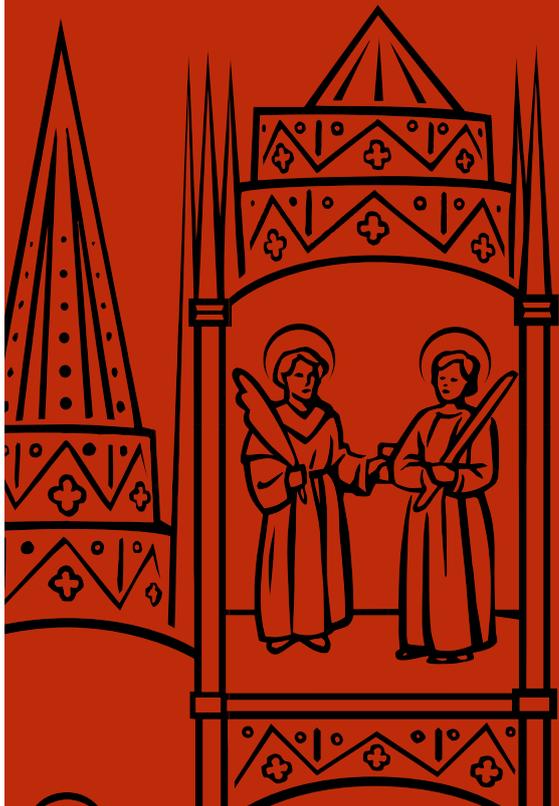
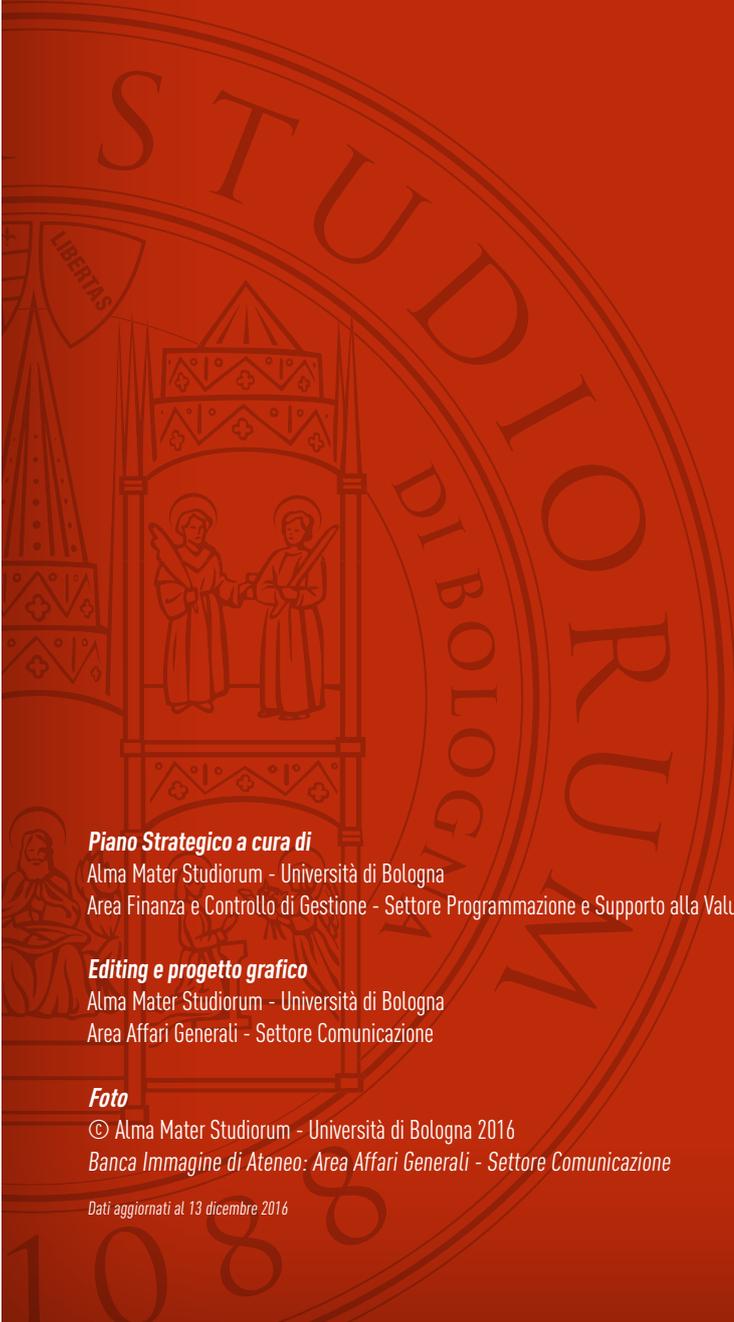


PIANO STRATEGICO 2016-2018



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

The background of the page is a solid dark red color. In the lower-left quadrant, there is a large, faint, circular seal of the Alma Mater Studiorum - University of Bologna. The seal features the text 'STUDIORUM DI BOLOGNA' around the top and 'ALMA MATER' at the bottom. In the center of the seal, two figures are depicted standing under a gothic archway, holding a book. To the left of the archway, a shield with the word 'LIBERTAS' is visible. The seal is partially obscured by the text blocks.

Piano Strategico a cura di

Alma Mater Studiorum - Università di Bologna
Area Finanza e Controllo di Gestione - Settore Programmazione e Supporto alla Valutazione

Editing e progetto grafico

Alma Mater Studiorum - Università di Bologna
Area Affari Generali - Settore Comunicazione

Foto

© Alma Mater Studiorum - Università di Bologna 2016
Banca Immagine di Ateneo: Area Affari Generali - Settore Comunicazione

Dati aggiornati al 13 dicembre 2016

04

CONTESTO

06

SISTEMA INTERNO
DI QUALITÀ

08

PROCESSO DI
PIANIFICAZIONE

10

LA SOSTENIBILITÀ
COME STRATEGIA
DI SVILUPPO

12

MISSIONE

14

VISIONE

16

ANALISI DI
POSIZIONAMENTO

22

OBIETTIVI

32

INDICATORI E
VALORI OBIETTIVO

Indice



Contesto

foto M. Montalbù

Nel presentare il proprio Piano Strategico, l'Alma Mater non può che ribadire le caratteristiche iscritte nel suo DNA da molti decenni: l'orgoglio di un passato lunghissimo e ricco di riconoscimenti, il bisogno di innestare su questo passato le idee nuove che ne fanno un bene sempre vivo e vitale.

Di fronte a una società in inarrestabile evoluzione, in cui cambiano in continuazione i paradigmi di orientamento, l'Alma Mater deve non solo rispondere a esigenze che vengono dall'esterno, ma anche prevenire, dal suo interno, le domande fondamentali sulle quali si orienteranno gli assetti della formazione e della ricerca.

Così, per mantener fede alla sua missione plurisecolare, l'Ateneo presenta un Piano Strategico dotato di grande solidità, coerenza e realismo, e mostra le potenzialità con cui può presentarsi alle sfide dei prossimi anni.

Il primo punto forte del Piano Strategico è dunque l'investimento nella complessa articolazione didattica che attraversa il Multicampus, con la ricchezza dei suoi corsi di laurea tradizionali e di quelli nuovi, in una sinergia che li renda sempre più capaci di dialogare con le sedi in cui sono collocati, Dipartimenti e Scuole. Alle esigenze della didattica si può rispondere solo potenziando la qualità dei docenti che entrano nel corpo accademico, e che devono assumere il ruolo di nuovi formatori e innovatori. Insieme a questo, sono necessarie azioni esplicite nel

potenziamento dei servizi e nell'ampliamento degli spazi dove la didattica si svolge, così come si devono rafforzare gli spazi dove avvengono le fasi della ricerca, dalle biblioteche ai laboratori.

A sua volta, è la ricerca che acquista il valore di linfa vitale, nel momento in cui si apre a un processo di confronto europeo e internazionale. Un ulteriore punto di forza del Piano Strategico è dunque il consolidamento della fitta rete di rapporti con Atenei di tutto il mondo, in modo da portare i saperi elaborati nei nostri spazi a confrontarsi con quelli di altre realtà e di altre culture.

L'Ateneo di Bologna, inoltre, deve diventare sempre più un grande laboratorio di idee da mettere a disposizione dei soggetti che agiscono sul territorio negli ambiti dell'industria, dell'impresa, dell'investimento culturale. Nuovi saperi, al confine tra cultura umanistica, scientifica e tecnologica, sono quanto l'Ateneo sta mettendo al centro della ricerca, mantenendo uno scambio fitto di idee con tutti i soggetti privati che si pongono gli stessi problemi e condividono, con l'Alma Mater, il carattere etico e indipendente della ricerca.

E qui il discorso deve tornare ancora sui processi formativi, sulla realtà del mondo studentesco, vero protagonista da sempre della vita dell'Ateneo. E' nella formazione che l'Alma Mater scommette con forza e energie, intendendo per formazione non solo la trasmissione dei saperi ma soprattutto l'educazione a uno sguardo che superi l'oggi e sappia anticipare ciò che il domani sta preparando.

La centralità della formazione nello sviluppo di ogni paese, ribadita nell'agenda delle Nazioni Unite come uno dei diciassette punti forti per il prossimo quindicennio, è il valore che il nostro Piano Strategico condivide con tutte le realtà universitarie nazionali e internazionali.

Francesco Ubertini

Rettore

Alma Mater Studiorum - Università di Bologna



sistema interno
di qualità

Oltre le tre dimensioni che compongono il Piano Strategico - ricerca, formazione e terza missione - l'Ateneo stabilisce, quale dimensione trasversale, il tema della qualità.

Per garantire la qualità delle rispettive azioni, nel triennio ci si propone di individuare, costruire, testare e realizzare a regime strumenti di monitoraggio e valutazione delle diverse attività che consentano di migliorare progressivamente, nei tre ambiti citati, il presidio, la metodologia e il patrimonio informativo. Così da arricchire il capitale di esperienze, già consolidate negli anni, sul tema dell'autovalutazione.

Monitoraggio e valutazione, a regime, dovranno essere assicurati sia a livello di struttura (Ateneo, dipartimenti, ecc.) sia a livello individuale.

La valutazione delle attività costituisce un valido strumento per il governo dell'Ateneo poiché favorisce la convergenza fra i comportamenti e gli obiettivi dell'Istituzione. Per tali ragioni è fondamentale una forte interazione fra il Presidio di qualità e gli organi di governo dell'Ateneo.



Processo di pianificazione



Sarebbe fuorviante pensare al processo di pianificazione 2016-2018 considerandolo avulso da una lunga, continua e metodica programmazione strategica che, a partire dal 2007, va nella direzione di un miglioramento continuo e nell'accettazione delle sfide emergenti che la contemporaneità ci impone.

L'analisi delle principali grandezze e indicatori utilizzati dagli enti valutatori nazionali e internazionali è la fonte primaria per comprendere quali sfide coinvolgeranno e coinvolgono il mondo della ricerca e dell'istruzione universitaria. In coerenza con la letteratura in tema di pianificazione strategica, e con lo studio di analoghi processi posti in essere da altre istituzioni, l'Ateneo ha definito una mappa strategica uniforme alle linee generali di indirizzo per la programmazione delle università pubblicate dal MIUR e ai vincoli normativi in vigore (legge 15/2009, decreto legislativo 150/2009, legge 43/2005).

La programmazione strategica 2016 - 2018 si è spinta fino all'individuazione di progetti specifici, in grado di dare attuazione agli obiettivi strategici e di essere prodromica alla programmazione delle *performance* organizzative, coerentemente a quanto indicato da Anvur nelle Linee Guida per la gestione integrata del Ciclo della *Performance* delle università statali italiane.

Le tappe in cui si è articolato il processo di definizione del Piano Strategico 2016 - 2018:

- 1.** ridefinizione di missione e visione concentrate sul potenziamento delle attività istituzionali primarie di didattica, ricerca e terza missione;
- 2.** realizzazione di un'attenta analisi di posizionamento rispetto al contesto interno ed esterno, anche realizzando una serie di audizioni con tutti i dipartimenti per far emergere i punti di forza e di debolezza delle diverse discipline;
- 3.** definizione degli obiettivi strategici e degli obiettivi di base, in coerenza con le evidenze emerse dall'analisi di posizionamento;
- 4.** sviluppo di opportune linee di azione per ciascuno degli obiettivi di base;
- 5.** analisi dei diversi obiettivi di base e delle linee di azione e successiva associazione rispetto ai 17 obiettivi e i relativi 169 traguardi per lo sviluppo sostenibile promossi dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite;
- 6.** definizione di specifici indicatori quantitativi di risultato da associare a ogni obiettivo di base per monitorarne il raggiungimento;
- 7.** condivisione della mappa strategica, realizzata con il contributo dei Prorettori e delle Prorettrici, dei Delegati e delle Delegate, del Direttore Generale, delle e dei Dirigenti e del Consiglio di Amministrazione, con tutti gli Organi Ausiliari previsti dallo Statuto di Ateneo;
- 8.** approvazione definitiva del Piano Strategico da parte degli Organi Accademici.

La sostenibilità come strategia di sviluppo

1 POVERTÀ ZERO



2 FAME ZERO



3 SALUTE E BENESSERE



4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ



5 UGUAGLIANZA DI GENERE



6 ACQUA PULITA E IGIENE



7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE



8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA



9 INDUSTRIA INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE



10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE



11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI



12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



13 AGIRE PER IL CLIMA



14 LA VITA SOTT'ACQUA



15 LA VITA SULLA TERRA



16 PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI FORTI



17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Nell'ottica di realizzare una pianificazione capace di cogliere le sfide che la contemporaneità ci impone, con particolare riferimento agli aspetti legati allo sviluppo sostenibile, l'Ateneo ha voluto integrare il presente Piano Strategico con una rilettura degli obiettivi di base in funzione dei 17 obiettivi e dei relativi 169 traguardi per lo sviluppo sostenibile proposti nell'Agenda 2030, adottata il 25 settembre 2015 dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite.

Tali obiettivi sono stati condivisi a livello globale per fornire un quadro che permetta di misurare i progressi di ogni singola organizzazione e dei paesi verso un mondo che sia maggiormente sostenibile.

Ad ogni obiettivo di base del Piano Strategico è stato associato uno o più obiettivi individuati nell'Agenda 2030, con i relativi traguardi, per lo sviluppo sostenibile. Tale associazione viene rappresentata attraverso l'inserimento dell'icona relativa all'obiettivo di sviluppo sostenibile associato a cui l'Università di Bologna intende contribuire. Per ulteriori informazioni circa gli obiettivi per lo sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 adottata dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite si rimanda al sito <http://www.unric.org/it/agenda-2030>.

Obiettivi ONU oggetto del Piano Strategico 2016-2018 dell'Alma Mater Studiorum

 <p>3 SALUTE E BENESSERE</p>	<p>Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età. Traguardo: 3.4</p>	 <p>4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ</p>	<p>Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti. Traguardi: 4.3, 4.4, 4.5, 4.7, 4.a.</p>
 <p>5 UGUAGLIANZA DI GENERE</p>	<p>Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze. Traguardi: 5.1, 5.5.</p>	 <p>8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA</p>	<p>Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti. Traguardi: 8.2, 8.3, 8.5, 8.6.</p>
 <p>9 INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE</p>	<p>Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile. Traguardi: 9.1, 9.5.</p>	 <p>10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE</p>	<p>Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le nazioni. Traguardi: 10.2, 10.4.</p>
 <p>11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI</p>	<p>Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili Traguardi: 11.1, 11.3, 11.4, 11.6</p>	 <p>17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI</p>	<p>Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile. Traguardi: 17.6, 17.16, 17.17.</p>

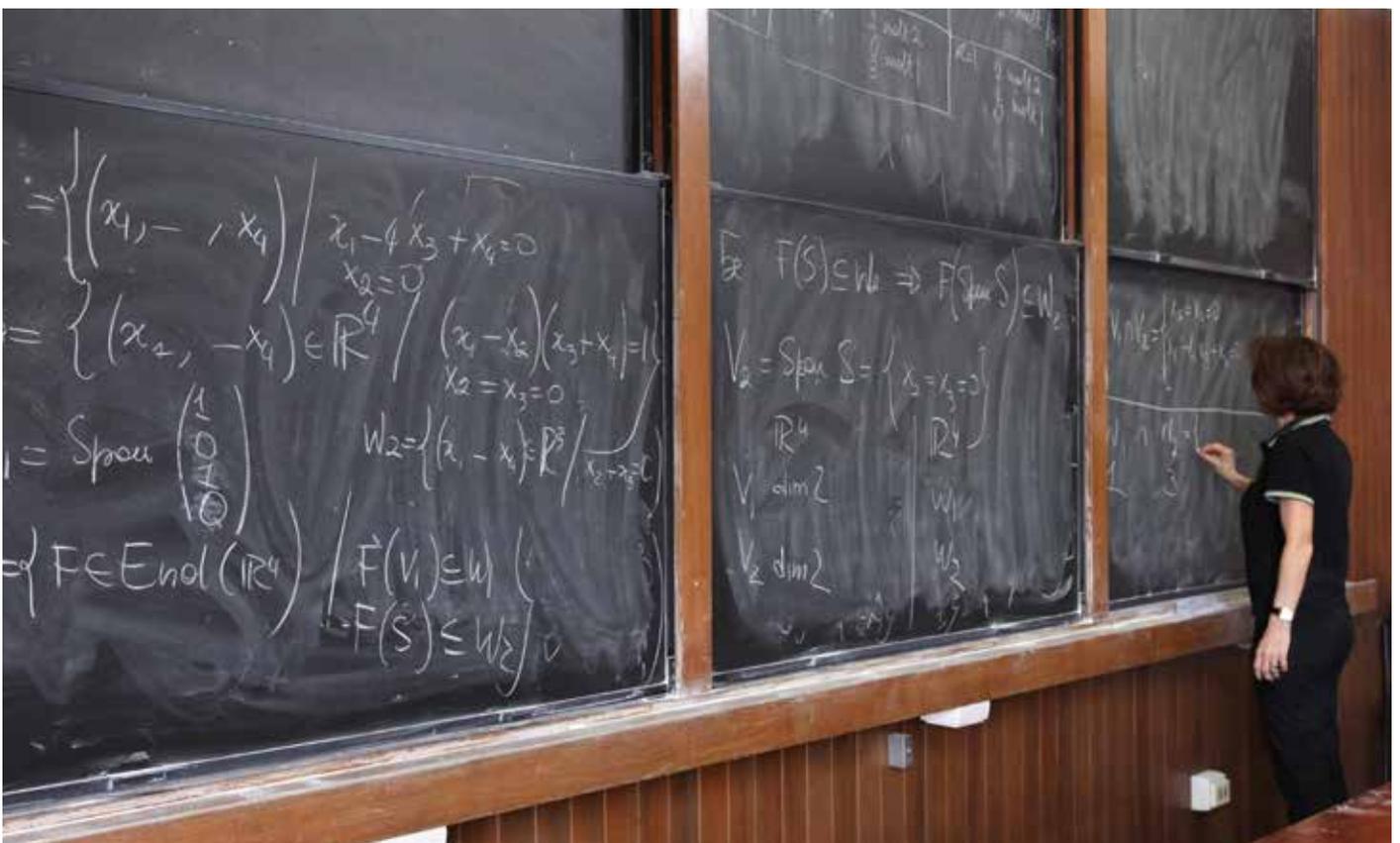


Mission

Alma Mater è una grande comunità di donne e di uomini che, con ruoli e con competenze diverse, operano per diffondere saperi, sperimentare tecniche, elaborare idee adatte alle trasformazioni della nostra epoca.

In virtù di una storia profonda nel tempo e di eccellenze di continuo confermate, Alma Mater si fonda su una vocazione formativa e su una vocazione alla ricerca che costituiscono i due fondamenti della sua vita e della sua autonomia. A questi, si accompagna l'esigenza di mantenere un vitale rapporto di confronto con l'intera società e con il mondo del lavoro.

Alma Mater, grazie alla sua struttura di Multicampus, può agire su un territorio molto vasto, e grazie alla sua vocazione internazionale è in rapporto con le più importanti università del mondo, in un continuo scambio di studenti e docenti. La formazione delle nuove generazioni, la passione per la cultura unita a una profonda coscienza etica, la valorizzazione della pluralità delle discipline caratterizzano la missione centrale di Alma Mater e il suo ruolo di grande ateneo pubblico.





La visione dell'Ateneo di Bologna si articola in alcune linee strategiche di fondo:

- **come luogo di conservazione, trasmissione, elaborazione di saperi antichi e moderni, l'Ateneo promuove la qualità dell'offerta formativa attraverso la selezione e la formazione dei propri docenti**, il cui compito è quello di mantenere la didattica a livelli internazionali allineandola alle metodologie più avanzate e efficaci; l'Ateneo inoltre si propone di attrarre gli studenti e le studentesse più meritevoli, consolidando le competenze che acquisiscono nei percorsi di studio e rendendole idonee alle esigenze della società. L'Ateneo dimostra particolare attenzione per la tutela del diritto allo studio delle studentesse e degli studenti in condizioni svantaggiate, con azioni di forte coordinamento con le istituzioni presenti sul territorio.
- **come istituzione pubblica dalla storia plurisecolare, l'Ateneo considera la ricerca come il momento centrale per elaborare idee, progetti, tecnologie in grado di confrontarsi con le esigenze del presente e di guardare verso il futuro in ambiti europei e internazionali**. Per perseguire tali obiettivi, l'Ateneo investe nel dottorato di ricerca, ne consolida l'aspetto internazionale, potenzia le infrastrutture (biblioteche, laboratori) dove la ricerca si svolge, sviluppa le progettualità con cui attrarre forze intellettuali internazionali e le fa entrare in rapporto con il proprio patrimonio pluridisciplinare.
- **come luogo di lavoro dove vengono a contatto studentesse e studenti, professoresse e professori, donne e uomini del personale tecnico e amministrativo**, l'Ateneo intende valorizzare tutti coloro che fanno parte di questa grande comunità, i cui confini si estendono ben oltre a quelli di permanenza nei ruoli di apprendimento, di docenza o di lavoro. A questa intenzione si accompagna la tutela di tutti i diritti di coloro che compongono la comunità.
- **in quanto istituzione dove si producono saperi di interesse pubblico, l'Ateneo è aperto al dialogo continuo con il territorio in cui si articolano le sue strutture (Multicampus) e promuove in queste intense attività di divulgazione scientifica e culturale**; l'Ateneo inoltre sostiene l'impatto della ricerca sul territorio e in particolare l'impatto tecnologico a livelli sia regionali che nazionali e internazionali, potenziando i rapporti di scambio con il mondo dell'impresa e con tutti gli interlocutori coinvolti nei processi culturali di questa grande istituzione.



Analisi di posizionamento

PREMESSA

L'analisi di posizionamento rappresenta il primo passo di tutta la programmazione strategica. Serve a capire appieno la realtà entro cui l'organizzazione agisce e le risorse di cui dispone per operare al meglio. E' fondamentale per comprendere quali saranno i vincoli esterni ed i limiti interni alla propria organizzazione, e per dare concretezza e fattibilità alla pianificazione.

Da un lato lo studio delle principali grandezze e indicatori utilizzati da Anvur, dal MIUR e dai principali enti di valutazione nazionali e internazionali ha fornito un quadro chiaro di quale sia la posizione dell'Alma Mater all'interno del contesto universitario nazionale e internazionale. Dall'altro i processi interni di riesame e di assicurazione della qualità della didattica e della ricerca, oltre ad una meticolosa audizione di tutte le realtà dipartimentali, hanno fornito un quadro chiaro di quali siano i punti di forza e di debolezza interni all'Ateneo. A ciò si aggiunge il patrimonio di informazioni maturato negli anni nei diversi documenti di rendicontazione prodotti dall'Ateneo (Bilancio Sociale, Relazione sulla *Performance*, Rapporto del Nucleo di Valutazione).

80.563

STUDENTI ISCRITTI
AI CORSI DI STUDIO
NELL'AA 15/16
(SECONDO ATENELO ITALIANO
DOPO LA SAPIENZA)

5.853

NUMERO DI DOCENTI
E TECNICI AMMINISTRATIVI
AL 31-12-2015

+13%

GLI IMMATRICOLATI LM
DA ALTRI ATENEI
PASSANO DAL 33% DELL'AA 10/11
AL 46% DEL 15/16

+3%

L'INCIDENZA DELLE ENTRATE
PER RICERCA UNIBO
SUL TOTALE DEI MEGA ATENEI
PASSA DAL 12% AL 15%

RISULTATI

Punti di forza

- la **regolarità degli studi**, attestata da una percentuale di laureati in corso superiore al dato dei grandi Atenei e da una crescente percentuale di crediti formativi medi per studente acquisiti nell'anno, dimostra una grande efficienza del processo formativo sostenuta anche dal costante presidio di assicurazione interna della qualità e da una crescente capacità di orientamento in ingresso e in itinere da parte delle strutture di Ateneo;
- le entrate **da ricerca scientifica** dell'Ateneo sono le maggiori fra i Grandi Atenei italiani;
- i programmi di internazionalizzazione della didattica e la forte crescita dei corsi interamente offerti in lingua inglese hanno portato l'Alma Mater ad una percentuale di **iscritti con cittadinanza straniera** molto più alta rispetto al dato nazionale e a posizionare Bologna fra le prime università europee per studenti e studentesse in scambio;
- l'ottimizzazione dell'offerta formativa sempre più vicina alle esigenze della società, oltre al potenziamento di tutto il secondo ciclo di studi, hanno consentito un considerevole **rafforzamento della capacità attrattiva** nei confronti degli studenti che provengono da altre regioni, oltre ad ottenere una inversione di tendenza rispetto al calo delle iscrizioni che ha caratterizzato gli ultimi anni accademici;
- l'**equilibrata gestione economica** ha consentito all'Ateneo di rispettare ampiamente tutti gli indicatori di sostenibilità finanziaria previsti dalla normativa vigente, portando all'attribuzione di un livello molto alto (nell'ambito dei limiti di *turn - over*) di risorse per il reclutamento del personale, per le progressioni di carriera e per il fondo per il salario accessorio del personale tecnico - amministrativo.

Punti di debolezza

- il dottorato di ricerca non riesce ad essere sufficientemente attrattivo per gli studenti internazionali e la razionalizzazione delle borse di dottorato, successiva all'introduzione dei nuovi requisiti Anvur, ha penalizzato particolarmente il numero di **iscritti provenienti dall'estero** (sia per cittadinanza che per curriculum);
- il passaggio del ruolo del ricercatore universitario da un regime a tempo indeterminato ad uno a tempo determinato impone a tutto l'Ateneo di incrementare la propria capacità di **programmazione del personale**, definendo in anticipo i propri fabbisogni futuri di didattica e di ricerca;
- la centralità delle strutture dipartimentali nella **progettazione dei corsi di studio** comporta la necessità di accrescere e sostenere la consapevolezza e le competenze necessarie a sostenere il carattere **interdisciplinare** dell'offerta formativa dell'Ateneo;
- la necessità di potenziare strutture di **interfaccia con il mondo delle imprese** per arricchire i processi della didattica e della ricerca richiede un importante supporto tecnico - amministrativo ed un coordinamento di tutte le attività messe in campo dalle diverse strutture dell'Ateneo.

RISULTATI

Opportunità

- le **politiche europee**, mirate ad ottenere un crescente scambio di studenti e ricercatori, rappresentano una grande opportunità per un Ateneo a forte **vocazione internazionale** come il nostro;
- la crescente attenzione, da parte del contesto socio-economico, verso i **temi del trasferimento tecnologico** rappresenta per l'Ateneo una irrinunciabile opportunità di condivisione strutturale delle attività di ricerca con il **mondo produttivo**;
- la crescente attenzione da parte di tutto il sistema nazionale dell'istruzione all'importanza dell'orientamento degli studenti e studentesse, in particolare nella fase di passaggio dall'istruzione superiore a quella universitaria, permette di creare **importanti sinergie con il mondo della scuola**;
- il funzionamento a pieno regime dei **modelli di autovalutazione e di accreditamento** delle sedi, dei corsi e dei dipartimenti universitari, consentono di rendere sempre più efficace il ciclo di miglioramento continuo della qualità della ricerca e della didattica;
- l'intenzione del legislatore di favorire l'ingresso nel mondo accademico di **giovani ricercatori** può rappresentare una concreta risposta alle impellenti necessità di garantire una continuità di ricerca e di didattica negli ambiti scientifico - disciplinari maggiormente in difficoltà;
- la realizzazione di un organico **piano edilizio di Ateneo** offre la possibilità di risolvere molte criticità strutturali e di dare una organizzazione più moderna e razionale degli spazi per la didattica e la ricerca, oltre a rendere l'Ateneo maggiormente connesso con il **tessuto urbano cittadino**;
- l'vidente necessità, da parte del sistema economico nazionale, di **aumentare la percentuale di giovani laureati** offre la possibilità all'Ateneo di Bologna, per il suo ruolo, la sua storia e la sua multidisciplinarietà, di rappresentare una buona pratica per gli atenei italiani nella definizione di nuovi percorsi di studio;
- le repentine evoluzioni dei **contesti tecnologici**, sociali e produttivi e le conseguenti mutazioni delle esigenze formative offrono all'Ateneo la possibilità di introdurre e sperimentare **nuove metodologie didattiche**.

Minacce

- la perdurante **riduzione del Fondo di Finanziamento Ordinario** e delle altre linee di finanziamento nazionali rende difficile garantire adeguati livelli di erogazione dei servizi e di supporto alle attività di didattica, di ricerca e di terza missione anche nel medio termine. Inoltre, l'introduzione del principio del **costo standard** nel riparto del Fondo di Finanziamento Ordinario, scollegato dalla verifica della qualità della didattica e della ricerca, congiuntamente alla modifica dei **criteri di riparto della Quota Premiale** del medesimo fondo, potrebbe portare ad un significativo calo dei finanziamenti ordinari;
- i **limiti del turn-over**, estesi dal legislatore fino a tutto il 2018, rendono difficile garantire sia la certezza del reclutamento e il contenimento della mobilità verso l'estero dei giovani ricercatori, sia la continuità delle attività di formazione e ricerca, oltre alla continuità dei servizi tecnico - amministrativi;
- i **criteri** utilizzati nella valutazione del nuovo esercizio di **Valutazione della Qualità della Ricerca** potrebbero non diversificare a sufficienza il **merito scientifico**;
- la nuova impostazione del programma **Horizon 2020**, e le iniziali impostazioni del Programma Quadro successivo rendono necessari adeguare la **struttura amministrativa a supporto**, assieme al potenziamento delle interconnessioni con il **mondo produttivo** sempre più importanti per poter accedere a questo tipo di finanziamento;
- la crescente **instabilità internazionale** potrebbe portare ad un calo diffuso della mobilità studentesca
- il perdurare della situazione di **crisi economica** rende necessario integrare sempre più gli interventi regionali, in modo da supportare le politiche di diritto allo studio e garantire il diritto alla formazione universitaria per gli studenti meritevoli, anche se privi di mezzi;
- il tessuto produttivo locale è caratterizzato da una **frammentazione di piccole e medie imprese** che, anche a causa della negativa congiuntura economica, con difficoltà riescono ad **investire in ricerca e sviluppo**.



Obiettivi

MAPPA STRATEGICA

RICERCA

A.1 Sostenere la ricerca di base e la ricerca applicata per affrontare le grandi sfide in un contesto internazionale

A.2 Investire in *ambiti distintivi* e multidisciplinari per l'Ateneo sul piano nazionale e internazionale

FORMAZIONE

B.1 Promuovere la qualità dell'offerta formativa e investire in *ambiti distintivi* e multidisciplinari per l'Ateneo in relazione alle esigenze della persona e della società

B.2 Migliorare l'attrattività e rafforzare la dimensione internazionale dei contesti formativi

B.3 Potenziare i servizi a supporto degli studenti e sostenere le politiche di diritto allo studio

TERZA MISSIONE

C.1 Promuovere lo sviluppo culturale e l'innovazione economico-sociale

C.2 Potenziare i rapporti con i molteplici interlocutori a livello nazionale e internazionale

AMBITI DISTINTIVI

MANIFATTURA AVANZATA



SALUTE E BENESSERE



AGRO-ALIMENTARE



BIG DATA & INDUSTRIA 4.0



CREATIVITÀ



SOSTENIBILITÀ ED ECONOMIA CIRCOLARE



ARTI E SCIENZE UMANE NELL'ERA DIGITALE



INTERCULTURALITÀ, INCLUSIONE E SICUREZZA SOCIALE



AREA STRATEGICA | RICERCA

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO DI BASE	INDICATORE	
A.1 Sostenere la ricerca di base e la ricerca applicata per affrontare le grandi sfide in un contesto internazionale	A.1.1 Qualificare e valorizzare il dottorato di ricerca in una prospettiva internazionale	R.01 Dottorandi con titolo di accesso conseguito in altri atenei italiani o esteri R.02 Investimento complessivo per il dottorato di ricerca	
		R.03 Neoassunti responsabili di progetti competitivi sul totale dei neoassunti per ruolo R.04 Percentuale dei neoassunti con punteggio VRA superiore alla mediana e al peggior quartile di area e ruolo VRA	
	A.1.2 Consolidare la valorizzazione del merito scientifico nel reclutamento e progressione di carriera		R.05 Confronto distribuzione pubblicazioni UNIBO per Indice Unico rispetto al totale prodotti per Fasce VQR 2011/14 (Aree bibliometriche) R.06 a) Percentuale di pubblicazioni di Fascia A secondo i criteri VRA; b) Percentuale di pubblicazioni presentate per la VRA sul numero massimo di pubblicazioni presentabili per area scientifica VRA (Aree NON bibliometriche)
	A.1.3 Migliorare la qualità e la produttività della ricerca		R.07 Investimenti in infrastrutture e attrezzature di ricerca
	A.1.4 Potenziare le infrastrutture a supporto della ricerca		
			

AREA STRATEGICA | RICERCA

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO DI BASE	INDICATORE
A.2 Investire in <i>ambiti distintivi</i> e multidisciplinari per l'Ateneo sul piano nazionale e internazionale	A.2.1 Migliorare la capacità di collaborazione e di attrazione dei fondi di ricerca sul piano nazionale ed internazionale	R.08 Finanziamenti pro-capite progetti nazionali e internazionali
		A.2.2 Sviluppare nuova progettualità su cui attrarre competenze internazionali, valorizzando il patrimonio multidisciplinare dell'Alma Mater
		
	Iniziative di valorizzazione del patrimonio multidisciplinare <ul style="list-style-type: none"> • Bando annuale progetti Alma Idea per la ricerca di base: promozione della ricerca interdisciplinare • Bando annuale medie attrezzature: promozione di sinergie interdipartimentali e uso transdisciplinare delle attrezzature • Misure d'incentivazione alla chiamata di ricercatori ERC in tutti gli ambiti disciplinari • Meeting di ateneo e creazione di gruppi di lavoro per la ricerca interdisciplinare • Dottorati o curricula di dottorati interdisciplinari • Progetti a sostegno dell'interazione tra didattica e ricerca in ambito interdisciplinare (ad esempio, nell'ambito o a valle delle KIC e dei cluster tecnologici) 	



AREA STRATEGICA | FORMAZIONE

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO DI BASE	INDICATORE
<p>B.1 Promuovere la qualità dell'offerta formativa e investire in <i>ambiti distintivi</i> e multidisciplinari per l'Ateneo in relazione alle esigenze della persona e della società</p>	<p>B.1.1 Migliorare le competenze acquisite durante il percorso di studio per facilitare l'ingresso e la permanenza dei laureati nel mondo del lavoro</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>	<p>F.01 Numero di studenti che accedono ai servizi di orientamento al lavoro</p> <p>F.02 Occupazione/disoccupazione a 1/3/5 anni</p>
	<p>B.1.2 Consolidare la regolarità degli studi nel rispetto di una rigorosa valutazione</p> <div style="display: flex; justify-content: center;">  </div>	<p>F.03 Laureati stabili regolari (N anni)</p> <p>F.04 Prosecuzioni con >39 CFU conseguiti al I anno</p>
	<p>B.1.3 Migliorare la qualità della didattica anche attraverso metodologie innovative e la formazione dei docenti</p> <div style="display: flex; justify-content: center;">  </div>	<p>F.05 Numero ore interventi formativi rivolti ai docenti per numero di docenti</p> <p>F.06 Soddisfazione per l'insegnamento da parte dei frequentanti – Indagine Opinione degli studenti</p>
	<p>B.1.4 Favorire la sinergia fra i percorsi formativi e gli <i>ambiti distintivi</i> della ricerca anche in relazione alle esigenze della società</p> <div style="display: flex; justify-content: center;">  </div>	<p>F.07 Rendicontazione delle nuove iniziative programmate in <i>ambiti distintivi</i></p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <p>Ambiti distintivi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manifattura avanzata • Salute e benessere • Agro-alimentare • Sostenibilità ed economia circolare • Arti e scienze umane nell'era digitale • Interculturalità, inclusione e sicurezza sociale • • Big data & industria 4.0 • Creatività </div>

AREA STRATEGICA | FORMAZIONE

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO DI BASE	INDICATORE	
B.2 Migliorare l'attrattività e rafforzare la dimensione internazionale dei contesti formativi	B.2.1 Attrarre gli studenti meritevoli anche attraverso specifiche attività di orientamento	F.08 Iscritti a LM con titolo I livello in altro ateneo F.09 Mobilità extra-regionale F.10 Valore delle risorse impiegate per la valorizzazione del merito	
		<hr/> B.2.2 Aumentare il numero di studenti internazionali meritevoli e diversificare la provenienza geografica	F.11 Studenti di scambio <i>incoming</i> F.12 Studenti iscritti con titolo precedente conseguito all'estero
	 	<hr/> B.2.3 Aumentare il numero di laureati che hanno avuto un'esperienza formativa all'estero	F.13 Laureati (in corso o un anno fuori corso) con almeno 12 CFU conseguiti all'estero F.14 Studenti in Uscita
	 	<hr/> B.2.4 Rafforzare la dimensione internazionale dei contesti formativi anche mediante la docenza di esperti internazionali e lo sviluppo delle competenze linguistiche degli studenti	F.15 Numero di mesi per persona di docenti e ricercatori, provenienti da istituzioni di ricerca estere, trascorsi in Ateneo
	 		

AREA STRATEGICA | FORMAZIONE

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO DI BASE	INDICATORE
<p>B.3 Potenziare i servizi a supporto degli studenti e sostenere le politiche di diritto allo studio</p>	<p>B.3.1 Potenziare i servizi finalizzati a garantire le migliori condizioni di studio e di vita degli studenti, anche attraverso partnership con soggetti pubblici e privati</p>	<p>F.16 Indicatore qualitativo sulle iniziative a favore degli studenti</p> <p>F.17 Percentuale degli studenti soddisfatti delle infrastrutture</p>
	<p>3 SALUTE E BENESSERE</p>  <p>4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ</p>  <p>11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI</p> 	
	<p>B.3.2 Sostenere la formazione degli studenti svantaggiati, consolidando azioni di coordinamento con le istituzioni e il territorio sul tema del diritto allo studio</p>	<p>4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ</p>  <p>10 RIDURRE LE DISUGLIANZE</p> 
	<p>B.3.3 Migliorare le attività di orientamento in entrata, in itinere e in uscita, in considerazione delle esigenze specifiche degli studenti</p>	<p>F.19 Numero di aziende coinvolte in iniziative di <i>Job placement</i></p> <p>F.20 Percentuale di laureati con tirocinio curriculare</p> <p>F.21 Abbandoni degli studi entro il secondo anno</p>
	<p>4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ</p>  <p>8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA</p> 	

AREA STRATEGICA | TERZA MISSIONE

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO DI BASE	INDICATORE
C.1 Promuovere lo sviluppo culturale e l'innovazione economico-sociale	C.1.1 Qualificare e potenziare i percorsi di formazione professionalizzante e permanente	T.01 Numero studenti coinvolti nei corsi di formazione professionalizzante e permanente
	 	
	C.1.2 Migliorare l'impatto della ricerca e potenziare il trasferimento tecnologico sul piano regionale, nazionale e internazionale anche attraverso progetti di imprenditorialità	T.02 Numero di brevetti sul totale del personale docente strutturato T.03 Numero <i>Spin-off</i> accreditati/attivi e start up
	 	
	C.1.3 Favorire processi di miglioramento della sostenibilità ambientale e sociale degli insediamenti e della comunità universitaria unitamente alla riqualificazione del territorio in sinergia con tutte le istituzioni	T.04 Indicatore qualitativo sulle iniziative svolte negli ambiti "social" e "green"
  		
C.1.4 Promuovere attività di divulgazione scientifica e culturale	T.05 Indicatore qualitativo: dotarsi di strumenti per misurare l'impatto e rimandare al Bilancio Sociale per la rendicontazione	
		

AREA STRATEGICA | TERZA MISSIONE

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO DI BASE	INDICATORE
C.2 Potenziare i rapporti con i molteplici interlocutori a livello nazionale e internazionale	C.2.1 Valorizzare il patrimonio di conoscenze professionali dei nostri laureati e del nostro personale per sviluppare reti e sinergie tra l'Ateneo e la collettività	T.06 Relazione qualitativa sulle attività svolte
		T.07 Fatturato dell'attività scientifica su commissione sul totale del personale docente strutturato
	C.2.2 Potenziare strutture di supporto e di interfaccia fra il mondo delle imprese e la comunità accademica	T.08 Indicatore qualitativo: iniziative di potenziamento delle strutture di supporto e di interfaccia
	  	T.09 Grado di raggiungimento delle iniziative programmate e dotarsi di strumenti di misurazione dell'impatto
	C.2.3 Mettere a sistema e sviluppare le attività di cooperazione allo sviluppo	
		
	Iniziative programmate: Attivazione di AlmaEngage <ul style="list-style-type: none"> • Condivisione di buone pratiche CS (Cooperazione allo sviluppo) mediante eventi divulgativi (almeno 1/anno) anche con il coinvolgimento della società civile • Coinvolgimento degli studenti in attività di programmazione delle iniziative CS e in progetti di <i>field work</i> • Attivazione di un modulo didattico MOOC "Personal risk reduction in insecure contexts" per studenti e personale UNIBO coinvolto in attività di CIS • Stipula convenzioni con ONG locali 	



AREA STRATEGICA | RICERCA

Obiettivo di base

A.1.1. Qualificare e valorizzare il dottorato di ricerca in una prospettiva internazionale

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
R.01 Dottorandi con titolo di accesso conseguito in altri atenei italiani o esteri	Percentuale di dottorandi con titolo di accesso conseguito in altro ateneo sul numero totale di dottorandi	Media fra la percentuale del XXX Ciclo e del XXXI Ciclo
R.02 Investimento complessivo per il dottorato di ricerca	Ammontare pagamenti a favore dei dottorandi (borse + soggiorni esteri)	Investimento 2015 (€15.519.551)

Obiettivo di base

A.1.2. Consolidare la valorizzazione del merito scientifico nel reclutamento e progressione di carriera

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
R.03 Neoassunti responsabili di progetti competitivi sul totale dei neoassunti per ruolo	Neoassunti o scorrimenti (nel periodo da anno t ad anno t-2) responsabili di progetti competitivi con incassi nell'anno t rapportato al numero totale di neoassunti o scorrimenti nello stesso periodo.	Media 2012 - 14 per fascia (30% I Fascia, 20% II Fascia, 5% Ricercatori)
R.04 Percentuale dei neoassunti con punteggio VRA superiore alla mediana e al peggior quartile di area e ruolo VRA	<p>I neoassunti sono i nuovi entrati e gli scorrimenti avvenuti nell'ultimo triennio (da t-3 a t-1 per anno t). Il punteggio VRA di ciascun neoassunto è stato confrontato con il punteggio VRA mediano dell'area e del ruolo di appartenenza. Gli indicatori sono la frazione di neoassunti con punteggio VRA superiore al valore mediano sul totale dei neoassunti e la frazione di neoassunti con punteggio VRA superiore al primo quartile di area e ruolo, ovvero i neoassunti collocati nel miglior 75% della rispettiva graduatoria, sul totale dei neoassunti.</p> <p>La popolazione di riferimento è aggiornata al 15-12-2014</p>	<p>65% neoassunti sopra la mediana</p> <p>90% neoassunti superiori al peggior quartile</p>

AREA STRATEGICA | RICERCA

Obiettivo di base

A.1.3 Migliorare la qualità e la produttività della ricerca

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
R.05 Confronto distribuzione pubblicazioni UNIBO per Indice Unico rispetto al totale prodotti per Fasce VQR 2011/14 (Aree bibliometriche)	Distribuzione dei prodotti UNIBO nelle fasce VQR 2011-14 sulla base dell'indice unico. L'indice unico calcola la «distanza» di ogni prodotto dalla retta che passa per il punto (0,0) nel piano corrispondente all'anno del prodotto. Il piano ha come ascisse «percentile indicatore impatto della rivista» e come ordinate «percentile del numero di citazioni»	Somma della percentuale di prodotti UNIBO nelle due fasce migliori («miglior 10%» + «fascia 10%-30%» = 64%)
R.06 a) Percentuale di pubblicazioni di Fascia A secondo i criteri VRA; b) Percentuale di pubblicazioni presentate per la VRA sul numero massimo di pubblicazioni presentabili per area scientifica VRA (Aree NON bibliometriche)	Numero di prodotti di fascia A sul totale dei prodotti valutati. Numero di prodotti valutati sul numero massimo di prodotti presentabili per area VRA non bibliometrica. Popolazione dei docenti in VRA 2015, in servizio al 15.12.2014	a) Percentuale pubblicazioni di fascia A secondo i criteri VRA pari al 40% b) Percentuale di pubblicazioni presentate sul numero massimo di pubblicazioni presentabili per area scientifica VRA pari al 85%

Obiettivo di base

A.1.4 Potenziare le infrastrutture a supporto della ricerca

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
R.07 Investimenti in infrastrutture e attrezzature di ricerca	Totale dei pagamenti riferibili all'acquisto di «Macchinari e attrezzature tecnico - scientifiche» e di «Impianti e attrezzature» sostenute su assegnazioni di Ateneo	Media 2014/15 (900.219 euro)

AREA STRATEGICA | RICERCA

Obiettivo di base

A.2.1 Migliorare la capacità di collaborazione e di attrazione dei fondi di ricerca sul piano nazionale ed internazionale

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
R.08 Finanziamenti pro - capite progetti nazionali e internazionali	Incassi progetti di ricerca competitivi sul totale del personale docente strutturato al 31/12	Media 2016 - 18 superiore alla media 2014 - 16

Obiettivo di base

A.2.2 Sviluppare nuova progettualità su cui attrarre competenze internazionali, valorizzando il patrimonio multidisciplinare dell'Alma Mater

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
R.09 Grado di raggiungimento delle iniziative programmate		Realizzazione 50% iniziative programmate

AREA STRATEGICA | FORMAZIONE

Obiettivo di base

B.1.1 Migliorare le competenze acquisite durante il percorso di studio per facilitare l'ingresso e la permanenza dei laureati nel mondo del lavoro

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
F.01 Numero di studenti che accedono ai servizi di orientamento al lavoro	Numero dei rispondenti al questionario di autovalutazione, partecipanti ai seminari di orientamento (fra cui "fare l'impresa"), numero consulenze online, numero partecipanti allo <i>start - up day</i>	Media 2013 - 15 (5.500 partecipanti)
F.02 Occupazione/disoccupazione a 1/3/5 anni	Numero dei laureati a ciclo unico e di II ciclo intervistati da AlmaLaurea a 1, 3 e 5 anni dalla laurea con una determinata condizione occupazionale sul totale degli intervistati	Percentuale dei laureati occupati dei mega atenei del nord (con Firenze e Pisa) a 1, 3 e 5 anni dalla laurea

Obiettivo di base

B.1.2 Consolidare la regolarità degli studi nel rispetto di una rigorosa valutazione

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
F.03 Laureati stabili regolari (N anni)	Percentuale di laureati entro la durata legale del corso e stabili (laureati nello stesso corso di prima immatricolazione) per a.a. di acquisizione del titolo	Media del triennio 2012/13 - 2014/15 (44,9%)
F.04 Prosecuzioni con >39 CFU conseguiti al I anno	Studenti iscritti alla coorte che si iscrivono al secondo anno e hanno conseguito almeno 40 CFU entro la fine del primo anno accademico	Media del triennio 2012/13 - 2014/15 (66,9%)

AREA STRATEGICA | FORMAZIONE

Obiettivo di base

B.1.3 Migliorare la qualità della didattica anche attraverso metodologie innovative e la formazione dei docenti

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
F.05 Numero ore interventi formativi rivolti ai docenti per numero di docenti	Numero ore interventi formativi moltiplicato per il numero di docenti coinvolti	2000 ore docente nel 2018
F.06 Soddisfazione per l'insegnamento da parte dei frequentanti – Indagine Opinione degli studenti	Numero delle attività formative rilevate con almeno 6 questionari per le quali la percentuale dei giudizi positivi (con risposta "decisamente sì" e "più sì che no") calcolata sulle risposte valide è maggiore o uguale al 50%	90% di tutti gli insegnamenti con almeno 50% di giudizi positivi

Obiettivo di base

B.1.4 Favorire la sinergia fra i percorsi formativi e gli *ambiti distintivi* della ricerca anche in relazione alle esigenze della società

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
F.07 Rendicontazione delle nuove iniziative programmate in <i>ambiti distintivi</i>	Percentuale delle nuove iniziative formative programmate in <i>ambiti distintivi</i> sul totale delle iniziative formative programmate (I ciclo, II ciclo, ciclo unico)	50% delle nuove iniziative formative programmate in <i>ambiti distintivi</i>

AREA STRATEGICA | FORMAZIONE

Obiettivo di base

B.2.1 Attrarre gli studenti meritevoli anche attraverso specifiche attività di orientamento

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
F.08 Iscritti a LM con titolo I livello in altro ateneo	Numero di nuove carriere di II ciclo che hanno conseguito il titolo di accesso in altro ateneo sul totale delle nuove carriere di II ciclo	Media triennio 2013/14 – 2015/16 (44,7%)
F.09 Mobilità extra - regionale	Percentuale Nuove Carriere di primo, secondo ciclo e ciclo unico con residenza fuori dall'Emilia Romagna	Media triennio 2013/14 – 2015/16 (46,6%)
F.10 Valore delle risorse impiegate per la valorizzazione del merito	Misure per valorizzare gli studenti meritevoli per a.a. di riferimento, comprensive dei mancati incassi (esoneri per solo merito) e delle borse/premi per merito bandite dall'Ateneo	Media del triennio 2012/13 – 2014/15 (€9.213.028)

Obiettivo di base

B.2.2 Aumentare il numero di studenti internazionali meritevoli e diversificare la provenienza geografica

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
F.11 Studenti di scambio <i>incoming</i>	Numero studenti di scambio in entrata coinvolti in tutti i programmi di mobilità europea ed extraeuropea nell'a.a. t/ t+1	Numero di studenti <i>incoming</i> del 2014/15 (2.310) e restare entro le prime 10 istituzioni europee per numero di studenti Erasmus <i>incoming</i>
F.12 Studenti iscritti con titolo precedente conseguito all'estero	Studenti iscritti con titolo precedente estero sul totale degli iscritti	Media percentuale studenti internazionali del triennio 2012/13 – 2014/15 (3,5%)

AREA STRATEGICA | FORMAZIONE

Obiettivo di base

B.2.3 Aumentare il numero di laureati che hanno avuto un'esperienza formativa all'estero

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
F.13 Laureati (in corso o un anno fuori corso) con almeno 12 CFU conseguiti all'estero	Percentuale laureati nell'anno solare con almeno 12 CFU in carriera acquisiti all'estero	Percentuale media del triennio 2013 - 15 (9,0%)
F.14 Studenti in Uscita	Numero studenti iscritti ai corsi di laurea in uscita per mobilità Erasmus e altri programmi nell'a.a. t/ t+1	Numero medio studenti in uscita del triennio 2012 - 14 (2.522) e restare entro le prime 10 istituzioni europee per numero di studenti Erasmus <i>outgoing</i>

Obiettivo di base

B.2.4 Rafforzare la dimensione internazionale dei contesti formativi anche mediante la docenza di esperti internazionali e lo sviluppo delle competenze linguistiche degli studenti

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
F.15 Numero di mesi per persona di docenti e ricercatori, provenienti da istituzioni di ricerca estere, trascorsi in Ateneo	Mesi per persona di permanenza dei docenti e ricercatori di istituzioni di ricerca straniere ospitati dall'Ateneo per almeno 30 giorni	Numero medio mesi per persona del triennio 2011 - 13 (1.327)

AREA STRATEGICA | FORMAZIONE

Obiettivo di base

B.3.1 Potenziare i servizi finalizzati a garantire le migliori condizioni di studio e di vita degli studenti, anche attraverso partnership con soggetti pubblici e privati

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
F.16 Indicatore qualitativo sulle iniziative a favore degli studenti	Rendicontazione qualitativa	
F.17 Percentuale degli studenti soddisfatti delle infrastrutture	Numero di studenti che hanno risposto "Decisamente Sì" e "Più sì che no" alle domande del questionario sull'Opinione degli Studenti relative alle infrastrutture, sul totale delle risposte valide	Media del triennio 2012/13-2014/15 (81,1%)

Obiettivo di base

B.3.2 Sostenere la formazione degli studenti svantaggiati, consolidando azioni di coordinamento con le istituzioni e il territorio sul tema del diritto allo studio

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
F.18 Valore procapite delle risorse impiegate a favore degli studenti in base alla condizione economica e al merito	Valore finanziario delle misure a sostegno degli studenti capaci e meritevoli privi di mezzi. Il dato viene fornito per anno accademico di riferimento e comprende i mancati incassi delle contribuzioni studentesche (esoneri totali e parziali), le borse di studio a favore di studenti in condizioni di disagio economico e le collaborazioni a tempo parziale bandite	Media del triennio 2012/13-2014/15 (€263,4)

AREA STRATEGICA | FORMAZIONE

Obiettivo di base

B.3.3 Migliorare le attività di orientamento in entrata, in itinere e in uscita, in considerazione delle esigenze specifiche degli studenti

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
F.19 Numero di aziende coinvolte in iniziative di <i>Job placement</i>	Numero di aziende partecipanti agli eventi di orientamento e <i>job placement</i> organizzati dall'Ateneo	Valore 2015 (206)
F.20 Percentuale di laureati con tirocinio curriculare	Percentuale di laureati che hanno conseguito almeno 1 cfu per tirocinio curriculare	Media del triennio 2013 - 15 (58,8%)
F.21 Abbandoni degli studi entro il secondo anno	Percentuale studenti della coorte che entro il secondo anno di osservazione abbandonano gli studi universitari	Media del triennio 2012/13-2014/15 (12,3%)

AREA STRATEGICA | TERZA MISSIONE

Obiettivo di base

C.1.1 Qualificare e potenziare i percorsi di formazione professionalizzante e permanente

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
T.01 Numeri studenti coinvolti nei corsi di formazione professionalizzante e permanente	Numero iscritti a corsi di Alta Formazione, Formazione Permanente, Master di I o II livello che danno CFU	Media biennio 2014/15–2015/16 (2.118)

Obiettivo di base

C.1.2 Migliorare l'impatto della ricerca e potenziare il trasferimento tecnologico sul piano regionale, nazionale e internazionale anche attraverso progetti di imprenditorialità

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
T.02 Numero di brevetti sul totale del personale docente strutturato	Numero di brevetti, marchi e varietà vegetali con titolarità - cotitolarità depositati dall'Ateneo nell'anno (comprensivo anche delle diverse estensioni internazionali), rapportato al numero di docenti e ricercatori in servizio al 31/12 di ciascun anno	Valore pro - capite 2015 (2,34)
T.03 Numero <i>Spin - off</i> accreditati/attivi e start up	Numero <i>Spin - off</i> accreditati e attivi (portafoglio come da definizione SUA - RD) e <i>start - up</i>	Media 2013 – 2015 (23)

AREA STRATEGICA | TERZA MISSIONE

Obiettivo di base

C.1.3 Favorire processi di miglioramento della sostenibilità ambientale e sociale degli insediamenti e della comunità universitaria unitamente alla riqualificazione del territorio in sinergia con tutte le istituzioni

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
T.04 Indicatore qualitativo sulle iniziative svolte negli ambiti "social" e "green"	Rendicontazione qualitativa	

Obiettivo di base

C.1.4 Promuovere attività di divulgazione scientifica e culturale

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
T.05 Indicatore qualitativo: dotarsi di strumenti per misurare l'impatto e rimandare al Bilancio Sociale per la rendicontazione	Rendicontazione qualitativa	

AREA STRATEGICA | TERZA MISSIONE

Obiettivo di base

C.2.1 Valorizzare il patrimonio di conoscenze professionali dei nostri laureati e del nostro personale per sviluppare reti e sinergie tra l'Ateneo e la collettività

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
T.06 Relazione qualitativa sulle attività svolte	Rendicontazione qualitativa	

Obiettivo di base

C.2.2 Potenziare strutture di supporto e di interfaccia fra il mondo delle imprese e la comunità accademica

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
T.07 Fatturato dell'attività scientifica su commissione sul totale del personale docente strutturato	Incassi per attività commerciale (codice Siope 1310) al netto di eventuali incassi relativi a progetti di ricerca competitivi	Media procapite 2012 - 14 (€8.725)
T.08 Indicatore qualitativo: iniziative di potenziamento delle strutture di supporto e di interfaccia	Rendicontazione qualitativa	

AREA STRATEGICA | TERZA MISSIONE

Obiettivo di base

C.2.3 Mettere a sistema e sviluppare le attività di cooperazione allo sviluppo

INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
T.09 Grado di raggiungimento delle iniziative programmate e dotarsi di strumenti di misurazione dell'impatto	Rendicontazione qualitativa	Realizzazione del 70% delle iniziative programmate



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

www.unibo.it

