

**DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA E DISEGNO
INDUSTRIALE**

TERZA MISSIONE E TRASFERIMENTO TECNOLOGICO

MONITORAGGIO ANNUALE PER IL 2021

OBIETTIVI COMUNI E OBIETTIVI STRATEGICI

31 Gennaio 2022

Con il D.R. n.1646 del 16.11.2021 sono stati emanati gli obiettivi dei Dipartimenti per il 2021 (Cfr. delibere del Senato Accademico n. 130/2021 e del Consiglio di Amministrazione n. 136/2021) distinti in obiettivi comuni e specifici, in linea con i criteri concordati con i Dipartimenti nei precedenti anni, con la programmazione triennale 2021-2023 e con il Piano Strategico di Ateneo 2021-2023 (D.R. n. 725/2021). La durata degli obiettivi è relativa al triennio 2021-2023, con verifica annuale dei risultati raggiunti.

Il Dipartimento di Architettura e Disegno Industriale ha individuato i seguenti quattro obiettivi strategici tra quelli a scelta per la Terza Missione e Trasferimento Tecnologico, di cui uno tra fra i punti deboli emersi nell'autovalutazione dipartimentale, nonché gli indicatori scelti per monitorare l'andamento del Dipartimento in relazione agli obiettivi fissati:

Gli obiettivi comuni (o di base) indicati nel D.R. n. 1046 del 16.11.2021 sono i seguenti:

- 1) *Obiettivo comune 1: implementare azioni per promuovere la valorizzazione dei risultati della ricerca e delle idee* (TT1.S6)
Indicatore: numero di imprese SPIN-OFF costituite (TT1.S6.I6)
- 2) *Obiettivo comune 2: Valorizzare le attività connesse con la PI* (TT3.S3)
Indicatore: numero di brevetti nazionali ed internazionali depositati e/o concessi sia all'Ateneo che agli Spin off (TT3.S2.I10)
- 3) *Obiettivo comune 3: Incrementare le entrate da attività per conto terzi* (TM1.S1)
Indicatore: aumento del 5% delle entrate rispetto all'anno precedente.

Il Dipartimento di Architettura e Disegno Industriale ha individuato i seguenti quattro obiettivi strategici tra quelli a scelta per la Terza Missione e Trasferimento Tecnologico, di cui uno tra fra i punti deboli emersi nell'autovalutazione dipartimentale:

- 1) *Obiettivo strategico 1: aumento delle attività di Public Engagement* (TM4 – Potenziare le attività di Public Engagement);
- 2) *Obiettivo strategico 2: Aumento collaborazioni/convenzioni con intermediari sul territorio* (TM5.S2 – Partecipazione a progetti di sviluppo urbano e valorizzazione del territorio);
- 3) *Obiettivo strategico 3: aumento del numero di laboratori organizzati con le Scuole* (TM4.S5.I23)- *Numero di docenti coinvolti* (TM4.S5.I24) – *Numero di studenti partecipanti* (TM4.S5.I25);
- 4) *Obiettivo strategico 4: Aumento delle partecipazioni di docenti a trasmissioni radio-televisive - C.S2 – Valorizzare e promuovere attività di comunicazione, servizi, progetti e didattica e ricerca.*

Gli obiettivi specifici si intendono superati se i relativi indicatori presentato un valore assoluto associato al triennio 2021-23 maggiore di quello associato al triennio 2018-20. Gli obiettivi comuni e specifici legati alla Terza Missione e Trasferimento Tecnologico sono oggetto di costante monitoraggio e autovalutazione da parte del Direttore del Dipartimento, del delegato per la Terza Missione (prof.ssa Danila Jacazzi), del gruppo di lavoro per la Terza Missione e Trasferimento Tecnologico del Dipartimento (composto dai proff. Danila Jacazzi, Gianfranco De Matteis, Carla

Langella, Giuseppe Guida) nell'ambito delle relative riunioni periodiche, e dell'intero Dipartimento nell'ambito dei relativi Consigli.

Nelle tabelle seguenti sono indicati gli obiettivi comuni e gli obiettivi specifici associati ad ogni obiettivo strategico, la scadenza degli obiettivi e del riesame, nonché gli indicatori utilizzati per monitorare gli obiettivi della Terza Missione e Trasferimento Tecnologico. Nelle tabelle per ogni obiettivo di base sono anche indicati i riferimenti agli obiettivi strategici e Strategie e/o azioni del Piano Strategico e le Politiche di Qualità dell'Ateneo per il triennio 2021-2023 al fine di evidenziarne la coerenza con quello di Dipartimento. Alla scadenza fissata per gli obiettivi della Ricerca, il Dipartimento si è proposto di ottenere valori degli indicatori non inferiori rispetto ai valori medi degli stessi indicatori misurati nel 2020. Nelle tabelle sono riportati i valori relativi al 2020 dei suddetti indicatori (baseline) e i valori relativi al 2021.

OBIETTIVO COMUNE 1 DELLA TERZA MISSIONE:			
Implementare azioni per promuovere la valorizzazione dei risultati della ricerca e delle idee			
Scadenza obiettivi: 31/12/2021			
Monitoraggio obiettivi: annuale			
<i>Obiettivo comune</i>	<i>Indicatori</i>	<i>Valori relativi al 2020</i>	<i>Valori relativi al 2021</i>
<i>Implementare azioni per promuovere la valorizzazione dei risultati della ricerca e delle idee (TT1.S6)</i>	Numero di imprese SPIN-OFF costituite (TT1.S6.I6)	0	0

OBIETTIVO COMUNE 2 DELLA TERZA MISSIONE:			
Valorizzare le attività connesse con la PI			
Scadenza obiettivi: 31/12/2021			
Monitoraggio obiettivi: annuale			
<i>Obiettivo comune</i>	<i>Indicatori</i>	<i>Valori relativi al 2020</i>	<i>Valori relativi al 2021</i>
<i>Valorizzare le attività connesse con la PI (TT3.S3)</i>	numero di brevetti nazionali ed internazionali depositati e/o concessi sia all'Ateneo che agli Spin off (TT3.S2.I10)	4	1

OBIETTIVO COMUNE 3 DELLA TERZA MISSIONE:			
Incrementare le entrate da attività per conto terzi			
Scadenza obiettivi: 31/12/2021			
Monitoraggio obiettivi: annuale			
<i>Obiettivo comune</i>	<i>Indicatori</i>	<i>Valori relativi al 2020</i>	<i>Valori relativi al 2021</i>
<i>Incrementare le entrate da attività per conto terzi (TM1.S1)</i>	aumento del 5% delle entrate rispetto all'anno precedente TM1.1.2: Ricavi da attività conto terzi (importo contratti attivati in	313.367,21	383.413,00

	corso d'anno) TM2.1.2: Ricavi da attività conto terzi (importo incassi registrati in corso d'anno)	318.488,51	210.984,62
--	---	------------	------------

OBIETTIVO STRATEGICO 1 DELLA TERZA MISSIONE:

Aumento delle attività di Public Engagement

Scadenza obiettivi: 31/12/2021

Monitoraggio obiettivi: annuale

<i>Obiettivo di base</i>	<i>Indicatori</i>	<i>Valori relativi al 2020</i>	<i>Valori relativi al 2021</i>
<p><i>Obiettivo Strategico:</i> TM4- Potenziare le attività di Public Engagement</p> <p><i>Strategie e/o azioni</i> TM4.S3 – Organizzare eventi per promuovere l'Ateneo e la diffusione della cultura scientifica</p>	<p>TM4.S.3.I18: Numero di eventi (p.e.: mostre ed esposizioni tematiche aperte alla comunità organizzate dal Dipartimento o alle quali il Dipartimento ha partecipato).</p>	67	70

OBIETTIVO STRATEGICO 2 DELLA TERZA MISSIONE:

Aumento collaborazioni/convenzioni con intermediari sul territorio

Scadenza obiettivi: 31/12/2021

Monitoraggio obiettivi: annuale

<i>Obiettivo di base</i>	<i>Indicatori</i>	<i>Valori relativi al 2020</i>	<i>Valori relativi al 2021</i>
<p><i>Obiettivo Strategico:</i> TM5 – Favorire lo sviluppo dell'economia green e promuovere la produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e le politiche per l'inclusione e l'uguaglianza di genere.</p> <p><i>Strategie e/o azioni</i> TM5.S2 – Partecipazione a progetti di sviluppo</p>	<p>TM5.S2.I29 – Numero convenzioni e accordi sottoscritti</p>	8	12

urbano e valorizzazione del territorio			
--	--	--	--

OBIETTIVO SPECIFICO 3 DELLA TERZA MISSIONE: Aumento del numero di laboratori organizzati con le Scuole Scadenza obiettivi: 31/12/2021 Monitoraggio obiettivi: annuale			
<i>Obiettivo di base</i>	<i>Indicatore</i>	<i>Valori riferiti al 2020</i>	<i>Valori relativi al 2021</i>
<i>Obiettivo Strategico:</i> TM4- Potenziare le attività di Public Engagement <i>Strategie e/o azioni</i> TM4.S5 – Potenziare l’interazione con la scuola attraverso attività laboratoriali	TM4.S5.I23.1: numero di laboratori organizzati	31	45
	TM4.S5.I24.2: Numero di docenti coinvolti	3	20
	TM4.S5.I25..3: Numero di studenti partecipanti	2000	2150

OBIETTIVO SPECIFICO 4 DELLA TERZA MISSIONE: Aumento delle partecipazioni di docenti a trasmissioni radio-televisive Scadenza obiettivi: 31/12/2021 Monitoraggio obiettivi: annuale			
<i>Obiettivo di base</i>	<i>Indicatori</i>	<i>Valori riferiti al 2020</i>	<i>Valori relativi al 2021</i>
<i>Obiettivo Strategico:</i> – TM6 - Promuovere la comunicazione interna e comunicare le attività dell’Ateneo (C del PSA) <i>Strategie e/o azioni ell’Ateneo</i> C.S2 – Valorizzare e promuovere attività, servizi, progetti e didattica, ricerca	TM6.1 Numero di articoli su stampa, web e Tv (C.S2.I4 del PSA):	14	25