

Iniziative di Public Engagement

Registrare eventi, iniziative, attività occasionali o continuative aventi come obiettivo l'interazione con un pubblico esterno alla popolazione universitaria e/o di tipo divulgativo e di indirizzo culturale del territorio.

Si prega di compilare il modulo in ogni sua parte e di verificare i campi precompilati con le informazioni provenienti dal form per l'invio del "email a tutti".

Le risposte saranno, comunque, successivamente modificabili attraverso il link ricevuto nell'email di conferma del caricamento.

La compilazione corretta del form fornirà indicazioni utili per un'efficace comunicazione dell'iniziativa e dell'impatto della stessa sul territorio. I dati raccolti forniranno la base informativa per la valorizzazione delle attività attraverso le rilevazioni periodiche dell'Anvur e strumenti divulgativi come il Bilancio Sociale di Ateneo.

Per qualsiasi dubbio o problematica nella compilazione contattare il referente di Ateneo all'email: gdemuro@uniss.it

*Campo obbligatorio

1. Indirizzo email *



uniss
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SASSARI



2. ID iniziativa

Non modificare, né compilare se il campo risulta vuoto. L'ID proviene dalla compilazione del modulo invio "email a tutti".

1. Informazioni sintetiche sull'iniziativa

3. Titolo dell'iniziativa *

Riportare il titolo dell'evento o dell'iniziativa, come da comunicazione istituzionale, non una breve descrizione o abstract.

4. Referente principale dell'iniziativa (interno ad UNISS) *

Cognome e Nome di una sola persona - Modificare solo se diverso rispetto a chi ha compilato il modulo invio "email a tutti".

5. Email *

Inserire un indirizzo email valido del referente interno ad UNISS

6. Numero di telefono

Inserire un numero di telefono (fisso o mobile) del referente interno ad UNISS

7. Dipartimento o struttura

Contrassegna solo un ovale.

- Agraria
- Architettura, Design e Urbanistica
- Chimica e Farmacia
- Giurisprudenza
- Medicina Veterinaria
- Scienze Biomediche
- Scienze Economiche e Aziendali
- Scienze Mediche, Chirurgiche e Sperimentali
- Scienze Umanistiche e Sociali
- Storia, Scienze dell'Uomo e della Formazione
- Amministrazione centrale e Centri servizi

8. Se Amministrazione Centrale, indicare Ufficio o Area

9. Eventuali altri referenti di pari ruolo (Interni ad UNISS)

Inserire Cognome e Nome. Compilare solo quando l'iniziativa preveda referenti di pari ruolo rispetto al referente principale sopra indicato e separare con virgola, se i co-referenti sono più di uno.

**Data**

Inserire la data di inizio e di fine per gli eventi singoli o i "cicli di eventi" che si esauriscono in un anno solare (anche quando edizioni di iniziative periodicamente ripetute).
Per le iniziative di tipo continuativo (progetti, servizi, sportelli, blog/siti web ecc.) indicare la data di attivazione e la data presunta di termine (successivamente modificabile).
Per le pubblicazioni divulgative inserire la data di pubblicazione in entrambi i campi (o solo nella data di inizio - il campo 'data fine' non è obbligatorio).

10. Data inizio *

Esempio: 7 gennaio 2019

11. Data fine

Esempio: 7 gennaio 2019

12. Attività continuativa o periodica? *

Indicare Sì anche in caso di prima edizione di una iniziativa destinata a ripetersi in futuro.

Contrassegna solo un ovale.

Sì

No *Passa alla domanda 16.*

**Periodicità**

13. Edizione

Inserire il numero dell'edizione (1, in caso di prima edizione di un'iniziativa destinata ad essere ripetuta periodicamente) dell'iniziativa, specificare nel campo note data della prima edizione

14. Periodicità

Solo per iniziative ripetute nel tempo. Specificare eventualmente in nota le modifiche alla periodicità occorse nel tempo.

Contrassegna solo un ovale.

- continuativa
- settimanale
- mensile
- annuale
- occasionale ma ripetuta

15. Note

Eventuali note esplicative sulle informazioni inserite nella sezione



Luogo

16. Luogo di svolgimento *

Inserire il nome della città/comune sede principale dell'iniziativa. Per le iniziative realizzate esclusivamente online, inserire il la città da cui si collega lo staff organizzativo.

17. Eventuali altre sedi

Inserire il/i nome/i delle città/comuni sedi secondarie dell'iniziativa, separati da virgola

18. Iniziativa realizzata in modalità "a distanza"? *

Contrassegna solo un ovale.

- sì, solo in modalità "a distanza"
- sì, sia in presenza che "a distanza"
- no

19. Se sì, quale piattaforma online è stata utilizzata?

Contrassegna solo un ovale.

- Microsoft Teams
- Google Meet
- Youtube
- Altro: _____

2. Partenariato e collaborazioni

20. Ente organizzatore *

Ente principale organizzatore dell'iniziativa

Contrassegna solo un ovale.

- Università di Sassari
- altro ente pubblico
- altro ente privato

21. Eventuale collaborazione con altri Dipartimenti

E' possibile più di una risposta. Compilare solo nel caso di iniziative che abbiano previsto il coinvolgimento nell'organizzazione/realizzazione di personale afferente ad altri Dipartimenti o Strutture interne ad UNISS

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Agraria
- Architettura, Design e Urbanistica
- Chimica e Farmacia
- Giurisprudenza
- Medicina Veterinaria
- Scienze Biomediche
- Scienze Economiche e Aziendali
- Scienze Mediche, Chirurgiche e Sperimentali
- Scienze Umanistiche e Sociali
- Storia, Scienze dell'Uomo e della Formazione
- Amministrazione centrale e Centri servizi

22. Collaborazione con altri Enti

Explicitare gli eventuali altri Enti coinvolti, separati da virgola

23. Note

Eventuali note esplicative del ruolo degli Enti coinvolti nell'organizzazione

24. Partner finanziatori

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Commissione Europea o altre ist. internazionali
- Ministeri o altre ist. nazionali
- Regione
- province, comuni, altri enti locali
- Altri Enti pubblici
- Fondazioni bancarie
- Altri enti privati

25. Note

Esplicitare elenco degli eventuali enti finanziatori (separati da virgola)



3. Tipologia di iniziativa

26. Tipologia di coinvolgimento *

Indicare la tipologia che sintetizza meglio l'interazione con il pubblico/destinatari coinvolti

Contrassegna solo un ovale.

- informazione e trasferimento di conoscenza
- ascolto e dialogo
- collaborazione, co-produzione di conoscenza
- servizi alla comunità

27. Categoria di Public Engagement principale *

è possibile una sola risposta

Contrassegna solo un ovale.

- 01. eventi di pubblica utilità (spettacoli, mostre, ecc.)
- 02. pubblicazioni divulgative o siti/web-blog interattivi
- 03. iniziative di valorizzazione e condivisione della ricerca (eventi pubblici di interazione, festival/caffè, ecc))
- 04. iniziative di tutela della salute (giornate informative, campagne, ecc)
- 05. coinvolgimento della scuola (simulazioni, workshop, open days, ecc)
- 06. policy making (formulazione di programmi di pubblico interesse)
- 07. progetti di sviluppo del territorio
- 08. democrazia partecipativa (consensus conference, citizen panel, ecc)
- 09. co-produzione di conoscenza (citizen science, contamination labs, ecc)
- 10. formazione permanente o professionale (corsi di formazione continua, ecm, formazione degli insegnanti, ecc.)
- 11. altre iniziative istituzionali di Public Engagement

28. Eventuali altre categorie di Public Engagement

sono possibili più risposte

Seleziona tutte le voci applicabili.

- 01. eventi di pubblica utilità (spettacoli, mostre, ecc.)
- 02. pubblicazioni e siti/web divulgativi
- 03. iniziative di valorizzazione e condivisione della ricerca (eventi pubblici di interazione, festival/caffè, ecc))
- 04. iniziative di tutela della salute (giornate informative, campagne, ecc)
- 05. coinvolgimento della scuola (simulazioni, laboratori, open days, ecc)
- 06. policy making (formulazione di programmi di pubblico interesse)
- 07. progetti di sviluppo del territorio
- 08. democrazia partecipativa (consensus conference, citizen panel, ecc)
- 09. co-produzione di conoscenza (citizen science, contamination labs, ecc)
- 10. formazione permanente o professionale (corsi di formazione continua, ecm, formazione degli insegnanti, ecc.)



4. Destinatari

29. Destinatari *

Seleziona tutte le voci applicabili.

- cittadinanza
- scuole (primarie e/o secondarie)
- associazioni/terzo settore/ONG
- enti locali
- imprese
- ordini professionali
- categorie svantaggiate (DSA, disabili, disoccupati, immigrati, carcerati,...)
- media/stampa
- nessuna delle categorie elencate

30. Altre categorie

Specificare eventuali altre categorie di destinatari, non presenti nell'elenco proposto

31. fasce d'età *

indicare il/i segmento/i d'età target di cittadinanza coinvolta

Seleziona tutte le voci applicabili.

- 0-12
- 13-19
- 20-35
- 35-50
- 50-65
- 65 e più



5. Obiettivi e Descrizione

32. Obiettivi *

Obiettivi specifici sintetici coerenti con l'iniziativa e i destinatari previsti, declinati soprattutto in relazione al "valore" del coinvolgimento di pubblico esterno all'Università. Evidenziare, ove possibile, la coerenza con la missione e gli obiettivi strategici nei documenti programmatici dell'Ateneo/Ente e/o del/i Dipartimento/i. Max 500 caratteri.

33. Breve descrizione dell'iniziativa *

Descrizione sintetica dell'iniziativa. Si deve percepire quali sono state le principali azioni realizzate, in quali tempi, rivolte a chi, i metodi e gli strumenti. Max 1000 caratteri. Eventuali approfondimenti potranno essere forniti nella sezione "allegati".



6. Impatto

34. Dimensione Geografica *

Contrassegna solo un ovale.

- Locale
- Regionale
- Nazionale
- Internazionale

35. Strumenti di monitoraggio *

indicare gli strumenti disponibili e dimostrabili di monitoraggio dei destinatari presenti e/o raggiunti

Seleziona tutte le voci applicabili.

- fogli firme
- iscrizione online/email
- contatori accessi a risorse web e social network
- tiratura/audience Media (tv, giornali, radio)
- tiratura pubblicazioni divulgative
- documentazione video/fotografica
- stime documentate di enti terzi (es. questura)
- presenze non monitorate

36. Pubblico presente/partecipante *

indicare il numero di destinatari complessivamente presenti/partecipanti all'iniziativa

Contrassegna solo un ovale.

- 0
- fino a 50
- 51-100
- 101-200
- 201-300
- 301-500
- oltre 500

37. Pubblico raggiunto *

indicare il numero di destinatari complessivamente raggiunti attraverso mailing list, risorse web/social o pubblicazioni divulgative

Contrassegna solo un ovale.

- fino a 100
- 101-300
- 301-500
- 501-1.000
- 1.001-5.000
- oltre 5.000
- non quantificabile

38. Note sull'impatto

Fornire eventuali note esplicative sugli strumenti di rilevazione e sugli aspetti qualitativi dell'impatto sociale e culturale, il coinvolgimento del territorio e degli stakeholders.

39. Monitoraggio del gradimento *

Esiste un sistema di monitoraggio dimostrabile del gradimento dell'iniziativa da parte dei destinatari? La presenza di un sistema di valutazione del gradimento da parte dell'utenza è sempre auspicabile, specie per le iniziative ripetute o periodiche.

Contrassegna solo un ovale.

- Sì, questionario in presenza
- Sì, questionario online
- Sì, altro sistema
- No

40. Se sì, specificare

Fornire una breve descrizione dello strumento di monitoraggio del gradimento e degli eventuali risultati ottenuti



6. Budget e risorse dedicate

Quando la compilazione avvenga prima che l'iniziativa sia iniziata o conclusa indicare il budget previsto/stimato (i dati sono successivamente modificabili)

41. Budget complessivo *

Si intende il budget finanziario complessivo direttamente legato all'organizzazione/gestione dell'iniziativa di Public Engagement. Quando l'iniziativa è una sotto-attività di un progetto più ampio è necessario scorporare e riportare solo il budget direttamente dedicato alle attività di Public Engagement.

Contrassegna solo un ovale.

- € 0
- € 1 - 1.000
- € 1.001 - 5.000
- € 5.001 - 10.000
- € 10.001 - 20.000
- € 20.001 - 50.000
- oltre € 50.000

42. (di cui) Finanziamenti esterni *

Indicare l'ammontare complessivo dei finanziamenti esterni, inclusa la stima del valore dei finanziamenti indiretti (es. concessione in uso gratuita di strutture).

Contrassegna solo un ovale.

- € 0
- € 1 - 1.000
- € 1.001 - 5.000
- € 5.001 - 10.000
- € 10.001 - 20.000
- € 20.001 - 50.000
- oltre € 50.000

43. Risorse umane interne coinvolte

Indicare le risorse umane interne ad UNISS (indicandone l'inquadramento e l'impegno orario nell'attività) coinvolte in tutte le fasi operative e amministrative dell'iniziativa (organizzazione, esecuzione, comunicazione)

44. Investimento stimato in risorse umane interne *

Stimare l'ammontare dell'investimento interno attraverso la somma dei prodotti (ore di lavoro x costo orario) per ogni risorsa umana coinvolta, secondo le seguenti indicazioni di costo orario: Professore Ordinario = €60/ora ; Professore Associato = €45/ora ; Ricercatore = €30/ora ; personale T/A = €25/ora ; Dottorando/Assegnista = €15/ora ; studente/stagista € 5/ora

Contrassegna solo un ovale.

- € 50 - 500
- € 501 - 1.000
- € 1.001 - 2.000
- € 2.001 - 5.000
- € 5.001 - 10.000
- € 10.001 - 20.000
- oltre € 20.000

45. Studenti Universitari coinvolti nell'organizzazione *

Contrassegna solo un ovale.

- Sì
- No *Passa alla domanda 48.*



Studenti coinvolti

46. Numero di studenti universitari coinvolti

Studenti universitari coinvolti in qualsiasi fase organizzativa o di gestione dell'iniziativa.

47. Numero di CFU erogati

Crediti formativi complessivi erogati agli studenti coinvolti nell'organizzazione o gestione dell'attività

**7. Allegati e riferimenti****48. Parole chiave**

Separate da virgola (max 3 parole)

49. Sito dedicato (Newsletter; pagine o canali social)

Riportare il sito o la pagina web/social specifica dell'iniziativa (non, ad es., l'indirizzo della home page dell'Università o di altro Ente) dove è possibile reperire informazioni di maggior dettaglio.

50. Immagine rappresentativa

obbligatoria per la comunicazione/promozione dell'iniziativa (in formato jpg)

File inviati:

51. Locandina

in formato pdf o jpg

File inviati:

52. Allegati: programma / immagini/ report di valutazione /rassegna stampa/ delibere-decreti

Eventuale altro allegato in formato .pdf o .jpg (es. immagine singola evento, descrizione dettagliata, rassegna stampa, galleria di immagini)

File inviati:



Questi contenuti non sono creati né avallati da Google.

Google Moduli