪ Survey qualitative ▪ CRM
I.5 – Gestione del patrimonio e attività culturali	Medio-alta	<p>Strategia: Restauro conservativo e riorganizzazione degli spazi per integrazione logistica mirata al miglioramento dei servizi offerti.</p> <p>Punti di forza: Prestigioso asset socioculturale.</p> <p>Punti di debolezza: Importanti costi di manutenzione ordinaria degli immobili; sottoutilizzo del coro in eventi interni.</p>	<p>Fruizione degli spazi per didattica, convegni ed eventi.</p> <p>Numero di visitatori e fruitori esterni.</p>
I.6 – Attività per la salute pubblica	Non pertinente	---	---
I.7 – Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta	Alta	<p>Strategia: Riposizionamento delle proprie offerte soprattutto in riferimento ai temi della digital transformation; introduzione di attività formative innovative.</p> <p>Punti di forza: Legame con i corporate partner.</p> <p>Punti di debolezza: Limitate facilities.</p>	La qualità della formazione è misurata tramite schede di valutazione qualità, la rendicontazione e l'andamento dei progetti tramite file condivisi.

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.8 – Public Engagement	Alta	<p>Strategia: Stabilire una forte apertura verso l'esterno attraverso il dialogo bidirezionale tra ricercatori e studenti universitari da una parte e istituzioni, aziende e comuni cittadini dall'altra, con l'obiettivo di divulgare le competenze scientifiche e i propri valori per cercare di influenzare i comportamenti e incidere sulla società civile allo scopo di cambiare in meglio il mondo. Le modalità sono diverse: eventi aperti al pubblico; progetti di diffusione di conoscenze scientifiche in presenza e da remoto; percorsi di educazione alla legalità per le scuole; iniziative di coinvolgimento nel volontariato e valorizzazione del territorio; apertura del proprio patrimonio storico e architettonico ai cittadini, sia in presenza che online.</p> <p>Punti di forza: Solido e ampio network.</p> <p>Punti di debolezza: Ridotto coinvolgimento del corpo docente nel PE di Ateneo.</p>	<p>Piattaforma CRM per monitoraggio contatti aziendali, attività ed eventi.</p> <p>Da sviluppare la classificazione delle iniziative di PE.</p>

5.b Ci sono altre attività di Terza Missione non incluse nell'elenco degli ambiti (cfr. tabella sopra) che l'ateneo svolge e considera di priorità alta? No.

Dipartimento di Impresa e Management

1. La Terza Missione è presente nei documenti programmatici del dipartimento vigenti nell'anno di rilevazione? No.
2. Esiste un responsabile del coordinamento delle attività di Terza Missione? Sì, è una figura accademica: Delegato per la Qualità della Ricerca e della Terza Missione.
3. Esistono strutture/uffici dedicati alle attività di Terza Missione del dipartimento? No.
4. Complessivamente qual è il livello di priorità dei seguenti ambiti di Terza Missione nell'insieme delle attività svolte dal dipartimento?
 - 4.a Descrivere, inoltre, strategia, punti di forza e di debolezza

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.1 – Gestione della proprietà industriale	Non pertinente	---	---
I.2 – Imprese spin-off	Non pertinente	---	---
I.3 – Attività conto terzi	Medio-alta	<p>Strategia: Coniugare il rigore della ricerca scientifica con la rilevanza dei temi trattati per le imprese e le istituzioni. Beneficiare delle interazioni tra i gruppi di ricerca del Dipartimento (rappresentati dai diversi Centri di Ricerca), le imprese e i policy maker al fine di potenziare l'impatto della ricerca sulla società.</p> <p>Punti di forza: I Centri di Ricerca generano un'intensa attività di ricerca commissionata sia con imprese sia con istituzioni pubbliche.</p> <p>Punti di debolezza: Debole sfruttamento delle sinergie tra diversi Centri di Ricerca e mancanza di un coordinamento centralizzato a livello dipartimentale.</p>	<p>La riforma del 2017 ha previsto una serie di requisiti che i Centri sono tenuti a rispettare in termini di numero di membri, output scientifico (pubblicazioni) e commesse.</p> <p>Il monitoraggio viene effettuato due volte all'anno a cura dell'Ufficio Ricerca.</p>
I.4 – Strutture di Intermediazione	Non pertinente	---	---
I.5 – Gestione del patrimonio e attività culturali	Non pertinente	---	---
I.6 – Attività per la salute pubblica	Non pertinente	---	---
I.7 – Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta	Non pertinente	---	---
I.8 – Public Engagement	Medio-alta	<p>Strategia: Stimolare le pubblicazioni divulgative e in generale la diffusione dei risultati della ricerca nella società.</p> <p>Punti di forza: Molteplicità di iniziative e coinvolgimento di un pubblico ampio.</p> <p>Punti di debolezza: Limitata sistematizzazione e monitoraggio delle iniziative.</p>	<p>Piattaforma CRM per monitoraggio contatti aziendali, attività ed eventi.</p> <p>Da sviluppare la classificazione delle iniziative di PE.</p>

4.b Ci sono altre attività di Terza Missione non incluse nell'elenco degli ambiti (cfr. tabella sopra) che il dipartimento svolge e considera di priorità alta? No.

Dipartimento di Scienze Politiche

1. La Terza Missione è presente nei documenti programmatici del dipartimento vigenti nell'anno di rilevazione? No.
2. Esiste un responsabile del coordinamento delle attività di Terza Missione? Sì, è una figura accademica: Delegato per la Qualità della Ricerca e della Terza Missione.
3. Esistono strutture/uffici dedicati alle attività di Terza Missione del dipartimento? No.
4. Complessivamente qual è il livello di priorità dei seguenti ambiti di Terza Missione nell'insieme delle attività svolte dal dipartimento?
 - 4.a Descrivere, inoltre, strategia, punti di forza e di debolezza

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.1 - Gestione della proprietà industriale	Non pertinente	---	---
I.2 - Imprese spin-off	Non pertinente	---	---
I.3 - Attività conto terzi	Alta	<p>Strategia: Coniugare il rigore della ricerca scientifica con la rilevanza dei temi trattati per le imprese e le istituzioni. Beneficiare delle interazioni tra i Centri di Ricerca del Dipartimento, le imprese e i policy maker al fine di potenziare l'impatto della ricerca sulla società.</p> <p>Punti di forza: I Centri di Ricerca generano un'intensa attività di ricerca commissionata sia con imprese sia con istituzioni pubbliche.</p> <p>Punti di debolezza: Debole sfruttamento delle sinergie tra diversi Centri di Ricerca.</p>	<p>La riforma del 2017 ha previsto una serie di requisiti che i Centri sono tenuti a rispettare in termini di numero di membri, output scientifico (pubblicazioni) e commesse.</p> <p>Il monitoraggio viene effettuato due volte all'anno dall'Ufficio Ricerca.</p>
I.4 - Strutture di Intermediazione	Non pertinente	---	---
I.5 - Gestione del patrimonio e attività culturali	Non pertinente	---	---
I.6 - Attività per la salute pubblica	Non pertinente	---	---
I.7 - Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta	Non pertinente	---	---

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.8 – Public Engagement	Alta	<p>Strategia: Organizzazione di iniziative su temi che riguardano da vicino la società, che coinvolgono anche docenti di altri Dipartimenti e che hanno ampia risonanza mediatica. Ampio utilizzo di Luiss Open per la divulgazione delle attività di ricerca (nel 2018, 82 pubblicazioni sulle 196 totali del magazine). Presenza regolare e importante dei docenti sui mass media.</p> <p>Punti di forza: Gli ambiti di studio del Dipartimento hanno per loro natura un impatto sulla popolazione esterna. Forte collaborazione con Ufficio Stampa e Luiss University Press. Ampia rete di contatti internazionali, che favorisce l'organizzazione di eventi che danno forte visibilità al Dipartimento e all'Ateneo.</p> <p>Punti di debolezza: Limitata sistematizzazione e monitoraggio delle iniziative.</p>	<p>Piattaforma CRM per monitoraggio contatti aziendali, attività ed eventi.</p> <p>Da sviluppare la classificazione delle iniziative di PE.</p>

4.b Ci sono altre attività di Terza Missione non incluse nell'elenco degli ambiti (cfr. tabella sopra) che il dipartimento svolge e considera di priorità alta? No.

Dipartimento di Giurisprudenza

1. La Terza Missione è presente nei documenti programmatici del dipartimento vigenti nell'anno di rilevazione? No.
2. Esiste un responsabile del coordinamento delle attività di Terza Missione? Sì, è una figura accademica: Delegato per la Qualità della Ricerca e della Terza Missione.
3. Esistono strutture/uffici dedicati alle attività di Terza Missione del dipartimento? No.
4. Complessivamente qual è il livello di priorità dei seguenti ambiti di Terza Missione nell'insieme delle attività svolte dal dipartimento?
 - 4.a Descrivere, inoltre, strategia, punti di forza e di debolezza

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.1 – Gestione della proprietà industriale	Non pertinente	---	---
I.2 – Imprese spin-off	Non pertinente	---	---
I.3 – Attività conto terzi	Alta	<p>Sono state realizzate diverse attività di ricerca applicata e, in particolare Luiss Dream, anche al fine di favorire il posizionamento dell'Ateneo nei ranking, ha avviato nella cornice di ricerca 'Regole e giustizia', progetti per le aree tematiche Europe, Entrepreneurship e Digital.</p> <p>Si intende continuare a investire sul potenziamento e rafforzamento di questo centro di ricerca, la cui attività presenta margini di miglioramento e ulteriore implementazione.</p>	<p>La riforma del 2017 ha previsto una serie di requisiti che i Centri sono tenuti a rispettare in termini di numero di membri, output scientifico (pubblicazioni) e commesse.</p> <p>Il monitoraggio viene effettuato due volte all'anno a cura dell'Ufficio Ricerca.</p> <p>Per i Centri di ricerca, è prevista una relazione annuale sull'andamento delle attività.</p>
I.4 – Strutture di Intermediazione	Non pertinente	---	---
I.5 – Gestione del patrimonio e attività culturali	Non pertinente	---	---
I.6 – Attività per la salute pubblica	Non pertinente	---	---
I.7 – Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta	Non pertinente	---	---
I.8 – Public Engagement	Alta	<p>Tra gli obiettivi di Ateneo del Piano Strategico 2018-2020 si è posto l'accento sull'outreach dei risultati di ricerca sul contesto sociale di riferimento.</p> <p>Il Dipartimento ha inteso focalizzare ulteriormente la propria programmazione su attività di public engagement portando avanti una più puntuale comunicazione al Delegato alla Ricerca e Terza Missione delle attività e puntando su progetti di grande impatto sociale, anche a rilevanza nazionale, come Legalità e Merito.</p> <p>Si intende, in prospettiva, lavorare nella direzione di una ulteriore valorizzazione e sistematizzazione delle iniziative realizzate e potenziarne la visibilità.</p>	<p>Piattaforma CRM per monitoraggio contatti aziendali, attività ed eventi.</p> <p>Da sviluppare la classificazione delle iniziative di PE.</p>

4.b Ci sono altre attività di Terza Missione non incluse nell'elenco degli ambiti (cfr. tabella sopra) che il dipartimento svolge e considera di priorità alta? No.

Dipartimento di Economia e Finanza

1. La Terza Missione è presente nei documenti programmatici del dipartimento vigenti nell'anno di rilevazione? No.
2. Esiste un responsabile del coordinamento delle attività di Terza Missione? Sì, è una figura accademica: Delegato per la Qualità della Ricerca e della Terza Missione.
3. Esistono strutture/uffici dedicati alle attività di Terza Missione del dipartimento? No.
4. Complessivamente qual è il livello di priorità dei seguenti ambiti di Terza Missione nell'insieme delle attività svolte dal dipartimento?

4.a Descrivere, inoltre, strategia, punti di forza e di debolezza

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.1 - Gestione della proprietà industriale	Non pertinente	---	---
I.2 - Imprese spin-off	Non pertinente	---	---
I.3 - Attività conto terzi	Medio-Alta	<p>Strategia: Una ricerca applicata rilevante e di impatto sui problemi reali delle imprese e delle istituzioni, che faccia leva sulle relazioni privilegiate con le comunità imprenditoriali, manageriali, professionali e dei policy maker.</p> <p>Punti di forza: I Centri di Ricerca generano un'intensa attività di ricerca commissionata sia con imprese sia con istituzioni pubbliche.</p>	<p>La riforma del 2017 ha previsto una serie di requisiti che i Centri sono tenuti a rispettare in termini di numero di membri, output scientifico (pubblicazioni) e commesse.</p> <p>Il monitoraggio viene effettuato due volte all'anno a cura dell'Ufficio Ricerca.</p>
I.4 - Strutture di Intermediazione	Non pertinente	---	---
I.5 - Gestione del patrimonio e attività culturali	Non pertinente	---	---
I.6 - Attività per la salute pubblica	Non pertinente	---	---
I.7 - Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta	Non pertinente	---	---

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.8 – Public Engagement	Medio-Alta	<p>Strategia: Le attività di public engagement sono realizzate principalmente attraverso incontri ed eventi di divulgazione aperti al pubblico non universitario e promossi sul sito di Dipartimento., al fine di consolidare un ampio network extra-accademico.</p> <p>Punti di debolezza: Assenza di indicatori specifici per la valutazione dell'impatto del PE.</p>	<p>Piattaforma CRM per monitoraggio contatti aziendali, attività ed eventi.</p> <p>Da sviluppare la classificazione delle iniziative di PE.</p>

4.b Ci sono altre attività di Terza Missione non incluse nell'elenco degli ambiti (cfr. tabella sopra) che il dipartimento svolge e considera di priorità alta? No.

Quadro I.3 – Attività conto Terzi

1. Come è composto il conto terzi insito nella scheda di Ateneo?
 - Quota degli importi derivanti dai contratti realizzati direttamente da amministrazione centrale (ad es. ufficio ricerca o TTO), pari a (indicare percentuale): 87% Ateneo e Schools, 13% Dipartimenti e Centri di Ricerca
 - Quota degli importi prelevati dai contratti realizzati dai docenti dei Dipartimenti, pari a (indicare percentuale): Il margine lasciato a Luiss su ciascuna commessa varia in base al centro di costo su cui grava: 5% sotto il Dipartimento; 30%-25%-20% sotto i Centri di Ricerca
 - Altro, specificare: ---
2. Vi è una percentuale fissa di prelevamento dai contratti dei docenti? No
3. Vi sono limiti massimi all'ammontare dei contratti conto terzi che i docenti possono realizzare? No
4. L'Ateneo raccoglie in maniera sistematica dati e informazioni sui singoli contratti conto terzi del Dipartimento (oggetto del contratto, *principal investigator*, SSD del PL...)? Sì, attraverso un file di monitoraggio.
5. Allegare documento di Ateneo sulla disciplina del conto terzi.
 - “Regolamento Centri di Ricerca - 2016”
 - “Nuovi requisiti Centri di Ricerca - 2017”

Ateneo

[omissis]

Dipartimento di Impresa e Management

[omissis]

Dipartimento di Scienze Politiche

[omissis]

Dipartimento di Giurisprudenza

[omissis]

Dipartimento di Economia e Finanza

[omissis]

Quadro I.4 – Strutture di Intermediazione

I.4.a – Sezione generale

1. Quale struttura interna si occupa delle seguenti attività di Terza Missione per l'istituzione? (indicare una risposta solo per le attività effettivamente svolte)

Struttura Interna	Attività				
	Proprietà industriale	Imprese spin-off	Placement	Ricerca industriale	Progettazione, marketing e networking
Ufficio Trasferimento Tecnologico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altro ufficio dedicato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Altro ufficio, dedicato principalmente ad altre attività	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nessuna struttura interna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Quale struttura esterna si occupa delle seguenti attività di Terza Missione per l'istituzione? (indicare una risposta solo per le attività effettivamente svolte)

Struttura Esterna	Attività				
	Proprietà industriale	Imprese spin-off	Placement	Ricerca industriale	Progettazione, marketing e networking
Incubatore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parco scientifico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agenzia di sviluppo locale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altra struttura esterna (Se sì) specificare:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nessuna struttura esterna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

3. Ulteriori informazioni, altre attività e strutture: ---

I.4.c – Uffici di Placement

a. Career Services

Denominazione: Career Services

Anno di inizio attività: 1997

Budget impegnato per la gestione dell'attività nell'anno: [omissis]

Numero di addetti ETP dedicati al placement: 12 (di cui 3 consulenti)

L'ufficio organizza attività di formazione e aggiornamento per il proprio personale ETP? Sì

L'ufficio dispone di un database di imprese e organizzazioni interessate a partecipare a iniziative di politica attiva per il lavoro (tirocini, apprendistati, ecc.)? Sì (Career Center e CRM)

Numero di imprese, istituzioni pubbliche, organizzazioni del terzo settore che nell'anno solare di riferimento hanno una convenzione attiva con l'Ateneo per finalità di stage e placement: 358 convenzioni quadro attive (di cui 76 attivate nel 2018)

Numero di offerte di stage e di lavoro pubblicate: 3.896

L'ufficio effettua una rilevazione diretta di informazioni sui fabbisogni professionali delle imprese situate nel bacino di riferimento dell'ateneo, anche attraverso incontri presso l'università e/o le aziende o altri enti? Sì: vengono effettuati incontri periodici di persona o via call con le aziende di riferimento per analizzare il fabbisogno di nuovi candidati e competenze, così come per effettuare un follow-up sulle precedenti attività e inserimenti di studenti e laureati.

L'ufficio organizza incontri di presentazione aziendale (Career, Recruitment e Testimonial Day, ecc.) per far conoscere concretamente i diversi ambiti professionali e lavorativi richiesti? Sì

Sito web: <https://www.luiss.it/career-services>

Dipartimenti coinvolti:

- Dipartimento di Economia e Finanza
- Dipartimento di Impresa e Management
- Dipartimento di Giurisprudenza
- Dipartimento di Scienze Politiche

Descrizione: Il Career Services della Luiss favorisce i contatti tra neolaureati e mondo del lavoro attraverso l'orientamento e la formazione. Professionisti specializzati nella gestione delle risorse umane aiutano gli studenti a scoprire e valorizzare le loro capacità e competenze. L'Ufficio Career Services si propone inoltre, attraverso la preziosa collaborazione di Aziende e Istituzioni partner, di favorire l'inserimento professionale degli studenti e laureati Luiss, nonché la partecipazione attiva degli Employer a iniziative di formazione, aggiornamento e recruitment in Università.

b. Career Service – Luiss Business School

Denominazione: Career Service – Luiss Business School

Anno di inizio attività: 1998

Budget impegnato per la gestione dell'attività nell'anno: [omissis]

Numero di addetti ETP dedicati al placement: 5 (di cui 2 collaboratori)

L'ufficio organizza attività di formazione e aggiornamento per il proprio personale ETP? Sì

L'ufficio dispone di un database di imprese e organizzazioni interessate a partecipare a iniziative di politica attiva per il lavoro (tirocini, apprendistati, ecc.)? Sì

Numero di imprese, istituzioni pubbliche, organizzazioni del terzo settore che nell'anno solare di riferimento hanno una convenzione attiva con l'Ateneo per finalità di stage e placement: 450

Numero di offerte di stage e di lavoro pubblicate: 190

L'ufficio effettua una rilevazione diretta di informazioni sui fabbisogni professionali delle imprese situate nel bacino di riferimento dell'ateneo, anche attraverso incontri presso l'università e/o le aziende o altri enti? Sì

L'ufficio organizza incontri di presentazione aziendale (Career, Recruitment e Testimonial Day, ecc.) per far conoscere concretamente i diversi ambiti professionali e lavorativi richiesti? Sì

Sito web: <https://businessschool.luiss.it/offerta-formativa/master/career-service/>

Dipartimenti coinvolti:

- Luiss Business School – legame funzionale non gerarchico con Dipartimento di Impresa e Management

Descrizione: Gli allievi Luiss MBA e Master hanno un ufficio Career Service totalmente dedicato, che offre: counseling individuale, con focus mirato su preparazione di CV e lettera di presentazione e negoziazione del contratto; simulazioni di colloqui di lavoro, organizzate per acquisire familiarità con i colloqui e consapevolezza delle proprie potenzialità; e-career book, che raccoglie tutti i curriculum degli studenti in una piattaforma online disponibile ad aziende e istituzioni per la ricerca di figure professionali; laboratorio di Coaching e Soft skills, che consente allo studente di comprendere quali competenze esprime attraverso i suoi comportamenti e di individuare le aree di forza e le aree di attenzione in modo da massimizzare la sua efficacia in un contesto lavorativo; presentazioni aziendali/Career Day per far mettere in contatto diretto studenti e aziende; Field Project, che rappresenta un'opportunità per gli studenti per mettere in pratica le competenze acquisite durante il corso ed è parte essenziale del programma formativo (Project work in azienda: gli allievi vengono seguiti da un tutor aziendale nello svolgimento di task relativi a specifici ambiti di business; Progetto imprenditoriale: sviluppo delle loro idee di business con la creazione di un business plan; Progetto di ricerca: sviluppo di un progetto di ricerca su argomenti concordati con i docenti).

È di responsabilità dell'ufficio Career Service anche il processo di raccolta dei dati di placement, nonché il monitoraggio degli stessi, in ottica di costante miglioramento delle performance.

I.4.d – Incubatori

a. Luiss EnLabs

Nome dell'incubatore: Luiss EnLabs

Ragione sociale dell'ente gestore: LVenture Group Spa

Codice Fiscale/Partita Iva: 81020000022/01932500026

Sito web: www.luissenlabs.com, www.lventuregroup.com

Anno di inizio della partecipazione o di formalizzazione della collaborazione: 2013

Tipo di collaborazione: Partnership

Budget impegnato per la gestione dell'attività nell'anno: [omissis]

Numero di addetti ETP dedicati all'incubatore: 0

Numero di imprese incubate dall'inizio del rapporto con l'Ateneo: 59

Numero di imprese incubate al 31/12: 17

Fatturato complessivo delle imprese incubate al 31/12 (euro): [omissis]

Numero di addetti ETP delle imprese incubate al 31/12: ND

Descrizione: LVenture Group è la holding di partecipazioni quotata sul Mercato telematico azionario di Borsa Italiana, che opera a livello nazionale ed internazionale nel settore del Venture Capital. LVenture Group investe in startup digitali attraverso il suo acceleratore denominato Luiss EnLabs, nato da una joint venture con l'Università Luiss Guido Carli. Luiss EnLabs opera nelle sedi di Roma, in uno spazio di oltre 5.000 mq dislocato nell'ala storica della Stazione Termini, e di Milano presso il Milano Luiss Hub inaugurato nel novembre del 2017.

I.4.e – Consorzi e Associazioni per la Terza Missione

a. Associazione Laureati Luiss - ALL

Ragione sociale: Associazione Laureati Luiss - ALL

Codice Fiscale/Partita Iva: 08282031007

Sito web: www.laureatiluiss.it

Anno di inizio partecipazione: 1986

Eventuali Dipartimenti coinvolti:

- Dipartimento di Economia e Finanza
- Dipartimento di Impresa e Management
- Dipartimento di Giurisprudenza
- Dipartimento di Scienze Politiche

Finalità prevalente:

- Sostegno all'imprenditorialità
- Servizi di *placement*
- *Public Engagement*

Descrizione: Nata nel 1986, ALL rappresenta il punto di incontro privilegiato, stabile e identificativo degli Alumni dell'Ateneo e grazie all'organizzazione di una molteplicità di iniziative favorisce le occasioni di networking tra i laureati Luiss. L'Associazione si pone l'obiettivo di valorizzare i propri associati attraverso attività di sviluppo delle relazioni e crescita professionale tramite incontri istituzionali e conviviali, dibattiti su temi di attualità, incontri specifici per network professionali ed eventi nelle diverse sedi nazionali e internazionali. Gli Associati mettono a disposizione le proprie competenze creando un clima dinamico, una thinking community che rappresenta un modello di professionisti aperto, innovativo e internazionale. Possono scegliere di partecipare e allo stesso tempo proporre iniziative e programmi da condividere. ALL offre inoltre ai propri soci una selezione di servizi e partnership dedicate ed esclusive. Il Regolamento associativo prevede che hanno facoltà di iscriversi all'Associazione (dietro versamento di una quota): i laureati triennali che decidono di non proseguire gli studi in Luiss, i laureati magistrali, coloro che abbiano frequentato un percorso formativo post lauream della durata di almeno un anno alla Luiss Guido Carli. I neolaureati sono esenti dal pagamento della quota associativa, per l'anno del conseguimento del titolo accademico. ALL e Luiss condividono obiettivi e valori comuni. Tutte le attività e i progetti dell'Associazione vengono sviluppati in sinergia con l'Università per enfatizzare le grandi potenzialità offerte dal network dei laureati, vero e proprio asset strategico d'Ateneo. In un viaggio ideale che permette di poter contare su una rete di manager, imprenditori e professionisti impegnati nelle principali istituzioni e imprese, ALL è attiva in Italia con Chapter a Roma e Milano e all'estero con Chapter a Bruxelles, Londra, Parigi, Tel Aviv, Shanghai e New York; una rete che consente ai laureati di entrare facilmente in contatto con i propri colleghi di studio e che offre all'Università, all'Accademia e ai giovani studenti un riferimento prezioso per stages, opportunità di lavoro, scambio di informazioni, suggerimenti, indicazioni anche pratiche.

Quadro I.5 – Gestione del Patrimonio e delle Attività Culturali

I.5.c – Attività Musicali

a. Coro Polifonico Luiss

1. **Denominazione:** Coro Polifonico Luiss
2. **Il coro/orchestra/ensemble/gruppo gode di autonomia di gestione?** Si
3. **Il coro/orchestra/ensemble/gruppo gode di autonomia amministrativa?** No
4. **Il coro/orchestra/ensemble/gruppo dispone di una struttura di ateneo?** No
5. **Il coro/orchestra/ensemble/gruppo è attivo:** 6-11 mesi all'anno
6. **Numero complessivo dei fruitori:** 130 (concerto 11/05/2018)
7. **Numero complessivo dei partecipanti al coro/orchestra/ensemble/gruppo:** 25
8. **Importo di eventuali di finanziamenti esterni ottenuti nell'anno, per fonte:**
 - Unione Europea: [omissis]
 - Stato: [omissis]
 - Enti locali: [omissis]
 - Altri enti pubblici: [omissis]
 - Privati (inclusi gli eventuali biglietti): [omissis]
9. **Budget impegnato per la gestione dell'attività nell'anno:** [omissis]
10. **Numero di personale ETP (equivalente a tempo pieno) impegnato nelle attività:**
 - Numero di docenti ETP: 0
 - Numero di amministrativi ETP: 0,2
 - Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): 0
 - Numero di studenti o dottorandi: 25
11. **Numero eventi nell'anno:**
 - Interni (cerimonie accademiche, ecc.): 0
 - Esterni: 1
12. **Numero di scambi con istituzioni omologhe:**
 - Locale: 0

- Regionale: 0
- Nazionali: 0
- Internazionali: 0

13. **Riconoscimenti e premi nazionali ed internazionali:** Nessuno

14. **Sito web, newsletter, pagine social e/o canale YouTube:**

<https://www.luiss.it/studenti/attivita-culturali/musica/coro-polifonico>

I.5.d – Immobili storici

- Villa Blanc - Boni, Mora 1895-1896 - Via Nomentana 216, Roma (Sede Luiss Business School)
- Ex Casa di lavoro per i ciechi di guerra - Aschieri 1929-1931 - Via Parenzo 11, Roma (Sede Dipartimento di Giurisprudenza)
 1. **Numero di metri quadri di superficie degli immobili di interesse storico dell'Ateneo:**
43.738 mq
 2. **Importo complessivo delle spese di manutenzione straordinaria:** [omissis]
 3. **Gli immobili storici dell'Ateneo sono aperti e fruibili:**
 - Su richiesta e/o per visite guidate
 - Per ospitare concerti, mostre, congressi, ecc.
 - **Altro:** Accesso ai giardini nei giorni di chiusura dell'Ateneo per i residenti del II Municipio del Comune di Roma con sottoscrizione gratuita della "Giardini Luiss Membership Card". Inoltre, in occasione del restauro di Villa Blanc, un ettaro di verde del giardino della Villa è stato aperto alla cittadinanza con campi da minibasket e pallavolo, zone fitness outdoor, due aree giochi per i bambini e panchine. Il parco, con accesso da Piazza Winckelmann, è aperto tutti i giorni dell'anno dall'alba al tramonto e la cura del verde e la pulizia delle aree sono di competenza Luiss.
 4. **Sito web, newsletter, pagine social e/o canale YouTube:**
<https://www.luiss.it/studenti/attivita-culturali/visite-guidate>
<https://www.luiss.it/ateneo/i-giardini-luiss>
 5. **Riconoscimenti o premi:** Nessuno

I.5.f – Teatri e Impianti Sportivi

a. PalaLuiss

1. **Denominazione:** PalaLuiss, Via Martino Longhi 2, 00196 Roma
2. **L'impianto sportivo è dotato di proprio personale ETP (equivalente a tempo pieno) dedicato alla gestione e alla valorizzazione della struttura nell'anno:** 4
3. **Budget impegnato per la gestione e valorizzazione nell'anno:** [omissis]
4. **Numero di metri quadrati:** 5.000 mq
5. **L'impianto sportivo è aperto e fruibile:** sette giorni su sette
6. **Sito web, newsletter, pagine social e/o canale YouTube:**
<http://sport.luiss.it/palaluiss>

Quadro I.7 – Formazione Continua, Apprendimento Permanente e Didattica Aperta

I.7.a – Attività di Formazione Continua

1. **Numero totale di corsi erogati:** 70
 - Di cui corsi a pagamento: 69
 - Di cui corsi svolti con oltre il 75% delle ore erogate a distanza (esclusi i corsi MOOC): 0
 - Di cui corsi di aggiornamento per insegnanti di scuola: 0
2. **Numero totale di CFP/CFU erogati (se riconosciuti):** 20
3. **Numero totale di ore di didattica assistita complessivamente erogate:** 5.054
4. **Numero totale di partecipanti:** 7.430
 - Di cui di istituzioni pubbliche: 734
 - Di cui di imprese: 6.695
 - Di cui di terzo settore: 0
5. **Numero totale di docenti coinvolti:** 199
 - Di cui docenti esterni all'ateneo: 167
6. **Numero e tipologia di soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione dei corsi (inseriti nella convenzione o comunque citati negli atti formali):**
 - Di cui appartenenti a istituzioni pubbliche: ND
 - Di cui appartenenti a imprese: ND
 - Di cui appartenenti a organizzazioni del terzo settore: ND
7. **Introiti complessivi dei programmi:** *[omissis]*
 - Importi delle convenzioni: *[omissis]*
 - Quote di iscrizione: *[omissis]*
 - Altre entrate: *[omissis]*
8. **Quota percentuale degli introiti complessivi provenienti da finanziamenti pubblici europei:** 0%
9. **Quota percentuale degli introiti complessivi provenienti da finanziamenti pubblici nazionali:** 15%

I.7.d – Alternanza Scuola-Lavoro

1. Numero totale di progetti di Alternanza Scuola-Lavoro svolti: 49
2. Numero di studenti coinvolti nei progetti: 1.914
3. Numero di docenti coinvolti nei progetti: 45

Quadro I.8 – Public Engagement

I.8.a – Selezione di iniziative di Public Engagement

Ateneo

a. Progetto Mediterraneo

1. **Data di svolgimento:** 2018
2. **Edizione nr.:** 1 (2017-2022)
3. **Titolo:** Progetto Mediterraneo
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - altre iniziative di Public Engagement
5. **Obiettivi:** “Progetto Mediterraneo” mira a formare studenti bisognosi di diversi Paesi mediterranei, dando la possibilità di essere inseriti nei corsi Luiss di Laurea Triennale e Magistrale in inglese. Una volta completati gli studi, gli studenti saranno dotati sia delle competenze necessarie a proseguire gli studi universitari nel Paese di origine, sia delle caratteristiche per aspirare a future posizioni manageriali, contribuendo al progresso della regione. Il progetto, gestito da una Fondazione appositamente costituita, “Fondazione Mediterraneo – Diritto allo studio Luiss Guido Carli”, è cofinanziato da Luiss e Fondazione Terzo Pilastro – Internazionale.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 13. Scienze Economiche e Statistiche
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Impresa e Management
 - Dipartimento di Economia e Finanza
8. **Soggetti terzi coinvolti nell’organizzazione:**
 - Università / enti di ricerca: University of Petra, University of Malta
 - Altre istituzioni pubbliche: Ambasciata d’Italia ad Amman, Ambasciata di Giordania a Roma, Ambasciata di Malta a Roma, President’s Trust di Malta

- Imprese: ---
 - Terzo settore: Fondazione Terzo Pilastro – Internazionale
9. **Dimensione geografica:**
- Internazionale
10. **Publici coinvolti:**
- Partecipanti individuali: 20
 - Di cui bambini e giovani: 20 (di cui 10 studenti giordani, 7 rifugiati siriani e palestinesi, 3 studentesse maltesi)
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No
12. **Breve descrizione dell’iniziativa:** “Progetto Mediterraneo” si rivolge agli studenti bisognosi della regione, la selezione ha considerato il talento e la necessità di offrire un’opportunità ai giovani provenienti da situazioni di disagio economico e sociale. Le università partner sono la University of Petra in Giordania e la University of Malta che hanno collaborato alla selezione dei 20 studenti. I 17 studenti della University of Petra hanno seguito il primo anno del Progetto (a.a. 2017-2018) ad Amman dove si sono recati alcuni docenti Luiss per svolgere i loro corsi. Il secondo anno, invece, ha portato i 10 studenti giordani a Roma a seguire le lezioni dell’a.a. 2018-2019 presso la Luiss. In virtù del proprio status che per il momento non permetterebbe loro di lasciare il Paese, i 7 studenti rifugiati hanno continuato la propria formazione presso la University of Petra in collaborazione con Luiss: alcuni corsi dell’a.a. 2018-2019 sono stati tenuti da docenti Luiss come nell’anno precedente. L’accordo con l’Università di Malta, invece, prevede la presenza a Roma di 2 studentesse maltesi, selezionate a Luglio 2019 e arrivate in Luiss a Settembre 2019 per i corsi dell’a.a. 2019-2020. Una studentessa maltese è presente inoltre a Roma dall’a.a. 2017-2018.
13. **Personale interno coinvolto:**
- Numero docenti in ETP: 15
 - Numero di amministrativi in ETP: 1 con supporto Ufficio Sviluppo Internazionale e Tutorato di Ateneo / Didattico
 - Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): ---
 - Numero di studenti e dottorandi: ---
14. **Budget complessivo utilizzato:** [omissis]
- Di cui finanziamenti esterni: [omissis]
15. **Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**
- Dal sito web Luiss Guido Carli:
 - <https://www.luiss.it/news/2018/07/06/luiss-e-university-petra-insieme-il-progetto-mediterraneo>
 - <https://www.luiss.it/news/2018/07/19/progetto-mediterraneo-la-delegazione-luiss-alla-university-petra>

- <https://www.luiss.it/it/news/2018/11/22/progetto-mediterraneo-la-presentazione-dei-primi-mesi-di-attivita>
 - <https://www.luiss.it/it/news/2018/11/27/progetto-mediterraneo-gli-obiettivi-e-i-traguardi-raggiunti>
 - Dal sito web del MAECI:
 - https://www.esteri.it/mae/it/sala_stampa/archivionotizie/eventi/progetto-mediterraneo-ponte-tra-culture.html
 - Dal canale YouTube LuissGuidoCarli:
 - *Progetto Mediterraneo, a chance encounter:*
<https://www.youtube.com/watch?v=tDjM9crqh7w>
 - *Progetto Mediterraneo: The hopes and dreams of 17 Jordanian students and refugees:* <https://www.youtube.com/watch?v=FJ9ACTjSp04>
16. **Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):**
- Rassegna stampa
 - Elenco articoli online/video

b. Innovation 6 | Raccontare l'innovazione in sei minuti

1. **Data di svolgimento:** gennaio-dicembre 2018
2. **Edizione nr.:** 3
3. **Titolo:** Innovation 6 | Raccontare l'innovazione in sei minuti
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)
5. **Obiettivi:** Raccontare le ultime novità in materia di innovazione attraverso le testimonianze di imprenditori, startupper, docenti universitari, rappresentanti di associazioni e istituzioni. Un format semplice e veloce che dà spazio ad iniziative imprenditoriali e ricerche scientifiche che aiutano a comprendere meglio l'influenza della tecnologia nel mondo del lavoro, dei consumi e del quotidiano.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 12. Scienze Giuridiche
 13. Scienze Economiche e Statistiche
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Impresa e Management
 - Dipartimento di Economia e Finanza
 - Dipartimento di Giurisprudenza

- Dipartimento di Scienze Politiche
8. **Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:**
 - Università / enti di ricerca: ---
 - Altre istituzioni pubbliche: ---
 - Imprese: Corriere della Sera
 - Terzo settore: ---
 9. **Dimensione geografica:**
 - Nazionale
 10. **Pubblici coinvolti:** ND
 11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No
 12. **Breve descrizione dell'iniziativa:** “Innovation 6” è un format video-web nato nel 2016 dalla collaborazione tra l'Ufficio Stampa della Luiss e il *Corriere della sera*. Il programma è condotto da una giornalista del quotidiano, Barbara Millucci, esperta di innovazione, e, a rotazione, da uno/una studente/studentessa Luiss. Ogni puntata ha 2 o 3 ospiti tra imprenditori, startupper, docenti universitari, studenti, giornalisti, rappresentanti di istituzioni, associazioni e organizzazioni, che hanno una storia di innovazione da raccontare. Il format, curato in post-produzione, viene pubblicato con cadenza mensile, sul sito del *Corriere della Sera - Economia* e sui canali social dell'Università. Inoltre, per ogni puntata è previsto un richiamo in breve sul quotidiano cartaceo. Nel 2018 sono state realizzate e pubblicate 19 puntate, che hanno trattato di diversi temi (es. Industry 4.0, energia rinnovabile, fashion sostenibile, startup di vino, *smart cities*) e ospitato amministratori delegati, piccoli imprenditori, rappresentanti di istituzioni e direttori di giornali.
 13. **Personale interno coinvolto:**
 - Numero docenti in ETP: 10
 - Numero di amministrativi in ETP: 3
 - Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): 0
 - Numero di studenti e dottorandi: 0
 14. **Budget complessivo utilizzato:** [omissis]
 - **Di cui finanziamenti esterni:** [omissis]
 15. **Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**
 Pagina Facebook: <https://www.facebook.com/Innova6/>
 16. **Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):**
 - Elenco puntate con relatori
 - Rassegna stampa

c. Autistici & Giardinieri

1. **Data di svolgimento:** 2018
2. **Edizione nr.:** 2
3. **Titolo:** Autistici & Giardinieri
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - altre iniziative di Public Engagement
5. **Obiettivi:** Il progetto nasce dall'esigenza di implementare azioni a favore del territorio, prevenire e contrastare i fenomeni di emarginazione sociale contro soggetti deboli, promuovendo una cultura della legalità, della tolleranza e dell'inclusione sociale ed offrendo a persone con neurodiversità una concreta prospettiva di inserimento nel tessuto economico e sociale. Obiettivo è anche diffondere tra gli studenti e nella società una sensibilità verso i temi di etica, sostenibilità e responsabilità.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Impresa e Management
 - Dipartimento di Economia e Finanza
 - Dipartimento di Giurisprudenza
 - Dipartimento di Scienze Politiche
8. **Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:**
 - Università / enti di ricerca: ---
 - Altre istituzioni pubbliche: ---
 - Imprese: Kulta
 - Terzo settore: Fondazione Terzo Pilastro, Progetto Aita Onlus, Insettopia Onlus
9. **Dimensione geografica:**
 - Locale
10. **Pubblici coinvolti:**
 - Partecipanti individuali: 18
 - Di cui bambini e giovani: 18 ragazzi autistici
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** Sì

Se presente:

 - **Descrivere brevemente strumenti e metodi utilizzati:** Sono stati erogati questionari facoltativi di gradimento agli studenti Luiss che hanno seguito il progetto.
 - **Descrivere brevemente risultati ottenuti in termini di raggiungimento degli obiettivi e gradimento ed efficacia dell'iniziativa:** Il progetto ha creato idee progettuali di

inclusione sociale e di start-up sostenibili. I ragazzi autistici hanno tratto giovamento dal contatto con l'orto e con gli studenti Luiss. Contestualmente gli studenti Luiss hanno espresso il loro entusiasmo rispetto a questa attività che ha costituito anche una base di sviluppo della propria esperienza umana e di futura professionalità.

12. **Breve descrizione dell'iniziativa:** L'orto di Ateneo ospita ragazzi autistici in un'attività di orticoltura come occasione di inserimento in una realtà sociale e lavorativa, limitando così il fenomeno di emarginazione che coinvolge i ragazzi e le loro famiglie. Le attività prevedono l'integrazione tra studenti Luiss e ragazzi autistici grazie al lavoro concreto sul campo in orto, un lavoro laboratoriale e di avvio di un'attività imprenditoriale profittevole e sostenibile. Si propone inoltre di fornire agli studenti Luiss, attraverso un percorso formativo, strumenti di per sviluppare così una best practice di diversity management ispirata al confronto con la neurodiversità.
13. **Personale interno coinvolto:**
 - Numero docenti in ETP: ---
 - Numero di amministrativi in ETP: 2
 - Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): ---
 - Numero di studenti e dottorandi: 6
14. **Budget complessivo utilizzato:** [omissis]
 - **Di cui finanziamenti esterni:** [omissis]
15. **Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**
 - Sito web: <https://autisticiegiardinieri.cervelliribelli.it/>
 - Dal sito web Luiss Guido Carli: <https://www.luiss.it/studenti/training-opportunities-e-soft-skills/soft-skills-con-cfu/corsi-di-laurea-triennale-e-magi-0>
 - Dal canale YouTube LuissGuidoCarli: *Progetto "Autistici e giardinieri"*, video di presentazione del progetto: <https://www.youtube.com/watch?v=RBoM0j9w8YI>
16. **Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):**
 - Rassegna stampa
 - Analisi preliminari di trend
 - Strumenti di valutazione di impatto

Dipartimento di Impresa e Management

a. Regolazione economica, politica industriale e Università. Linee di sviluppo da Fabio Gobbo ad oggi

1. **Data di svolgimento:** 19/04/2018
2. **Edizione nr.:** ---

3. **Titolo:** “Regolazione economica, politica industriale e Università. Linee di sviluppo da Fabio Gobbo ad oggi”
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)
5. **Obiettivi:** Lo spirito dell’iniziativa, organizzata dal GRIF, Gruppo Ricerche Industriali e Finanziarie “Fabio Gobbo”, è stato quello di ricordare Fabio Gobbo parlando dei temi che hanno caratterizzato la sua vita di studioso e di uomo delle istituzioni, con le persone che in tali ambiti gli sono state più vicino.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 13. Scienze Economiche e Statistiche
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Impresa e Management
8. **Soggetti terzi coinvolti nell’organizzazione:**
 - Università / enti di ricerca: Scuola di Politiche
 - Altre istituzioni pubbliche: ARERA Autorità di regolazione per energia reti e ambiente; ART Autorità di regolazione dei trasporti
 - Imprese: ---
 - Terzo settore: ---
9. **Dimensione geografica:**
 - Nazionale
10. **Pubblici coinvolti:**
 - Istituzioni pubbliche: 20
 - Imprese: 9
 - Istituzioni di terzo settore: 1
 - Partecipanti individuali: 92 partecipanti registrati; circa 190 partecipanti effettivi
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No
12. **Breve descrizione dell’iniziativa:** La riflessione ha riguardato in particolare i temi della regolazione economica, della politica industriale e dell’università. Sono state presentate delle brevi relazioni con la finalità di far emergere le questioni irrisolte e le criticità emerse negli ultimi dieci anni sulle tre, in particolare Alberto Biancardi (ARERA) sulla politica industriale, Barbara Marinali (ART) sulla regolamentazione e Cesare Pozzi (Luiss) sull’università. In una tavola rotonda che ha visto la partecipazione dei proff. Patrizio Bianchi, Enrico Letta e Romano Prodi, sono state infine tirate le fila di quanto evidenziato nelle discussioni precedenti, anche alla luce dei contributi offerti da Fabio Gobbo nella sua intensa vita professionale. Nel corso

della giornata il prof. Romano Prodi ha incontrato gli studenti della Scuola di Politiche impegnati in progetti di ricerca sui temi del Convegno, coordinati da Barbara Marinali, Antonio Nicita e Cesare Pozzi.

13. **Personale interno coinvolto:**
 - Numero docenti in ETP: 2
 - Numero di amministrativi in ETP: ---
 - Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): ---
 - Numero di studenti e dottorandi: ---
14. **Budget complessivo utilizzato:** [omissis]
 - **Di cui finanziamenti esterni:** [omissis]
15. **Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**
<https://www.luiss.it/evento/2018/04/19/regolazione-economica-politica-industriale-e-universita-linee-di-sviluppo-da-fabio>
16. **Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):** Locandina dell'evento

b. “Make Integrated Thinking Happen – Aligning Corporate Purpose with Sustainable Strategy”, 2018

1. **Data di svolgimento:** 28-29/05/2018
2. **Edizione nr.:** ---
3. **Titolo:** “Make Integrated Thinking Happen. Aligning corporate purpose with sustainable strategy”
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)
5. **Obiettivi:** Lo scopo del convegno, organizzato da Luiss e ItaliaCamp, è stato quello di fornire uno spazio per discutere questioni critiche relative al modo in cui l'*Integrated Thinking* può costruire un ponte tra obiettivi aziendali e strategia sostenibile, tracciando al contempo un percorso in grado di raggiungere risultati sia sul piano delle prestazioni finanziarie che su quello dell'impatto sociale e ambientale. L'iniziativa ha partecipato alla II edizione del Festival dello Sviluppo Sostenibile.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 13. Scienze Economiche e Statistiche
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Impresa e Management

8. **Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:**
 - Università / enti di ricerca: Santa Chiara LAB - Università di Siena
 - Altre istituzioni pubbliche: ---
 - Imprese: SDSN Sustainable Development Solutions Network; CIMA Chartered Institute of Management Accountants
 - Terzo settore: Fondazione ENI Enrico Mattei; ItaliaCamp
9. **Dimensione geografica:**
 - Internazionale
10. **Pubblici coinvolti:**
 - Imprese: 50
 - Partecipanti individuali: 250
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No
12. **Breve descrizione dell'iniziativa:** “Make Integrated Thinking Happen” è la serie di conferenze annuali, precedentemente tenute a Roma (2016) e New York (2017), con l'obiettivo di discutere in che modo i dirigenti di società responsabili possono creare valore attraverso l'implementazione di modelli di business inclusivi e di strategia sostenibile. La conferenza esplora l'*integrated thinking*, il management, la rendicontazione, il ruolo della valutazione e della misurazione dell'impatto come innovazioni gestionali e sociali progettate per supportare i dirigenti nel realizzare la loro aspirazione di costruire imprese e società prospere anche attraverso il contributo al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs). La Conferenza del 2018 è dedicata a discutere l'urgente necessità per le organizzazioni pubbliche e private di allineare obiettivi aziendali e strategia sostenibile, coinvolgendo organizzazioni imprenditoriali, investitori, *policy makers*, ONG, organismi professionali, consulenti e accademici in un dibattito sulla creazione di valore a lungo termine attraverso la gestione integrata dei fattori economici, ambientali, sociali e di governance.
13. **Personale interno coinvolto:**
 - Numero docenti in ETP: 2
 - Numero di amministrativi in ETP: 1
 - Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): 3
 - Numero di studenti e dottorandi: ---
14. **Budget complessivo utilizzato:** [omissis]
 - **Di cui finanziamenti esterni:** [omissis]
15. **Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**
 - <https://www.luiss.it/evento/2018/05/28/make-integrated-thinking-happen-aligning-corporate-purpose-sustainable-strategy>
 - <https://impresaemanagement.luiss.it/node/5457>
 - <https://web.archive.org/web/20180514094223/https://mithconference.com/>

16. **Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):** Programma

c. Presentazione del libro “BrandTelling” di Francesco Giorgino e Marco Francesco Mazzù

1. **Data di svolgimento:** 24/10/2018
2. **Edizione nr.:** ---
3. **Titolo:** Presentazione del libro “BrandTelling” di Francesco Giorgino e Marco Francesco Mazzù
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)
5. **Obiettivi:** Francesco Giorgino e Marco Francesco Mazzù hanno presentato il loro libro sui processi di branding e le dinamiche di brand e corporate storytelling.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 13. Scienze Economiche e Statistiche
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Impresa e Management
8. **Soggetti terzi coinvolti nell’organizzazione:**
 - Università / enti di ricerca: ---
 - Altre istituzioni pubbliche: ---
 - Imprese: Enel; Elettronica; Jaguar Land Rover
 - Terzo settore: ---
9. **Dimensione geografica:**
 - Locale
10. **Pubblici coinvolti:**
 - Istituzioni pubbliche: 1
 - Imprese: 5
 - Istituzioni di terzo settore: 1
 - Partecipanti individuali: 230 partecipanti registrati
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No
12. **Breve descrizione dell’iniziativa:** Creare e accrescere il valore di un brand sfruttando le potenzialità dell’era digitale e dello storytelling. È questo l’obiettivo del volume - edito da Egea - che propone a operatori di marketing, della comunicazione d’impresa, a studiosi e studenti universitari l’introduzione di nuovi concetti (*tellability/narrability, imaginary moment of*

truth, brand value telling journey) e di un nuovo framework del brandtelling. Gli Autori, Francesco Giorgino e Marco Francesco Mazzù, intrecciano i diversi concetti relativi ai processi di branding, nonché alle dinamiche di brand e *corporate storytelling* per giungere alla definizione di un quadro dinamico dal punto di vista teorico ed operativo. Con la partecipazione e le testimonianze di Guido Stratta (ENEL), Emanuele Galtieri (Elettronica) e Daniele Maver (Jaguar Land Rover).

13. **Personale interno coinvolto:**

- Numero docenti in ETP: 5
- Numero di amministrativi in ETP: ---
- Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): ---
- Numero di studenti e dottorandi: ---

14. **Budget complessivo utilizzato:** [omissis]

15. **Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**

<https://www.luiss.it/evento/2018/10/24/presentazione-del-libro-brandtelling-di-francesco-giorgino-e-marco-francesco-mazzu>

16. **Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):** ---

Dipartimento di Scienze Politiche

a. ReligionS Today: Cortometraggi per conoscersi

1. **Data di svolgimento:** 08, 12, 15/03/2018
2. **Edizione nr.:** ---
3. **Titolo:** ReligionS Today: Cortometraggi per conoscersi
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - organizzazione di concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità
5. **Obiettivi:** Questa rassegna cinematografica, promossa da Fondazione Sinderesi e da Religion Today Film Festival, intende promuovere la conoscenza e il dialogo fra diverse culture e religioni attraverso lo strumento universale del linguaggio cinematografico.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 11. Scienze Storiche, Filosofiche, Pedagogiche e Psicologiche
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Scienze Politiche

8. **Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:**
 - Università / enti di ricerca: ---
 - Altre istituzioni pubbliche: ---
 - Imprese: ---
 - Terzo settore: Fondazione Sinderesi; Religion Today Film Festival
9. **Dimensione geografica:**
 - Internazionale
10. **Pubblici coinvolti:**
 - Istituzioni di terzo settore: 5
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No
12. **Breve descrizione dell'iniziativa:** L'iniziativa culturale si colloca all'interno del filone di lavoro e di docenza del Mons Prof. Sangalli in università. Attraverso i corsi di "Global Governance through Interreligious dialogue" e di "Modelli e prassi di Etica Economica" presso ERS LAB, si è potuto concretamente identificare un interesse reale da parte degli studenti Luiss nelle tematiche scientifiche che legano le differenze culturali delle religioni monoteiste alla individuazione di soluzioni per il benessere sociale ed economico delle attuali società, europee e non solo. Inoltre, questa iniziativa è la naturale evoluzione della collaborazione fra lo storico e riconosciuto a livello internazionale festival cinematografico "Religion Today" e la Fondazione Sinderesi. La Luiss meritoriamente aveva sostenuto una prima collaborazione fra le due organizzazioni nell'ottobre 2015, ospitando e sostenendo economicamente le spese vive del meeting internazionale "Women of Faith for Peace", nella splendida cornice della ex Aula Chiesa della sede di V.le Romania. Il progetto intende promuovere la conoscenza e il dialogo fra diverse culture attraverso lo strumento universale del linguaggio cinematografico.
13. **Personale interno coinvolto:**
 - Numero docenti in ETP: 2
 - Numero di amministrativi in ETP: 1
 - Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): ---
 - Numero di studenti e dottorandi: ---
14. **Budget complessivo utilizzato:** [omissis]
 - **Di cui finanziamenti esterni:** [omissis]
15. **Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**
 - Dal sito web Luiss Guido Carli:
 - <https://www.luiss.it/evento/2018/03/08/rassegna-cinematografica-religions-today-primoincontro>
 - <https://www.luiss.it/evento/2018/03/12/rassegna-cinematografica-religions-today-secondoincontro>
 - <https://www.luiss.it/evento/2018/03/15/rassegna-cinematografica-religions-today-terzoincontro>

- <https://www.cultura.trentino.it/Approfondimenti/Religion-Today-2018>

16. **Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):** Locandina

b. ASPP Conference 2018 - Legitimacy

1. **Data di svolgimento:** 21-23/06/2018
2. **Edizione nr.:** ---
3. **Titolo:** Association for Social and Political Philosophy, Conference 2018 - Legitimacy
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)
5. **Obiettivi:** Il convegno “Legitimacy” è stato il primo incontro in Italia dell’ASPP, Association for Social and Political Philosophy, che ha riunito i filosofi politici di tutta Europa e che pubblica la rivista Res publica. Il convegno ha visto la partecipazione di circa 150 filosofi politici e sociali e politologi provenienti dalle maggiori università del mondo. L’organizzazione del convegno in Luiss e Sapienza è stata dunque un’occasione unica per la visibilità delle università e dei rispettivi dipartimenti di scienze politiche, anche in considerazione del posizionamento nei ranking internazionali.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 11. Scienze Storiche, Filosofiche, Pedagogiche e Psicologiche
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Scienze Politiche
8. **Soggetti terzi coinvolti nell’organizzazione:**
 - Università / enti di ricerca: Sapienza Università di Roma
 - Altre istituzioni pubbliche: ---
 - Imprese: ---
 - Terzo settore: ---
9. **Dimensione geografica:**
 - internazionale
10. **Pubblici coinvolti:**
 - Partecipanti individuali: 133
 - Altro: 86 università e college (nazionali e internazionali, pubblici e privati)
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No

12. **Breve descrizione dell'iniziativa:** Dal punto di vista scientifico, l'enfasi è stata posta sull'interdisciplinarietà del convegno, con panel destinati alle discussioni di vari ambiti su legittimità e legittimazione (inclusi panel storici, politologici e quelli che abbracciano l'etica ambientale e degli affari). L'evento è durato tre giorni, il 21 giugno in Sapienza, il 22 e 23 giugno in Luiss. All'interno del programma sono stati previsti due keynote speech, uno il primo giorno e uno a metà della seconda giornata. Il convegno, inoltre, ha ospitato quattro sezioni su "Rawls and his critics" organizzate in collaborazione con la SIFP - Società Italiana di Filosofia Politica. Il convegno ASPP si è chiuso con un book launch, dove si è presentato il volume *Rawls and Roles: Legitimacy, Democracy, and Disagreement*, edito da LUP, che contiene saggi di D. Held e L. Wenar. Questo evento è avvenuto il sabato 23 giugno, nel pomeriggio, a chiusura dei lavori. A parte i keynote speakers e i presidenti di sessione, tutti i relatori del convegno sono stati selezionati con un call for papers. Sono pervenuti oltre 180 abstracts a conferma dell'interesse della comunità accademica internazionale nei confronti di questo importante evento. Dalla call for paper sono stati selezionati circa 120 papers.
13. **Personale interno coinvolto:**
- Numero docenti in ETP: 3
 - Numero di amministrativi in ETP: 1
 - Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): 1
 - Numero di studenti e dottorandi: 6
14. **Budget complessivo utilizzato:** [omissis]
- **Di cui finanziamenti esterni:** [omissis]
15. **Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**
- <https://www.luiss.it/evento/2018/06/22/legitimacy-aspp-2018-conference>
 - <https://www.associationforsocialandpoliticalphilosophy.org/news-and-events/overview-of-aspp-annual-conference-rome-2018>
 - <https://web.archive.org/web/20180818041534/https://aspprome2018.com>
16. **Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):**
- Relazione finale ASPP
 - Locandina

c. Internet Governance Forum (IGF)

1. **Data di svolgimento:** 05-07/11/2018
2. **Edizione nr.:** ---
3. **Titolo:** Internet Governance Forum (IGF)

4. **Categoria prevalente di PE:**
 - organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)
5. **Obiettivi:** L'obiettivo dell'IGF Italia è quello di creare uno spazio di dialogo inclusivo ed aperto al fine di permettere a diversi soggetti, quali l'ONU, organizzazioni internazionali, istituzioni e il settore privato di discutere e contribuire alle nuove politiche di Internet nel senso più ampio del termine.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Scienze Politiche
8. **Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:**
 - Università / enti di ricerca: CCPS Center for Conflicts and Participation Studies
 - Altre istituzioni pubbliche: Ministero dello Sviluppo Economico; Regione Lazio; Roma Capitale; AgID; AGCOM
 - Imprese: Confindustria; Google; Facebook; Leonardo; CifNews; DXC
 - Terzo settore: ISOC; IWA
9. **Dimensione geografica:**
 - Nazionale
10. **Pubblici coinvolti:**
 - Istituzioni pubbliche: 15
 - Imprese: 6
 - Istituzioni di terzo settore: 3
 - Partecipanti individuali: 250
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No
12. **Breve descrizione dell'iniziativa:** L'evento si è sviluppato nel corso di 3 giornate di cui un "day 0" dedicato a giovani e meno esperti. Nel corso delle restanti due giornate si sono alternate tavole rotonde, *keynote speech* e sessioni parallele. L'obiettivo comune è quello di permettere uno scambio di idee riguardo i diversi aspetti del tema sviluppando sia l'area tecnica che economico-sociale. Gli stakeholders dell'IGF sono essenzialmente riuniti in quattro gruppi (governi, industria, società civile, accademia/comunità tecnica), integrati da rappresentanti delle organizzazioni internazionali, dei media e di altre comunità rilevanti per il progresso di Internet.
13. **Personale interno coinvolto:**
 - Numero docenti in ETP: 5
 - Numero di amministrativi in ETP: 3

- Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): 5
 - Numero di studenti e dottorandi: 10
14. **Budget complessivo utilizzato:** [omissis]
- **Di cui finanziamenti esterni:** [omissis]
15. **Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**
- <https://www.igf-italia.it/>
 - <https://web.archive.org/web/20181122011946/http://igfitalia2018.luiss.it/>
 - Dal sito web Luiss Guido Carli:
 - <https://www.luiss.it/evento/2018/11/05/internet-governance-forum-igf-italia-2018-giornata-di-introduzione-e-formazione>
 - <https://www.luiss.it/news/2018/09/10/internet-governance-forum-2018>
 - Programma:
 - 05/11 (day 0): <https://sog.luiss.it/it/event/2018/11/05/internet-governance-forum-italia-2018>
 - 06/11: <https://sog.luiss.it/event/2018/11/06/internet-governance-forum-italia-2018>
 - 07/11: <https://sog.luiss.it/event/2018/11/07/internet-governance-forum-italia-2018>
16. **Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):** ---

Dipartimento di Giurisprudenza

a. Legalità e merito

1. **Data di svolgimento:** A.A. 2017/2018
2. **Edizione nr.:** 1
3. **Titolo:** Legalità e merito
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. simulazioni, esperimenti hands-on altre attività laboratoriali, didattica innovativa, children university); sono esclusi i corsi di formazione e aggiornamento rivolti agli insegnanti e le iniziative di Alternanza Scuola-Lavoro (rilevate nella sezione I.7.d)
5. **Obiettivi:** Il Progetto ha l'obiettivo di diffondere la cultura della legalità presso istituti scolastici dislocati su tutto il territorio nazionale, con attenzione anche a quelli ubicati in "aree a rischio", caratterizzate da condizioni di svantaggio economico e sociale. Le attività progettuali vedono il coinvolgimento di studenti Luiss, in qualità di 'Student Ambassadors', nella realizzazione di

incontri incentrati sui temi della legalità e del merito presso 20 istituti scolastici (uno per ogni regione italiana).

6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 12. Scienze Giuridiche
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Giurisprudenza
 - Dipartimento di Scienze Politiche
8. **Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:**
 - Università / enti di ricerca: ---
 - Altre istituzioni pubbliche: Autorità Nazionale Anticorruzione, Consiglio Superiore della Magistratura, Direzione Nazionale Antimafia, Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
 - Imprese: ---
 - Terzo settore: ---
9. **Dimensione geografica:**
 - Nazionale
10. **Pubblici coinvolti:**
 - Istituzioni pubbliche: 4
 - Scuole: 20
 - Studenti: 500
 - Insegnanti: 45
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No
12. **Breve descrizione dell'iniziativa:** Il Progetto è un unicum nel panorama nazionale e nasce dalla firma del Protocollo d'intesa tra Luiss, ANAC, CSM e DNA, con la collaborazione del MIUR. Le attività hanno coinvolto studenti dei Dipartimenti Luiss di Giurisprudenza e Scienze Politiche, per la realizzazione di incontri incentrati sul tema della legalità nelle sue diverse declinazioni – es. cittadinanza attiva, anti-mafia, anti-corrruzione, integrazione, ambiente – presso 20 scuole superiori (una per regione italiana). Gli studenti Luiss sono stati affiancati da tutor coordinatori (dottorandi, assegnisti di ricerca, tutor di Ateneo). Gli alunni delle scuole sono stati impegnati nella realizzazione di progetti innovativi, anche sulla base delle specifiche problematiche del territorio, per diffondere la 'cultura della legalità' attraverso le più diverse forme espressive (video, murales, rappresentazioni teatrali, mostre). Alla Cerimonia conclusiva del Progetto (7 giugno 2018) gli istituti scolastici hanno illustrato i propri progetti alla presenza dei massimi rappresentanti degli enti firmatari. I tre istituti vincitori hanno ricevuto dal MIUR un premio economico. Con il Progetto, la Luiss ha partecipato al bando "Le Università per la Legalità" della Fondazione Falcone e al Festival dello Sviluppo Sostenibile 2018.

13. **Personale interno coinvolto:**

- Numero docenti in ETP: 5
- Numero di amministrativi in ETP: 2
- Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): 4
- Numero di studenti e dottorandi: 65 studenti e 16 dottorandi/tutor

14. **Budget complessivo utilizzato:** [omissis]

- **Di cui finanziamenti esterni:** [omissis]

15. **Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**

- Dal sito web Luiss Guido Carli:
 - <https://www.luiss.it/evento/2018/05/23/le-universita-la-legalita>
 - <https://www.luiss.it/evento/2018/06/07/progetto-legalita-e-merito>
 - <https://www.luiss.it/news/2018/06/07/luiss-ospita-autorita-istituzioni-e-studenti-coinvolti-nel-progetto-legalita>
 - <https://www.luiss.it/news/2018/04/18/luiss-presenta-il-progetto-legalita-e-merito-alle-delegazioni-delle-universita-itali>
- Dal canale YouTube LuissGuidoCarli:
 - *Progetto Legalità: la cultura della legalità nelle scuole*, video-racconto della prima edizione del progetto:
<https://www.youtube.com/watch?v=BrKPVtsPXbk&feature=youtu.be>
 - *Progetto Legalità e merito - Video Napoli, Palermo, Trento*, video di presentazione dei progetti delle scuole finaliste:
<https://youtu.be/igQXenBtdWI>
- Dal sito web del Festival dello Sviluppo Sostenibile:
<https://festivalsvilupposostenibile.it/2018/mappa/363-853/progetto-legalita-e-merito>

16. **Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):** Rassegna stampa**b. Luiss International Law Mondays - Sviluppo sostenibile e Artico**

1. **Data di svolgimento:** 23/04/2018
2. **Edizione nr.:** ---
3. **Titolo:** Luiss International Law Mondays - Sviluppo sostenibile e Artico: una sfida per la cooperazione internazionale
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)

5. **Obiettivi:** L'obiettivo principale è stato quello di far conoscere il ruolo di diverse organizzazioni internazionali, in particolare il Consiglio Artico, a tutela di tale zona geografica. Un obiettivo più specifico è stato quello di evidenziare il ruolo peculiare svolto dall'Italia nel Consiglio artico.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 12. Scienze Giuridiche
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Giurisprudenza
8. **Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:**
 - Università / enti di ricerca: Università degli studi di Tor Vergata
 - Altre istituzioni pubbliche: Delegazione italiana al Consiglio Artico
 - Imprese: ---
 - Terzo settore: ---
9. **Dimensione geografica:**
 - Internazionale
10. **Pubblici coinvolti:** ND
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No
12. **Breve descrizione dell'iniziativa:** I "Luiss International Law Mondays" sono un ciclo di incontri organizzati dal Dipartimento di Giurisprudenza Luiss in collaborazione con le associazioni studentesche Luiss ALL Around e ASP Roma. Gli incontri, organizzati a cadenza mensile e aperti al pubblico, prevedono la partecipazione di esperti e practitioners per approfondire, studiare e confrontarsi su questioni di portata globale. L'incontro tenutosi il 23/04/2018, nello specifico, ha avuto ad oggetto la descrizione della natura e delle funzioni del Consiglio Artico, organizzazione internazionale in cui l'Italia svolge le funzioni di Stato osservatore. All'evento hanno partecipato diplomatici, professori ed esperti del settore.
13. **Personale interno coinvolto:**
 - Numero docenti in ETP: 2
 - Numero di amministrativi in ETP: 1
 - Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): 10
 - Numero di studenti e dottorandi: 1 PhD
14. **Budget complessivo utilizzato:** [omissis]
15. **Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**
 - Locandina dell'evento del 23/04/2018, pubblicata sul sito della Società Italiana di Diritto Internazionale e di Diritto dell'Unione Europea (SIDI):
http://www.sidi-isil.org/wp-content/uploads/2018/04/23.04.2018.Roma_.pdf

- Evento su Facebook:
<https://it-it.facebook.com/events/aula-15-via-parenzo-11-roma/international-law-mondays/220760705360230/>
16. **Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa): ---**

Dipartimento di Economia e Finanza

a. Opportunità per crescere bene

1. **Data di svolgimento:** 09/10/2018
2. **Edizione nr.:** --
3. **Titolo:** Opportunità per crescere bene
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)
5. **Obiettivi:** Il workshop annuale è organizzato dall'Associazione Internazionale per la valutazione di esito (iaOBERfcs) e la Fondazione Zancan. All'incontro i partecipanti si confrontano sulle tematiche inerenti alla tutela e dello sviluppo di un sistema di welfare per l'infanzia 0-6 all'interno del contesto italiano ed europeo. Gli obiettivi del workshop sono: incontrare i rappresentanti dei progetti italiani in corso su politiche sociali di formazione che hanno come obiettivo bambini e famiglie vulnerabili; promuovere la collaborazione internazionale tra ricercatori, finanziatori e professionisti; diffondere i risultati a livello internazionale.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 13. Scienze Economiche e Statistiche
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Economia e Finanza
8. **Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:**
 - Università / enti di ricerca: University of Melbourne; University of Scotland; East Anglia University
 - Altre istituzioni pubbliche: ---
 - Imprese: Compagnia San Paolo
 - Terzo settore: Fondazione E. Zancan Onlus

9. **Dimensione geografica:**
 - Internazionale
10. **Pubblici coinvolti:**
 - Imprese: 1
 - Istituzioni di terzo settore: 1
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No
12. **Breve descrizione dell'iniziativa:** Il workshop si è incentrato sulla presentazione e discussione di due progetti innovativi di servizi per l'infanzia: "Infanzia, Prima" e "Tfey". Entrambi i progetti hanno l'obiettivo di sostenere finanziariamente e testare azioni innovative destinate a migliorare i servizi locali per la prima infanzia, con particolare attenzione ai bambini provenienti da famiglie svantaggiate. Tali interventi trovano le loro radici nel fatto che la povertà infantile ha effetti a lungo termine: investimenti inadeguati sui servizi per la prima infanzia hanno effetti negativi sul percorso educativo futuro e sulla capacità di relazionarsi con gli altri. Si creano le condizioni quindi per un precoce abbandono del percorso scolastico formale e per comportamenti antisociali che spesso conducono a fenomeni di criminalità vera e propria. Per quanto riguarda la prima infanzia quindi la povertà educativa ha effetti di lungo termine e comporta un maggiore rischio di esclusione sociale per gli adulti di domani.
13. **Personale interno coinvolto:**
 - Numero docenti in ETP: 1
 - Numero di amministrativi in ETP: 2
 - Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): ---
 - Numero di studenti e dottorandi: ---
14. **Budget complessivo utilizzato:** [omissis]
15. **Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**
https://shop.fondazionezancan.it/media/free-content/4216/SZ3-2018_Sito.pdf (p. 54)
16. **Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):** Locandina

I.8.b – Monitoraggio delle attività di Public Engagement

Ateneo

1. **L'Ateneo conduce un monitoraggio, coordinamento e supporto delle attività di Public Engagement?** No. Dal mese di aprile 2018 è entrata in produzione la procedura "Eventi" gestita su piattaforma CRM Microsoft Dynamics 365 che registra e gestisce tutte le attività. Al 2018 non è tuttavia ancora stata implementata la classificazione specifica per attività di Public Engagement.

2. **Budget allocato per le attività di PE nell'anno:** ND; il budget degli eventi è aggregato e non è distinto per attività di PE.
3. **L'Ateneo organizza attività di formazione e aggiornamento sui temi della comunicazione della ricerca e del Public Engagement?** No.

Dipartimenti

1. **I Dipartimenti conducono un monitoraggio delle attività di Public Engagement?** No. Dal mese di aprile 2018 è entrata in produzione la procedura "Eventi" gestita su piattaforma CRM Microsoft Dynamics 365 che registra e gestisce tutte le attività. Al 2018 non è tuttavia ancora stata implementata la classificazione specifica per attività di Public Engagement.
2. **Budget allocato per le attività di PE nell'anno:** ND; il budget degli eventi è aggregato e non è distinto per attività di PE.
3. **I Dipartimenti organizzano attività di formazione e aggiornamento sui temi della comunicazione della ricerca e del Public Engagement?** No.

Luiss

Direzione Research, Third Mission & Sustainability

Via di Santa Costanza, 53

00198 Roma

sua.rd.tm@luiss.it